

LỜI NÓI ĐẦU

“Giáo trình bồi dưỡng Nghiệp vụ cho Thuyết minh viên Du lịch” được biên soạn với mục đích xây dựng bộ chuẩn kiến thức, kỹ năng và hành vi nghề chuyên nghiệp cho chức danh nghề Thuyết minh viên, cung cấp nguồn tài liệu để thống nhất trong công tác bồi dưỡng nghiệp vụ cho Thuyết minh viên du lịch, giúp họ có điều kiện chuẩn hóa nghiệp vụ, nâng cao tính chuyên nghiệp cho đội ngũ, hướng tới việc cấp chứng chỉ nghề trong tương lai.

Dựa trên những đánh giá cơ bản về tình trạng thực tế hiện nay tại các cơ sở trên toàn quốc, giáo trình đã cố gắng tập trung giới thiệu những kiến thức cơ bản, những kỹ năng và thái độ nghề nghiệp cần thiết đối với công việc của thuyết minh viên du lịch trong quá trình tác nghiệp.

Giáo trình được thiết kế gồm 5 phần chính: Lời nói đầu, mục lục, nội dung chi tiết, gồm 7 chương, tài liệu tham khảo và các phụ lục. Mỗi chương đều tập trung vào các mảng kiến thức, kỹ năng và thái độ nghề nghiệp cần thiết cho các thuyết minh viên du lịch. Cấu trúc mỗi chương gồm có 4 phần: Mục tiêu chương học, nội dung chi tiết, hướng dẫn học tập và giới thiệu tài liệu tham khảo chính của chương.

Giáo trình do Tổng cục Du lịch tổ chức biên soạn, làm cơ sở cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các địa phương và các cơ sở đào tạo nghiệp vụ du lịch trong công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho thuyết minh viên.

Nhóm biên soạn



MỤC LỤC

MỤC	NỘI DUNG	TRANG
LỜI NÓI ĐẦU		i - ii
CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ LỊCH SỬ, VĂN HÓA VÀ TÌNH HÌNH KINH TẾ - XÃ HỘI VIỆT NAM		
I	Lịch sử Việt Nam	01
1.1	<i>Thời kỳ dựng nước</i>	01
1.2	<i>Thời kỳ bị phong kiến phương Bắc đô hộ</i>	02
1.3	<i>Thời kỳ các nhà nước phong kiến Việt Nam</i>	02
1.4	<i>Nước Việt Nam thời kỳ 1945 - 1975</i>	06
1.5	<i>Nước Việt Nam từ sau năm 1975 tới nay</i>	07
II	Văn hóa Việt Nam	08
2.1	<i>Tổ chức xã hội</i>	08
2.2	<i>Ngôn ngữ Việt Nam</i>	09
2.3	<i>Tín ngưỡng</i>	10
2.4	<i>Tôn giáo</i>	12
2.5	<i>Lễ hội</i>	13
2.6	<i>Ẩm thực</i>	14
2.7	<i>Trang phục</i>	15
2.8	<i>Văn học Việt Nam</i>	15
2.9	<i>Nghệ thuật Việt Nam</i>	16
III	Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam	18
3.1	<i>Thời kỳ trước năm 1975</i>	18
3.2	<i>Thời kỳ 1976 - 1986</i>	21
3.3	<i>Thời kỳ 1986 đến nay</i>	23
	Hướng dẫn học tập	26
	Tài liệu tham khảo của chương	27

CHƯƠNG 2: HỆ THỐNG CHÍNH TRỊ VIỆT NAM VÀ CÁC VĂN BẢN ĐIỀU CHỈNH NGÀNH DU LỊCH

I	Hệ thống chính trị và bộ máy Nhà nước Việt Nam	28
1.1	<i>Đảng Cộng sản Việt Nam</i>	29
1.2	<i>Hệ thống Nhà nước</i>	30
1.3	<i>Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức thành viên</i>	35
1.4	<i>Công đoàn</i>	35
1.5	<i>Các tổ chức chính trị - xã hội khác</i>	36
II	Quản lý nhà nước về Du lịch tại Việt Nam	36
2.1	<i>Quan điểm và mục tiêu phát triển</i>	36
2.2	<i>Pháp luật và công cụ</i>	37
III	Bộ máy Quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương	41
3.1	<i>Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</i>	41
3.2	<i>Tổng cục Du lịch</i>	41
3.3	<i>Tổ chức, Văn phòng và Vụ chức năng</i>	42
3.4	<i>Sơ đồ cơ cấu, tổ chức Bộ máy Quản lý nhà nước về du lịch tại Việt Nam</i>	43
IV	Cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương	44
4.1	<i>Sở chuyên môn (quản lý cấp tỉnh)</i>	44
4.2	<i>Phòng quản lý nghiệp vụ (cấp huyện)</i>	44
4.3	<i>Ban quản lý du lịch (cấp xã, cộng đồng)</i>	45
4.4	<i>Nhiệm vụ cụ thể của địa phương</i>	45
V	Các Hiệp hội Du lịch/ Lữ hành/ Khách sạn	47
5.1	<i>Hiệp hội Du lịch Việt Nam</i>	47
5.2	<i>Hiệp hội Lữ hành Việt Nam</i>	49
5.3	<i>Hiệp hội Khách sạn Việt Nam</i>	52
VI	Một số văn bản hướng dẫn mang tính đặc thù có liên quan đến hoạt động du lịch.	54
	<i>Hướng dẫn học tập</i>	63
	<i>Tài liệu tham khảo của chương</i>	64

CHƯƠNG 3: KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH

I	Tổng quan về du lịch	65
1.1	<i>Du lịch và khách du lịch</i>	65
1.2	<i>Các tác động của hoạt động du lịch</i>	68
1.3	<i>Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch</i>	78
1.4	<i>Lao động trong du lịch</i>	86
II	Dịch vụ du lịch	88
2.1	<i>Khái niệm dịch vụ du lịch</i>	88
2.2	<i>Đặc điểm của dịch vụ du lịch</i>	89
2.3	<i>Chất lượng dịch vụ trong du lịch</i>	90
	Hướng dẫn học tập	98
	Tài liệu tham khảo của chương	98

CHƯƠNG 4: KIẾN THỨC CHUNG VỀ ĐIỂM DU LỊCH

I	Khái quát chung về địa phương và lịch sử phát triển của điểm du lịch	99
1.1	<i>Khái quát chung về địa phương</i>	99
1.2	<i>Khái quát chung về lịch sử phát triển của điểm du lịch</i>	104
II	Các đặc điểm cơ bản của điểm du lịch	104
2.1.	<i>Khung giá trị của điểm du lịch</i>	105
2.2	<i>Giá trị của một điểm du lịch</i>	105
III	Giá trị của điểm du lịch thông qua ví dụ một bài thuyết minh	110
	Hướng dẫn học tập	123
	Tài liệu tham khảo của chương	123

CHƯƠNG 5: TÂM LÝ DU KHÁCH VÀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP

I Tâm lý du khách	124
1.1 Khái quát chung về tâm lý du khách	124
1.2 Đặc điểm tâm lý khách du lịch quốc tế	137
1.3 Đặc điểm tâm lý khách du lịch nội địa	157
1.4 Đặc điểm tâm lý khách du lịch theo giới tính	159
1.5 Đặc điểm tâm lý khách du lịch theo lứa tuổi	160
II Kỹ năng giao tiếp	164
2.1 Giao tiếp	164
2.2 Phân loại	170
2.3 Giao tiếp không bằng lời (ngôn ngữ cơ thể)	172
2.4 Giao tiếp bằng lời nói	175
2.5 Kỹ năng nghe	178
2.6 Kỹ năng giải quyết tình huống trong giao tiếp	182
Hướng dẫn học tập	186
Tài liệu tham khảo của chương	187

CHƯƠNG 6: CÁC VẤN ĐỀ LÝ THUYẾT VỀ NGHIỆP VỤ THUYẾT MINH DU LỊCH

I Tổng quan về nghiệp vụ hướng dẫn, thuyết minh du lịch	188
1.1 Một số khái niệm cơ bản	188
1.2 Yêu cầu kiến thức đối với thuyết minh viên	196
1.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thuyết minh du lịch	198
II. Quy trình hoạt động thuyết minh hướng dẫn du lịch	205
2.1 Chuẩn bị trước khi đón đoàn	206

2.2	<i>Đón đoàn</i>	207
2.3	<i>Thực hiện chương trình</i>	207
2.4	<i>Tiến đoàn, kết thúc chương trình</i>	210
2.5	<i>Các kỹ năng cần thiết trong quá trình thuyết minh hướng dẫn</i>	211
III	Các kỹ năng thuyết minh du lịch chuyên biệt	230
3.1	<i>Kỹ năng thuyết minh du lịch trong bảo tàng</i>	230
3.2	<i>Kỹ năng thuyết minh du lịch tại các di tích lịch sử cách mạng</i>	231
3.3	<i>Kỹ năng thuyết minh du lịch tại các công trình có ý nghĩa đặc biệt</i>	232
	Hướng dẫn học tập	240
	Tài liệu tham khảo của chương	241

CHƯƠNG 7: THỰC HÀNH NGHIỆP VỤ THUYẾT MINH DU LỊCH

1	Bài thực hành số 1: Tạo ấn tượng ban đầu	243
2	Bài thực hành số 2: Giao tiếp trong hướng dẫn du lịch	245
3	Bài thực hành số 3: Xây dựng bài thuyết minh	248
4	Bài thực hành số 4: Thuyết minh tại điểm	250
5	Bài thực hành số 5: Quản lý đoàn và trả lời câu hỏi	252
6	Bài thực hành số 6: Tạo ấn tượng khi kết thúc chương trình	255
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	260
	PHỤ LỤC	262



Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ LỊCH SỬ, VĂN HÓA VÀ TÌNH HÌNH KINH TẾ - XÃ HỘI VIỆT NAM

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

Mô tả khái lược được tiến trình lịch sử của Việt Nam;

Nêu được các thành phần cơ bản của Văn hóa Việt Nam;

Mô tả được các giai đoạn của kinh tế - xã hội Việt Nam từ năm 1954 tới nay.

I. Lịch sử Việt Nam

1.1. Thời kỳ dựng nước

Kết quả từ các cuộc khảo cổ đã chứng minh sự tồn tại của con người trên lãnh thổ Việt Nam từ thời Đồ đá cũ (cách ngày nay từ 300.000 - 500.000 năm). Vào thời kỳ Đồ đá mới, các nền văn hoá Hoà Bình - Bắc Sơn (gần 10.000 năm trước Công Nguyên) đã chứng tỏ sự xuất hiện của nông nghiệp và chăn nuôi, có thể là cả nghệ thuật trồng lúa nước. Đó là những cơ sở ban đầu cho sự hình thành và phát triển của Dân tộc Việt Nam.

Vào thế kỷ thứ 7 đến thế kỷ thứ 6 trước Công Nguyên, 15 bộ lạc sinh sống tại vùng châu thổ sông Hồng, sông Mã, miền Bắc Việt Nam ngày nay thống nhất lập nên nước Văn Lang, Nhà nước đầu tiên của người Việt với kinh đô được đặt tại Phong Châu. Đứng đầu nước Văn Lang là Vua Hùng. 18 đời Vua Hùng Vương đã trị vì nước Văn Lang.

Đến thế kỷ thứ 2 trước Công Nguyên, sau cuộc kháng chiến chống lại quân Tần Thủy Hoàng (218 - 208), Thục Phán lên làm vua nước Văn Lang xưng là An Dương Vương và đổi tên nước thành Âu Lạc, xây thành ốc ở Cổ Loa (Đông Anh - Hà Nội) làm kinh đô.

1.2. Thời kỳ bị phong kiến phương Bắc đô hộ

Năm 179 trước Công Nguyên, nước Âu Lạc bị nước Nam Việt của Triệu Đà xâm lược, khởi đầu cho thời kỳ hơn 1000 năm đô hộ của nhà nước phong kiến phương Bắc với dân tộc Việt. Nước Âu Lạc đã trở thành các quận, huyện của các nhà nước phong kiến phương Bắc.

Trong suốt thời kỳ hơn 1000 năm đô hộ của nhà nước phong kiến phương Bắc, nhân dân đất Việt đã không ngừng khởi nghĩa chống lại ách đô hộ để giành lại độc lập cho đất nước. Bắt đầu từ năm 40 sau Công Nguyên đã có nhiều cuộc khởi nghĩa lớn đi vào sử sách như khởi nghĩa của Hai Bà Trưng, Bà Triệu, Lý Bí, Triệu Quang Phục, Mai Thúc Loan, Khúc Thừa Dụ ... Tuy có những thời kỳ giành được thắng lợi nhưng cuối cùng những cuộc khởi nghĩa đều bị thất bại. Đến năm 938, bằng trận thắng lịch sử trước quân xâm lược Nam Hán trên sông Bạch Đằng, Ngô Quyền đã chấm dứt hơn 1000 năm đô hộ của nhà nước phong kiến phương Bắc, mở ra thời kỳ độc lập tự chủ hoàn toàn cho nước ta.

1.3. Thời kỳ các nhà nước phong kiến Việt Nam

Khi nhà Ngô suy vong, loạn 12 sứ quân diễn ra, đất nước bị chia cắt. Từ Hoa Lư (Ninh Bình), Đinh Bộ Lĩnh đem quân đánh dẹp và thống nhất được 12 sứ quân năm 967. Năm 968, Đinh Bộ Lĩnh lên ngôi, lấy quốc hiệu là Đại Cồ Việt và đặt kinh đô tại Hoa Lư.

Sau một thời gian trị vì, Đinh Tiên Hoàng cùng con là Đinh Liễn bị Đỗ Thích ám hại năm 979. Triều thần lập Đinh Toàn, lúc đó mới 5 tuổi, lên làm vua. Sự kiện này khuấy động ý định xâm chiếm nước ta của nhà Tống. Trước tình hình đó, Thái Hậu Dương Vân Nga cùng triều thần nhất trí nhường ngôi báu cho Lê Hoàn để ông có được toàn quyền đốc sức chống Tống.

Lên ngôi năm 980, Lê Hoàn xưng là Đại Hành Hoàng Đế (Lê Đại Hành) và hoàn thành sứ mệnh đánh bại quân Tống, giữ yên bờ cõi, mở ra thời kỳ được gọi là nhà Tiền Lê kéo dài tới năm 1009, sau cái chết của vị hoàng đế kế nhiệm của ông là Lê Long Đĩnh.

Được sự ủng hộ của nhiều người, Lý Công Uẩn tự xưng vua (Lý Thái Tổ) lập ra triều đại nhà Lý, dời kinh đô về thành Đại La và đổi tên thành Thăng Long (Hà Nội ngày nay). Triều Lý phát triển mạnh nhưng tới năm 1138, triều Lý bắt đầu suy yếu.

Đến năm 1226, thông qua một cuộc hôn nhân được dàn xếp và sự ép buộc nhường ngôi từ Lý Chiêu Hoàng cho chồng mình là Trần Cảnh (Trần Thái Tông), nhà Trần được thành lập với một triều đại kéo dài 175 năm, qua 12 đời vua với nhiều thành tựu, đặc biệt là việc 3 lần đánh tan quân xâm lược Nguyên Mông.

Sau chiến thắng quân Nguyên Mông lần thứ 3, đất nước Đại Việt ổn định và phát triển hưng thịnh trong một thời gian dài. Đến cuối thế kỷ XIV, nhà Trần suy vong. Trong bối cảnh đó, Hồ Quý Ly đoạt được ngôi báu, lập ra nhà Hồ năm 1400. Hồ Quý Ly đã tiến hành nhiều cuộc cải cách lớn, trong đó có việc đổi tiền đồng sang tiền giấy “thông bảo hội sao”. Tuy nhiên, không phải cuộc cải cách nào cũng được người dân ủng hộ. Những bất an trong nước đã tạo điều kiện cho việc xâm lược của nhà Minh năm 1406. Năm 1407, cuộc kháng chiến chống quân Minh của nhà Hồ thất bại, đất nước ta lại một lần nữa rơi vào tay phong kiến phương Bắc.

Trong thời gian này, nhiều cuộc khởi nghĩa chống giặc ngoại xâm đã diễn ra nhưng không thành công. Đến năm 1427, cuộc khởi nghĩa của Lê Lợi (Lam Sơn - Thanh Hóa) diễn ra từ (1418 đến - 1427), nhân dân ta mới giành được thắng lợi.

Đầu năm 1428, Lê Lợi làm lễ lên ngôi Hoàng Đế ở thành Đông Kinh (Thăng Long), khôi phục tên nước Đại Việt, mở đầu triều đại nhà Lê (còn gọi là nhà hậu Lê để phân biệt với nhà tiền Lê của Lê Đại Hành trước kia). Nhà hậu Lê phát triển ổn định và đạt nhiều thành tựu lớn trong xây dựng đất nước.

Đầu thế kỷ XVI, nhà Lê suy yếu. Nhân cơ hội đó, năm 1527, Mạc Đăng Dung ép Lê Cung Hoàng nhường ngôi vua cho mình và lập nên nhà Mạc. Trước sự chống đối của các thế lực thân nhà Lê ở trong nước và âm mưu xâm lược từ bên ngoài, nhà Mạc đã phải quy phục nhà Minh. Một số quan lại cũ của nhà Lê, đứng đầu là Nguyễn Kim giương cờ “Phù Lê diệt Mạc”, nổi dậy chống lại nhà Mạc và tôn con của Lê Chiêu Tông lên làm vua (Lê Trang Tông), đóng đô ở Thanh Hóa, tạo nên triều đình mới đối lập với nhà Mạc ở phía Bắc, khởi nguồn cuộc chiến Nam - Bắc triều kéo dài tới năm 1592 với sự sụp đổ của nhà Mạc.

Việc tranh giành quyền lực của các thế lực họ Trịnh và họ Nguyễn trong lực lượng “phù Lê” đã làm nổ ra cuộc chiến tranh Trịnh - Nguyễn năm 1627. Cuộc chiến này kéo dài bất phân thắng bại đến cuối năm 1672 với kết quả là hai bên phải giảng hòa và lấy sông Gianh làm ranh giới. Với sự kiện này, Đại Việt bị chia cắt thành hai “Đàng”. Đàng Ngoài tính từ bờ bắc sông Gianh trở ra Bắc, Đàng Trong từ bờ nam sông Gianh trở vào Nam.

Vào những năm cuối của thế kỷ 18, chính quyền phong kiến ở cả hai Đàng đều đã suy yếu. Trải qua hàng trăm năm chia cắt, chiến tranh triền miên giữa hai Đàng đã làm cho đất nước điêu tàn, kiệt quệ, nhân dân đói khổ dẫn đến sự nổi dậy ở nhiều địa phương, đặc biệt là cuộc khởi nghĩa Tây Sơn (Bình Định) năm 1771, dưới sự lãnh đạo của ba anh em Nguyễn Nhạc, Nguyễn Huệ và Nguyễn Lữ. Với thắng lợi của mình, năm 1777, Nguyễn Nhạc tự xưng là Tây Sơn Vương, đóng ở thành Đồ Bàn (Bình Định). Trong những năm trị vì, nhà Tây Sơn vừa phải lo ổn định chính quyền, vừa phải lo bình định các cuộc nổi loạn của Nguyễn Ánh - một trong những hậu duệ của chính quyền nhà Nguyễn cũ.

Sau trận thắng quân Xiêm hỗ trợ Nguyễn Ánh giành lại ngôi báu tại Rạch Gầm - Xoài Mút năm 1785, Nguyễn Huệ đã tiến đánh thành Phú Xuân do Đàng Ngoài nắm giữ và lấy danh nghĩa giúp vua Lê diệt chúa Trịnh, tiến đánh quân Trịnh ở Đàng Ngoài. Với thế tấn công, năm 1786, Nguyễn Huệ chiếm được Thăng Long, lật đổ chúa Trịnh, trao lại quyền hành cho vua Lê Hiển Tông. Vua Lê thưởng công cho Nguyễn Huệ bằng cách phong Nguyễn Huệ là Uy Quốc Công, nhường đất Nghệ An cho Tây Sơn.

Những mâu thuẫn và tranh giành quyền lực trong nội bộ triều đình phong kiến đã dẫn tới việc hoàng đế cuối cùng của nhà Lê là Lê Chiêu Thống chạy sang nhà Thanh cầu cứu. Nhân cơ hội đó, năm 1788, nhà Thanh đem quân tiến vào nước ta với chiêu bài “tiêu diệt Tây Sơn, dựng lại nhà Lê”. Trước tình hình đó, Nguyễn Huệ lên ngôi ở Phú Xuân (Huế) năm 1788, lấy hiệu là Quang Trung rồi đem quân tiến ra Bắc, đánh tan 29 vạn quân Thanh vào tháng giêng năm 1789. Nhà Tây Sơn bắt đầu tiến hành khôi phục đất nước với nhiều cải cách triệt để, giúp đất nước phát triển nhanh chóng. Nhưng từ sau năm 1792, khi Quang Trung đột ngột qua đời, đất nước rơi vào tình trạng bất ổn. Lợi dụng tình hình đó, cùng với sự giúp đỡ của ngoại bang, năm 1801, Nguyễn Ánh đã đánh đổ nhà Tây Sơn.

Năm 1802, Nguyễn Ánh lên ngôi vua, đặt niên hiệu là Gia Long, đặt tên nước là Việt Nam, mở ra triều đại nhà Nguyễn kéo dài cho tới năm 1945. Tuy có đạt được một số thành tựu nhưng trong bối cảnh khủng hoảng của chế độ phong kiến Việt Nam, cùng với tư tưởng thủ cựu, nhà Nguyễn đã không thể tạo ra được cơ sở cho việc phát triển mới mà còn để đất nước rơi vào tay thực dân Pháp sau khi chúng nổ súng xâm lược nước ta năm 1858.

Ngay từ những ngày đầu bị xâm lược, các cuộc đấu tranh giải phóng đất nước dưới sự lãnh đạo của các sĩ phu yêu nước nổ ra ở khắp mọi nơi nhưng cuối cùng đều bị thất bại. Đến năm 1930, nhà cách mạng Nguyễn Ái Quốc (sau này trở thành Chủ tịch Hồ Chí Minh) đã sáng lập Đảng Cộng sản Việt Nam. Dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, quần chúng nhân dân đã đứng lên đấu tranh chống thực dân Pháp và quân chiếm đóng Nhật, thực hiện cuộc Tổng khởi nghĩa tháng 8 năm 1945 và thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hoà vào ngày 2 tháng 9 năm 1945.

1.4. Nước Việt Nam thời kỳ 1945 - 1975

Nước Việt Nam non trẻ vừa mới ra đời lại phải đương đầu với các âm mưu xâm lược và can thiệp của Pháp và Mỹ, phải tiến hành cuộc chiến tranh giải phóng dân tộc kéo dài suốt 30 năm sau đó.

Sự trở lại xâm lược của Pháp vào năm 1946 khiến toàn quân và dân ta một lần nữa phải đứng lên bảo vệ đất nước dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam. Cuộc kháng chiến 9 năm (1946 - 1954) của Việt Nam kết thúc bằng chiến thắng Điện Biên Phủ và Hiệp định Genève về Việt Nam năm 1954. Theo Hiệp định này, đất nước tạm thời bị chia làm hai vùng lãnh thổ miền Bắc và miền Nam, lấy vĩ tuyến 17 làm giới tuyến và sẽ được thống nhất hai năm sau đó (1956) thông qua một cuộc tổng tuyển cử. Miền Bắc Việt Nam vào thời kỳ này mang tên Việt Nam Dân chủ Cộng hoà, dưới sự lãnh đạo của Đảng Lao động, với thủ đô là Hà Nội. Miền Nam mang tên Việt Nam Cộng hoà nằm dưới sự quản lý của chính quyền thân Pháp, rồi thân Mỹ đặt tại Sài Gòn.

Sau hiệp định Genève về Việt Nam năm 1954, đế quốc Mỹ thay thế vị trí của quân Pháp ở Việt Nam và dựng lên chính quyền tay sai với mưu đồ biến miền Nam Việt Nam thành thuộc địa kiểu mới và căn cứ quân sự của Mỹ.

Vào thời kỳ này, ở miền Bắc, nhân dân ta tập trung vào xây dựng đất nước, tiến lên chủ nghĩa xã hội; miền Nam tiếp tục đấu tranh thực hiện nhiệm vụ cách mạng dân tộc dân chủ, tiến tới thống nhất tổ quốc. Tuy mỗi miền có một nhiệm vụ chiến lược khác nhau nhưng đều thực hiện một nhiệm vụ, một mục tiêu chung là chống đế quốc Mỹ và tay sai của chúng, giải phóng miền Nam, bảo vệ miền Bắc, hoàn thành cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân, thống nhất đất nước, tạo điều kiện để cả nước đi lên chủ nghĩa xã hội.

Mùa xuân năm 1975, trên tinh thần đại đoàn kết dân tộc và được sự đồng tình của nhân dân yêu chuộng hòa bình, công lý và tiến bộ trên thế giới, các lực lượng vũ trang yêu nước Việt Nam đã thực hiện cuộc tổng tiến công giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước. Ngày 30 tháng 4 năm 1975, chính quyền Sài Gòn sụp đổ, đất nước Việt Nam hoàn toàn thống nhất.

1.5. Nước Việt Nam từ sau năm 1975 tới nay

Sau đại thắng mùa xuân năm 1975, toàn Đảng, toàn dân Việt Nam khắc phục hậu quả chiến tranh, khôi phục, phát triển kinh tế, ổn định tình hình chính trị, xã hội ở miền Nam và thực hiện thống nhất bộ máy quản lý Nhà nước. Chủ trương này đã được thực hiện bằng cuộc tổng tuyển cử bầu Quốc hội chung ngày 25 tháng 4 năm 1976.

Cuối tháng 6, đầu tháng 7 năm 1976, Quốc hội của nước Việt Nam thống nhất đã họp tại Hà Nội, quyết định lấy tên nước là Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam, chọn Hà Nội là thủ đô, đổi tên thành phố Sài Gòn - Gia Định là Thành phố Hồ Chí Minh. Tiếp theo thành công trên, ngày 18 tháng 12 năm 1980, Hiến pháp nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam đã được Quốc hội thông qua. Đây là Hiến pháp đầu tiên của thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội trong phạm vi cả nước. Những thắng lợi ban đầu trong quá trình xây dựng đất nước giúp cho Việt Nam ngày càng khẳng định vị thế của mình trong khu vực và trên thế giới. Đến năm 1977, Việt Nam trở thành thành viên của Liên Hợp Quốc.

Sau nhiều năm chiến tranh kéo dài, đất nước bị tàn phá nặng nề. Từ năm 1975 đến năm 1986, Việt Nam phải đối mặt với nhiều khó khăn. Những hậu quả và tệ nạn xã hội do chiến tranh để lại, dòng người tị nạn, chiến tranh ở biên giới Tây Nam chống nạn diệt chủng Khme đỏ, chiến tranh ở biên giới phía Bắc, cấm vận của Mỹ và các nước phương Tây, thêm vào đó thiên tai liên tiếp xảy ra ...

đã đặt Việt Nam trước những thử thách khắc nghiệt. Trong bối cảnh đó, toàn Đảng, toàn dân ta đã nỗ lực hết mình để thực hiện những nhiệm vụ kinh tế - xã hội đầu tiên sau khi đất nước thống nhất. Trên tinh thần đó, Đại hội IV (tháng 12 năm 1976) của Đảng đã đề ra kế hoạch 5 năm (1976 - 1980). Kế hoạch này đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Tiếp đó, những phương hướng, nhiệm vụ, mục tiêu của kế hoạch 5 năm lần thứ nhất (1981 - 1985) được thực hiện đã khiến cho kinh tế - xã hội nước ta có những chuyển biến và tiến bộ đáng kể. Tuy vậy, những khó khăn, yếu kém vẫn còn nhiều. Một số mục tiêu kinh tế - xã hội cơ bản vẫn chưa thực hiện được. Những khó khăn trong thời kỳ này cùng với những yếu kém tồn tại đã đưa đất nước rơi vào tình trạng khủng hoảng.

Để khắc phục tình trạng khủng hoảng về kinh tế - xã hội, Đảng và Nhà nước ta đã tiến hành công cuộc Đổi mới toàn diện nhằm vượt qua khó khăn, phát triển và từng bước hội nhập khu vực và quốc tế. Tại Đại hội VI, tháng 12/1986, Đảng Cộng sản Việt Nam đã tự kiểm điểm công tác lãnh đạo, khẳng định những mặt làm được, phân tích những sai lầm khuyết điểm, đề ra đường lối đổi mới toàn diện, trong đó đổi mới kinh tế được đặt lên hàng đầu với chủ trương phát triển nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước, theo định hướng xã hội chủ nghĩa, đi đôi với việc tăng cường cơ sở pháp lý, đổi mới tổ chức Đảng và Nhà nước. Đường lối này tiếp tục được điều chỉnh, bổ sung và phát triển tại Đại hội VII (tháng 6 năm 1991), Đại hội VIII (tháng 6 năm 1996), Đại hội IX (tháng 4 năm 2001), Đại hội X (tháng 4 năm 2006) và Đại hội XI (tháng 3 năm 2011).

Nhờ thực hiện đường lối này, Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu như đời sống của nhân dân được cải thiện, dân chủ trong xã hội được phát huy; quốc phòng, an ninh được giữ vững; hệ thống chính trị từ trung ương đến cơ sở được củng cố, bộ máy nhà nước pháp quyền được tiếp tục xây dựng và hoàn thiện; chính sách đối ngoại độc lập tự chủ, đa phương hoá và đa dạng hoá quan hệ.

II. Văn hóa Việt Nam

Việt Nam có một nền văn hóa phong phú, đa dạng và được thể hiện qua: tổ chức xã hội, phong tục, lễ hội, ẩm thực, trang phục, tín ngưỡng, tôn giáo, ngôn ngữ, văn học và nghệ thuật.

2.1. Tổ chức xã hội

Từ ngàn năm nay, hai đơn vị xã hội quan trọng nhất trong văn hóa Việt Nam là **Làng** (thôn) và **Nước** (quốc gia). Tục ngữ Việt Nam có câu "Làng đi đôi với nước", "Phép Vua thua lệ Làng", với các biểu tượng đặc trưng của mỗi làng Việt là cổng làng, đình làng, cây đa, giếng nước ... Cùng với làng, quan hệ họ hàng đóng vai trò quan trọng ở Việt Nam với trọng tâm đặt vào gia tộc và sau đó là gia đình. Điều này thể hiện ở sự tồn tại của mô hình gia đình mở rộng gồm ba hay bốn thế hệ sống dưới một mái nhà, hiện vẫn còn rất phổ biến ở các vùng nông thôn Việt Nam.

Tầm quan trọng của mối quan hệ họ hàng trong xã hội đã tạo ra một hệ thống phân cấp phức tạp các mối quan hệ. Mặc dù trong văn hóa Việt Nam, người ít tuổi phải tôn trọng và kính trọng người nhiều tuổi hơn nhưng nếu xét trong quan hệ họ hàng, người (mặc dù ít tuổi hơn) nhưng có vị trí cao hơn trong hệ thống phân cấp của gia đình, dòng họ được người (mặc dù lớn tuổi hơn) nhưng ở vị trí thấp hơn trong phân cấp gia đình, dòng họ tôn trọng như một người lớn tuổi hơn mình. Mối quan hệ và phân cấp đó sẽ tiếp tục kéo dài từ thế hệ này tới thế hệ khác. Vì vậy, việc một ông lão 60 tuổi phải cung kính với một thanh niên 25 tuổi như cung kính với bậc cha, chú mình không phải là chuyện lạ. Hệ thống phức tạp của các mối quan hệ được chuyển tải thông qua việc sử dụng rộng rãi của các đại từ khác nhau trong tiếng Việt. Xưng hô trong tiếng Việt đã trở thành một đặc trưng của văn hóa Việt Nam.

2.2. Ngôn ngữ Việt Nam

Ngôn ngữ Việt Nam rất đa dạng và phong phú. Các nhà dân tộc học đã chia các dân tộc ở Việt Nam thành 8 nhóm ngôn ngữ:

Nhóm Việt - Mường: gồm người Việt, người Mường, người Chứt, người Thổ.

Nhóm Tày - Thái: gồm người Tày, Thái, Nùng, Bố Y, Sán Chay, Lào, ...

Nhóm Dao - Hmông: gồm người Hmông, Dao, Pà Thẻn, ...

Nhóm Tạng - Miến: gồm người Hà Nhì, Lô Lô, Si La, La Hủ, ...

Nhóm Hán: gồm người Hoa, Sán Diu, Ngái, ...

Nhóm Môn - Khmer: gồm người Khmer, Kháng, Hrê, Xơ Đăng, Ba Na, Kơ Mú, Cơ Ho, Mạ, Xinh Mun, ...

Nhóm Mã Lai - Đa đảo: gồm người Chăm, Gia Rai, Ê Đê, Ra Glai, Chu Ru, ...

Nhóm hỗn hợp Nam Á: gồm la Chí, La Ha, Pu Chéo, Cơ Lao, ...

Tiếng Việt thuộc về ngôn ngữ Việt - Mường, hiện nay là quốc ngữ, là ngôn ngữ hành chính chung của 54 dân tộc sống trên đất nước Việt Nam. Mặc dù là ngôn ngữ chung của người Việt nhưng tiếng Việt có sự khác biệt về ngữ âm và từ vựng khi sử dụng ở các vùng miền khác nhau. Do vậy, phương ngữ tiếng Việt được phân chia làm nhiều vùng phương ngữ khác nhau từ miền Bắc, miền Trung và miền Nam.

Tiếng Việt hài hòa về mặt âm hưởng, thanh điệu, tế nhị, uyển chuyển trong cách đặt câu, có đầy đủ khả năng để diễn đạt tình cảm, tư tưởng của người Việt Nam và thỏa mãn yêu cầu của đời sống văn hóa nước nhà qua các thời kì lịch sử.

2.3. Tín ngưỡng

2.3.1. Tín ngưỡng sùng bái con người

Thờ cúng tổ tiên và cúng giỗ người đã mất là một tục lệ lâu đời của người Việt và một số dân tộc khác. Họ tin rằng linh hồn của tổ tiên cũng ở bên cạnh con cháu và phù hộ cho họ. Chính vì vậy, gia đình nào cũng có bàn thờ tổ tiên và bàn thờ được đặt ở nơi trang trọng nhất trong nhà. Ngoài các ngày giỗ, tết, vào các ngày Mừng một và ngày Rằm (ngày đầu tiên và ngày 15 của các tháng Âm lịch), thắp hương trở thành hình thức thông báo với tổ tiên ông bà. Nói đến tục thờ cúng tổ tiên, người ta đều biết tới một ngày giỗ tổ chung của người Việt ngày giỗ tổ Hùng Vương vào ngày 10 tháng 3 (Âm lịch) hàng năm.

Bên cạnh thờ cúng tổ tiên, người Việt còn thờ các vị thần gắn với đời sống tinh thần của họ. Người Việt thờ Thổ Công, Thành Hoàng, các vị anh hùng dân tộc ... Các vị thần đó là những vị thần cai quản gia đình, làng xã hoặc là những vị thần có công lớn với đất nước, với làng xã. Dân chúng thờ các vị thần này để tỏ lòng biết ơn và cầu mong các vị phù hộ cho mình.

2.3.2. Tín ngưỡng sùng bái tự nhiên

Người xưa thờ rất nhiều thần, nguyên thủy họ thờ thần Mặt Trời, thần Mặt Trăng, thần Đất, thần Sông, thần Biển, thần Sấm, thần Mưa,... những vị thần gắn với những ước mơ thiết thực của cuộc sống người dân nông nghiệp. Đi sâu vào cuộc sống hàng ngày, họ thờ thần Nông là thần trông coi việc đồng áng, thần Lúa, thần Ngô với hy vọng lúc nào ngô lúa cũng đầy đủ. Không chỉ thờ các vị thần gắn với đời sống vật chất, người dân còn thờ động vật và thực vật như Chim, Rắn, Cá Sấu, Rồng, cây Đa, cây Dâu ...

2.3.3. Tín ngưỡng phồn thực

Việt Nam, tín ngưỡng phồn thực bao gồm thờ cơ quan sinh dục và thờ hành vi giao phối.

Việc thờ cơ quan sinh dục nam, nữ được gọi là thờ sinh thực khí. Hình nam, nữ với bộ phận sinh dục phóng to được tìm thấy ở nhiều nơi như Văn Điển (Hà Nội), thung lũng Sa Pa (Lào Cai), nhà mồ Tây Nguyên ... Ở Phú Thọ, Hà Tĩnh và nhiều nơi khác có tục thờ cúng nữ (cái nôm, tượng trưng cho sinh thực khí nam), nường (mo nang, tượng trưng cho sinh thực khí nữ). Việc thờ sinh thực khí còn thể hiện ở việc thờ các loại cột đá (tự nhiên hoặc được tạc ra) và các loại hốc (hốc cây, hốc đá, kẽ nứt trên đá).

Bên cạnh thờ sinh thực khí, người Việt còn có tục thờ hành vi giao phối. Tục này được thể hiện ở trên một số tác phẩm điêu khắc, nghệ thuật; ở một số các công trình kiến trúc và lễ hội. Trên nắp đồng tìm được ở làng Đào Thịnh (Yên Bái) với niên đại khoảng 500 năm trước Công Nguyên xung quanh hình mặt trời là tượng bốn đôi nam nữ đang giao phối. Ở các nhà mồ Tây Nguyên, hiện người ta vẫn dựng tượng nam nữ giao phối với bộ phận sinh dục phóng to. Vào dịp hội đền Hùng, ở vùng đất Tổ, thanh niên nam, nữ vẫn thực hiện điệu múa “tùng dí” với những vật biểu trưng cho sinh thực khí nam, nữ cầm trong tay.

2.4. Tôn giáo

Trong suốt chiều dài lịch sử, văn hóa Việt Nam luôn có sự giao lưu với văn hóa của nhiều quốc gia khác. Trong quá trình giao lưu này, nhiều tôn giáo ngoại sinh đã du nhập vào Việt Nam. Vì vậy, ở Việt Nam, hầu hết các tôn giáo mang tính toàn cầu hay khu vực như: Khổng giáo, Phật giáo, Thiên chúa giáo, Hồi giáo ... Bên cạnh đó, Việt Nam cũng có những tôn giáo ra đời và phát triển trong lòng dân tộc như: Cao Đài, Hòa Hảo. Hiện nay, Việt Nam hiện có 06 tôn giáo lớn: Phật giáo, Công giáo, Tin Lành, Hồi giáo, Cao Đài và Hoà Hảo.

Người Việt Nam thường tìm đến với tôn giáo như một chỗ dựa về tinh thần, một sự giải thoát và một niềm hy vọng. Vì vậy, người Việt Nam không khát khe trong việc tiếp nhận các tôn giáo. Bên cạnh đó, các tôn giáo ngoại sinh khi du nhập vào Việt Nam đều chịu một phần ảnh hưởng của văn hóa Việt Nam và ít nhiều được Việt Nam hóa. Về cơ bản, người Việt Nam giàu tính khoan dung nên có sự hòa hợp giữa các tôn giáo. Nhìn một cách toàn diện, các tôn giáo ở Việt Nam có sự hòa hợp, cùng tồn tại và cùng phát triển.

Trải qua hơn 10 thế kỷ Bắc thuộc, đời sống tinh thần nói chung của người dân Việt Nam chịu nhiều ảnh hưởng của văn hoá Trung Hoa. Đạo giáo và Nho giáo có nguồn gốc từ Trung Quốc và thâm nhập vào Việt Nam từ những thế kỷ đầu Công Nguyên qua tầng lớp thống trị người Trung Hoa.

Phật giáo có nguồn gốc từ Ấn Độ và có hai phái chính đã du nhập vào Việt Nam bằng hai ngã khác nhau: phái Đại thừa vào Việt Nam qua Trung Quốc cùng với Đạo giáo và Nho giáo, phái Tiểu thừa qua các nước Đông Nam Á láng giềng vào Việt Nam ở phía Nam.

Công giáo được du nhập vào Việt Nam từ thế kỷ 16. Tuy việc truyền đạo lúc bấy giờ gặp nhiều khó khăn nhưng ở Việt Nam từ lúc đầu cũng đã có một số lượng người theo Công giáo. Từ cuối thế kỷ XIX, khi thực dân Pháp xâm lược hoàn toàn

Việt Nam, việc truyền đạo được tự do dễ dàng. Cùng với Công giáo, một hệ phái khác của đạo Cơ đốc là Tin Lành cũng xâm nhập vào Việt Nam từ đầu thế kỷ XX.

Đạo Hồi là tôn giáo của một bộ phận người Chăm ở Việt Nam. Đạo Hồi được du nhập vào Việt Nam từ thế kỷ 15 tại vương quốc Chăm Pa, sau đó theo chân một bộ phận người Chăm di cư tới vùng An Giang, Tây Ninh vào thế kỷ XIX.

Ngoài các tôn giáo du nhập từ bên ngoài, các tôn giáo Hoà Hảo và Cao Đài là hai tôn giáo bản địa của Việt Nam. Đạo Hoà Hảo được sáng lập từ năm 1939 và đạo Cao Đài được sáng lập từ năm 1926. Hiện nay, hai tôn giáo bản địa này phát triển mạnh khắp Nam Bộ, một số tỉnh ở Nam Trung Bộ và Tây Nguyên.

2.5. Lễ hội

Nghề trồng lúa nước mang tính thời vụ cao, có những lúc người dân rất bận rộn nhưng cũng có những lúc nông nhàn. Vào những lúc nông nhàn, người nông dân thường tổ chức rất nhiều lễ tết và hội hè.

Trong lễ hội, các lễ nghi tín ngưỡng, các phong tục tập quán, các thể lệ và hình thức sinh hoạt của cộng đồng được tái hiện rất sinh động. Lễ hội luôn bao gồm hai phần: “Lễ” và “Hội”. “Lễ” là hệ thống những hành vi, động tác nhằm biểu hiện sự tôn kính của con người với thần linh, phản ánh những ước mơ chính đáng của con người trong cuộc sống. “Hội” là sinh hoạt văn hóa, tôn giáo, nghệ thuật của cộng đồng, xuất phát từ nhu cầu cuộc sống. Lễ hội được tổ chức vào những thời điểm khác nhau trong năm, tùy thuộc vào phong tục, tập quán của từng dân tộc. Lễ hội được tổ chức nhiều nhất vào mùa Xuân.

Việt Nam có nhiều loại lễ hội lớn và long trọng như lễ tế các thần linh, các lễ hội nhằm tưởng nhớ tới công ơn tổ tiên, nòi giống như hội Đền Hùng; những lễ hội tưởng nhớ tới các anh hùng như hội Đền Mẫu Đệ, hội Gióng, hội Đền Kiếp Bạc, hội Đống Đa; những lễ hội tưởng nhớ người có công mở mang bờ cõi, các ông tổ các ngành nghề ... của người Việt. Bên cạnh các lễ hội lớn của người Việt, các dân tộc khác cũng có những lễ hội lớn như lễ hội Katê của người Chăm, lễ cúng Trăng của người Khmer, lễ hội xuống Đồng của người Tày, người Nùng ...

Cùng với các lễ hội dân gian, các lễ hội của các tôn giáo ban đầu chỉ mang ý nghĩa nội bộ nhưng theo thời gian các lễ hội đó lan sang các tầng lớp xã

hội khác và thành những lễ hội mang tính cộng đồng như lễ Phật đản của Phật giáo và lễ Noel của Công giáo.

2.6. Ẩm thực

Người Việt Nam thường coi trọng việc ăn uống: “*Có thực mới vực được đạo*”; “*Trời đánh tránh bữa ăn*”. Mọi hành động của người Việt Nam đều lấy “ăn” làm đầu như: *ăn uống, ăn ở, ăn chơi, ăn mặc,...*

Cơ cấu bữa ăn của người Việt Nam bộc lộ rõ dấu ấn của truyền thống văn hóa nông nghiệp lúa nước với một cơ cấu ăn thiên về thực vật mà đứng đầu là LÚA GẠO rồi tới RAU QUẢ, thứ ba là THỦY SẢN và cuối cùng là THỊT.

Ẩm thực Việt Nam có tính **tổng hợp** cao, thể hiện qua cách chế biến đồ ăn, với sự tổng hợp của các loại rau, giữa rau với gia vị, rau quả với cá, tôm... để đảm bảo có được ngũ chất (bột - nước - khoáng - đạm - béo), ngũ vị (chua - cay - mặn - ngọt - đắng), ngũ sắc (trắng - xanh - vàng - đỏ - đen). Tính tổng hợp còn thể hiện qua cách ăn, với sự xuất hiện của nhiều món ăn, với nhiều cách chế biến khác nhau trên mâm, với việc sử dụng đầy đủ các giác quan trong khi ăn, với sự cầu kỳ trong lựa chọn và kết hợp giữa thức ăn với thời tiết, chỗ ăn, người ăn cùng và không khí bữa ăn. Chính tính tổng hợp này kéo theo tính **cộng đồng**, một nét độc đặc trưng của ẩm thực Việt Nam, với việc ăn chung, ưa thích trò chuyện trong khi ăn, để ý tới lượng thức ăn có trên mâm để điều chỉnh mức ăn của mình cho phù hợp.

Trong ăn uống, người Việt Nam chú trọng tới quan hệ biện chứng âm - dương trong phối hợp giữa các món ăn với nhau để đảm bảo cân bằng âm - dương của món ăn, trong lựa chọn món ăn theo từng thời tiết và khu vực khác nhau để đảm bảo cân bằng âm - dương giữa con người với môi trường tự nhiên, trong lựa chọn món ăn với tình trạng cơ thể và điều kiện sức khỏe để đảm bảo sự quân bình âm - dương trong cơ thể.

2.7. Trang phục

Trang phục giúp người Việt Nam thích nghi với môi trường tự nhiên và thể hiện lễ nghi trong giao tiếp xã hội. Với những mục đích trên, nét độc đáo trong trang phục của người Việt Nam thể hiện qua chất liệu may mặc, với những chất liệu có nguồn gốc thực vật vừa là sản phẩm của nghề trồng trọt, vừa là những chất liệu may mặc mỏng, nhẹ, thoáng rất phù hợp với điều kiện thời tiết ở Việt Nam. Chất liệu phổ biến được dùng ở Việt Nam là tơ tằm, ngoài ra còn có tơ chuối, tơ đay, gai và sợi bông.

Trang phục Việt Nam rất đa dạng nhưng các trang phục truyền thống chủ yếu được thiết kế phù hợp với công việc trồng lúa nước và khí hậu nóng bức với quần ống rộng cho nam, váy cho nữ, những loại trang phục vừa thoáng mát vừa tiện khi làm việc. Ở phía trên là áo ngắn có hai túi phía dưới.

Một trong những y phục cổ xưa nhất được người phụ nữ mặc cho đến đầu thế kỉ XX là bộ "Áo tứ thân". Có nhiều nhà nghiên cứu cho rằng: "Áo tứ thân" có thể đã ra đời từ thế kỷ XII. Một loại y phục truyền thống được coi là đặc trưng của người phụ nữ Việt Nam còn duy trì đến ngày nay là "Áo dài". Trong đời sống thường nhật ngày nay, trang phục đã theo phong cách phương Tây. Những bộ quần áo truyền thống chỉ được mặc trong những dịp đặc biệt.

2.8. Văn học Việt Nam

Văn học Việt Nam bao gồm: Văn học dân gian và văn học viết. Văn học dân gian là văn học truyền miệng của người dân và văn học viết gồm có văn học chữ Hán, văn học chữ Nôm và văn học chữ Quốc ngữ.

Kho tàng văn học dân gian của Việt Nam rất phong phú và đa dạng. Để giữ gìn những truyền thống quý báu của dân tộc và bảo tồn những kinh nghiệm sống, kinh nghiệm sản xuất của các thế hệ người Việt Nam khi đại đa số người dân trong thời phong kiến không có điều kiện biết chữ Hán, hình thức văn học dân gian truyền miệng đã ra đời và được truyền lại từ thế hệ này sang thế hệ khác tại Việt Nam. Đó là những câu chuyện thần thoại như *Thần Trụ Trời* của người Việt, *Đi san măt Đất* của người Lô Lô, ... sử thi như *Đam San* của người E Đê, *Đẻ đất đẻ nước* của người Mường, ... truyền

thuyết như *Sơn Tinh Thủy Tinh*, *Thánh Gióng* của người Việt, truyện cổ tích như *Thạch Sanh* ... và các truyện ngụ ngôn, truyện cười, tục ngữ, ca dao, ...

Văn học dân gian thường ca ngợi tài năng và lòng dũng cảm của con người trước thiên nhiên khắc nghiệt, trước kẻ thù độc ác, ca ngợi lòng nhân hậu, độ lượng giúp đỡ nhau, ca ngợi tình yêu trai gái, tình chung thủy vợ chồng, tình yêu con người, yêu thiên nhiên, yêu làng xóm và quê hương.

Không những thế, văn học dân gian Việt Nam còn là vũ khí đấu tranh chống lại những thói hư tật xấu của con người, chống lại những bất công trong xã hội. Bằng ngôn ngữ dân gian giàu hình ảnh, bằng nghệ thuật nhạc điệu sinh động, văn học dân gian Việt Nam đã thấm sâu vào lòng người một cách tự nhiên và rất dễ truyền lại cho đời sau.

2.9. Nghệ thuật Việt Nam

Nghệ thuật Việt Nam được thể hiện đậm nét trong các công trình kiến trúc, điêu khắc, hội họa, âm nhạc và sân khấu.

Nghệ thuật Việt Nam bắt đầu sớm nhất là kiến trúc dân gian với những hoạ tiết về nhà cửa trên mặt trống đồng Đông Sơn vào khoảng thế kỷ VII trước Công Nguyên. Trải qua thời Bắc thuộc, kiến trúc Việt Nam chịu nhiều ảnh hưởng của nền kiến trúc Trung Quốc. Từ thế kỷ X, khi giành được độc lập, kiến trúc Việt Nam là sự kết hợp giữa kiến trúc bản địa cùng với những ảnh hưởng từ Trung Quốc. Các công trình kiến trúc của Việt Nam có quy mô thường không lớn, thường là sự kết hợp hài hoà giữa công trình chính và cảnh quan xung quanh, đặc biệt là sử dụng hồ, ao, sông ngòi để điều tiết khí hậu và tạo cảnh quan. Từ cuối thế kỷ XIV, do thực dân Pháp đô hộ, kiến trúc Việt Nam bắt đầu ảnh hưởng của các khuôn mẫu và thủ pháp kiến trúc, xây dựng của phương Tây. Nhiều công trình kiến trúc phương Tây còn tồn tại đến ngày nay ở các đô thị, đặc biệt tại Hà Nội đã để lại một sắc thái kiến trúc đẹp và độc đáo.

Nền mỹ thuật bắt đầu với điêu khắc cổ được thể hiện trên mặt trống đồng Đông Sơn của cư dân Lạc Việt. Kinh nghiệm đúc kết qua các thời kỳ và những ảnh hưởng từ bên ngoài đã tạo ra nền điêu khắc Việt Nam phát triển rực rỡ vào các thời Lý, Trần, Lê, qua các công trình tôn giáo và cung điện các vương triều. Bên cạnh các công trình kiến trúc và điêu khắc của người Việt, các kỹ thuật tinh xảo trong việc xây dựng các công trình tôn giáo tín ngưỡng của người Chăm và người Khmer Nam Bộ đã làm phong phú và đa dạng nghệ thuật điêu khắc và kiến trúc Việt Nam.

Hội họa xuất hiện muộn hơn với dòng tranh dân gian Việt Nam, gồm tranh lụa, tranh Tết, tranh Đông Hồ. Đề tài tranh dân gian thường giản dị và gần gũi với đời sống của người dân. Mỗi bức tranh đều có ý nghĩa tượng trưng và đều được cách điệu hoá. Cùng với các môn nghệ thuật hiện đại khác, mỹ thuật hiện đại Việt Nam cũng có những bước tiến dài từ đầu thế kỷ XX với ảnh hưởng của nghệ thuật phương Tây, thời Pháp thuộc, với các trường phái lãng mạn, hiện thực, ấn tượng, trừu tượng, siêu thực, ... Mặc dù chịu nhiều ảnh hưởng của phương Tây nhưng khuynh hướng mỹ thuật hiện đại của Việt Nam vẫn gắn liền với lịch sử đất nước.

Sự ra đời và phát triển của sân khấu dân gian Việt Nam gắn liền với đời sống nông nghiệp, trong đó, nghệ thuật múa rối nước là một điểm nhấn. Múa rối nước là nghệ thuật dân gian của người nông dân làm ruộng nước ở vùng đồng bằng Bắc Bộ, thường được biểu diễn trong dịp hội hè, những lúc nông nhàn. Múa rối nước là một nghệ thuật tổng hoà giữa các nghệ thuật điêu khắc, sơn mài, âm nhạc, hội họa và văn học. Cùng với múa rối nước là các môn nghệ thuật chèo, tuồng, cải lương góp phần làm phong phú nền sân khấu cổ truyền Việt Nam. Từ đầu thế kỷ XX, cùng với những ảnh hưởng của sân khấu phương Tây, nghệ thuật sân khấu hiện đại Việt Nam được bổ sung thêm các môn nghệ thuật kịch, hài kịch, xiếc, ảo thuật, múa, balê, opera, ...

Âm nhạc dân gian Việt Nam có truyền thống từ lâu đời, bắt đầu với châu văn, quan họ, ca trù, hát ví, dân ca, vọng cổ, nhạc cung đình, ... của người Việt. Bên cạnh đó, âm nhạc dân gian của các dân tộc khác cũng làm phong phú thêm nền âm nhạc dân gian Việt Nam như: hát lượn của người Tày, hát Sli của người Nùng, hát Khan của người Ê Đê, hát dù kê của người Khmer ... Cùng với các môn nghệ thuật hiện đại khác, nền âm nhạc hiện đại Việt Nam từ những năm 1930 được hình thành và phát triển đến ngày nay được gọi là tân nhạc Việt Nam với các dòng nhạc tiền chiến, nhạc đỏ, tình khúc 1954 - 1975, nhạc vàng, nhạc hải ngoại và nhạc trẻ. Vào tháng 9 năm 2009, ba trong số hình thức âm nhạc dân gian Việt Nam là quan họ, ca trù, nhã nhạc cung đình Huế và Không gian văn hóa Cồng Chiêng Tây Nguyên (bao gồm cả âm nhạc Cồng Chiêng) được UNESCO vinh danh là di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại.

Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam

3.1. Thời kỳ trước năm 1975

Sau khi giành được thắng lợi trong cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp, nước ta đứng trước một tình hình mới: miền Bắc bước vào thời kỳ quá độ tiến lên chủ nghĩa xã hội, miền Nam tiếp tục cuộc cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân nhằm giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước, hoàn thành độc lập dân chủ trong cả nước.

Sau khi hòa bình được lập lại ở miền Bắc (năm 1954), sản xuất công nghiệp từng bước được khôi phục và phát triển. Sau 3 năm khôi phục kinh tế (từ năm 1955 - 1957) và kế hoạch 5 năm khôi phục kinh tế tiếp theo (từ năm 1961 - 1965) với đường lối công nghiệp hóa, nhiều cơ sở sản xuất công nghiệp mới được phục hồi và xây dựng tại miền Bắc.

Để hỗ trợ ngành nông nghiệp, khắc phục hậu quả nặng nề của chiến tranh và tàn dư của chế độ phong kiến, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương và chính sách kinh tế, tài chính tích cực, trong đó nổi bật nhất là cải cách ruộng đất, thực hiện người cày có ruộng. Sau 3 năm khôi phục kinh tế (từ năm 1955-1957), diện tích gieo trồng tăng 23,5%, năng suất lúa tăng 30,8%, sản lượng lương thực tăng 57%, lương thực bình quân đầu người tăng 43,6%, đàn trâu tăng 44,2%, đàn bò tăng 39%, đàn lợn tăng 20% so với năm 1939. Trong hoàn cảnh sau chiến tranh nhưng kết quả đạt được như trên là rất đáng ghi nhận, trong đó nổi bật nhất là lương thực bình quân đầu người năm 1957 đã đạt 303 kg/người. Đến năm 1957, nền kinh tế miền Bắc được phục hồi vượt mức cao nhất dưới thời Pháp thống trị (năm 1939).

Sau khi thu được những kết quả quan trọng trong khôi phục kinh tế, Hội nghị Trung ương lần thứ XIX (tháng 11 năm 1958) đã vạch ra kế hoạch 3 năm cải tạo xã hội chủ nghĩa và phát triển kinh tế, văn hóa. Những năm 1958 - 1960, nền kinh tế miền Bắc có những chuyển biến đáng kể.

Trong 5 năm 1961 - 1965, nhân dân miền Bắc đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng:

Quan hệ sản xuất mới tiếp tục được củng cố, cơ sở vật chất được tăng cường, bước đầu có sự tìm tòi cải tiến cách làm kinh tế qua các cuộc vận động “ba xây, ba chống” và “cải tiến quản lý hợp tác xã, cải tiến kỹ thuật”, giáo dục văn hóa, y tế phát triển mạnh mẽ. Đến năm 1965, có 88,8% số hộ nông dân vào hợp tác xã sản xuất nông nghiệp; trong đó 71,7% số hộ trở thành hợp tác xã bậc cao.

Nền nông nghiệp hợp tác hóa cùng giai cấp nông dân tập thể đã hình thành và phát triển. Tốc độ tăng bình quân về giá trị tổng sản lượng nông nghiệp là 4,1%. Nông nghiệp miền Bắc từ một nền nông nghiệp lạc hậu, độc canh, năng suất thấp dần trở thành một nền nông nghiệp phát triển tương đối toàn diện.

Công nghiệp miền Bắc thời kỳ này đã phát triển khá. Từ những cơ sở sản xuất công nghiệp nhỏ bé, chủ yếu là khai thác nguyên liệu và sửa chữa nhỏ đã bắt đầu sản xuất một phần tư liệu sản xuất và đáp ứng phần lớn những vật phẩm tiêu dùng của nhân dân. Vai trò chủ đạo của công nghiệp trong nền kinh tế quốc dân bước đầu được phát huy. Các ngành công nghiệp chủ yếu như điện, cơ khí, luyện kim, hóa chất, vật liệu xây dựng ... đã hình thành và phát triển nhanh, nhất là ngành điện và ngành cơ khí. Nhiều khu công nghiệp phát triển và hình thành ở Hà Nội, Hải Phòng, Việt Trì, Thái Nguyên, Nam Định, Vinh, ...

Cuối năm 1964, miền Bắc hoàn thành những mục tiêu cơ bản của kế hoạch 5 năm (từ năm 1961 - 1965). Đánh giá những chuyển biến của miền Bắc, tại Hội nghị Chính trị đặc biệt (27/3/1964), Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Trong 10 năm qua, miền Bắc nước ta đã tiến những bước dài chưa từng thấy trong lịch sử dân tộc. Đất nước, xã hội và con người đều đổi mới”.

Giai đoạn từ năm 1965 - 1970, trong hoàn cảnh chiến tranh ác liệt, miền Bắc vẫn vững vàng vừa sản xuất vừa chiến đấu, vừa làm tròn nhiệm vụ hậu phương lớn cho tiền tuyến lớn. Công cuộc khôi phục kinh tế và phát triển sản xuất đã thu được nhiều kết quả. Sản lượng lương thực năm 1970, toàn miền Bắc đạt 5.278.900 tấn, tăng hơn năm 1969 hơn nửa triệu tấn. Năng suất lúa cả năm đạt 43,11 tạ/ha ruộng hai vụ.

Sản xuất công nghiệp cũng có những chuyển biến tốt. Những cơ sở công nghiệp bị địch đánh phá phần lớn đã được khôi phục trong năm 1970. Giá trị tổng sản lượng công nghiệp vượt mức kế hoạch 2,5%, xấp xỉ bằng năm 1965. Phần lớn các sản phẩm chủ yếu của ngành công nghiệp đều đạt hoặc vượt mức kế hoạch năm.

Sau thắng lợi trong cuộc chiến đấu chống chiến tranh phá hoại bằng không quân và hải quân lần thứ hai của đế quốc Mỹ năm 1972, hai năm 1972-1973, công cuộc khôi phục và phát triển kinh tế ở miền Bắc được tiến hành khẩn trương. Hệ thống thủy nông được phục hồi và nâng cấp. Năm 1974, giá trị tổng sản lượng công nghiệp và thủ công nghiệp vượt kế hoạch 4%, so với năm 1973 tăng 15%. So với năm 1960, số xí nghiệp công nghiệp ở miền Bắc năm 1975 tăng 32%, khu vực kinh tế quốc doanh chiếm 88,4% tổng sản phẩm xã hội và 84,1% thu nhập quốc dân. Nhiều bến cảng, đường giao thông thủy bộ được phục hồi nhanh chóng. Nhiều cầu được sửa chữa, xây dựng lại.

Miền Bắc tiến hành xây dựng chủ nghĩa xã hội xuất phát từ nền kinh tế nghèo nàn lạc hậu lại bị chiến tranh tàn phá nặng nề nhưng dưới sự lãnh đạo của Đảng và Chính phủ, được sự giúp đỡ của các nước xã hội chủ nghĩa, nhân dân miền Bắc không những làm tròn sứ mệnh là hậu phương lớn đối với miền Nam ruột thịt, đánh thắng cuộc chiến tranh phá hoại của đế quốc Mỹ, giành được những thắng lợi to lớn trong công cuộc cải tạo và xây dựng kinh tế, phát triển văn hóa và nâng cao đời sống nhân dân.

3.2. Thời kỳ 1976 - 1986

Đặc điểm chính trong thời kỳ này là cả nước cùng tiến lên chủ nghĩa xã hội từ một nền kinh tế phổ biến vẫn còn là sản xuất nhỏ, cơ sở vật chất kỹ thuật kém, lao động chủ yếu là thủ công, phân công lao động xã hội kém phát triển, năng suất lao động xã hội thấp, tổ chức và quản lý kinh tế thiếu chặt chẽ, nền kinh tế mất cân đối. Không những thế, nền kinh tế còn phải chịu hậu quả nặng nề của 30 năm chiến tranh và bao vây cấm vận của Mỹ và các thế lực phản động.

Tuy nhiên, bên cạnh những khó khăn chủ yếu trên, nước ta cũng có những thuận lợi rất cơ bản như: Tổ quốc được hòa bình độc lập, thống nhất; nhân dân phấn khởi, hai miền Nam - Bắc có thể hỗ trợ được cho nhau trong công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội; nước ta tiến hành cách mạng xã hội chủ nghĩa trong một hoàn cảnh quốc tế thuận lợi với sự lớn mạnh của hệ thống các nước xã hội chủ nghĩa, của phong trào độc lập dân tộc và phong trào cách mạng của giai cấp công nhân trên đà phát triển rộng khắp; cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật trên thế giới diễn ra mạnh mẽ.

Với bối cảnh đó, trong các thời kỳ 1976 - 1980; 1981 - 1985, Đảng ta đã có những quyết định về đường lối để xây dựng nền kinh tế xã hội chủ nghĩa.

3.2.1. Thời kỳ 1976 - 1980 (kế hoạch 5 năm lần thứ 2):

Đại hội IV của Đảng (tháng 12 - 1976) đã quyết định đường lối xây dựng nền kinh tế xã hội chủ nghĩa là “*Đẩy mạnh công nghiệp hoá - xã hội chủ nghĩa, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của chủ nghĩa xã hội, đưa nền kinh tế nước ta từ sản xuất nhỏ lên sản xuất lớn xã hội chủ nghĩa, ưu tiên phát triển công nghiệp nặng một cách hợp lý trên cơ sở phát triển nông nghiệp và công nghiệp nhẹ*”.

Thực hiện chủ trương trên, nhiều dự án công nghiệp có quy mô lớn được triển khai, phong trào hợp tác hóa phát triển ở cả hai miền. Phong trào phát triển nhanh nhưng không vững mạnh, sản xuất không được ổn định. Trong khi đó, viện trợ từ các nước xã hội chủ nghĩa giảm dần. Hơn nữa đất nước lại phải đối mặt với cuộc chiến tranh biên giới Tây Nam và biên giới phía Bắc.

Do vậy, kế hoạch 5 năm lần thứ 2 không thành công, tốc độ tăng GDP bình quân thời kỳ này là 0,4% trong khi đó tốc độ tăng dân số là 2,24%. Đất nước lâm vào tình trạng khủng hoảng kinh tế.

Trước tình hình đó, hội nghị TW 6 khóa IV năm 1979 đã quyết định sửa đổi và cải tiến các chính sách hiện hành, tạo điều kiện cho sản xuất phát triển.

3.2.2. Thời kỳ 1981 - 1985 (kế hoạch 5 năm lần thứ 3):

Do yêu cầu cấp bách phải gia tăng lương thực và hàng tiêu dùng đáp ứng cho nhu cầu của nhân dân, cải cách kinh tế được bắt đầu trong lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp với hai văn bản của Đảng và Chính phủ vào tháng 1/1981 như sau:

- Chỉ thị 100/BCH-TW với nội dung cơ bản là khoán sản phẩm trong nông nghiệp đến nhóm và người lao động. Thực hiện chỉ thị này các hộ nông dân được chủ động hơn trong sản xuất và được hưởng phần sản lượng vượt khoán.

- Quyết định 25/CP đã đưa ra một số chủ trương, biện pháp nhằm phát huy quyền chủ động sản xuất kinh doanh và quyền tự chủ về tài chính của các xí nghiệp quốc doanh.

Đại hội Đảng lần thứ V (tháng 3 năm 1982) đã thông qua kế hoạch 5 năm lần thứ III (1981 - 1986) với nội dung nổi bật là tập trung phát triển nông nghiệp, coi nông nghiệp là mặt trận hàng đầu và đẩy mạnh công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, phát triển kinh tế nhiều thành phần.

Những cải cách trên đây tuy có mang lại một số kết quả bước đầu trong phát triển kinh tế nhưng vì cải cách vẫn trong khuôn khổ kế hoạch hóa tập trung, nông dân chưa được tự chủ trong hoạt động sản xuất. Thêm vào đó, chính sách cải cách giá - lương - tiền không thành công dẫn đến lạm phát kinh tế gia tăng và nền kinh tế bị khủng hoảng nghiêm trọng.

3.3. Thời kỳ 1986 đến nay

Vào giữa những năm 1980, cuộc khủng hoảng kinh tế xã hội đã diễn ra ở nước ta, đời sống nhân dân gặp nhiều khó khăn. Trong khi đó, hầu hết các nước trên thế giới đã điều chỉnh nền kinh tế và đạt được kết quả cao như Trung Quốc, Hàn Quốc... Tình hình đó đòi hỏi Đảng và Nhà nước phải có sự đổi mới tư duy kinh tế và cụ thể hóa bằng đường lối và chủ trương, chính sách phù hợp với điều kiện mới. Bước ngoặt cho sự đổi mới kinh tế Việt Nam là quyết định thực hiện đường lối đổi mới toàn diện mang tính chiến lược do Đại hội Đảng VI tháng 12 năm 1986 đề ra.

Trong công nghiệp, Quyết định 217 HĐBT tháng 11 năm 1987 trao quyền tự chủ sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp Nhà nước, thực hiện hạch toán kinh tế, lấy thu bù chi, xóa dần bao cấp, giảm bớt các chỉ tiêu pháp lệnh, khuyến khích các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh mở rộng sản xuất để thu hút vốn đầu tư phát triển công nghiệp. Tháng 12 năm 1987, Luật Đầu tư nước ngoài với nhiều khoản ưu đãi được công bố; đồng thời khuyến khích xuất khẩu đã làm cho môi trường đầu tư thông thoáng hơn, góp phần tăng năng lực sản xuất ngành công nghiệp. Sản xuất của các ngành công nghiệp then chốt đã phục hồi và tăng trưởng khá ổn định, hơn hẳn các thời kỳ trước đó.

Tuy nhiên, những thành tựu và khởi sắc của công nghiệp thực sự bắt đầu trong những năm 90 (thế kỷ XX). Bình quân 5 năm 1991 - 1995, tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp toàn ngành đạt 13,7%, vượt kế hoạch đề ra (7,5% - 8,5%). Trong 5 năm 1996 - 2000, sản xuất công nghiệp nước ta tiếp tục phát triển ổn định và tăng trưởng với nhịp độ cao. Giá trị sản xuất công nghiệp năm 1996 tăng 14,2%, năm 1997 tăng 13,8%, 1998 tăng 12,1%, 1999 tăng 10,4% và năm 2000 tăng 17,5%.

Không chỉ tăng trưởng cao, sản xuất công nghiệp những năm cuối của thập kỷ 90 đã xuất hiện xu hướng đa ngành, đa sản phẩm với sự tham gia của các thành phần kinh tế quốc doanh, ngoài quốc doanh và công nghiệp có vốn FDI, trong đó công nghiệp quốc doanh vẫn giữ vai trò chủ đạo.

Do có lợi thế về máy móc thiết bị và kỹ thuật hiện đại, có thị trường xuất khẩu khá ổn định và được Nhà nước khuyến khích bằng các cơ chế chính sách ngày càng thông thoáng, trong những năm qua, công nghiệp FDI phát triển khá nhanh và ổn định, hơn hẳn khu vực công nghiệp trong nước. Các doanh nghiệp này đóng góp gần 15% GDP, chiếm hơn 30% tổng kim ngạch xuất khẩu, đóng góp 4,9% tổng thu ngân sách Nhà nước và tạo ra hàng vạn công ăn việc làm.

Ngoài giá trị về kinh tế, công nghiệp FDI còn tạo thêm hàng triệu việc làm, góp phần bổ sung và hoàn thiện các mô hình quản lý và tổ chức sản xuất mới phù hợp với cơ chế thị trường ở Việt Nam. Mô hình khu công nghiệp, khu chế xuất (KCN, KCX) chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp với các ngành sản phẩm mũi nhọn, có chất lượng cao, phục vụ xuất khẩu.

Một trong những thành tựu kinh tế to lớn của thời kỳ đổi mới là phát triển sản xuất nông nghiệp; nội dung cơ bản là khoán gọn đến hộ nông dân, thừa nhận hộ nông dân là đơn vị kinh tế tự chủ ở nông thôn, đã đánh dấu sự mở đầu của thời kỳ đổi mới trong nông nghiệp và nông thôn nước ta. Ngày 5/4/1988, Bộ Chính trị Trung ương Đảng ra Nghị quyết số 10 NQ/TW đổi mới quản lý kinh tế nông nghiệp. Cùng với Nghị quyết 10, Đảng và Nhà nước có nhiều chủ trương, chính sách đổi mới khuyến khích nông nghiệp và kinh tế nông thôn phát triển theo hướng kinh tế hàng hoá và đã đạt được những thành tựu quan trọng, nhất là 10 năm trong thập kỷ XIX.

Thành tựu nổi bật và to lớn nhất của nông nghiệp trong 15 năm đổi mới là đã giải quyết vấn đề lương thực, đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, đưa Việt Nam từ nước thiếu lương thực trở thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ hai thế giới liên tục từ năm 1989 đến nay. Do sản xuất lương thực tăng nhanh, nước ta không những đã bảo đảm được nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn dành khối lượng khá lớn cho xuất khẩu.

Kinh tế đạt mức tăng trưởng cao và liên tục nhiều năm liền, đời sống vật chất, văn hóa và tinh thần của dân cư được cải thiện rõ rệt. Sự nghiệp giáo dục đạt nhiều thành tựu. Tỷ lệ dân số từ 10 tuổi trở lên biết đọc, biết viết đã tăng từ 88% năm 1989 lên 91% năm 1999. Năm 2000 nước ta đã hoàn thành chương trình mục tiêu chống mù chữ và phổ cập giáo dục tiểu học. Sự nghiệp y tế và chăm sóc sức khỏe nhân dân được quan tâm. Hệ thống y tế được phát triển từ tuyến cơ sở tới trung ương với nhiều loại hình dịch vụ y tế, tạo điều kiện cho người dân được lựa chọn các dịch vụ y tế phù hợp.

Cùng với thành tựu trong tăng trưởng kinh tế, Việt Nam đã đạt được những kết quả xuất sắc trong xóa đói giảm nghèo. Chủ trương của Đảng và Nhà nước ưu tiên phát triển nông nghiệp và nông thôn, vùng sâu, vùng xa đã thành công trong việc giải phóng sức sản xuất của dân cư nông thôn và khuyến khích họ tự mình phấn đấu cải thiện cuộc sống. Tính theo chuẩn nghèo chung, tỷ lệ nghèo đã giảm từ trên 70% năm 1990 xuống còn 32% năm 2000. Như vậy so với năm 1990, năm 2000 Việt Nam đã giảm 1/2 tỷ lệ nghèo và về điều này nước ta đã đạt được mục tiêu phát triển của Thiên niên kỷ do Quốc tế đặt ra là giảm một nửa tỷ lệ đói nghèo trong giai đoạn 1990 - 2015.

Theo số liệu mới được công bố trên Công thông tin điện tử Chính phủ: Ngày nay, Việt Nam có quan hệ ngoại giao với 180 trong 193 quốc gia thành viên Liên Hợp Quốc; có quan hệ thương mại với gần 230 quốc gia và vùng lãnh thổ; là thành viên tích cực của trên 70 tổ chức khu vực và quốc tế. Việt Nam đã có 98 cơ quan đại diện tại các quốc gia và vùng lãnh thổ khắp 5 châu lục trên thế giới. Đặc biệt, lần đầu tiên trong lịch sử ngoại giao dân tộc, chúng ta đã đảm nhiệm thành công cương vị Ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc nhiệm kỳ 2008 - 2009 và Chủ tịch ASEAN năm 2010. Chưa bao giờ mối quan hệ ngoại giao và kinh tế của Việt Nam lại phát triển sâu rộng và đa dạng như ngày nay.

Kể từ thắng lợi Cách mạng tháng Tám năm 1945 và việc thành lập Nhà nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, nay là nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, đất nước ta đã giành được nhiều thành tựu hết sức to lớn: thắng lợi của các cuộc kháng chiến oanh liệt để giải phóng dân tộc, bảo vệ tổ quốc, hoàn thành cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân, thực hiện thống nhất Tổ quốc, đưa cả nước lên chủ nghĩa xã hội; thắng lợi của sự nghiệp đổi mới do Đảng đề ra và lãnh đạo đã đưa nước ta bước vào một thời kỳ phát triển mới.

Từ khi Nhà nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa ra đời và những thắng lợi giành được đã làm cho đất nước ta *“từ một nước thuộc địa nửa phong kiến đã trở thành một quốc gia độc lập, tự do, phát triển theo con đường xã hội chủ nghĩa, có quan hệ quốc tế rộng rãi, có vị trí ngày càng quan trọng trong khu vực và trên thế giới. Nhân dân ta từ thân phận nô lệ đã trở thành người làm chủ đất nước, làm chủ xã hội. Đất nước ta từ một nền kinh tế nghèo nàn, lạc hậu đã bước vào thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa.”* (Trích báo cáo Chính trị của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa VIII tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng).

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Để học tốt chương này, học viên nên dành thời gian nghiên cứu những nội dung chính được biên soạn trong giáo trình và liên hệ với các đặc điểm của khu vực mình sinh sống và làm việc. Với những nội dung cần làm rõ và tìm hiểu thêm, học viên nên tìm đọc các tài liệu tham khảo của chương và các trang web điện tử của Chính phủ; Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Tổng cục Du lịch để hiểu rõ hơn nhằm phục vụ hiệu quả trong công tác thuyết minh tại điểm. Bên cạnh đó, trong công tác thuyết minh, học viên nên thường xuyên cập nhật tình hình kinh tế, văn hóa xã hội qua các nguồn tư liệu chính thống của Đảng và Nhà nước xuất bản, đăng tải.

Câu hỏi thảo luận: Những thay đổi về văn hóa, kinh tế xã hội tại địa bàn tác nghiệp có ảnh hưởng gì tới công tác của Thuyết minh viên du lịch? Những cách khắc phục. Thảo luận và chia sẻ kinh nghiệm.

Bài tập/Kiểm tra/Viết thu hoạch: Thuyết minh viên du lịch hãy mô tả và so sánh các đặc điểm văn hóa, lịch sử và kinh tế - xã hội tại địa bàn tác nghiệp của mình với các đặc điểm trên của đất nước?

Tài liệu tham khảo của chương:

Nguyễn Thị Thanh Bình - Dana Healy, *Các khía cạnh văn hóa Việt Nam*, NXB Thế Giới, 2006.

Vũ Thế Bình, *Non nước Việt Nam*, NXB Lao động - Xã hội, 2012.

Phan Kế Bính, *Việt Nam phong tục*, NXB Văn Học, 2005.

Trần Ngọc Thêm, *Cơ sở Văn hóa Việt Nam*, NXB Giáo Dục, 1999.

Trần Quốc Vượng (chủ biên), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, NXB Giáo Dục 2009.

Việt Nam Đất nước - Con người, NXB Chính trị quốc gia, 2010.

Chương 2

HỆ THỐNG CHÍNH TRỊ VIỆT NAM VÀ CÁC VĂN BẢN ĐIỀU CHỈNH NGÀNH DU LỊCH

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

Hiểu được Hệ thống Chính trị và Bộ máy Nhà nước Việt Nam;

Xác định được quan điểm và mục tiêu phát triển Du lịch Việt Nam;

Hiểu được chức năng, nhiệm vụ chính của các Cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương và một số tổ chức khác trong ngành Du lịch;

Phân biệt được một số văn bản hướng dẫn mang tính đặc thù có liên quan đến hoạt động du lịch.

Hệ thống Chính trị và Bộ máy Nhà nước Việt Nam

Hiến pháp nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam viết về vai trò của Đảng Cộng sản Việt Nam: "Đảng Cộng sản Việt Nam, đội tiên phong của giai cấp công nhân Việt Nam, đại biểu trung thành quyền lợi của giai cấp công nhân, nhân dân lao động và của cả dân tộc, theo chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, là lực lượng lãnh đạo Nhà nước và Xã hội. Các tổ chức của Đảng đều hoạt động trong khuôn khổ Hiến pháp và Pháp luật".

1.1. Đảng Cộng sản Việt Nam

Từ khi thành lập năm 1930 đến nay, Đảng Cộng sản Việt Nam đã tổ chức và lãnh đạo xã hội thực hiện mọi thắng lợi của dân tộc Việt Nam. Năm 1945, Đảng Cộng sản lãnh đạo nhân dân thực hiện cuộc cách mạng tháng 8, chấm dứt ách đô hộ của chủ nghĩa thực dân Pháp, lập nên nước Việt Nam Dân chủ Cộng hoà (là nước Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam ngày nay). Năm 1954, sau 9 năm lãnh đạo cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp thắng lợi, Đảng đã giành sự kiểm soát hành chính trên một nửa đất nước Việt Nam. Từ năm 1954 đến 1975, Đảng Cộng sản đã lãnh đạo sự nghiệp xây dựng chế độ mới ở miền Bắc, thực hiện cuộc kháng chiến chống xâm lược Mỹ trên cả nước và giải phóng hoàn toàn miền Nam năm 1975, thống nhất đất nước năm 1976. Năm 1986, Đảng Cộng sản đã khởi xướng và lãnh đạo công cuộc Đổi mới đạt được nhiều thắng lợi to lớn, sau 10 năm đã đưa đất nước thoát khỏi khủng hoảng kinh tế, xã hội, bước vào thời kỳ mới, đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước nhằm mục tiêu đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp vào năm 2020.

Đảng Cộng sản Việt Nam tổ chức theo nguyên tắc tập trung dân chủ. Cơ quan quyền lực cao nhất là Đại hội Đảng toàn quốc, được tổ chức 5 năm một lần. Đại hội bầu ra Ban chấp hành Trung ương. Ban chấp hành Trung ương bầu ra Bộ chính trị và Tổng Bí thư. Trước đây, chức vụ cao nhất trong Đảng là Chủ tịch Đảng (do Chủ tịch Hồ Chí Minh đảm nhận). Tổng Bí thư đầu tiên của Đảng Cộng sản Việt Nam là ông Trần Phú. Tổng Bí thư hiện nay (khóa XI) là ông Nguyễn Phú Trọng. Mọi công dân Việt Nam nếu tự nguyện gia nhập Đảng Cộng sản và nếu tổ chức Đảng thấy có đủ tiêu chuẩn thì sẽ được kết nạp. Tuy nhiên, Đảng viên mới phải trải qua một thời kỳ thử thách là đảng viên dự bị một năm, mới trở thành đảng viên chính thức, có quyền biểu quyết, bầu cử và ứng cử trong Đảng. Đảng Cộng sản Việt Nam đã trải qua 11 lần đại hội. Đại hội XI diễn ra vào tháng 01 năm 2011. Hiện nay, Đảng có hơn 3,6 triệu đảng viên.

1.2. Hệ thống Nhà nước

1.2.1. Quốc hội:

Quốc hội là cơ quan đại biểu cao nhất của nhân dân, cơ quan quyền lực nhà nước cao nhất của nước Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. a. Chức năng:

Quốc hội có 3 chức năng chính: chức năng lập pháp; chức năng quyết định các vấn đề quan trọng của đất nước; chức năng giám sát tối cao đối với toàn bộ hoạt động của Nhà nước.

b. Nhiệm kỳ của Quốc hội:

Nhiệm kỳ của Quốc hội là 5 năm, hoạt động thông qua kỳ họp 2 lần/năm. Ngoài ra, nếu Ủy ban thường vụ Quốc hội xét thấy cần thiết hoặc do yêu cầu của Chủ tịch nước, Thủ tướng hoặc 1/3 tổng số đại biểu thì Quốc hội sẽ họp đột xuất. c. Đại biểu Quốc hội:

Đại biểu Quốc hội là công dân Việt Nam, từ 21 tuổi trở lên, có phẩm chất, trình độ, năng lực, được cử tri tín nhiệm bầu ra.

Đại biểu Quốc hội có nhiệm vụ tham gia các kỳ họp Quốc hội, có quyền trình dự án luật, dự án pháp lệnh trước Quốc hội, Ủy ban thường vụ Quốc hội, có quyền chất vấn Chủ tịch nước, Chủ tịch Quốc hội, Thủ tướng và các thành viên Chính phủ, Chánh án Toà án Nhân dân tối cao, Viện trưởng Viện Kiểm sát nhân dân tối cao.

Đại biểu Quốc hội phải liên hệ chặt chẽ với cử tri và chịu sự giám sát của cử tri. d. Chủ tịch và Phó Chủ tịch Quốc hội:

Chủ tịch và Phó Chủ tịch Quốc hội là đại biểu Quốc hội do Quốc hội bầu ra vào kỳ họp đầu tiên của mỗi khóa Quốc hội. Các Phó Chủ tịch Quốc hội là người giúp việc cho Chủ tịch theo sự phân công của Chủ tịch. e. Ủy ban thường vụ Quốc hội:

Điều 90 Hiến pháp 1992 quy định: "Ủy ban thường vụ Quốc hội là cơ quan thường trực của Quốc hội".

Ủy ban thường vụ Quốc hội gồm có: Chủ tịch Quốc hội, các Phó chủ tịch Quốc hội và các uỷ viên.

Số lượng các thành viên của Ủy ban thường vụ Quốc hội do Quốc hội quyết định. Thành viên của Ủy ban thường vụ Quốc hội làm việc theo chế độ chuyên trách và không thể đồng thời là thành viên của Chính phủ.

Nhiệm kỳ của Ủy ban thường vụ Quốc hội theo nhiệm kỳ của Quốc hội. Khi Quốc hội hết nhiệm kỳ, Ủy ban thường vụ Quốc hội tiếp tục làm nhiệm vụ cho đến khi Quốc hội khoá mới bầu ra Ủy ban thường vụ mới."

Nhiệm vụ và quyền hạn:

Điều 91 Hiến pháp 1992 quy định: "Ủy ban thường vụ Quốc hội có những nhiệm vụ và quyền hạn cơ bản sau":

Công bố và chủ trì việc bầu cử đại biểu Quốc hội;

Tổ chức việc chuẩn bị, triệu tập và chủ trì các kỳ họp Quốc hội;

Giải thích Hiến pháp, luật và pháp lệnh;

Ra pháp lệnh về những vấn đề được Quốc hội giao;

Giám sát việc thi hành Hiến pháp, luật, nghị quyết của Quốc hội, pháp lệnh, nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội; giám sát hoạt động của Chính phủ, Toà án nhân dân tối cao, Viện kiểm sát nhân dân tối cao; đình chỉ việc thi hành các văn bản của Chính phủ, Toà án nhân dân tối cao, Viện kiểm sát nhân dân tối cao trái với Hiến pháp, luật, nghị quyết của Quốc hội và trình Quốc hội quyết định việc huỷ bỏ các văn bản đó huỷ bỏ các văn bản của Chính phủ, Toà án nhân dân tối cao, Viện kiểm sát nhân dân tối cao trái với pháp lệnh, nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội;

Giám sát và hướng dẫn hoạt động của Hội đồng nhân dân; bãi bỏ các nghị quyết sai trái của Hội đồng nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; giải tán Hội đồng nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong trường hợp Hội đồng nhân dân đó làm thiệt hại nghiêm trọng đến lợi ích của nhân dân;

Chỉ đạo, điều hoà, phối hợp hoạt động của Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội; hướng dẫn và bảo đảm điều kiện hoạt động cho các đại biểu Quốc hội;

Trong thời gian Quốc hội không họp, phê chuẩn đề nghị của Thủ tướng Chính phủ về việc bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức Phó Thủ tướng, Bộ trưởng, các thành viên khác của Chính phủ và báo cáo với Quốc hội tại kỳ họp gần nhất của Quốc hội;

Trong thời gian Quốc hội không họp, quyết định việc tuyên bố tình trạng chiến tranh khi nước nhà bị xâm lược và trình Quốc hội phê chuẩn quyết định đó tại kỳ họp gần nhất của Quốc hội;

Quyết định tổng động viên hoặc động viên cục bộ, ban bố tình trạng khẩn cấp trong cả nước hoặc ở từng địa phương;

Thực hiện quan hệ đối ngoại của Quốc hội;

Tổ chức trưng cầu ý dân theo quyết định của Quốc hội.

Để thực hiện nhiệm vụ và quyền hạn của mình, Ủy ban thường vụ Quốc hội giao cho Hội đồng Dân tộc, các Ủy ban của Quốc hội và Văn phòng Quốc hội chuẩn bị các vấn đề trình Ủy ban thường vụ Quốc hội xem xét và quyết định.

Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội:

Hội đồng Dân tộc và Ủy ban của Quốc hội gồm: Ủy ban Pháp luật; Ủy ban Tư pháp; Ủy ban Kinh tế; Ủy ban Tài chính, Ngân sách; Ủy ban Quốc phòng và An ninh; Ủy ban Văn hóa, Giáo dục, Thanh niên Thiếu niên và Nhi đồng; Ủy ban về Các vấn đề Xã hội; Ủy ban Khoa học, Công nghệ và Môi trường; Ủy ban Đối ngoại.

1.2.2. Chủ tịch nước:

Chủ tịch nước là người đứng đầu Nhà nước, được Quốc hội bầu từ các đại biểu Quốc hội để thay mặt nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam về mặt đối nội và đối ngoại.

Hiến pháp nước CHXHCN Việt Nam ghi rõ: Chủ tịch nước có 12 quyền hạn, trong đó, quan trọng nhất là:

Công bố hiến pháp, luật, pháp lệnh.

Thông lĩnh các lực lượng vũ trang nhân dân và giữ chức Chủ tịch Hội đồng Quốc phòng và An ninh.

Đề nghị Quốc hội bầu, miễn nhiệm Phó chủ tịch nước, Thủ tướng, Chánh án Toà án tối cao, Viện trưởng Viện kiểm sát tối cao.

Giúp việc Chủ tịch nước có: Phó Chủ tịch nước, Hội đồng Quốc phòng và An ninh, Văn phòng Chủ tịch nước.

Phó Chủ tịch nước: Do Chủ tịch đề nghị, Quốc hội bầu trong số đại biểu Quốc hội; Phó Chủ tịch giúp Chủ tịch nước làm nhiệm vụ và có thể được Chủ tịch ủy quyền làm một số nhiệm vụ hoặc làm quyền Chủ tịch.

Hội đồng Quốc phòng và An ninh: Có nhiệm vụ động viên mọi lực lượng và khả năng của nước nhà để bảo vệ Tổ quốc. Hội đồng Quốc phòng và An ninh do Chủ tịch nước đứng đầu gồm Phó Chủ tịch nước và các thành viên do Chủ tịch nước giới thiệu và Quốc hội bỏ phiếu phê chuẩn.

1.2.3. Chính phủ:

Là cơ quan chấp hành của Quốc hội, cơ quan hành chính Nhà nước cao nhất của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Chính phủ chịu sự giám sát và thực hiện chế độ báo cáo công tác trước Quốc hội, Ủy ban Thường vụ Quốc hội và Chủ tịch nước.

Chính phủ gồm: Thủ tướng, các Phó Thủ tướng, các Bộ trưởng và Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ.

Thủ tướng do Chủ tịch nước giới thiệu, Quốc hội bầu ra và bãi miễn trong số các đại biểu Quốc hội nhiệm kỳ 5 năm.

Các Phó Thủ tướng do Thủ tướng đề nghị Quốc hội phê chuẩn, là người giúp việc cho Thủ tướng và được Thủ tướng ủy nhiệm khi Thủ tướng vắng mặt.

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ do Thủ tướng đề nghị Quốc hội phê chuẩn, đảm nhiệm chức năng quản lý Nhà nước đối với ngành hoặc lĩnh vực công tác được giao.

1.2.4. Toà án nhân dân tối cao:

Là cơ quan xét xử cao nhất của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Gồm Chánh án, Phó Chánh án, Thẩm phán, hội thẩm, thư ký toà án.

Cơ cấu gồm: Hội đồng Thẩm phán, Ủy ban Thẩm phán, Toà án Quân sự Trung ương và các toà Hình sự, toà Dân sự, toà Phúc thẩm, bộ máy giúp việc.

Nhiệm kỳ là 5 năm.

Chánh án Toà án Nhân dân tối cao do Quốc hội bầu và bãi miễn; Phó Chánh án, Thẩm phán do Chủ tịch nước bổ nhiệm, bãi miễn theo đề nghị của Chánh án. Hội thẩm nhân dân Toà án tối cao do Ủy ban Thường vụ Quốc hội cử theo sự giới thiệu của Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam.

Xét xử công khai, độc lập, chỉ tuân theo pháp luật.

Xét xử tập thể, có hội thẩm nhân dân tham gia, quyết định theo đa số.

Đảm bảo quyền bình đẳng trước pháp luật, bị cáo được quyền mời luật sư bào chữa, quyền được dùng tiếng nói, chữ viết riêng.

1.2.5. Viện Kiểm sát Nhân dân Tối cao:

Kiểm tra việc tuân theo pháp luật của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, các cơ quan khác thuộc Chính phủ, các cơ quan chính quyền địa phương, tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội, đơn vị vũ trang, công dân ; thực hành quyền công tố bảo đảm cho pháp luật được chấp hành nghiêm chỉnh và thống nhất.

Viện Kiểm sát Nhân dân Tối cao gồm:

Viện trưởng: do Chủ tịch nước đề nghị, Quốc hội bầu và bãi miễn.

Các Viện phó, các kiểm sát viên và các điều tra viên: do Chủ tịch nước bổ nhiệm và bãi miễn theo đề nghị của Viện trưởng.

1.2.6. Tổ chức bộ máy cấp địa phương:

a. Hội đồng nhân dân:

Hội đồng nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

Hội đồng nhân dân huyện.

Hội đồng nhân dân thành phố thuộc tỉnh, thị xã, quận.

Hội đồng nhân dân xã, phường, thị trấn.

b. Ủy ban nhân dân:

Tỉnh và cấp tương đương: gồm các sở, các ủy ban, các cơ quan khác thuộc Ủy ban nhân dân và Văn phòng Ủy ban nhân dân.

Huyện và cấp tương đương: gồm các phòng, ban, các cơ quan khác thuộc Ủy ban nhân dân và Văn phòng Ủy ban nhân dân.

Xã và cấp tương đương: các ban và văn phòng.

Toà án nhân dân địa phương:

Toà án tỉnh và cấp tương đương.

Toà án nhân dân huyện.

Viện kiểm sát nhân dân địa phương:

Gồm cấp tỉnh và huyện.

1.3. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức thành viên

Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức thành viên là cơ sở chính trị của chính quyền nhân dân. Mặt trận phát huy truyền thống đoàn kết toàn dân, tăng cường sự nhất trí về chính trị và tinh thần trong nhân dân, tham gia xây dựng và củng cố chính quyền nhân dân, cùng Nhà nước chăm lo và bảo vệ lợi ích chính đáng của nhân dân, động viên nhân dân thực hiện quyền làm chủ, nghiêm chỉnh thi hành Hiến pháp và pháp luật, giám sát hoạt động của cơ quan Nhà nước, đại biểu dân cử và cán bộ, viên chức Nhà nước. Nhà nước tạo điều kiện để Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức thành viên hoạt động có hiệu quả.

1.4. Công đoàn

Công đoàn là tổ chức chính trị - xã hội của giai cấp công nhân và của người lao động cùng với cơ quan Nhà nước, tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội, Công đoàn chăm lo và bảo vệ quyền lợi của cán bộ, công nhân, viên chức và những người lao động khác; tham gia quản lý Nhà nước và xã hội, tham gia kiểm tra, giám sát hoạt

động của cơ quan Nhà nước, tổ chức kinh tế; giáo dục cán bộ, công nhân, viên chức và những người lao động khác xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

1.5. Các tổ chức chính trị - xã hội khác

Ngoài Mặt trận Tổ quốc và Công đoàn, ở Việt Nam hiện đang tồn tại một số tổ chức chính trị, xã hội khác như: Hội liên hiệp Phụ nữ, Đoàn Thanh niên, Hội Cựu chiến binh, các hiệp hội theo ngành nghề. Các tổ chức này đã đóng vai trò quan trọng trong sự nghiệp giải phóng đất nước. Trong công cuộc Đổi mới và công nghiệp hoá, hiện đại hoá, các tổ chức xã hội này đang góp phần quan trọng đưa các chính sách của Đảng và Chính phủ Việt Nam vào cuộc sống.

II. Quản lý nhà nước về du lịch tại Việt Nam

2.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển du lịch

2.1.1. Quan điểm

- Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn , góp phần quan trọng thúc đẩy các ngành liên quan phát triển, chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Tập trung phát triển du lịch theo hướng hiện đại, có chất lượng, có thương hiệu, có trọng tâm, trọng điểm; phát triển đồng thời du lịch nội địa và quốc tế

Phát triển du lịch bền vững gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa ;

đảm bảo tính liên ngành , liên vùng và xã hội hóa; gắn với an ninh , quốc phòng, trật tự an toàn xã hội; khai thác tối ưu lợi thế quốc gia, các nguồn lực trong và ngoài nước; phát huy mạnh vai trò nòng cốt của doanh nghiệp.

2.1.2. Mục tiêu

Đến năm 2020:

- Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
- Sản phẩm du lịch chất lượng cao , đa dạng, có thương hiệu , có sức cạnh tranh; Tính chuyên nghiệp cao, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ; Giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc, thân thiện với môi trường;
- Việt Nam là điểm đến hấp dẫn, có đẳng cấp trong khu vực.

Đến năm 2030, đưa Việt Nam trở thành một trong những điểm đến du lịch được ưa chuộng, có đẳng cấp trên thế giới.

2.2. Pháp luật và công cụ

2.2.1. Pháp luật (PL) và công cụ

Hệ thống pháp luật XHCN là: tổng thể các quy phạm pháp luật có mối quan hệ chặt chẽ với nhau được quy định thành các chế định pháp luật, các ngành luật và được thể hiện trong các văn bản quy phạm pháp luật (QPPL) do nhà nước ban hành theo những trình tự thủ tục và hình thức nhất định. Các thành tố của hệ thống pháp luật: QPPL, Chế định pháp luật, Ngành luật. QPPL là thành tố nhỏ nhất trong hệ thống cấu trúc bên trong của PL. Nó cấu thành chế định PL, các Ngành luật và cả hệ thống PL.

Pháp luật: Là hệ thống các quy tắc xử sự, là công cụ điều chỉnh các quan hệ xã hội do Nhà nước ban hành, thể hiện ý chí của giai cấp cầm quyền và được Nhà nước đảm bảo thực hiện bằng các biện pháp giáo dục, thuyết phục, và cưỡng chế. Mỗi hình thái kinh tế - xã hội đều có một kiểu Nhà nước và một kiểu pháp luật tương ứng. Lịch sử xã hội loài người đã có các kiểu pháp luật chủ nô, pháp luật phong kiến, pháp luật tư sản và pháp luật xã hội chủ nghĩa. Pháp luật hoàn toàn không phải là sản phẩm thuần túy của lý tính hay bản tính tự nhiên phi giai cấp của con người như học thuyết pháp luật tự nhiên quan niệm. Pháp luật, như Mác và Ăng - ghen phân tích, chỉ phát sinh, tồn tại và phát triển trong xã hội có giai cấp, có Nhà nước; bản chất của pháp luật thể hiện ở tính giai cấp của Nhà nước. Pháp luật còn là một bộ phận quan trọng của cấu trúc thượng tầng xã hội. Nó do cơ sở hạ tầng quyết định, nhưng có tác động trở lại đối với cơ sở hạ tầng. Nếu pháp luật phản ánh đúng đắn các quy luật vận động và phát triển của xã hội, nhất là các quy luật kinh tế thì pháp luật sẽ có tác động tích cực đối với phát triển kinh tế - xã hội. Ngược lại, pháp luật sẽ kìm hãm sự phát triển đó.

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, hoạt động du lịch liên quan hầu hết đến các ngành kinh tế khác trong xã hội. Chính vì vậy, hoạt động du lịch chịu sự điều chỉnh của rất nhiều loại văn bản quy phạm pháp luật khác nhau.

Thuyết minh viên du lịch là người tham gia trực tiếp từ đầu đến cuối của một chương trình du lịch tại điểm, hoạt động của thuyết minh viên du lịch trong suốt quá trình thuyết minh cho các đoàn khách chịu sự điều chỉnh của nhiều ngành luật khác nhau. Chính sự phức tạp, khó khăn của nghề nghiệp đòi hỏi mỗi thuyết minh viên du lịch du lịch cần phải tự trang bị cho mình những kiến thức nhất định về pháp luật nhằm phục vụ tốt cho công tác được giao. a. Danh mục các Luật liên quan đến Du lịch:

Luật Du lịch

Luật Di sản văn hóa

Luật Bảo vệ và phát triển rừng

Luật Bảo vệ môi trường

Luật Dân sự

Luật Hình sự

Luật An ninh quốc gia

Luật phòng chống ma túy

Luật Thương mại

b. Danh mục các Nghị định hướng dẫn:

Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật du lịch

Nghị định số 16/2012/NĐ-CP ngày 12 tháng 3 năm 2012 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch.

Nghị định 98/2010/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật di sản văn hóa và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật di sản văn hóa.

Nghị định số 80/2006/NĐ-CP ngày 09/8/2006 của Chính phủ về việc quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ môi trường.

Nghị định 23/2006/NĐ-CP của Chính phủ về thi hành Luật Bảo vệ và Phát triển rừng.

Nghị định số 65/2010/NĐ-CP của Thủ tướng Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đa dạng sinh học.

c. Danh mục các thông tư hướng dẫn:

Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 30 tháng 12 hướng dẫn thi hành Nghị định 92/2007/NĐ-CP ngày 01/6/2007 qui định chi tiết một số điều của Luật Du lịch về kinh doanh lưu trú du lịch.

Thông tư số 48/2010/TT-BTC ngày 12 tháng 04 năm 2010 của Bộ Tài chính hướng dẫn chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng lệ phí cấp giấy phép lữ hành quốc tế, cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam, cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch, cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch.

Thông tư liên tịch số 05/2011/TTLT-BVHTTDL-BGTVT ngày 26 tháng 01 năm 2011 Quy định về vận chuyển khách du lịch bằng ô tô và cấp biển hiệu cho xe ô tô vận chuyển khách du lịch.

Thông tư liên tịch số 22/2012/TTLT-BGTVT-BVHTTDL của Bộ Giao thông Vận tải, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định về đảm bảo an toàn giao thông trong hoạt động vận tải hành khách du lịch bằng phương tiện thủy nội địa.

Thông tư liên tịch số 06/2009/TTLT-BCA-BVHTTDL ngày 22/7/2009 của Bộ Công an và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn phối hợp công tác bảo vệ an ninh quốc gia và trật tự, an toàn xã hội trong hoạt động du lịch.

2.2.2. Mười điểm mới cơ bản của Luật Du lịch

Thứ nhất, thể hiện rõ ràng quan điểm của Nhà nước trong việc phát triển Du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn: Bổ sung hoạt động nghiên cứu, đầu tư, xây dựng sản phẩm du lịch mới; hiện đại hoá hoạt động du lịch; xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch. Thể hiện cụ thể hơn quan điểm của Nhà nước trong việc dành ngân sách đầu tư cho du lịch như công tác quy hoạch du lịch, các hoạt động đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng đô thị du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch, bảo vệ tôn tạo tài nguyên và môi trường du lịch, nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch.

Thứ hai, thể chế hoá quan điểm phát triển bền vững, bảo vệ môi trường trong du lịch cả về môi trường tự nhiên và xã hội: Quy định cụ thể hơn trách nhiệm của các Bộ, ngành, chính quyền các cấp, nghĩa vụ của các tổ chức chủ quản và chủ sở hữu tài nguyên du lịch trong việc bảo vệ, tôn tạo và phát triển tài nguyên du lịch. Quy định cụ thể các nguyên tắc, nội dung quy hoạch du lịch, thẩm quyền lập, phê duyệt và công bố quy hoạch. Đưa ra các tiêu chí rõ ràng để hình thành các khu, điểm, tuyến du lịch phù hợp với Quy hoạch tổng thể và Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.

Thứ ba, có một cách nhìn nhận mới đối với khách du lịch, từ đó đưa ra một số quy định mới: Bên cạnh quy định đã có tạo sự thuận lợi cho khách du lịch, bổ sung thêm các điều để đảm bảo an toàn tính mạng cho khách. Tạo cơ sở pháp lý quan trọng để bảo vệ khách du lịch

Thứ tư, bổ sung chế định mới: đô thị du lịch. Quy định bao gồm: điều kiện công nhận đô thị du lịch, hồ sơ, thủ tục, thẩm quyền công nhận và vấn đề quản lý phát triển đô thị du lịch; Đảm bảo các biện pháp quản lý đặc thù phù hợp cho một số đô thị du lịch, xây dựng các đô thị du lịch với thương hiệu hấp dẫn đối với khách du lịch

Thứ năm, chú ý tới yếu tố có vai trò quyết định (con người): Đặt ra các quy định về tiêu chuẩn chuyên môn đối với người trực tiếp quản lý, điều hành; Đảm bảo đội ngũ cán bộ làm du lịch có nghề, góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động du lịch.

Thứ sáu, bổ sung hai ngành nghề kinh doanh du lịch mới: Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch; Kinh doanh hàng hoá dịch vụ trong khu du lịch, điểm du lịch để giúp hình thành những tổ chức, cá nhân có năng lực chuyên môn trong lĩnh vực đầu tư phát triển du lịch để khai thác, phát triển các tài nguyên du lịch thành các sản phẩm du lịch hấp dẫn.

Thứ bảy, hoàn thiện hơn các quy định hiện hành theo hướng chuyên nghiệp hoá: Tách biệt lĩnh vực hành quốc tế và nội địa; Chia lĩnh vực hành quốc tế thành hai loại để đưa khách vào Việt Nam và đưa khách từ Việt Nam đi nước ngoài; Bổ sung quy định về loại hình đại lý lĩnh vực hành, tạo điều kiện để đưa hoạt động này vào nề nếp.

Thứ tám, mở rộng và đa dạng hoá các loại hình kinh doanh lưu trú để thu hút các tổ chức cá nhân tham gia loại hình kinh doanh này: Bổ sung loại hình lưu trú “nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê” để thể hiện chủ trương “xã hội hoá du lịch”.

Thứ chín, có điều chỉnh pháp lý đối với việc kinh doanh vận chuyển khách du lịch: Tránh chồng chéo với các quy định về kinh doanh vận chuyển hành khách đã có trong văn bản của ngành giao thông vận tải; Các phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch sẽ được cấp biển hiệu riêng và được ưu tiên bố trí nơi dừng, đỗ để đón trả khách.

Thứ mười, đa dạng hoá các loại hình hướng dẫn để phù hợp với tính đa dạng của các hoạt động du lịch: Lần đầu tiên có quy định về thuyết minh viên du lịch; Tạo cơ sở pháp lý cho việc hình thành đội ngũ các hướng dẫn viên du lịch nội địa.

Bộ máy Quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương

3.1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VHTTDL)

Bộ VHTTDL là thành viên của Chính phủ, quản lý nhà nước về văn hóa, gia đình, thể dục thể thao và du lịch; quản lý nhà nước các dịch vụ công thuộc lĩnh vực văn hóa, gia đình, thể dục thể thao và du lịch theo quy định của pháp luật (Nghị định 185 ND-CP 25/12/2007).

3.2. Tổng cục Du lịch

Cơ quan Du lịch Quốc gia (Tổng cục Du lịch) là cơ quan trực thuộc Bộ VHTTDL, có chức năng tham mưu giúp Bộ trưởng Bộ VHTTDL quản lý nhà nước và thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn quản lý nhà nước về du lịch trên phạm vi cả nước (Quyết định 63/2008/QĐ - TTg, 19/5/2008).

3.3. Tổ chức, Văn phòng và Vụ chức năng (cơ cấu tổ chức, chức năng, nhiệm vụ của TCDL)

Cơ cấu tổ chức: Tổ chức, Văn phòng và Vụ chức năng: Văn phòng Tổng cục, Vụ Khách sạn, Vụ Lễ hành, Vụ Tổ chức cán bộ, Vụ Tài chính, Vụ Thị trường Du lịch, Vụ Hợp tác quốc tế, Trung tâm Thông tin du lịch, Tạp chí Du lịch, Viện Nghiên cứu phát triển du lịch và Báo Du lịch.

Việc phân cấp quản lý nhà nước về du lịch hiện nay như sau:

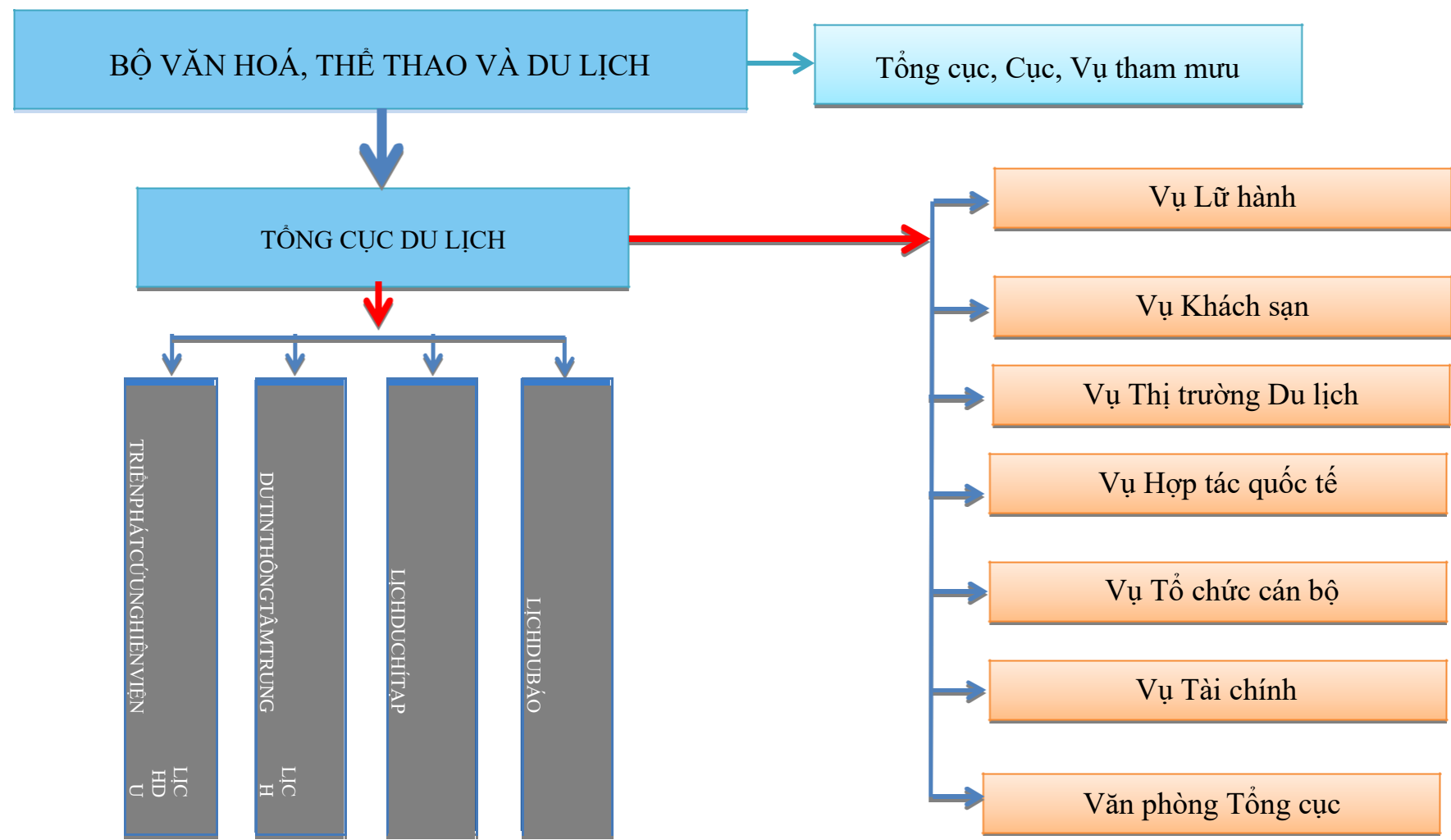
Chính phủ: Thống nhất Quản lý Nhà nước về Du lịch.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương) chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện chức năng quản lý nhà nước về du lịch, phối hợp với các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện quản lý nhà nước về du lịch. Các nhiệm vụ cụ thể được quy định tại ND 185 ngày 25/12/2007 (12 nhiệm vụ chung với các lĩnh vực khác (từ Mục 1-5 và 22-33) và 5 nhiệm vụ quy định riêng về du lịch (từ mục 17-21: Tài nguyên và quy hoạch du lịch; Khu, tuyến, điểm và đô thị du lịch; Hướng dẫn du lịch; Kinh doanh du lịch; Xúc tiến du lịch).

Tổng cục Du lịch: Là cơ quan trực thuộc Bộ, tham mưu giúp Bộ trưởng Bộ VHTTDL quản lý nhà nước và thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn quản lý nhà nước về du lịch trên phạm vi cả nước với 33 nhiệm vụ chia thành 3 nhóm:

- Trình Bộ trưởng đề trình CP và TTg: 4 nhiệm vụ tại Khoản 1 Điều 2 QĐ 63;
- Trình Bộ trưởng quyết định: 8 nhiệm vụ tại khoản 2 Điều 2 QĐ 63;
- Chỉ đạo và tổ chức thực hiện: 21 nhiệm vụ tại khoản 3 Điều 2 QĐ 63.

3.4. Sơ đồ 1: Cơ cấu, tổ chức bộ máy Quản lý Nhà nước về Du lịch tại Việt Nam



IV. Chức năng, nhiệm vụ của cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương

Cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương gồm Ủy ban Nhân dân các cấp, thành phố trực thuộc Trung ương, với sự tham mưu của Sở chuyên môn (Sở VH-TT-DL) Phòng quản lý nghiệp vụ (cấp huyện) và Ban quản lý Du lịch (cấp xã, cộng đồng).

Việc phân cấp quản lý được thực hiện như sau:

. Ủy ban nhân dân tỉnh

Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (gọi chung là Ủy ban nhân dân cấp tỉnh) trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình và theo sự phân cấp của Chính phủ có trách nhiệm quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương; cụ thể hóa chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, cơ chế, chính sách phát triển du lịch phù hợp với thực tế tại địa phương và có biện pháp bảo vệ an ninh, trật tự, an toàn xã hội, vệ sinh môi trường tại khu, điểm, tuyến, đô thị du lịch (Khoản 4, Điều 11).

Nhiệm vụ cụ thể của các Cơ quan Nhà nước về Du lịch tại địa phương:

UBND các cấp: Có biện pháp bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường du lịch phù hợp với thực tế của địa phương (Khoản 3 Điều 9 Luật Du lịch).

Cụ thể hóa chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, cơ chế, chính sách phát triển du lịch phù hợp với thực tế tại địa phương và có biện pháp bảo vệ an ninh, trật tự, an toàn xã hội, vệ sinh môi trường tại khu, điểm, tuyến, đô thị du lịch (Khoản 4 Điều 11 Luật Du lịch).

Có trách nhiệm quản lý tài nguyên du lịch, phối hợp, bảo vệ, khai thác, sử dụng hợp lý và phát triển tài nguyên du lịch (Khoản 1 Điều 16 Luật Du lịch)

Chủ tịch UBND cấp tỉnh quyết định thành lập Ban quản lý khu du lịch trong ranh giới hành chính của địa phương (Khoản 2, tiết b Điều 28 Luật Du lịch).

Quy định hình thức quản lý điểm du lịch (Điều 29 Luật Du lịch).

Phối hợp với Bộ Giao thông vận tải quản lý tuyến du lịch địa phương và phân tuyến du lịch quốc gia trên địa bàn của mình (Điều 30 Luật Du lịch).

Trình Thủ tướng chính phủ hồ sơ đề nghị công nhận đô thị du lịch (đồng thời gửi cho Bộ Xây dựng và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch TW) (Khoản 2 Điều 32 Luật Du lịch).

Trình Thủ tướng ban hành quy chế quản lý đô thị du lịch (Khoản 2 Điều 33 Luật Du lịch).

Áp dụng các biện pháp cần thiết để phòng ngừa rủi ro, bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe, tài sản của khách du lịch và ngăn chặn các hành vi nhằm thu lợi bất chính từ khách du lịch (Khoản 1 Điều 37 Luật Du lịch).

UBND cấp tỉnh: Phối hợp tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến du lịch ở trong và ngoài nước; điều phối các hoạt động xúc tiến du lịch liên vùng, liên địa phương (Khoản 1 Điều 81 Luật Du lịch); Xây dựng kế hoạch, chương trình và tổ chức hoạt động xúc tiến du lịch địa phương; phối hợp với trung ương và địa phương khác (Khoản 4 Điều 81 Luật Du lịch).

Cơ quan du lịch cấp tỉnh:

Các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch là cơ quan chuyên môn thuộc UBND tỉnh; có chức năng tham mưu, giúp UBND tỉnh thực hiện quản lý nhà nước về: văn hóa, gia đình, thể dục, thể thao, du lịch; các dịch vụ công thuộc lĩnh vực quản lý của Sở và thực hiện một số nhiệm vụ, quyền hạn theo sự ủy quyền của Ủy ban nhân dân tỉnh và theo quy định của pháp luật

Trước 01/8/2007, các Sở bao gồm:

Sở Du lịch (17)

Sở Du lịch - Thương mại (2)

Sở Thương mại - Du lịch (44)

Sở Ngoại vụ và Du lịch (1)

Từ 01/8/2007, 63 Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch được thành lập. Các Sở được tổ chức thành các phòng chức năng (Thông tư liên Bộ số 43/2008, ngày 06/6/2008).

Cơ quan du lịch cấp tỉnh: Nhận và thẩm định hồ sơ, đề nghị Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch Trung ương xem xét cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế (Khoản 2 Điều 48 Luật Du lịch).

Cơ quan du lịch cấp tỉnh: Tiếp nhận thông báo thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh của đại lý lữ hành trên địa bàn (Khoản 5 Điều 56 Luật Du lịch).

Cơ quan du lịch cấp tỉnh thẩm định, xếp hạng cho khách sạn 1-2 sao, làng du lịch; hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh biệt thự, căn hộ du lịch; bãi cắm trại, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho thuê, cơ sở lưu trú du lịch khác (Khoản 3 Điều 63 Luật Du lịch).

Thẩm định và cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch cho cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu, điểm, đô thị du lịch thuộc địa bàn quản lý (Khoản 2 Điều 70 Luật Du lịch).

Tiếp nhận hồ sơ xem xét, cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch (Khoản 2 Điều 74 Luật Du lịch).

Cơ quan du lịch cấp tỉnh: Xem xét đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch (Khoản 3 Điều 75 Luật Du lịch).

Quy định việc đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, tiêu chuẩn, cấp và thu hồi giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch (Khoản 3 Điều 78 Luật Du lịch).

V. Các Hiệp hội Du lịch/ Lữ hành/ Khách sạn

sạn 5.1. Hiệp hội Du lịch Việt Nam

Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA - Vietnam Tourism Association) là tổ chức xã hội - nghề nghiệp, tự nguyện của các doanh nghiệp, các tổ chức và công dân Việt Nam hoạt động hợp pháp trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ du lịch và có liên quan đến du lịch.

Mục đích của Hiệp hội là liên kết, hợp tác, hỗ trợ nhau về kinh tế - kỹ thuật về kinh doanh, dịch vụ, bình ổn thị trường, nâng cao giá trị và chất lượng sản phẩm du lịch, khả năng cạnh tranh trong và ngoài nước của hội viên; đại diện và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của hội viên theo quy định của pháp luật.

Hiệp hội Du lịch Việt Nam hoạt động trong phạm vi cả nước theo quy định của pháp luật của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Hiệp hội chịu sự quản lý nhà nước của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành có liên quan đến lĩnh vực Hiệp hội hoạt động.

Hiệp hội Du lịch Việt Nam có tư cách pháp nhân, có con dấu, có biểu tượng và tài khoản riêng theo quy định của pháp luật.

Trụ sở chính của Hiệp hội đặt tại Hà Nội. Hiệp hội có văn phòng đại diện ở trong và ngoài nước. Việc thành lập văn phòng đại diện ở nước ngoài theo quy định của pháp luật Việt Nam và nước sở tại.

Hội được tham gia các tổ chức quốc tế cùng nghề nghiệp theo quy định của pháp luật Việt Nam và thông lệ quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

5.1.1. Nhiệm vụ của Hiệp hội Du lịch Việt Nam

Tuyên truyền giáo dục để hội viên hiểu rõ đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước, phương hướng chỉ đạo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Tổng cục Du lịch về xây dựng, phát triển ngành Du lịch Việt Nam.

Tham gia tổ chức các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, danh lam thắng cảnh, con người, truyền thống văn hoá và lịch sử của dân tộc Việt Nam với bạn bè quốc tế, xúc tiến du lịch theo quy định của pháp luật. Tham gia xây dựng chiến lược phát triển ngành Du lịch Việt Nam khi có yêu cầu.

Đại diện cho hội viên kiến nghị với Nhà nước về những chủ trương, chính sách, biện pháp khuyến khích, tạo điều kiện phát triển ngành Du lịch; bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của hội viên, giải quyết các trường hợp, vụ việc gây thiệt hại đến quyền lợi của ngành và hội viên; thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước theo quy định của pháp luật.

Động viên sự nhiệt tình và khả năng sáng tạo của hội viên; hợp tác, hỗ trợ, giúp đỡ nhau về kinh tế - kỹ thuật trong hoạt động, kinh doanh du lịch trên cơ sở trao đổi kinh nghiệm, phổ biến và ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến; đoàn kết giúp đỡ nhau trong khó khăn.

Hỗ trợ tư vấn cho các hội viên của Hiệp hội trong quá trình sắp xếp lại tổ chức; cung cấp thông tin về kinh tế, thị trường liên quan đến du lịch để hội viên tổ chức kinh doanh đạt hiệu quả và phát triển bền vững.

Phối hợp với các tổ chức liên quan trong nước nhằm thực hiện tôn chỉ, mục đích của Hiệp hội.

5.1.2. Quyền hạn của Hiệp hội

Tổ chức các hội nghị, hội thảo để trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp, khuyến khích hợp tác, liên kết giữa các hội viên để nâng cao chất lượng hoạt động du lịch theo quy định của pháp luật.

Tổ chức các hoạt động đào tạo, dịch vụ, tư vấn và các hoạt động khác theo quy định của pháp luật và Điều lệ Hiệp hội.

Nghiên cứu, tham gia góp ý, đề xuất kiến nghị với Chính phủ và các cơ quan nhà nước trong việc xây dựng chính sách, luật pháp đưa ngành du lịch phát triển theo quy định của pháp luật.

Phát triển hội viên, xây dựng cơ sở vật chất, xây dựng và phát triển các mối quan hệ của Hiệp hội với các tổ chức, cá nhân trong nước và ở nước ngoài

theo quy định của pháp luật nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, uy tín và vị thế của Hiệp hội.

Xuất bản tập san, các ấn phẩm và các tài liệu tuyên truyền, quảng bá du lịch, phổ biến đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của ngành Du lịch về xây dựng, phát triển du lịch, phổ biến kỹ thuật và kinh nghiệm quản lý, kinh doanh theo quy định của pháp luật.

Được gây quỹ hội trên cơ sở lệ phí, hội phí của hội viên và các nguồn tài trợ, các nguồn thu từ hoạt động dịch vụ; được tham gia góp vốn trong các tổ chức kinh tế hoạt động theo quy định của pháp luật để tự trang trải kinh phí hoạt động; được thành lập quỹ phát triển du lịch theo quy định của pháp luật. Thực hiện các quyền hạn khác theo quy định của pháp luật.

5.2. Hiệp hội Lữ hành Việt Nam

Hiệp hội Lữ hành Việt Nam (VISTA - Vietnam Society of Travel Agents) là tổ chức xã hội nghề nghiệp của các doanh nghiệp lữ hành và vận chuyển khách du lịch, của các Hướng dẫn viên và Thuyết minh viên du lịch du lịch. Hiệp hội Lữ hành Việt Nam là thành viên của Hiệp hội Du lịch Việt Nam.

Mục đích của Hiệp hội là liên kết, hợp tác, hỗ trợ cho các hội viên phát triển kinh doanh dịch vụ lữ hành, vận chuyển khách du lịch, hướng dẫn du lịch và dịch vụ du lịch khác, tạo bình ổn thị trường, nâng cao giá trị chất lượng, sản phẩm du lịch, nâng cao trình độ quản lý, khoa học công nghệ và khả năng cạnh tranh trong và ngoài nước của hội viên, đại diện và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của Hội viên.

Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, hoạt động trong phạm vi cả nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật nước Cộng hòa XHCN Việt Nam, Điều lệ Hiệp hội Du lịch Việt Nam và Điều lệ này.

Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, do Hiệp hội Du lịch Việt Nam thành lập, có tư cách pháp nhân, có con dấu và biểu tượng riêng, hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Hiệp hội Du lịch Việt Nam.

Trụ sở chính của Hiệp hội Lữ hành Việt Nam đặt tại Hà Nội. Hiệp hội có Văn phòng đại diện ở trong nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật.

Hiệp hội Lữ hành Việt Nam được tham gia các tổ chức quốc tế cùng nghề nghiệp theo quy định của pháp luật.

5.2.1. Nhiệm vụ của Hiệp hội

Tuyên truyền giáo dục để hội viên nhận thức và thực hiện đúng đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước trong kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách du lịch và hướng dẫn du lịch, động viên các hội viên tích cực xây dựng, phát triển sản phẩm Du lịch, bồi dưỡng và đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của Du lịch Việt Nam.

Tham gia tổ chức các hoạt động tuyên truyền, xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước, danh lam thắng cảnh, con người, truyền thống văn hóa và lịch sử của dân tộc Việt Nam với bạn bè quốc tế, tham gia xây dựng đường lối, chính sách phát triển Du lịch Việt Nam khi được yêu cầu.

Đại diện cho hội viên kiến nghị với Nhà nước về những chủ trương, chính sách, biện pháp khuyến khích, tạo điều kiện phát triển ngành Du lịch, bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của hội viên, giải quyết các trường hợp, vụ việc gây thiệt hại đến quyền lợi của Ngành và của hội viên theo thẩm quyền của Hiệp hội, thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước theo quy định của pháp luật.

Động viên sự nhiệt tình và khả năng sáng tạo của hội viên, đoàn kết, hợp tác, hỗ trợ, giúp đỡ nhau khi khó khăn trong hoạt động, kinh doanh dịch vụ lữ hành, vận chuyển khách du lịch và hướng dẫn du lịch trên cơ sở trao đổi, phổ biến kinh nghiệm và ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến.

Hỗ trợ tư vấn cho các tổ chức và hội viên của Hiệp hội trong quá trình đầu tư xây dựng cơ sở vật chất du lịch và sản phẩm du lịch, sắp xếp lại tổ chức, cung cấp thông tin về kinh tế, thị trường liên quan đến Lữ hành, vận chuyển khách du lịch, hướng dẫn du lịch, sản phẩm du lịch, để hội viên tổ chức kinh doanh đạt hiệu quả và phát triển bền vững.

Phối hợp với các tổ chức liên quan trong Hiệp hội Du lịch Việt Nam nhằm thực hiện tôn chỉ, mục đích của Hiệp hội và Hiệp hội du lịch Việt Nam.

5.2.2. Quyền của Hiệp hội

Tổ chức các hội nghị, hội thảo để trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp, khuyến khích hợp tác liên kết giữa các hội viên để nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách du lịch, hướng dẫn du lịch và xây dựng sản phẩm du lịch.

Tổ chức các hoạt động đào tạo, dịch vụ, tư vấn và các hoạt động khác theo quy định của pháp luật, Điều lệ Hiệp hội Du lịch Việt Nam.

Nghiên cứu, tham gia góp ý, đề xuất kiến nghị với Chính phủ và các cơ quan Nhà nước những chính sách, luật pháp trong lĩnh vực du lịch nói chung và lữ hành, vận chuyển khách du lịch, hướng dẫn du lịch nói riêng.

Phát triển hội viên, xây dựng cơ sở vật chất và phát triển các mối quan hệ của Hiệp hội với các tổ chức, cá nhân trong nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật, nhằm nâng cao hiệu quả và vị thế của Hiệp hội.

Xuất bản tập san, các ấn phẩm và các tài liệu tuyên truyền, quảng bá về du lịch Việt Nam, trọng tâm là công tác lữ hành, vận chuyển khách du lịch, hướng dẫn du lịch và sản phẩm du lịch, phổ biến đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước và của ngành Du lịch về phát triển Du lịch, phổ biến kinh nghiệm quản lý, kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách du lịch và hướng dẫn du lịch theo quy định của pháp luật.

Được gây quỹ hội trên cơ sở hội phí của hội viên và các nguồn thu từ hoạt động kinh doanh, dịch vụ, được tham gia góp vốn trong các tổ chức kinh tế hoạt động theo quy định của pháp luật để tự trang trải về kinh phí hoạt động.

Thành lập các hội chuyên ngành trong lĩnh vực vận chuyển khách du lịch và hướng dẫn du lịch.

Thực hiện các quyền khác của Hiệp hội theo quy định của pháp luật.

5.3. Hiệp hội Khách sạn Việt Nam

Hiệp hội Khách sạn Việt Nam (VHA - Vietnam Hotel Association) là Hội chuyên ngành của Hiệp hội Du lịch Việt Nam, bao gồm các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và công dân Việt Nam hoạt động hợp pháp trong lĩnh vực Kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch (sau đây gọi tắt là khách sạn) và các dịch vụ liên quan khác.

Mục đích của Hiệp hội là liên kết, hợp tác, hỗ trợ nhau về kinh tế - kỹ thuật, về kinh doanh dịch vụ, tạo bình ổn thị trường, nâng cao giá trị chất lượng, sản phẩm du lịch, khả năng cạnh tranh trong và ngoài nước của hội viên; đại diện và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của hội viên.

Hiệp hội Khách sạn Việt Nam hoạt động trong phạm vi cả nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và theo Điều lệ này.

Hiệp hội khách sạn Việt Nam có tư cách pháp nhân, có con dấu, có biểu tượng và tài khoản riêng. Trụ sở chính của Hiệp hội đặt tại Hà Nội. Hiệp hội có Văn phòng đại diện ở trong nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật. Hiệp hội được tham gia các tổ chức quốc tế cùng nghề nghiệp theo quy định của pháp luật.

5.3.1. Nhiệm vụ của Hiệp hội

Tuyên truyền giáo dục để hội viên hiểu rõ đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về xây dựng, phát triển, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ của hệ thống Khách sạn và các dịch vụ liên quan.

Tham gia tổ chức các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, danh lam thắng cảnh, con người, truyền thống văn hoá và lịch sử của dân tộc Việt nam với bạn bè quốc tế, xúc tiến du lịch. Tham gia xây dựng chiến lược phát triển ngành Khách sạn Việt Nam khi được yêu cầu.

Đại diện cho hội viên kiến nghị với Nhà nước về những chủ trương, chính sách, biện pháp khuyến khích, tạo điều kiện phát triển và bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của hội viên, giải quyết các trường hợp, vụ việc gây thiệt hại đến quyền lợi của Ngành và của hội viên theo thẩm quyền của Hiệp hội; thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước theo quy định của pháp luật.

Động viên sự nhiệt tình và khả năng sáng tạo của hội viên; hợp tác, hỗ trợ, giúp đỡ nhau về kinh tế - kỹ thuật trong hoạt động, kinh doanh Khách sạn trên cơ sở trao đổi kinh nghiệm, phổ biến và ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến; đoàn kết giúp đỡ nhau trong khó khăn.

Hỗ trợ tư vấn cho các tổ chức và hội viên của Hiệp hội trong quá trình sắp xếp lại tổ chức; cung cấp thông tin về kinh tế, thị trường liên quan đến du lịch để hội viên tổ chức kinh doanh đạt hiệu quả và phát triển bền vững.

Phối hợp với các tổ chức liên quan trong Hiệp hội Du lịch Việt Nam nhằm thực hiện tôn chỉ, mục đích của Hiệp hội và Hiệp hội Du lịch Việt Nam.

5.3.2. Quyền của Hiệp hội

Tổ chức các Hội nghị, Hội thảo để trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp, khuyến khích hợp tác, liên kết giữa các hội viên để nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh khách sạn và các dịch vụ liên quan.

Tổ chức các hoạt động đào tạo, dịch vụ, tư vấn và các hoạt động khác theo quy định của pháp luật và điều lệ này.

Nghiên cứu, tham gia góp ý, đề xuất kiến nghị với Chính phủ và các cơ quan Nhà nước những chính sách, luật pháp đưa ngành kinh doanh khách sạn phát triển.

Phát triển hội viên, xây dựng cơ sở vật chất, xây dựng và phát triển các mối quan hệ của Hiệp hội với các tổ chức, cá nhân trong nước và ở nước ngoài theo quy định của pháp luật nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, uy tín và vị thế của Hiệp hội.

Xuất bản tập san, các ấn phẩm và các tài liệu tuyên truyền, quảng bá khách sạn, phổ biến đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của ngành Du lịch về xây dựng, phát triển du lịch, phổ biến kỹ thuật, công nghệ và kinh nghiệm quản lý, kinh doanh khách sạn theo quy định của pháp luật.

Thực hiện các quyền khác của tổ chức Hiệp hội theo quy định của pháp luật.

VI. Một số văn bản hướng dẫn mang tính đặc thù có liên quan đến hoạt động du lịch.

6.1. Thông tư số 44/2011/TT - BCA ngày 29/6/2011 của Bộ Công an hướng dẫn cấp giấy phép tham quan du lịch Việt Nam cho người nước ngoài quá cảnh.

Thông tư này hướng dẫn thủ tục giải quyết đối với người nước ngoài quá cảnh Việt Nam qua cửa khẩu cảng hàng không quốc tế, cửa khẩu cảng biển quốc tế (sau đây gọi chung là cửa khẩu quốc tế) để tham quan, du lịch với thời gian không quá 15 ngày.

Toàn văn của Thông tư 44/2011/TT-BCA ngày 29/6/2011 của Bộ Công an được đăng trên một số Website:

<http://www.chinhphu.vn>

<http://www.vietnamtourism.gov.vn>

<http://www.vietlaw.gov.vn>

<http://www.csdl.thutuchanhchinh.vn>

Một số quy định cụ thể:

Điều 2. Điều kiện người nước ngoài quá cảnh được vào Việt Nam tham quan, du lịch và doanh nghiệp được tổ chức cho người nước ngoài quá cảnh tham quan, du lịch Việt Nam:

Người nước ngoài quá cảnh muốn vào Việt Nam tham quan, du lịch phải thỏa thuận với doanh nghiệp lữ hành quốc tế về chương trình (việc thỏa thuận có thể thực hiện trước hoặc khi đến cửa khẩu).

Doanh nghiệp lữ hành quốc tế muốn tổ chức cho người nước ngoài quá cảnh tham quan, du lịch Việt Nam phải nộp hồ sơ chứng minh tư cách pháp nhân tại Cục Quản lý xuất nhập cảnh theo quy định tại khoản 2, Mục I, Thông tư liên tịch Công an - Ngoại giao số 04/2002/TTLT/BCA-BNG, ngày 29/01/2002 hướng dẫn Nghị định số 21/2001/NĐ-CP ngày 28/5/2001 của

Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh nhập cảnh, xuất cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam.

6.2. Thông tư số 45/2006/QĐ-TTg ngày 28 tháng 02 năm 2006 quy định Về việc Ban hành Quy chế cấp và quản lý Thẻ đi lại của Doanh nhân APEC.

Điều 1 của Thông tư quy định: Thẻ đi lại của doanh nhân APEC (sau đây viết tắt là thẻ ABTC) là một loại giấy tờ do cơ quan có thẩm quyền của nước và vùng lãnh thổ tham gia Chương trình thẻ đi lại của doanh nhân APEC cấp cho doanh nhân của mình để tạo thuận lợi cho việc đi lại thực hiện các hoạt động hợp tác kinh doanh, thương mại, đầu tư, dịch vụ; tham dự các hội nghị, hội thảo và các mục đích kinh tế khác tại các nước và vùng lãnh thổ thuộc APEC tham gia Chương trình. Người mang thẻ ABTC, khi nhập cảnh, xuất cảnh các nước và vùng lãnh thổ có tên ghi trong thẻ thì không cần phải có thị thực của các nước và vùng lãnh thổ đó.

Điều 36. Ngoại hối, kim khí quý, đá quý, tiền Việt Nam xuất khẩu, nhập khẩu
Người xuất cảnh, nhập cảnh có mang theo hàng hoá là đá quý, kim khí quý (trừ vàng tiêu chuẩn quốc tế) phải thực hiện theo quy định của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và phải làm thủ tục hải quan.

Người xuất cảnh, nhập cảnh có mang theo ngoại tệ tiền mặt, đồng tiền mặt Việt Nam:

- Người xuất cảnh, nhập cảnh có mang theo số ngoại tệ tiền mặt (bao gồm tiền giấy, tiền xu và séc du lịch), đồng Việt Nam bằng tiền mặt, vàng vượt mức quy định của Ngân hàng Nhà nước thì phải khai hải quan tại cửa khẩu;
- Người xuất cảnh có mang theo số ngoại tệ tiền mặt và đồng Việt Nam bằng tiền mặt vượt mức quy định hoặc vượt số ngoại tệ đã khai hải quan khi nhập cảnh thì phải có giấy phép của Ngân hàng Nhà nước;
- Người xuất cảnh có mang theo số ngoại tệ tiền mặt và đồng Việt Nam bằng tiền mặt vượt mức quy định nhưng không vượt quá số ngoại tệ đã khai hải quan khi nhập cảnh thì phải xuất trình tờ khai hải quan khi nhập cảnh mà không cần phải xin phép Ngân hàng Nhà nước.

Người nhập cảnh, xuất cảnh có mang vàng tiêu chuẩn quốc tế thì thực hiện theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.

Điều 47. Phương tiện vận tải của cá nhân hoặc cơ quan, tổ chức tạm nhập - tái xuất, tạm xuất - tái nhập không vì mục đích thương mại.

Phương tiện vận tải của cá nhân hoặc cơ quan, tổ chức xuất cảnh, nhập cảnh không vì mục đích thương mại quy định tại Điều này gồm xe ô tô chở người, xe vừa chở người vừa chở hàng, xe gắn máy, thuyền, xuồng có gắn máy và không gắn máy. Khi tạm nhập, tạm xuất phải có giấy phép của cơ quan có thẩm quyền theo quy định tại Điều ước quốc tế về vận tải đường bộ giữa Việt Nam và nước có chung đường biên giới.

Phương tiện vận tải của cá nhân, tổ chức khu vực biên giới thường xuyên qua lại biên giới không phải xin cấp giấy phép.

Hồ sơ hải quan gồm:

- Tờ khai hải quan;
- Giấy phép (trừ trường hợp tạm nhập lưu hành tại khu vực cửa khẩu);
- Giấy đăng ký lưu hành.

Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện quy định tại khoản 1, khoản 2 Điều này.

6.3. Quyết định của Thống đốc ngân hàng Nhà nước số 921/2005/QĐ-NHNN ngày 27 tháng 6 năm 2005 về việc sửa đổi khoản a và b Điều 1, Quyết định số 337/1998/QĐ-NHNN

Toàn văn của Quyết định của Thống đốc ngân hàng Nhà nước số 921/2005/QĐ-NHNN ngày 27 tháng 6 năm 2005 được đăng trên một số Website:

<http://www.chinhphu.vn>

<http://www.vietnamtourism.gov.vn>

<http://www.vietlaw.gov.vn>

<http://www.csdl.thutuchanhchinh.vn>

Một số quy định cụ thể: ngày 10/10/1998 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về việc mang ngoại tệ bằng tiền mặt và đồng Việt Nam bằng tiền mặt khi xuất nhập cảnh.

Điều 1. Sửa đổi khoản a và b Điều 1 Quyết định số 337/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10/10/1998 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về việc mang ngoại tệ bằng tiền mặt và đồng Việt Nam bằng tiền mặt khi xuất nhập cảnh như sau:

7.000 USD (Bảy nghìn Đô la Mỹ) hoặc các loại ngoại tệ khác có giá trị tương đương.

15.000.000 VNĐ (Mười lăm triệu đồng Việt Nam).

6.4. Quyết định số 1165/2001/QĐ-NHNN 12 tháng 9 năm 2001 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về việc mang vàng của cá nhân khi xuất cảnh, nhập cảnh

Một số quy định cụ thể:

Điều 4: Mang vàng không phải vàng tiêu chuẩn quốc tế khi xuất cảnh, nhập cảnh bằng hộ chiếu

Cá nhân xuất cảnh mang theo vàng trang sức, mỹ nghệ, vàng miếng, vàng nguyên liệu với tổng khối lượng từ 300 (Ba trăm) gam trở lên phải khai báo Hải quan. Nếu mang theo vàng mỹ nghệ, vàng miếng, vàng nguyên liệu với tổng khối lượng từ 1 (Một) kilôgam trở lên phải có giấy phép do Giám đốc Chi nhánh Ngân hàng Nhà nước tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nơi cư trú cấp. Cá nhân đã mang theo vàng trang sức, vàng mỹ nghệ, vàng miếng, vàng nguyên liệu khi nhập cảnh thì khi xuất cảnh được mang ra với khối lượng không vượt quá khối lượng đã mang vào có khai báo Hải quan khi nhập cảnh, không phải xin giấy phép của Ngân hàng Nhà nước nhưng phải xuất trình tờ khai Hải quan khi nhập cảnh.

Cá nhân nhập cảnh mang theo vàng trang sức, vàng mỹ nghệ, vàng miếng, vàng nguyên liệu với tổng khối lượng từ 300 (Ba trăm) gam trở lên phải khai báo Hải quan. Nếu mang theo vàng miếng, vàng nguyên liệu với tổng khối lượng vượt quá 1 (Một) kilôgam phải làm thủ tục gửi tại kho Hải quan phân vượt quá để mang ra khi xuất cảnh hoặc làm thủ tục chuyển ra nước ngoài và phải chịu mọi chi phí liên quan phát sinh.

Điều 5: Mang vàng khi xuất cảnh, nhập cảnh bằng giấy thông hành, chứng minh thư biên giới.

Cá nhân Việt Nam và nước ngoài xuất cảnh, nhập cảnh bằng giấy thông hành, chứng minh thư biên giới không được mang theo vàng mỹ nghệ, vàng miếng, vàng nguyên liệu, vàng tiêu chuẩn quốc tế.

Cá nhân Việt Nam và nước ngoài xuất cảnh, nhập cảnh bằng giấy thông hành, chứng minh thư biên giới được mang theo vàng trang sức đeo trên người mang tính chất trang sức và không phải khai báo Hải quan.

6.5. Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg ngày 19/1/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng đối với hàng hóa của người nước ngoài mua tại Việt Nam mang theo khi xuất cảnh qua cửa khẩu sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

Quyết định này quy định về đối tượng, địa điểm, thủ tục, thời gian thực hiện thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng đối với hàng hóa của người nước ngoài mua tại Việt Nam mang theo khi xuất cảnh qua cửa khẩu sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

Toàn văn của Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg ngày 19/1/2012 của Thủ tướng Chính phủ được đăng trên một số Website:

<http://www.chinhphu.vn>

<http://www.vietnamtourism.gov.vn>

<http://www.vietlaw.gov.vn>

<http://www.csdl.thutuchanhchinh.vn>

Một số quy định cụ thể:

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Đối tượng áp dụng Quyết định này là: Người nước ngoài mua hàng hóa tại Việt Nam mang theo khi xuất cảnh qua cửa khẩu sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất (sau đây gọi chung là người nước ngoài); cơ quan hải quan, cơ quan thuế; công chức hải quan, công chức thuế; cơ sở kinh doanh, ngân hàng thương mại được chọn làm thí điểm; cơ quan, tổ chức và cá nhân khác tham gia thực hiện thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng theo quy định của Quyết định này.

Điều 3. Người nước ngoài, hàng hóa thuộc đối tượng hoàn thuế

Người nước ngoài thuộc đối tượng được hoàn thuế giá trị gia tăng theo quy định tại Quyết định này là người:

- Có hộ chiếu mang theo không phải là hộ chiếu do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền của Việt Nam cấp;
- Không phải là thành viên của tổ bay trên các chuyến bay xuất cảnh từ Việt Nam ra nước ngoài.

Hàng hóa được hoàn thuế giá trị gia tăng theo quy định tại Quyết định này phải đáp ứng đủ các điều kiện sau:

- Là hàng hóa thuộc đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng, chưa qua sử dụng và được phép mang lên tàu bay theo quy định của pháp luật về an ninh, an toàn hàng không;
- Hàng hóa không nằm trong Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu hoặc Danh mục hàng hóa hạn chế xuất khẩu;
- Có hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế được phát hành trong thời gian 30 ngày, kể từ ngày xuất cảnh trở về trước;
- Trị giá hàng hóa ghi trên hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế mua tại 01 (một) cửa hàng trong 01 (một) ngày (kể cả cộng gộp nhiều hóa đơn mua hàng trong cùng 01 ngày tại 01 cửa hàng) tối thiểu từ 02 (hai) triệu đồng trở lên.

Điều 5. Địa điểm kiểm tra hàng hóa, kiểm tra hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế và địa điểm trả tiền hoàn thuế giá trị gia tăng

Địa điểm kiểm tra hàng hóa, kiểm tra hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế được đặt ở khu vực làm thủ tục gửi hành lý và thẻ lên tàu bay của sân bay quốc tế Nội Bài, sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất và đảm bảo các điều kiện sau:

- Có đủ diện tích mặt bằng cần thiết để sắp xếp, kiểm tra hàng hóa, kiểm tra hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế;
- Có quầy (hoặc kiốt) riêng, đáp ứng các yêu cầu về an toàn, trật tự.

Địa điểm trả tiền hoàn thuế giá trị gia tăng được đặt ở khu vực cách ly tại sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất; có quầy (hoặc kiốt) riêng, đảm bảo các điều kiện về quản lý tiền, chứng từ kế toán theo quy định của pháp luật.

Điều 6. Hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế; hồ sơ, thủ tục kiểm tra hàng hóa, kiểm tra hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế; hồ sơ, thủ tục trả tiền hoàn thuế.

Hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế do Bộ Tài chính quy định.

Cơ sở kinh doanh được lựa chọn tham gia thực hiện Quyết định này khi bán hàng hóa cho người nước ngoài có trách nhiệm ghi đầy đủ các nội dung phải thể hiện trên hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế theo quy định của Bộ Tài chính để cấp cho người mua hàng.

Hồ sơ, thủ tục kiểm tra hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế:

Người nước ngoài mua hàng tại các cơ sở kinh doanh quy định tại khoản 1 Điều 4 Quyết định này phải xuất trình hộ chiếu (bản chính) để được các cơ sở kinh doanh này cấp hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế đối với hàng hóa mang theo khi xuất cảnh;

Người nước ngoài có trách nhiệm ghi đầy đủ các nội dung phải kê khai trên hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế theo quy định của Bộ Tài chính.

Trước khi làm thủ tục gửi hành lý và lấy thẻ lên tàu bay, tại địa điểm quy định tại khoản 1 Điều 5, Quyết định này, người nước ngoài phải xuất trình với cơ quan hải quan:

Hộ chiếu (bản chính);

Hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế (bản chính) theo quy định tại điểm c khoản 2 Điều 3 Quyết định này;

Hàng hóa thực tế mang theo khi xuất cảnh đề nghị được hoàn thuế.

Sau khi kiểm tra hồ sơ và hàng hóa quy định tại điểm b khoản này, công chức hải quan ký xác nhận và đóng dấu “đã kiểm tra” vào hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế và trả lại cho người nước ngoài.

Hồ sơ, thủ tục trả tiền hoàn thuế:

Trước khi lên tàu bay xuất cảnh ra nước ngoài, tại địa điểm quy định tại khoản 2, Điều 5 Quyết định này, người nước ngoài phải xuất trình với ngân hàng thương mại được lựa chọn làm đại lý hoàn thuế các hồ sơ sau:

Hộ chiếu (bản chính);

Thẻ lên tàu bay của chuyến bay xuất cảnh ra nước ngoài (bản chính);

Hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế đóng dấu “đã kiểm tra” của cơ quan hải quan (bản chính).

Ngân hàng thương mại được lựa chọn làm đại lý hoàn thuế sau khi kiểm tra các hồ sơ quy định tại điểm a khoản này, thu lại hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế (bản chính) và làm thủ tục trả tiền hoàn thuế cho người nước ngoài.

6.6. Thông tư số 58/2012/TT-BTC ngày 12/4/2012 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg ngày 19/1/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng đối với hàng hóa của người nước ngoài mua tại Việt Nam mang theo khi xuất cảnh qua cửa khẩu sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

Thông tư này hướng dẫn thực hiện một số nội dung về thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng đối với hàng hóa của người nước ngoài mua tại Việt Nam mang theo khi xuất cảnh qua cửa khẩu sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất theo quy định tại Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg (sau đây gọi tắt là hoàn thuế giá trị gia tăng cho người nước ngoài).

Toàn văn của Thông tư số 58/2012/TT-BTC ngày 12/4/2012 của Bộ Tài chính được đăng trên một số Website:

<http://www.chinhphu.vn>

<http://www.vietnamtourism.gov.vn>

<http://vietlaw.gov.vn>

<http://csdl.thutuchanhchinh.vn>

Một số quy định cụ thể:

Điều 3. Quyền, nghĩa vụ của người nước ngoài

Được hoàn thuế giá trị gia tăng đối với hàng hóa đáp ứng các điều kiện quy định tại Điều 3 Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg.

Được hướng dẫn, cung cấp thông tin, tài liệu có liên quan để thực hiện nghĩa vụ, quyền lợi về thuế.

Kiểm tra các thông tin ghi trên hoá đơn giá trị gia tăng kiêm tờ khai hoàn thuế (sau đây gọi tắt là hoá đơn kiêm tờ khai hoàn thuế) do doanh nghiệp bán hàng thí điểm lập khi mua hàng theo mẫu quy định tại Phụ lục 3 Thông tư này.

Chịu trách nhiệm trước pháp luật về tính chính xác, tính hợp pháp, trung thực của hộ chiếu, giấy tờ nhập xuất cảnh xuất trình cho doanh nghiệp bán hàng thí điểm khi mua hàng; hộ chiếu, giấy tờ nhập xuất cảnh, hàng hoá, hoá đơn kiêm tờ khai hoàn thuế xuất trình cho cơ quan hải quan và hồ sơ xuất trình cho ngân hàng thương mại làm đại lý hoàn thuế khi xuất cảnh.

Khiếu nại, khởi kiện quyết định hành chính, hành vi hành chính liên quan đến quyền và lợi ích hợp pháp của mình.

Tổ cáo các hành vi vi phạm pháp luật của công chức hải quan, công chức thuế và tổ chức, cá nhân khác có liên quan.

Điều 4. Quyền, nghĩa vụ của doanh nghiệp bán hàng thí điểm

Được áp dụng các hình thức tuyên truyền, quảng cáo bán hàng thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng cho người nước ngoài xuất cảnh theo quy định của pháp luật có liên quan.

Đăng ký việc bán hàng thí điểm đúng địa chỉ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc đăng ký bán hàng thí điểm.

Trung bình thông báo doanh nghiệp bán hàng thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng (nội dung thể hiện bằng Tiếng Việt và Tiếng Anh) và gỡ bỏ Biển thông báo doanh nghiệp bán hàng thí điểm hoàn thuế giá trị gia tăng khi chấm dứt việc bán hàng thí điểm.

Được cơ quan thuế, cơ quan hải quan hướng dẫn việc thực hiện thí điểm bán hàng hoàn thuế giá trị gia tăng cho người nước ngoài.

Hỗ trợ, hướng dẫn người nước ngoài thực hiện Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg và hướng dẫn tại Thông tư này.

Căn cứ các thông tin trên hộ chiếu hoặc giấy tờ nhập xuất cảnh còn giá trị và hàng hoá người nước ngoài mua, doanh nghiệp lập hoá đơn kiêm tờ khai hoàn thuế cho hàng hóa thuộc đối tượng hoàn thuế giá trị gia tăng đáp ứng quy định tại Điều 3, Quyết định số 05/2012/QĐ-TTg theo mẫu quy định tại Phụ lục 3 Thông tư này, giao cho người nước ngoài 01 liên dùng cho khách hàng.

In, phát hành, quản lý và sử dụng hóa đơn kiêm tờ khai hoàn thuế, thực hiện chế độ báo cáo theo đúng quy định của pháp luật về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ và hướng dẫn tại Thông tư này.

Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác theo quy định của Luật Quản lý thuế và pháp luật khác có liên quan.

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Để học tốt chương này, học viên nên giành thời gian đọc và hiểu rõ những nội dung chính được biên soạn trong giáo trình. Những nội dung nào chưa hiểu rõ thì nên tìm đọc các tài liệu tham khảo của chương và các trang web điện tử của Chính phủ, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch đã nêu trong chương học để hiểu rõ hơn nhằm phục vụ hiệu quả trong công tác thuyết minh tại điểm. Ngoài ra, trong công tác thuyết minh, học viên nên giành thời gian để cập nhật các quy định mới để tác nghiệp đúng theo quy định của Nhà nước và Pháp luật.

Câu hỏi thảo luận: Những khó khăn, thách thức liên quan đến việc vận dụng các văn bản của Nhà nước và địa phương đối với công tác thuyết minh? Thảo luận và chia sẻ kinh nghiệm.

Bài tập/ Kiểm tra/ Viết thu hoạch: Thuyết minh viên du lịch vận dụng được gì vào công việc khi cập nhật hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản điều chỉnh ngành Du lịch?

Tài liệu tham khảo của chương:

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Quy hoạch Tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, 2012, NXB Lao động.

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, 2012.

Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 và văn bản hướng dẫn thi hành, NXB Chính trị Quốc gia, 2010.

Chương 3

KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

Hiểu được khái niệm về du lịch và khách du lịch;



Phân tích được các tác động về kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường của hoạt động du lịch;



Hiểu khái niệm và nhận thức được vai trò của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch; phân tích được đặc điểm và nhận biết được các yêu cầu của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch; phân biệt được một số loại hình cơ sở vật chất kỹ thuật cơ bản trong du lịch;



Phân tích được đặc điểm và nắm bắt được các yêu cầu đối với lao động trong du lịch ;



Hiểu khái niệm dịch vụ du lịch, phân tích được đặc điểm của dịch vụ du lịch;



Biết sử dụng các tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ trong du lịch;



Phân tích được những yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ trong du lịch.

I. Tổng quan về du lịch

1.1. Du lịch và khách du lịch

1.1.1. Khái niệm du lịch

Từ xa xưa trong lịch sử nhân loại, du lịch đã được ghi nhận như một sở thích, một hoạt động nghỉ ngơi tích cực của con người. Ngày nay du lịch đã trở thành một hiện tượng kinh tế - xã hội phổ biến không chỉ ở các nước kinh tế phát triển mà còn ở cả các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Du lịch không còn là một hiện tượng riêng lẻ, đặc quyền của cá nhân hay một nhóm người mà đã trở thành một nhu cầu phổ biến, đáp ứng mục tiêu không ngừng nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho con người. Tuy nhiên, khái niệm du lịch dưới các góc độ nghiên cứu khác nhau cũng sẽ có những cách hiểu khác nhau.

Năm 1811 định nghĩa về du lịch lần đầu tiên xuất hiện tại nước Anh: “Du lịch là sự phối hợp nhịp nhàng giữa lý thuyết và thực hành của các cuộc hành trình với mục đích giải trí”. Khái niệm này tương đối đơn giản và coi giải trí là động cơ chính của hoạt động du lịch.

Năm 1930, ông Guzman (Thụy Sĩ) đã định nghĩa : “Du lịch là sự chinh phục không gian của những người đến một địa điểm mà ở đó họ không có chỗ cư trú thường xuyên”.

Hai học giả Hunziker và Krapf đưa ra định nghĩa: “Du lịch là sự chinh phục không gian của những người đến một địa điểm, mà ở đó họ không có chỗ cư trú thường xuyên”.

Theo I.I Pirojnik: “Du lịch là một dạng hoạt động của dân cư trong thời gian rời liên quan đến sự di chuyển và lưu trú tạm thời bên ngoài nơi lưu trú thường xuyên nhằm nghỉ ngơi, chữa bệnh, phát triển thể chất và tinh thần, nâng cao nhận thức - văn hóa hoặc thể thao kèm theo việc tiêu thụ những giá trị tự nhiên, kinh tế và văn hóa”.

Tháng 6/1992 tại Ottawa (Canada), Hội nghị quốc tế về thống kê du lịch đã đưa ra định nghĩa: “Du lịch là hoạt động của con người đi tới một nơi ngoài môi trường thường xuyên, trong khoảng thời gian ít hơn khoảng thời gian đã được các tổ chức du lịch quy định trước, mục đích của chuyến đi không phải là để tiến hành các hoạt động kiếm tiền trong phạm vi vùng tới thăm”.

Hội nghị lần thứ 27 (năm 1993) của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) đã định nghĩa: “Du lịch là hoạt động về chuyến đi đến một nơi khác với môi trường sống thường xuyên của con người và ở lại đó để tham quan, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí hay các mục đích khác ngoài hoạt động để có thù lao ở nơi đến với thời gian liên tục ít hơn một năm”.

Luật Du lịch Việt Nam (năm 2005) tại điều 4, chương I đã quy định: “*Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định*”.

Như vậy, du lịch là một hoạt động có nhiều đặc thù, gồm nhiều thành phần tham gia, tạo thành một tổng thể phức tạp. Hoạt động du lịch vừa có đặc điểm của ngành kinh tế, vừa có đặc điểm của ngành văn hóa - xã hội.

1.1.2. Khái niệm khách du lịch

Theo một số nhà nghiên cứu, khái niệm khách du lịch lần đầu tiên xuất hiện vào cuối thế kỷ XVIII tại Pháp và được hiểu là: “Khách du lịch là những người thực hiện một cuộc hành trình lớn”.

Vào đầu thế kỷ XX, nhà kinh tế học người Áo, Josef Stander định nghĩa: “Khách du lịch là những hành khách đi lại, ở lại theo ý thích ngoài nơi cư trú thường xuyên để thỏa mãn các nhu cầu sinh hoạt cao cấp mà không theo đuổi các mục đích kinh tế”.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới khách du lịch gồm có khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa.

Khách du lịch quốc tế là một người ra khỏi quốc gia đang sinh sống trong thời gian ít nhất 24h và không quá 12 tháng liên tục với mục đích không phải là làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến.

Khách du lịch nội địa là một người ra khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình trong phạm vi lãnh thổ quốc gia đó với thời gian ít nhất 24h và không quá 12 tháng liên tục với mục đích không phải là làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến.

nước ta, tại điều 4, chương I, Luật Du lịch Việt Nam (2005) quy định: “Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến”. Khách du lịch gồm khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa:

Khách du lịch quốc tế gồm hai nhóm khách: khách du lịch vào Việt Nam (khách inbound) và khách du lịch ra nước ngoài (khách outbound).

- Khách du lịch vào Việt Nam (khách inbound): là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch.

Khách du lịch ra nước ngoài (khách outbound): là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch.

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú tại Việt Nam đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

1.2. Các tác động của hoạt động du lịch

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, việc phát triển du lịch có tác động đối với các lĩnh vực kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường. Những tác động này bao gồm cả tác động tích cực và tiêu cực.

1.2.1. Tác động về kinh tế

a. Đối với phát triển du lịch nội địa:

Xét về ý nghĩa của phát triển du lịch nội địa có thể thấy du lịch tham gia tích cực vào quá trình tạo nên thu nhập quốc dân như sản xuất hàng lưu niệm, chế biến thực phẩm, xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật... Quá trình này giúp làm tăng tổng sản phẩm quốc nội.

Ngoài ra, việc phát triển du lịch nội địa cũng tham gia tích cực vào quá trình phân phối lại thu nhập quốc dân giữa các vùng. Hay nói cách khác, du lịch tác động tích cực vào việc làm cân đối cấu trúc của thu nhập và chi tiêu của nhân dân theo các vùng. Vì thường các vùng phát triển về du lịch lại là những vùng kém sản xuất ra của cải vật chất dẫn đến thu nhập từ sản xuất của người dân tại những vùng đó rất thấp.

Du lịch nội địa phát triển tốt cũng sẽ củng cố sức khỏe cho nhân dân lao động và từ đó góp phần tăng năng suất lao động cho xã hội. b. Đối với phát triển du lịch quốc tế:

Việc phát triển loại hình này có thể tạo ra những tác động tích cực nhất định về kinh tế. Trước hết phải kể đến việc giúp làm tăng thu nhập quốc dân thông qua việc thu ngoại tệ, đóng góp lớn trong việc cân bằng cán cân thanh toán quốc tế.

Du lịch quốc tế cũng được coi là hoạt động xuất khẩu có hiệu quả cao. Tính hiệu quả được thể hiện ở chỗ du lịch được coi là ngành “xuất khẩu tại chỗ”. Hàng hóa được tiêu thụ thông qua con đường du lịch không phải chịu hàng rào thuế quan mậu dịch quốc tế. Du lịch không chỉ là “ngành xuất khẩu tại chỗ” mà còn là ngành “xuất khẩu vô hình” hàng hóa du lịch. Đó là cảnh quan thiên nhiên, khí hậu, di tích lịch sử - văn hóa, tính độc đáo trong truyền thống, phong tục tập quán ... mà không bị mất đi sau mỗi lần bán thậm chí giá trị và uy tín của nó còn tăng lên qua mỗi lần đưa ra thị trường nếu như đảm bảo được chất lượng dịch vụ du lịch. Sở dĩ có hiện tượng trên là do chúng ta bán cho khách hàng không phải là bản thân tài nguyên du lịch mà chỉ là giá trị, khả năng thỏa mãn nhu cầu đặc trưng của khách du lịch chứa đựng trong tài nguyên du lịch. Với hai hình thức xuất khẩu trên cho thấy hàng hóa và dịch vụ bán thông qua du lịch đem lại lợi nhuận kinh tế cao hơn do tiết kiệm được các chi phí đóng gói bao bì, bảo quản và thuế xuất, nhập khẩu, có khả năng thu hồi vốn nhanh và lãi suất cao do nhu cầu du lịch là nhu cầu cao cấp có khả năng thanh toán.

Du lịch khuyến khích và thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Một xu hướng hiện nay là chuyển dịch cơ cấu kinh tế và giá trị dịch vụ ngày càng chiếm tỷ lệ cao trong tổng sản phẩm xã hội. Do vậy, các nhà kinh doanh quan tâm đến hiệu quả của đồng vốn thì du lịch là lĩnh vực kinh doanh hấp dẫn so với nhiều ngành kinh tế khác. Du lịch đem lại tỷ suất lợi nhuận cao vì vốn đầu tư vào du lịch tương đối ít so với ngành công nghiệp nặng, giao thông vận tải mà khả năng thu hồi vốn nhanh, kỹ thuật không phức tạp. Đặc biệt, trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ bổ sung thì nhu cầu về vốn đầu tư lại càng ít hơn so với lĩnh vực kinh doanh dịch vụ cơ bản, mà lại thu hút lao động nhiều hơn, thu hồi vốn nhanh hơn.

Du lịch góp phần củng cố và phát triển các mối quan hệ kinh tế quốc tế. Các tổ chức quốc tế mang tính chính phủ và phi chính phủ về du lịch tác động tích cực trong việc hình thành các mối quan hệ kinh tế quốc tế. Du lịch quốc tế phát triển tạo nên sự phát triển đường nối giao thông quốc tế. Ngoài ra, du lịch quốc tế cũng như một đầu nối xuất - nhập khẩu ngoại tệ góp phần làm phát triển quan hệ ngoại hối quốc tế.

Du lịch làm tăng nguồn thu ngân sách cho các địa phương phát triển du lịch. Hoạt động du lịch phát triển tạo nguồn thu ngân sách cho các địa phương từ các khoản trích nộp ngân sách của các cơ sở du lịch trực thuộc quản lý trực tiếp của địa phương và từ các khoản thuế phải nộp của các doanh nghiệp du lịch kinh doanh trên địa bàn.

Du lịch góp phần thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển. Trước hết, hoạt động kinh doanh du lịch đòi hỏi sự hỗ trợ liên ngành là cơ sở cho các ngành khác như giao thông vận tải, tài chính, bưu điện, công nghiệp, nông nghiệp, hải quan... phát triển. Đối với nền sản xuất xã hội, du lịch mở ra thị trường tiêu thụ hàng hóa. Mặt khác, sự phát triển du lịch tạo điều kiện để khách du lịch tìm hiểu thị trường, ký kết hợp đồng về sản xuất kinh doanh trong nước, tận dụng các cơ sở vật chất kỹ thuật ở các ngành kinh tế khác.

Phát triển du lịch sẽ mở mang, hoàn thiện cơ sở hạ tầng kinh tế, như mạng lưới giao thông công cộng, mạng lưới điện nước, các phương tiện thông tin đại chúng... Đặc biệt, ở những vùng phát triển du lịch, do xuất hiện các nhu cầu đi lại, vận chuyển thông tin liên lạc ... của khách du lịch cũng như những điều kiện cần thiết cho cơ sở kinh doanh du lịch hoạt động nên các ngành này phát triển.

Tuy nhiên, về mặt kinh tế, du lịch cũng có những ảnh hưởng tiêu cực cố hữu như: tiền tệ tiêu hao từ khu vực này sang khu vực khác, đất đai trở nên khan hiếm và đắt đỏ do quy hoạch du lịch. Hệ quả tiếp theo là tình trạng lạm phát cục bộ hay giá cả hàng hoá tăng cao, nhiều khi vượt quá khả năng chi tiêu của người dân địa phương, nhất là khả năng chi tiêu của những người có thu nhập không liên quan đến du lịch.

1.2.2. Tác động về văn hóa - xã hội

Việc phát triển du lịch giúp tạo ra những tác động tích cực đối với văn hóa - xã hội. Những tác động tiêu biểu phải kể đến như:

Nâng cao trình độ nhận thức, trình độ văn hóa, hiểu biết xã hội.

Du lịch là hoạt động mà qua đó du khách cũng như người hoạt động kinh doanh du lịch, dân cư địa phương có điều kiện tăng thêm hiểu biết, mở mang kiến thức, thêm kinh nghiệm và vốn sống.

Đối với các đối tượng tham gia hoạt động du lịch, để đáp ứng được yêu cầu của công việc như tiếp xúc với khách du lịch, nhất là khách quốc tế, hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch, những người phục vụ khách ... cần thiết phải nâng cao trình độ, rèn luyện để hình thành các kỹ năng, tham gia các khóa học ngoại ngữ, chuyên môn hoặc tìm đọc các thông tin, kiến thức... từ đó củng cố và nâng cao kiến thức của bản thân. Ngoài việc tự học, việc học tập, bồi dưỡng kiến thức định kỳ còn là yêu cầu bắt buộc của ngành.

Để phục vụ được du khách, các nhân viên bán hàng cũng cần có cách cư xử, giao tiếp khéo léo. Vô hình chung hành vi cư xử có văn hóa đã được phát triển, làm đẹp cho cộng đồng và cho toàn xã hội.

Đối với du khách, du lịch là điều kiện tốt để hiểu biết hơn về thực tế. Khi đi du lịch, qua thông tin được hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch cung cấp, khách du lịch có hiểu biết tốt hơn về đối tượng tham quan, các thắng cảnh, di tích, lễ hội, phong tục tập quán, truyền thuyết... từ đó nâng cao được kiến thức của mình.

Bảo tồn và phát triển văn hóa dân tộc

Theo số liệu của Tổ chức Du lịch Thế giới, hiện nay có tới hơn 80% số lượng du khách đi du lịch nhằm hưởng thụ các giá trị văn hóa độc đáo và khác biệt so với nền văn hóa bản địa của họ. Du khách bị hấp dẫn bởi các điểm du lịch với cảnh quan thiên nhiên đẹp và nền văn hóa truyền thống, gây ấn tượng mạnh và độc đáo. Có thể nói, đối tượng văn hóa là tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn. Phát triển du lịch cũng là cách để bảo tồn kiến trúc cổ, bảo tồn và phát huy nghệ thuật múa hát dân tộc, lễ hội truyền thống...

Cũng chính nhờ du lịch, các nền văn hóa có điều kiện giao lưu, hội nhập với nhau, làm cho đời sống văn hóa, tinh thần của con người trở nên phong phú hơn. Du lịch làm sống lại những làn điệu dân ca, nghệ thuật truyền thống của dân tộc. Ngoài ra, nhiều lễ hội, nhiều nét văn hóa khác được khôi phục, bảo tồn nhờ hoạt động du lịch.

Phát triển du lịch cũng được coi là một yếu tố thúc đẩy văn hóa ẩm thực

Nhiều du khách đi du lịch mong muốn được thưởng thức các món ăn ngon, độc đáo, đặc sắc của từng vùng, miền, quốc gia. Các sản phẩm văn hóa dân tộc khác như tranh vẽ, điêu khắc, thêu ren ... cũng là những sản phẩm nghệ thuật làm du khách ưa thích cũng được phát triển. Như vậy, thông qua du lịch vừa có tác dụng bảo tồn làng nghề truyền thống, vừa cung cấp sản phẩm cho du khách.

Góp phần phát triển cơ sở hạ tầng, dịch vụ tại địa phương

Có thể nói, đối với du lịch thì tài nguyên du lịch là tiền đề để phát triển. Thường tài nguyên du lịch đặc biệt là những tài nguyên du lịch được phân bố của những vùng núi xa xôi, hẻo lánh. Để khai thác các tài nguyên này cần phải có sự đầu tư về mọi mặt như xây dựng đường sá giao thông, liên lạc, dịch vụ xã hội... Bên cạnh đó là việc xây dựng hàng loạt các dịch vụ đi kèm như hệ thống nhà hàng, bưu điện, siêu thị ... đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Do vậy, phát triển du lịch tất yếu làm thay đổi bộ mặt kinh tế - xã hội của khu vực đó.

Các tác động khác

Du lịch góp phần giữ gìn và phục hồi sức khỏe. Ở một chừng mực nhất định, du lịch có tác dụng hạn chế bệnh tật, kéo dài tuổi thọ và khả năng lao động của con người. Một số công trình nghiên cứu đã đi đến nhận định rằng, nhờ chế độ nghỉ ngơi và du lịch tối ưu, khả năng bệnh tật của dân cư giảm trung bình 30%. Điều này thể hiện rõ nét ở một số bệnh như tim mạch giảm 50%, tiêu hóa giảm 20%, hô hấp giảm 40% và bệnh thần kinh giảm 30%.

Du lịch phần nào dẫn đến sự thay đổi lối sống, nhịp điệu sống và phong cách làm việc, nó thể hiện qua thời gian trong hoạt động du lịch. Hoạt động du lịch liên quan đến thời gian rỗi, nên có thể diễn ra ngoài giờ làm việc, không khí nhiều lúc, nhiều nơi rất náo nhiệt, cuộc sống cộng đồng trở nên sôi động, cuốn hút mọi người.

Hiện nay ở một số địa phương, phát triển du lịch đi đôi với việc tạo và làm sống lại một số nghề thủ công truyền thống, dịch vụ xã hội. Đây là lĩnh vực thu hút nhiều lao động nữ. Phụ nữ tham gia nhiều hơn vào công tác xã hội, trực tiếp làm kinh tế tạo nên thu nhập. Điều này có tác dụng làm thay đổi địa vị của người phụ nữ trong xã hội, nâng cao vai trò của họ trong gia đình.

Đẩy mạnh các hoạt động du lịch, khai thác các thế mạnh tài nguyên du lịch tự nhiên sẽ kích thích việc tìm kiếm các hình thức bảo vệ tự nhiên, đặc biệt điều kiện sử dụng hợp lý tài nguyên và phát triển lâu bền. Nhu cầu nghỉ ngơi, tham quan của du khách là yếu tố làm xuất hiện những công viên, khu bảo tồn vừa có giá trị đa dạng sinh học, vừa tổ chức hoạt động giải trí, tham quan... Điều này có thể hiểu rằng có ý nghĩa nhất định trong việc bảo vệ môi trường.

Phát triển du lịch thu hút nhiều du khách cũng là hình thức, phương tiện quảng cáo một cách tự nhiên. Du khách đến trước và kể lại cho những người chưa đi về những nơi mình đã qua, những mặt hàng lưu niệm mà du khách đã mua là những sản phẩm quảng cáo cho nền sản xuất của quốc gia.

Du lịch có tác dụng nâng cao lòng yêu nước, yêu thiên nhiên cuộc sống. Đi du lịch con người ta hiểu biết hơn về vẻ đẹp của thiên nhiên, bàn tay lao động sáng tạo của con người. Ngoài ra, đi du lịch mọi người có điều kiện tiếp xúc với nhau, gần gũi nhau, tăng thêm tình đoàn kết cộng đồng. Từ đó hình thành những phẩm chất đạo đức tốt đẹp, phát triển nhân cách. Qua du lịch cũng phần nào giáo dục lòng mến khách, tạo nên tình bằng hữu giữa các dân tộc.

Du lịch là ngành nhu cầu sử dụng lao động ở mức cao. Do đó việc phát triển du lịch sẽ tạo cơ hội việc làm cho cả lao động trực tiếp làm việc trong ngành du lịch và lao động gián tiếp.

Ngoài những tác động tích cực đã được phân tích ở trên, việc phát triển du lịch cũng gây ra những tác động tiêu cực nhất định.

Làm biến đổi các giá trị truyền thống. Cùng với việc bảo tồn, phát huy văn hóa truyền thống, hoạt động du lịch lại có những tác động theo hướng ngược lại. Vì mục đích đáp ứng nhu cầu của du khách, nhiều giá trị văn hóa bị xuống cấp, bị thương mại hóa. Nhiều giá trị truyền thống bị lu mờ do sự lạm dụng vì mục đích kinh tế. Do chạy theo số lượng, không ít mặt hàng truyền thống được chế tác làm hàng lưu niệm cho du khách bị sản xuất cầu thả, làm méo mó các giá trị truyền thống. Ở nhiều nơi, người ta cố tình tạo ra nền văn hóa tiêu biểu, biến lễ hội thành các buổi trình diễn làm thay đổi văn hóa để thích nghi với nhu cầu của du khách. Những thay đổi về văn hóa này nếu không được quan tâm ngăn chặn, chắc chắn sẽ là nguyên nhân làm giảm sút sự hấp dẫn du khách, suy thoái nền văn hóa truyền thống, không đảm bảo tính bền vững của phát triển du lịch.

Tác động đối với tài nguyên du lịch.

Tài nguyên du lịch là điều kiện tiền đề để phát triển du lịch bao gồm cả tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn. Sự suy thoái các giá trị văn hóa nghệ thuật đã đề cập ở trên là một minh chứng cho sự suy thoái tài nguyên du lịch nhân văn.

Những nơi có tài nguyên có giá trị hấp dẫn sẽ có khả năng thu hút khách du lịch mạnh. Sự tập trung đông du khách sẽ tạo ra tác động tiêu cực cho tài nguyên du lịch. Khi đi du lịch, du khách thường mua những món quà lưu niệm để kỷ niệm về những nơi mình đã đi qua. Nhiều khi để tạo ra hàng lưu niệm này, vô tình người dân đã phá vỡ đi các hệ sinh thái, tài nguyên du lịch tự nhiên. Hay do thiếu ý thức, nhiều du khách vứt rác, chất thải bừa bãi trên các con sông, bãi biển, trong các hang động, làm ảnh hưởng đến san hô .. gây ô nhiễm môi trường, xuống cấp các tài nguyên.

Tác động đến đời sống của cộng đồng dân cư địa phương

Dưới góc độ xã hội, hoạt động du lịch mang tính nhịp điệu khá rõ nét. Tại một số điểm du lịch có thể có thời gian rất đông khách, nhiều khi gây ra sự quá tải về sức chứa, ngược lại có những lúc hầu như không có khách. Chính điều đó tạo ra tính mùa trong hoạt động du lịch, từ đó hình thành nên tính mùa vụ trong đời sống của nhân dân. Du lịch văn hóa, lễ hội là điển hình về tính thời vụ. Điều này sẽ làm tăng nhu cầu vào thời gian ngắn, gây ra ảnh hưởng đến đời sống của dân cư, mùa rất bận rộn, mùa lại nhàn rỗi và sẽ ảnh hưởng đến thu nhập của các thời kỳ trong năm.

Dân cư địa phương tại các khu, điểm du lịch rất dễ bị ảnh hưởng một số hành vi, lối sống “hiện đại”, “văn minh” quá mức của du khách, nhất là giới trẻ, nhiều trường hợp trở thành phá hoại thuần phong mỹ tục của dân tộc.

Mặt khác, ở các điểm, khu du lịch, nhiều khi người dân địa phương lại chịu ảnh hưởng về giá cả rất cao. Vào các mùa du lịch, nhiều hàng quán bình dân phục vụ cho dân cư cũng phục vụ du khách nhằm mục đích kiếm lời hơn. Điều này phần nào ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt của người dân địa phương.

Ngoài ra, hoạt động du lịch gián tiếp tạo ra sự mâu thuẫn trong đời sống của cư dân như mâu thuẫn do tranh giành khách mua hàng, chờ khách, tranh giành, lấn chiếm đất để mở hàng quán. Thậm chí có thể gây hiểu lầm giữa khách du lịch và cư dân do những khách biệt về văn hóa, phong tục và chính trị. Do cách nhìn nhận về đạo đức khác nhau, nhiều du khách không biết rằng mình đã có những hành vi gây cảm giác khó chịu cho người dân địa phương.

Các hiện tượng quá tải sức chứa

Vào các mùa du lịch, lượng du khách tập trung cao sẽ gây nên hiện tượng quá tải sức chứa. Từ tình trạng này có thể gây ra hiện tượng tai nạn giao thông, ảnh hưởng đến tính mạng của du khách và người dân địa phương. Ngoài ra nếu không có tính toán chính xác có thể dẫn đến tình trạng thiếu thực phẩm cung ứng cho du khách.

Tệ nạn xã hội

Đặc trưng cơ bản của hoạt động du lịch là tính đa thành phần, biểu hiện ở tính đa dạng trong thành phần khách du lịch, người phục vụ du lịch, cộng đồng dân cư và các tổ chức tham gia vào hoạt động du lịch được thực hiện thông qua giao tiếp. Quá trình giao tiếp này là điều kiện để nhiều ảnh hưởng tiêu cực thâm nhập vào xã hội một cách nhanh chóng, làm phát triển các tệ nạn xã hội.

Nhiều du khách có thể lợi dụng mục đích du lịch để thực hiện các hoạt động không hợp pháp.

Khả năng tài chính của du khách là một trong những yếu tố làm nảy sinh nhu cầu du lịch, nhưng không phải mọi du khách đều có thu nhập cao. Tuy nhiên trong mắt một số người dân địa phương, du khách là những người có khả năng về tài chính. Chính vì vậy, họ trở thành mục tiêu cho việc kiếm tiền bất hợp pháp như trộm cắp, cướp giật, các đối tượng đeo bám để bán hàng lưu niệm và những người ăn xin.

1.2.3. Tác động về môi trường

Ngoài kinh tế, văn hóa xã hội, việc phát triển du lịch cũng được ghi nhận là có những tác động tích cực nhất định đến môi trường. Những tác động tích cực có thể là:

Bảo tồn thiên nhiên: Du lịch góp phần khẳng định giá trị và góp phần vào việc bảo tồn các diện tích tự nhiên quan trọng, phát triển các Khu Bảo tồn và Vườn Quốc gia.

Tăng cường chất lượng môi trường: Du lịch có thể cung cấp những sáng kiến cho việc làm sạch môi trường thông qua kiểm soát chất lượng không khí, nước, đất, ô nhiễm tiếng ồn, thải rác và các vấn đề môi trường khác thông qua các chương trình quy hoạch cảnh quan, thiết kế xây dựng và duy tu bảo dưỡng các công trình kiến trúc.

Đề cao môi trường: Việc phát triển các cơ sở du lịch được thiết kế tốt có thể đề cao giá trị các cảnh quan.

Cải thiện hạ tầng cơ sở: Các cơ sở hạ tầng của địa phương như sân bay, đường sá, hệ thống cấp thoát nước, xử lý chất thải, thông tin liên lạc có thể được cải thiện thông qua hoạt động du lịch.

Tăng cường hiểu biết về môi trường của cộng đồng địa phương thông qua việc trao đổi và học tập với du khách.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực trên, việc phát triển du lịch cũng có thể gây ảnh hưởng không nhỏ đến môi trường.

Ảnh hưởng tới nhu cầu và chất lượng nước: Du lịch là ngành tiêu thụ nước nhiều, thậm chí tiêu hao hơn cả nhu cầu nước sinh hoạt của địa phương.

Nước thải: Nếu như không có hệ thống xử lý nước thải cho khách sạn, nhà hàng có thể sẽ làm ảnh hưởng đến nguồn nước ngầm hoặc các thủy vực lân cận (sông, hồ, biển), làm lan truyền nhiều loại dịch bệnh như giun sán, đường ruột, bệnh ngoài da, bệnh mắt hoặc làm ô nhiễm cảnh quan và gây hại cho hoạt động nuôi trồng thủy sản.

Rác thải: Vứt rác thải bừa bãi là vấn đề chung của nhiều khu du lịch. Đây là nguyên nhân gây mất cảnh quan, mất vệ sinh, ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng và nảy sinh xung đột xã hội.

Ô nhiễm không khí: Tuy được coi là ngành "công nghiệp không khói", nhưng du lịch có thể gây ô nhiễm không khí thông qua phát xả khí thải động cơ xe máy và tàu thuyền, đặc biệt là ở các trọng điểm và trục giao thông chính, gây hại cho cây cối, động vật hoang dã và các công trình xây dựng bằng đá vôi và bê tông.

Năng lượng: Tiêu thụ năng lượng trong khu du lịch thường không hiệu quả và lãng phí.

Ô nhiễm tiếng ồn: Tiếng ồn từ các phương tiện giao thông, các cơ sở cung cấp dịch vụ vui chơi giải trí có thể làm ảnh hưởng đến cuộc sống của người dân địa phương. Đối với hệ thống các vườn quốc gia, tiếng ồn cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến các loại động vật hoang dã.

Ô nhiễm phong cảnh: Việc xây dựng các cơ sở lưu trú du lịch, cơ sở cung cấp dịch vụ như nhà hàng, điểm du lịch không phù hợp với cảnh quan môi trường, thiết kế kiến trúc không hợp lý sẽ làm xấu đi phong cảnh tự nhiên.

Làm nhiều loạn sinh thái: Việc phát triển hoạt động du lịch thiếu kiểm soát có thể tác động lên đất (xói mòn, trượt lở), làm biến động các nơi cư trú, đe dọa các loài động vật hoang dại (tiếng ồn, săn bắt, cung ứng thịt thú rừng, thú nhồi bông, côn trùng...). Xây dựng đường giao thông và khu cắm trại gây cản trở động vật hoang dại di chuyển tìm môi, kết đôi hoặc sinh sản, phá hoại rạn san hô do khai thác mẫu vật, cá cảnh hoặc neo đậu tàu thuyền...

1.3. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

1.3.1. Khái niệm và vai trò của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

a. Khái niệm cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch được hiểu là phương tiện vật chất kỹ thuật được huy động tham gia vào việc khai thác các tài nguyên du lịch nhằm tạo ra và thực hiện các dịch vụ và hàng hóa thỏa mãn nhu cầu của du khách trong các chuyến hành trình của họ. Theo cách hiểu này, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch bao gồm cả cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc bản thân ngành du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật của các ngành khác cũng như của cả nền kinh tế quốc dân tham gia vào việc khai thác tiềm năng du lịch như hệ thống đường sá, cầu cống, bưu chính viễn thông, điện nước ... Những yếu tố này được gọi chung là yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng xã hội. Cơ sở hạ tầng xã hội được xem là những yếu tố đảm bảo điều kiện chung cho việc phát triển du lịch. Điều này cũng khẳng định mối liên hệ mật thiết giữa du lịch với các ngành khác trong mối liên hệ ngành.

Theo nghĩa hẹp, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được hiểu là toàn bộ các phương tiện vật chất kỹ thuật do các tổ chức du lịch tạo ra để khai thác các tiềm năng du lịch, tạo ra các sản phẩm dịch vụ và hàng hóa cung cấp và làm thỏa mãn nhu cầu của du khách. Chúng bao gồm hệ thống các khách sạn, nhà hàng, các khu vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển ... Đây chính là các yếu tố đặc trưng trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch. Nếu thiếu những yếu tố này thì nhu cầu của khách du lịch không được thỏa mãn. Do vậy, đây chính là yếu tố trực tiếp đối với việc đảm bảo điều kiện cho các dịch vụ du lịch được tạo ra và cung ứng cho du khách.

b. Vai trò của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những yếu tố quan trọng đối với quá trình sản xuất kinh doanh. Nó là yếu tố đảm bảo về điều kiện cho hoạt động sản xuất kinh doanh được thực hiện. Mỗi lĩnh vực sản xuất kinh doanh để có thể hoạt động đòi hỏi phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương ứng. Nói một cách khác, để có thể tiến hành khai thác được các tài nguyên du lịch phải tạo ra được hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương ứng. Hệ thống này vừa đảm bảo phù hợp với đặc trưng của dịch vụ du lịch, đồng thời phải phù hợp với đặc thù của tài nguyên du lịch tại đó. Một quốc gia, một doanh nghiệp muốn phát triển du lịch tốt phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tốt. Do đó, có thể nói rằng, trình độ phát triển của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là điều kiện, đồng thời cũng là thể hiện trình độ phát triển du lịch của một đất nước.

1.3.2. Đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có mối quan hệ mật thiết với tài nguyên du lịch. Điều này thể hiện ở chỗ ở đâu có tài nguyên du lịch muốn khai thác được thì ở đó phải có cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Ngược lại, không thể xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở những nơi không có tài nguyên du lịch. Thật vậy, nếu không có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được đầu tư thì không thể có được các yếu tố đảm bảo điều kiện thuận lợi cho du khách trong quá trình tham quan, du lịch. Do vậy, cho dù tài nguyên du lịch ở đó có hấp dẫn cũng khó có thể thu hút được du khách. Mặt khác, việc đầu tư hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn gắn liền với vấn đề quy hoạch khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch. Nhưng nếu hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch lại được đầu tư ở những nơi không có tài nguyên du lịch thì bản thân nó chỉ là hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật thông thường chứ không còn là cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

Như vậy, trong mỗi liên hệ này, tài nguyên có vai trò quyết định cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Hay nói cách khác, việc đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cần phải căn cứ vào tài nguyên du lịch địa phương, quốc gia sở hữu. Ngược lại, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cũng có những tác động tích cực đến tài nguyên du lịch. Điều này có được khi cơ sở vật chất kỹ thuật được đầu tư phù hợp với tài nguyên du lịch. Khi cơ sở vật chất kỹ thuật được xây dựng đẹp, hấp dẫn, độc đáo lại có thể trở thành tài nguyên du lịch.

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng. Đặc điểm này xuất phát từ tính tổng hợp của nhu cầu du lịch gồm cả nhu cầu thiết yếu, nhu cầu đặc trưng và nhu cầu bổ sung. Khách du lịch luôn đòi hỏi phải được thỏa mãn đồng thời tất cả những nhu cầu đó. Do vậy cần có sự đồng bộ các yếu tố về sở sở vật chất kỹ thuật du lịch. Tính đồng bộ của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch thể hiện ở sự đầy đủ các thành phần theo quy định của một hệ thống; sự hài hòa cân đối các khu vực trong một tổng thể và sự đồng bộ về kỹ thuật thiết kế và xây dựng. Do vậy, khi xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phải chú ý đến việc thiết kế tổng thể nhằm tạo ra sự đồng bộ giữa các thành phần, đảm bảo sự phù hợp, cân đối.

Thời gian hao mòn thành phần chính của hệ thống cơ sở vật chất – kỹ thuật du lịch tương đối lâu. Đặc điểm này là do thành phần chính của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch là các công trình kiến trúc kiên cố như các tòa nhà khách sạn, nhà hàng hay các công trình kiến trúc khác. Ngoài ra, do đặc thù của sản phẩm du lịch là dịch vụ, việc tiêu dùng của du khách là sự trải nghiệm hơn là sở hữu.

Một số thành phần của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được sử dụng không cân đối. Trong du lịch, do chịu ảnh hưởng của yếu tố thời vụ, một số vùng, điểm du lịch hoạt động có tính thời vụ, do vậy cơ sở vật chất - kỹ thuật chỉ được sử dụng vào một số thời điểm nhất định. Công suất sử dụng chúng có thể thay đổi theo thời gian. Ngoài ra, tính không cân đối cũng do các đối tượng khách khác nhau đi với những mục đích khác nhau và họ sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật tại một điểm cũng không cân đối theo các thành phần của sản phẩm.

1.3.3. Yêu cầu đối với cơ sở vật chất - kỹ thuật trong du lịch

Để phục vụ tốt mục đích kinh doanh, cơ sở vật chất - kỹ thuật của mỗi loại hình kinh doanh đều phải đáp ứng được những yêu cầu nhất định. Cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch cũng cần phải đáp ứng được những tiêu chuẩn được quy định bởi đặc trưng của lĩnh vực kinh doanh du lịch. Đó là đáp ứng đầy đủ nhất những nhu cầu hết sức đa dạng và phong phú của du khách. Với đặc trưng đó, hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải đáp ứng được các yêu cầu sau:

Mức độ tiện nghi. Do mục đích của du lịch thường là để tìm kiếm những ấn tượng, cảm giác khác lạ, khác với điều kiện cuộc sống hàng ngày. Do vậy, khách du lịch luôn muốn được sinh hoạt trong điều kiện tiện nghi, hiện đại và thuận tiện. Vì thế, mức độ tiện nghi được hiểu là mức độ trang bị của các trang thiết bị tiện nghi có khả năng mang lại sự tiện lợi và cảm giác thoải mái cho du khách. Để đáp ứng được các yêu cầu đó, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phải được trang bị trước hết đầy đủ về số lượng và đảm bảo về chất lượng. Ngoài ra mức độ tiện nghi cũng cần xem xét và tính đến sự khác biệt ở mỗi loại hình du lịch và đối tượng khách khác nhau.

Mức độ thẩm mỹ. Mức độ thẩm mỹ trước hết được thể hiện ở khâu thiết kế, hình thức bên ngoài, các bố trí sắp đặt và màu sắc. Khi đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phải quan tâm đến thiết kế đảm bảo hình dáng bên ngoài cũng như thiết kế tiện nghi hài hòa, hợp lý về màu sắc, vừa đảm bảo tính tiện dụng.

Mức độ vệ sinh. Trong kinh doanh du lịch, vệ sinh của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật luôn là một yêu cầu bắt buộc. Mức độ vệ sinh không có sự phân biệt giữa các loại hình du lịch hay loại hạng của chúng. Vấn đề vệ sinh không chỉ được đặt ra với các trang thiết bị thuộc cơ sở vật chất kỹ thuật mà còn phải đảm bảo cả với môi trường xung quanh.

Mức độ an toàn. Nhu cầu an toàn đứng thứ hai trong thứ bậc nhu cầu của con người. Trong hành trình du lịch, du khách luôn mong muốn sự an toàn về cả tính mạng cũng như tài sản, tinh thần. Do vậy cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phải được thiết kế đảm bảo an toàn trong sử dụng. Do đó cần phải đảm bảo an toàn từ lắp đặt và phải được duy tu, bảo dưỡng thường xuyên.

Trên đây là bốn yêu cầu cơ bản đối với hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Tùy thuộc vào từng loại hình cơ sở vật chất kỹ thuật mà thứ tự ưu tiên trong các yêu cầu đối với cơ sở vật chất cũng khác nhau.

1.3.4. Một số loại hình cơ sở vật chất kỹ thuật cơ bản trong du lịch

a. Cơ sở lưu trú du lịch

Khái niệm: Theo Luật Du lịch Việt Nam, cơ sở lưu trú du lịch được hiểu là “*Cơ sở cho thuê buồng, giường và cung cấp các dịch vụ khác phục vụ khách lưu trú, trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu*”. Như vậy cơ sở lưu trú du lịch không chỉ đơn thuần phục vụ việc lưu lại, trú ngụ mà nó còn bao hàm cả những hoạt động của con người trong thời gian lưu lại như ăn nghỉ, vui chơi giải trí, giao lưu...

Loại hình cơ sở lưu trú du lịch:

Khách sạn (hotel): Khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách lưu trú và sử dụng dịch vụ, bao gồm các loại sau: Khách sạn thành phố (city hotel), khách sạn nghỉ dưỡng (hotel resort), khách sạn nổi (floating hotel) và khách sạn bên đường (motel).

Làng du lịch (tourist village): Là cơ sở lưu trú du lịch gồm tập hợp các biệt thự hoặc một số loại cơ sở lưu trú khác như căn hộ, bungalow và bãi cắm trại, được xây dựng ở nơi có tài nguyên du lịch, cảnh quan thiên nhiên đẹp, có hệ thống dịch vụ gồm các nhà hàng, quầy bar, cửa hàng mua sắm, khu vui chơi giải trí, thể thao và các tiện ích khác phục vụ khách du lịch.

Biệt thự du lịch (tourist villa): Biệt thự du lịch là biệt thự có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê, có thể tự phục vụ trong thời gian lưu trú. Có từ ba biệt thự du lịch trở lên được gọi là cụm biệt thự du lịch.

Căn hộ du lịch (tourist apartment): Căn hộ du lịch là căn hộ có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê, có thể tự phục vụ trong thời gian lưu trú. Có từ mười căn hộ du lịch trở lên được gọi là khu căn hộ du lịch.

Bãi cắm trại du lịch (tourist camping): Bãi cắm trại du lịch là khu vực đất được quy hoạch ở nơi có cảnh quan thiên nhiên đẹp, có kết cấu hạ tầng, có cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và dịch vụ cần thiết phục vụ khách cắm trại.

Nhà nghỉ du lịch (tourist guest house): Nhà nghỉ du lịch là cơ sở lưu trú du lịch, có trang thiết bị, tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch như khách sạn nhưng không đạt tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn.

Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (homestay): Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (homestay) là nơi sinh sống của người sở hữu hoặc sử dụng hợp pháp trong thời gian cho thuê lưu trú du lịch, có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê lưu trú, có thể có dịch vụ khác theo khả năng đáp ứng của chủ nhà.

Các cơ sở lưu trú du lịch khác: Các cơ sở lưu trú du lịch khác gồm tàu thủy du lịch, tàu hỏa du lịch, caravan, lều du lịch.

Xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch

Cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng theo tiêu chuẩn chất lượng, bao gồm:

Khách sạn và làng du lịch được xếp theo năm hạng là hạng 1 sao, hạng 2 sao, hạng 3 sao, hạng 4 sao, hạng 5 sao;

Biệt thự du lịch và căn hộ du lịch được xếp theo hai hạng là hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh biệt thự du lịch, căn hộ du lịch và hạng đạt tiêu chuẩn cao cấp;

Bãi cắm trại du lịch, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, cơ sở lưu trú du lịch khác được xếp một hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch.

Nhãn du lịch bền vững bông sen xanh (Nhãn Bông sen xanh):

Nhãn Bông sen xanh là nhãn hiệu cấp cho các cơ sở lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Cơ sở lưu trú du lịch được cấp Nhãn Bông sen xanh là đơn vị đã có những nỗ lực trong việc bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên năng lượng, góp phần bảo vệ các di sản, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội địa phương và phát triển bền vững.

Nhãn Bông sen xanh có 5 cấp độ từ 1 Bông sen xanh đến 5 Bông sen xanh. Số lượng Bông sen xanh ghi nhận mức độ nỗ lực trong bảo vệ môi trường và phát triển bền vững của cơ sở lưu trú du lịch, không phụ thuộc vào loại, hạng mà cơ sở lưu trú du lịch đó được chứng nhận.

Bộ tiêu chí Bông sen xanh gồm 4 nhóm: Nhóm A: quản lý bền vững; nhóm B: tối đa hóa lợi ích kinh tế và xã hội cho địa phương; nhóm C: giảm thiểu các tác động tiêu cực tới di sản văn hóa và thiên nhiên; nhóm D: giảm thiểu những tác động tiêu cực tới môi trường.

b. Phương tiện vận chuyển khách du lịch

Khái niệm: Phương tiện vận chuyển khách du lịch là phương tiện đảm bảo các điều kiện phục vụ khách du lịch, được sử dụng để vận chuyển khách du lịch theo chương trình du lịch.

Yêu cầu: hoạt động vận chuyển khách du lịch bằng xe ô tô cần có biểu hiệu cho xe ô tô vận chuyển khách du lịch như sau:

- Nội thất, tiện nghi đối với xe ô tô vận chuyển khách du lịch:

Ô tô dưới 09 chỗ ngồi phải có điều hòa nhiệt độ, thùng chứa đồ uống, dụng cụ y tế sơ cấp cứu, túi thuốc dự phòng.

Ô tô từ 09 chỗ ngồi đến dưới 24 chỗ ngồi, ngoài các quy định như trên phải có rèm cửa chống nắng, bảng hướng dẫn an toàn, bình chữa cháy, búa sử dụng để thoát hiểm, thùng chứa rác, tên và số điện thoại của chủ phương tiện tại vị trí phía sau ghế của người lái xe.

Ô tô từ 24 chỗ ngồi trở lên (trừ ô tô chuyên dụng caravan hoặc ô tô hai tầng), ngoài các quy định như trên phải trang bị micro, tivi và khu vực cất giữ hành lý cho khách du lịch.

Ô tô chuyên dụng caravan hoặc ô tô hai tầng, ngoài các quy định trên phải có chỗ sơ cấp cứu (đối với ô tô hai tầng) và phòng nghỉ tạm thời (đối với ô tô chuyên dụng).

Đối với lái xe và nhân viên phục vụ trên xe ô tô vận chuyển khách du lịch
Lái xe ô tô vận chuyển khách du lịch, ngoài việc phải đáp ứng các quy định của pháp luật đối với người lái xe, phải có Giấy chứng nhận tập huấn nghiệp vụ du lịch.

Nhân viên phục vụ trên xe ô tô vận chuyển khách du lịch phải có Giấy chứng nhận tập huấn nghiệp vụ du lịch, trừ trường hợp nhân viên phục vụ trên xe vận chuyển khách du lịch đồng thời là Hướng dẫn viên hoặc Thuyết minh viên du lịch.

Cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống du lịch

Khái niệm: là nơi cung cấp dịch vụ ăn uống phục vụ khách du lịch

Tiêu chuẩn cấp biểu hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch đối với cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống du lịch như sau:

Vị trí dễ tiếp cận, có quầy bar;

Đủ điều kiện phục vụ tối thiểu năm mươi khách; có trang thiết bị phù hợp đối với từng loại món ăn, đồ uống; đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

Có thực đơn, đơn giá và bán đúng giá ghi trong thực đơn;

Đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm;

Bếp thông thoáng, có trang thiết bị chất lượng tốt để bảo quản và chế biến thực phẩm;

Nhân viên mặc đồng phục phù hợp với từng vị trí công việc, đeo phù hiệu trên áo;

Có phòng vệ sinh riêng cho khách;

Thực hiện niêm yết giá và chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng.

d. Cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm du lịch:

Tiêu chuẩn cấp biểu hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch đối với cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm du lịch như sau:

Hàng hóa phải có nguồn gốc rõ ràng đảm bảo chất lượng; không bán hàng giả, hàng không đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm; thực hiện niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết; có túi đựng hàng hóa cho khách bằng chất liệu thân thiện với môi trường; có trách nhiệm đổi, nhận lại hoặc bồi hoàn cho khách đối với hàng hóa không đúng chất lượng cam kết;

Nhân viên mặc đồng phục, đeo phù hiệu tên trên áo; thái độ phục vụ tận tình, vui vẻ, chu đáo, không nài ép khách mua hàng hóa; có nghiệp vụ và kỹ năng bán hàng; không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng chất gây nghiện;

Cửa hàng có vị trí dễ tiếp cận; diện tích tối thiểu năm mươi mét vuông; trang trí mặt tiền, trưng bày hàng hóa hài hòa, hợp lý; có hệ thống chiếu sáng cửa hàng và khu vực trưng bày hàng hóa; có hộp thư hoặc sổ góp ý của khách đặt ở nơi thuận tiện; có nơi trữ đồ cho khách đối với hàng hóa là quần áo; có phòng vệ sinh;

Chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng.

1.4. Lao động trong du lịch

1.4.1. Đặc điểm của lao động trong du lịch

Nhìn chung, mỗi ngành nghề đều có những đặc điểm riêng. Những đặc trưng đó quy định đặc điểm của lao động. Lao động trong lĩnh vực du lịch về cơ bản có một số đặc điểm nổi bật sau:

Có tính chuyên môn hóa cao. Du lịch bao gồm nhiều lĩnh vực kinh doanh như dịch vụ lữ hành, lưu trú, vận chuyển khách du lịch, điểm khu du lịch... Mỗi lĩnh vực lại có sự phân chia sâu hơn nữa. Tại mỗi lĩnh vực kinh doanh có những vị trí, chức danh công việc khác nhau. Để thực hiện tốt mỗi vị trí công việc đòi hỏi người lao động phải được đáp ứng được chuyên môn đặc thù. Chính vì vậy, trong hoạt động du lịch có tính chuyên môn hóa cao.

Không cố định về thời gian: với đặc thù của ngành dịch vụ, thời gian làm việc của lao động trong ngành du lịch là không cố định về thời gian trong ngày cũng như các ngày trong tuần. Do tính chất của công việc phục vụ, để đảm bảo dịch vụ cung ứng được gần như 24/24h và 7 ngày/tuần do đó phần lớn lao động làm việc trong các doanh nghiệp du lịch làm việc theo ca và cả những ngày cuối tuần, lễ, tết. Ngoài ra đối với lao động trong các doanh nghiệp lữ hành mà đơn cử là hướng dẫn viên, việc định lượng được thời gian làm việc trong ngày là rất khó khăn không giống như lao động khối hành chính.

Yêu cầu cao về giao tiếp. Với đặc thù của ngành dịch vụ, lao động làm việc trong ngành du lịch cũng sẽ có cơ hội gặp gỡ với nhiều người, tiếp xúc với cả khách du lịch trong và ngoài nước, sử dụng nhiều loại ngôn ngữ khác nhau và đến từ rất nhiều nền văn hóa đa dạng. Do đó, để có thể thành công trong công việc đòi hỏi người lao động phải có khả năng giao tiếp tốt.

Công việc có tính chất lặp lại. Xét trong chừng mực nào đó, công việc có tính chất lặp lại cũng có thể coi là một đặc điểm của nghề. Điều này càng trở nên đúng hơn với đặc thù công việc của hoạt động lữ hành. Người hướng dẫn viên hay đội ngũ thuyết minh viên du lịch sẽ cung cấp bài thuyết minh cho khách nhiều lần về cùng một đối tượng tham quan. Chính vì đặc điểm này, để công việc của mình tránh khỏi sự đơn điệu, nhàm chán, đòi hỏi những người làm nghề có lòng yêu nghề, luôn trau dồi kiến thức và kỹ năng.

1.4.2. Yêu cầu đối với lao động trong du lịch

Với những đặc điểm của công việc trong lĩnh vực du lịch đòi hỏi người lao động phải đáp ứng được những yêu cầu nhất định của nghề. Về cơ bản đó là các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và hành vi; về giao tiếp và sức khỏe.

Yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và hành vi, thái độ. Khách du lịch thực hiện chuyến du lịch với nhiều mục đích nhưng một trong những mục đích phổ biến là nâng cao hiểu biết. Để đáp ứng được yêu cầu này của khách du lịch đòi hỏi những người trực tiếp phục vụ du khách như hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch, nhân viên trong các cơ sở dịch vụ phải có kiến thức sâu rộng về các lĩnh vực khác nhau như địa lý, phong tục tập quán, lịch sử, văn hóa.

Ngoài kiến thức, nhân viên làm việc trong du lịch còn yêu cầu cao về kỹ năng và hành vi, thái độ. Vì đặc thù của ngành dịch vụ, khách du lịch sẽ rất khó chấp nhận với những hành vi thái độ không phù hợp của nhân viên trong ngành. Một trong số những kỹ năng đặc thù là khả năng giao tiếp. Với đặc thù tiếp xúc với đối tượng du khách đa dạng về ngôn ngữ và văn hóa, mọi thông điệp đều phải chuyển tải qua giao tiếp. Do đó yêu cầu đối với đội ngũ lao động trong du lịch phải có khả năng giao tiếp tốt. Cần thiết phải sử dụng có hiệu quả các hình thức giao tiếp cả có ngôn từ và phi ngôn từ.

Yêu cầu về sức khỏe. Đây là một trong những yêu cầu cần thiết, đặc biệt đối với lao động trong lĩnh vực lữ hành. Với tính chất công việc thường xuyên phải di chuyển trên các loại phương tiện vận chuyển khác nhau nên đòi hỏi người lao động phải đáp ứng được yêu cầu về sức khỏe. Việc làm việc theo ca, đảm bảo dịch vụ được cung cấp 24/24h cũng bị quyết định bởi yếu tố sức khỏe của người lao động.

II. Dịch vụ du lịch

2.1. Khái niệm dịch vụ du lịch

Ngày nay, dịch vụ đã trở thành một ngành kinh tế có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Ở các nước phát triển, tỷ trọng của dịch vụ chiếm 70% - 80% GDP, ở nước ta tỷ lệ này là 40%. Chính vì dịch vụ có vai trò quan trọng như vậy nên việc nghiên cứu các khái niệm về dịch vụ có ý nghĩa đặc biệt đối với việc nghiên cứu các khái niệm về dịch vụ du lịch.

Theo ISO 9004:1991: “Dịch vụ là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa người cung cấp và khách hàng, cũng như nhờ các hoạt động của người cung cấp để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng”.

Dịch vụ là kết quả của những hoạt động không thể hiện bằng sản phẩm vật chất, nhưng bằng tính hữu ích của chúng và có giá trị kinh tế.

Du lịch là ngành kinh tế dịch vụ, sản phẩm của ngành du lịch chủ yếu là dịch vụ, không tồn tại dưới dạng vật chất, không lưu kho, lưu bãi, chuyển quyền sở hữu khi sử dụng. Do vậy, nó cũng mang những đặc tính chung của dịch vụ.

Chính vì vậy, trên cơ sở những khái niệm chung dịch vụ, chúng ta có thể đưa ra khái niệm dịch vụ du lịch như sau: “Là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa những tổ chức cung ứng du lịch và khách du lịch và thông qua các hoạt động tương tác đó để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích cho tổ chức cung ứng”.

2.2. Đặc điểm của dịch vụ du lịch

Về cơ bản, dịch vụ du lịch có một số đặc điểm sau:

Tính phi vật chất. Đây là tính chất quan trọng nhất của sản xuất dịch vụ du lịch. Tính phi vật chất làm cho du khách không thể nhìn thấy hay thử nghiệm sản phẩm trước khi mua. Chính vì vậy du khách rất khó đánh giá chất lượng của dịch vụ trước khi sử dụng. Do đó, nhà cung cấp dịch vụ cần phải cung cấp đầy đủ thông tin và thông tin cần phải nhấn mạnh đến lợi ích của dịch vụ chứ không chỉ đơn thuần là mô tả quá trình dịch vụ.

Tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng dịch vụ du lịch. Đây là đặc điểm quan trọng thể hiện sự khác biệt của dịch vụ du lịch đối với hàng hóa. Sản phẩm du lịch không thể sản xuất ở một nơi rồi mang đi tiêu thụ ở một nơi khác. Do tính đồng thời trên nên sản phẩm du lịch không thể lưu kho được.

Sự tham gia của khách du lịch trong quá trình tạo ra dịch vụ. Đặc điểm này nói lên trong một chừng mực nào đó, khách du lịch là nội dung của quá trình sản xuất. Mức độ hài lòng của khách du lịch sẽ phụ thuộc vào sự sẵn sàng cũng như khả năng của nhân viên du lịch, khả năng thực hiện được ý nguyện của khách. Trong rất nhiều trường hợp, thái độ và sự giao tiếp với du khách còn quan trọng hơn là kiến thức và kỹ năng nghề.

Tính không thể di chuyển của dịch vụ du lịch. Đặc điểm này là do cơ sở du lịch vừa là nơi cung ứng dịch vụ, vừa là nơi sản xuất nên dịch vụ du lịch không thể di chuyển được, khách muốn tiêu dùng dịch vụ phải đến các cơ sở du lịch.

Tính thời vụ của dịch vụ du lịch. Du lịch có đặc trưng rất rõ nét ở tính thời vụ do đó ảnh hưởng đến dịch vụ du lịch. Cung - cầu về dịch vụ du lịch không có sự đồng đều trong năm mà tập trung vào một số thời điểm nhất định.

Tính trọn gói của dịch vụ du lịch. Dịch vụ du lịch thường trọn gói bao gồm các dịch vụ cơ bản và dịch vụ bổ sung. Dịch vụ cơ bản là những dịch vụ mà nhà cung ứng du lịch cung cấp cho khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu cơ bản, không thể thiếu được đối với du khách như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ tham quan, vui chơi giải trí...

Dịch vụ bổ sung là những dịch vụ phụ cung cấp cho khách hàng nhằm thỏa mãn các nhu cầu đặc trưng và nhu cầu bổ sung của khách du lịch. Tuy chúng không có tính bắt buộc như dịch vụ cơ bản nhưng phải có trong hành trình du lịch của du khách.

Tính không đồng nhất của dịch vụ du lịch. Nhà cung ứng dịch vụ du lịch rất khó đưa ra các tiêu chuẩn nhằm làm thỏa mãn tất cả khách hàng trong mọi hoàn cảnh vì sự thỏa mãn đó phụ thuộc vào sự cảm nhận và kỳ vọng của từng khách hàng. Dịch vụ du lịch không có được sự đồng nhất vì phụ thuộc vào các yếu tố cấu thành.

2.3. Chất lượng dịch vụ trong du lịch

2.3.1. Khái niệm

Chất lượng dịch vụ được khái niệm với nội hàm rộng, mang tính tương đối chủ quan, bao gồm chất lượng kỹ thuật là những giá trị vốn có trong dịch vụ và chất lượng chức năng hình thành trong hoạt động cung ứng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào mong đợi và nhận thức của khách hàng vào môi trường vật chất, nhân viên cung ứng và những yếu tố khác nữa.

Chất lượng dịch vụ là biến số có thể đo được. Những khác biệt về chất lượng phản ánh sự khác nhau về số lượng của một số thành phần hoặc thuộc tính của dịch vụ. Tuy nhiên quan điểm này còn hạn chế là có những thuộc tính không lượng hóa được, nó thuộc trạng thái tinh thần như sở thích, thái độ, tình cảm ...

Trên góc độ nhà sản xuất, chất lượng dịch vụ là việc đảm bảo cung cấp dịch vụ theo đúng kịch bản với kỹ năng nghiệp vụ cao của nhân viên cung ứng và đội ngũ cán bộ quản lý. Quan điểm này có hạn chế là chưa gắn dịch vụ cung ứng với mong muốn của khách hàng mục tiêu.

Quan điểm dựa trên giá trị cho rằng chất lượng là phạm trù của giá trị và giá cả bằng việc xem xét mối quan hệ tương xứng giữa tính năng dịch vụ, những giá trị tạo ra và giá cả.

Quan điểm người tiêu dùng cho rằng chất lượng dịch vụ có được trên cơ sở nhận thức và cảm nhận của người sử dụng dịch vụ. Quan điểm này đồng nhất chất lượng với tối đa hóa sự thỏa mãn. Các khách hàng khác nhau sẽ có nhận thức thỏa mãn khác nhau song nhìn chung đối với khách hàng có một số vấn đề sau:

Khách hàng khó đánh giá và nhận biết chất lượng dịch vụ. Khi trao đổi hàng hóa hiện hữu, khách hàng sử dụng nhiều tiêu chuẩn hữu hình để đánh giá chất lượng như mẫu mã, độ bền, màu sắc, nhãn mác... Khi chuyển giao dịch vụ các đầu mối hữu hình tồn tại ít hơn. Trong hầu hết những trường hợp các bằng chứng hữu hình được giới hạn trong các phương tiện vật chất của nhà cung cấp và nhân viên giao tiếp dịch vụ. Với mức độ tham gia hạn chế của các đầu mối hữu hình, khách hàng phải dựa vào những đầu mối khác như giá cả, mức độ sẵn sàng của dịch vụ, nơi cung cấp dịch vụ... để đánh giá chất lượng dịch vụ.

Do đặc tính không hiện hữu của dịch vụ mà doanh nghiệp có khó khăn trong việc hiểu được khách hàng đã tiếp nhận nhận dịch vụ và chất lượng dịch vụ đó như thế nào. Khi một nhà cung cấp hiểu được khách hàng của họ sẽ đánh giá dịch vụ như thế nào, họ sẽ có khả năng tạo ra những tác động vào những đánh giá theo hướng mong muốn.

Chất lượng là sự so sánh giữa sự mong đợi về giá trị một dịch vụ của khách hàng với giá trị dịch vụ thực tế nhận thức do doanh nghiệp cung cấp.

Chất lượng dịch vụ bao gồm sự so sánh giữa sự mong đợi và được thỏa mãn. Đó là sự đo lường phân phối dịch vụ phù hợp với sự mong đợi của khách hàng tới mức nào. Đó là thực hiện chuyển giao dịch vụ sao cho phù hợp với những mong đợi của khách hàng trên một nền tảng tương thích với mức độ mong đợi.

Dịch vụ nhận được	Sự mong đợi	Chất lượng dịch vụ
Giá trị dịch vụ nhận được >	Giá trị mong đợi	Rất tốt
Giá trị dịch vụ nhận được =	Giá trị mong đợi	Tốt
Giá trị dịch vụ nhận được <	Giá trị mong đợi	Thấp

Sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng được tạo nên từ bốn nguồn: Thông tin truyền miệng; nhu cầu cá nhân; kinh nghiệm đã trải qua; Quảng cáo, khuyến khích trưng. Trong bốn nguồn trên chỉ có nguồn thứ tư là nằm trong tầm kiểm soát của tổ chức cung ứng dịch vụ.

Sự hài lòng của khách hàng có liên quan đến chất lượng dịch vụ. Nếu chất lượng dịch vụ rất tốt, mức độ thỏa mãn vượt quá sự mong đợi, khách hàng sẽ rất hài lòng. Chất lượng dịch vụ cao, mức độ thỏa mãn đạt được sự mong đợi, khách hàng cảm thấy vui vẻ hài lòng. Ngược lại, nếu chất lượng dịch vụ thấp, mức độ thỏa mãn thấp hơn giá trị mong đợi, khách hàng sẽ thất vọng. Giá trị dịch vụ khách hàng nhận được do chuỗi giá trị của dịch vụ tổng thể mà doanh nghiệp chuyển giao phụ thuộc vào một số yếu tố như: dịch vụ tổng thể được cung cấp, nhân viên cung cấp dịch vụ, những hoạt động của các đối thủ cạnh tranh, các mức độ mong đợi, khung nhận thức và sự hiểu biết về dịch vụ của người tiêu dùng dịch vụ.

Những đánh giá dịch vụ ở các đầu ra và ở cả quá trình. Chất lượng dịch vụ không chỉ đánh giá so sánh ở đầu ra với giá trị mong đợi của khách hàng mà nó còn bao gồm hoạt động của toàn bộ hệ thống cung cấp. Do đó có sự tồn tại hai loại chất lượng dịch vụ: chất lượng kỹ thuật bao gồm những giá trị mà khách hàng thực sự nhận được từ dịch vụ doanh nghiệp cung cấp, chúng có thể lượng hóa được với những mức độ khác nhau, và chất lượng chức năng bao gồm cách thức phân phối, phương thức chuyển giao những giá trị dịch vụ cho khách hàng.

Tiền đề của chất lượng dịch vụ là sự chuyển giao dịch vụ với khách hàng và các yếu tố trong tổ chức dịch vụ, khung nhận thức của khách hàng và sự hiểu biết về dịch vụ của họ. Cũng từ tiền đề này có thể tiếp cận chất lượng dịch vụ với ba mảng: chất lượng vật lý (vật chất) của dịch vụ gồm các trang thiết bị, dịch vụ, nhà, quầy ... chính là môi trường vật chất của dịch vụ; chất lượng tổ chức gồm phương thức tổ chức quản lý điều hành, uy tín, hình ảnh của doanh nghiệp; chất lượng chuyển giao dịch vụ gồm những tác động qua lại giữa nhân viên cung ứng dịch vụ và khách hàng. Chất lượng dịch vụ phải hướng tới nhu cầu của người tiêu dùng và mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp, trên góc độ khách hàng.

Theo ISO 8402, có thể coi chất lượng dịch vụ là: *“Tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng đó khả năng thoả mãn những yêu cầu đã nêu hay tiềm ẩn”*.

2.3.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ trong du lịch

Trong dịch vụ có thể sử dụng 5 tiêu chí sau đây để đánh giá để đánh giá chất lượng bao gồm: sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm, tính hữu hình.

Sự tin cậy: Sự tin cậy chính là khả năng cung cấp dịch vụ như đã hứa một cách tin cậy và chính xác. Thực hiện dịch vụ tin cậy là một trong những trông đợi cơ bản của khách hàng.

Tinh thần trách nhiệm: Là sự sẵn sàng giúp đỡ khách hàng một cách tích cực và cung cấp dịch vụ một cách chu đáo. Trong trường hợp dịch vụ sai hỏng. Khả năng phục hồi nhanh chóng có thể tạo ra cảm nhận tích cực về chất lượng.

Sự đảm bảo: Là việc thực hiện dịch vụ một cách lịch sự và tôn trọng khách hàng, giao tiếp có kết quả với khách hàng, thực sự quan tâm và giữ bí mật về thông tin cá nhân của khách.

Sự đồng cảm: Thể hiện việc chăm sóc chu đáo, chú ý tới cá nhân khách hàng. Sự đồng cảm bao gồm khả năng tiếp cận và nỗ lực tìm hiểu nhu cầu của khách hàng.

Tính hữu hình: Là sự hiện diện của điều kiện làm việc, trang thiết bị, con người và các phương tiện thông tin.

Chất lượng dịch vụ chịu tác động của các yếu tố:

Khách hàng.

Trình độ, năng lực, kỹ năng, và thái độ làm việc của cán bộ và công nhân phục vụ.

Cơ sở vật chất.

Chất lượng của quá trình thực hiện và chuyển giao dịch vụ.

Môi trường hoạt động dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ có những đặc trưng:

Chất lượng dịch vụ là chất lượng của con người, được biểu hiện thông qua: trình độ học vấn, khả năng nhận thức, trình độ chuyên môn.

Chất lượng dịch vụ mang tính nhận thức là chủ yếu, khách hàng luôn đặt ra những yêu cầu về dịch vụ thông qua những thông tin có trước khi tiêu dùng và đánh giá nó trước khi sử dụng.

Chất lượng dịch vụ thay đổi theo người bán, người mua vào thời điểm thực hiện dịch vụ. Điều này có nghĩa là rất khó xác định mức chất lượng đồng đều cho mỗi dịch vụ. Cùng một dịch vụ nhưng khách hàng lại có cách đánh giá chất lượng khác nhau, khách hàng có thể cảm thấy không hài lòng khi sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp mới.

2.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ du lịch

Chất lượng sản phẩm được tạo ra trong toàn bộ chu kỳ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, bắt đầu từ khâu thiết kế sản phẩm tới các khâu tổ chức mua sắm nguyên vật liệu, triển khai quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng. Do tính chất phức tạp và tổng hợp của khái niệm chất lượng nên việc tạo ra và hoàn thiện chất lượng sản phẩm chịu tác động của rất nhiều các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh bên ngoài và bên trong của doanh nghiệp. Các nhân tố này có mối quan hệ chặt chẽ, ràng buộc với nhau, tạo ra tác động tổng hợp đến chất lượng sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất ra.

a. Những yếu tố thuộc môi trường bên ngoài:

Tình hình phát triển kinh tế trên thế giới: Xu hướng toàn cầu hoá với sự tham gia hội nhập kinh tế của các quốc gia trên thế giới: Đẩy mạnh tự do thương mại quốc tế. Sự phát triển của khoa học công nghệ, thông tin đã làm thay đổi nhiều cách tư duy và đòi hỏi các doanh nghiệp phải có khả năng thích ứng cao. Cạnh tranh ngày càng gay gắt cùng với sự bão hoà của thị trường.

Tình hình thị trường: Đây là nhân tố quan trọng nhất, là xuất phát điểm, tạo lực hút định hướng cho sự phát triển chất lượng sản phẩm. Sản phẩm chỉ có thể tồn tại khi nó đáp ứng được những nhu cầu của khách hàng. Xu hướng phát triển và hoàn thiện chất lượng sản phẩm phụ thuộc chủ yếu vào đặc điểm và xu hướng vận động của nhu cầu trên thị trường. Thị trường sẽ tự điều tiết theo các quy luật khách quan như quy luật giá trị, cung cầu, cạnh tranh...

Trình độ tiến bộ khoa học - công nghệ: Trình độ chất lượng của sản phẩm không thể vượt quá giới hạn khả năng của trình độ tiến bộ khoa học - công nghệ của một giai đoạn lịch sử nhất định. Chất lượng sản phẩm trước hết thể hiện ở những đặc trưng về trình độ kỹ thuật tạo ra sản phẩm. Mặt khác, tiến bộ khoa học công nghệ tạo phương tiện điều tra, nghiên cứu khoa học chính xác hơn,

xác định đúng đắn nhu cầu và biến đổi nhu cầu thành đặc điểm sản phẩm chính xác hơn nhờ trang bị những phương tiện hiện đại.

Cơ chế, chính sách quản lý kinh tế của các quốc gia: Môi trường pháp lý với những chính sách và cơ chế quản lý kinh tế có tác động trực tiếp và to lớn đến việc tạo ra và nâng cao chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp. Một môi trường với những cơ chế phù hợp sẽ kích thích các doanh nghiệp đẩy mạnh đầu tư, cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Ngược lại, cơ chế không khuyến khích sẽ tạo ra sự trì trệ, giảm động lực nâng cao chất lượng.

Các yêu cầu về văn hoá, xã hội: Tập quán, thói quen tiêu dùng sẽ ảnh hưởng lớn đến sự thành bại của doanh nghiệp. Bao gồm: Thói quen tiêu dùng, khả năng thanh toán, các điều kiện về kinh tế khác

b. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

Lực lượng lao động trong doanh nghiệp: Lao động giữ vị trí then chốt, quan trọng đối với doanh nghiệp, là một trong những yếu tố cơ bản để tạo ra những sản phẩm hàng hoá có chất lượng tốt cho xã hội. Cùng với công nghệ, con người giúp doanh nghiệp đạt chất lượng cao trên cơ sở giảm chi phí. Chất lượng phải thoả mãn nhu cầu của khách hàng bên ngoài và khách hàng bên trong doanh nghiệp. Hình thành và phát triển nguồn nhân lực đáp ứng được những yêu cầu về thực hiện mục tiêu chất lượng là một trong những nội dung cơ bản của quản lý chất lượng trong giai đoạn hiện nay.

Khả năng về máy móc thiết bị, công nghệ hiện có của doanh nghiệp. Mỗi sản phẩm có chất lượng tốt phải được tạo ra bởi 3 yếu tố: Phần cứng, phần mềm và phần con người. Trình độ hiện đại máy móc thiết bị và quy trình công nghệ của doanh nghiệp ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm, đặc biệt những doanh nghiệp tự động hoá cao, có dây chuyền sản xuất hàng loạt. Trong nhiều trường hợp, trình độ và cơ cấu công nghệ quyết định đến chất lượng sản phẩm tạo ra. Sử dụng tiết kiệm có hiệu quả máy móc thiết bị hiện có, kết hợp giữa công nghệ hiện có với đổi mới để nâng cao chất lượng

sản phẩm là một trong những hướng quan trọng nâng cao chất lượng hoạt động của doanh nghiệp.

Nguyên vật liệu và hệ thống cung ứng nguyên vật liệu của doanh nghiệp. Một trong những yếu tố đầu vào tham gia cấu thành sản phẩm và hình thành các thuộc tính chất lượng chính là nguyên vật liệu. Vì vậy, đặc điểm và chất lượng nguyên vật liệu ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm. Mỗi loại nguyên vật liệu khác nhau sẽ hình thành những đặc tính chất lượng khác nhau. Tính đồng nhất và tiêu chuẩn hoá của nguyên liệu là cơ sở quan trọng cho ổn định chất lượng sản phẩm. Để thực hiện các mục tiêu chất lượng đặt ra cần tổ chức tốt hệ thống cung ứng, đảm bảo nguyên liệu cho quá trình sản xuất. Tổ chức tốt hệ thống cung ứng không chỉ là đảm bảo đúng chủng loại, chất lượng, số lượng nguyên vật liệu mà còn đảm bảo đúng về mặt thời gian. Một hệ thống cung ứng tốt là hệ thống có sự phối hợp hiệp tác chặt chẽ đồng bộ giữa bên cung ứng và doanh nghiệp sản xuất.

Trình độ tổ chức quản lý của doanh nghiệp. Quản lý chất lượng dựa trên quan điểm lý thuyết hệ thống. Một doanh nghiệp là một hệ thống trong đó có sự phối hợp đồng bộ thống nhất giữa các bộ phận chức năng. Mức chất lượng đạt được trên cơ sở giảm chi phí phụ thuộc rất lớn vào trình độ tổ chức quản lý của doanh nghiệp. Chất lượng của hoạt động quản lý phản ánh chất lượng hoạt động của doanh nghiệp. Theo W.E.Deming thì có tới 85% những vấn đề về chất lượng do hoạt động quản lý gây ra. Vì vậy, hoàn thiện quản lý là cơ hội tốt cho nâng cao chất lượng sản phẩm, thoả mãn nhu cầu của khách hàng cả về chi phí và các chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật khác.

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Để học tốt chương này, học viên cần nghiên cứu các nội dung được biên soạn trong tài liệu và các tài liệu tham khảo.

Câu hỏi thảo luận: Thực trạng của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch ở nước ta.

Bài tập/Kiểm tra/Viết thu hoạch: Đánh giá những tác động của hoạt động du lịch (về kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường) tại địa phương nơi anh (chị) đang công tác.

Tài liệu tham khảo của chương:

Tổng cục Du lịch, Hội đồng Biên soạn giáo trình cơ sở ngành du lịch, “*Giáo trình Tổng quan cơ sở lưu trú du lịch*”, NXB Lao động - Xã hội, 2008.

Vũ Đức Minh, Giáo trình “*Tổng quan Du lịch*”, NXB Thống kê, 2008.

Đông Ngọc Minh, Vương Lôi Đình, “*Kinh tế du lịch và Du lịch học*”, NXB Trẻ 2001.

Lưu Văn Nghiêm, “*Marketing dịch vụ*”, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2008.

Nguyễn Đình Phan, Giáo trình “*Quản lý chất lượng trong các tổ chức*”, NXB Lao động xã hội, 2005.

Trần Đức Thanh, “*Nhập môn khoa học du lịch*”, NXB Đại học Quốc gia, 2003.

Chương 4

KIẾN THỨC CHUNG VỀ ĐIỂM DU LỊCH

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

*Khai thác những thông tin chung về địa phương cần tìm hiểu để xây dựng bài thuyết minh;
Hiểu được những thông tin cần khai thác về lịch sử hình thành điểm du lịch;
Xác định được những thông tin cơ bản cần khai thác về điểm du lịch để xây dựng bài thuyết minh;
Vận dụng bài thuyết minh mẫu cho các điểm du lịch cụ thể.*

I. Khái quát chung về địa phương và lịch sử phát triển của điểm du lịch

1.1. Khái quát chung về địa phương

Ngày nay, du khách đi du lịch không chỉ đơn thuần là nghỉ ngơi mà còn có nhu cầu tìm hiểu, khám phá những nét độc đáo của truyền thống văn hóa, phong tục tập quán của địa phương. Thuyết minh viên du lịch, với tư cách là người thuyết minh tại chỗ trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch, đóng vai trò quan trọng trong việc “thổi hồn” cho điểm du lịch, giúp du khách hiểu biết sâu hơn về những giá trị văn hóa, lịch sử và tự nhiên của mỗi điểm du lịch nằm trong bối cảnh chung của địa phương. Do vậy, để đáp ứng được nhu cầu tìm hiểu, khám phá của du khách, thuyết minh viên du lịch cần có hiểu biết tổng quát về tình hình kinh tế, chính trị, khoa học, loại hình văn hóa nghệ thuật, điện ảnh, sân khấu,... những nét văn hóa, phong tục tập quán, các kiến thức lịch sử, địa lý, dân tộc học,... và thông tin về những địa điểm cung cấp dịch vụ du lịch của địa phương.

Tại nhiều điểm du lịch, thuyết minh viên du lịch là người địa phương. Hơn ai hết, họ cần hiểu sâu sắc về địa phương mình và đặc biệt họ sẽ gửi gắm vào trong bài thuyết minh những tình cảm và niềm tự hào quê hương.

Những kiến thức chung về địa phương cơ bản cần phải nắm chắc bao gồm:

1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của khu vực

Thuyết minh viên du lịch cần tìm hiểu nguồn gốc ra đời, tên gọi, những dấu mốc lịch sử hình thành của vùng đất, đặc điểm và ý nghĩa của từng giai đoạn. Những thông tin này sẽ giúp cho thuyết minh viên du lịch có được những phân tích, đánh giá bức tranh chung của toàn địa phương.

Các thuyết minh viên cần sưu tầm những thông tin khái quát này từ những nguồn tài liệu đáng tin cậy. Bên cạnh đó, thuyết minh viên cần có sự tham khảo từ các chuyên gia trong lĩnh vực này.

1.1.2. Vị trí địa lý và địa hình

Kiến thức về vị trí địa lý bao gồm việc xác định hướng, phía tiếp giáp của địa phương với các địa phương khác. Từ đó, thuyết minh viên du lịch cần biết được những thuận lợi và khó khăn của địa phương do vị trí địa lý của địa phương tạo ra. Đặc biệt, vị trí địa lý tạo ra các đặc điểm riêng biệt của địa hình địa phương: hệ thống đồi, núi, sông ngòi, hệ sinh thái, các loài động, thực vật điển hình... Việc tìm tòi, khám phá những bí ẩn của tự nhiên giúp thuyết minh viên nâng cao hiểu biết, làm phong phú thêm thông tin cho bài thuyết minh.

1.1.3. Khí hậu

Những đặc điểm chung về thời tiết, lượng mưa, nhiệt độ, độ ẩm, hướng gió... của địa phương cũng là những yếu tố căn bản trong quá trình hình thành và phát triển của khu vực. Hiểu biết về đặc điểm thời tiết không chỉ giúp cho việc lý giải một cách sâu sắc về các yếu tố tác động tới điểm du lịch mà còn có những gợi ý tốt cho du khách khi tới tham quan tại điểm du lịch.

Những thông tin này luôn có sẵn từ nhiều nguồn khác nhau. Thuyết minh viên du lịch cần cập nhật và vận dụng cho phù hợp trong các bài thuyết minh khi tác nghiệp.

1.1.4. Kinh tế

Du lịch là một ngành kinh tế, dịch vụ tổng hợp. Yếu tố kinh tế có mối quan hệ mật thiết và tác động qua lại với các yếu tố xã hội, chính trị và con người trong từng giai đoạn lịch sử hay từng vùng đất.

Do vậy, những thông tin về kinh tế như: quy mô, tốc độ tăng trưởng của kinh tế địa phương, cơ cấu các ngành nghề, đặc trưng của hoạt động, sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, đầu tư, các chính sách, phúc lợi ... cần được các thuyết minh viên du lịch tổng quát và luôn cập nhật. Những thông tin này sẽ giúp cho du khách đánh giá được mức độ phát triển tại địa phương. Việc cập nhật thông tin đòi hỏi thuyết minh viên phải thường xuyên có thói quen theo dõi tình hình thời sự trên các phương tiện sẵn có tại địa phương.

1.1.5. Giao thông

Những thông tin về giao thông bao gồm: phương tiện giao thông, hệ thống giao thông công cộng, tuyến đường bộ, đường hàng không, đường thủy, các sân bay, cảng biển, bến tàu, nhà ga ... tại địa phương. Nắm được tình hình thông tin về giao thông, thuyết minh viên có thể tư vấn cho du khách về cách thức đi lại trong vùng và dễ dàng tiếp cận với các điểm du lịch.

1.1.6. Xã hội và nhân khẩu học

Du khách bao gồm các tầng lớp, giai cấp khác nhau. Họ đến từ các quốc gia khác nhau. Do vậy, du khách thường quan tâm đến những thông tin về kinh tế, chính trị, xã hội, các yếu tố nhân khẩu học tại điểm đến để so sánh với nơi du khách sinh sống. Vì vậy, để có thể thỏa mãn được sự tò mò và giải thích một cách thuyết phục cho du khách, thuyết minh viên du lịch cần nắm được các kiến thức xã hội và nhân khẩu học có liên quan như sau:

Dân số: Đặc điểm về dân số của địa phương góp phần tác động tới sự hình thành và phát triển của điểm du lịch. Do vậy, để trở thành một thuyết minh giỏi, các thuyết minh viên du lịch cần tìm hiểu những thông tin về dân số như sau:

- Số lượng, quy mô dân số địa phương, so sánh với các địa phương khác trong toàn vùng hay phạm vi cả nước.
- Cơ cấu, đặc điểm dân số theo giới tính, nhóm tuổi, tuổi thọ trung bình ...
- Việc phân bố dân cư trên các địa hình và những điểm nổi bật.
- Tỷ lệ lao động và trình độ học vấn
- Mật độ dân cư và những ảnh hưởng về mật độ dân cư.

Những thông tin này sẽ làm cho bài thuyết minh trở nên phong phú và đa dạng hơn. Không chỉ dành cho những người có sự quan tâm đặc biệt tới lĩnh vực này, sự hiểu biết về dân số sẽ giúp cho du khách hiểu thêm về đặc điểm dân cư trong khu vực, từ đó cảm nhận sâu sắc hơn về văn hóa, truyền thống ở những khu vực đặc trưng.

Thu nhập: thu nhập tính trên đầu người, tốc độ tăng trưởng về thu nhập

Y tế: việc chăm sóc sức khỏe ở địa phương cả trong quá khứ và hiện tại, bảo hiểm y tế ...

Giáo dục, trình độ học vấn: tỷ lệ người biết đọc viết, số lượng trường lớp, cấp học, bậc học, ngành học, trình độ học vấn...

Tôn giáo, văn hóa: các phong tục tập quán, tập tục ma chay, cưới hỏi, tín ngưỡng, tôn giáo, những điều cấm kỵ, vòng đời, chu kỳ sống của gia đình, các yếu tố về dân tộc học ...

An ninh - an toàn xã hội của địa phương.

1.1.7. Du lịch

Các điểm tham quan

Hiểu biết về các điểm tham quan giúp cho thuyết minh viên du lịch có khả năng kết nối các thông tin giữa điểm du lịch nơi họ đang làm việc với các điểm tham quan khác và giới thiệu hiệu quả cho du khách.

b. Các dịch vụ du lịch

Việc cung cấp những thông tin về các địa chỉ kinh doanh dịch vụ, giá cả, đặc điểm,... giúp du khách được thưởng thức các giá trị du lịch đặc trưng của điểm du lịch là một trong những lợi thế mà thuyết minh viên du lịch có thể tạo ra trong quá trình thuyết minh cho du khách. Tuy nhiên, khi giới thiệu cho du khách cần chọn lọc, đảm bảo yếu tố chất lượng, đặc biệt là yếu tố vệ sinh, an toàn và uy tín của các dịch vụ.

Các dịch vụ du lịch tại địa phương bao gồm:

Dịch vụ lễ hành

Dịch vụ lưu trú

Dịch vụ ăn uống

Dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ vui chơi giải trí

Các dịch vụ bổ sung

khác c. Các đặc sản

Du khách khi đi du lịch thường mong muốn được thưởng thức các “của ngon vật lạ” của các địa phương. Thuyết minh viên du lịch cung cấp cho du khách những thông tin này không chỉ đáp ứng nhu cầu của du khách về thưởng thức ẩm thực địa phương mà còn tạo lòng tự hào cho chính các thuyết minh viên du lịch về địa phương của mình thông qua các sản vật.

Thuyết minh viên du lịch cần khai thác những thông tin về các địa điểm sản xuất, các cửa hàng bán các đặc sản nguyên bản của địa phương có uy tín và thương hiệu.

Trong thực tế, thuyết minh viên không thể thu thập ngay được đầy đủ những thông tin về địa phương khi mới vào nghề hoặc trong thời gian ngắn mà phải trải qua quá trình tích lũy lâu dài và tùy thuộc vào sự học hỏi và nỗ lực của bản thân các thuyết minh viên du lịch trong hành trình hoàn thiện kiến thức để tác nghiệp hiệu quả.

1.2. Khái quát chung về lịch sử hình thành điểm du lịch

Các thông tin khái quát về lịch sử hình thành điểm du lịch bao gồm quá trình hình thành, những biến chuyển của điểm du lịch, tên gọi và đặc điểm trong từng giai đoạn lịch sử. Các thuyết minh viên du lịch cần giới thiệu một cách chi tiết và đầy đủ các mốc sự kiện, những nguyên nhân của quá trình hình thành điểm du lịch. Trong đó, ý nghĩa tên gọi của các điểm du lịch luôn được du khách háo hức muốn tìm hiểu. Những lời giải thích về tên gọi theo các truyền thuyết dân gian, theo các điển cổ lịch sử luôn hấp dẫn du khách. Ví dụ như tên gọi vịnh Hạ Long gắn với truyền thuyết mẹ con nhà rồng cứu giúp người Việt, hay tên bãi biển Lăng Cô là do cách đọc chệch của người Pháp từ Làng Cò, ...

Bên cạnh đó, các thuyết minh viên du lịch cần gắn kết lịch sử hình thành của điểm du lịch với lịch sử của địa phương, của dân tộc để làm nổi bật lên ý nghĩa của điểm du lịch.

II. Các đặc điểm cơ bản của điểm du lịch

Thuyết minh viên du lịch tại điểm giới thiệu trong phạm vi không gian của điểm du lịch. Do vậy, thuyết minh viên phải có kiến thức chuyên sâu về điểm du lịch. Việc thuyết minh, cung cấp và truyền đạt những thông tin đầy đủ, chính xác tới du khách sẽ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với chất lượng sản phẩm du lịch nói chung. Nếu công tác thuyết minh, giới thiệu không tốt sẽ không truyền tải được các thông tin về di tích, về di sản một cách đầy đủ tới du khách, như vậy các giá trị, ý nghĩa, nội dung của di tích sẽ không được hiểu hết, có những trường hợp còn bị hiểu sai lệch, ảnh hưởng không nhỏ đến việc phát huy những giá trị của từng điểm du lịch. Đặc biệt, tại một số điểm du lịch, du khách rất khó cảm nhận được giá trị của điểm du lịch bằng mắt thường, thuyết minh viên sẽ giúp khách “tái hiện được” giá trị của điểm du lịch thông qua bài thuyết minh của mình. Giá trị của điểm du lịch được biểu hiện thông qua khung giá trị của điểm du lịch và giá trị cụ thể của điểm du lịch.

2.1. Khung giá trị của điểm du lịch

Khung giá trị của điểm du lịch được hiểu là hệ thống những thông tin về điểm du lịch mà thuyết minh viên du lịch cần phải biết trước khi tiến hành công tác thuyết minh. Khung giá trị của điểm du lịch bao gồm các nội dung sau:

Tên gọi chính thức, tên gọi thông thường của điểm du lịch.

Giá trị lịch sử, văn hóa, xã hội và kinh tế của điểm du lịch.

Quy mô: cấp địa phương, cấp vùng, cấp quốc gia hay quốc tế.

Loại tài nguyên trên điểm: tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn hay tài nguyên hỗn hợp.

Các dịch vụ, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch tại điểm du lịch.

Khả năng liên kết của điểm trong vùng và trên tuyến.

2.2. Giá trị của điểm du lịch cụ thể

Giá trị du lịch của điểm du lịch là những đặc trưng của điểm du lịch, có thể khai thác phục vụ cho du lịch. Giá trị của điểm du lịch phụ thuộc vào các tài nguyên nổi trội của điểm du lịch đó.

2.2.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Vị trí địa lý và Địa hình

Vị trí địa lý của điểm du lịch cụ thể tạo ra những thuận lợi, giá trị về kinh tế - xã hội. Địa hình là thành phần chủ yếu của tự nhiên, bao gồm: đất, nước, đồi, núi, sông, biển, thảm thực vật, đặc điểm thời tiết ... và các công trình nhân tạo, tạo nên phong cảnh để du khách thưởng ngoạn. Thuyết minh viên du lịch cần khai thác các khía cạnh về phong cảnh đẹp dựa trên những yếu tố chủ yếu sau đây:

Dạng địa hình chứa nước (như sông, suối, thác, hồ, đầm, phá, biển)

Sự tương phản địa hình lớn (đồi, núi, cao nguyên, trung du, đồng bằng ...)

Sự đa dạng về địa hình trong không gian hẹp.

Tuy nhiên, một số điểm du lịch không hội tụ các đặc điểm nêu trên nhưng lại có giá trị đối với hoạt động du lịch. Đó là kiểu địa hình Karst và các kiểu địa hình ven bờ các bồn chứa nước lớn (biển, sông, hồ). Việc giải thích được cho du khách biết quá trình hình thành các kiểu địa hình đặc biệt cũng như các loại địa hình tiêu biểu sẽ là nét hấp dẫn riêng của những điểm du lịch thuộc loại này.

Khí hậu

Khí hậu là thành phần quan trọng của môi trường tự nhiên. Một số điểm du lịch đã dựa vào yếu tố khí hậu để khai thác các hoạt động du lịch. Do vậy, tại các điểm này, thuyết minh viên du lịch cần có thông tin về nhiệt độ, độ ẩm không khí, lượng mưa, sức gió, ánh nắng mặt trời, các hiện tượng thời tiết đặc biệt. Những thông tin này giúp cho du khách hiểu biết sâu sắc hơn về giá trị tự nhiên của điểm du lịch.

Tài nguyên nước

Tài nguyên nước bao gồm nước trên lục địa và nước biển, đại dương. Nước trên lục địa có nước mặt (sông, hồ các loại) và nước dưới đất (nước ngầm).

Nhiều loại hình du lịch được triển khai dựa trên đặc điểm của nguồn nước. Ví dụ:

- Hệ thống bờ biển và nước ven bờ: thuyết minh viên du lịch cần hiểu rõ tần suất và tính chất của sóng, độ sạch của nước, tốc độ dòng chảy ven biển, nhiệt độ nước,... và các loại hình du lịch phù hợp với từng điểm du lịch để cung cấp thông tin cho du khách. Ví dụ: dòng chảy ven bờ có tốc độ nhỏ, nước trong và sóng vừa phải phù hợp với tắm biển; sóng lớn phù hợp với lướt sóng; nước trong và có nhiều động thực vật đẹp phù hợp với hoạt động lặn biển.

- Nước khoáng: một trong những công dụng quan trọng nhất của nước khoáng là chữa bệnh. Để thấy được giá trị của nước khoáng trong việc phát triển loại hình du lịch chữa bệnh, các thuyết minh viên du lịch tại điểm cần hiểu rõ tác dụng sinh lý đối với con người của từng loại nước khoáng thông qua một số thành phần vật chất đặc biệt (các nguyên tố hóa học, khí, các nguyên tố phóng xạ,...) hoặc một số tính chất vật lý (nhiệt độ cao, độ pH,...).

Sinh vật

Ngày nay, việc tham quan trong thế giới động - thực vật sống động, hài hòa trong thiên nhiên đang có sức hấp dẫn rất lớn đối với du khách. Các thuyết minh tại điểm cần có kiến thức về loại tài nguyên này như sau:

Thảm thực vật độc đáo và điển hình

Các loài đặc trưng cho khu vực, loài đặc hữu, loài quý hiếm đối với thế giới và trong nước.

Những loài động vật (thú, chim, bò sát, côn trùng, cá,...) điển hình của vùng.

Những loại có thể khai thác dưới dạng đặc sản phục vụ nhu cầu khách du lịch.

Nơi có thể đi lại quan sát, chụp ảnh.

Các quy định của cơ quan quản lý.

2.2.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Các di sản văn hóa thế giới và di tích lịch sử - văn hóa

Các di sản văn hóa thế giới và di tích lịch sử - văn hóa là một trong những tài nguyên du lịch nhân văn quan trọng nhất. Đây là nguồn lực để phát triển và mở rộng hoạt động du lịch. Loại tài nguyên này gắn liền với môi trường xung quanh, thể hiện sự sinh động của quá khứ và làm cho cuộc sống thêm đa dạng, phong phú. Qua các thời đại, di sản văn hóa thế giới và di tích lịch sử văn hóa đã minh chứng những sáng tạo to lớn về văn hóa, tôn giáo và xã hội của loài người. Do vậy, việc cung cấp thông tin đầy đủ, chi tiết và chính xác sẽ giúp cho du khách mở rộng kiến thức, đồng thời tạo cơ hội cho họ góp phần bảo vệ, khôi phục và tôn tạo các giá trị vô giá đó.

Các di sản văn hóa thế giới

Khi thuyết minh về các di sản thế giới, thuyết minh viên du lịch cần làm rõ giá trị của di sản thông qua 6 tiêu chuẩn sau:

Là tác phẩm nghệ thuật độc nhất vô nhị, tác phẩm hàng đầu của tài năng con người.

Có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển của nghệ thuật kiến trúc, nghệ thuật cấu tạo không gian trong một thời gian nhất định, trong một khung cảnh văn hóa nhất định.

Chúng cứ xác thực cho một nền văn minh đã biến mất.

Cung cấp ví dụ hùng hồn cho một thể loại xây dựng hoặc kiến trúc phản ánh một giai đoạn lịch sử có ý nghĩa.

Cung cấp các thông tin về một dạng nhà ở truyền thống nói lên được một nền văn hóa đang có nguy cơ bị hủy hoại trước những biến động không cưỡng lại được.

Có mối quan hệ trực tiếp với những sự kiện, tín ngưỡng đáp ứng được những tiêu chuẩn xác thực về ý tưởng sáng tạo, về vật liệu, về cách tạo lập cũng như về vị trí.

Di tích lịch sử - văn hóa

Những thông tin về di tích lịch sử - văn hóa sẽ tạo nên sức lôi cuốn du khách. Có thể nói các giá trị của các khu di tích lịch sử - văn hóa là những thông tin cốt lõi mà thuyết minh viên du lịch cần nắm bắt đầu tiên. Song cần lưu ý tính logic theo tiến trình lịch sử: giá trị nguyên bản của loại hình này trong quá khứ, những gì du khách nhìn thấy hiện tại và những dự án khôi phục trong tương lai, nghĩa lịch sử, những minh chứng còn lại, khả năng tái hiện trong lời thuyết minh của thuyết minh viên du lịch.

- **Lễ hội**

Các lễ hội đã tạo nên một môi trường mới, huyền diệu, giúp người tham dự có điều kiện tiếp xúc với những bí ẩn vừa mơ, vừa thực. Lễ hội trở thành dịp cho con người hành hương về với cội rễ, bản thể. Trong kho báu di sản của quá khứ để lại cho ngày hôm nay, các lễ hội dân tộc lành mạnh không bị mất đi; trái lại, lễ hội ngày càng được nhân rộng, phát triển cả về hình thức và nội dung. Khi tìm hiểu về lễ hội, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý những thông tin cơ bản sau:

Thời gian của lễ hội: Thời gian khai hội, thời gian kết thúc lễ hội, lý do lựa chọn thời gian diễn ra lễ hội, ...

Quy mô của lễ hội: Các lễ hội có quy mô lớn, nhỏ khác nhau. Có lễ hội có quy mô quốc tế nhưng cũng có những lễ hội chỉ bó gọn trong một địa phương nhỏ hẹp.

Địa điểm diễn ra lễ hội: Ở đâu và ý nghĩa của địa điểm tổ chức lễ hội.

Nội dung của lễ hội: Các nghi lễ trong phần lễ và các hoạt động tiêu biểu, đặc trưng trong phần hội.

Các đối tượng du lịch gắn với dân tộc học

Mỗi một dân tộc có những điều kiện sinh sống, đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán, hoạt động sản xuất mang sắc thái riêng trên địa bàn cư trú nhất định. Những đặc thù của từng dân tộc, từng vùng miền có sức hấp dẫn riêng đối với du khách.

Các đối tượng du lịch gắn với dân tộc học có giá trị với du lịch là các tập tục lạ về cư trú, về tổ chức xã hội, về thói quen ăn uống, sinh hoạt, về kiến trúc cổ, các nét truyền thống trong quy hoạch cư trú và xây dựng, trang phục dân tộc, ngôn ngữ, ...

Để bài thuyết minh hấp dẫn du khách, các thuyết minh viên cần nắm được các thông tin đầy đủ, đặc sắc và hiểu biết chính xác về các đặc điểm gắn với dân tộc học của địa phương, nơi khách cư trú để so sánh và chỉ ra sự khác biệt của điểm tham quan. Điều này giúp cho du khách nhận biết những giá trị độc đáo của điểm du lịch.

Làng nghề thủ công truyền thống

Làng nghề truyền thống là làng có nghề cổ truyền được hình thành từ lâu đời, tồn tại và phát triển đến ngày nay. Các sản phẩm của làng nghề truyền thống là sự kết tinh, giao thoa và phát triển các giá trị văn hóa, văn minh lâu đời của mỗi dân tộc. Những sản phẩm này luôn mang cả dấu ấn về tâm hồn, bản sắc dân tộc, dấu ấn về mỗi làng quê và hình ảnh đất nước.

Do vậy, thuyết minh viên du lịch không chỉ đơn giản là nắm vững các thông tin mà cần phải thấm nhận được các giá trị ẩn chứa bên trong của mỗi làng, mỗi nghề truyền thống. Bằng sự hiểu biết đó kết hợp với khả năng truyền

đạt của mình, thuyết minh viên mới có thể làm nổi bật cả giá trị phi vật thể (kỹ năng làm nghề, cảm nhận văn hóa nghệ thuật,...) và giá trị vật thể (hàng lưu niệm) khi tác nghiệp.

Các đối tượng văn hóa, thể thao và hoạt động nhận thức khác

Loại tài nguyên này bao gồm các viện khoa học và các trường đại học, các thư viện nổi tiếng, các bảo tàng, các thành phố diễn ra triển lãm nghệ thuật, các trung tâm thường xuyên tổ chức liên hoan âm nhạc, sân khấu, điện ảnh, các cuộc thi đấu thể thao, các cuộc thi hoa hậu,... Để có những thông tin này, thuyết minh viên du lịch cần cập nhật thông tin theo từng sự kiện. Đồng thời, thuyết minh viên du lịch cần dựa trên nhu cầu cung cấp thông tin của từng đối tượng du khách để có hướng thuyết minh cho phù hợp.

III. Giá trị của điểm du lịch thông qua ví dụ một bài thuyết minh

Du khách khi đến tham quan điểm du lịch, họ không chỉ cảm nhận về điểm đến thông qua những gì có thể nhìn thấy mà còn thông qua những lời thuyết minh, hướng dẫn của thuyết minh viên du lịch. Các giá trị của điểm đến có thể được cán bộ thuyết minh đề cập dưới nhiều góc độ khác nhau để giúp cho du khách hiểu được những nét đặc trưng riêng biệt của khu vực tham quan một cách đầy đủ và sinh động nhất.

Nghiên cứu ví dụ sau:

Ví dụ: Bài thuyết minh Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch (Hà Nội)

Thưa Quý khách, chúng ta đang đứng chân trước Quảng trường Ba Đình lịch sử - nơi ghi lại dấu ấn thiêng liêng: Bác Hồ đọc Tuyên ngôn Độc lập khai sinh ra nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, đem lại cho dân tộc ta một thời kỳ độc lập, tự do, ấm no, hạnh phúc. Và ngày hôm nay, thuyết minh viên du lịch (giới thiệu tên) của Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh rất hân hạnh, vinh dự và tự hào được trở thành thuyết minh viên du lịch đưa quý khách - những người con của Bác đến từ miền Nam xa xôi ra thăm thủ đô Hà Nội và đặc biệt thăm là Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch.

Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch, gọi tắt là Khu di tích Phủ Chủ tịch nằm ở trung tâm chính trị của thủ đô Hà Nội. Đây là nơi sống và làm việc lâu nhất trong cuộc đời hoạt động cách mạng của Hồ Chí Minh (từ 19 tháng 12 năm 1954 đến 2 tháng 9 năm 1969). Tổng thể khu di tích rộng hơn 14 hecta, bao gồm 16 công trình, công trình đã tồn tại lâu nhất là hơn 100 năm và gần nhất là hơn 40 năm. Hôm nay, chúng ta sẽ cùng nhau lần lượt đi thăm: Phủ Chủ tịch, Nhà 54, Nhà 67 và Nhà sàn. Đây là những nơi mà Chủ tịch Hồ Chí Minh đã sống, làm việc và gắn bó.

Phía trước quý khách là Phủ Chủ tịch - nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh làm việc với cương vị người đứng đầu Đảng và Nhà nước Việt Nam. Tòa nhà nằm trong khuôn viên của khu Phủ Chủ tịch, gần lăng Hồ Chí Minh và quảng trường Ba Đình.

Ngày 10 tháng 10 năm 1954, những bước chân đầu tiên của đoàn quân giải phóng tiến về Thủ Đô... Cùng với đó, Bác Hồ đã từ chiến khu Việt Bắc trở về Hà Nội sau chín năm kháng chiến trường kỳ gian khổ. Ban đầu, Bác và một số đồng chí trong Trung ương Đảng đã đến ở tạm tại nhà thương Đồn Thủy (nay là bệnh viện Hữu Nghị và bệnh viện Quân Đội 108).

Trung ương Đảng và Chính phủ đã mời Người về ở và làm việc tại tòa nhà sang trọng này với mong muốn đảm bảo điều kiện tốt nhất để Chủ tịch Hồ Chí Minh có thể làm việc và thực hiện những nghi lễ ngoại giao quan trọng.

Đây là một tòa nhà sang trọng, bề thế, được khởi công xây dựng từ những năm đầu của thế kỷ XX (1900 - 1906) do một kiến trúc sư người Pháp gốc Đức Lich-ten Fen-đơ thiết kế theo phong cách thời kỳ hậu Phục Hưng, mang đậm phong cách kiến trúc Pháp.

Dưới thời Pháp thuộc, tòa nhà này có tên là Phủ Toàn quyền Đông Dương vì đây là nơi ở của các viên toàn quyền.

Khi nhận được lời đề nghị, Bác đã không tán thành. Người nói: “Trước kia đây là Phủ Toàn quyền, nhưng việc xây dựng nên công trình kiến trúc này là bàn tay của những người thợ Việt Nam. Bây giờ nhân dân được tự do, đất nước được độc lập, quyền làm chủ tòa nhà phải thuộc về nhân dân”. Chính vì vậy, Bác đề nghị sử dụng tòa nhà này là nơi làm việc cho toàn bộ Cán bộ Nhà nước. Từ đó tòa nhà được gọi là Phủ Chủ tịch.

Mặt bằng của tòa nhà được thiết kế đối xứng, có một khối lớn ở giữa và hai khối ở hai bên. Tòa nhà có diện tích sử dụng gần 1.300m², gồm hai tầng chính đặt trên một tầng đế, trên cùng là một tầng sát mái. Tầng đế là một tầng nửa hầm xây nổi, có kẻ mạch vữa giả đá thường thấy trong kiến trúc cổ điển Pháp. Tòa nhà có 36 phòng được thiết kế cầu kỳ. Đây là một trong những công trình đẹp và sang trọng nhất đất nước ta thời kỳ bấy giờ, nhưng cũng là một công trình đã tiêu tốn rất nhiều tiền của và công sức của nhân dân lao động.

Phủ Chủ tịch

Căn phòng trang trọng nhất của Phủ Chủ tịch là phòng gương ở tầng một với năm vòm cửa lớn ở chính diện tòa nhà nhìn ra đường Hùng Vương. Kết cấu kiến trúc và trang trí nội thất đã tạo cho phòng gương một sự trang trọng. Đây là nơi đã diễn ra những sự kiện quan trọng của đất nước; những hoạt động đối nội, đối ngoại của Chủ tịch Hồ Chí Minh trên cương vị là người đứng đầu Đảng, đứng đầu Nhà nước. Ở đây, Chủ tịch Hồ Chí Minh đón tiếp những Chính khách Quốc tế, các vị nguyên thủ Quốc gia, lãnh tụ Đảng các nước anh em; hội đàm với các đồng chí lãnh đạo Nhà nước Việt Nam cũng như thăm hỏi các đại biểu của nhân dân ta. Hàng năm, đại sứ các nước vẫn tới đây để trình Quốc Thư. Cùng với đó, nhiều sự kiện quan trọng của quốc gia đã được diễn ra tại phòng gương của Phủ Chủ tịch.

Phiên họp đầu tiên của Hội đồng Chính phủ tại Phủ Chủ tịch bắt đầu từ ngày 23 tháng 12 đến ngày 25 tháng 12 năm 1954.

Cũng tại phòng gương, vào tháng 3 năm 1955, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã tiếp các vị đại biểu Quốc hội trong khuôn khổ kỳ họp thứ 4 Quốc hội khóa I.

Các phiên họp của Hội đồng Chính phủ đã được thảo luận ở nơi đây và đi đến quyết định về Quốc Ca, Quốc Kỳ, Quốc Huy của nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa.

Về phía các đoàn đại biểu quốc tế, năm 1954, Chủ tịch Hồ Chí Minh tiếp đại biểu các nước Ấn Độ, Ba Lan và Canada, trong Ủy ban giám sát và kiểm soát quốc tế thi hành Hiệp định Giơnevơ về Đông Dương. Từ năm 1955 đến 1957, hoạt động đối ngoại của Bác tập trung vào các phương diện: Đấu tranh đòi thi hành Hiệp định Giơnevơ, tăng cường tình hữu nghị với các nước anh em; góp phần củng cố hoà bình ở châu Á và trên toàn thế giới.

Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đón tiếp một số nguyên thủ của các nước như Liên Xô, Ấn Độ, Anbani, Ghinê và các đoàn đại biểu quốc tế sang thăm và làm việc tại Việt Nam: Đoàn đại biểu Thanh niên Dân chủ thế giới, Đoàn đại biểu Đảng Cộng sản, Đoàn đại biểu phụ nữ Tuynidi và Angiêri. Người đã tiếp bà Idaben Blum, Ủy viên Chủ tịch đoàn Hội đồng hoà bình thế giới. Tại Phủ Chủ tịch, Người đã tiếp đón hơn 1.000 đoàn đại biểu trong và ngoài nước.

Bác vẫn thường cho đón các cháu thiếu niên nhi đồng tới đây vui chơi ca hát và báo cáo cho Bác nghe thành tích học tập của các cháu. Hàng tuần, thường vào tối thứ bảy, Bác Hồ mời các cháu thiếu nhi, các anh chị em phục vụ và bảo vệ Bác đến quây quần xem phim với Bác và Thủ tướng Phạm Văn Đồng. Ngày 2 tháng 8 năm 1969, Người xem bộ phim “Bài ca anh giải phóng quân” và đây cũng chính là buổi xem phim cuối cùng của Bác.

Tại một căn phòng nhỏ ở tầng hai tòa nhà, Bác thường đọc thư chúc Tết đồng bào và cho ghi âm lại, sau đó phát đi trong đêm giao thừa, gửi tới đồng bào chiến sĩ cả nước và kiều bào ta ở nước ngoài. Những bài thơ chúc Tết của Bác tuy đơn sơ, mộc mạc, nhưng chan chứa tình yêu bao la đối với toàn dân tộc; khuyến khích, động viên tinh thần của nhân dân ta trong những năm đất nước còn gặp nhiều gian khó.

Sau khi Chủ tịch Hồ Chí Minh qua đời (ngày 2 tháng 9 năm 1969), Phủ Chủ tịch trở thành một trong những di tích lưu niệm về Người được Nhà nước xếp hạng là di tích đặc biệt quan trọng. Cũng từ đó đến nay, những hoạt động quan trọng của Đảng và Nhà nước Việt Nam vẫn được tiến hành trọng thể tại Phủ Chủ tịch. Đây vẫn là nơi làm việc của Chủ tịch nước và Phó Chủ tịch nước cùng các cán bộ cơ quan văn phòng Chủ tịch nước. Hiện nay, hàng ngày, Chủ tịch nước và Phó Chủ tịch nước cùng các cán bộ cơ quan vẫn thường đi làm ở phía cổng sau. Chỉ trong những trường hợp đặc biệt, như khi đón tiếp các nguyên thủ quốc gia thì sẽ cho mở cửa phía trước và tổ chức nghi lễ long trọng trước sân đại sảnh.

NHÀ 54

Đi theo con đường này sẽ đưa chúng ta tới một căn nhà Bác đã ở và làm việc từ năm 1954 đến năm 1958.

Năm 1954, Thủ Đô Hà Nội được giải phóng. Khi Bác từ chiến khu Việt Bắc trở về Hà Nội sau 9 năm kháng chiến trường kỳ, Ban Chính trị đã mời Bác về ở và làm việc tại tòa nhà Phủ Chủ tịch, nhưng Bác không đồng ý vì nó sang trọng quá. Bác nói ta vừa tiếp quản cơ ngơi của chính quyền cũ chỉ có chiếc kết rỗng mà còn bao nhiêu việc cần phải chi tiêu; nơi Bác ở chỉ cần những thứ Bác đã dùng ở chiến khu Việt Bắc là được rồi.

Bác chọn cho mình một ngôi nhà này. Trước kia, đây là nơi ở của người thợ điện phục vụ trong Phủ toàn quyền Đông Dương cũ. Là Chủ tịch nước nhưng Bác chọn cho mình những gì đơn sơ nhất, giản dị nhất mà gần gũi với nhân dân. Khi Bác về đây thì ngôi nhà không có vật dụng gì cả. Anh em phục vụ đã cho sửa chữa, tu bổ những chỗ hư hỏng. Và tất cả những vật dụng cần thiết thì đều lấy ở các nhà của cơ quan chính quyền cũ, chỉ có chiếc giường là mua mới. Ngày 19 tháng 12 năm 1954, Bác đã về sống và làm việc ở đây.

Căn nhà này chỉ có ba gian, nằm cạnh hồ nước vì thế mùa đông gió lạnh, trong khi đó mùa hè ánh nắng chiếu thẳng vào nhà rất ngột ngạt. Nơi đây chỉ có ba phòng nhỏ, phía giáp ao là phòng làm việc, ở giữa là phòng ăn và trong cùng là phòng ngủ.

Trong phòng ngủ của Bác, chỉ có một chiếc giường đơn, một bàn, một ghế, một chiếc ghế xa-lông và một chiếc tủ quần áo nhỏ. Tất cả những vật dụng chỉ phục vụ cho những sinh hoạt tối thiểu. Ở góc phòng Bác đặt bức tượng nhà thơ Khuất Nguyên của nhân dân Trung Quốc gửi tặng; bên cạnh đó là chiếc bàn tròn là món quà của Chủ tịch nước Cuba Phi-đen-Cat-xơ-rô.

Đồ vật vô tri vô giác, nhưng khi gắn liền với Bác, nó lại trở nên có ý nghĩa cao đẹp đến nhường nào. Như là chiếc tủ quần áo này - chiếc tủ quần áo bằng gỗ duy nhất Bác dùng trong suốt 15 năm cuối đời.

Chỉ có 2 bộ quần áo kaki đã sờn bạc Bác mặc từ những ngày còn ở chiến khu Việt Bắc, mấy chiếc áo bà ba bằng vải mỏng sinh hoạt hàng ngày. Mùa hè nắng gắt ở Hà Nội, có những hôm đến 38 - 39 độ C, nhưng Bác vẫn mặc bộ quần áo kaki đã phai màu, bạc trắng để tiếp khách.

Bác thường dặn rằng nếu tư trang Bác dùng bị rách thì vá lại cho Bác.

Quần áo chỉ có vài bộ, mà lại cùng kiểu, cùng chất vải, cùng màu. Nên có lần các đồng chí phục vụ đã nghĩ ra cách thấy bộ nào cũ thì thay thế một bộ mới giống như vậy vào cho Bác. Ban đầu Bác không nhận ra. Nhưng sau Bác thấy quần áo mặc lâu ngày mà vẫn mới, Bác bèn đánh dấu và phát hiện các đồng chí đã tự may thêm quần áo cho mình. Bác nghiêm khắc phê bình và nói: “Hoàn cảnh nước ta còn nghèo, thi sang trọng với nước bạn thì thế nào cũng thua, nhưng thi tiết kiệm mới là điều đáng quý”.

Nếp ở là vậy. Nếp ăn của Bác cũng không chút xa hoa, cầu kỳ. Bàn ăn rất dài và rộng, nhưng khăn ăn chỉ được trải một phần. Bác bảo Bác ngồi chỗ nào thì trải khăn ăn ở chỗ đó, khi giặt khăn đỡ tốn thời gian công sức và cũng đỡ tốn xà phòng. Bác quan niệm: mỗi người ở miền xuôi tiết kiệm một chút xà phòng thì các em gái ở miền ngược có đủ xà phòng dùng để đảm bảo vệ sinh.

Trong phòng ăn của Bác, trên bàn hiện còn trưng bày một bộ đồ ăn Bác vẫn thường dùng. Bữa cơm của Bác rất đơn giản, mang đậm hương vị quê nhà, chỉ thường có món cá kho gừng và món cà dầm tương. Trên bàn còn có chiếc cặp lồng cơm, để khi mỗi lần đi công tác xa Hà Nội, Bác cũng nhắc nhở anh em chuẩn bị cơm mang theo, tránh sự đón tiếp phiền hà của nhân dân. Sau bữa ăn, Người tự tay xếp gọn bát đĩa để bớt công việc cho các đồng chí phục vụ. Chuyện nhỏ nghĩa lớn hài hòa ở một con người.

Quý vị thấy chiếc đài kia là kết quả báo cáo lên Người về thành tích học tập của đoàn thực tập sinh về radio và vô tuyến truyền hình tại Hungari. Sinh thời, Bác vẫn luôn chú trọng quan tâm bồi dưỡng thế hệ trẻ và sự nghiệp giáo dục. Hàng ngàn thanh niên Việt Nam đã được lựa chọn và gửi đi đào tạo ở các nước.

Xin mời quý vị cùng chuyển tới phòng làm việc của Bác. Tại nơi đây, Bác đã viết hàng loạt bài báo tố cáo chính quyền tay sai Ngô Đình Diệm, bày tỏ quyết tâm bảo vệ sự toàn vẹn lãnh thổ của đất nước Việt Nam.

Trong phòng làm việc của Bác có rất nhiều những món quà lưu niệm là quà tặng của bè bạn quốc tế như Búp bê truyền thống của Hội hữu nghị Nhật-Việt; mô hình thùng đựng rượu của Bungari; Bức tượng bán thân của Lênin và mô hình tháp Kremlin do Đảng Cộng Sản Liên Xô gửi tặng. Đây thực sự là những kỷ vật minh chứng cho tình cảm quý báu mà bạn bè thế giới dành cho Bác, khẳng định tình đoàn kết keo sơn với các nước anh em mà Bác đã dày công vun đắp.

Sinh thời, Bác luôn xem Các-Mác và Lênin là những người thầy vĩ đại. Chính vì vậy, ảnh của Các Mác và Lê nin được treo trang trọng trong phòng của Bác. Phía dưới đó là giá sách vẫn còn lưu giữ hơn 300 đầu sách, có rất nhiều sách Bác đã đọc nguyên bản bằng tiếng nước ngoài. Bác quan niệm rằng sách hay phải tới tay nhiều người đọc mới phát huy được hết tác dụng. Khi đọc xong, Bác vẫn thường gói sách lại và gửi tới Văn phòng để các đồng chí khác cùng đọc.

Nhà 54 là nơi đã diễn ra những hoạt động quan trọng trong giai đoạn Cách mạng Việt Nam đứng trước những thách thức lớn. Cả cuộc đời Bác tận tâm một lòng vì đất nước, vì nhân dân. Bác không giữ gì riêng cho mình. Tuổi già không ai tránh khỏi cảm giác cô đơn. Nhưng Bác của chúng ta chỉ bầu bạn với vườn cây, ao cá. Niềm hạnh phúc của Bác là khi được đón các chiến sỹ trong vòng tay, khi gặp đồng bào, khi âu yếm các cháu thiếu nhi.

NHÀ SÀN

Anh dắt em vào cỗi Bác xưa

Đường xoài hoa trắng nắng đu đưa

Quý vị đang trên đường đi vào “Cối Bác Xưa - hay chính là Nhà sàn của Bác” - nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh ở và làm việc từ tháng 5 năm 1958 đến tháng 8 năm 1969. Vì sao lại là Nhà Sàn? Bởi lẽ Bác mong muốn được ở lại một ngôi nhà sàn theo kiểu nhà của đồng bào dân tộc ở Việt Bắc - nơi đầu nguồn Cách Mạng, nơi Bác đã đồng cam cộng khổ với đồng bào trong những năm trường kì kháng chiến.

Ngày 15 tháng 4 năm 1958, ngôi nhà sàn được khởi công xây dựng. Người chịu trách nhiệm thiết kế là kiến trúc sư Nguyễn Văn Ninh là một trong tám vị kiến trúc sư đầu tiên của Việt Nam tốt nghiệp trường Đại Học Mỹ Thuật Đông Dương danh giá. Các cán bộ, chiến sỹ đã khẩn trương hoàn thành công việc, kịp mừng sinh nhật lần thứ 68 của Bác. Ngày 17 tháng 5 năm 1958, ngôi nhà sàn được khánh thành.

Ngôi nhà sàn được thiết kế bằng gỗ, lợp ngói, có hai tầng, xung quanh có màn che.

Tầng dưới nhà sàn được làm thấp và để thoáng. Khi bàn về việc thiết kế và thi công ngôi nhà sàn, Bác đã đề nghị làm thêm bệ xi măng ở xung quanh tầng dưới, bên trên lát ván gỗ để mỗi lần các cháu thiếu nhi vào thăm Bác có đủ chỗ ngồi. Hiểu tâm lí trẻ nhỏ, Bác cũng căn dặn các đồng chí phục vụ đặt thêm bệ cá vàng, để khi các cháu đến chơi với Bác được vui hơn.

Tầng một Nhà sàn là nơi Bác làm việc với Bộ Chính Trị, cũng là nơi Người tiếp thân mật các cán bộ, chiến sỹ miền Nam hay một số đoàn khách quốc tế.

Trên bàn làm việc của Bác, hiện nay vẫn còn những tài liệu sách báo Người đang đọc trong những ngày cuối cùng và một chiếc khay đá màu đen, hình con thuyền mà Người vẫn thường để bút là món quà của Tổng thống nước Cuba kính tặng Bác. Đặc biệt là cuốn sách viết về gương người tốt việc tốt của các giới, các ngành. Từ năm 1959 đến năm 1969, Bác đã tặng gần 4.000 huy hiệu cho những cá nhân làm việc nhỏ nhưng có ý nghĩa lớn. Và cho đến ngày hôm nay, phong trào thi đua “Người tốt việc tốt” vẫn có ảnh hưởng sâu rộng và phát triển mạnh mẽ.

Cuối phòng là chiếc ghế chao bằng mây - là nơi Người thường nghỉ trưa hoặc nghỉ ngơi sau những giờ làm việc. Bên cạnh là chiếc mũ sắt thường được Bác mang theo khi đi thăm các địa phương, các đơn vị bộ đội...để tránh đạn bom.

Bác vẫn thường dùng ba chiếc máy điện thoại: chiếc máy màu xanh Bác làm việc với Bộ Chính Trị; hai máy màu đen Người làm việc với Cục tác chiến Bộ Tổng tham mưu và Bộ Tư lệnh Phòng không - Không quân.

Có một điều đặc biệt, ngôi Nhà sàn này Bác đã ở tới 11 năm nhưng không hề có phòng ăn và công trình phụ. Bởi lẽ tuy sống ở Nhà sàn, nhưng hàng ngày Bác vẫn đi bộ qua ao cá để sang Nhà 54 dùng bữa và khám sức khỏe định kỳ. Bác sống chỉ có một mình, nên không muốn xây sửa nhiều cho tốn kém. Bác bầu bạn với ao cá, với những khóm cây nhỏ trước nhà, và rặng ngòi niềm hạnh phúc bên các cháu thiếu nhi, các bè bạn, đồng chí.

Sinh thời, Bác vẫn theo cầu thang gỗ này để lên tới tầng hai. Nhưng để giữ gìn nguyên vẹn di tích, xin mời quý vị chúng ta cùng theo chiếc cầu thang sắt được làm mới để lên thăm tầng hai Nhà sàn của Bác.

Bước theo cầu thang gỗ 14 bậc là lên tới tầng hai nhà sàn, và ở đây quý vị có thể nhìn thấy và cảm nhận được cách sinh hoạt nề nếp và những kỷ vật gắn liền với cuộc sống của Bác. Những dấu chân của Bác vẫn còn đây, in hằn những trăn trở, lo âu của Bác về sự tự do, độc lập toàn vẹn của đất nước, về cánh cửa mở ra một thời đại mới cho dân tộc Việt Nam.

Tầng hai của nhà sàn chỉ có hai phòng: phòng làm việc và phòng ngủ, mỗi phòng chỉ rộng hơn 10m². Chính tại nơi đây, trong hoàn cảnh đế quốc Mỹ leo thang đánh phá miền Bắc ác liệt những năm 64 - 68, Bác đã viết lời kêu gọi toàn quốc kháng chiến chống Mỹ cứu nước. Cũng tại căn phòng này, kể từ tháng 5 năm 1965, Người đã viết một tài liệu tuyệt đối bí mật mà giá trị của nó vượt không gian và thời gian, trở thành một tài sản vô giá và thiêng liêng của dân tộc Việt Nam - đó chính là bản Di chúc lịch sử.

Có một giá sách đặt trong vách ngăn giữa phòng làm việc và phòng ngủ của Bác. Trên giá có những cuốn sách kinh điển của Các Mác, Lênin; các sách về đường lối cách mạng; sách lịch sử, văn học, nghệ thuật...; nhiều cuốn của các tác giả nước ngoài gửi tặng với những dòng đề tặng đầy trân trọng, quý mến dành cho Bác. Ở ngăn dưới cùng của giá sách đặt chiếc máy đánh chữ nhỏ. Bác thường tự đánh máy các tài liệu, các bài báo, thư khen ngợi... tới nhân dân và bạn bè các nước.

Phòng ngủ của Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng chỉ đơn giản như mọi gia đình người dân Việt Nam khi ấy với một chiếc giường đơn: mùa hè trải chiếu cói, mùa đông có thêm tấm đệm và chăn bông.

Bác thường làm việc rất khuya. Trên bàn làm việc trong phòng ngủ vẫn còn một số sách lưu lại bút tích của Người. Cạnh đó là chiếc đài bán dẫn do bà con Việt Kiều Thái Lan kính tặng. Trong phòng còn có một chiếc mũ cát vãi Bác đội trong những chuyến công tác trong nước và nước ngoài.

Trên chiếc tủ nhỏ đặt ở đầu giường vẫn còn chiếc đồng hồ và cuốn sách Bác đang đọc dở: “Cuộc kháng chiến chống xâm lược Nguyên Mông”. Đèn ngủ vẫn được bật sáng, chiếc đồng hồ ấy vẫn chạy đều... tất cả cho chúng ta một cảm giác gần gũi, thân thuộc đến thế... cứ ngỡ như Bác vẫn còn ở đây.

Cố Thủ tướng Phạm Văn Đồng đã nói: “Cha của chúng ta, nhà hiền triết phương Đông kết hợp với tinh hoa trí thức khoa học phương Tây sống và làm việc ở đây. Ngôi nhà sàn của Người và những kỷ tích về nó là những nét son lịch sử tô đẹp Thăng Long ngàn năm văn hiến của Tổ Quốc ta”. Quả thực, ngôi nhà Bác ở không hề có dấu vết của chức quyền, địa vị cao sang, chỉ có một “tâm hồn lộng gió thời đại” với biết bao trăn trở, tình yêu bao la Bác dành cả cho dân tộc Việt Nam.

NHÀ 67

Và ngay lúc này đây, quý vị đang đứng trước một di tích đặc biệt quan trọng: Nhà 67 - được đặt tên theo năm xây dựng.

Vào những năm 1966-1967, đế quốc Mỹ tăng cường phá hoại miền Bắc bằng không quân và hải quân, đánh phá ác liệt Hà Nội.

Chính vì vậy, đã nhiều lần, Bộ Chính Trị đề nghị làm một ngôi nhà thật kiên cố, đảm bảo an toàn cho Bác. Thế nhưng Bác nói rằng hãy dùng những nguyên vật liệu tốt đó mà xây hầm trú ẩn cho nhân dân.

Nhưng Bộ Chính Trị đã bí mật chuẩn bị nguyên vật liệu và lên phương án thi công ngôi nhà. Ngày 1 tháng 5 năm 1967, nhân dịp Bác phải đi công tác nước ngoài, ngôi nhà được khởi công xây dựng. Ngôi nhà giống như một căn hầm nổi với tường dày 60 phân; phần mái dày hơn 1m. Ngày 30 tháng 6 năm đó, Bác trở về Hà Nội. Khi thấy ngôi nhà mới, Bác tỏ ý không vui. Đồng chí Phạm Hùng đã thưa với Bác về sự cần thiết phải xây dựng ngôi nhà, và đó còn là ước nguyện cho nhân dân miền Nam. Bác xúc động lắm, nhưng Người vẫn không nhận ngôi nhà cho riêng mình mà quyết định sẽ dùng ngôi nhà này làm nơi họp của Bộ Chính Trị.

Trên bàn làm việc Bác đặt chiếc đài ZENIT là chiến lợi phẩm của quân giải phóng miền Nam thu được trong trận Phước Thành kính tặng Người.

Trên bàn còn có một chiếc khay đựng ghim bằng đồng. Thực chất đó là chiếc gạt tàn thuốc lá nữ nhà báo Cuba Macta rohat đã kính tặng Người nhân một chuyến thăm vào tháng 7 năm 1969. “Mỗi người mỗi gia đình đều có nỗi khổ riêng, gộp tất cả những nỗi đau khổ đó lại thì thành nỗi đau khổ của tôi”.

Bác theo dõi tình hình đất nước qua hai tấm bản đồ chiến lược treo trong phòng. Tại Nhà 67, Bộ Chính Trị đã có nhiều cuộc họp quan trọng để quyết định vận mệnh của đất nước, đưa cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước của nhân dân Việt Nam tới toàn thắng và xây dựng thành công chủ nghĩa xã hội.

Ngày 17 tháng 8 năm 1969, các giáo sư bác sĩ khám sức khỏe cho Bác nhận thấy Bác có dấu hiệu nhồi máu cơ tim và phổi hoạt động không còn bình thường nữa nên đã mời Bác xuống ở hẳn trong Nhà 67 để nghỉ ngơi và dưỡng bệnh. Từ ngày 18 tháng 8 năm 1969, Người ở hẳn trong ngôi Nhà 67. Tuy nhiên, tại chiếc giường này, Bác chỉ dưỡng bệnh được đúng hai tuần.

Tuần đầu tiên, Bác rất yếu mệt, nhưng hàng ngày Người vẫn gắng gượng nghe các đồng chí trong Bộ Chính Trị đến báo cáo về tình hình hai miền Nam - Bắc, hỏi thăm tình hình lũ lụt ở miền Bắc. Người vẫn đọc sách báo, gửi tặng huy hiệu cho những gương Người tốt việc tốt. Bác cũng ký lệnh ân xá, giảm án cho những tù nhân có ý thức cải tạo tốt.

Ngày 18 tháng 8 năm 1969, Bác bàn bạc trả lời thư ngỏ của tổng thống Mỹ R.Ních-xon, khẳng định quyết tâm chiến đấu đến cùng để bảo vệ Tổ Quốc của nhân dân Việt Nam.

Từ ngày 25 tháng 8 năm 1969, Bác lâm bệnh nặng. Bác cùng nhà thơ Tố Hữu ngồi sau hiên nhà để nghe Đài Tiếng nói Việt Nam. Ít giờ sau, Bác nói Bác thấy đau rất nhiều ở vùng ngực. Đây cũng là lần đầu tiên Bác nói đến chữ “đau”. Bác vẫn thường nói: “Hôm nay Bác khỏe hơn hôm qua!”.

Thế nhưng sự thật, Bác đã bị nhồi máu cơ tim. Một tổ y tế đặc biệt và những thiết bị y tế hiện đại nhất thời kỳ bấy giờ được điều về đây để thăm khám sức khỏe cho Bác.

Ngày 30 tháng 8, khi tỉnh lại giữa 2 cơn đau Người chỉ hỏi “Các chú chuẩn bị lễ kỷ niệm Quốc Khánh đến đâu rồi?”. Người muốn ra với đồng bào dù năm, mười phút.

Ngày 1 tháng 9 năm 1969, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã rất mệt.

Sáng ngày 2 tháng 9 năm 1969, vào lúc 9 giờ 40 phút, Bác bị một cơn nhồi máu cơ tim rất nặng. Do tuổi cao, sức yếu, Chủ tịch Hồ Chí Minh không qua được cơn bệnh hiểm nghèo. Trái tim Bác ngừng đập đúng vào cái ngày mà hai mươi tư năm về trước, Người đã đọc Bản Tuyên Ngôn Độc Lập khai sinh ra nước Việt Nam Dân Chủ Cộng Hòa.

Chiếc đồng hồ đặt trên tủ cạnh giường vẫn dừng lại ở thời khắc Người ra đi: 9 giờ 47 phút.

Cuốn lịch trên tường cũng không sang trang mới: ngày 2 tháng 9 năm 1969. Bác đã đi vào giấc ngủ vĩnh hằng. “Đời tuôn nước mắt, trời tuôn mưa”.

Khi đến với Căn nhà 67 ngày hôm nay, vẫn còn đây những kỷ vật thân thuộc của Bác năm xưa: chiếc gậy song mây - người bạn đồng hành với Bác lúc tuổi già, đôi dép cao su Bác miệt mài trên từng khúc đường Nam - Bắc.

Hồ Chí Minh - người cha già dân tộc, vị lãnh tụ vĩ đại đã quyền chiến hy sinh cho Việt Nam độc lập, cho Thế giới hòa bình! Hồ Chí Minh, người đã sống năm mươi năm vũ bão. Vì nhân loại, người quyết dâng xương máu; Vì giang sơn, người quyết dứt gia đình. Hồ Chí Minh, người đã quyết mặc phong ba bão giá, tuyết mặc, gươm, súng, xiềng, gông, là người cảm tử đi tiên phong đánh trăm trận, thề trăm phen quyết thắng! Bao thất bại dù cay đắng Bác vẫn tươi vui.... Chúng con - những người con của dân tộc Việt Nam xin cùng nhất tâm thành kính tưởng nhớ đến Bác và dâng lên Bác tấm lòng biết ơn sâu sắc - vị lãnh tụ, người cha già dân tộc suốt cả cuộc đời đã hy sinh vì nước, vì non.

Vâng thưa quý vị, chúng ta đã vừa tham quan xong Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch. Chắc hẳn giờ đây trong mỗi chúng ta ai cũng dâng lên một niềm tự hào về Bác- một danh nhân văn hóa của thế giới, một vị Cha đáng kính muôn đời của dân tộc Việt Nam qua các điểm tham quan Phủ Chủ tịch, nhà 54, Nhà sàn, nhà 67. Thuyết minh viên du lịch rất hân hạnh được giải đáp những thông tin quý vị còn chưa rõ hoặc muốn tìm hiểu thêm về điểm di tích này.

Thuyết minh viên du lịch xin trân trọng cảm ơn các quý vị đã tới Khu di tích và rất mong có dịp được gặp lại các quý vị.

Chúc đoàn sức khỏe và gặp nhiều may mắn!

Câu hỏi nghiên cứu:

Dựa vào những kiến thức đã học, anh (chị) hãy liệt kê và phân tích các giá trị của điểm đến đã được giới thiệu trong bài thuyết minh trên.

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Học viên cần vận dụng những kiến thức của chương này vào từng địa phương và điểm du lịch cụ thể để xây dựng được bài thuyết minh hấp dẫn du khách.

Câu hỏi thảo luận: Tại sao khi xây dựng bài thuyết minh tại điểm, thuyết minh viên du lịch cần có kiến thức chung về địa phương?

Bài tập:

Thu thập các thông tin về địa phương và điểm du lịch theo các nội dung được đề cập trong chương này.

Anh/ chị hãy xác định khung giá trị và giá trị cụ thể của điểm du lịch nơi mà anh/ chị thích nhất.

Tài liệu tham khảo của chương:

Nguyễn Minh Tuệ (2010), ***Địa lý du lịch Việt Nam***, NXB Giáo dục Việt Nam.

Bùi Thanh Thủy (2009), ***Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch***, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Chương 5

TÂM LÝ DU KHÁCH VÀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

Nắm vững khái niệm tâm lý du khách;

Liệt kê được các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý du khách;

Xác định được đặc điểm tâm lý du khách của những thị trường trọng điểm;

Xác định được đặc điểm tâm lý du khách theo lứa tuổi, bao gồm trẻ em, thanh niên, trung niên và người cao tuổi;

Xác định được hành vi tiêu dùng của du khách;

Hiểu được khái niệm giao tiếp, liệt kê được các yếu tố trong quá trình giao tiếp và các hình thức giao tiếp;

Hiểu được khái niệm và các hình thức giao tiếp không bằng lời;

Hiểu được khái niệm và các yếu tố liên quan đến giao tiếp bằng lời nói

Liệt kê được một số yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng nghe và bí quyết để nghe hiệu quả trong giao tiếp;

Vận dụng kỹ năng giải quyết tình huống trong giao tiếp.

I. Tâm lý du khách

1.1 Khái quát chung về tâm lý du khách

1.1.1 Khái niệm Tâm lý du khách

Khái niệm tâm lý được đưa ra theo nhiều cách, tùy thuộc vào phương pháp tiếp cận và phạm vi nghiên cứu.

Với cách tiếp cận theo hướng các hiện tượng tâm lý, Tâm lý du khách là những đặc điểm và hiện tượng tâm lý của các đối tượng khách du lịch.

Đối với cách tiếp cận coi tâm lý du khách là một ngành của tâm lý học, Tâm lý du khách được gọi là Tâm lý học khách du lịch. Mục đích của cách tiếp cận này là vận dụng các thành tựu và cơ sở khoa học của tâm lý học để nghiên cứu tâm lý của các đối tượng khách du lịch. Với cách tiếp cận này, khái niệm Tâm lý du khách có thể hiểu như sau: *“Tâm lý du khách là một bộ phận của tâm lý học, chuyên nghiên cứu các đặc điểm tâm lý của khách du lịch, nghiên cứu những yếu tố ảnh hưởng, tác động đến tâm lý của khách cũng như nghiên cứu và vận dụng các thành tựu của khoa học tâm lý trong phục vụ khách du lịch.”*

Theo đó, đối tượng nghiên cứu của Tâm lý du khách bao gồm:

Chức năng, vai trò của tâm lý đối với tâm lý khách du lịch.

Cơ chế hình thành, biểu hiện, các quy luật vận động của các hiện tượng tâm lý phát sinh, phát triển, biểu hiện và liên quan đến khách du lịch.

Các yếu tố ảnh hưởng và tác động đến tâm lý khách du lịch.

1.1.2 Lợi ích của việc nghiên cứu Tâm lý du khách trong kinh doanh du lịch

Do những đặc điểm riêng của hoạt động du lịch, đứng trên góc độ của người phục vụ du lịch, việc nghiên cứu và vận dụng Tâm lý du khách trong kinh doanh du lịch có những lợi ích sau:

Việc nghiên cứu về Tâm lý du khách giúp những người phục vụ trong ngành du lịch có thể điều chỉnh hành vi của mình sao cho phù hợp với những đặc điểm tâm lý và hành vi của du khách, từ đó có thể mang lại cho du khách sự hài lòng cao nhất.

Việc nghiên cứu Tâm lý du khách còn giúp cho những nhà kinh doanh du lịch sáng tạo, phát triển thêm những sản phẩm du lịch có thể đáp ứng những nhu cầu, thị hiếu đa dạng của du khách.

Ngoài ra, hiểu biết về tâm lý du khách giúp cho nhà kinh doanh du lịch, nhân viên phục vụ du lịch...hiểu biết được phần nào tâm lý chung của những người phục vụ để từ đó có những biện pháp thích hợp, khắc phục, hoàn thiện năng lực chuyên môn, năng lực giao tiếp và rèn luyện các phẩm chất cần thiết để tự điều chỉnh tâm lý và hành vi của mình trong quá trình phục vụ du khách.

Như vậy, có thể thấy các hiện tượng tâm lý nói chung và hiện tượng tâm lý xã hội của du khách nói riêng có những ảnh hưởng nhất định đến hoạt động du lịch. Do đó, các hiện tượng tâm lý này phải được nghiên cứu, xem xét và vận dụng vào thực tế kinh doanh để tối đa hoá chất lượng dịch vụ và sự hài lòng cho du khách.

1.1.3 Các yếu tố ảnh hưởng và tác động đến tâm lý du khách

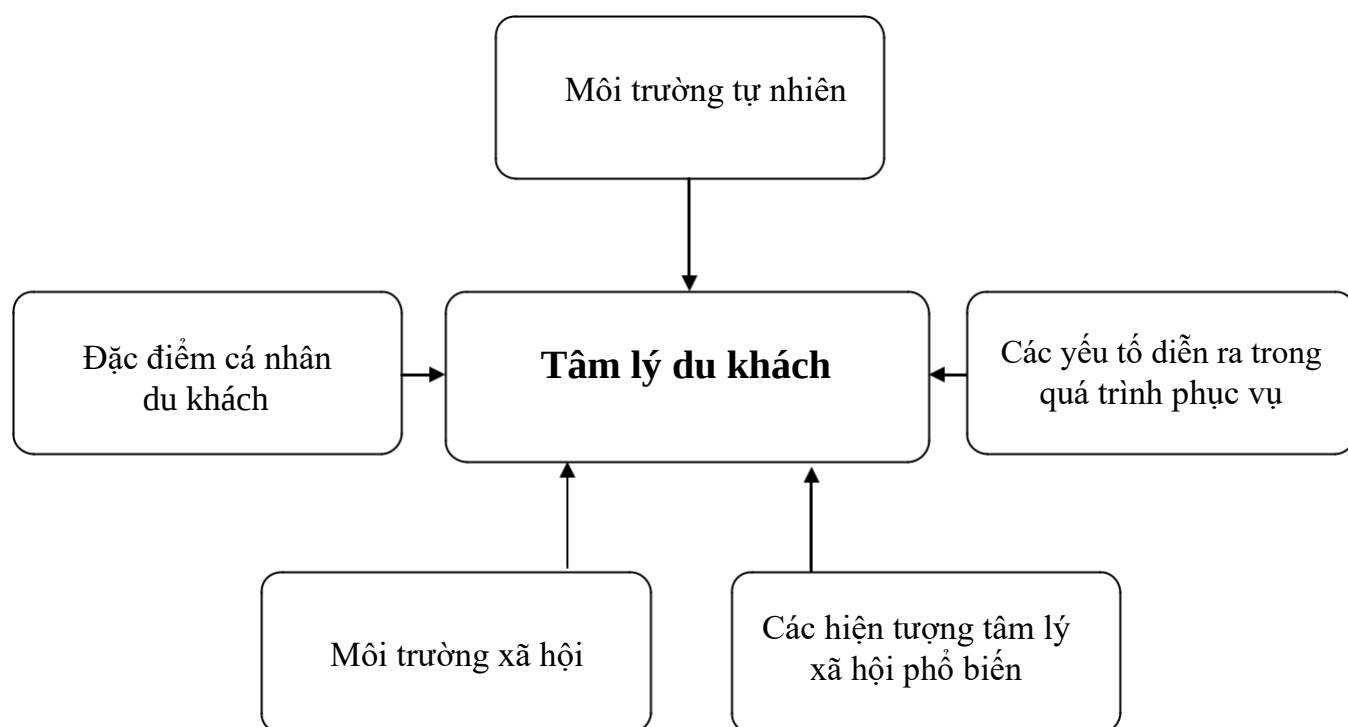
Tâm lý con người có nguồn gốc từ thế giới khách quan (thế giới tự nhiên và xã hội) trong đó, nguồn gốc xã hội là yếu tố quyết định. Tâm lý con người là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp của con người trong các mối quan hệ xã hội, là kết quả của quá trình lĩnh hội, tiếp thu vốn kinh nghiệm xã hội, nền văn hóa xã hội thông qua hoạt động và giao tiếp. Tâm lý của mỗi cá nhân hình thành, phát triển và biến đổi cùng với sự phát triển của lịch sử cá nhân, lịch sử dân tộc và cộng đồng. Tâm lý con người chịu sự chế ước của lịch sử cá nhân và của cộng đồng.

Con người vừa là một thực thể tự nhiên vừa là một thực thể xã hội. Là một thực thể xã hội, con người là chủ thể của nhận thức, của hoạt động và giao tiếp với tư cách là một chủ thể tích cực, chủ động và sáng tạo. Vì thế, tâm lý con người mang đầy đủ dấu ấn xã hội - lịch sử của con người và chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố tự nhiên, xã hội...

a. Môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên là điều kiện tiên quyết cho sự sống và phát triển của xã hội loài người bởi vì con người là sản phẩm của sự phát triển lâu dài của tự nhiên. Do đó, môi trường tự nhiên có những ảnh hưởng trực tiếp tới con người và theo đó, nó cũng ảnh hưởng đến tâm lý của con người.

Sơ đồ 2: Các yếu tố ảnh hưởng đến Tâm lý khách du lịch



Bên cạnh đó, môi trường tự nhiên lại là yếu tố có nhiều ảnh hưởng đến môi trường xã hội. Do đó, môi trường tự nhiên ảnh hưởng gián tiếp đến tâm lý con người thông qua môi trường xã hội.

Các yếu tố tự nhiên có ảnh hưởng đến tâm lý con người bao gồm: vị trí địa lý, khí hậu, điều kiện tự nhiên, thủy văn... Những yếu tố này đã ảnh hưởng đến vóc dáng, màu da, màu tóc, khả năng thích nghi cũng như sự chịu đựng của cơ thể con người. Qua quá trình sống, những điều này sẽ tác động trực tiếp đến tâm lý con người. Ví dụ: du khách đến từ những vùng nhiệt đới thường cởi mở, thân thiện hơn những du khách đến từ những vùng ôn đới. Bên cạnh đó, những du khách đến từ những vùng có điều kiện tự nhiên thuận lợi thường cởi mở, khoáng đạt hơn trong cuộc sống. Ngược lại, những vùng có điều kiện tự nhiên khó khăn thì con người ta thường chăm chỉ, cần cù hơn và thường có xu hướng

tiết kiệm hơn trong chi tiêu, đặc biệt là những chi tiêu dành cho những nhu cầu giống như du lịch.

b. Môi trường xã hội

Con người vừa là một thực thể tự nhiên vừa là một thực thể xã hội. Phần tự nhiên ở con người được xã hội hóa ở mức cao nhất. Là một thực thể của xã hội, con người là chủ thể của nhận thức, chủ thể của hoạt động, giao tiếp với tư cách là một chủ thể tích cực, chủ động, sáng tạo. Tâm lý con người là sản phẩm của con người với tư cách là chủ thể xã hội, là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp của con người trong các mối quan hệ xã hội. Do đó, tâm lý của mỗi cá nhân đều hình thành, phát triển và biến đổi cùng với sự phát triển của lịch sử dân tộc, cộng đồng, xã hội và chịu sự chế ước của lịch sử cá nhân và lịch sử cộng đồng xã hội. Tương tự như vậy đối với tâm lý của du khách. Trong đó, các yếu tố xã hội chủ yếu tác động đến tâm lý du khách bao gồm: môi trường dân tộc, môi trường giai cấp và môi trường nghề nghiệp.

Môi trường dân tộc

Môi trường dân tộc bao hàm rất nhiều hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến như: phong tục tập quán, tôn giáo tín ngưỡng, truyền thống, tính cách dân tộc... Những hiện tượng tâm lý xã hội này đều tác động và gây ảnh hưởng sâu sắc tới hành vi và tâm lý của mỗi cá nhân con người. Do đó, để nắm bắt đặc điểm tâm lý của du khách cần phải có những hiểu biết về môi trường dân tộc của du khách trên ba khía cạnh cơ bản, đó là:

Đặc điểm tâm lý chung của toàn dân tộc

Đặc điểm tâm lý của các tầng lớp trong dân tộc

Đặc điểm sinh hoạt trong cuộc sống thường nhật của con người trong cộng đồng dân tộc đó.

Tuy nhiên, ba khía cạnh cơ bản trên không phải là những yếu tố quyết định hoàn toàn đến những đặc điểm cá nhân trong dân tộc đó. Nó chỉ đóng vai trò là một trong số những nhân tố ảnh hưởng lớn tới đặc điểm tâm lý của các cá nhân mà thôi. Do đó, có thể xem xét đặc điểm tâm lý cá nhân của con người thông

qua đặc điểm tâm lý của dân tộc đó nhưng không thể đánh giá đặc điểm tâm lý của cả dân tộc thông qua đặc điểm tâm lý của các cá nhân.

Trên thực tế, việc tìm hiểu về môi trường dân tộc trong việc đánh giá tâm lý khách du lịch đòi hỏi người phục vụ du lịch cần có những hiểu biết về phong tục tập quán, tính cách dân tộc, truyền thống, tôn giáo tín ngưỡng của các dân tộc đó. Trên cơ sở nắm bắt được những yếu tố này, người kinh doanh và phục vụ du lịch sẽ kịp thời điều chỉnh hành vi và cung cách phục vụ để mang lại hiệu quả cao nhất và sự thoải mái nhiều nhất cho khách hàng.

Môi trường giai cấp

Do sự phân hóa xã hội, sự sở hữu về tư liệu sản xuất trong xã hội đã hình thành nên các giai cấp khác nhau cùng với những đặc điểm khác nhau về vị trí trong xã hội, quyền lợi xã hội, cách kiếm sống, nhu cầu, thị hiếu riêng... Con người ở những giai cấp khác nhau sẽ có những đặc điểm về tâm lý, nhân cách, tình cảm, nhận thức khác nhau. Du khách ở những giai cấp xã hội khác nhau sẽ có những nhu cầu du lịch ở những mức độ khác nhau.

Do đó, nghiên cứu về sự tác động của môi trường giai cấp sẽ giúp những người làm công tác phục vụ du lịch hiểu rõ hơn về đặc điểm tâm lý của du khách đến từ những giai cấp khác nhau trong xã hội để từ đó có phong cách phục vụ phù hợp nhất.

Môi trường nghề nghiệp

Môi trường nghề nghiệp là một yếu tố trong môi trường xã hội nói chung. Do những yêu cầu và đặc điểm của hoạt động nghề nghiệp đã tạo ra những đặc thù về tâm lý trong những nhóm người làm cùng một nghề nghiệp nào đó. Ngay cả tâm lý của từng cá nhân cũng sẽ biến đổi khi nghề nghiệp của họ thay đổi. Họ sẽ tiếp thu những đặc điểm tâm lý đặc trưng của nghề nghiệp mới cho dù những đặc điểm tâm lý do những nghề nghiệp cũ vốn dĩ đã ăn sâu vào tâm lý của họ. Trong thực tế,

khi nghiên cứu về môi trường nghề nghiệp của du khách, cần nhận biết được một số đặc điểm tâm lý do ảnh hưởng nghề nghiệp của họ tác động tới.

c. Đặc điểm cá nhân du khách

Con người là chủ thể của hoạt động tâm lý. Do đó, những đặc điểm trong bản thân mỗi con người có ảnh hưởng trực tiếp đến tâm lý của họ. Những đặc điểm cá nhân mỗi con người có thể ảnh hưởng đến tâm lý của họ bao gồm:

Đặc điểm về sinh lý như sức khỏe, giới tính, độ tuổi...

Đặc điểm về nghề nghiệp

Đặc điểm về gia đình...

Sự ảnh hưởng của những yếu tố này sẽ được làm rõ hơn trong phần Đặc trưng tâm lý của du khách trong chương 3 của môn học.

d. Các hiện tượng tâm lý xã hội

Đối tượng chính của hoạt động du lịch đó là du khách với những đặc điểm tâm lý xã hội riêng của họ. Hiểu được các hiện tượng tâm lý xã hội có thể tác động đến đặc điểm tâm lý của các du khách sẽ giúp những người làm du lịch vận dụng được những ảnh hưởng tích cực, hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Sau đây là một số những hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến có thể tác động đến đặc điểm tâm lý của khách du lịch:

Phong tục tập quán

Phong tục tập quán là những nề nếp, luật lệ, tập tục lâu đời, là những ứng xử quen thuộc của con người trong những hoàn cảnh nhất định, thường có từ lâu đời, mang tính phổ biến và đã trở thành các định chế (những quy định được mọi người thừa nhận và tuân theo) trong một cộng đồng người nhất định.

Phong tục tập quán có những ảnh hưởng nhất định tới hoạt động du lịch. Trước hết, đây là một khía cạnh trong tính cách dân tộc, là một yếu tố cơ bản tạo nên bản sắc văn hóa dân tộc. Phong tục tập quán của một cộng đồng, một quốc gia dân tộc chính

là một trong những yếu tố cấu thành và tạo nên tính độc đáo trong các sản phẩm du lịch, đặc biệt là đối với các sản phẩm du lịch lễ hội và du lịch văn hóa.

Bên cạnh đó, phong tục tập quán còn có những tác động tích cực, tăng sự hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch, đáp ứng được nhu cầu và động cơ đi du lịch của một số đông du khách thích trải nghiệm những yếu tố này. Điều này gây ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng của du khách, đến quyết định chấp nhận hay từ chối tiêu dùng trong việc ăn uống, ngủ nghỉ theo những phong tục tập quán của cộng đồng địa phương tại điểm đến.

Nếu xét trên góc độ phong tục tập quán của các du khách thì điều này có tác động lớn tính cách, nhu cầu, sở thích, hành vi tiêu dùng, khẩu vị và cách ăn uống của khách du lịch.

Vì vậy, khi nghiên cứu sự ảnh hưởng của phong tục tập quán tới tâm lý khách du lịch cần xem xét trên hai góc độ: phong tục tập quán của cộng đồng nơi diễn ra hoạt động du lịch và phong tục tập quán của cộng đồng nơi du khách cư trú để có thể sáng tạo ra những sản phẩm và dịch vụ du lịch phù hợp với nhu cầu và tâm lý khách du lịch.

Truyền thống

Truyền thống là những di sản tinh thần phản ánh tình cảm, khát vọng, hành vi và thói quen ứng xử của một nhóm xã hội nào đó, được các thành viên trong nhóm kế tục và phát huy. Vì vậy, truyền thống mang tính kế thừa, đặc trưng cho từng cộng đồng cụ thể. Nó được biểu hiện qua khát vọng, thói quen ứng xử, qua các tác phẩm văn học nghệ thuật và các giá trị văn hoá khác. Ngoài ra những truyền thống này còn được kết tinh trong những sản phẩm vật chất khác.

Do đặc tính tâm lý con người mang bản chất xã hội lịch sử nên cá nhân thuộc cộng đồng nào sẽ chịu sự chi phối của truyền thống cộng đồng đó. Vì vậy, truyền thống ảnh hưởng đến tâm lý nói chung, ảnh hưởng đến nhu cầu, tính cách và hành vi của khách du lịch nói riêng.

Truyền thống là một trong những nhân tố cấu thành bầu không khí xã hội lành mạnh. Truyền thống của cư dân nơi diễn ra các hoạt động du lịch và các cơ sở phục vụ du lịch có ảnh hưởng khá lớn đến tâm trạng, tình cảm của du khách. Với những truyền thống tốt đẹp sẽ trở thành yếu tố tăng sức hấp dẫn của các sản phẩm du lịch, tạo nên uy tín và là yếu tố giúp quảng cáo hữu hiệu cho các doanh nghiệp. Do đó, có thể nói truyền thống là một trong những yếu tố tác động tới thị trường khách của điểm du lịch. Trong các giá trị văn hoá cấu thành sản phẩm du lịch thì truyền thống chính là những nét đẹp tinh hoa mang tính kế thừa trong văn hoá, trong cung cách ứng xử và giao tiếp...của cộng đồng nơi diễn ra các hoạt động du lịch. Còn trong phục vụ du lịch, người ta thường đề cập đến một số truyền thống mang tính tích cực như: truyền thống hiếu khách, truyền thống phục vụ chu đáo, truyền thống “vui lòng khách đến, dẹp lòng khách đi...”

Bầu không khí xã hội

Bầu không khí xã hội là một hiện tượng tâm lý xã hội phát sinh trong quá trình hoạt động và giao tiếp của những cá nhân trong một điều kiện nhất định nào đó. Ở đó, tâm lý người này có ảnh hưởng đến tâm lý người khác tạo nên một trạng thái tâm lý chung của cả nhóm hay tập thể. Nguyên nhân cơ bản của hiện tượng này chính là do quy luật lây lan tâm lý.

Do bầu không khí xã hội có ảnh hưởng trực tiếp tới thái độ và hành vi của con người nên cần thiết phải tạo ra một bầu không khí tâm lý xã hội lành mạnh, vui vẻ để mang lại cảm giác thoải mái cho du khách khi tham gia trải nghiệm các sản phẩm du lịch. Điều này chỉ có thể làm được nếu tất cả các cá nhân tham gia vào hoạt động du lịch cùng cố gắng tạo bầu không khí vui vẻ. Trong đó, vai trò của những người làm công tác phục vụ du lịch là quan trọng nhất. Nếu không thực hiện được điều này sẽ ảnh hưởng xấu tới tâm lý của khách, tới mức độ thỏa mãn của du khách và hiển nhiên sẽ ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Tôn giáo - tín ngưỡng

Tôn giáo là hình thức sinh hoạt tín ngưỡng có tổ chức, có cương lĩnh mục đích và nghi thức cũng như hệ thống lý luận nhằm mang lại cho con người một sự tin tưởng bền vững.

Tín ngưỡng chính là sự tin tưởng vào một điều gì đó siêu nhiên và niềm tin đó chi phối cuộc sống tinh thần, vật chất và hành vi của con người.

Tôn giáo và tín ngưỡng là một phần quan trọng trong đời sống tâm linh, tinh thần của con người. Do đó, nó có những ảnh hưởng nhất định tới nhu cầu và hành vi của họ. Sau đây là một số ảnh hưởng của tôn giáo và tín ngưỡng đối với hoạt động du lịch:

Tác động đến tâm lý, nhu cầu, hành vi tiêu dùng du lịch cũng như khẩu vị và cách ăn uống của du khách.

Là yếu tố cơ bản tạo nên các sản phẩm du lịch tín ngưỡng.

Nhiều công trình kiến trúc cổ mang màu sắc tôn giáo, tín ngưỡng trở thành những nguồn tài nguyên du lịch đặc sắc.

Dư luận xã hội

Dư luận xã hội là một hiện tượng tâm lý xã hội, là những ý kiến, thái độ mang tính phán xét, đánh giá về những sự kiện mà họ quan tâm theo những chuẩn mực khác nhau. Các chuẩn mực này có thể liên quan đến những quan điểm, cảm xúc, ý chí của nhóm và tập thể cũng như đến thái độ chung của mọi người trong nhóm.

Các tác động của dư luận xã hội đối với các hoạt động du lịch bao gồm:

Tác động đến tâm lý nói chung và nhu cầu, sở thích, hành vi tiêu dùng cũng như khẩu vị và cách ăn uống của du khách nói riêng.

Tác động đến các chính sách phát triển du lịch vì trong du lịch, dư luận xã hội biểu hiện dưới dạng các khuyến nghị, yêu cầu cũng như những thái độ ý kiến đồng tình hay phản đối các chính sách du lịch... Đây sẽ là nền tảng cơ bản để các nhà quản lý du lịch điều chỉnh các chính sách phát triển du lịch sao cho hợp lý nhất.

Giúp các doanh nghiệp du lịch có những biện pháp điều chỉnh kinh doanh nhanh chóng và hợp lý dựa trên dư luận xã hội về những phản hồi, đánh giá về giá cả, chất lượng, chủng loại của các sản phẩm và dịch vụ du lịch.

Tác động đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách bởi thông thường khi quyết định lựa chọn điểm đến du lịch, du khách luôn có động thái tham khảo dư luận, làm tiền đề đưa ra những quyết định cho sự lựa chọn của mình.

Thị hiếu

Thị hiếu là một hiện tượng tâm lý mang tính phổ biến, hình thành dựa trên sự lây lan bất chước lẫn nhau của con người trong những nhóm nhất định. Thị hiếu của mỗi cá nhân là khác nhau, nó phụ thuộc vào đặc điểm của từng cá nhân, trong từng thời điểm khác nhau.

Các hoạt động du lịch chịu sự tác động của thị hiếu có thể đánh giá từ những góc độ sau:

Thị hiếu ảnh hưởng tới tâm lý chung, nhu cầu và hành vi tiêu dùng du lịch của du khách. Nhiều quyết định tiêu dùng du lịch được dựa vào thị hiếu của một số đối tượng khách.

Thị hiếu giúp các nhà kinh doanh du lịch thiết lập các chính sách marketing để thu hút nguồn khách. Nhiều điểm du lịch thu hút được một số lượng lớn du khách do nắm bắt được kịp thời thị hiếu của số đông du khách.

Do đó, nắm bắt được thị hiếu của du khách sẽ góp phần mang lại thành công cho hoạt động kinh doanh của các nhà kinh doanh du lịch.

Tính cách dân tộc

Tính cách dân tộc là những thuộc tính tâm lý xã hội của những cộng đồng khác nhau, mang những nét tính cách điển hình riêng biệt, đặc trưng của từng dân tộc. Tính cách dân tộc được hình thành từ đời sống tâm lý chung của các cá nhân trong cộng đồng dân tộc qua nhiều thế hệ. Chúng được kế thừa, gìn giữ, phát huy và phát triển.

Tính cách dân tộc được biểu hiện trong các giá trị truyền thống dân tộc, phong tục tập quán, cách ăn uống hay cách thưởng thức văn học nghệ thuật. Các giá trị trong tính cách dân tộc trở thành một trong những tài nguyên du lịch nhân văn mang tính đặc thù của từng dân tộc.

Sự tác động của tính cách dân tộc đến các hoạt động du lịch thường thể hiện qua các lĩnh vực sau:

Cá nhân thuộc quốc gia dân tộc nào thì chịu ảnh hưởng bởi tính cách dân tộc của quốc gia, dân tộc ấy. Do vậy, việc tìm hiểu tính cách dân tộc của du khách là việc làm cần thiết khi nghiên cứu tâm lý du khách. Nếu không hiểu biết về những tính cách dân tộc này, ngành du lịch không thể chủ động tạo ra những sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của du khách, không chủ động động trước hành vi ứng xử và hành vi tiêu dùng của du khách.

Bên cạnh đó, tính cách dân tộc còn là thành phần chủ đạo trong bản sắc văn hóa của từng dân tộc. Đây chính là yếu tố tạo ra những sản phẩm du lịch mang tính văn hóa đặc trưng cho từng dân tộc.

Do tính cách dân tộc bao hàm cả phong tục tập quán, tôn giáo - tín ngưỡng và các giá trị truyền thống nên nhìn chung ảnh hưởng của nó tới hoạt động du lịch sẽ bao gồm những ảnh hưởng của tất cả các yếu tố trên. Vì vậy, khi nghiên cứu sự ảnh hưởng của tính cách dân tộc tới tâm lý du khách cần chú ý tới tất cả những yếu tố liên quan.

e. Các yếu tố diễn ra trong quá trình phục vụ du lịch

Thái độ của nhân viên phục vụ

Khi nhân viên phục vụ có thái độ và cảm xúc tích cực như vui vẻ, nhiệt tình, thoải mái, tự tin... sẽ lan truyền sang cho khách. Ngược lại, nếu nhân viên phục vụ có tâm lý tự ti, chán nản, mệt mỏi sẽ gây ra những ảnh hưởng xấu đối với tâm trạng của du khách. Mức độ ảnh hưởng của tâm lý và thái độ của nhân viên phục vụ đến tâm lý của du khách thường thấp hơn so với những ảnh hưởng trực tiếp qua quá trình giao tiếp của nhân viên đối với khách.

Trong quá trình phục vụ du khách, nhân viên cần chú ý tới lời nói, cách đi đứng, giao tiếp theo các chuẩn mực nhất định, nhưng cũng cần linh hoạt trong xử lý từng tình huống cụ thể. Bên cạnh đó, lời nói và thái độ phải nhất quán bởi cho dù nhân viên có thái độ tích cực nhưng nếu sử dụng lời nói không thích hợp thì vẫn có thể tác động tiêu cực tới tâm lý khách hàng.

Ảnh hưởng của các du khách khác

Quy luật lây lan tâm lý sẽ khiến tâm lý của những du khách này lan truyền sang những du khách khác trong một hoàn cảnh nhất định. Việc này có thể gây ra những tác động cả tích cực và tiêu cực tới các hoạt động du lịch nói chung:

Những ảnh hưởng tích cực thường xảy ra khi ở đó du khách cảm thấy vui vẻ, thoải mái, lịch sự và hài lòng nhất.

Những ảnh hưởng tiêu cực thường xảy ra khi ở đó có những du khách buồn chán, thất vọng, tức giận...

Với những ảnh hưởng tích cực sẽ mang lại những thuận lợi cho quá trình phục vụ du khách. Tuy nhiên, những ảnh hưởng tiêu cực từ phía các du khách sẽ khiến những du khách cùng đoàn trở nên mệt mỏi, căng thẳng, không hứng thú với chuyến đi nữa. Do đó, tùy từng hoàn cảnh cụ thể, cần phải quan tâm đến những du khách có tâm trạng, thái độ tiêu cực. Trong trường hợp bất khả kháng, hãy cố gắng cách ly họ, tránh để họ tiếp xúc nhiều với những người khác trong đoàn.

Các yếu tố khác

Bên cạnh các yếu tố trên đây, một số những yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến tâm lý của du khách:

Sự chuyên nghiệp trong quy trình phục vụ

Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

Tài nguyên du lịch tại điểm đến

Điều kiện tự nhiên (thời tiết, khí hậu, độ ẩm...)

Điều kiện kinh tế xã hội (tình hình chính trị, an ninh, an toàn xã hội...).

1.2 Đặc điểm tâm lý du khách quốc tế

1.2.1 Đặc điểm tâm lý khách quốc tế theo châu lục

Có thể phân chia du khách thành 5 nhóm sau: Du khách châu Âu, du khách châu Á, du khách châu Mỹ, du khách châu Phi và du khách châu Đại Dương.

a. Du khách châu Âu

Châu Âu được biết đến với nền văn minh lâu đời và mức sống cao, trải qua quá trình lịch sử xây dựng văn hóa và kinh tế tương đối lâu đời. Đặc điểm tâm lý người cơ bản của người châu Âu như sau:

Có lối sống duy lý, thích chinh phục, chế ngự, và cải tạo thiên nhiên môi trường xung quanh, bắt chúng phục vụ mục đích của con người. Đồng thời, người châu Âu có lối sống sôi động, thích hoạt động và di chuyển, không thích cuộc sống tĩnh tại.

Nhận thức, tình cảm và hành vi của họ đối với môi trường và hoạt động du lịch rất tiến bộ. Họ đến từ những đất nước có nền kinh tế, văn hóa, xã hội phát triển và mức sống người dân tương đối cao. Châu Âu là trung tâm kinh tế, văn hóa, khoa học, kỹ thuật, giao lưu của các dân tộc trên thế giới.

Đa số người châu Âu theo Thiên Chúa giáo. Vì thế, nhu cầu đến nhà thờ vào cuối tuần để cầu nguyện là nhu cầu không thể thiếu trong đời sống của họ. Hoạt động du lịch của họ do đó đã chịu ảnh hưởng, chi phối bởi màu sắc tôn giáo và trở thành những chuẩn mực trong cuộc sống.

Họ có lối sống công nghiệp khắt khe, kỷ cương, chế độ làm việc rất nghiêm túc, vì thế khi đi du lịch, du khách châu Âu có yêu cầu rất cao đối với việc thực hiện kế hoạch, lịch trình chuyến đi, đòi hỏi phải rõ ràng, chính xác và đạt hiệu quả mong muốn.

Đề cao chủ nghĩa cá nhân, tôn trọng tự do cá nhân và đánh giá cao tính tích cực của con người trong mọi hoạt động xã hội, trọng lý, nhẹ tình, có ý thức pháp luật và lòng tự trọng rất cao.

Không thích nói chuyện về chính trị, đời tư, tuổi tác và thu nhập. Theo họ, đó là những thông tin cá nhân cần được tôn trọng và giữ bí mật khi giao tiếp. Khi đi du lịch họ thích lựa chọn loại hình du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch vui chơi giải trí nhằm giải tỏa những căng thẳng tâm lý do môi trường công nghiệp gây ra.

Người châu Âu thích ăn bánh mì, uống cà phê, uống sữa với bánh ngọt và sử dụng các món ăn lạnh. Họ không thích chế biến cầu kỳ, không mời chào nhau trong ăn uống.

Họ rất thích âm nhạc, nhảy, múa, lễ hội, vì vậy khi đi du lịch, họ có nhu cầu rất cao đối với các sản phẩm, dịch vụ này.

Trong giao tiếp, nghi lễ ngoại giao, người châu Âu thường có thói quen bắt tay, ôm hôn thân mật. Khi giao tiếp, ngoại giao với họ cần lưu ý một số quy tắc sau:

Bắt tay: nhẹ nhàng cầm nắm cả các ngón tay, không lắc nhiều. Người cao tuổi, phụ nữ, người có địa vị cao trong xã hội thì đưa tay ra trước, trong tình huống muốn thể hiện sự kính trọng đặc biệt, thì có thể đưa cả hai tay ra để bắt tay.

Cái hôn: khi thực hiện nghi lễ ngoại giao thường hay hôn má (một hoặc hai má), nếu khách là người có địa vị cao hơn thì hôn lên trán, nếu là người yêu hoặc vợ chồng thì hôn môi.

Tặng hoa: Trong nghi lễ ngoại giao, người châu Âu thường hay tặng hoa cho nhau. Ví dụ: ngày sinh nhật, ngày lễ, ngày tết, ngày cưới. Khi tặng hoa nên lưu ý: chỉ tặng theo số lẻ 3, 5, 7, 9 và tùy ý theo mối quan hệ mà lựa chọn màu sắc và kiểu hoa cho phù hợp. Ví dụ: tặng hoa cho người yêu thì dùng màu đỏ, cho những người quen thì dùng bó hoa nhiều màu.

Dùng nước hoa: đã thành thói quen đối với người châu Âu, dùng nước hoa khi tiếp khách thể hiện sự tôn trọng, lịch sự đối với họ, đồng thời thể hiện địa vị bản thân.

b. Du khách châu Á

Châu Á bao gồm 48 nước, là một trong những khu vực có sự phát triển kinh tế rất năng động trên thế giới và là một trong những thị trường du lịch có nhiều tiềm năng. Đặc điểm tâm lý du khách châu Á như sau:

Họ rất tôn trọng tự nhiên, và luôn có sự hợp tác, chia sẻ và giúp đỡ lẫn nhau, tính cộng đồng và lối sống trọng tình, nhẹ lý, dễ thông cảm và chia sẻ với nhau trong quan hệ, ứng xử.

Nói chung, so với các nước trong khu vực khác trên thế giới, nền kinh tế châu Á phát triển chưa cao, mức sống của người dân thấp, cơ sở hạ tầng chưa được đầu tư, phát triển mạnh, đặc biệt ở các nước khu vực Đông Nam Á.

Phần lớn người dân châu Á theo Nho giáo, Khổng giáo và Phật giáo, trong đó, Phật giáo chiếm ưu thế. Vì thế, các đình, các chùa, miếu, những nơi linh thiêng giúp họ thỏa mãn nhu cầu nghi lễ tôn giáo.

Đa số người dân châu Á sống dựa vào sản xuất nông nghiệp, tâm lý tiêu nông và sản xuất nhỏ, phụ thuộc nhiều vào môi trường.

Lối sống tôn trọng môi trường thiên nhiên, nặng tình, nhẹ lý và tính cộng đồng rất cao trong quan hệ, ứng xử là kết quả của phương thức canh tác nông nghiệp lúa nước. Sản xuất lúa nước đòi hỏi có tình cần cù, chịu khó, chăm chỉ, biết hợp tác trong công việc mới kịp thời vụ, hơn nữa sự phát triển của cây lúa phụ thuộc nhiều vào thời tiết, điều này đã làm cho tính cộng đồng phát triển cao.

Thích cuộc sống kín đáo, yên tĩnh mà không thích nhảy múa, ồn ào. Họ luôn tôn trọng quan hệ với những đồng nghiệp, hàng xóm xung quanh.

Văn hóa ẩm thực phát triển khá lâu đời, nhu cầu ẩm thực của họ rất phong phú, đa dạng, đặc biệt có những món ăn đặc sản rất nổi tiếng được sách đồ ghi nhận, nổi tiếng là những món ăn của Trung Quốc.

Họ thường kiêng số 4 và 7 vì theo nho giáo, những con số này không may mắn. Phần lớn người châu Á theo đạo Phật, vì thế có nhu cầu đến nơi cửa Phật vào các ngày 1 và 15 âm lịch hàng tháng.

Do mức sống chưa cao nên khi đi du lịch, người châu Á thường tính toán, cân nhắc, tiết kiệm trong tiêu dùng. Họ rất thích đi du lịch cùng gia đình, du lịch văn hóa (lễ hội) và du lịch biển.

Nghi thức ngoại giao của người châu Á cũng có một số đặc điểm khác so với người châu Âu như sau:

- Khi tiếp đón khách, người châu Á thường để tay trước ngực và cúi đầu chào khách, nếu khách càng kính trọng thì được chủ nhà cúi chào càng thấp để thể hiện sự tôn kính.
- Họ rất nồng hậu khi tiếp, đón khách: mời, chào, vồn vã, thể hiện sự tôn trọng khách đến nhà, đặc biệt là họ thường mời khách đi trước, giành chỗ ngồi và mọi điều kiện tốt nhất trong gia đình cho khách.
 - Khi đã thân quen, người châu Á rất thích xưng hô với nhau thân mật theo kiểu gia đình, thích ngồi ăn uống kéo dài với những món ăn đặc sản, thích ngồi xếp vòng tròn xung quanh bàn ăn thấp (20 - 30cm) đặt trên sàn nhà và chúc tụng lẫn nhau.

c. Du khách châu Phi

Châu Phi (hay Phi Châu) là châu lục đứng thứ ba trên thế giới về dân số, sau châu Á và Châu Mỹ, và lớn thứ ba trên thế giới về diện tích sau châu Á và châu Mỹ. Du khách châu Phi có những đặc điểm tâm lý cơ bản như sau:

Du khách châu Phi là những người chất phác, thẳng thắn đồng thời rất cầu thị trong giao tiếp, quan hệ.

Họ là những người sôi nổi, nhiệt tình trong sinh hoạt, có lối sống năng động, yêu âm nhạc, thích nhảy múa.

Nền văn hóa châu Phi còn giữ được nhiều bản sắc, giá trị văn hóa độc đáo lâu đời. Những lễ hội, phong tục tập quán truyền thống có một không hai còn lưu giữ được cho đến ngày nay. Mỗi dân tộc châu Phi đều có những điệu nhảy truyền thống mang bản sắc văn hóa riêng của họ.

Người châu Phi có lòng tự trọng dân tộc cao, nhưng cũng rất dễ tự ái nếu như trong hành vi ứng xử của người khác đối với họ không khéo léo.

Trong nghi thức ngoại giao họ có những đặc điểm nổi bật sau:

Chào hỏi vồn vã, nhiệt tình.

Bắt tay thân mật và mời khách vào nhà.

Khi đến nhà, du khách phải tuân theo những phong tục, tập quán riêng của họ.

Du khách châu Mỹ

Châu Mỹ là tên một vùng đất nằm hoàn toàn ở nửa cầu Tây, bao gồm hai lục địa Bắc Mỹ và Nam Mỹ. Châu Mỹ chiếm 8,3% diện tích bề mặt Trái Đất và 28,4% diện tích đất liền. Dân số ở đây chiếm khoảng 13,5% của thế giới (hơn 900 triệu người). Những luồng di dân trong quá trình lịch sử đã góp phần hình thành một cộng đồng dân cư năng động và đa dạng ở châu lục này. Đặc điểm tâm lý của du khách Nam Mỹ như sau:

Các nước Nam Mỹ có nền văn hóa đa sắc tộc, nhưng mang nhiều nét nổi trội của nền văn hóa Tây Ban Nha cộng với những bản sắc văn hóa của dân Da đỏ (dân thổ cư) và pha với văn hóa của một số dân di cư đến từ châu Phi và châu Á.

Họ rất trực tính và thực tế trong sinh hoạt, yêu ghét rất rõ ràng, nhưng cũng rất nhiệt tình giúp đỡ người khác một khi được yêu cầu.

Họ thường sử dụng tiếng Anh, tiếng Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha để giao tiếp.

Tính cách rất sôi nổi, nhiệt tình, ưa tranh luận, phần lớn người dân Nam Mỹ là những người có tài hùng biện, diễn thuyết hoặc trình bày vấn đề. Họ rất thích tụ họp và tranh luận các vấn đề thời sự, chính trị nóng bỏng.

Với nền văn hóa đa sắc tộc, người dân Nam Mỹ rất tôn trọng các giá trị truyền thống văn hóa, phong tục tập quán của các dân tộc khác. Chính vì vậy, các cộng đồng sắc tộc nơi đây còn lưu giữ các bản sắc văn hóa riêng của mình.

Lễ hội hóa trang của các dân tộc Nam Mỹ: Braxin, Achentina... (với các điệu nhạc Tăng-gô, Cha Cha Cha, Lambada ...) là những nét văn hóa truyền thống rất độc đáo và là niềm tự hào dân tộc của họ.

Trong giao tiếp người Nam Mỹ có những nét nổi bật sau: Rất vồn vã nhiệt tình chào mời khách, bắt tay và ôm hôn khi gặp khách, tặng hoa khi gặp gỡ lần đầu và cùng nhảy các điệu nhảy truyền thống.

Người Mỹ được biết đến như là những người theo chủ nghĩa cá nhân, họ rất tích cực và sáng tạo trong hoạt động kinh doanh. Người Mỹ được coi là người thẳng thắn, khi nói chuyện trao đổi về một vấn đề nào đó, họ thích “đi thẳng vào vấn đề”. Họ không thích nghi thức, kiểu cách trong giao tiếp.

Dân tộc Mỹ là dân tộc di cư, pha tạp, không đồng nhất, những người da trắng đầu tiên đến đây là những người gốc Tây Ban Nha theo đạo thiên chúa Roma, sau đó là người Anh và đại diện của một số dân tộc châu Âu khác, người Mỹ gốc Phi, những người đến từ châu Á, người bản xứ là người Indian.

Người Anh tuy đến đây muộn hơn người Tây Ban Nha nhưng họ giữ vai trò nòng cốt trong xã hội. Vì thế, văn hóa Anh cũng rất được coi trọng và phát triển ở đây.

Các giá trị được đề cao trong nền văn hóa Mỹ là, chủ nghĩa cá nhân và chủ nghĩa tự do. Người Mỹ quan niệm rằng cá nhân càng phát triển, sự tự do cho họ càng nhiều bao nhiêu, thì đóng góp của cá nhân cho xã hội nhiều bấy nhiêu.

Họ thường bắt tay, ôm hôn thân mật, không thích nói chuyện riêng tư hoặc hỏi về tuổi tác, tiền lương, thu nhập.

e. Du khách châu Đại Dương

Châu lục này nằm ở Nam bán cầu, có điều kiện khí hậu nhiệt đới và ôn đới rất thuận tiện cho việc phát triển chăn nuôi và trồng trọt, là vùng có nhiều khoáng sản và tiềm năng năng lượng rất lớn. Đây là những nước có nền kinh tế, văn hóa, xã hội khá phát triển, thu nhập của người dân khá cao. Dân cư của các quốc gia này chủ yếu là dân nhập cư từ Anh, Pháp, Mỹ và từ một số nước châu Á như: Trung Quốc, Indonesia, Việt Nam và Philipin. Nền văn hóa của các nước châu Đại Dương, phần lớn là văn hóa đa sắc tộc, với các phong tục tập quán, truyền thống rất độc đáo, vẫn giữ được các bản sắc riêng của các nhánh văn hóa của các sắc tộc khác nhau. Ngôn ngữ chính được sử dụng trong giao tiếp ở châu lục này là tiếng Anh.

Với phần lớn dân cư của châu Đại Dương là dân nhập cư từ châu Âu, vì vậy, du khách châu Đại Dương có các đặc điểm tâm lý, tính cách, thói quen sinh hoạt và nghi thức giao tiếp rất giống du khách đến từ châu Âu. Một số tộc người bản xứ có nền văn hóa mang bản sắc truyền thống, lâu đời.

1.2.2 Đặc điểm tâm lý khách quốc tế của những thị trường trọng điểm tại

Việt Nam a. Khách Trung Quốc

Người Trung Quốc rất cần cù, chịu khó trong công việc, yêu lao động và ý thức dân tộc, ý thức cộng đồng rất cao.

Họ là những người kín đáo, trong quan hệ ứng xử luôn trọng tình, nhẹ lý, có thức tôn trọng tự nhiên và con người.

Ở Trung Quốc, một số người rất tin tưởng vào tướng số, thường chọn ngày đẹp theo lịch khi đi du lịch (kiêng ngày 4 và 7), có nhu cầu đến nơi cửa Phật (chùa, miếu, đình) vào những ngày 1 và 15 âm lịch hàng tháng.

Họ rất ý thức tôn trọng nề nếp, gia giáo trong cuộc sống gia đình, cầu kỳ, cẩn thận và chu đáo trong ngoại giao.

Người Trung Quốc thích nghỉ ở các khách sạn 2 - 3 sao, các khu nhà sàn, hoặc lều bạt trong các khu sinh thái. Họ thích đi du lịch gia đình trong thời gian không lâu với dịch vụ trọn gói và được sử dụng các dịch vụ chữa bệnh phương Đông truyền thống như châm cứu, mat-xa, tắm bùn, tắm nước khoáng.

Họ thích đi du lịch biển và tham quan những danh lam thắng cảnh nổi tiếng với các di tích văn hóa, lịch sử nổi tiếng. Họ thích khám phá tìm hiểu lễ hội và những nét bản sắc văn hóa của các dân tộc, cộng đồng, đặc biệt rất muốn tìm hiểu nền văn hóa của Trung Quốc trước đây đã ảnh hưởng thế nào tới văn hóa của các nước xung quanh.

Họ là người tính toán và tiết kiệm trong tiêu dùng du lịch, khi đi du lịch thích được đi nhiều nơi và được sử dụng nhiều các dịch vụ.

Họ thích mua đồ lưu niệm mang tính thủ công truyền thống của Việt Nam: tranh sơn mài, tranh chạm gỗ, tranh khảm trai, nón, mũ ... để làm quà tặng.

Họ nổi tiếng trên thế giới với sự giàu có của nghệ thuật ẩm thực và cách thức chế biến rất đặc sắc. Vì thế, khi đi du lịch, người Trung Quốc có nhu cầu đối với ẩm thực rất cao. Họ thích ăn cơm (cơm gạo tám, cơm rang thập cẩm hoặc cơm nếp hương) với các món ăn phương Đông truyền thống như: gà tần, vịt quay, các món ăn chế biến từ rùa, ba ba, rắn và các loại gia vị, nước chấm. Khi ăn họ dùng bát, đũa. Họ thích được phục vụ bằng việc bày thức ăn trên các bàn thấp (30 - 40cm), đặt trên nền nhà và ngồi xếp vòng tròn xung quanh để thưởng thức và dùng rượu nấu từ gạo, ngô... Họ cho rằng với cách ăn như vậy chẳng những bảo tồn được các giá trị truyền thống mà còn tạo ra được sự ấm cúng, thân mật như trong gia đình.

Người Trung Quốc có rất nhiều điều kiêng kị. Một số điều kiêng kị của họ là:

Trong giao tiếp, kiêng ôm vai hay vỗ lưng, kiêng trở tay vào người đối diện vì cho rằng như thế là bất lịch sự. Khi rót nước, người hán kiêng để miệng bình trà đối diện với khách bởi lẽ quan niệm dễ khiến khách gặp điều chẳng lành. Họ cũng kiêng tặng khăn mặt cho nhau vì như thế là tỏ ý đoạn tuyệt (trong tang lễ người ta dùng khăn trắng). Họ kiêng tặng nhau dao kéo vì sợ làm thương và tổn hại đối phương.

Họ không thích các đề tài về cách mạng văn hoá, sex, chính trị

Họ uống theo thuyết “Âm dương ngũ hành” và có nhiều kiêng kị

như: ○ Mật ong không ăn cùng hành sống

○ Lươn, cá chép không ăn cùng thịt chó

○ Cá diếc không ăn cùng rau cải và gan lợn

○ Quan niệm về sự vẹn toàn thể hiện trong ăn uống rất rõ. Ví dụ: món cá khi chế biến để nguyên con, gà chặt miếng và xếp đầy đủ các bộ phận lên đĩa. Sẽ là kiêng kị khi món cá hoặc gà dọn lên mà thiếu vây, đuôi, đầu vì họ cho rằng đó là điều chẳng lành, sự việc không được “đầu xuôi đuôi lọt”.

○ Họ kiêng không xuất hành vào ngày mùng 5 tháng 1 âm lịch vì đó là ngày nguyệt kỵ, sẽ không gặp may.

b. Khách Hàn Quốc

Người Hàn Quốc ham học hỏi, năng động, cần cù, coi trọng đạo đức và yếu tố tinh thần.

Nếp sống hiện đại của người Hàn Quốc vẫn giữ được những nét truyền thống. Họ rất coi trọng bản sắc văn hóa dân tộc và đề cao giáo dục. Người Hàn Quốc rất chú trọng đến gia tộc của mình. Gia tộc đóng vai trò rất quan trọng trong cuộc sống của người Hàn Quốc. Năm đức tính quan trọng nhất đối với người Hàn Quốc là hiếu nghĩa với tổ tiên, bố mẹ; trung thành với bạn bè; chung thủy với vợ chồng; phục tùng và tuân theo người lãnh đạo; kính trọng thầy cô.

Người Hàn Quốc rất dễ gần và cởi mở. Tuy nhiên, những dịp quan trọng, lễ nghi của họ khá phức tạp.

Người Hàn Quốc đề cao vị trí của người già. Ví dụ: khi người già vào nhà phải đứng dậy chào, khi nói chuyện phải bỏ kính râm, trong khi ăn uống phải chờ người già đũa đưa trước, khi xếp hàng, lên xe đều phải nhường người già trước...

Người Hàn Quốc thích du ngoạn, vui chơi và làm việc rất chăm chỉ, thường phân biệt hết sức rõ ràng các vấn đề như công việc, gia đình và giải trí.

Người Hàn Quốc rất chú trọng đến ngày giờ và thuật phong thủy trong việc xây dựng nhà cửa hoặc làm những việc quan trọng.

Thanh niên có xu hướng sống hiện đại. Họ thực tế, đơn giản, năng động, thích giao tiếp, dễ hòa mình và thích nghi với hoàn cảnh mới, thích đi du lịch và tham dự các hoạt động mang tính chất phong trào phù hợp với tuổi trẻ.

Phụ nữ Hàn Quốc ôn hòa, điềm đạm, lịch sự và giỏi nội trợ. Người Hàn Quốc có quan niệm việc tề gia nội trợ, chăm sóc chồng con là thiên chức của người phụ nữ.

Người Hàn Quốc rất thích màu trắng vì đối với họ, màu trắng biểu trưng cho sự thuần khiết, trong trắng và thủy chung.

Người Hàn Quốc ký số 4 và khi nhận quà thường ký nhận quà bằng tay trái. Khi nói chuyện, khi cười cần lấy tay che miệng để không bị coi là thô lỗ. Đồng thời, khi giao tiếp với người Hàn Quốc chú ý không để tay trong túi quần, túi áo vì như vậy sẽ bị coi là mất lịch sự.

Người Hàn Quốc thích chơi thể thao, đặc biệt là các môn thể thao như: bóng đá, bóng chuyền, golf, bóng chày, võ thuật...

Khẩu vị và cách ăn uống:

- Người Hàn Quốc dùng thìa ăn cơm, dùng đũa gấp thức ăn, không bao giờ dùng song song cả thìa và đũa trong bữa ăn. Đồng thời, khi ăn thì phải đặt bát xuống bàn, không được cầm bát lên, nếu không sẽ bị coi là hành động bất lịch sự.
- Người Hàn Quốc chú trọng bữa sáng và bữa tối. Bữa trưa đối với họ được xem là món điểm tâm.
- Ba món ăn luôn có mặt trên bàn ăn của người Hàn Quốc là Pap (cơm), Kim chi (rau muối cay) và Kanjang (nước tương). Đặc biệt, Kim chi đóng vai trò quan trọng trong bữa ăn của người Hàn Quốc. Trong mâm cơm của họ luôn có nhiều bát đĩa nhỏ để đựng các món Kim chi.
- Người Hàn Quốc nhìn chung thích ăn các món hải sản, thịt bò, thích các loại gia vị như tỏi, hành, ớt... và thường dùng dầu vừng trong chế biến món ăn.

Đặc điểm du khách Hàn Quốc:

- Khách du lịch Hàn Quốc thích các loại hình du lịch biển, nghỉ ngơi, tìm hiểu văn hóa.
- Bên cạnh đó, đi du lịch với mục đích tìm kiếm đối tác hợp tác kinh doanh cũng là một trong những loại hình du lịch phổ biến của người Hàn Quốc.
- Mặc dù có lối sống thoáng hơn so với một số quốc gia châu Á khác nhưng khách du lịch Hàn Quốc khi ra nước ngoài du lịch vẫn giữ gìn được bản sắc dân tộc. Trong giao tiếp, họ tỏ ra cởi mở, vui vẻ, sôi nổi nhưng rất lịch sự, giữ được chừng mực và có tính tự chủ khá cao.
- Du khách Hàn Quốc khi đi du lịch thích được sống trong bầu không khí vui vẻ với những cuộc tham quan và các hoạt động tập thể.
- Khách du lịch Hàn Quốc có khả năng thanh toán khá cao do đó họ thường lựa chọn các dịch vụ du lịch loại khá trở lên.

c. Khách Nhật Bản

Phụ nữ Nhật Bản có Kimono (trang phục truyền thống) trong các nghi thức ngoại giao. Tùy theo nội dung buổi lễ, mức độ quan hệ, tuổi tác mà yêu cầu màu sắc của Kimono cũng khác nhau.

Là những người thông minh, cần cù, khôn ngoan, tính cộng đồng cao, biết sử dụng sức mạnh của nhóm để làm việc, họ có kỷ cương và ý thức trong công việc, ham học hỏi và luôn cầu thị để tiến bộ.

Phần lớn người Nhật theo Phật giáo, nhưng trong vài chục năm trở lại đây, xu hướng theo đạo Tin Lành và Thiên Chúa giáo trong thanh niên Nhật ngày càng tăng.

Người Nhật luôn có lòng tự hào dân tộc, luôn tôn trọng truyền thống đất nước, con người. Những điều này đã làm nên những thành tựu đáng khâm phục về kinh tế và văn hóa của họ.

Văn hóa của Nhật Bản chịu ảnh hưởng rất nhiều của văn hóa Trung Quốc, vì thế thuyết âm dương, thuật phong thủy được sử dụng rất phổ biến trong đời sống của họ. Họ rất tin vào tướng số, và kiêng kỵ số 4, thích số lẻ 3, 5, 7, 9...

Người Nhật coi hoa anh đào “Sakura” là biểu tượng dân tộc của họ, màu sắc truyền thống mà họ thường sử dụng là màu đen và đỏ (màu nóng - dương, sinh trưởng).

Khi đi du lịch họ thường chọn địa điểm du lịch biển nơi có nhiều nắng, phong cảnh đẹp, hấp dẫn, nước biển trong xanh, cát vàng, khí hậu ấm.

Họ rất yêu thích thiên nhiên, có nhu cầu thẩm mỹ cao đối với sản phẩm dịch vụ du lịch, rất trung thành với văn hóa truyền thống.

Chương trình du lịch 7 ngày thường được du khách lựa chọn. Trong một năm người Nhật thường đi du lịch 3 lần, điều này cũng phụ thuộc vào qui định trong chế độ lao động của nhà nước Nhật.

Họ thường yêu cầu tính chuẩn xác cao về thời gian kế hoạch trong các tour du lịch.

Nhu cầu du lịch văn hóa của người Nhật rất lớn. Vì thế họ rất thích đi tìm hiểu văn hóa các địa phương có lịch sử lâu đời với các công trình văn hóa kiến trúc lịch sử nổi tiếng.

Khi đặt phòng ở, người Nhật không thích chọn tầng thượng hoặc tầng 1, 2 trong khách sạn vì theo họ đó là những nơi không an toàn.

Người Nhật thích mua sắm nhiều quà lưu niệm trong những chuyến đi, theo thói quen của người Nhật, khi đi xa về, việc tặng quà cho người thân, bạn bè, cơ quan và hàng xóm là không thể thiếu được, đó là sự thể hiện tình cảm trân trọng của họ.

Họ thích ăn các món được chế biến từ hải sản như tôm, cua, cá, mực. Đặc biệt các món ăn truyền thống sang trọng của họ là vây cá mập, thịt cá ngừ, thịt cá voi. Món ăn đặc trưng của người Nhật là gỏi cá được chế biến rất cầu kỳ từ cá Bơn, cá Nóc, Bạch Tuộc.

Người Nhật rất ưa chuộng các món ăn được chế biến từ cá Nóc. Theo quan niệm của người Nhật thì thịt cá Nóc rất bổ dưỡng. Cá Nóc được chế biến thành gỏi rất cầu kỳ, hoặc thịt cá được cắt thành từng miếng mỏng xếp thành hình hoa cúc rất ấn tượng.

Món ăn nổi tiếng của người Nhật là món Sushi, còn được gọi là cơm Tứ hi, cách làm khá đơn giản, cơm nấu chín rải đều trên mâm có rắc thêm muối dấm cho vừa đủ và trộn đều, sau đó được rải ra thành vỉ và cho những lát cá, lát tôm (sống) rau tím và bó cơm lại thành cuộn. Khi ăn, Sushi được cắt thành từng khoanh. Sushi có các màu đen, trắng, vàng trắng, đỏ rất đẹp mắt.

Người Nhật thích ăn các món ăn Trung Quốc, các món ăn nhanh kiểu Mỹ, và uống rượu Vang Pháp, thích uống rượu Sa-kê được đóng chai 250ml.

d. Khách Mỹ

Người Mỹ năng động, đam mê, phiêu lưu, thực dụng, thích giao tiếp và các hoạt động du lịch.

Người Mỹ có thói quen tôn trọng tự do cá nhân. Đối với họ, có thể ngồi đưa chân lên bàn, tay chắp sau gáy, quần áo có nhiều túi. Theo họ, điều đó thể hiện thói quen của cá nhân cần được tôn trọng.

Người Mỹ rất tin vào sức mạnh thần bí, thích xem tướng, số, kiêng kỵ số 13 ngày thứ sáu.

Thích du lịch biển, đặc biệt họ rất quan tâm tới các môn thể thao như: bơi, lướt ván, lặn biển, đua thuyền ở nơi du lịch.

Người Mỹ có nhu cầu cao với du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, nghệ thuật, thích tham gia vào các hoạt động văn hóa, lễ hội của các cộng đồng dân cư địa phương. Khách du lịch Mỹ thường thích đi dạo phố bằng xích lô, thích đi bộ để mua bán hoặc ngắm cảnh quan vào ban đêm tại địa điểm du lịch.

Phương tiện giao thông mà họ thường thích sử dụng trong hoạt động du lịch: máy bay, ô tô hoặc tàu thủy.

Khẩu vị của du khách Mỹ

Người Mỹ không cầu kỳ trong ăn uống, họ thường thích đồ lạnh và ăn uống đơn giản như: bánh mì với bơ sữa hoặc với bơ sữa.

Họ thường thích dùng các món ăn nhanh để bảo đảm đủ chất, tiết kiệm thời gian và phù hợp với cuộc sống công nghiệp.

Món ăn truyền thống của người Mỹ là sườn rán, bánh cua và bánh mì kẹp thịt gà. Họ thích dùng bánh có vị mặn ngọt, đặc biệt họ thích món táo nấu với thịt ngỗng hoặc nấu với thịt xay nhỏ.

Họ cũng thích ăn các món ăn đặc sản được chế biến từ hải sản, các món ăn Trung Quốc và Việt Nam. Họ không thích ăn nóng theo kiểu phương Đông, thích dùng rượu Vang Pháp trong các bữa ăn.

Thích uống cà phê, nước khoáng tinh khiết, nước hoa quả hoặc cocacola khi đi du lịch.

Thích lưu trú ở các khách sạn 4 - 5 sao hoặc các khu nhà sàn, lều bạt trong các khu sinh thái.

e. Khách Campuchia

Người Campuchia có lòng trung thực, kiên nhẫn trước khó khăn, chịu đựng nhọc nhằn trong lao động, lịch thiệp trong xã hội. Các phụ lão thích người khác kính nể, phụ nữ thường hay e thẹn. Cả già lẫn trẻ đều có lòng hiền hòa, không thích nói dối. Vì vậy, nếu ai nói dối, lừa gạt người Campuchia một lần thì sẽ mất hết lòng tin với họ, thậm chí dẫn đến hận thù.

Người Campuchia hòa nhã, coi trọng nghi lễ, đặc biệt là những lễ nghi tôn giáo. Họ thường mặc trang phục truyền thống với chiếc khăn Krama (khăn rằn) ở trên đầu. Khăn này có nhiều công dụng: làm khăn rửa mặt, làm túi đựng khi mua hàng, trời nóng có thể thấm nước đắp lên đầu cho mát, thời tiết se lạnh có thể quàng cổ để chống lạnh, khi đi ngủ có thể dùng làm chăn...Do đó, chiếc khăn rằn đã trở thành nét văn hóa đặc trưng của người Campuchia. Vì vậy, khi được tặng khăn, phải tỏ lòng tôn kính, trân trọng.

Ẩm thực Campuchia cũng như thói quen của các dân tộc thuộc nền văn minh lúa nước trong khu vực châu Á. Người dân Campuchia có thói quen ăn gạo tẻ và ăn cá nhiều hơn ăn thịt. Các bữa ăn hầu hết đều có cơm. Các món khác như cà ri, súp, khoai tây chiên thường là các món chính đi kèm khá phổ biến. Ngoài gạo tẻ, người Campuchia còn sử dụng gạo nếp để chế biến ra các món xôi và cơm lam. Xôi thường đi kèm với sấu riêng để làm món tráng miệng. Cơm lam thường dùng để thay thế cơm cho người nông dân làm ruộng khi họ không có thời gian chế biến.

Ẩm thực Campuchia ảnh hưởng phong cách của Ấn Độ và Trung Hoa. Hầu hết các món ăn có vị nhạt, ngọt và béo. Món ăn Ấn Độ được tìm thấy trong các gia vị được dùng trong các món ăn Campuchia như: sa tế, ớt, tiêu, hồi... Món ăn Trung Hoa được nhận thấy trong cách chế biến nhiều dầu mỡ, giống phong cách ẩm thực Tứ Xuyên.

f. Khách Úc

Người Úc là người bản chất công bằng, không ưa kiểu cách. Đại đa số khách Úc là những người tuân thủ pháp luật và sống theo khuôn phép.

Người Úc rất cởi mở và thẳng thắn.

Người Úc tin vào nguyên tắc tạo cho mọi người sự công bằng.

Người Úc bênh vực bạn bè, những người bị thua thiệt và yếu thế. Người yếu thế là những người đứng ra tranh tài hoặc là một đối thủ mà không có hy vọng thắng trong một cuộc thi đấu thể thao hay tranh tài.

Người Úc ưa thích các môn thể thao, thích tham gia vừa với tư cách người chơi, vừa với tư cách người xem.

Việc di dân từ châu Âu, châu Mỹ, châu Á, châu Phi và Trung Đông tới Úc đã làm giàu thêm cho nền văn hóa Úc và phong cách Úc, góp phần vào việc hình thành những truyền thống mới. Đóng góp to lớn của những người di cư này là đã làm cho đời sống Úc trong tất cả mọi lĩnh vực càng trở nên đặc sắc hơn từ thương mại cho tới nghệ thuật, từ thức ăn cho tới hài kịch.

Nhiều người Úc ham mê thể thao, xem môn bóng bầu dục và bóng đá luật Úc.

Mười hoạt động thể chất được ưa chuộng nhất là đi bộ, thể dục nhịp điệu/thể dục cho sức khỏe, bơi lội, xe đạp, tennis, chơi golf, chạy bộ, đi bộ trong rừng, bóng đá và bóng ném.

Các loại hình thể thao khác được ưa chuộng là môn cric-kê (cricket), bóng chày và trượt tuyết.

Nghệ thuật trình diễn như phim ảnh, hội họa, sân khấu và âm nhạc đều có nhiều khán giả ưa chuộng.

Khi gặp người nào đó lần đầu tiên, thông thường bạn phải bắt tay phải bằng tay phải của mình. Những người không quen biết nhau thông thường không hôn hoặc ôm nhau khi mới gặp.

Khi chào hỏi, người Úc thích chào hỏi bằng cách kèm theo các từ “ông”, “bà”, “cô” hay lịch sự hơn nữa là “ngài” vào trước họ của một người nào đó để thể hiện thái độ kính trọng.

Nhiều người Úc nhìn thẳng vào mắt người khác khi họ trò chuyện và coi đó như là sự kính trọng và cho thấy đó là dấu hiệu của sự lắng nghe.

Khi gặp người mới, Người Úc thường không cảm thấy thoải mái lắm khi phải đặt câu hỏi hoặc bị hỏi những câu hỏi liên quan đến sự riêng tư như tuổi tác, tình trạng hôn nhân và tài chính.

Trong tổng dân số 19 triệu người, 73% người Australia theo đạo Thiên chúa 12,7% không theo tôn giáo nào, còn lại là một số người theo đạo Do Thái, đạo Hồi và đạo Phật

Úc là một trong những nơi năng động nhất trên thế giới trong lĩnh vực ẩm thực do ảnh hưởng của việc nấu nướng quốc tế. Ở Úc thường có các lễ hội ẩm thực, họ thích ăn hải sản và món nướng.

g. Khách Malaysia

Malaysia là đất nước Hồi giáo, với trên 50% dân số theo Đạo Hồi; số còn lại theo các tôn giáo khác như: Phật giáo, Ấn Độ giáo và Cơ đốc giáo. Do đó, nền văn hóa Malaysia bao gồm nhiều tiểu văn hóa khác nhau như phương Tây, Ấn Độ, Trung Quốc... Tuy nhiên, văn hóa và lối sống của họ không có sự khác biệt phân cực mà dung hòa, kết hợp với nhau để cùng phát triển.

Nhìn chung, người Malaysia hữu nghị và mến khách, nhiệt tình, rộng lượng, cung kính, lịch sự và rất coi trọng lễ nghĩa.

Người Malaysia có thói quen sờ vào lòng bàn tay của đối phương rồi chấp hai bàn tay lại với nhau khi chào hỏi một ai đó.

Người Malaysia yêu cầu về hẹn giờ chính xác như người phương Tây. Họ không thích đón khách vào lúc hoàng hôn bởi họ phải cử hành một số các nghi thức Tôn giáo của đạo Hồi vào thời gian này. Nếu muốn thăm hỏi một người Malaysia nào đó, nên chọn thời điểm phù hợp khoảng sau 20h30.

Chủ đề phù hợp nhất để nói chuyện với người Malaysia là công việc buôn bán, kinh doanh, chuyện xã hội, bóng đá, lịch sử, văn hóa Malaysia hay ẩm thực các vùng miền...

Món quà tặng tốt nhất đối với người Malaysia là bút mực, sổ công tác. Đồng thời, tránh tặng rượu cho họ (ngoại trừ người Malaysia gốc Hoa).

Người Malaysia ít hút thuốc, không ăn thịt lợn, không dùng máu tiết của động vật (đặc biệt là những người theo đạo Hồi).

Họ thích uống cà phê, ăn trà và uống chè Lipton.

Người Malaysia ít ngồi bàn, thường bày ra chiếu và ngồi xếp thành vòng tròn. Họ có thói quen ăn bốc, tay phải bốc thức ăn, tay trái nếu dùng các dụng cụ như thìa, đĩa..., phải xin phép những người ngồi xung quanh.

Người Malaysia hay ăn các món cay và trong bữa cơm nên tránh không uống rượu và tránh mời rượu cũng như sử dụng thịt lợn (đặc biệt là đối với những người theo đạo Hồi).

h. Khách Pháp

Khéo léo và lịch thiệp trong giao tiếp ứng xử.

Người Pháp có tính hài hước với nghệ thuật châm biếm và phê phán các thói hư tật xấu trong xã hội. Những đặc điểm này được phản ánh rất rõ trong các tác phẩm điện ảnh (phim cười) và văn học (truyện cười) của họ.

Trong sinh hoạt hàng ngày, họ là những người trọng hình thức, thích một, cầu kỳ trong ăn uống, các đồ dùng và thức ăn phải đạt được độ tinh tế.

Ngày hội du lịch hàng năm của Pháp 1/8 là một sự kiện rất quan trọng của người dân Pháp. Thông qua lễ hội này, người Pháp muốn quảng bá giới thiệu về hình ảnh, đất nước Pháp tráng lệ, có lịch sử văn hóa lâu đời với truyền thống, văn hóa đặc trưng của châu Âu.

Họ có nhu cầu du lịch sinh thái và du lịch thể thao giải trí, đặc biệt là nhu cầu du lịch văn hóa để mở rộng hiểu biết và tầm nhìn.

Họ thường không thích nói tiếng nước ngoài, rất tự hào về văn hóa và ngôn ngữ tiếng Pháp của họ.

Họ thường có thói quen cho tiền thêm để bày tỏ sự hài lòng với người phục vụ. Họ coi đây là một thói quen thể hiện của nền văn minh hiện đại.

Họ thích đi du lịch bằng ô tô và máy bay.

Họ yêu cầu chất lượng phục vụ cao, thích nghỉ tại các khách sạn 4 - 5 sao và các nhà nghỉ đơn giản trong các khu sinh thái như: nhà sàn, lều, hoặc cắm trại. Họ rất thích đến các địa điểm có phong cảnh đẹp, khí hậu trong lành.

Khi ăn uống, họ thích kết hợp các món ăn nước ngoài với các món ăn Pháp truyền thống, tạo nên nhu cầu ẩm thực rất phong phú và đa dạng.

Họ rất thích dùng rượu Vang trong các bữa ăn vì đối với họ, rượu vang không chỉ thể hiện tính cách lịch sự trong giao tiếp mà còn làm ngon miệng.

Họ thích uống cà phê và coi đó là văn hóa không thể thiếu được trong đời sống.

Họ thích dùng các bữa điểm tâm trong ngày với các loại bánh ngọt, các món nướng, rán còn tái lòng đào. Họ rất thích các món đặc sản, hải sản và được phục vụ ăn uống tại phòng vì theo họ điều này tạo ra bầu không khí ấm cúng, thân mật hơn trong khi ăn.

i. Khách Thái Lan

Đạo Phật đã thấm nhuần trong tư tưởng cũng như nét văn hóa, truyền thống của người dân Thái Lan. Do đó, người dân Thái Lan thường rất giản dị, cởi mở và hiếu khách.

Họ thường tỏ ra rất lịch sự, ân cần, chu đáo và muốn được cư xử phù hợp với tập quán, lễ nghi của đất nước mình.

Khẩu vị của người Thái Lan rất đa dạng. Tuy nhiên, họ thường sử dụng các gia vị cay để chế biến thực phẩm.

Người Thái Lan chào nhau bằng cách chắp hai tay trước mũi. Kiểu chào này có thể được dùng khi chào hỏi, tạm biệt, cảm ơn hoặc xin được tha thứ.... Kiểu chào này đã trở nên vô cùng phổ biến, trở thành một phong tục gắn liền với cuộc sống của người dân Thái Lan. Do đó, họ rất ít khi bắt tay khi gặp nhau, đặc biệt là đối với phụ nữ.

Người Thái Lan cho rằng tay phải là biểu hiện cho sự cao quý, còn tay trái thể hiện sự không trong sạch. Do đó, khi ăn uống hay tặng quà cho người Thái Lan, phải dùng tay trái để thể hiện sự tôn kính. Thông thường, món quà được hầu hết người dân Thái Lan yêu thích đó là hoa hoặc quả tươi.

Người Thái Lan kiêng chĩa mũi bàn chân vào người khác, xoa đầu hoặc chạm tay vào đầu người khác. Tất cả những cử chỉ này đều được coi là bất lịch sự, thiếu sự tôn trọng.

j. Khách Nga

Người Nga là những người thẳng thắn, dứt khoát nhưng rất dễ hòa thuận, cởi mở, rộng lượng và chân thành trong các mối quan hệ. Họ sẵn sàng giúp đỡ người khác trong hoạn nạn mà không bao giờ tính toán.

Họ là những người có lòng tự tôn dân tộc rất cao, yêu lao động, cần cù, chịu khó, có ý thức và kỷ luật cao trong công việc, dám nghĩ, dám làm và có tâm hồn cao thượng.

Họ rất thích âm nhạc, nhảy, múa, họ có các điệu nhảy dân tộc truyền thống được lưu giữ từ lâu đời, thể hiện sự vui nhộn, đoàn kết gắn bó.

Họ rất thích đi du lịch nhóm và đi theo các dịch vụ trọn gói.

Người Nga thường có thói quen đi nghỉ vào mùa hè, họ có nhu cầu du lịch biển và du lịch nghỉ ngơi an dưỡng rất cao.

Họ thích tham gia các loại hình thể dục thể thao như: bóng bàn, bóng đá, tennis, cầu lông, đua ngựa hoặc leo núi, thích khám phá, tìm hiểu bản sắc văn hóa, lịch sử, con người ở các vùng miền và các địa phương khác nhau trên thế giới.

Họ không cầu kỳ trong ăn uống, họ thích các món ăn lạnh, bao giờ bữa ăn cũng có bánh mì và sữa, bơ. Bữa sáng họ thường dùng cháo sữa, bánh mì, bơ cùng với trà đen.

Họ thích dùng các loại súp được chế biến từ bắp cải tím, cà rốt, lá thơm. Khi ăn, họ thường cho vài thìa sốt Maioner hoặc Smitana lên trên bát súp, tạo ra mùi thơm mát dễ chịu.

Họ thích ăn các món thịt quay, các món ninh nhừ, thích các loại xay nhỏ, rán hay om, kiêng ăn chim bồ câu, thịt chó. Họ rất thích thịt nướng, thịt hun khói với dưa chuột, tỏi muối chua. Món khoái khẩu của họ là cá chép ướp muối phơi khô uống với Bia. Họ thích dùng các loại rau: bắp cải, cà chua, dưa chuột, khoai tây, củ cải đỏ, xà lách, hành, mùi trong bữa ăn. Đặc biệt họ thích dùng món xalat Nga, được chế biến từ giò, dưa chuột, khoai tây luộc và thịt nạc được thái vuông nhỏ, cà chua, sau đó được trộn Maioner. Khi ăn họ dùng đĩa, dao, dĩa để xẻ và ăn thức ăn.

Họ rất thích rượu Vodka, đặc biệt là Vodka đỏ trước bữa ăn, có tác dụng làm ấm người và là một thói quen ẩm thực.

k. Khách Đức

Họ có tư duy chặt chẽ, có tinh thần trách nhiệm và ý thức kỷ luật cao trong công việc. Họ có kế hoạch chi tiêu trong đời sống rất rõ ràng, cụ thể và khá chặt chẽ. Khi tiêu dùng họ rất chú ý tới tính thực dụng của sản phẩm, hàng hóa, họ có ý thức tiết kiệm mặc dù mức sống của người Đức khá cao so với nhiều nước khác.

Người Đức có tài tổ chức, họ biết cách tạo ra sức mạnh của nhóm, đoàn kết và chia sẻ lẫn nhau với thái độ rõ ràng, vô tư và công bằng trong công việc.

Lễ hội Bia Munich có truyền thống lâu đời và thường được tổ chức vào tháng 3 hằng năm, kéo dài trong 16 ngày. Đây là dịp người Đức quảng cáo, giới thiệu nền công nghiệp bia, một trong những sản phẩm nổi tiếng thế giới mà du khách rất ưa chuộng.

Họ rất tin vào các thông tin quảng cáo du lịch vì thế trước khi đi du lịch người Đức thường đến các hãng, các công ty uy tín để tìm hiểu thông tin. Họ thường thích đi du lịch ở những nước có du lịch biển phát triển, điều kiện an ninh đảm bảo và có nhiều dịch vụ vui chơi giải trí, thể thao.

Họ rất thích đi du lịch theo nhóm. Theo họ đây là dịp tốt nhất để tăng cường và củng cố quan hệ trong nhóm, giúp họ hiểu biết lẫn nhau tốt hơn.

Họ thích đi du lịch theo kiểu trọn gói, họ thường lựa chọn phòng nghỉ tại các khách sạn 2-3 sao hoặc lưu trú trong các nhà sàn, lều, bạt ở các khu sinh thái. Phương tiện giao thông ưa thích của người Đức khi đi du lịch là máy bay, xe lửa.

Họ thường ăn các món ăn được chế biến bằng cách: nấu, hầm và rán. Món ăn ưa thích của người Đức là xúc xích, lap sườn và thịt hun khói. Người Đức có nền công nghiệp sản xuất xúc xích rất phát triển, hiện nay họ có đến 1.500 loại xúc xích. Họ chế biến bằng cách lấy lap sườn và thịt hun khói cho vào lá bắp cải chua cuộn lại và khoai tây rán ăn với thịt bò rán. Họ cũng thích các món ăn hải sản. Họ thích dùng điểm tâm, ăn bánh ngọt và hoa quả.

1.3 Đặc điểm tâm lý khách nội địa

Theo tâm lý chung của khách du lịch Việt Nam, du lịch là một kỳ nghỉ sau thời gian lao động vất vả, là thời gian để được làm “thượng đế”. Bởi thế, họ có một số những đặc điểm tâm lý sau:

Không chấp nhận những chuyến đi có cường độ cao, di chuyển và vận động quá nhiều.

Muốn được sinh hoạt (lưu trú, ăn uống) trong những điều kiện tốt hơn ở nhà, tương xứng với chi phí họ đã bỏ ra.

Thích trò chuyện, trao đổi về những điều đã gặp và thường quan tâm đến nhau trong đoàn.

Thích thể hiện mình trong chuyến đi.

Thích quay phim, chụp ảnh cho mình tại những điểm du lịch.

1.3.1 Khách lẻ:

Trong kinh doanh du lịch, khách lẻ được hiểu là người khách du lịch đi du lịch tự do đến một điểm du lịch mà không thông qua các chương trình hoặc sự tổ chức chuyên nghiệp của các công ty du lịch. Đối tượng khách lẻ thường bao gồm các nhóm sau:

Trí thức: Luôn tôn trọng chương trình du lịch, mong đợi rất nhiều vào vai trò của hướng dẫn viên.

Bình dân: Luôn mong chuyển đi được thuận lợi, được cười cợt nhiều càng tốt.

Việt kiều: Tự ti về quá khứ, mong sự chuyên nghiệp và tiện nghi mà chương trình mang lại. Người miền Bắc đi du lịch vào miền Nam: Tự hào về quá khứ, về thủ đô, thích lễ phép và ca ngợi quê hương đất nước.

1.3.2 Khách đoàn

Thường do cơ quan, đoàn thể xí nghiệp, công ty ... tổ chức cho nhân viên đi nghỉ mát. Du khách không phải là người trực tiếp chi tiền mua chương trình du lịch nên ở khâu phục vụ, thuyết minh viên dễ bị than phiền mà lẽ ra không phải lỗi từ phía thuyết minh viên.

Công nhân xí nghiệp tư nhân: Rất mong đợi chuyến đi vui vẻ, là đặc ân của “chủ” sau một năm cống hiến. Trưởng đoàn thường hợp tác, hòa đồng, không kiêu căng.

- Công nhân xí nghiệp nhà nước : Thường bị ép buộc tham gia, vai trò của người trưởng đoàn rất lớn, hay so sánh, hay phàn nàn, thích hướng dẫn viên thuyết minh và quản trò chừng mực. Thích nghe nhạc cách mạng.

Công nhân xí nghiệp, nhân viên công ty có vốn đầu tư nước ngoài: Vừa tham gia chương trình du lịch, vừa thực hành các hoạt động phong trào gắn kết nội bộ, chịu chi phí ngoài chương trình nhiều, luôn mong muốn yêu cầu nhà tổ chức chương trình du lịch và hướng dẫn viên phải chuyên nghiệp và có kế hoạch chuẩn bị thật chi tiết.

1.4. Đặc điểm tâm lý khách theo giới tính

1.4.1 Du khách nữ

Du khách nữ là một trong những đối tượng khách được các công ty du lịch quan tâm. Thông thường, đối tượng khách này có thể chi phối tới quyết định của chuyến đi du lịch khá lớn. Một số đặc điểm tâm lý chung đối với du khách nữ bao gồm:

Thích sự nhẹ nhàng, do đó trong hành vi lời nói của họ thường nhẹ nhàng, tế nhị và lịch sự.

Thích được quan tâm, thích mọi người chú ý đến mình và thích làm đẹp.

Thích trao đổi, tranh luận, tâm sự, chia sẻ những thông điệp cá nhân, thích được an ủi và vỗ về.

Trong quan hệ với nam giới, họ thích được tôn trọng, đề cao, thích được che chở về mặt tình cảm.

Nhạy cảm (dễ xúc động) tuy nhiên độ lượng và có lòng vị tha, sợ sự cô đơn.

Có độ nhạy cảm, đa cảm, tinh tế và tế nhị.

Sành ăn - tính toán tiền ăn nhanh và thành thạo.

Trong mua hàng, đi tham quan họ kỹ tính, hay đòi hỏi cặn kẽ, sạch sẽ, gọn gàng. Khi không vừa ý, họ phàn nàn, góp ý ngay.

Thường thận trọng trước những sản phẩm mới lạ.

Thích mua sắm.

Phụ nữ Châu Á dè dặt hơn phụ nữ Châu Âu.

1.4.2 Du khách nam

Du khách nam chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng thị trường khách. Với đối tượng du khách nam, một số đặc điểm tâm lý chung cần lưu ý:

Xông xáo, bạo dạn và hay có tính mạo hiểm trong du lịch.

Tính tình cởi mở, dễ tính và chi tiêu rộng rãi.

Thích vui chơi, giải trí và khám phá.

Thích thưởng thức những món ăn mới lạ, dùng đồ chất lượng cao, hài hước và đôi khi hay đùa, thử thách nhà hàng.

Thích thể hiện và tự khẳng định bản thân.

Mạnh mẽ, thích sự đua tranh, thích môi trường sôi động ồn ào.

Thích tụ họp, ăn nhậu.

Trong quan hệ với nữ giới, họ thích được thể hiện tình cảm, và thường có tính tự hữu trong quan hệ.

1.5 Tâm lý du khách theo lứa tuổi

Căn cứ vào lứa tuổi của du khách, có thể chia du khách thành bốn nhóm cơ bản: du khách trẻ em, thanh niên, trung niên và cao niên.

1.5.1 Đặc điểm tâm lý du khách trẻ em

Xét theo tâm lý học, trẻ em là những người có độ tuổi từ 0 đến 17 tuổi và chia thành các giai đoạn phát triển: 0 - 2: ấu nhi, 3 - 11: nhi đồng, 12 - 17: thiếu niên. Tuổi ấu nhi các em còn nhỏ và quá non nớt nên hạn chế tham gia hoạt động du lịch.

Đặc điểm tâm lý du khách ở độ tuổi nhi đồng (3 - 11 tuổi) là hiếu động, tò mò, thích khám phá, khả năng nhận thức chưa cao và phụ thuộc nhiều vào người lớn. Khi đi du lịch, các em thường có những nét tâm lý nổi bật sau:

Nhu cầu du lịch phát triển từ chỗ chưa có nhu cầu đến có nhu cầu. Từ chỗ đi du lịch kèm với người lớn, phát triển thành nhu cầu có tính chất xã hội, có ý thức. Hành vi tiêu dùng du lịch từ chỗ hoàn toàn dựa vào người lớn, bắt chước người lớn chuyển dần tới chỗ ít phụ thuộc vào người lớn. Các em dần dần muốn tự chủ trong hành vi tiêu dùng và đưa ra các quyết định dựa trên nhu cầu của bản thân.

Thích đi du lịch cùng nhiều người vì được chơi các trò chơi với mọi người, được thoả mãn tính tò mò và óc sáng tạo.

- Ấn tượng rất sâu về hướng dẫn viên du lịch và coi họ như những người thân, những người này thường được trẻ yêu quý và muốn được tham gia nhiều hơn vào các hoạt động du lịch.
- Có những đòi hỏi, yêu cầu mà người lớn coi là vô nghĩa nhưng rất được các em quan tâm. Thích những sản phẩm thể hiện màu sắc giới tính như: trẻ nam thích súng, ô tô, siêu nhân, trẻ nữ thích búp bê, đồ hàng... Trẻ ham chơi, ít chú ý tới sự chỉ bảo hướng dẫn của người lớn.

Tâm lý du khách thiếu niên

- Thiếu niên là những trẻ em có độ tuổi từ 12 đến 17 tuổi, là thời kỳ dậy thì, dẫn đến những thay đổi rất lớn về tâm, sinh lý. Sự biến đổi về mặt sinh lý dẫn tới những cảm xúc thay đổi thất thường ở các em, lúc vui, lúc buồn, lúc bồi hồi xúc động ... Các em đã có khả năng nhận thức, đánh giá, đã có lòng tự trọng, đòi hỏi được tôn trọng, nhu cầu giao tiếp với các bạn khác phát triển mạnh.
- Muốn người lớn thừa nhận mình là người lớn, không muốn bị cha mẹ ràng buộc, muốn tự mua các sản phẩm mà mình thích; và tỏ ra khó chịu hoặc phản đối khi có sự can thiệp của người lớn. Hành vi tiêu dùng du lịch của các em chưa chín chắn, do chưa có kinh nghiệm tiêu dùng, chưa hiểu biết nhiều về sản phẩm, dịch vụ du lịch.
- Hành vi tiêu dùng nói chung và hành vi tiêu dùng du lịch nói riêng của các em từ chỗ chịu ảnh hưởng của gia đình, chuyển sang chịu ảnh hưởng của các nhóm bạn bè và của xã hội. Ảnh hưởng xã hội đối với hành vi tiêu dùng du lịch ngày càng tăng do hoạt động giao tiếp được mở rộng, do ảnh hưởng của những người xung quanh, của các phương tiện truyền thông đại chúng vì các sản phẩm du lịch ngày càng phong phú và hấp dẫn hơn.

- Lựa chọn sản phẩm tiêu dùng ngày càng tốt hơn do sự hoàn thiện của hệ thần kinh cảm giác, tri giác có độ nhạy cảm cao.
- Đánh giá sản phẩm, dịch vụ du lịch và phẩm chất năng lực của đội ngũ phục vụ khá tốt. Các em đã có thể trực tiếp trao đổi với người lớn về sự thỏa mãn của mình với sản phẩm, dịch vụ, cũng như thái độ phục vụ của hướng dẫn viên, người phục vụ.

Khả năng phán đoán, tự quyết trong hoạt động nói chung và hoạt động du lịch nói riêng chưa nhạy bén, đôi khi theo trào lưu, ngẫu hứng.

Tâm lý du khách thanh niên

Thanh niên là những người ở độ tuổi từ 18 đến 35 tuổi. Trong thời kỳ này, nam và nữ thanh niên có những đặc điểm tâm lý khác nhau. Tuy nhiên, thanh niên thể hiện một số đặc điểm tâm lý chung như sau:

Thanh niên có khả năng tự chủ trong tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ du lịch. Họ muốn tự quyết định các hoạt động của bản thân mình. Các gia đình thường tham khảo ý kiến của họ trước khi lựa chọn địa điểm du lịch hoặc đặt chương trình đi du lịch.

- Tìm hiểu, khám phá các sản phẩm tiêu dùng du lịch mang tính thời đại. Thanh niên thường dám nghĩ dám làm, muốn trải nghiệm những điều mới lạ. Họ muốn tìm hiểu những vùng miền mới với những sắc thái mới để khám phá và cảm nhận. Trong tiêu dùng du lịch, thanh niên thường chạy theo mốt, thể hiện tính thời đại. Hành vi tiêu dùng du lịch của họ thường chịu ảnh hưởng nhiều của xu hướng mốt và các phương tiện truyền thông.
- Tính thực dụng: Họ luôn nhìn nhận, đánh giá vấn đề sát với thực tế cuộc sống, đôi khi có sự lãng mạn, bay bổng. Mặt khác, do điều kiện về khả năng chi trả hạn chế nên họ lựa chọn những sản phẩm, dịch vụ du lịch hợp lý giữa giá trị thẩm mỹ, giá trị sử dụng với tình hình kinh tế của bản thân.

Bị chi phối nhiều bởi cảm xúc: Khi đi du lịch, họ dễ xúc động, dễ thay đổi quyết định. Mâu thuẫn giữa lý trí và tình cảm thường xảy ra khi lựa chọn sản phẩm, dịch vụ du lịch và phần lớn bị ảnh hưởng bởi tình cảm. Họ có thái độ rõ ràng đối với sản phẩm, dịch vụ du lịch. Họ sẵn sàng mua sản phẩm, dịch vụ khi có nhân tố mới phù hợp với sở thích, mong muốn của họ.

Tâm lý du khách trung niên

Tuổi trung niên từ 35 đến 60, chiếm 40% số lượng người tiêu dùng. Họ đóng vai trò quyết định đối với việc tổ chức hoạt động du lịch của gia đình và thường là nhóm người tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ du lịch nhiều nhất. Đặc điểm tâm lý của họ như sau:

Tính thực dụng: Thể hiện ở chỗ họ luôn lựa chọn những sản phẩm, dịch vụ du lịch đảm bảo tính hài hòa đối với mỗi thành viên trong gia đình nhưng phù hợp với khả năng chi trả. Các khoản chi tiêu đều được họ xem xét, cân nhắc, đưa ra quyết định nhanh chóng và mang tính tiết kiệm. Họ luôn quan tâm tới những mong muốn của các thành viên trong gia đình để đưa ra những sự lựa chọn phù hợp nhất. Họ cân nhắc, tính toán, thận trọng trong tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ, nơi diễn ra hoạt động du lịch.

Mua các sản phẩm du lịch với mục đích làm quà cho người thân, đồng nghiệp và bà con hàng xóm. Đây là sự thể hiện mối liên kết chặt chẽ giữa các thành viên trong xã hội, đồng thời thể hiện văn hóa ứng xử cũng như sự quan tâm tới những người thân. Họ coi đó là tiêu chí để đánh giá mức độ tình cảm giành cho nhau. Cũng có thể đó chỉ là những thói quen trong cuộc sống của họ.

Tâm lý du khách cao niên

Du khách cao niên ở độ tuổi từ 60 tuổi trở lên. Đặc điểm nổi bật của người cao tuổi là các chức năng tâm, sinh lý suy giảm. Đặc điểm tâm lý của họ như sau:

Thích đi du lịch cùng gia đình nhằm tăng cường tình cảm trong gia đình và thỏa mãn nhu cầu an toàn. Họ thường đưa ra những ý kiến, mong muốn để con cái bàn bạc, lựa chọn chương trình du lịch phù hợp. Khi đi du lịch, họ thích được phục vụ chu đáo, tận tình và có chế độ ăn nghỉ phù hợp.

Thích các loại hình du lịch an dưỡng - chữa bệnh, du lịch sinh thái. Các loại hình du lịch này có thể thỏa mãn được nhu cầu tăng cường sức khỏe. Họ thích địa điểm du lịch có cảnh quan môi trường đẹp, yên tĩnh, không khí trong lành gần với thiên nhiên, đồng thời có đầy đủ các dịch vụ chăm sóc sức khỏe.

Nhu cầu về ăn: Du khách cao tuổi thường có nhu cầu tiêu dùng thực phẩm mềm, dễ tiêu hóa và bổ dưỡng cho sức khỏe. Họ thích được tự do trong việc ăn uống, không bị bắt ép theo chế độ cũng như không bị qui định về thời gian.

Nhu cầu về chỗ ở: Họ thường lựa chọn phòng nghỉ đơn, rộng, thoáng mát và yên tĩnh, có nhà vệ sinh bên cạnh. Trong phòng được trang bị điều hòa, đèn ngủ, ti vi và các dịch vụ cần thiết.

- Tiêu dùng theo thói quen: Du khách cao tuổi thường tiêu dùng theo thói quen, khi đã dùng quen với một loại sản phẩm, dịch vụ nào đó thì rất khó thay đổi. Họ cảm thấy yên tâm, thoải mái, thích thú khi sử dụng những sản phẩm quen thuộc trong cuộc sống thường ngày.

Muốn nhận được sự quan tâm, chăm sóc của những người phục vụ và người thân. Họ mong muốn được tôn trọng trong giao tiếp ứng xử, vì thế khi giao tiếp cần hết sức thận trọng lời nói, hành vi, cách thức trả lời...

Thích kết bạn với những du khách cùng độ tuổi. Người cao tuổi thường có nhu cầu, sở thích tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ du lịch giống nhau, do đó, khi đi du lịch với các bạn cùng tuổi dễ nói chuyện, chia sẻ hiểu biết lẫn nhau tốt hơn.

Kỹ năng giao tiếp

2.1 Giao tiếp

2.1.1 Khái niệm

Theo “Từ điển Tâm lý học” của cố GS. Nguyễn Khắc Viện (chủ biên): “Giao tiếp là quá trình truyền đi, phát đi một thông tin từ một người hay một nhóm cho một người hay một nhóm khác, trong mối quan hệ tác động lẫn nhau”.

Theo “Tâm lý học đại cương” của PGS. TS. Trần Thị Minh Đức (chủ biên): “Giao tiếp là quá trình tiếp xúc giữa con người với con người nhằm mục đích nhận thức, thông qua sự trao đổi với nhau về thông tin, về cảm xúc, sự ảnh hưởng tác động qua lại lẫn nhau”.

Trong giao tiếp, lời nói thường được sử dụng để biểu đạt ý nghĩ của đối tượng giao tiếp và để trao đổi thông tin. Tuy nhiên, giao tiếp không chỉ đơn giản là nói chuyện với ai đó mà còn bao hàm rất nhiều các vấn đề khác như: cách nói, sự hiểu biết về đối tượng giao tiếp, cách truyền đạt để hai bên có thể hiểu rõ các thông tin cùng trao đổi, ...

Như vậy, có thể hiểu một cách tổng quát: Giao tiếp là hoạt động gửi và nhận thông tin thông qua các phương thức khác nhau.

2.1.2. Vai trò của kỹ năng giao tiếp

Trong cuộc sống, giao tiếp diễn ra hàng ngày và tham gia vào toàn bộ quá trình hoạt động của con người. Giao tiếp là cơ sở để tạo lập mối quan hệ giữa con người với con người và liên kết hoạt động của tập thể. Thông qua giao tiếp, con người có thể hiểu nhau, trao đổi thông tin và kinh nghiệm với nhau.

Kỹ năng giao tiếp là một trong những kỹ năng mềm vô cùng quan trọng trong thế kỷ XXI, là một tập hợp những quy tắc, nghệ thuật và cách ứng xử, đối đáp được đúc rút qua kinh nghiệm thực tế hàng ngày, giúp con người giao tiếp hiệu quả hơn. Có thể nói, kỹ năng giao tiếp đã được nâng lên thành nghệ thuật giao tiếp, bởi vì bộ kỹ năng này có rất nhiều kỹ năng nhỏ khác như kỹ năng lắng nghe, kỹ năng thấu hiểu, kỹ năng sử dụng ngôn ngữ cơ thể, kỹ năng sử dụng ngôn từ, âm điệu... Chính vì vậy, để giao tiếp tốt, con người phải thực hành thường xuyên và áp dụng vào mọi hoàn cảnh.

Giao tiếp hiệu quả giúp thiết lập và đẩy mạnh mối quan hệ tốt giữa con người với con người. Biết cách truyền đạt rõ ràng để người khác hiểu đúng và xác định các thông tin phản hồi chính xác có thể giúp cải thiện các mối quan hệ.

Trong công tác thuyết minh du lịch, việc rèn luyện để có kỹ năng giao tiếp tốt càng trở nên quan trọng. Nghề thuyết minh viên du lịch cũng giống như “làm dâu trăm họ”. Hàng ngày, thuyết minh viên du lịch phải tiếp xúc với rất nhiều đối tượng khách khác nhau. Du khách có thể khác nhau về độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, quan niệm sống... Họ cũng có thể có những nhu cầu và mong muốn hoàn toàn khác nhau khi đi du lịch. Một thuyết minh viên du lịch dù có trình độ chuyên môn rất giỏi nhưng nếu kỹ năng giao tiếp không tốt thì cũng không thể thành công trong công việc.

Đối với ngành du lịch, công việc thường xuyên đòi hỏi phải có sự giao lưu, tiếp xúc giữa con người với con người thì giao tiếp trở thành một công cụ không thể thiếu để thành công khi tác nghiệp. Sự tinh ý trong giao tiếp sẽ giúp cho thuyết minh viên du lịch có nhiều lợi thế hơn trong suốt quá trình hướng dẫn và giới thiệu cho du khách. Bằng cách truyền đạt được thông điệp thành công, thuyết minh viên du lịch sẽ truyền đi được suy nghĩ cũng như ý tưởng của mình một cách hiệu quả, giúp du khách hiểu được chính xác và đầy đủ về điểm đến.

2.1.3. Quá trình giao tiếp

Quá trình giao tiếp bao gồm các yếu tố: người gửi thông điệp, người nhận thông điệp, thông điệp, kênh truyền thông điệp, phản hồi và môi trường giao tiếp.

Nên chọn hình ảnh “người gửi” và “người nhận” phù hợp, thể hiện được bối cảnh giao tiếp



a. Người gửi và người nhận thông điệp:

Quá trình giao tiếp luôn có người gửi và người nhận thông điệp thông qua ngôn ngữ và hành động. Người gửi là người bắt đầu quá trình giao tiếp. Người gửi sử dụng những ngôn ngữ bằng lời và không bằng lời (ngôn ngữ cơ thể) để truyền thông điệp đến người nhận. Người nhận là người tiếp nhận thông điệp từ người gửi bằng cách nghe, nhìn và cảm nhận. Để giao tiếp tốt, trước tiên, mỗi người phải tự tin, thể hiện những hiểu biết của mình về điểm đến, và hiểu rõ môi trường giao tiếp. Người gửi thông điệp cũng phải nắm được các thông tin từ phản hồi từ người nhận. Việc không hiểu nhu cầu và mong muốn của người nhận sẽ dẫn đến việc thông điệp của người gửi đưa ra có thể bị hiểu sai hoặc không thu hút được sự chú ý của người nhận.

Trong quá trình giao tiếp, người gửi và người nhận đều là các chủ thể tích cực, luôn đổi vai cho nhau. Các thông điệp của người gửi và người nhận chịu sự chi phối của các qui tắc, chuẩn mực xã hội trong một khung cảnh văn hóa, xã hội thống nhất. Trong quá trình giao tiếp, người gửi và người nhận luôn tự nhận thức về mình, đồng thời họ cũng nhận xét, đánh giá về đối tượng giao tiếp của họ. Hai bên luôn tác động và ảnh hưởng lẫn nhau trong quá trình giao tiếp. Điều này được thể hiện rõ trong suốt quá giao tiếp khi họ truyền và nhận các thông tin.

b. Thông điệp:

Thông điệp bao gồm những hiểu biết, ý tưởng, tình cảm, kinh nghiệm, kỹ năng được người gửi và người nhận tạo ra trong quá trình giao tiếp. Quá trình giao tiếp không thể diễn ra nếu không có thông điệp. Mọi người khi giao tiếp đều muốn truyền thông điệp đến đúng đối tượng giao tiếp. Các hình thức giao tiếp như viết, nói... đều bị chi phối bởi phong cách giao tiếp riêng của người gửi và nhận thông điệp.

Thông điệp luôn luôn bao gồm yếu tố trí tuệ và tình cảm. Yếu tố trí tuệ giúp người gửi xem xét tính hợp lý của thông điệp khi truyền đạt tới người nhận và yếu tố tình cảm giúp người gửi thu hút hơn được sự chú ý, quan tâm của người nhận. Nếu thông điệp của người gửi quá dài dòng, các ý không được tổ chức chặt chẽ và sắp xếp không hợp lý, hoặc có những thiếu sót thì thông điệp đó có thể bị hiểu sai. Việc sử dụng không tốt ngôn ngữ bằng lời và ngôn ngữ cơ thể khi nói cũng có thể gây nên điều tương tự, dẫn đến những hiểu lầm đáng tiếc trong quá trình giao tiếp.

c. Kênh truyền thông điệp:

Kênh truyền thông điệp là cách truyền đạt thông tin đến người nhận bằng cách sử dụng các giác quan của con người như: nghe, nói, nhìn và biểu lộ trực tiếp hoặc gián tiếp qua các phương tiện nghe nhìn khác.

Các thông điệp có thể được truyền đạt qua nhiều kênh khác nhau: gặp mặt trực tiếp, gọi điện thoại, nói chuyện qua internet, thư gửi qua đường bưu điện, thư điện tử, các bản ghi nhớ hay các bản báo cáo, ...

Đối với công việc của thuyết minh viên du lịch, kênh truyền thông điệp phổ biến nhất là nói chuyện trực tiếp kết hợp với nghe và nhìn. d. Phản hồi:

Quá trình giao tiếp hiệu quả khi có các phản hồi. Đây là sự trao đổi giữa người nhận thông điệp và người gửi thông điệp nhằm làm rõ thông tin vừa được người gửi truyền đạt. Người nhận sẽ gửi những phản hồi bằng lời hay các hình thức khác đối với thông điệp của người gửi.

Người gửi thông điệp cần chú ý đến những phản hồi của người nhận bởi nó thể hiện rõ ràng nhất việc họ có hiểu chính xác thông điệp của mình hay không, hoặc họ có thực sự hứng thú với nội dung thông điệp mà mình đã truyền đạt hay không. Ví dụ: khi nắm bắt được các phản hồi của du khách, thuyết minh viên cần có những điều chỉnh kịp thời, hợp lý để thu hút sự chú ý của du khách và giúp họ có được những trải nghiệm tuyệt vời trong chuyến tham quan của họ. e. Môi trường giao tiếp:

Môi trường giao tiếp bao gồm không gian, thời gian, địa điểm, đối tượng giao tiếp... Môi trường giao tiếp có thể bao gồm yếu tố môi trường xung quanh hay rộng hơn là nền văn hóa (ví dụ: văn hóa nơi làm việc, văn hóa quốc tế,...).

Môi trường giao tiếp có tác động không nhỏ đến quá trình giao tiếp. Trong quá trình tác nghiệp, thuyết minh viên du lịch thường chịu sự tác động của rất nhiều các yếu tố gây ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp. Các yếu tố gây ảnh hưởng đó còn được gọi là trở ngại trong giao tiếp. Trở ngại trong giao tiếp có thể do điều kiện chủ quan hoặc khách quan tạo ra. Ví dụ: tiếng ồn của các đoàn khách khác tại điểm, sự bàn tán của các khách trong đoàn, thời tiết, khí hậu, thời gian... là những trở ngại khách quan trong giao tiếp. Thuyết minh viên du lịch bị mệt mỏi nên không muốn tiếp tục thuyết minh, du khách đói bụng nên không muốn nghe thuyết minh viên du lịch nói, du khách không có thiện cảm với thuyết minh viên du lịch, thuyết minh viên du lịch thiên vị một số người trong đoàn khách, thuyết minh viên du lịch có định kiến với một số khách trong đoàn...; hoặc lí do về học thức, kinh nghiệm, kiến thức; văn hoá... là những ví dụ về những trở ngại chủ quan khi giao tiếp. Tất cả các yếu tố trên, dù là khách quan hay chủ quan đều có ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình giao tiếp của thuyết minh viên du lịch và du khách.

Vậy làm thế nào để giảm thiểu được các trở ngại khi giao tiếp? Người tham gia giao tiếp cần phải chủ động ứng phó với mọi yếu tố có thể ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp. Để giảm thiểu tác động của các yếu tố khách quan, người gửi thông điệp cần có sự chuẩn bị chu đáo trước khi giao tiếp. Ví dụ: các thuyết minh viên du lịch cần theo dõi các bản tin thời tiết hàng ngày để ứng phó kịp thời, luôn mang theo các dụng cụ hỗ trợ trong khi tác nghiệp như loa, micro... khi phải đón tiếp các đoàn khách lớn. Bên cạnh đó, họ cũng cần có sự tinh tế nhất định khi thuyết minh cho khách du lịch tại điểm. Ví dụ, thuyết minh viên du lịch đi cùng một đoàn khách tại bảo tàng nhưng lúc đó có quá đông các đoàn khách khác, thuyết minh viên du lịch có thể đưa đoàn khách của mình đi xem một gian trưng bày khác trước, rồi quay trở lại tham quan gian trưng bày đó sau.

Đối với các yếu tố chủ quan tác động đến môi trường giao tiếp, trước hết người tham gia giao tiếp cần phải có ý thức luôn luôn tự hoàn thiện bản thân, cả về thể chất và tinh thần. Họ phải có thể lực tốt, tinh thần thoải mái, minh mẫn để mang lại cho du khách những thông tin chính xác và truyền cảm hứng tới người nhận thông điệp khi giao tiếp. Ngoài ra, các đối tượng tham gia giao tiếp phải biết quan sát và lắng nghe, quan sát ngôn ngữ cơ thể, cách cư xử, giao tiếp của đối phương và linh hoạt trong xử lý tình huống để có cách ứng xử cho phù hợp. Họ cần phải biết tôn trọng sự khác biệt giữa các nền văn hóa khác nhau. Mỗi nền văn hóa đều có cách ứng xử riêng, điều mà đối với nền văn hóa khác có thể bị coi như cách cư xử không đúng mực hay một sự xúc phạm. Ví dụ, đối với du khách Ấn Độ, đúng giờ không phải là một điều quan trọng. Ngược lại, đối với du khách Thụy Sĩ, chậm giờ, dù chỉ một phút cũng được coi như là một sự xúc phạm.

Như vậy, để có thể giảm thiểu các trở ngại khách quan và chủ quan khi giao tiếp, người tham gia giao tiếp cần có sự chuẩn bị về bản thân và nội dung thông tin, và cần có sự phối hợp, chia sẻ linh hoạt trong quá trình giao tiếp.

2.2 Phân loại

Giao tiếp có thể được phân loại theo nhiều cách khác nhau, dựa vào các tiêu chí khác nhau. Dưới đây là một số cách phân loại giao tiếp dựa vào hình thức giao tiếp, kênh giao tiếp, đối tượng giao tiếp, hoạt động giao tiếp trong xã hội, và dựa vào tính chất nghề nghiệp.

2.2.1. Dựa vào hình thức giao tiếp

a. Giao tiếp chính thức

Giao tiếp chính thức là hình thức giao tiếp tuân theo một quy trình chuẩn mực, ví dụ: đàm phán, hội họp... Ngôn ngữ sử dụng thường trang trọng.

Trong giao tiếp chính thức, vấn đề cần trao đổi, bàn bạc thường được xác định trước, vì vậy thông tin thường có tính chính xác cao. Ví dụ: Việc giao tiếp của thuyết minh viên du lịch với khách du lịch trong quá trình tác nghiệp.

b. Giao tiếp không chính thức

Giao tiếp không chính thức là hình thức giao tiếp mang tính cá nhân và không theo sự quy định hay thể thức.

Giao tiếp không chính thức chủ yếu dựa trên mối quan hệ quen biết giữa các chủ thể, ví dụ: bạn bè, đồng nghiệp trò chuyện, trao đổi,... Thông qua giao tiếp không chính thức, các chủ thể có thể tự do trao đổi, tạo không khí thân tình, cởi mở. Phát triển và duy trì mối quan hệ tích cực là những thông tin chủ yếu hình thành từ quá trình giao tiếp không chính thức. Ví dụ việc thể hiện sự quan tâm, nhiệt tình, cởi mở và muốn kết bạn với du khách trong quá trình phục vụ khách của thuyết minh viên du lịch.

Trong công việc, mỗi người đều cần sử dụng kết hợp hình thức giao tiếp chính thức và không chính thức. Giao tiếp không chính thức giúp mọi người tạo ra không khí thân tình, cởi mở và gần gũi, tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình làm việc. Giao tiếp chính thức giúp họ truyền đạt những thông tin chính thống theo chuẩn mực khi tác nghiệp.

2.2.2. Dựa vào kênh giao tiếp

a. Giao tiếp trực tiếp:

Giao tiếp trực tiếp là hình thức giao tiếp mà các chủ thể đối diện, sử dụng kết hợp ngôn ngữ lời nói và ngôn ngữ cơ thể trong quá trình giao tiếp. b. Giao tiếp gián tiếp

Giao tiếp gián tiếp là hình thức giao tiếp thông qua phương tiện trung gian khác như: thư từ, fax, thư điện tử,...

Thông thường, hình thức giao tiếp trực tiếp được sử dụng trong quá trình tác nghiệp tại cơ quan và hình thức giao tiếp gián tiếp thường được sử dụng kết hợp khi tác nghiệp nhằm mục đích duy trì mối quan hệ tốt đẹp trong cộng đồng nhằm thu hút sự chú ý, xây dựng mối quan hệ với bạn bè và người thân. Thuyết minh sử dụng hình thức giao tiếp trực tiếp nhiều hơn là gián tiếp.

2.2.3. Dựa vào hoạt động giao tiếp trong xã

hội a. Giao tiếp truyền thống

Giao tiếp truyền thống là hình thức giao tiếp được hình thành dựa trên các mối quan hệ giữa người và người, hình thành trong quá trình phát triển xã hội và dần dần trở thành văn hoá ứng xử riêng của xã hội đó. Ví dụ: quan hệ giữa ông bà, cha mẹ, con cái, xóm giềng, ...

b. Giao tiếp có chủ đích

Giao tiếp có chủ đích là hình thức giao tiếp dựa trên những quy ước, những chuẩn mực, thông lệ chung trong xã hội. Giao tiếp có chủ đích cho phép mọi người dù không quen biết nhau, khác nhau nhưng khi thực hiện những vai trò xã hội nhất định đều sử dụng một kiểu giao tiếp tương ứng (ví dụ giao tiếp giữa giám đốc và nhân viên, giao tiếp giữa chánh án và bị cáo,...).

c. Giao tiếp không có chủ đích

Giao tiếp không có chủ đích là hình thức giao tiếp dựa trên những quy tắc và mục đích giao tiếp không theo các khuôn mẫu quy định trước. Giao tiếp không có chủ đích xuất hiện tùy theo sự phát triển của các mối quan hệ, vì vậy vô cùng phong phú.

Việc nghiên cứu sự kết hợp các hình thức giao tiếp này nhằm thích nghi được với truyền thống, văn hoá của du khách đến từ những nền văn hoá khác nhau trên toàn thế giới, từ đó không tạo ra những phản ứng do khác biệt văn hóa mang lại trong quá trình giao tiếp.

2.2.4. Dựa vào tính chất nghề nghiệp

Dựa vào tính chất nghề nghiệp, giao tiếp có thể được phân loại thành các hình thức giao tiếp sư phạm, giao tiếp ngoại giao, giao tiếp kinh doanh...

Nghiên cứu áp dụng kết hợp các hình thức giao tiếp này cho phù hợp với nghề nghiệp của từng đối tượng tham gia sẽ đảm bảo mức độ thành công trong quá trình giao tiếp.

2.3 Giao tiếp không bằng lời (ngôn ngữ cơ thể)

2.3.1 Khái niệm

Giao tiếp không bằng lời hay còn gọi là ngôn ngữ cơ thể chỉ các hành động hoặc các biểu hiện không sử dụng ngôn từ, bao gồm: biểu hiện trên nét mặt, cử chỉ, dáng điệu, sự di chuyển... Giao tiếp không bằng lời được gửi đi có chủ đích và được tiếp nhận có ý thức.

2.3.2. Vai trò của giao tiếp không bằng lời

Giao tiếp không bằng lời có thể hỗ trợ, đôi khi thay thế giao tiếp bằng lời. Việc sử dụng ngôn ngữ không bằng lời tạo nên sự sinh động, cuốn hút trong giao tiếp. Nếu thuyết minh viên du lịch biết sử dụng ngôn ngữ không bằng lời đúng cách khi tác nghiệp thì sẽ thuyết minh sinh động, dễ hiểu, đồng thời gây được thiện cảm với du khách.

Cùng với giao tiếp bằng lời, giao tiếp không bằng lời góp phần đắc lực trong việc truyền tải và tiếp nhận thông tin. Vấn đề chính là các đối tượng giao tiếp phải biết vận dụng phù hợp, đúng lúc, đúng chỗ và chính xác các hình giao tiếp này để đạt hiệu quả cao nhất trong giao tiếp.

Khi giao tiếp không bằng lời, người gửi và người nhận có nhiều hình thức để truyền đi và tiếp nhận thông tin như: thông qua thị giác (quan sát nét mặt, ánh mắt, nụ cười, điệu bộ, cử chỉ, diện mạo, phục trang đi kèm,...); thông qua thính giác (lắng nghe giọng nói, tốc độ nói, âm thanh đệm theo,...); thông qua khứu giác (ngửi các mùi hương trong môi trường giao tiếp, mùi của cơ thể,...); thông qua xúc giác (bắt tay, ôm hôn,...); thông qua vị giác (các món ăn, thức uống cũng là cách đối tượng giao tiếp chuyển tải thái độ, tình cảm).

Khi sử dụng giao tiếp không bằng lời, con người phải hiểu rõ tính đa nghĩa của ngôn ngữ không bằng lời. Cùng một thông điệp đưa ra, nhưng mỗi người khác nhau có thể hiểu khác nhau và có thể khác với cách hiểu của người gửi thông điệp. Ngôn ngữ không bằng lời chịu sự chi phối chặt chẽ bởi văn hóa. Chính vì vậy, trong quá trình sử dụng ngôn ngữ không bằng lời khi giao tiếp, đối tượng tham gia giao tiếp cần phải hết sức cân nhắc để tránh những hiểu lầm và ngộ nhận đáng tiếc.

2.3.3. Các hình thức giao tiếp không bằng

lời a. Nét mặt

Con người có thể thể hiện chính mình hoặc biểu lộ cảm xúc, biểu lộ cái tôi thông qua biểu cảm ở khuôn mặt. Khả năng biểu cảm trên khuôn mặt có thể giúp đối tượng tham gia giao tiếp tự tin hơn và dễ thành công hơn trong giao tiếp. Hệ thống cơ mặt điều khiển những biểu hiện trên nét mặt của con người, và thường biểu hiện tương ứng với tâm trạng thực bên trong của đối tượng giao tiếp.

Tuy nhiên, biểu hiện trên nét mặt không phải lúc nào cũng phản ánh đúng tâm trạng của đối tượng tham gia giao tiếp. Đôi khi, một người cười nhưng không phải vì họ vui hay thực sự hạnh phúc mà có thể là sự cáu giận, lúng túng, mỉa mai, hoặc hối lỗi. Vì vậy, người tham gia giao tiếp cần phải biết phân tích nét mặt của đối tượng cùng giao tiếp và dựa vào tình hình cụ thể để có thể nắm bắt chính xác nhất tâm lý của đối tượng giao tiếp và điều chỉnh phù hợp.

b. Ánh mắt

Ánh mắt đóng vai trò quan trọng trong giao tiếp. Đôi mắt được coi là “cửa sổ tâm hồn”, yếu tố bộc lộ rõ nhất cảm xúc của con người. Trong khi giao tiếp, người tham gia giao tiếp cần quan sát ánh mắt của đối tượng giao tiếp để có cách ứng xử phù hợp. Có những điều kiện, hoàn cảnh không cần nói nhưng vẫn có thể làm cho đối tượng giao tiếp hiểu được điều mình muốn nói thông qua ánh mắt.

Trong giao tiếp, người ta thường giao tiếp bằng mắt. Vì vậy, biết sử dụng ánh mắt để giao tiếp chắc chắn sẽ tạo được ấn tượng tốt. Việc duy trì tiếp xúc bằng mắt với đối tượng giao tiếp sẽ giúp lôi cuốn sự chú ý, lắng nghe; đồng thời thể hiện được sự bao quát, quan tâm của người nói tới người nghe. Tuy nhiên, đối tượng tham gia giao tiếp cần phải thể hiện đúng ánh mắt mình muốn chuyển tải điều cần nói, đồng thời không nên sử dụng những ánh mắt khó chịu, soi mói, hoặc nhìn chằm chằm vào đối tượng giao tiếp ...

c. Cử chỉ

Thông thường, khi muốn nhấn mạnh hay thu hút sự tập trung, chú ý của người nghe, con người thường sử dụng các cử chỉ trong giao tiếp. Cử chỉ thể hiện rất nhiều về thái độ và cảm giác của đối tượng giao tiếp. Ví dụ: một khách liên tục gõ tay xuống bàn có thể đang có điều gì đó lúng túng hoặc thiếu kiên nhẫn.

Một cử chỉ có thể có nhiều nghĩa khác nhau. Muốn hiểu được ý nghĩa của một cử chỉ nào đó, đối tượng tham gia giao tiếp nên kết hợp lời nói và các yếu tố phi ngôn ngữ khác. Ngoài ra, các cử chỉ ở các quốc gia khác nhau có ý nghĩa khác nhau, cử chỉ được chấp nhận ở quốc gia này lại có thể là điều cấm kỵ ở quốc gia khác. Thuyết minh viên du lịch cần tìm hiểu rõ nền văn hóa của du khách để sử dụng cử chỉ hiệu quả và giúp cho bài thuyết minh thêm sinh động.

d. Tư thế, dáng điệu

Cách một người đứng thể hiện rất rõ tâm trạng của người đó. Người ta có thể dựa vào tư thế, dáng điệu của một người để đoán biết được phần nào tâm trạng của họ. Ví dụ, nếu khách đứng thõng vai xuống có thể là biểu hiện của sự buồn bã hoặc thất vọng tạm thời. Khi khách đứng ngồi không yên, chân di chuyển, bồn chồn có thể là biểu hiện của sự lo lắng hoặc căng thẳng. Ngược lại, một người thư giãn sẽ ngồi hoặc đứng một cách thoải mái.

e. Chuyển động cơ thể

Sự di chuyển của một người cũng phản ánh phần nào tính cách của người đó. Những người điềm đạm, quả quyết, đĩnh đạc thường đi chậm, bước đi chắc chắn, và đi bằng gót chân. Những người đi rất nhanh, đầu lao về phía trước thường là những người không kiên nhẫn, hiếu chiến hoặc đơn giản là đang rất bận rộn. Những người đến một nơi mới lạ thường có những bước đi rụt rè, ví dụ: du khách khi đến một điểm đến hoặc một khách sạn mới. Trong những trường hợp này, thuyết minh viên du lịch dễ dàng nhận ra rằng du khách đang cần sự giúp đỡ.

Khi nói trước đám đông, sự di chuyển hợp lý cũng sẽ giúp thuyết minh viên du lịch thu hút được sự chú ý của du khách, đồng thời cho thấy sự tự tin và thân thiện của thuyết minh viên du lịch.

f. Khoảng cách

Sử dụng khoảng cách khi giao tiếp cũng là một cách truyền tin. Về cơ bản, du khách thường tiến lại gần những người mà họ đã quen biết và tin tưởng, đồng thời tránh xa những người lạ hoặc không tin tưởng.

2.4 Giao tiếp bằng lời nói

2.4.1 Khái niệm

Giao tiếp bằng lời nói là sự giao tiếp thông qua sử dụng ngôn từ. Giao tiếp bằng lời nói là hình thức giao tiếp thông dụng và phổ biến. Qua lời nói, nội dung thông tin được truyền đi, tác động trực tiếp đến các chủ thể giao tiếp.

2.4.2. Vai trò của giao tiếp bằng lời nói

Lời nói bộc lộ tính cách. Vì vậy, giao tiếp bằng lời nói giữ vai trò rất quan trọng trong việc tạo ấn tượng, sự nhận xét, đánh giá giữa các chủ thể giao tiếp. Công việc truyền đạt thông tin càng đòi hỏi người gửi phải suy nghĩ, cân nhắc rất nhiều về nội dung và cách truyền đạt thông tin tới người nhận, đảm bảo nội dung thông điệp phải chính xác và đầy đủ.

2.4.3. Các yếu tố liên quan đến giao tiếp bằng lời nói

Khi sử dụng giao tiếp bằng lời nói, đối tượng tham gia giao tiếp cần lưu ý một số yếu tố liên quan đến giao tiếp bằng lời nói như sau: a. Âm lượng

Người nói nên điều chỉnh giọng nói vừa nghe. Nếu nói quá to, người nghe có thể cho rằng người nói đang tự đề cao hoặc quá thô lỗ. Nói quá to còn gây ra tiếng ồn trong môi trường giao tiếp và ảnh hưởng đến không gian yên tĩnh, thanh tịnh tại những điểm du lịch như: bảo tàng, chùa, đền... Ngược lại, nếu nói quá nhỏ, người nghe có thể không nghe thấy thông điệp, khiến việc truyền đạt thông tin không thành công. Bên cạnh đó, nói nhỏ còn khiến người nghe hiểu rằng người nói thiếu tự tin, thiếu sự chuẩn bị, hoặc xấu hổ, lúng túng và không thẳng thắn.

b. Cách biểu đạt giọng nói

Người nói nên sử dụng giọng nói tự nhiên của mình mà không miễn cưỡng điều chỉnh giọng nói. Cố cao giọng hoặc tạo giọng nói khác (cao vút, khàn khàn...) sẽ làm người nói mất tự tin và người nghe cũng sớm phát hiện ra.

c. Tốc độ nói

Trạng thái của người nói được bộc lộ rất rõ thông qua tốc độ nói. Khi người nói nói quá nhanh, người nghe có thể nghĩ người nói đang lo lắng, xấu hổ, vội vàng, ... Khi người nói nói quá chậm, người nghe có thể nghĩ người nói không có khả năng diễn đạt, không nhiệt tình hoặc không dứt khoát. d. Ngữ điệu

Trong quá trình giao tiếp, người nói cũng không nên bỏ qua yếu tố ngữ điệu khi sử dụng giao tiếp bằng lời nói. Ngữ điệu giúp người nghe dễ hiểu và nắm bắt những thông điệp chính, những thông điệp thường được thuyết minh viên du lịch nhấn mạnh. Cùng một câu có trật tự từ được sắp xếp giống nhau nhưng sẽ có ý nghĩa khác nhau khi người nói thay đổi ngữ điệu. Nếu người nói biết phát huy những thế mạnh trong giọng nói của mình thì người nghe sẽ cảm nhận được tình cảm, sự quan tâm và tôn trọng mà người nói dành cho họ.

e. Nội dung nói

Khi truyền đạt thông tin tới người nghe, người nói nên bám sát vào ý chính. Người nói cần lựa chọn và sắp xếp nội dung mình cần truyền đạt từ trước. Để có một bài trình bày hiệu quả, người nói cần xác định những ý chính và loại bỏ những ý rườm rà hoặc những thông tin không thực sự cần thiết. Ngoài ra, để thuyết phục người nghe, người nói cần chọn những thông tin chính xác hoặc những số liệu thống kê, ví dụ thực tế để xác minh cho lời nói của mình. Nội dung nói cần được sắp xếp theo một bố cục hợp lý, từ thông tin tổng quát tới chi tiết, từ quá khứ, đến hiện tại và tương lai...

f. Từ vựng

Đối tượng tham gia giao tiếp cần rèn luyện và nâng cao vốn từ vựng của mình, đặc biệt là khi sử dụng ngoại ngữ. Nếu có vốn từ vựng phong phú thì công việc của mọi người sẽ rất thuận lợi, việc diễn đạt sẽ trở nên phong phú, đa dạng và hiệu quả hơn rất nhiều. Khi nói, người nói nên sử dụng những từ ngữ đơn giản, thông dụng, và đặc biệt là phù hợp với đối tượng giao tiếp để truyền đi thông điệp của mình.

g. Phản hồi

Trong quá trình giao tiếp bằng lời, để đảm bảo người nghe hiểu nội dung thông điệp được truyền đạt, người nói cần hỏi xem người nghe có hiểu mình hay không, hoặc thông điệp truyền đi có được hiểu đúng hay không. Ví dụ: Thuyết minh viên du lịch nên thường xuyên dành thời gian để du khách có thể đặt các câu hỏi liên quan nhằm đảm bảo việc truyền đạt thông tin được hiệu quả. Ngược lại, khi tiếp nhận thông tin từ du khách, thuyết minh viên cũng cần chuyển những phản hồi tích cực đến khách.

h. Kết hợp với ngôn ngữ cơ thể

Trong quá trình giao tiếp, để đạt tính hiệu quả cao và tăng tính thuyết phục, hấp dẫn, người tham gia giao tiếp nên sử dụng kết hợp các ngôn ngữ cơ thể phù hợp trong từng tình huống giao tiếp.

2.5 Kỹ năng lắng nghe

2.5.1. Tầm quan trọng của kỹ năng lắng nghe trong giao tiếp

Kỹ năng lắng nghe đóng vai trò rất quan trọng, quyết định sự thành công của đối tượng giao tiếp. Biết lắng nghe là yêu cầu số một khi công tác ở bất cứ ngành nghề, vị trí nào, đặc biệt là những người làm trong ngành dịch vụ như thuyết minh viên du lịch.

Trong cuộc sống hàng ngày và trong gia đình, lắng nghe để sẻ chia, thấu hiểu lẫn nhau làm cho mỗi ngày qua đầy ắp những kỷ niệm ngọt ngào và hạnh phúc. Trong giải quyết xung đột, lắng nghe và thấu hiểu là nền tảng để đưa ra hướng giải quyết thấu tình đạt lý nhất.

Lắng nghe không đồng nhất với nghe. Nghe chỉ là một hoạt động vô ý thức của con người. Con người nghe những âm thanh xung quanh nhưng không nhất thiết phải hiểu chúng. Tuy nhiên, lắng nghe hoàn toàn khác. Lắng nghe là một khả năng của hệ thần kinh. Khi lắng nghe, con người đã “giải mã” được và những gì nghe được. Lắng nghe không phải là một hành động thụ động mà ngược lại, có sự tương tác qua lại với nhau giữa các đối tượng giao tiếp. Mục tiêu chính để lắng nghe là hiểu, học hỏi, thưởng thức, giúp đỡ và hỗ trợ.

Ngày nay, sự quá tải của thông tin, nhịp sống vội vàng, những yếu tố chủ quan và khách quan khác khiến người nghe đôi khi bỏ ngoài tai những điều nghe thấy. Hậu quả là, con người thiếu sự quan tâm tới người khác. Tuy nhiên, mọi thói quen xấu đều có thể sửa và mọi người đều có thể học cách lắng nghe. Đó là một việc khó, đòi hỏi sự luyện tập nhưng rất xứng đáng và có giá trị, nhất là đối với công việc của một thuyết minh viên du lịch.

Câu châm ngôn: “*Nói là bạc, im lặng là vàng, lắng nghe là kim cương*” đã thể hiện rất rõ tầm quan trọng của việc lắng nghe. Con người có hai tai để nghe và một cái miệng để nói. Vì vậy, nếu giành thời gian lắng nghe nhiều gấp đôi thời gian nói trong một ngày hoặc trong một cuộc trò chuyện sẽ giúp đối tượng giao tiếp “luôn luôn thấu hiểu”.

Đối với công việc của thuyết minh viên du lịch, kỹ năng lắng nghe là rất cần thiết. Thuyết minh viên du lịch phải biết lắng nghe và thể hiện sự sẵn sàng lắng nghe những gì du khách muốn nói. Thuyết minh viên du lịch nên tập trung chú ý lắng nghe khi du khách có câu hỏi hoặc ý kiến phản hồi, thông qua những cử chỉ hành động như gật đầu, vỗ tay, nhìn vào mắt... hoặc thể hiện qua ngôn ngữ như những lời nói “Dạ, vâng ạ”, “Hay quá ạ”, “Thật là tuyệt”... Đó là biểu hiện của sự tôn trọng, đồng thời khuyến khích du khách cởi mở hơn, thân thiện hơn, từ đó tăng cường sự tương tác giữa thuyết minh viên du lịch với du khách.

2.5.1. Một số yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng nghe

Trong giao tiếp, một số nguyên nhân khiến khả năng nghe kém như: môi trường nghe không phù hợp; không tập trung; tập trung suy nghĩ vào một từ hoặc một ý của thông điệp; phản ứng tiêu cực do phong cách, hình dáng, quần áo, giọng nói... của người nói; ghi chép quá nhiều; nói chuyện quá nhiều với người khác; tình trạng sức khỏe, thái độ lắng nghe chưa tốt.

Người ta thường nói: “Điếc hơn người điếc là người không muốn nghe”. Một số người hay ngộ nhận là biết rồi nên không muốn nghe hoặc chỉ nghe một phần, nhưng đến khi cần nhắc lại thì không nhớ. Một số người lại chỉ nghe xem đối tác có gì sai, xấu để phản ứng lại.

Để nói hiệu quả, chúng ta thường chuẩn bị rất kỹ tất cả các phương án. Vậy nhưng, thông thường trong giao tiếp, con người ít khi chuẩn bị để lắng nghe. Không chuẩn bị là chuẩn bị để thất bại. Đó chính là nguyên nhân khiến nghe kém hiệu quả.

2.5.3. Bí quyết để có kỹ năng lắng nghe tốt

Để lắng nghe hiệu quả, các đối tượng giao tiếp cần thực hành lắng nghe tích cực. Người nghe phải tập trung nghe đối tượng giao tiếp một cách kỹ lưỡng và cẩn thận, không được phân tâm. Người nghe cũng có thể thể hiện sự quan tâm của mình tới người nói và khuyến khích người nói bằng cách thể hiện sự đồng tình, đồng cảm thông qua ngôn ngữ bằng lời và không bằng lời.

Bên cạnh đó, người nói cũng cần phải tập trung khi người nghe phản hồi. Nếu người nói cảm thấy khó khăn trong việc tập trung vào những gì người nghe phản hồi thì hãy dùng ngôn từ của mình để nhắc lại ý của người nói. Điều này sẽ củng cố thông điệp của họ và giúp bản thân tập trung hơn.

Để nâng cao kỹ năng lắng nghe, thuyết minh viên du lịch cần phải thể hiện cho du khách biết rằng mình đang lắng nghe những gì họ nói. Để hiểu được tầm quan trọng của điều này, thuyết minh viên du lịch nên tự hỏi bản thân mình sẽ cảm thấy thế nào khi người khác chăm chú lắng nghe những gì mình đang nói.

a. Sử dụng ngôn ngữ cơ thể và các dấu hiệu khác

Việc sử dụng ngôn ngữ cơ thể và các dấu hiệu khác trong quá trình lắng nghe sau đây sẽ giúp mọi người tập trung hơn và để người nghe cảm thấy được chú ý và đón nhận thông điệp một cách trọn vẹn:

Duy trì giao tiếp bằng mắt với đối tượng giao tiếp.

Tránh bị phân tâm bởi các yếu tố môi trường giao tiếp.

“Lắng nghe” ngôn ngữ cơ thể của đối tượng giao tiếp.

Đồng thời, người nói cần sử dụng ngôn ngữ cơ thể và cử chỉ của mình để chuyển tải sự chú ý:

Mỉm cười và sử dụng các sắc thái khác trên khuôn mặt.

Đảm bảo tư thế thể hiện sự cởi mở và khuyến khích người nghe phản hồi.

b. Cung cấp thông tin phản hồi

Với vai trò là người nghe, người nói cần hiểu những gì đang được nói. Để làm được điều này, người nói nên phản hồi thông điệp thông qua:

Diễn giải lại nội dung nghe được: ví dụ: “Những gì tôi đang nghe là...”, “Có phải quý khách muốn hỏi...”.

Đặt câu hỏi để làm rõ một số điểm nhất định: ví dụ: “Quý khách nói ... như vậy nghĩa là ...”, “Có phải ý quý khách nói là ...?”

Tóm tắt các ý kiến của khách thường xuyên.

Khuyến khích khách tiếp tục với ý kiến, lời nói như “Thật là tuyệt”, “Thú vị nhỉ?”, “Vâng, đúng ạ”...

c. Kiên nhẫn trong giao tiếp

Cắt ngang lời người khác đang nói là một sự lãng phí thời gian trong lắng nghe. Ngoài ra, việc cắt ngang lời người khác có thể gây thất vọng cho người nói và giới hạn sự hiểu biết đầy đủ của thông điệp.

Hãy để khách nói xong câu chuyện của họ.

Không ngắt lời và đưa ra ý kiến tranh

luận. d. Phản ứng

Lắng nghe tích cực là một cách thể hiện sự tôn trọng và thấu hiểu. Khi lắng nghe, đối tượng giao tiếp không nên phản ứng bằng cách tấn công hay làm người nói mất tinh thần.

Hãy thẳng thắn, cởi mở và trung thực trong phản ứng.

Khẳng định ý kiến và thể hiện sự tôn trọng.

Hãy đối xử với người khác như cách họ mong muốn.

e. Thư giãn trước khi nghe

Để đánh giá lại thông điệp và đoán trước những tình huống kế tiếp, người nghe nên biết tận dụng những khoảng thời gian trống để suy nghĩ. Việc thư giãn trước khi nghe sẽ giúp người nói có thể kiểm soát tình cảm riêng và cảm thông hơn với người nói.

Như vậy, để có kỹ năng lắng nghe hiệu quả, thuyết minh viên du lịch cần luyện tập thói quen: tập trung vào thông điệp, đặt câu hỏi, phản hồi và diễn giải để đảm bảo hiểu được thông điệp. Có kỹ năng lắng nghe tốt sẽ giúp thuyết minh viên du lịch giao tiếp tốt hơn, cải thiện năng suất làm việc, và phát triển mối quan hệ tốt hơn với du khách.

2.6 Kỹ năng giải quyết tình huống trong giao tiếp

Trong giao tiếp, các đối tượng tham gia giao tiếp phải ứng phó với rất nhiều tình huống khác nhau, có lúc dễ dàng, có lúc phức tạp và khó xử. Ứng xử thông minh, khôn khéo, kịp thời và có hiệu quả là bí quyết thành công trong quá trình giao tiếp.

Để giải quyết thành công các tình huống trong giao tiếp, các đối tượng tham gia giao tiếp nên chú ý đến một số nguyên tắc như sau:

2.6.1. Công bằng trong giao tiếp

Khi có một vấn đề xảy ra trong quá trình giao tiếp, nên ghi nhớ rằng không có ai là người hoàn toàn xấu. Khi đánh giá con người, chúng ta thường bị ảnh hưởng bởi những đánh giá chủ quan, định kiến, ít khi nhìn nhận được khách quan và tổng thể về những ưu, nhược điểm của đối tượng giao tiếp và lại càng không xác định được giới hạn, diễn biến và hậu quả có thể xảy ra.

Thuyết minh viên du lịch cũng dễ bị chi phối bởi qui luật cảm xúc "yêu nên tốt, ghét nên xấu". Kết quả là dễ mắc sai lầm trong khi giải quyết tình huống. Do vậy, nguyên tắc đầu tiên trong kỹ năng giải quyết tình huống trong giao tiếp là thuyết minh viên du lịch hãy thể hiện với các du khách một cách công bằng, không thiên vị.

2.6.2. Chuyển bại thành thắng

Mỗi con người đều có những mặt tích cực (những đức tính tốt, những mặt mạnh, những ưu điểm...) và tiêu cực (những tính xấu, những mặt yếu, những khuyết điểm...). Khi giải quyết tình huống trong giao tiếp, mỗi người cần phải biết xác định những điểm tích cực và phát hiện kịp thời các nhược điểm của đối tượng giao tiếp để có thể dự đoán được tác động có lợi hoặc hại kịp thời.

Điều quan trọng hơn khi giải quyết tình huống giao tiếp là cần tìm ra những chất xúc tác để kích thích phản ứng đối đầu từ tiêu cực sang tích cực.

2.6.3. Thái độ giao tiếp mềm mỏng

Dân gian có câu: "Lời nói chẳng mất tiền mua. Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau". Trong quá trình giao tiếp, các đối tượng tham gia giao tiếp không tránh khỏi những trường hợp bị phê bình, phản đối. Trong trường hợp như vậy, họ không nên đáp lại bằng những lời nói tiêu cực, hãy biết tiếp thu những lời nhận xét đó với thái độ tích cực và lời nói mềm mỏng.

2.6.4. Tìm hiểu nguyên nhân và giải pháp để giảm thiểu tác hại

Trong thực tế, khi bị đẩy vào tình huống bất lợi, có nguy cơ thất bại, đối tượng giao tiếp phải bình tĩnh, suy nghĩ ngay đến những hậu quả xấu nhất có thể xảy ra (chuẩn bị tinh thần sẵn sàng chấp nhận), xác định nguyên nhân, tìm kiếm giải pháp để giảm thiểu những tác hại (ví dụ: nguyên nhân là gì, có những phương án giải quyết nào, kể cả những phương án ít liên quan vì nếu phù hợp thì trong nhiều trường hợp, phương án ít hoặc không liên quan đó có thể thay đổi tình thế...).

2.6.5. Tình huống nói ẩn ý bằng ngụ ngôn

Trong khi giao tiếp, khi cảm thấy khó thuyết phục người nghe bằng lý lẽ trực tiếp hoặc cảm thấy dễ bị phản ứng, không tiện nói thẳng, người nói có thể dùng phương pháp ẩn ý bằng ngụ ngôn. Tức là chọn những câu chuyện ngụ ngôn có nội dung ẩn ý bên trong phù hợp với mục đích khuyên răn, thuyết phục của mình để kể cho du khách nghe.

Ưu điểm của phương pháp này là bản thân câu chuyện sẽ đưa ra những lời khuyên khách quan sâu sắc. Do đó, du khách sẽ không có lý do để nổi cáu, tự ái hoặc mặc cảm. Tuy nhiên, để áp dụng phương pháp này hiệu quả, người nói phải hiểu rõ câu chuyện và lựa chọn câu chuyện phù hợp với tình huống và trình độ của người nghe.

2.6.6. Tình huống phản bác khéo những yêu cầu vô lý của người khác

Trong thực tế, một người có thể gặp những đối tác có những đòi hỏi vô lý, không thể thực hiện được. Trước những tình huống đó, nhiều khi bản thân họ không thể thẳng thắn bác bỏ vì có thể khiến đối tượng giao tiếp tự ái, không thỏa mãn và tiếp tục quấy rối. Đồng thời, nếu thẳng thắn bác bỏ, đối tượng giao tiếp cũng chưa nhận thấy được những đòi hỏi vô lý của họ.

Trong trường hợp này, trước hết nên lắng nghe, sau đó khéo léo chỉ ra sự vô lý hoặc lý do không thể thực hiện được yêu cầu của đối tượng giao tiếp. Cũng có thể cảnh tỉnh đối tượng giao tiếp bằng việc chỉ ra những điều bất lợi, sự nguy hiểm đến tính mạng, tài sản của họ nếu họ vẫn giữ nguyên ý kiến và hành động theo ý mình. Trong quá trình xử lý, nên chú ý sử dụng ngôn ngữ khéo léo, mềm mỏng, không nên gay gắt nhưng hãy tỏ ra cương quyết.

2.6.7. Tình huống thừa nhận trước để thuyết phục sau

Trong cuộc sống và công việc, đôi khi việc bất đồng ý kiến với đối tượng giao tiếp là khách hàng, cấp trên, người lớn tuổi, cha mẹ... là điều rất dễ gặp phải. Việc thuyết phục để đối tượng giao tiếp nghe theo mình, chấp nhận ý kiến của mình là một nghệ thuật.

Với trường hợp này, nguyên tắc đầu tiên là không được phản đối và phê phán các ý kiến của đối tượng giao tiếp, cần tiếp thu ý kiến của họ, biểu thị thái độ đồng cảm ở mức độ nào đó để có thể giảm thiểu sự cứng nhắc của đối tượng giao tiếp, khiến họ bằng lòng nghe ý kiến của mình. Trong quan hệ giữa thuyết minh viên du lịch với du khách, thuyết minh viên du lịch cần xác định vị trí của mình là người phục vụ, là người cung cấp thông tin cho khách, nên cần hết sức nhã nhặn và thể hiện sự tôn trọng khách trong mọi trường hợp. Thuyết minh viên du lịch phải nắm vững nguyên tắc không được tỏ thái độ của mình ngang bằng với khách, đặc biệt là những khách lớn tuổi, sau đó dùng lời lẽ để phân tích làm chuyển hướng, thay đổi cách nhìn nhận của khách, khiến họ tự tiếp thu và thay đổi ý kiến.

2.6.8. Tình huống lôi kéo đồng minh

Nếu gặp phải tình huống tranh luận trước nhiều người, người nói nên chú ý đến thái độ của những người xung quanh và thuyết phục được nhiều người nghe và ủng hộ quan điểm của mình. Việc nhiều người nghe ủng hộ, đồng tình với quan điểm của người nói sẽ tạo thành một sức mạnh to lớn, sức ép tinh thần giúp người nói dễ dàng thuyết phục người khác.

2.6.9. Tình huống không nhượng bộ khi mình có lý trong tranh luận

Trong giao tiếp, tranh luận là phổ biến và không thể tránh được. Không có tranh luận, điều phải trái không được phân định. Không nên coi tranh luận là một thói xấu mà hạn chế nó. Tuy nhiên, tranh luận có thể dẫn đến sự không thoải mái hoặc đôi khi dẫn đến xung đột.

Tranh luận có phương pháp sẽ đem lại kết quả tốt. Khi tranh luận, thuyết minh viên du lịch nên có thái độ thật công bằng, tránh tổn thương đến lòng tự ái của khách. Sự phê phán, bình phẩm người khác không thể quá một giới hạn nhất định, nếu không có thể làm tăng thêm mâu thuẫn vốn có.

Khi tác nghiệp, thuyết minh viên du lịch cần điều chỉnh cách nói khéo léo, mềm mỏng, thể hiện sự chân thành. Trong tranh luận, phải tỏ ra tôn trọng khách, giúp người cùng tranh luận tin rằng tranh luận là có ích. Trong tranh luận, nhiều khi người thắng không hẳn đã là người có nhiều lý lẽ, biết hùng biện, mà có thể là người có thái độ đúng mực và chân thành nhất.

Tranh luận phải có mục đích rõ ràng. Tranh luận nên xoay quanh những điều cần giải quyết. Tuy nhiên, trong phạm vi công tác thuyết minh, thuyết minh viên du lịch nên tránh để xảy ra tranh luận với du khách.

2.6.10. Tình huống thuyết phục bằng hành động

Trong giao tiếp, khi cảm thấy khó thuyết phục đối tượng giao tiếp nghe theo ý kiến của mình bằng lời nói, các đối tượng có thể dùng hành động để thuyết phục. Thuyết phục bằng hành động thường mang lại hiệu quả lớn nhất. Thông qua việc làm, hành động cụ thể, mỗi người có thể làm cho người khác thay đổi cách nghĩ, tình cảm, thái độ và chấp nhận ý kiến của mình.

Nhìn chung, việc nắm vững các quy tắc giao tiếp cơ bản và các yếu tố tác động, rào cản trong giao tiếp sẽ giúp các đối tượng giao tiếp thực hiện giao tiếp hiệu quả, đặc biệt có thể tạo ra hiệu quả tích cực trong công việc và các mối quan hệ. Kiến thức và kỹ năng giao tiếp cơ bản đặc biệt quan trọng đối với công việc của những người làm trong lĩnh vực du lịch, những người thường xuyên phải tiếp xúc với khách hàng như: hướng dẫn viên du lịch hay thuyết minh viên du lịch. Giao tiếp thành công không chỉ giúp cho họ hoàn thành nhiệm vụ mà lớn hơn cả là xây dựng được lòng tin với du khách và tạo dựng hình ảnh tích cực của điểm du lịch nơi mà khách tới tham quan.

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Để học tốt chương này, học viên nên đọc và hiểu rõ những nội dung chính được biên soạn trong giáo trình. Học viên cũng nên tìm đọc các tài liệu tham khảo của chương nhằm hiểu rõ và sâu hơn các nội dung của chương, từ đó phục vụ hiệu quả trong công tác thuyết minh tại điểm. Ngoài ra, trong công tác thuyết minh, học viên nên dành thời gian để học hỏi các kinh nghiệm giao tiếp thực tế từ bạn bè, đồng nghiệp để nâng cao kỹ năng giao tiếp với du khách đến từ các quốc gia khác nhau. Đồng thời, học viên cần tham gia tích cực các hoạt động thảo luận và đóng vai trên lớp.

Câu hỏi thảo luận:

Anh/Chị hãy cho biết đặc điểm tâm lý của du khách có thể được phân tích được các góc độ nào?

Theo anh/chị, việc phân tích đặc điểm tâm lý của du khách đóng vai trò quan trọng như thế nào đối với công việc của một thuyết minh viên du lịch?

Theo anh/chị, giao tiếp không bằng lời đóng vai trò quan trọng như thế nào đối với công việc của một thuyết minh viên du lịch?

Theo anh/chị, thuyết minh viên du lịch cần làm những gì để có thể giảm thiểu các tác động của các yếu tố cản trở môi trường giao tiếp. Hãy phân tích các ví dụ cụ thể để minh họa.

Bài tập/Kiểm tra/Viết thu hoạch: Thuyết minh viên du lịch tại điểm vận dụng được gì vào công việc khi kết thúc chương học về Tâm lý du khách và kỹ năng giao tiếp. Phân tích các ví dụ minh họa.

Tài liệu tham khảo của chương:

Trần Thị Minh Đức (chủ biên), ***“Tâm lý học đại cương”***, NXB Giáo Dục Hà Nội, 1996.

John T. Warren và Deanna L. Fassett, ***“Communication: A Critical/Cultural Introduction”***, SAGE Publications Inc, 212p, 2011.

Josh Gibson và Fynn Walker, ***“The Art of Active Listening: How to Double Your Communication Skills in 30 Days”***, Kindle Edition, 59p, 2011.

Chương 6

CÁC VẤN ĐỀ LÝ THUYẾT VỀ NGHIỆP VỤ THUYẾT MINH DU LỊCH

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

Hiểu được những khái niệm cơ bản về nghiệp vụ thuyết minh du lịch và thuyết minh viên du lịch;

Xác định được vai trò, nhiệm vụ của thuyết minh viên du lịch;

Hiểu được quy trình làm việc của thuyết minh viên du lịch;

Xác định được các yêu cầu công việc cơ bản của thuyết minh viên du lịch;

Liệt kê được những kiến thức cần có đối với thuyết minh viên du lịch;

Đánh giá được những yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tác nghiệp của thuyết minh viên du lịch;

Hiểu được các kỹ năng cần thiết và các phương pháp thuyết minh du lịch;

Liệt kê được những đặc điểm, yêu cầu khi thuyết minh du lịch tại một số khu vực đặc trưng.

Tổng quan về nghiệp vụ hướng dẫn và thuyết minh du lịch

1.1 Một số khái niệm cơ bản

1.1.1 Hoạt động hướng dẫn du lịch

Hướng dẫn du lịch là hoạt động hướng dẫn cho du khách theo chương trình du lịch. *Hoạt động hướng dẫn du lịch* là hoạt động do các đơn vị kinh doanh du lịch tổ chức thông qua các hướng dẫn viên du lịch và những đối tượng có liên quan để phục vụ khách theo chương trình du lịch đã thỏa thuận.

Hoạt động hướng dẫn du lịch bao gồm việc đón tiếp, phục vụ, hướng dẫn du khách theo nội dung chương trình đã được thỏa thuận; đồng thời giúp đỡ khách giải

quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện chuyến du lịch. Hoạt động hướng dẫn du lịch do các hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch tại điểm đảm nhiệm.

Hoạt động hướng dẫn du lịch là một loại dịch vụ cơ bản, đặc trưng, chiếm vị trí đặc biệt quan trọng trong kinh doanh du lịch vì nó mang lại lợi ích cho cả du khách lẫn các tổ chức kinh doanh du lịch. Về phía du khách, hoạt động hướng dẫn du lịch đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, học hỏi và thỏa mãn một số nhu cầu về việc sử dụng các dịch vụ trong chuyến đi của du khách. Về phía các tổ chức kinh doanh du lịch, hoạt động hướng dẫn du lịch là một phần không thể thiếu của sản phẩm du lịch, góp phần cơ bản vào sự thành công và chất lượng của các chuyến du lịch. Từ đó, hoạt động hướng dẫn du lịch ảnh hưởng đến khả năng bán và doanh thu của tổ chức kinh doanh.

1.1.2. Thuyết minh du lịch

Thuyết minh du lịch là sự diễn đạt thông qua ngôn ngữ bằng lời nói và ngôn ngữ không bằng lời nói của hướng dẫn viên du lịch và thuyết minh viên du lịch về điểm tham quan, tuyến điểm du lịch và những gì liên quan tới các đối tượng tham quan trong chương trình du lịch của đoàn khách tại một điểm du lịch nhất định.

Mục đích của việc chuẩn bị và thực hiện công tác thuyết minh du lịch là để đáp ứng nhu cầu của du khách về các đối tượng tham quan hay nhu cầu tìm hiểu của du khách về văn hóa, lễ hội, tôn giáo, tập quán, nghệ thuật, truyền thống, kiến trúc, mỹ thuật đặc sắc, cảnh quan và di tích, làng nghề, làng văn hóa, các sản phẩm độc đáo, cổ truyền cũng như nhiều nội dung khác tại địa phương.

Bên cạnh đó, thuyết minh du lịch còn bổ sung thông tin theo yêu cầu của khách, trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc cho khách không chỉ tại các đối tượng tham quan mà cả trên đường di chuyển, lúc nghỉ ngơi,...

Thuyết minh viên là người đại diện cho điểm đến đón tiếp và thực hiện hướng dẫn du lịch tại điểm cho du khách theo chương trình du lịch. Hiệu quả của hoạt động thuyết minh du lịch phụ thuộc chủ yếu vào khả năng thực hiện công việc của thuyết minh viên du lịch. Điều này cho thấy vai trò đặc biệt quan trọng của thuyết minh viên du lịch.

Vị trí của hoạt động thuyết minh trong hoạt động hướng dẫn du lịch

Như đã đề cập ở trên, hoạt động hướng dẫn du lịch bao gồm rất nhiều kỹ năng thực hiện công việc như công tác chuẩn bị, đón tiếp đoàn khách, sắp xếp việc ăn ở, tổ chức thực hiện chương trình du lịch, hướng dẫn, thuyết minh cho du khách. Trong tất cả các hoạt động này, hoạt động thuyết minh du lịch đóng vai trò rất quan trọng và cần thiết trong mỗi chương trình du lịch. Thông qua hoạt động này, du khách có thể thỏa mãn nhu cầu **được khám phá, được thông tin** và **được chỉ dẫn** - ba nhu cầu không thể thiếu trong quá trình đi du lịch của du khách. Thuyết minh du lịch được hiểu là một trong những nhiệm vụ của hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch tại điểm. Ngoài ra, thuyết minh du lịch cũng bao gồm việc trả lời đáp ứng nhu cầu tìm hiểu cao hơn, sâu sắc hơn của du khách. Đặc biệt, trong những chương trình du lịch theo chủ đề như du lịch văn hóa, du lịch tâm linh..., thuyết minh du lịch góp phần làm nên thành công của một chương trình du lịch, không chỉ đem lại uy tín với công ty lữ hành nơi trực tiếp thiết kế, tổ chức chương trình du lịch - mà còn góp phần tạo dựng uy tín cho ngành du lịch của một quốc gia; từ đó xây dựng một hình ảnh đẹp, quảng bá hình ảnh đó đến với du khách khắp nơi trên thế giới.

1.1.3. Khái niệm thuyết minh viên du lịch

Khi tiếp cận với thuật ngữ này, các tác giả trong đề tài nghiên cứu cấp Bộ “Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển đội ngũ thuyết minh viên du lịch Việt Nam”, Tổng cục Du lịch đã khái quát như sau: “Về mặt ngữ nghĩa, thuật ngữ “thuyết minh viên du lịch” được ghép bởi cụm từ “thuyết minh” và “viên”. Trong đó, “thuyết minh” là “nói hay chú thích cho người ta rõ hơn về những sự vật, sự việc hay hình ảnh đã đưa ra”; “viên” được giải thích là yếu tố ghép thêm để cấu tạo một danh từ có nghĩa chỉ người ở trong một tổ chức hay chuyên làm một công việc nào đó”. [20]

Trên thực tế, thuyết minh viên du lịch về cơ bản thực hiện các nhiệm vụ tương tự như các hướng dẫn viên. Tuy nhiên, họ cũng có những yêu cầu khác biệt do môi trường hoạt động có nhiều đặc thù. Vì vậy, thuật ngữ thuyết minh viên du lịch được sử dụng rộng rãi tại Việt Nam và được hiểu tương tự như hướng dẫn viên tại điểm - “on-site guides” trong thuật ngữ và các tài liệu nước ngoài. Trong tài liệu Course Guide của Commonwealth of learning (COL), Virtual University for the small states of the Commonwealth (Canada), các tác giả có đề cập tới khái niệm thuyết minh viên du lịch (on-site guide) như sau:

Thuyết minh viên du lịch là người thực hiện chương trình du lịch tại một khu vực hạn chế hoặc một điểm tham quan. Những chương trình này có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức: đi bộ hoặc đi bộ kết hợp với các phương tiện vận chuyển khác.

Căn cứ trên phương thức và địa điểm làm việc, thuyết minh viên du lịch có thể được phân loại như sau:

Thuyết minh viên du lịch tình nguyện (docent): là những người hoạt động tự do trên tinh thần tự nguyện cộng tác với các bảo tàng làm công tác diễn giải cho khách tham quan.

Thuyết minh viên du lịch trong các chương trình tham quan thành phố (city guides): là những người chịu trách nhiệm thực hiện chương trình và công tác thuyết minh trong một thời gian và phạm vi không gian hạn chế, có thể trên các phương tiện vận chuyển như ô tô, xe taxi hay xe buýt du lịch chuyên dụng hoặc đi bộ. Họ giới thiệu những điểm đặc trưng nhất về thành phố và giúp cho du khách có thể hình dung được những vấn đề cơ bản về văn hóa, kinh tế và chính trị và xã hội của điểm đến.

Thuyết minh viên du lịch kiêm lái xe (driver-guide): là các thuyết minh viên du lịch trong các chương trình tham quan thành phố kết hợp thực hiện luôn công việc của người lái xe.

Thuyết minh viên du lịch độc lập (personal or private-guide): Đây là những người hoạt động thuyết minh tự do. Họ làm việc độc lập, sử dụng phương tiện của mình, thiết kế chương trình và tổ chức thực hiện theo yêu cầu của khách trong phạm vi thành phố.

Tại Việt Nam, khái niệm thuyết minh viên du lịch đã được đề cập trong Luật Du lịch. Điều 78 của Luật Du lịch quy định: “Thuyết minh viên du lịch là người thuyết minh tại chỗ cho khách du lịch trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch. Thuyết minh viên du lịch phải am hiểu kiến thức về khu du lịch, điểm du lịch, có khả năng giao tiếp với khách du lịch và ứng xử văn hoá”.[12]

Hiện nay, chưa có tài liệu chính thống xác định về việc phân loại thuyết minh viên du lịch một cách rõ ràng, cụ thể. Chủ yếu họ vẫn được phân loại dựa trên khu, điểm, tuyến du lịch mà họ hoạt động. Có thể khái quát như sau:

Các thuyết minh viên du lịch bảo tàng;

Các thuyết minh viên du lịch tại các điểm di tích;

Các thuyết minh viên du lịch tại các khu di sản;

Các thuyết minh viên du lịch tại các làng nghề;

Các thuyết minh viên du lịch tại các điểm du lịch tự nhiên;

Các thuyết minh viên du lịch tại các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên.

Qua khái niệm và các cách phân loại về thuyết minh viên du lịch quốc tế và trong nước, chúng ta có thể xác định được một số đặc điểm cơ bản trong công việc của các thuyết minh viên du lịch như sau:

Giúp du khách hiểu rõ những nét hấp dẫn cơ bản của điểm đến vì thuyết minh viên là những người có sự hiểu biết rõ về khu vực tác nghiệp;

Thời gian và phạm vi hoạt động hạn chế, thường có phạm vi trong ngày;

Có thể tác nghiệp trong các chương trình tham quan đi bộ hoặc kết hợp với các phương tiện đặc dụng trong khu vực;

Có khả năng tổ chức và đòi hỏi một kiến thức chuyên sâu về điểm đến;
Có các khả năng thực hiện chương trình theo chủ đề của điểm đến với các yêu cầu đặc biệt ví dụ như lái xe, nấu nướng ...

Như vậy, *thuyết minh viên du lịch là những người trực tiếp thực hiện hoạt động thuyết minh, giới thiệu hướng dẫn, tuyên truyền - giáo dục cho du khách trong khuôn khổ chương trình tham quan tại khu vực, địa phương.*

Điều kiện để trở thành thuyết minh viên du lịch ở Việt Nam [12]

Điều 78, Luật du lịch quy định “Cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với khu du lịch, điểm du lịch quy định việc đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, tiêu chuẩn, cấp và thu hồi giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch”. Vì vậy, thuyết minh viên du lịch hoạt động tại các khu di tích và các điểm du lịch khi làm việc phải có giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch.

Thủ tục cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch được quy định như sau:

Hồ sơ nộp tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch gồm: ○

Đơn đề nghị cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên;

- Chứng chỉ đã tham dự lớp Bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch;
- Cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các quy định của khu, điểm du lịch và của ngành du lịch;
- Sơ yếu lý lịch có xác nhận của Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn nơi cư trú hoặc cơ quan nơi công tác;
- Giấy khám sức khỏe do cơ sở y tế có thẩm quyền cấp trong thời hạn không quá ba tháng tính đến thời điểm nộp hồ sơ;
- 02 ảnh chân dung 4cm x 6cm chụp trong thời gian không quá 03 tháng tính đến thời điểm nộp hồ sơ;
- Chứng minh thư nhân dân, hộ khẩu (photo công chứng).

Số lượng hồ sơ: 01 bộ

Cơ quan thực hiện thủ tục hành chính: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

1.1.5 Vai trò của thuyết minh viên du lịch trong hoạt động hướng dẫn du lịch

Hiện nay, mục đích của du khách khi đi du lịch không chỉ đơn thuần là tham quan, họ còn có nhu cầu tìm hiểu, khám phá những nét độc đáo về truyền thống, văn hóa, phong tục tập quán ... của các điểm đến. Chính vì vậy, bên cạnh những hướng dẫn viên du lịch của các công ty lữ hành, vai trò của đội ngũ thuyết minh viên tại điểm là vô cùng quan trọng nhằm làm cho du khách hiểu biết sâu sắc thêm về những giá trị văn hóa, lịch sử, ... của mỗi địa danh, mỗi di tích, nơi họ đặt chân đến; đồng thời cũng đảm bảo yếu tố chính xác về mặt tiếp cận thông tin để có được cái nhìn đúng đắn về điểm đến. Điều đó cũng có ý nghĩa góp phần quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam với bạn bè trong và ngoài nước.

Mặc dù hướng dẫn viên có nhiều kinh nghiệm và kiến thức nhưng khó có được sự hiểu biết chuyên sâu về tất cả các tuyến điểm trong các chương trình du lịch phong phú và đa dạng. Việc hiểu biết chuyên sâu về nhiều lĩnh vực là việc khó có thể thực hiện đối với các hướng dẫn viên. Hơn thế nữa, khi giới thiệu cho du khách tại điểm du lịch có giá trị văn hóa, lịch sử đặc trưng, hướng dẫn viên thường không truyền đạt được hết những giá trị của các di tích đó. Ngược lại, đội ngũ thuyết minh viên du lịch tại điểm lại có thể khắc phục được những hạn chế này. Bởi lẽ, họ là người hiểu biết rõ và sâu sắc về giá trị của điểm du lịch, nơi họ đang sinh sống và tác nghiệp. Tại nhiều điểm du lịch, thuyết minh viên du lịch là người địa phương, hay đồng thời là những chuyên gia nghiên cứu trong lĩnh vực đó. Hơn ai hết, họ hiểu sâu sắc về những giá trị văn hóa, phong tục tập quán của địa phương mình và đặc biệt họ gửi gắm vào trong bài giới thiệu ấy những tình cảm và niềm tự hào quê hương. Chính điều này làm nên “cái hồn” cho bài thuyết minh và tạo được cảm xúc cho người nghe.

Theo thạc sĩ Nguyễn Anh Minh (Khu di tích chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch đã nêu trong bài “Nâng cao chất lượng thuyết minh viên du lịch”: “Hiện nay, theo thống kê cả nước có hơn 100 khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia, gần 5000 di tích xếp hạng cấp tỉnh, 3200 di tích xếp hạng quốc gia, 127 bảo tàng, 13 di sản thế giới ... Điều đó đồng nghĩa với việc có hàng chục ngàn thuyết minh viên du lịch đã và đang hoạt động rộng khắp các điểm du lịch có giá trị. Không thể phủ nhận rằng đây là đội ngũ lao động du lịch đang đóng góp công sức và trí tuệ của mình nhằm phát huy các giá trị văn hóa, dân tộc, giới thiệu với du khách trong nước và bạn bè thế giới về những nét đẹp của đất nước, con người Việt Nam, đồng thời chính họ cũng tạo ra những sản phẩm du lịch độc đáo, góp phần thúc đẩy ngành du lịch ngày càng phát triển bền vững”.

Nhìn một cách tổng thể, vai trò của thuyết minh viên du lịch có thể được khái quát trên những bình diện sau:

Thuyết minh viên du lịch với vai trò là người chủ nhà

Thuyết minh viên du lịch không chỉ đơn thuần là người diễn giải, cung cấp thông tin cho du khách. Họ còn là người đại diện cho điểm đến để đón tiếp du khách. Thái độ đón tiếp nhiệt tình, ân cần, chu đáo, mến khách và sự thông thạo về điểm du lịch của thuyết minh viên sẽ truyền cảm hứng và tạo lòng tin với du khách, giúp họ có những trải nghiệm đáng nhớ tại điểm đến.

Thuyết minh viên du lịch với vai trò là người phiên dịch và diễn giải

Hơn ai hết, thuyết minh viên du lịch cũng là một phiên dịch viên cho các đoàn khách. Việc phiên dịch và diễn giải ở đây cần được hiểu theo hai nghĩa: thứ nhất, đó là việc thông qua những hiện vật, mô hình ..., thuyết minh viên du lịch làm “sống lại”, tái hiện lại những sự kiện, những ý nghĩa lịch sử, văn hóa, chính trị, những sự kiện quan trọng... giúp cho du khách hứng thú và dễ dàng nhận thấy các giá trị hữu hình và vô hình của điểm du lịch. Mặt khác, khi thuyết minh cho du khách quốc tế, thuyết minh viên du lịch phải sử dụng ngoại ngữ. Việc diễn đạt bằng tiếng nước ngoài cũng là một thách thức đối với thuyết minh viên du lịch. Vì vậy, khi thuyết minh, thuyết minh viên cần đặt mình vào vị trí của du khách để có được những thông tin và cách phiên dịch và diễn giải phù hợp hơn.

Thuyết minh viên du lịch có vai trò như một người bạn

Ngoài nhu cầu tìm hiểu về văn hóa, lịch sử, con người ... tại điểm du lịch, du khách cũng muốn gặp gỡ, kết bạn với dân cư địa phương. Đây là một mong muốn không dễ thực hiện bởi sự khác biệt văn hóa, bất đồng ngôn ngữ và hạn chế về thời gian. Vì vậy, người dân địa phương mà du khách có thể kết bạn dễ dàng nhất chính là thuyết minh viên du lịch. Như vậy, theo một cách tự nhiên, du khách mong muốn được hiểu về thuyết minh viên du lịch và làm bạn với thuyết minh viên du lịch. Do vậy, thuyết minh viên du lịch phải là người thân thiện, luôn sẵn lòng làm bạn với du khách, chia sẻ với họ về cuộc sống và bản thân; ngược lại cũng nên bày tỏ sự quan tâm đối với du khách bằng những câu hỏi về đất nước, con người, sở thích... của họ. Đồng thời, thuyết minh viên du lịch cũng có thể là một nhà tư vấn địa phương khi khách tới với khu vực của mình. Tuy nhiên, thuyết minh viên nên cẩn trọng và lưu tâm đến những điều kiêng kỵ trong văn hóa của khách để tránh được những sự hiểu lầm đáng tiếc.

Để hoàn thành tốt các vai trò đã đề cập ở trên khi tác nghiệp, thuyết minh viên du lịch cần phải có kiến thức, kỹ năng và hành vi nghề phù hợp.

1.2 Yêu cầu về kiến thức đối với thuyết minh viên du lịch

Công việc của thuyết minh viên du lịch cũng có những phần tương tự như hướng dẫn viên du lịch. Vì vậy, thuyết minh viên cũng phải có kiến thức về điểm du lịch và địa phương giống hướng dẫn viên nhưng thuyết minh viên, ở một chừng mực nhất định, đòi hỏi phải có kiến thức chuyên sâu hơn về điểm du lịch và địa phương.

Nhóm kiến thức cơ bản

Thuyết minh viên du lịch phải là người có kiến thức về các lĩnh vực khác nhau như: lịch sử, địa lý, văn hóa cũng như kinh tế, chính trị, ngoại giao, tình hình trong nước và quốc tế.... để đáp ứng nhu cầu tìm hiểu và học hỏi của du khách. Bên cạnh đó, thuyết minh viên du lịch cần nắm vững đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, nắm vững các kiến thức pháp luật: các qui chế, luật lệ, pháp lệnh có liên quan đến công việc để thực hiện tốt công tác hướng dẫn theo đúng các qui định, thông lệ của luật pháp đặc biệt là những quy định, chính sách đang được áp dụng tại khu, tuyến, điểm du lịch nơi mình đang tác nghiệp.

Nhóm kiến thức chuyên môn

Thuyết minh viên du lịch cần được trang bị kiến thức chung về ngành du lịch, và các kiến thức chuyên môn nghiệp vụ hướng dẫn. Bên cạnh đó, thuyết minh viên cần nắm vững những kiến thức cơ bản về tâm lý du khách, đặc điểm của các nền văn hóa và qui tắc giao tiếp quốc tế cơ bản... Nhóm kiến thức chuyên môn này giúp cho thuyết minh viên du lịch tự tin và chuyên nghiệp khi tác nghiệp.

Kiến thức về sử dụng ngôn ngữ

Thuyết minh viên du lịch trước tiên phải thông thạo tiếng mẹ đẻ và có khả năng sử dụng ngôn từ linh hoạt theo hoàn cảnh và đối tượng giao tiếp. Ngoài ra, làm việc với các đoàn khách quốc tế đòi hỏi thuyết minh viên du lịch phải sử dụng thành thạo ít nhất một ngôn ngữ đoàn khách sử dụng, vận dụng được tất cả các kỹ thuật thực hành tiếng (nghe, nói, đọc, viết) cho phù hợp với văn hoá của ngoại ngữ đó.

Kiến thức y tế

Kiến thức y tế bao gồm kiến thức nhận biết các triệu chứng của một số bệnh phổ biến, kiến thức về sơ cứu, cấp cứu trong một số trường hợp khẩn cấp có thể xảy ra với du khách. Đây là một trong những nhóm kiến thức thuyết minh viên du lịch tại điểm cần quan tâm, đặc biệt tại các khu, tuyến, điểm du lịch mạo hiểm. Sự hiểu biết về y tế cũng giúp cho thuyết minh viên du lịch có được những khuyến cáo, lời khuyên hữu ích cho khách khi tới tham quan.

Kiến thức để sử dụng các thiết bị liên quan đến hoạt động thuyết minh du lịch

Thuyết minh viên du lịch phải có khả năng vận hành các thiết bị cần thiết để có thể tác nghiệp trong quá trình thuyết minh. Những thiết bị mà hướng dẫn viên phải biết sử dụng là máy tính, máy in, máy bộ đàm, điện thoại, máy quay phim, máy ảnh, micro, thiết bị tăng âm, bút chỉ và một số thiết bị khác... Sự hiểu biết này giúp thuyết minh viên sử dụng thành thạo các thiết bị hỗ trợ trong quá trình thuyết minh, không chỉ giúp đảm bảo sức khỏe của thuyết minh viên mà còn thể hiện cách làm việc chuyên nghiệp và hiệu quả.

Kiến thức thực tế tại cộng đồng

Kiến thức thực tế tại cộng đồng là những kiến thức ít được nêu trong sách vở và các nguồn tài liệu thứ cấp khác. Ngoài ra, kiến thức thực tế tại cộng đồng cũng bao gồm những thông điệp mô tả về sự đổi thay của cộng đồng trong hiện tại so với quá khứ, kiến thức về thông tin liên hệ với những người thật, việc thật, nhân chứng, bằng chứng sống tại cộng đồng... Thuyết minh viên cập nhật các kiến thức thực tế này có thể xây dựng những bài thuyết minh sống động, thuyết phục và chân thực hơn. Ví dụ, khi đến bảo tàng chiến tranh, sau khi được nghe thuyết minh về các hiện vật được trưng bày, du khách có thể sẽ được giao lưu với một trong những nhân chứng đã từng được đề cập, họ sẽ cảm nhận thông điệp một cách đậm nét và chân thực hơn. Để hoàn thiện kiến thức thực tế tại cộng đồng, thuyết minh viên phải thường xuyên xây dựng và duy trì mối quan hệ với các già làng, trưởng bản và người dân tại cộng đồng. Bên cạnh đó, thuyết minh viên du lịch cũng chính là những tuyên truyền viên nhằm giúp cho cộng đồng ý thức được ý nghĩa và những giá trị du lịch cần lưu giữ, bảo tồn để có thể khai thác cho hoạt động du lịch một cách bền vững và hài hòa.

1.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thuyết minh du lịch

1.3.1 Các yếu tố khách quan

a. Khách du lịch

Khách du lịch hay còn gọi là du khách là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.¹ Những nhóm du khách thuyết minh viên thường gặp tại điểm bao gồm:

Khách ba lô: Là những người đi du lịch với một ngân quỹ hạn hẹp, thường là những người trẻ tuổi, có xu hướng đi du lịch trong khoảng thời gian dài. Vì khả năng tài chính có hạn nên khách du lịch ba lô thường cân nhắc rất cẩn thận khi chi tiêu. Họ thường ít khi tham gia vào các chương trình du lịch được thiết kế sẵn mà tự mình đến thăm các điểm du lịch và họ hay đi bộ. Những người này thường có rất nhiều kinh nghiệm và trải nghiệm khi đi du lịch, có khả năng thích nghi với điểm đến cao. Vì vậy, họ thường có yêu cầu cao về thông tin và tính chuyên nghiệp trong phục vụ đối với các thuyết minh viên du lịch.

¹Luật Du lịch

Khách đi du lịch theo đoàn: Là khách đi trong các chương trình du lịch trọn gói. Tuy có trưởng đoàn đi kèm, họ vẫn thường nhờ các công ty du lịch địa phương cung cấp thuyết minh viên du lịch tại điểm du lịch. Khách đoàn thường dễ tính hơn và họ khá đồng đều về yêu cầu. Họ thường quan tâm tới những vấn đề cơ bản, ít khi đi vào chi tiết.

Khách du lịch cao tuổi: Là những du khách từ 50 tuổi trở lên, thường đi du lịch theo đoàn và mua những chương trình thăm quan du lịch trọn gói. Những người khách này thường khó tính hơn, họ quan tâm tới chất lượng, tiêu chuẩn, mức độ an toàn và thường là những người có kiến thức và kinh nghiệm sống cũng như trải nghiệm trong du lịch.

Khách du lịch doanh nhân: Thường sử dụng thời gian rỗi của họ trong các chuyến công vụ để tham gia vào những chương trình du lịch hoặc đến trực tiếp một điểm du lịch nào đó, thường chỉ trong một khoảng thời gian ngắn. Những người này khá dễ tính, họ thường không quan tâm nhiều tới các tiểu tiết.

Khách du lịch gia đình: Là nhóm khách khá phổ biến, thường đi kèm trẻ em dưới 18 tuổi với người lớn. Với những gia đình này, thuyết minh viên du lịch cần đặc biệt lưu ý tới các thông tin và cách tiếp cận dành cho trẻ, để giúp các em tìm hiểu một cách khoa học và thú vị, đồng thời cũng hạn chế khả năng hoạt động của các em.

Khách du lịch là những người khuyết tật: Là những khách khá đặc biệt, yêu cầu cần có những quan tâm chăm sóc đặc biệt trong quá trình tham quan.

Nhìn chung, những nhóm khách khác nhau có nhu cầu và sở thích khác nhau cần được quan tâm và đáp ứng. Vì vậy, chương trình du lịch nói chung và hoạt động thuyết minh du lịch nói riêng cần được điều chỉnh để phù hợp và đáp ứng nhu cầu của mỗi nhóm du khách.

b. Chương trình du lịch

Ngoài đặc điểm khách du lịch, thuyết minh viên du lịch cần xem xét về hình thức và thời gian của chương trình du lịch để xác định điểm trọng tâm phù hợp, giúp khách nắm được thông tin cần thiết và đảm bảo về mặt thời gian thực hiện, không làm ảnh hưởng tới lịch trình của cả chuyến đi. Ngoài ra, thuyết minh viên cần phải phân biệt được các loại chương trình du lịch khác nhau để phục vụ du khách hiệu quả. Nếu dựa trên địa điểm tham quan, chương trình du lịch gồm các loại sau:

Chương trình du lịch tham quan thành phố: Được hiểu là việc tới các điểm du lịch khác nhau trong một thành phố cụ thể, thường các chương trình này có tính tổng quát hơn những chương trình du lịch khác nên thu hút được phần lớn du khách. Xe buýt chuyên dụng (hoặc thuyền đối với những thành phố có hệ thống giao thông đường thủy) thường được sử dụng trong những chương trình này, kéo dài từ 1 - 3 giờ hay cũng có khi lâu hơn, luôn có thuyết minh viên du lịch đi cùng.

Chương trình du lịch tại một điểm du lịch cụ thể: Là những chương trình du lịch có khách chỉ tới tham quan một điểm du lịch cụ thể trong một thời gian xác định.

Chương trình du lịch trong ngày: Là những chuyến đi trong ngày, tới các điểm du lịch trong và/hoặc phụ cận của thành phố, thường có một chặng nghỉ dọc đường hay ngay tại địa điểm du lịch. Vì đặc thù giới hạn về thời gian do mất thời gian di chuyển nên thời gian tham quan tại mỗi điểm trong chương trình này thường dưới 2 tiếng/điểm tham quan.

Nếu dựa trên chủ đề chuyến đi, chương trình du lịch gồm các loại sau:

Chương trình du lịch tổng hợp: Thường kéo dài trong khoảng 3 tiếng, hướng tới mục đích giới thiệu tổng quan về thành phố hay địa điểm du lịch cho du khách. Chúng thường được tổ chức đều đặn, thường xuyên, có một hay nhiều điểm đón khách tới những điểm du lịch nổi tiếng và được thực hiện bằng nhiều thứ tiếng khác nhau. Thuyết minh viên du lịch trong chương trình này phải thể hiện được mức độ hiểu biết tổng thể và khả năng linh hoạt trong quá trình tác nghiệp.

Chương trình du lịch đến các di tích lịch sử: Đòi hỏi thuyết minh viên du lịch tại điểm phải rất am hiểu về lịch sử của vùng du lịch và có khả năng giới thiệu với phong cách tự nhiên, sinh động và lời cuốn để kích thích trí tưởng tượng của du khách.

Chương trình du lịch văn hoá/nghệ thuật: Là chuyến tham quan trong đó một hay các loại hình văn hoá, biểu diễn nghệ thuật tiêu biểu cho nền văn hoá của dân tộc hay của địa phương được giới thiệu tới du khách. Khi tham gia, thuyết minh viên du lịch đồng thời cũng được coi là chuyên gia về văn hóa nghệ thuật.

Chương trình du lịch đến các khu, điểm du lịch tự nhiên: Là chương trình du lịch đưa khách đến những danh lam thắng cảnh của địa phương. Du lịch thể thao hay mạo hiểm cũng là những dạng đặc biệt của loại hình du lịch này. Chương trình này không chỉ đưa du khách tới thăm các cảnh đẹp mà còn tạo cho họ cơ hội tham gia vào các hoạt động thể thao theo sở thích. Vì vậy, đòi hỏi thuyết minh viên du lịch tại điểm ngoài những kiến thức về tự nhiên, cần có các kỹ năng và kiến thức trong các hoạt động thể thao ngoài trời.

Chương trình du lịch tham quan các điểm có liên quan đến chiến tranh gồm viện bảo tàng chiến tranh, chiến trường xưa ... Với những chương trình này, thuyết minh viên du lịch ngoài những kiến thức về lịch sử cần thận trọng và khách quan trong vấn đề bình luận và giao tiếp để tránh làm tổn thương du khách, đặc biệt những người có liên quan đến cuộc chiến đó.

Chương trình du lịch sinh thái: Là chương trình du lịch có mục đích hướng về cội nguồn thiên nhiên để tạo ra sự hiểu biết về lịch sử tự nhiên và văn hoá liên quan đến môi trường, không làm thay đổi tính toàn vẹn của hệ sinh thái mà vẫn tạo ra những lợi ích kinh tế cho cư dân và chính quyền địa phương để khuyến khích họ bảo vệ môi trường vốn có. Yêu cầu đối với các thuyết minh viên du lịch tại điểm vừa là các chuyên gia trong lĩnh vực sinh thái đồng thời phải có khả năng tổ chức các hoạt động diễn giải, giáo dục môi trường một cách khoa học và thú vị (học mà chơi, chơi mà học) nhằm tác động tích cực tới thái độ và hành vi, đồng thời nâng cao nhận thức của khách du lịch khi đến điểm tham quan.

Chương trình du lịch chuyên biệt: Là những chương trình du lịch tập trung vào một sở thích hay mối quan tâm đặc biệt nào đó của du khách. Chương trình được đặt theo yêu cầu của du khách. Thuyết minh viên du lịch phải nắm được nhu cầu, tâm lý và yêu cầu cụ thể trong chuyến tham quan. Các chương trình này cũng là những thách thức không nhỏ bởi lẽ nó đòi hỏi sự am hiểu chuyên sâu đối với lĩnh vực mà khách quan tâm và thuyết minh viên du lịch phải có khả năng thuyết phục và hỗ trợ được họ. Các chương trình này mang tính chuyên biệt cao, không giống những chương trình du lịch đại trà khác. Vì vậy, việc lựa chọn thuyết minh viên du lịch trong trường hợp này cũng gặp không ít khó khăn.

Nhìn chung, thời gian và chủ đề của các chương trình du lịch khác nhau cũng tác động rất nhiều đến hoạt động thuyết minh du lịch. Để góp phần làm tăng giá trị của chương trình du lịch cũng như sự hài lòng của khách sau chuyến đi, thuyết minh viên du lịch cần xác định những yêu cầu cần thiết khi tác nghiệp và sự quan tâm của du khách đối với khu, tuyến, điểm của mình để có sự chuẩn bị phù hợp và đúng lúc. *c. Phương tiện vận chuyển*

Thông thường, các chuyến tham quan tại điểm được thực hiện bằng cách đi bộ. Song cũng tùy vào tính chất và đặc điểm của khu, tuyến, điểm du lịch, phương tiện tham quan có thể là xe ô tô, xe buýt, tàu thuyền, xe điện, xe đạp, xe ngựa ... Tại điểm, phương tiện vận chuyển là những phương tiện an toàn và không làm ảnh hưởng đến môi trường du lịch.

Chương trình tham quan bằng cách đi bộ sẽ có những yêu cầu thuyết minh khác với chương trình tham quan sử dụng các phương tiện vận chuyển khác như đã nêu trên. Nếu được uỷ quyền lựa chọn phương tiện vận chuyển cho du khách tại điểm, thuyết minh viên du lịch cần xác định đối tượng tham quan để lựa chọn phương tiện vận chuyển cho phù hợp và chuẩn bị bài thuyết minh và phương tiện thuyết minh tương thích. Việc thực hiện loại hình tham quan du lịch bằng đi bộ thường dành cho tham quan thành phố hoặc ở những điểm tham quan du lịch có nhiều đối tượng tham quan mà phương tiện di chuyển không sử dụng được (trong thung lũng, trong rừng, trong làng bản,...). Loại hình tham quan này thuyết minh viên du lịch dễ dàng hơn trong công tác thuyết minh vì chủ động điều chỉnh nhịp độ di chuyển, thời gian tham quan, điều kiện xem xét các đối tượng tham quan.

Nếu di chuyển bằng ô tô, ô tô điện ... thuyết minh viên có thể tranh thủ chỉ dẫn quan sát, thuyết minh về các đối tượng tham quan tại các điểm dừng hoặc trên các phương tiện đó. Tuy nhiên, dù là di chuyển bằng phương tiện nào cũng cần lưu ý đến tính an toàn, hợp lý của loại phương tiện đó với du khách và thuyết minh viên du lịch cũng có thể điều chỉnh hoạt động thuyết minh cho khách sao cho phù hợp và linh hoạt. Hiện nay, ở tại một số điểm tham quan có sử dụng các phương tiện phát thanh (audio) được ghi sẵn phần thuyết minh giới thiệu theo chương trình tham quan được lắp trên các phương tiện chuyên chở, chúng sẽ thực hiện nhiệm vụ thay cho các thuyết minh viên du lịch với các chương trình tham quan thông thường.

Ngoài các yếu tố trên, các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động thuyết minh hướng dẫn của một thuyết minh viên du lịch tại điểm khác có thể kể đến đó là: yếu tố thời tiết, cộng đồng địa phương, mức độ trật tự an toàn trong khu vực... Chỉ khi có sự hiểu biết một cách thấu đáo về những đặc thù của điểm đến mới giúp cho thuyết minh viên du lịch có những biện pháp và phương án khắc phục một cách hợp lý.

1.3.2 Các yếu tố chủ quan

Ngoài những yếu tố khách quan, những yếu tố chủ quan cũng ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động thuyết minh du lịch. Các yếu tố chủ quan có thể ảnh hưởng tới hoạt động thuyết minh du lịch, bao gồm:

Kiến thức nghề của thuyết minh viên du lịch: thể hiện sự hiểu biết và khả năng cập nhật thông tin chuyên ngành và chuyên môn sâu để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của du khách.

Kinh nghiệm nghề nghiệp: Điều này sẽ là một lợi thế của thuyết minh viên du lịch khi tác nghiệp, đặc biệt trong những tình huống phát sinh, cần có sự linh hoạt và quyết định chính xác.

Kỹ năng nghề: thể hiện tính chuyên nghiệp trong quá trình tác nghiệp. Đây có thể coi là dấu ấn, tạo nên thương hiệu cho thuyết minh viên du lịch trong quá trình tác nghiệp tại điểm.

Sức khỏe: là một trong những yếu tố bắt buộc đối với những người làm công tác thuyết minh du lịch. Cơ thể khỏe mạnh làm cho suy nghĩ minh mẫn, phản ứng nhanh, kịp thời, tác nghiệp hiệu quả. Du khách sẽ không thể chấp nhận một thuyết minh viên du lịch vừa nói, vừa thở đứt quãng do sức khỏe yếu.

Giọng nói: Phần lớn công việc của thuyết minh viên du lịch thể hiện trên giọng nói, lời thuyết minh. Do đó chất giọng, ngôn ngữ, ngữ điệu được thể hiện rất quan trọng đối với công việc. Giọng nói của thuyết minh viên du lịch là yếu tố truyền cảm và tạo nên sự cảm nhận cho du khách đồng thời nó ảnh hưởng trực tiếp tới sự đánh giá và trải nghiệm của họ. Trên thực tế, đối với các cơ sở, giọng nói là một trong những tiêu chí đầu tiên khi chọn thuyết minh viên du lịch, và cũng là tiêu chí mà bộ phận quản lý thường quan tâm hỗ trợ nhiều nhất trong chế độ đãi ngộ dành cho thuyết minh viên du lịch. Và cũng không phải ngẫu nhiên khi mà đối với các điểm du lịch đông khách tham quan, các thuyết minh viên du lịch phải thường xuyên sử dụng các phương thuốc đông, tây y để bảo vệ giọng nói của mình.

Hình thức: Tuy không thực sự quá quan trọng như các tiêu chí trên, nhưng hình thức cũng là một điều kiện với thuyết minh viên du lịch tại điểm. Ở một phương diện nào đó, thuyết minh viên du lịch cũng được coi là người đứng trước chiến tuyến khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng. Lúc này, họ không chỉ là một cá nhân đơn lẻ mà còn đại diện cho cơ quan, cho điểm du lịch và họ cũng được coi là và vị đại sứ cho điểm đến nhằm đón tiếp, hướng dẫn, diễn giải và giáo dục du khách. Chính vì thế, hình thức cũng có những tác động không nhỏ trong sự đánh giá và nhận thức của du khách.

Ngoài ra, yêu cầu về mặt chủ quan đối với một thuyết minh viên du lịch trong việc tạo ra ấn tượng với du khách bao gồm:

Trang phục/đồng phục: phản ánh rõ ràng nhất về cá tính của thuyết minh viên du lịch nhưng đồng thời cũng là cách họ thể hiện sự tôn trọng với nơi làm việc và với du khách.

Vệ sinh cá nhân: giúp thuyết minh viên tự tin và chuyên nghiệp trước du khách. Một thuyết minh viên du lịch không thể xuất hiện một cách cầu thả với mái tóc chưa chải hoặc móng tay chưa cắt. Vì nếu như vậy, du khách sẽ giảm thiện cảm và không tin tưởng ở thuyết minh viên.

Thái độ và cách ứng xử: Nếu những yếu tố trên đây chỉ thể hiện đáng về bề ngoài của thuyết minh viên du lịch thì thái độ và cách ứng xử sẽ thể hiện yếu tố văn hóa trong con người họ. Thái độ và cách ứng xử nhiệt tình, thân thiện và luôn hỗ trợ khách tạo nên tác phong làm việc chuyên nghiệp cho thuyết minh viên.

Cách chào hỏi, xưng hô: Đôi khi, có người cho rằng đây là yếu tố đơn giản. Song chào hỏi, xưng hô một cách lịch sự, lễ độ, không thái quá, thể hiện sự hiểu biết về văn hóa khi tiếp xúc với du khách cũng là một trong những yếu tố cơ bản để tạo nên ấn tượng ban đầu của thuyết minh viên du lịch.

Nhìn chung, có thể thấy công việc của thuyết minh viên du lịch chịu ảnh hưởng cả từ yếu tố khách quan và chủ quan. Tuy nhiên, thuyết minh viên du lịch cần chủ động trong công tác chuẩn bị, trau dồi kiến thức về địa phương, về khu vực, trau dồi kỹ năng và hành vi nghề để tác nghiệp đạt hiệu quả cao.

Quy trình tổ chức hoạt động thuyết minh du lịch

Hoạt động thuyết minh du lịch không thể được làm một cách tự phát; ngược lại, hoạt động thuyết minh du lịch cần phải được thực hiện theo một quy trình chuyên nghiệp với những tiêu chuẩn cụ thể sau đây:

2.1 Chuẩn bị trước khi đón đoàn

Đây là giai đoạn khá quan trọng trong quy trình bởi “thành công trong chuẩn bị là chuẩn bị để thành công”. Thuyết minh viên du lịch cần lưu ý những yếu tố cần chuẩn bị trước khi vào nhận ca làm việc:

Chuẩn bị về bản thân:

Tác phong làm việc chuyên nghiệp có thể tạo ấn tượng với du khách ngay từ khi gặp đoàn khách và khiến khách hài lòng trong quá trình phục vụ. Để có tác phong làm việc chuyên nghiệp, thuyết minh viên cần lưu ý:

Trang phục, đầu tóc, giày dép gọn gàng, sạch sẽ. Đối với thuyết minh viên du lịch nữ, khi đeo nữ trang, cần lưu ý số lượng và kích cỡ của nữ trang vừa phải, không quá lớn, gây phản cảm với du khách.

Vệ sinh cá nhân phải được kiểm tra, lưu ý móng tay vừa phải, không để dài quá. Nữ không trang điểm/ dùng màu sơn móng tay quá đậm.

Chuẩn bị về tâm lý: Thuyết minh viên du lịch cần tạo cho mình tâm thế tích cực khi vào ca làm việc để sẵn sàng truyền cảm hứng tới du khách.

Chuẩn bị về kiến thức nghề, kỹ năng nghề và hành vi ứng xử phù hợp đối với đoàn khách và chương trình du lịch của đoàn khách.

Chuẩn bị tài liệu, các trang thiết bị và khu vực làm việc:

Tập hợp các tài liệu và thông tin có liên quan đến đoàn khách: thông tin đoàn khách (số lượng, đặc điểm, thông tin trưởng đoàn, những yêu cầu đặc biệt của đoàn...); chương trình du lịch của đoàn tại điểm, giờ đón đoàn, điểm hẹn đoàn..., xem lại và đọc thêm các tài liệu (nếu cần) để bổ sung kiến thức, kỹ năng và hành vi nghề để đáp ứng được nhu cầu khi phục vụ du khách.

Tập hợp và kiểm tra tất cả các thiết bị cần thiết cho công tác thuyết minh: micro, bút, que chỉ, dụng cụ che nắng, mưa, bản đồ ...

Cập nhật các thông tin về địa bàn phục vụ khách, (ví dụ: thông tin về sửa chữa, giờ mở cửa, đóng cửa bất thường, giờ tiếp khách đặc biệt và các tình huống có thể xảy tại điểm du lịch trong thời gian khách đến tham quan đã đặt trước ...).

Tóm lại, công tác chuẩn bị giúp cho thuyết minh viên du lịch tự tin và xây dựng được lòng tin đối với du khách trong quá trình tác nghiệp. Sự chuẩn bị chu đáo sẽ giúp cho thuyết minh viên du lịch có được tâm thế sẵn sàng ở mọi nơi, mọi lúc, tạo được tác phong nhanh nhẹn, gọn gàng và chuyên nghiệp.

2.2 Đón đoàn

Có mặt tại điểm hẹn trước giờ khách đến, đón và làm quen với đoàn khách một cách chủ động, thân thiện và cởi mở. Giới thiệu về bản thân và chương trình tham quan của đoàn tại điểm. Mặc dù thời gian không nhiều, nhưng đây là một trong những giai đoạn quan trọng nhất trong việc xây dựng lòng tin và tạo ấn tượng ban đầu với du khách.

2.3 Thực hiện chương trình

Có thể nói đây là giai đoạn vất vả và quan trọng nhất của công tác thuyết minh. Thuyết minh viên du lịch phải tác nghiệp từ lúc bắt đầu đón khách cho tới khi kết thúc chương trình, tiễn khách an toàn. Trong suốt chương trình tham quan, thuyết minh viên du lịch sẽ thực hiện đầy đủ các trách nhiệm của mình thuyết minh, giới thiệu về điểm đến, quản lý đoàn, trả lời câu hỏi, đồng thời xử lý tất cả những yếu tố phát sinh tại điểm.

Cần lưu ý nếu thông tin chỉ được cung cấp một chiều sẽ gây ra sự mệt mỏi và mất tập trung đối với du khách. Vì vậy, thuyết minh viên du lịch cần chủ động trong công việc để có được thời gian phân chia hợp lý giữa việc thuyết minh và việc khuyến khích sự tự nhận thức và chia sẻ của cá nhân. Lưu ý dành thời gian cho khách tự cảm nhận sau khi tham quan theo lộ trình định sẵn.

Sự thành công hay thất bại của chuyến tham quan phụ thuộc vào yếu tố chủ quan và khách quan. Vì vậy, một trong những yêu cầu không thể thiếu đối với thuyết minh viên du lịch là khả năng qua sát và linh hoạt trong khi thực hiện nhiệm vụ. a. Thuyết minh hướng dẫn tại điểm

Thông tin và tuyến hành trình cơ bản:

Thuyết minh viên du lịch là những người có hiểu biết đầy đủ và sâu sắc nhất về điểm tham quan du lịch. Vì vậy, việc nghiên cứu, tích lũy tư liệu là điều đặc biệt quan trọng. Trong đó, thuyết minh viên du lịch cần phải thu thập thông tin, sàng lọc, kiểm tra mức độ tin cậy của tài liệu, trên cơ sở đó có sự lựa chọn những thông tin súc tích, cô đọng, phù hợp với tuyến tham quan và các hiện vật minh họa cũng như đặc điểm riêng của từng đoàn khách. Trên cơ sở khu vực tham quan, xây dựng tuyến hành trình hợp lý, phù hợp với những nội dung đã chuẩn bị.

Xác định đối tượng khách

Mỗi loại khách khác nhau có những đặc điểm khác nhau về văn hóa, lối sống, trình độ học vấn... Vì vậy, họ sẽ có những yêu cầu và đòi hỏi khác nhau về loại thông tin cũng như lượng thông tin về điểm đến.

Xác định loại hình tham quan

Việc xác định loại hình tham quan của khách sẽ giúp cho thuyết minh viên du lịch chuẩn bị bài thuyết minh theo đúng chủ đề, và kiểm soát lượng thông tin một cách hiệu quả, giúp khách nhận ra giá trị cốt lõi của điểm du lịch và đáp ứng được mục đích tham quan của du khách.

b. Xây dựng và điều chỉnh bài thuyết minh

Một cách đơn giản nhất, thuyết minh du lịch có thể được hiểu là việc diễn tả về điểm tham quan, tuyến điểm du lịch, và những lĩnh vực có liên quan khác của một thuyết minh viên du lịch cho một đoàn khách tham quan. Thông qua lời nói, cảm xúc, kỹ năng nghề nghiệp, thuyết minh viên du lịch giúp cho du khách có được sự hiểu biết và cảm nhận tích cực về điểm du lịch.

Bài thuyết minh của thuyết minh viên du lịch không chỉ cung cấp thông tin cho du khách tùy thuộc vào nhu cầu tìm hiểu của các đối tượng tham quan khác nhau như: văn hóa, lễ hội, tôn giáo, tập quán, nghệ thuật truyền thống, kiến trúc mỹ thuật đặc sắc, cảnh quan và di tích, làng nghề, làng văn hóa, các sản phẩm độc đáo, cổ truyền cũng như nhiều nội dung khác trong phạm vi điểm đến, mà còn phải đáp ứng trí tò mò và nhu cầu nâng cao nhận thức của du khách hiện nay.

Thông thường, bài thuyết minh được chia thành 3 phần: Phần **giới thiệu**, nội dung và kết luận.

Phần mở đầu

Phần mở đầu cần giới thiệu ngắn gọn về bản thân, chào hỏi và bày tỏ sự vui mừng được đón tiếp và phục vụ khách trong chuyến tham quan. Thuyết minh viên du lịch thông báo chương trình của chuyến tham quan với mục đích chủ yếu là thông báo về các đối tượng tham quan mà khách sẽ được chiêm ngưỡng, đặc biệt là những đối tượng tham quan nổi tiếng, hấp dẫn nhất trong chuyến tham quan. Đây cũng là bước thăm dò và tìm hiểu nhu cầu và tâm trạng của du khách.

Những lời mở đầu là cần thiết và phải tạo được thiện cảm, tin cậy từ phía khách. Do đó, mở đầu cần phải ngắn gọn nhưng súc tích và không chỉ là hình thức có tính thủ tục trong giao tiếp mà qua đó thể hiện cả sự trân trọng khách của thuyết minh viên du lịch, sự tự tin, tự trọng cũng như sự bảo đảm thành công của chuyến tham quan mà thuyết minh viên du lịch tạo ra trong phần mở đầu này, dù sự đảm bảo ấy không được nói thành lời.

Nội dung

Nội dung là phần quan trọng nhất của bài thuyết minh. Phần nội dung thể hiện sự hiểu biết, kiến thức và sự sáng tạo của thuyết minh viên du lịch. Về cơ bản, nội dung cần tuân thủ theo trình tự giới thiệu đối tượng tham quan từ đầu tiên đến đối tượng tham quan cuối cùng, theo trật tự thời gian. Song trong nội dung này, bài thuyết minh phải tạo ra những “điểm nhấn” cho các đối tượng tham quan.

Nội dung của bài thuyết minh là phần cốt lõi, chiếm dung lượng câu chữ nhiều nhất trong toàn bộ phần thuyết minh. Nó chứa thông tin về từng đối tượng tham quan nhưng phải trong một chỉnh thể thống nhất, theo một chủ đề lớn phù hợp với mục đích của chuyến tham quan. Các vấn đề trong nội dung thông tin cần được trình bày hấp dẫn, “có hồn”, trong giới hạn thời gian và không gian một cách logic, có tỷ lệ hợp lý theo đối tượng tham quan chủ yếu và các đối tượng tham quan bổ sung. Cũng vì thế, thuyết minh viên du lịch phải xác định được những thông tin khách phải biết, cần biết và nên biết để đưa ra cho đủ “liều lượng”, không làm khách mệt mỏi vì quá nhiều thông tin hoặc hụt hẫng vì quá ít thông tin. Điều này cũng phụ thuộc vào kiến thức, sự thông minh và kinh nghiệm của thuyết minh viên du lịch và yêu cầu từ phía khách tham quan.

Phân kết

Trong phần này, thuyết minh viên du lịch tổng kết khái quát các vấn đề đã giới thiệu trong chuyến tham quan, khẳng định một lần nữa về mức độ đạt được trong mục đích tham quan của đoàn khách. Mặt khác, nội dung thông tin tuyên truyền, quảng cáo cho điểm đến, chuyến tham quan tiếp theo và những lời nhắn nhủ, mời gọi cũng được thể hiện ở đây cùng với lời cảm ơn của thuyết minh viên du lịch.

Chú ý: Một bài thuyết minh tốt cần hội tụ được những yếu tố sau:

Thỏa mãn được nhu cầu và mong muốn về thông tin của khách về điểm tham quan và những lĩnh vực có liên quan khác.

Bài thuyết minh có cấu trúc hợp lý, rõ ràng, chắc chắn.

Nội dung được lựa chọn lời cuốn, hấp dẫn, nguồn tham khảo đáng tin cậy.

Nhấn mạnh những điểm quan trọng trong những thông tin về điểm đến.

Cách thức tiến hành linh hoạt, sống động và logic

Tạo lập được sự liên hệ thân thiện với khách.

2.4 Tiễn đoàn, kết thúc chương trình

Phần việc sau cùng của thuyết minh viên du lịch đối với đoàn khách nhưng vô cùng quan trọng là tiễn đoàn khách. Ấn tượng cuối cùng sẽ được lưu giữ trong tâm trí của du khách. Những lời tóm tắt chương trình, những lời nhắc nhở tận tình, chu đáo với du khách trước khi ra về, những lời chào tạm biệt cần được thực hiện một cách rõ ràng, ấn tượng, chứa đựng đậm nét cảm xúc của thuyết minh viên sẽ giúp cho du khách cảm động, nhớ lâu hơn và cũng là cách tạo nên sự mong muốn được quay trở lại của họ.

Bên cạnh đó, thuyết minh viên du lịch cũng hoàn thành nốt những phần việc mang tính thủ tục để kết thúc chương trình tham quan, bao gồm:

Trả lại các trang thiết bị đã mượn của công ty trong chuyến đi như loa, micro, que, bút chỉ lazer..

Hoàn tất báo cáo và các giấy tờ có liên quan về phòng điều hành theo yêu cầu của cơ quan.

Nhìn chung, trong bất cứ giai đoạn nào, thuyết minh viên du lịch phải luôn nhiệt tình, cẩn thận, tỉ mỉ, chu đáo, sáng tạo và có cách sắp xếp công việc hợp lý, khoa học.

2.5 Các kỹ năng cần thiết trong quá trình thuyết minh du lịch

2.5.1 Kỹ năng thiết lập mối quan hệ với du khách

Đối với thuyết minh viên du lịch, việc thiết lập mối quan hệ với du khách là yếu tố bắt buộc và nó cũng chi phối sự thành bại của chuyến tham quan. Việc xây dựng mối quan hệ với du khách là rất khó khăn vì thời gian thuyết minh viên gặp đoàn khách là rất ngắn, sự giao tiếp và chia sẻ có lúc sẽ diễn ra một chiều. Thuyết minh viên du lịch thường chủ động chuyển tải thông tin, thu hút sự chú ý của du khách, thông qua đó tạo ấn tượng không chỉ của điểm đến mà còn của chính bản thân họ với khách. Trong kỹ năng thiết lập mối quan hệ với du khách, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý một số vấn đề sau:

Xác định đối tượng du khách của mình là ai? Đặc điểm riêng của đoàn khách có những vấn đề gì cần lưu ý? (người già, trẻ em, người tàn tật...). Mục đích tham quan chủ yếu của họ là gì? (du lịch thông thường, thực địa, nghiên cứu khoa học, tìm hiểu chủ đề ...). Việc xác định đối tượng phục vụ chính xác giúp thuyết minh viên du lịch lựa chọn được những nội dung và cách thức tiếp cận phù hợp với tâm lý, sở thích và nhu cầu của du khách. Từ đó tạo được thiện cảm với đoàn và phục vụ hiệu quả.

Ứng xử với đoàn khách chân thành, quan tâm và cởi mở. Lưu ý đảm bảo sự công bằng đối với tất cả các thành viên trong đoàn. Dành sự ưu ái hơn cho những người cần có sự quan tâm, chăm sóc đặc biệt như người già, người tàn tật, trẻ em ... Thu hút sự chú ý và chia sẻ của cả đoàn trong quá trình thuyết minh nhằm giúp cho quá trình cảm nhận của cả đoàn trở nên tích cực hơn và cũng là cách giúp du khách du lịch có cơ hội thể hiện bản thân trong đoàn.

Đây là khâu không dễ nên thuyết minh viên du lịch phải hiểu biết về tâm lý du khách, khả năng giao tiếp, làm việc với con người và xử lý tình huống.

2.5.2 Kỹ năng quản lý đoàn

Làm việc với những đoàn khách dù đông hay không, trong thời gian ngắn hay dài, trong phạm vi không gian rộng hay hẹp đều đòi hỏi những kỹ năng và kinh nghiệm nhất định của một thuyết minh viên du lịch. *Quản lý đoàn* là kỹ năng giúp thuyết minh viên duy trì những quy tắc, quy định, kỷ luật, đảm bảo an toàn khi làm việc với đoàn khách. Để làm tốt công tác này thuyết minh viên du lịch cần lưu ý những vấn đề sau:

Xây dựng và thống nhất quy ước chung của đoàn khách

Khi tham gia vào một chương trình tham quan tại điểm, du khách cần được biết những quy định riêng của nơi đến và tuyến hành trình để họ có được sự chuẩn bị về mặt tinh thần, cách ứng xử phù hợp và có được một chuyến tham quan an toàn, bổ ích và thú vị. Với thuyết minh viên du lịch, việc nhắc nhở những quy định chung và những quy ước chung (thành văn hoặc bất thành văn) khi đến với điểm tham quan là điều hết sức quan trọng. Vì vậy, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý nhắc nhở du khách về những vấn đề sau:

Những quy định bắt buộc khi vào trong khu vực tham quan, thống nhất điểm

hẹn khi lạc, thời gian kết thúc chương trình tham quan;

Những quy định về hành vi, thái độ, cách ứng xử của du khách;

Những quy định khác có liên quan tới chuyến tham quan tại điểm.

Việc thiết lập những nội quy chung cho phép thuyết minh viên du lịch đặt ra hành vi chuẩn mực cho cả đoàn khách, để phù hợp với môi trường và văn hoá tại điểm đến. Những nội quy cũng nên được thiết lập một cách linh hoạt, phù hợp với từng chuyến đi và đối tượng khách cụ thể. Nếu nội quy được thiết lập rõ ràng và được cả đoàn thống nhất thực hiện, việc quản lý đoàn của thuyết minh viên du lịch sẽ trở nên dễ dàng hơn, đặc biệt vào những thời điểm đông khách tại khu vực. Tuy nhiên, điều này cũng chưa đủ để đảm bảo là du khách sẽ luôn có những hành vi đúng mực và sẽ không có vấn đề gì xảy ra. Vì vậy, ngoài việc đặt ra những nội quy chung, thuyết minh viên du lịch có thể sử dụng những phương pháp sau đây:

Phương pháp sử dụng dấu hiệu riêng để dễ nhận biết và đếm khách

Phương pháp này thường được sử dụng ở những khu vực có phạm vi hoạt động rộng, nhiều đối tượng tham quan, ảnh hưởng tới khả năng kiểm soát đoàn. Thuyết minh viên du lịch có thể sử dụng một vật đặc trưng nào đó như một dấu hiệu để nhận biết (thường là một chiếc ô hoặc lá cờ nhiều màu sắc) để định hướng cho khách ở những nơi đông người hay để tập hợp khách. Sau khi tập hợp khách, thuyết minh viên du lịch cũng nên có động tác đếm số khách để đảm bảo rằng không có vị khách nào bị lạc khi chương trình được tiếp tục. Trong hướng dẫn du lịch, động tác đếm khách đặc biệt quan trọng sau mỗi điểm dừng chân. Nếu kỹ thuật này được thực hiện tốt, thuyết minh viên du lịch sẽ tránh được những tình huống phức tạp có thể nảy sinh như để lạc khách. Hậu quả là khách sẽ phàn nàn vì không quan tâm tới họ.

c. Phương pháp di chuyển và lựa chọn vị trí thích hợp

Trên nguyên tắc, người nghe và người nói sẽ cảm thấy thoải mái hơn khi mình có được vị trí và tư thế đứng, ngồi một cách thuận tiện. Trong trường hợp này, thuyết minh viên du lịch cần xác định rõ ba yếu tố:

Đối tượng tham quan: một yêu cầu bắt buộc trong thuyết minh du lịch là du khách phải nhìn rõ đối tượng tham quan. Vì thế, thuyết minh viên du lịch nên lưu ý về vị trí đứng để khách trong đoàn có thể nhìn thấy đối tượng tham quan rõ nhất, cho dù đôi khi phải tìm được giải pháp thay thế thích hợp để phù hợp với kích cỡ, phạm vi của đối tượng tham quan khi thuyết minh.

Vị trí của thuyết minh viên du lịch: thuyết minh viên du lịch lưu ý tìm cho mình một vị trí thích hợp, tiện cho công việc của mình để đứng và trình bày bài thuyết minh. Nếu có thể thì thuyết minh viên du lịch nên đứng cao hơn khách một chút để quan sát được tất cả mọi người trong đoàn và ngược lại khách dễ dàng nhận thông tin hơn nếu vừa nhìn, vừa nghe được những điều thuyết minh viên du lịch diễn đạt. Thông thường, thuyết minh viên du lịch sẽ đứng chệch khoảng từ 30 - 45° so với đối tượng tham quan và đoàn khách.

Vị trí này cho phép thuyết minh viên du lịch có thể vừa quan sát được đoàn khách, đồng thời vừa quan sát được đối tượng để có sự dẫn dắt hợp lý với nội dung đang trình bày. Lưu ý không được đứng che lấp hoặc chắn lối cửa ra, vào. Nhìn chung, thuyết minh viên du lịch nên chú ý đến những người khách ở phía sau và điều chỉnh giọng nói để đảm bảo đoàn khách có thể nghe thấy lời hướng dẫn thuyết minh của mình nhưng không làm ảnh hưởng đến các đoàn khách khác và môi trường điểm đến. Cần hết sức tránh quay lưng lại phía khách trong khi nói, luôn đứng đối diện với họ.

Vị trí của đoàn khách: Vị trí thích hợp cho đoàn khách tại điểm là vị trí đủ rộng, thuận lợi, tránh được những tác động của yếu tố ngoại cảnh như thời tiết (nắng, gió, mưa...), âm thanh, tiếng ồn, những du khách khác trong khu vực là việc hết sức quan trọng. Thuyết minh viên du lịch nên lưu ý bố trí chỗ đứng, ngồi để du khách có thể quan sát được đầy đủ nhất, rõ ràng nhất về đối tượng tham quan. Việc này đôi khi, không dễ dàng thực hiện ở những khu vực có phạm vi hẹp, đông khách. Tuy nhiên, cần linh hoạt để có thể kết hợp được giữa nội dung được nghe và những gì mà họ có thể nhìn được, chạm vào hoặc thưởng thức.

Khi di chuyển, tùy theo tình huống cụ thể, thuyết minh viên du lịch có thể đi phía trước, đi song song hoặc đi phía sau đoàn khách. Thuyết minh viên du lịch nên đi phía trước đoàn khách, nhất là những khi chuyển hướng. Thuyết minh viên du lịch cũng nên học cách bước lùi một cách tự nhiên và an toàn, như vậy, họ vừa có thể di chuyển từ điểm này sang điểm khác, vừa giới thiệu về điểm du lịch trong khi vẫn quan sát được du khách. Khi di chuyển, dấu hiệu riêng để nhận biết khách cần được giơ lên cao để khách dễ nhìn thấy.

Nếu thuyết minh viên du lịch có khả năng sử dụng và kết hợp tất cả các phương pháp quản lý đoàn khách nêu trên, chất lượng của chương trình tham quan sẽ được nâng lên rất nhiều và tránh được những tình huống phức tạp. Lý do là vì nó đảm bảo sự công bằng cho mọi thành viên trong đoàn và tạo ra một bầu không khí thoải mái nhưng có tổ chức mà cả thuyết minh viên du lịch và du khách đều cảm thấy thú vị. Quản lý đoàn là một kỹ năng sẽ được hình thành theo thời gian với sự luyện tập của thuyết minh viên du lịch, thuyết minh viên du lịch nên cố gắng áp dụng từng phương pháp một cho đến khi thật nhuần nhuyễn.

2.5.3 Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ

a. Từ ngữ

Việc sử dụng hiệu quả từ ngữ đối với thuyết minh viên du lịch là một yêu cầu bắt buộc bởi nó gắn liền với công việc hàng ngày khi giao tiếp hay thuyết minh cho du khách. Thuyết minh viên du lịch cần lưu ý:

Sử dụng từ ngữ chính xác, đơn giản, dễ hiểu, mang tính đại chúng: Phần lớn du khách là những người dân bình thường. Vì vậy, sử dụng từ ngữ chính xác, đơn giản, dễ hiểu, phổ biến sẽ giúp du khách hiểu nhanh và chính xác nội dung thông điệp, đặc biệt là khi giao tiếp bằng ngoại ngữ. Tránh dùng những thuật ngữ mang tính khoa học, hàn lâm khó hiểu, điều này sẽ làm cho du khách khó xác định và chóng chán, mất tập trung.

Sử dụng các tính từ miêu tả: Để thu hút và duy trì sự chú ý của du khách khi giới thiệu về các điểm du lịch và để tạo nên sức hấp dẫn của điểm du lịch, thuyết minh viên du lịch nên sử dụng càng nhiều tính từ miêu tả càng tốt. Tính từ mô tả có thể giúp hình tượng hoá thông điệp, kích thích mạnh hơn cảm nhận của người nghe. Tuy nhiên, thuyết minh viên du lịch cũng lưu ý không nên dùng những từ quá khoa trương, hoa mỹ hay thậm chí thái quá về một chủ đề. Điều này đôi khi sẽ tạo ra một kết quả ngược lại và mang tính phản cảm. Tích lũy vốn từ phong phú để thay thế và tránh nhắc đi nhắc lại một tính từ khi thuyết minh viên diễn đạt thông điệp bằng lời đóng vai trò quan trọng. Nghĩa của từ phụ thuộc vào ngữ cảnh nên ngoài việc thu thập và làm quen với từ đồng nghĩa của các tính từ thông dụng, thuyết minh viên du lịch phải học cách sử dụng chúng một cách hợp lý và chính xác.

Sử dụng thuật ngữ chính xác: Mỗi sự vật, mỗi con người, mỗi hiện tượng, mỗi sự kiện đều có những từ ngữ cụ thể để diễn đạt. Sử dụng thuật ngữ chính xác có tác dụng làm cho bài thuyết minh trở nên chuyên nghiệp hơn, dễ hiểu hơn, tạo ra những hình ảnh kích thích trí tưởng tượng của du khách và tăng sự thích thú của họ đối với địa điểm du lịch, tránh được những hiểu lầm đáng tiếc. Đây không phải là công việc dễ dàng bởi nó đòi hỏi thuyết minh viên du lịch phải có một vốn từ vựng rất rộng trong chủ đề giới thiệu.

Sử dụng các thành ngữ hay tiếng lóng của địa phương: Một chuyến du lịch sẽ thêm phần hấp dẫn nếu việc giao tiếp bằng lời nói giữa thuyết minh viên du lịch với du khách chứa đựng "hương vị" văn hoá và truyền thống của địa phương. Thuyết minh viên du lịch nên chọn những từ lóng hay thành ngữ biểu hiện phong tục, tập quán hay truyền thống của địa phương, những điều dễ hiểu, và có thể so sánh với các thành ngữ của quốc gia du khách. Ngoài ra, có thể giới thiệu và giải thích ý nghĩa thành ngữ, tiếng lóng sinh động, có ý nghĩa của địa phương tới du khách để khách cơ thêm những trải nghiệm về văn hoá thú vị tại địa phương. Đây sẽ là điều tạo nên sự thú vị cho nội dung thuyết minh. Tuy nhiên, thuyết minh viên du lịch cũng không nên lạm dụng công cụ này bởi đôi khi du khách sẽ không hiểu hoặc có thể cảm thấy bị xúc phạm với những chủ đề nhạy cảm.

Biết sử dụng các giai thoại, các câu chuyện hài hước: Giai thoại giống như một cuộc đối thoại tự nhiên gồm những câu chuyện hay mẩu chuyện về các nhân vật, sự kiện trong quá khứ hoặc hiện tại, trong đó có những câu chuyện mang tính hài hước, gây cười. Du khách nhìn chung ưa thích thể loại này hơn cả vì nó giống như những cuộc trò chuyện hàng ngày và nhấn mạnh vào chủ đề yêu thích của con người. Thuyết minh viên du lịch nên tìm hiểu những câu chuyện về những nhân vật, sự kiện có liên quan tới điểm du lịch và sử dụng chúng đúng lúc, đúng chỗ để mang lại hơi thở cho điểm du lịch đó. Nếu không, nó sẽ phản tác dụng. Ví dụ: kể một câu chuyện hài hước ở một đài tưởng niệm liệt sĩ là điều khó được chấp nhận. Kể chuyện hài hước làm cho chuyến đi trở nên sinh động và du khách thích thú hơn. Thuyết minh viên du lịch nên học cách kể những giai thoại như vậy bằng tiếng mẹ đẻ trước khi chuyển tải sang những ngôn ngữ khác một cách cẩn thận để tránh sự hiểu lầm về mặt ngữ nghĩa. Một bài thuyết minh có tính thư giãn thường mang lại hiệu quả cao hơn bài thuyết minh nặng về giảng giải. Thuyết minh viên du lịch thường có xu hướng "giảng giải" cho du khách bởi vì họ có nhiều kiến thức để truyền đạt. Tuy nhiên, du khách không phải là học sinh và vì vậy việc thuyết giảng cho họ chắc chắn sẽ làm mất đi sự hấp dẫn của đề tài và có thể dẫn đến sự buồn chán, mất tập trung của du khách.

Bằng sự học hỏi và luyện tập thường xuyên những phương pháp nêu trên khi giao tiếp bằng lời, thuyết minh viên du lịch chắc chắn sẽ có được phần thuyết minh ấn tượng mà không quá nặng về tính lý thuyết.

Như đã nói ở trên, thuyết minh viên du lịch là người truyền kiến thức và cảm hứng cho du khách chủ yếu thông qua lời nói của mình. Trong đó hiệu quả của những nội dung thuyết minh cũng bị ảnh hưởng rất lớn trong cách thức thể hiện qua ngôn ngữ sử dụng. Thuyết minh viên du lịch sẽ hoàn toàn làm chủ với ngôn ngữ mẹ đẻ của mình. Nhưng vấn đề này lại là một thách thức thực sự khi sử dụng một ngôn ngữ khác. Khi sử dụng ngoại ngữ, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý:

- Sử dụng từ ngữ đơn giản, dễ hiểu, tránh dùng những thuật ngữ chuyên ngành;
- Phát âm đúng, chính xác, đúng trọng âm tạo âm điệu chuẩn trong câu nói.
- Tránh nói ngọng;
- Lưu ý các từ đệm, âm ừ trong lời nói;
- Kết hợp với ngôn ngữ cơ thể để diễn đạt hiệu quả hơn.

b. Âm điệu - giọng nói

Âm điệu là độ cao, cường độ, âm sắc của giọng nói hay cách nhấn giọng vào một từ, một âm để chuyển tải những ý nghĩa khác nhau.

Một câu nói được nói với những âm điệu khác nhau sẽ có ý nghĩa khác nhau và cũng đem lại cho người nghe những cảm nhận khác nhau. Vì vậy, thuyết minh viên du lịch phải biết cách điều chỉnh âm điệu của mình trong từng hoàn cảnh thuyết minh để tăng sức hấp dẫn của bài thuyết minh và duy trì sự chú ý của du khách. Để tạo ra âm điệu của bài thuyết minh, cần chú ý một số vấn đề sau:

Nhấn mạnh bằng ngữ điệu của giọng nói

- Duy trì sự chú ý của du khách và nhấn mạnh vào những ý chính bằng cách tăng tốc độ giọng nói.
- Kích thích sự chú ý và cảm xúc của du khách về điểm đến bằng việc tăng tốc độ nói và sử dụng âm điệu cao.

Nói chậm lại khi muốn nhấn mạnh tới mức độ, sự quan tâm, hoặc đưa ra câu hỏi cho du khách về một vấn đề nào đó.

Nhấn mạnh thông qua lên xuống ngữ điệu

Thu hút sự quan tâm của du khách bằng cách cao giọng để nhấn mạnh sự phấn khích, bất ngờ, tạo niềm tin vào những gì đang nói.

Sử dụng âm điệu thấp để nhấn mạnh vào mức độ, sự quan tâm, hay khi đang tỏ ra là mình trầm ngâm, suy nghĩ.

Di chuyển ngữ điệu từ thấp tới cao để dẫn dắt suy nghĩ, sự chú ý của du khách về vấn đề đang thuyết minh.

Vào mỗi cuối câu hỏi nên lên giọng và xuống giọng ở những câu kết thúc.

Đôi khi, một khoảng lặng có thể giúp người thuyết minh vừa thu hút sự tập trung của du khách

Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ cơ thể

Tư thế: Tư thế là cách người ta đứng hay vận động cơ thể. Tư thế chuẩn của thuyết minh viên du lịch khi thuyết minh là luôn đứng thẳng, lưng thẳng, thoải mái, không gượng ép, thể hiện sự tự tin và khả năng kiểm soát. Thuyết minh viên du lịch phải luôn đứng đối diện với khách. Khi đi bộ tại điểm du lịch, nếu an toàn, thuyết minh viên du lịch nên đi giật lùi khi thuyết minh cho khách. Việc đứng quay lưng lại với khách sẽ làm cho du khách không nghe rõ lời thuyết minh và đồng thời cũng thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp và tôn trọng đối với họ. Không nên đứng chống nạnh hoặc khoanh tay trước ngực, điều này có thể làm cho khách hiểu nhầm là sự buồn chán và thiếu kiên nhẫn của thuyết minh viên du lịch.

Điệu bộ, cử chỉ, nét mặt

- **Điệu bộ:** Để có tác phong nghiêm túc nhưng không nghiêm khắc, thuyết minh viên du lịch nên giữ điệu bộ tự nhiên, tránh những cử chỉ lặp lại, nên kiểm soát mọi cử động của cơ thể.

Những cử động không mục đích, hoặc đùa giỡn quá trớn sẽ làm cho du khách, những người dù rất thân thiện nhưng vẫn luôn lịch sự, sẽ không cảm thấy thoải mái. Lưu ý thuyết minh viên du lịch phải luôn thể hiện sự duyên dáng và lịch thiệp, nghiêm túc nhưng không trịnh trọng, cứng nhắc ngay cả khi đang nói chuyện bình thường.

Cử chỉ: có thể được hiểu theo những cách khác nhau trong những nền văn hóa khác nhau nên thuyết minh viên du lịch cần phải nghiên cứu kỹ ý nghĩa của những cử chỉ trong mỗi nền văn hóa để tránh sự hiểu lầm hay xúc phạm đến khách. Ví dụ, ở Bắc Mỹ cử chỉ tạo một vòng tròn bằng ngón cái và ngón trỏ, giữ ba ngón còn lại thẳng, mang ý nghĩa OK hoặc tốt, nhưng nó lại cho là cử chỉ thô lỗ ở Nam Mỹ và các nước châu Á. Cử chỉ phổ biến mà thuyết minh viên du lịch hay dùng là chỉ dẫn cho du khách bằng cả bàn tay, đây là cử chỉ cần thiết để hướng du khách nhìn vào đúng vị trí mà hướng dẫn đang thuyết minh. Tuy nhiên, có một số cử chỉ sau đây thuyết minh viên du lịch nên *tránh* khi tác nghiệp:

Khoanh tay trước ngực: tạo sự xa cách, phòng thủ. Tâm lý học phân tích rằng con người luôn có xu hướng tự bảo vệ mình với các tác động xấu bên ngoài. Trẻ con thường xuyên núp sau váy mẹ mỗi khi sợ hãi. Lớn lên, hành động “núp” đó của nó biến đổi thành động tác khoanh tay: tự tạo rào cản một cách vô hình cho mình. Một người khoanh tay nghĩa là họ chưa cởi mở, đang dò xét.

"Khoa chân múa tay" quá nhiều, liên tục: Tạo cảm giác mệt mỏi cho du khách. Trong nhiều trường hợp thì đó là biểu hiện của sự lúng túng, bối rối.

Cho tay vào túi quần: Mang lại cho du khách cảm giác thuyết minh viên du lịch là người kênh kiệu, thiếu hoà nhập, không nhiệt tình.

Nét mặt: được tạo nên bởi cử động của các cơ mặt. Một số nền văn hóa sử dụng nét mặt để giao tiếp, số khác lại gần như luôn luôn giữ một nét mặt bình thản, ít thay đổi. Nét mặt được thể hiện rõ nhất là nụ cười. Cười là cách để mọi người cảm thấy thoải mái và được chào đón.

Thuyết minh viên du lịch nên luôn nở nụ cười kể cả khi căng thẳng. Điều này khiến du khách cũng đánh giá cao thái độ tích cực của thuyết minh viên du lịch và có thể dễ dàng thông cảm với những sai sót bối rối của họ.

Thái độ của thuyết minh viên du lịch: ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng của bài thuyết minh và sự chú ý của du khách. Thuyết minh viên du lịch cần có thái độ cởi mở, thân thiện, nhưng không quá suồng sã, luôn nhiệt tình khi cung cấp thông tin cho khách. Thái độ, cảm hứng, tình cảm của thuyết minh viên du lịch về điểm đến thể hiện qua bài thuyết minh sẽ có tác động rất lớn tới tình cảm, thái độ của du khách với điểm đến đó. Nếu thuyết minh viên du lịch thuyết minh về một điểm đến với thái độ tích cực thì khách cũng sẽ có những cảm nhận tích cực về điểm đến đó và ngược lại.

d. Kỹ năng thuyết minh du lịch

Kỹ năng thuyết minh du lịch là khả năng vận dụng tri thức có sẵn để truyền đạt thông tin về điểm tham quan, tuyến điểm du lịch tới du khách. Kỹ năng thuyết minh du lịch được yêu cầu tùy thuộc vào đối tượng và loại hình tham quan.

Dựa vào đối tượng tham quan

Đối tượng tham quan là các cảnh quan, các di tích lịch sử văn hóa, công trình kiến trúc, điêu khắc, các làng quê... thường đổi thay theo thời gian và chịu sự tác động từ nhiều phía. Yếu tố tích lũy và lựa chọn thông tin là điều kiện tiên quyết. Do vậy, thuyết minh viên du lịch cần nghiên cứu trực tiếp đối tượng tham quan, phỏng vấn tại chỗ những người có hiểu biết về đối tượng tham quan, đồng thời khi khảo sát tuyến tham quan cần chú ý tới việc lựa chọn sẵn vị trí quan sát tốt nhất, chỗ nghỉ ngơi... khi đưa khách tới tham quan. Khi lựa chọn đối tượng tham quan, thuyết minh viên du lịch cần chú ý những điều sau đây:

Những đối tượng tham quan phải theo hành trình tham quan của đoàn, hành trình này phải được sắp xếp khoa học, hợp lý;

Tránh trùng lặp, đơn điệu, dễ gây sự nhàm chán cho du khách.

Phân bổ thời gian thăm các đối tượng tham quan phù hợp với số lượng và quy mô, tầm quan trọng và giá trị của các đối tượng tham quan, với nhu cầu của khách, trạng thái sức khỏe, tâm lý của khách và loại phương tiện di chuyển,...

Dựa vào loại hình tham quan

Xác định loại hình tham quan du lịch giúp thuyết minh viên du lịch lựa chọn đối tượng tham quan phù hợp, chuẩn bị bài thuyết minh và tổ chức hướng dẫn tham quan du lịch thuận lợi. Loại hình tham quan được xác định sẽ cho phép thuyết minh viên du lịch chuẩn bị việc hướng dẫn tham quan theo chủ đề nhất định. Cũng từ đó, việc lựa chọn đối tượng tham quan chủ yếu, đối tượng tham quan bổ sung trong chuyến du lịch nhanh chóng hơn, dễ dàng hơn. Để lựa chọn loại hình tham quan thích hợp, thuyết minh viên có thể dựa vào các tiêu thức sau:

Đáp ứng được mục đích tham quan của du khách.

Phù hợp với cơ cấu và thành phần của đoàn khách.

Dựa vào lứa tuổi, nghề nghiệp, dân tộc, tôn giáo, quốc tịch,... của du khách để đáp ứng với yêu cầu và đặc điểm của từng loại khách nhất định.

Phương tiện di chuyển phù hợp.

Căn cứ vào tốc độ và tần suất di chuyển, thuyết minh viên du lịch lựa chọn đối tượng tham quan và chuẩn bị bài thuyết minh cho phù hợp. Về cơ bản, thuyết minh viên du lịch có thể chủ động điều chỉnh nhịp độ di chuyển, thời gian tham quan, điều kiện xem xét các đối tượng tham quan cho phù hợp với đoàn khách.

Kiến thức là không có giới hạn, tuy nhiên, du khách hoàn toàn có thể lĩnh hội được tri thức nếu có phương pháp tiếp cận phù hợp. Thuyết minh du lịch là một nghiệp vụ đòi hỏi thuyết minh viên du lịch cần phải có kiến thức, cũng như biết rộng hiểu nhiều. Kỹ năng thuyết minh du lịch vẫn luôn được coi là yếu tố quan trọng, cần thiết trong mỗi chuyến hành trình của thuyết minh viên du lịch. Nắm bắt được kỹ năng, đưa kỹ năng trở thành tri thức của bản thân, mỗi thuyết minh viên du lịch sẽ tạo dựng được sự tự tin khi truyền đạt những kiến thức mình có và chuyên nghiệp hơn về nghề nghiệp của mình trong tương lai.

2.5.4. Nguyên tắc thuyết minh du lịch

Tính phù hợp giữa nội dung thuyết minh và đối tượng tham quan: Trong suốt quá trình thực hiện chương trình du lịch, thông tin thuyết minh viên du lịch cung cấp phải đúng lúc, kịp thời, đúng với giá trị của đối tượng tham quan nhằm giúp cho du khách hiểu một cách chính xác về vấn đề đang được đề cập, đồng thời cũng tạo cho họ sự hứng thú khi nghe thuyết minh.

Tính dễ hiểu: Việc thuyết minh phải phù hợp với đối tượng tham quan cả về nội dung và phương pháp. Để làm được điều này thuyết minh viên du lịch cần có kiến thức và khả năng nắm bắt tâm lý du khách để xác định nhu cầu và những đặc trưng riêng của đoàn khách. Đảm bảo việc cung cấp thông tin đủ, hợp lý, cách thức trình bày hấp dẫn, khác biệt và có khả năng khuyến khích du khách tham gia trong quá trình tác nghiệp.

Tính hệ thống và liên tục: Nội dung thuyết minh du lịch phải được trình bày theo đúng trình tự hợp lý, có sự kết nối, liên hệ chặt chẽ giữa các phần theo một ý tưởng chủ đạo, xuyên suốt để giúp cho du khách nhận thức đúng đắn và cảm nhận chính xác về điểm tham quan. Thuyết minh viên du lịch lưu ý cần có sự sáng tạo và vận dụng cách thức làm việc hợp lý để đạt hiệu quả cao nhất.

Chú ý: Mức độ cảm nhận của du khách trong quá trình tham quan sẽ là thước đo chính xác nhất cho hiệu quả của hoạt động hướng dẫn thuyết minh, điều này không phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của thuyết minh viên du lịch.

2.5.5. Các phương pháp thuyết minh du lịch

Khi hướng dẫn tham quan, mặc dù bài thuyết minh đã được chuẩn bị công phu, đúng thể thức, có chiều sâu nhưng cần được thuyết minh viên du lịch thể hiện một cách hiệu quả. *Phương pháp thuyết minh chính là việc kết hợp các kỹ năng nhằm truyền đạt các thông tin, nhận xét, bình luận về đối tượng tham quan và những nội dung gần gũi hay liên quan tới đối tượng tham quan theo cách thức phù hợp nhất.*

Thuyết minh viên du lịch có thể sáng tạo ra cách thức thuyết minh khác nhau để du khách tiếp thu tốt nhất, dễ hiểu và liên tục, có hệ thống các thông tin đã được chuẩn bị. Đối tượng tham quan hấp dẫn, cuốn hút không chỉ phụ thuộc vào việc chỉ dẫn quan sát cho khách mà còn phụ thuộc vào lời thuyết minh của thuyết minh viên du lịch. Mặt khác, cách thức thuyết minh đều hướng tới việc giới thiệu và phân tích ở những mức độ, cấp độ khác nhau về các giá trị của đối tượng tham quan, tái hiện lại những sự kiện, con người, quá khứ cũng ở những mức độ khác nhau và mối liên quan của sự kiện lịch sử với đối tượng tham quan,... Thuyết minh viên du lịch cũng có thể so sánh với các đối tượng tham quan khác, căn cứ vào thành phần, cơ cấu của đoàn khách du lịch.

Phương pháp chung

a. Phương pháp miêu tả và kể chuyện

Phương pháp này là cách thuyết minh viên du lịch giới thiệu về điểm du lịch với sự hóa thân của mình trong quá trình thuyết minh nhằm tái hiện lại sự kiện, huyền thoại... của đối tượng tham quan, giúp cho du khách có được cảm nhận một cách chân thực về điểm du lịch.

Việc miêu tả có thể được thực hiện dựa trên hoàn cảnh, một phần hay đặc điểm nổi bật của đối tượng tham quan và dẫn dắt du khách theo một trình tự được chuẩn bị trước. Trình tự nội dung của các sự kiện, địa danh, điểm du lịch gắn việc miêu tả từ toàn cục tới chi tiết đối tượng tham quan mà khách đang xem xét. Thuyết minh viên du lịch vừa kể theo trình tự thời gian, không gian các nội dung, vừa tái hiện lại lịch sử của vùng đất, của cộng đồng dân tộc có đối tượng tham quan bằng hình thức kể thuyết phục và dễ tạo ấn tượng cho khách. Du khách thường bị cuốn hút theo lời kể sinh động, truyền cảm của thuyết minh viên du lịch.

Khi sử dụng cách miêu tả, kể chuyện, thuyết minh viên du lịch căn cứ vào điều kiện cụ thể về thời gian và không gian cũng như đặc điểm của đoàn khách để có thể miêu tả chi tiết hay cô đọng, theo trình tự thời gian và không gian hay có thể bỏ qua trình tự, miễn là du khách cảm nhận, bị cuốn hút và đáp ứng nhu cầu hiểu biết của họ.

Việc kể chuyện sinh động, có biểu cảm, tự nhiên thường rất có sức thu hút du khách, đặc biệt là với các địa danh du lịch rộng lớn, các thành thị, làng mạc, khu công nghiệp, các đối tượng tham quan là các di tích lịch sử... Qua lời thuyết minh, thuyết minh viên du lịch có thể tác động rất mạnh tới tình cảm và nâng cao nhận thức của khách về nơi tham quan, về đối tượng tham quan.

Tuy nhiên, hạn chế của phương pháp này là dễ gây căng thẳng trong trạng thái tâm sinh lý của khách vì phải theo dõi lời của thuyết minh viên du lịch liên tục, đồng thời khi có sự xen ngang có thể làm cho thuyết minh viên du lịch lúng túng hoặc lệch hướng và như vậy sẽ làm cho sự theo dõi của khách bị hẫng hụt do sự quan tâm bị định hướng sang một vấn đề khác làm cho nội dung đang thuyết minh dễ bị lãng quên. Do đó, việc sử dụng phương pháp này cần được thể hiện đúng mức, thích hợp và nên có những bình luận, ví von hóm hỉnh có tính hài hước (nhưng phải vô hại, phiếm chỉ), những so sánh nhằm khuyến khích trí tưởng tượng cũng như giảm bớt sự căng thẳng của khách khi nghe thuyết minh. Việc sử dụng các tục ngữ, ca dao, truyền thuyết trong kho tàng văn học dân gian phong phú và đồ sộ trong lời dẫn chuyện của thuyết minh viên du lịch sẽ làm tăng sự hấp dẫn mà vẫn giúp khách thư giãn khi tham quan.

b. Phương pháp giới thiệu minh họa và bình luận

Có thể nói đây là một trong những phương pháp khó, đòi hỏi thuyết minh viên du lịch có nền kiến thức khá rộng trong tất cả các lĩnh vực nhưng lại là một phương pháp dễ đi vào lòng người và dễ thuyết phục.

Phương pháp này bắt đầu bằng việc chỉ dẫn, giới thiệu đối tượng tham quan và minh họa cho khách hiểu về quá trình hình thành, đổi thay và những so sánh, đối chiếu với các đối tượng tham quan khác. Bằng những đánh giá của mình, thuyết minh viên du lịch hướng du khách quan sát các chi tiết hay toàn bộ đối tượng tham quan ở các góc độ khác nhau để minh họa một cách sinh động và cụ thể cho lời thuyết minh bên cạnh những bình luận và phân tích. Ở phương pháp này chỉ dẫn và minh họa luôn bổ sung cho nhau nhằm tăng sức cuốn hút của đối tượng tham quan với du khách.

Thuyết minh viên du lịch cần có kỹ năng truyền miệng tốt, biết điều chỉnh âm thanh, sự biểu cảm của giọng nói và nhất là phải có kiến thức vững vàng với những tư liệu quý giá hay độc đáo và chính xác khi chứng minh, bình luận. Những lời bình của thuyết minh viên du lịch (đã được chuẩn bị) cần ngắn gọn, súc tích, khoa học nhưng dễ hiểu với các đoàn khách có trình độ cảm thụ, trình độ nhận thức khác nhau.

Trong quá trình giới thiệu, chỉ dẫn, minh họa và bình luận về đối tượng tham quan, thuyết minh viên du lịch có thể sử dụng xen kẽ các phương pháp thuyết minh khác khi quan sát thái độ, tâm trạng của du khách sao cho việc thuyết minh lôi cuốn khách hơn, khách đỡ căng thẳng hơn và buổi tham quan sinh động hơn. Việc sử dụng phương pháp giới thiệu, chứng minh, bình luận đan xen nhau khi thuyết minh vẫn phải theo trình tự hợp lý về thời gian, về không gian địa lý và luôn luôn gắn với chủ đề của chuyến tham quan. Những lời bình cần gắn với những vấn đề hiện tại của cuộc sống xã hội, văn hóa địa phương, dân tộc, quốc gia và hài hòa với những lời chỉ dẫn, minh họa, quan sát đối tượng tham quan.

Trong thực tế, phương pháp thuyết minh bằng chỉ dẫn, minh họa, bình luận thường được thuyết minh viên du lịch sử dụng khi hướng dẫn khách tham quan những điểm du lịch có phạm vi lớn, hay tuyến du lịch. Phương pháp này cũng được sử dụng trong việc hướng dẫn khách tham quan các công trình văn hóa, nghệ thuật, kết hợp với cảm thụ công trình bằng thị giác của khách tham quan.

Tuy nhiên, trong thực tế, để thu hút, hấp dẫn đối với du khách, các thuyết minh viên du lịch thường ít khi chỉ sử dụng một phương pháp cụ thể mà trong phần nghiệp vụ của mình, họ thường kết hợp hài hòa và uyển chuyển các phương pháp khác nhau để phù hợp với đối tượng tham quan và khách tham quan nhằm tạo hiệu ứng cao nhất trong nội dung thuyết minh.

c. Kết hợp phương pháp miêu tả kể chuyện và giới thiệu minh họa, bình luận

Phương pháp này thường được dùng khá phổ biến trong đội ngũ thuyết minh viên du lịch. Phương pháp này cho phép thuyết minh viên du lịch thuyết minh một cách thoải mái. Sự đan xen giữa hai phương pháp sẽ giúp thuyết minh viên du lịch tạo được sự hưng phấn và phong cách riêng của mình. Tuy vậy, nếu lạm dụng phương pháp này trong thời gian dài sẽ giảm hiệu ứng tích cực với khách trong khi thuyết minh những đối tượng tham quan đặc sắc, độc đáo, cần có sự đánh giá, nhấn mạnh khác nhau.

Để sử dụng phương pháp thuyết minh du lịch phù hợp và có hiệu quả khi tác nghiệp, các thuyết minh viên du lịch phải căn cứ vào nhiều yếu tố liên quan như: cơ cấu đoàn khách, thời gian, chủ đề tham quan, khả năng nghiệp vụ, trình độ hiểu biết của thuyết minh viên du lịch và kỹ thuật diễn đạt của họ,... Thuyết minh viên du lịch cần vận dụng các phương pháp thuyết minh một cách linh hoạt, sáng tạo nhằm tạo ra sự phấn khích trong chuyến tham quan. Phương pháp thuyết minh du lịch giữ vai trò rất quan trọng cho sự thành công, cho chất lượng của chuyến tham quan. Năng lực chuyên môn, khả năng nghiệp vụ và kinh nghiệm của thuyết minh viên du lịch là những nhân tố bảo đảm cho việc lựa chọn và sử dụng các phương pháp thuyết minh một cách thành công.

d. Một số phương pháp thuyết minh khác

Phương pháp phân đoạn được thực hiện đối với những cảnh quan có quy mô lớn, với những nội dung thuyết minh phức tạp. Thuyết minh viên du lịch có thể chia nhỏ, theo từng tiêu chí khác nhau để tập trung phân tích làm nổi rõ đặc trưng cơ bản của đối tượng tham quan. Sử dụng phương pháp này đòi hỏi thuyết minh viên du lịch cần có sự hiểu biết đầy đủ về đối tượng và có khả năng chia nội dung và liên kết hợp lý nhằm không làm cho người nghe cảm thấy sự đứt đoạn và khó hiểu.

Phương pháp so sánh đối chiếu các sự vật hiện tượng để làm nổi bật tính chất của đối tượng thuyết minh. Phương pháp này dễ thu hút du khách vì không những rất dễ hiểu mà còn mở ra những cách cửa thú vị về mối quan hệ giữa những cái quen thuộc với điều mới lạ. Khi thực hiện phương pháp này, thuyết minh viên du lịch cần có được sự liên hệ với các sự kiện trong nước và quốc tế để giúp cho du khách thấy được những nét tương đồng và khác biệt của đối tượng tham quan.

Phương pháp hỏi đáp là phương pháp có khả năng giúp cho việc duy trì sự chú ý của du khách một cách tích cực nhất. Nó không chỉ tạo ra sự tương tác giữa người nói và người nghe mà còn giúp cho người nghe chủ động hơn trong việc tiếp nhận thông tin, đồng thời tạo ra bầu không khí giao tiếp hai chiều thoải mái, chia sẻ trong đoàn khách.

Khách hỏi - thuyết minh viên du lịch trả lời: Với hình thức này thuyết minh viên du lịch luôn ở trong thế bị động trong lĩnh vực mà khách quan tâm. Vì vậy, yêu cầu với thuyết minh viên du lịch là phải có kiến thức thực sự, kỹ năng giao tiếp và xử lý câu hỏi. Câu trả lời của thuyết minh viên du lịch cần thể hiện rõ sự chắc chắn, chính xác về thông điệp và tập trung trọng tâm. Thuyết minh viên du lịch cần tránh lan man, dàn trải. Với những câu hỏi nằm trong phạm vi hiểu biết của thuyết minh viên du lịch thì nên trả lời khách với một thái độ nhiệt tình, cởi mở và khuyến khích khách đặt câu hỏi. Nếu không biết câu trả lời cũng nên khéo léo giao tiếp để không làm du khách thất vọng. Trong trường hợp này, thuyết minh viên du lịch có thể nói: “Xin lỗi quý khách, hiện tôi chưa có câu trả lời, quý khách có thể để lại danh thiếp, và tôi chắc chắn sẽ gửi câu trả lời cho quý khách sau khi nghiên cứu thêm”. Tuy nhiên, hạn chế sử dụng cách này cũng là điều thuyết minh viên du lịch nên quan tâm. Trên thực tế, cũng có những du khách muốn đặt câu hỏi để thử thách thuyết minh viên du lịch, trong trường hợp này, có thể sử dụng cách “đá bóng sang sân người khác”. Nếu biết một người trong nhóm có thể giúp trả lời, thuyết minh viên du lịch hãy giới thiệu người đó thay vì tự trả lời. Thuyết minh viên du lịch cũng có thể mỉm cười, bình tĩnh và tìm một câu trả lời tích cực và hài hước.

Thuyết minh viên du lịch đặt vấn đề - khách cùng trả lời: Để thực hiện hình thức này đạt hiệu quả cao và gây hứng thú cho du khách, thuyết minh viên du lịch phải chuẩn bị trước - với những cách đặt vấn đề tạo sự hào hứng, không dễ quá cũng không khó quá, những câu hỏi đặt ra giúp khách có thể tự suy nghĩ và khám phá.

Thuyết minh viên du lịch tự hỏi - tự trả lời: Đây là dạng khá đặc biệt, trong đó, thuyết minh viên du lịch phải biết tạo dựng tiết tấu để câu chuyện dễ nhớ, dễ nghe và dễ hiểu.

Phương pháp tức cảnh, sinh tình. Trước một phong cảnh đẹp hay một sự việc xã hội, thuyết minh viên du lịch thể hiện cảm hứng của mình thông qua thơ ca, nhạc, họa hay qua một biệt tài nào đó của thuyết minh viên du lịch. Sử dụng phương pháp này sẽ tạo ấn tượng tốt và hiệu quả cao trong việc truyền nguồn cảm hứng cho du khách nhưng cũng đòi hỏi tài năng và khả năng thể hiện của người thực hiện.

2.5.6. Một số lưu ý khi thuyết minh du lịch

Sử dụng phương tiện hỗ trợ trong quá trình thuyết minh

Các phương tiện hỗ trợ thuyết minh viên du lịch trong quá trình tác nghiệp có thể kể đến bao gồm:

Các thiết bị âm thanh: loa, mic cầm tay (cài), thiết bị trình chiếu;

Các bảng biểu, nội dung giới thiệu, các mẫu chú thích tại các khu vực;

Hiện vật trưng bày.

một mức độ nhất định, đây là những phương tiện giúp cho hoạt động thuyết minh hiệu quả hơn. Vì thế, thuyết minh viên du lịch phải có kỹ năng sử dụng chúng một cách đúng lúc, đúng chỗ, hợp lý, không gây ảnh hưởng tới những đoàn khác. Đồng thời, họ cũng phải có trách nhiệm giữ gìn và bảo quản các trang thiết bị phục vụ cho công việc của mình.

Kiểm soát thời gian

Để kiểm soát thời gian chặt chẽ và hiệu quả trong một chương trình tham quan, thuyết minh viên du lịch cần nắm vững những yếu tố sau:

Nắm chắc lịch trình tham quan;

Chuẩn bị bài thuyết minh, nhưng tránh học thuộc lòng;

Giải quyết các thắc mắc, tình huống phát sinh trong chương trình một cách nhanh chóng và hợp lý;

Luôn mang theo đồng hồ và để ý thời gian một cách kín đáo, tế nhị;

- Kiểm soát số lượng và những hoạt động của khách tại điểm du lịch.

Xác định tâm lý du khách

Chuyến tham quan thành công là chuyến tham quan có thể làm hài lòng du khách. Muốn làm hài lòng du khách thì phải xác định được tâm lý du khách, từ đó phục vụ khách để đáp ứng những nhu cầu và mong muốn của họ. Trong hoạt động thuyết minh nói riêng, nhận thức tâm lý du khách lại càng quan trọng, thuyết minh viên du lịch không thể cứ thuyết minh khi du khách không còn muốn nghe hoặc dừng thuyết minh khi du khách vẫn muốn được tiếp tục cung cấp thông tin, hoặc thuyết minh viên du lịch cung cấp những thông tin không phù hợp với lối sống, văn hóa của du khách.

Quan trọng là vậy nhưng nhận thức tâm lý du khách không phải là một hoạt động dễ dàng thực hiện, thuyết minh viên du lịch không thể biết tâm trạng, thái độ của du khách bằng việc hỏi trực tiếp du khách. Điều này rất không lịch sự và thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp (trừ đối tượng khách có tính cách cởi mở). Việc này đòi hỏi thuyết minh viên du lịch phải có sự nhạy bén và tinh ý trước thái độ, hành động, ánh mắt hay việc làm của du khách cũng như có sự hiểu biết sâu sắc về đặc điểm tâm lý của từng loại du khách để đưa ra những quyết định phù hợp. Trong suốt quá trình thuyết minh, thuyết minh viên du lịch luôn phải bao quát toàn bộ du khách thay vì chỉ tập trung vào một số khách, thuyết minh viên du lịch phải quan sát thái độ của du khách với phần thuyết minh của mình hào hứng, thích thú hay chán nản, mệt mỏi để điều chỉnh phần thuyết minh của mình cho phù hợp. Đôi khi, thuyết minh viên cũng có thể hỏi thăm cảm nhận của du khách để điều chỉnh kịp thời trong chương trình tham quan.

III. Các kỹ năng thuyết minh du lịch chuyên biệt

3.1 Kỹ năng thuyết minh du lịch trong bảo tàng

Trước hết bảo tàng được hiểu là nơi giữ gìn trân trọng những di tích, hiện vật văn hóa, lịch sử. Về cơ bản, bảo tàng có thể được phân loại như sau:

Theo tiêu chí quản lý hành chính

- Bảo tàng trung ương (bảo tàng lịch sử, bảo tàng Hồ Chí Minh...)
- Bảo tàng địa phương (Bảo tàng Chăm, bảo tàng Hà Nội...)

Theo chủ đề

- Bảo tàng chuyên ngành (bảo tàng phòng không không quân, bảo tàng phụ nữ...)
- Bảo tàng lưu niệm (Bảo tàng Mỹ thuật, bảo tàng Dân tộc học...)

Về cơ bản, các bảo tàng đều có các tư liệu, hệ thống sắp đặt các tư liệu, hệ thống hiện vật trưng bày, mô hình mô phỏng và đặc biệt là hệ thống chú giải tại các khu vực trưng bày, ở một số bảo tàng còn có hệ thống vô tuyến chiếu phim tư liệu ... Vì vậy, khi tham quan, du khách có thể tự tìm hiểu theo nhu cầu cá nhân mà không cần thuyết minh. Tuy nhiên, nhiệm vụ của các thuyết minh viên du lịch trong bảo tàng là phải có khả năng hệ thống lại các nội dung trưng bày để truyền tải thông tin về một chủ đề một cách hợp lý và thuyết phục. Thuyết minh trong bảo tàng có một số đặc điểm như sau:

Phần giới thiệu cần thể hiện rõ mô hình chung được xây dựng tại bảo tàng và những thông tin khái quát để du khách có thể hiểu được ý nghĩa bao trùm của khu vực, tổng thể của bảo tàng.

Phần nội dung cần dẫn dắt, phân tích và mô tả những nội dung, ý tưởng, và mô hình trưng bày kết hợp với các hiện vật được trưng bày để giúp cho du khách nhận thức được. Đây chính là phần tạo ra sự sống động, sự thuyết phục trong phần thuyết minh của thuyết minh viên du lịch. Họ sẽ làm cho du khách có được sự liên hệ thực sự với điểm tham quan.

Chủ yếu dùng phương pháp miêu tả, kể chuyện kết hợp bình luận, diễn dịch... Ngôn từ dễ nghe, dễ hiểu, lưu ý tạo điểm nhấn trong quá trình thuyết minh, tránh sự dàn trải, dễ dẫn đến sự nhàm chán.

Cần lưu ý về không gian và thời gian cũng như mức độ di chuyển của thuyết minh viên du lịch và đoàn khách trong quá trình thuyết minh, hướng dẫn tham quan để khách du lịch có đủ thời gian quan sát và tự đánh giá.

Lưu ý điều chỉnh giọng nói cho phù hợp, đặc biệt khi phục vụ đoàn khách lớn đến tham quan bảo tàng. Tránh gây ồn, làm ảnh hưởng đến môi trường của bảo tàng và làm cản trở giao tiếp của các đoàn khách khác.

Chú ý các bảo tàng chuyên đề thường đòi hỏi sự am hiểu một cách sâu sắc về chủ đề trưng bày không chỉ trong phạm vi quốc gia. Việc so sánh với những thông tin quốc tế sẽ làm cho nội dung thuyết minh trở nên thuyết phục hơn.

3.2 Kỹ năng thuyết minh tại các di tích lịch sử cách mạng

Các di tích lịch sử cách mạng có thể kể đến đó là:

Các công trình/địa điểm gắn với lịch sử đấu tranh chống giặc ngoại xâm

Công trình/địa điểm gắn với các sự kiện chính trị quan trọng

Công trình/ địa điểm gắn với sự nghiệp, thân thế các vị anh hùng dân tộc

Công trình/địa điểm ghi dấu ấn tội ác của giặc

Công trình/địa điểm tưởng niệm các anh hùng, liệt sĩ, những người có công với cách mạng.

Những điểm tham quan này thường có các giá trị du lịch vô hình lớn hơn giá trị hữu hình. Mặt khác, sự ảnh hưởng của yếu tố khách quan (thời gian, khí hậu...) cũng khá lớn. Vì vậy, khi thuyết minh, thuyết minh viên du lịch phải có khả năng tái hiện lại một thời kỳ, một giai đoạn lịch sử gắn liền với những sự kiện, nhân vật lịch sử, cần lưu ý đặc biệt quan tâm tới mục đích tham quan của đoàn khách để có thể lựa chọn được những thông tin phù hợp.

Thuyết minh du lịch tại điểm theo quy trình chung, ngoài ra cần chú ý một số điểm sau:

Giới thiệu chung về khu vực: Cung cấp những thông tin cơ bản nhất về khu vực (quá trình hình thành và phát triển) và nhắc nhở, lưu ý khi đi tham quan và những nội dung trọng tâm cần tìm hiểu.

Giới thiệu cụ thể các nội dung chính: Thuyết minh về những điểm chính trong chương trình tham quan. Đây là phần quan trọng nhất thuyết minh viên du lịch có thể giúp cho du khách hình dung lại và hiểu được một cách sâu sắc nhất về các giá trị nhân văn trong khu vực. Để tạo nên ấn tượng cho phần nội dung thuyết minh, thuyết minh viên du lịch nhấn mạnh một số yếu tố sau:

Về thông tin: Các truyền thuyết, giai thoại, các câu chuyện gắn liền với các cá nhân, sự so sánh (quốc gia và quốc tế) để có được những nhận định đúng đắn và thuyết phục...

Các nghiên cứu, khảo cứu, đánh giá của các chuyên gia đảm bảo yếu tố khoa học về mặt thông tin;

Về cách thức tiến hành: Kết hợp với các công trình, hiện vật trưng bày, tạo hiệu ứng để thu hút sự chú ý của khách du lịch;

Đảm bảo tính liên kết giữa các thông tin trong quá trình thuyết minh;

Giao tiếp, khuyến khích sự tìm hiểu đối với khách tham quan;

Dành thời gian cho khách xem phim tư liệu (nếu có);

Sắp xếp thời gian để khách tự tìm hiểu, khám phá và trải nghiệm theo nhu cầu cá nhân. Thời gian này được tính toán, cân nhắc tùy vào lượng thời gian của đoàn.

3.3 Kỹ năng thuyết minh tại các công trình có ý nghĩa đặc biệt

Trong phạm vi tài liệu này, các công trình có ý nghĩa đặc biệt được hiểu là các công trình có ý nghĩa về mặt kiến trúc, lịch sử, văn hóa bao gồm:

Các di tích kiến trúc nghệ thuật đặc biệt, đình, đền, chùa, lăng mộ, thành cổ, cung điện...

Các làng nghề thủ công truyền thống

Các khu di sản

Tác nghiệp trong khu vực này, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý:

Các di tích kiến trúc nghệ thuật đặc biệt:

- Nhắc nhở, khuyến cáo du khách về những quy định đặc thù khi vào tham quan trong khu vực giúp cho du khách không vi phạm nội quy điểm du lịch.
- Về mặt thông tin: Thuyết minh viên du lịch cần có sự hiểu biết khá chắc chắn về các lĩnh vực văn hóa, tôn giáo và kiến trúc, đặc biệt sự giao lưu văn hóa giữa các nền văn hóa khác và văn hóa bản địa được thể hiện trên các di tích. Việc giải thích, dịch nghĩa các thuật ngữ cổ, hình tượng được sử dụng và hơn nữa là giúp cho du khách hiểu về các phương pháp đánh giá, nhận biết niên đại của từng thời kỳ là điều hết sức quan trọng, đòi hỏi thuyết minh viên du lịch ngoài những kiến thức thông thường cần có những nghiên cứu chuyên sâu với những dẫn chứng khoa học. Bài thuyết minh sẽ giảm đi sự khô khan nếu có được sự so sánh, nhận định, đánh giá sự phát triển giữa các thời kỳ.
- Nội dung thuyết minh cần tập trung, rõ ràng. Lưu ý các yếu tố: khái quát về di tích, giá trị văn hóa, nghệ thuật đặc trưng, các sự kiện gắn liền với di tích và các lễ hội truyền thống.
- Về cách thức thực hiện: Thuyết minh viên du lịch cần xác định phạm vi khu vực tham quan để lựa chọn một vị trí thích hợp cho đoàn. Phương pháp thuyết minh sử dụng ở đây chủ yếu là sự kết hợp của miêu tả, kể chuyện, giới thiệu minh họa và bình luận xen kẽ so sánh.
- Thuyết minh viên du lịch nên chú ý tới việc khuyến khích du khách tìm hiểu và khám phá. Đồng thời, cũng đóng vai trò là một tuyên truyền viên trong công tác bảo tồn, phát huy các giá trị đặc trưng của di tích tới du khách.

Làng nghề thủ công truyền thống

Nghề thủ công truyền thống cũng là loại tài nguyên du lịch nhân văn quan trọng và có sức hấp dẫn lớn đối với du khách. Thông thường, nghề thủ công truyền thống, với những sản phẩm độc đáo không chỉ thể hiện tài khéo léo của nghệ nhân mà còn thể hiện những tư duy triết học, những tâm tư tình cảm của con người. Đây cũng chính là những đặc tính riêng của các nền văn hoá và là sức hấp dẫn của các nghề và làng nghề thủ công truyền thống.

Nước ta có nhiều nghề thủ công truyền thống, đặc biệt là các nghề chạm khắc đá, nghề đúc đồng, nghề kim hoàn, nghề gốm, nghề mộc, nghề mây tre đan, nghề dệt... Mỗi nghề đều có lịch sử phát triển lâu dài và khá độc đáo.

Sau đây là một số vấn đề cần lưu ý khi thuyết minh du lịch tại các làng nghề truyền thống:

Thông tin: Về cơ bản, thuyết minh viên du lịch sẽ phải có phần tổng quát giới thiệu về làng nghề và vai trò của nó trong văn hóa Việt Nam. Bên cạnh đó, cần chuẩn bị các thông tin tổng quát về làng nghề (Lịch sử hình thành và phát triển), các đặc điểm riêng so với những làng nghề cùng thời trong khu vực và trên phạm vi cả nước. Nét đặc trưng riêng biệt trong sản phẩm, quy trình sản xuất của nghề.

Một trong những yếu tố thu hút, hấp dẫn và có thể hỗ trợ tích cực và thuyết phục đó là sự có mặt của các nghệ nhân của làng nghề. Vì vậy, việc tham gia của họ trong quá trình tham quan không chỉ là một minh chứng sinh động của việc duy trì truyền thống mà còn tạo ra sự khuyến khích đối với du khách. Tại một số làng nghề khi du lịch phát triển, việc lưu giữ nghề truyền thống không chỉ thể hiện trong các bảo tàng hay phòng trưng bày tại làng mà còn có những khu vực trình diễn về quy trình sản xuất, chế biến sản phẩm theo phương thức truyền thống. Đây cũng là điểm nhấn trong chương trình tham quan. Thuyết minh viên du lịch ngoài việc mô tả, giới thiệu có thể kết hợp dành thời gian cho du khách tham gia vào việc tự chế tạo sản phẩm cho riêng họ khi đến với làng nghề.

Trong quá trình thuyết minh cần kết hợp phạm vi và đối tượng tham quan, đảm bảo tính hợp lý, hệ thống.

Về cách thức thực hiện: Các làng nghề thường có phạm vi khá rộng, có nhiều yếu tố ảnh hưởng tới sự chú ý của khách tham quan, thuyết minh viên du lịch lưu ý khi quản lý đoàn để tránh thất lạc. Nhắc nhở, khuyến cáo những vấn đề có thể ảnh hưởng tới an toàn của họ khi tham gia quy trình sản xuất cũng như trong quá trình tham quan. Phương pháp thuyết minh được sử dụng trong khu vực này bao gồm: miêu tả kể chuyện, giới thiệu minh họa và bình luận và phân đoạn.

Các khu di sản

Hiện nay, trên phạm vi cả nước, rất nhiều điểm tham quan du lịch đã được công nhận di sản và các danh hiệu có ý nghĩa tương tự di sản do UNESCO công nhận bao gồm:

Di sản thiên nhiên: Vịnh Hạ Long, Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng

Di sản văn hóa: Quần thể di tích cổ đô Huế, đô thị cổ Hội An, Khu đền tháp Mỹ Sơn, Khu di tích Hoàng thành Thăng Long, Thành nhà Hồ

Di sản văn hóa phi vật thể: Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ, Nhã nhạc - âm nhạc cung đình Việt Nam, Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên, Ca trù, quan họ Bắc Ninh, hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc, hát Xoan ở Phú Thọ

Di sản tư liệu: Bia đá các khoa thi tiến sĩ triều Lê - Mạc, Mộc bản triều Nguyễn, Mộc bản kinh Phật thiền phái Trúc Lâm chùa Vĩnh Nghiêm
Công viên địa chất toàn cầu: Cao nguyên đá Đồng Văn.

(www.vietnamtourism.com)

Các điểm di sản đã được công nhận trên toàn thế giới sẽ có ý nghĩa rất lớn trong việc xây dựng hình ảnh và phát triển du lịch trong khu vực. Vì vậy, thuyết minh viên du lịch trong khu vực này cũng có những yêu cầu riêng trong quá trình tác nghiệp.

Trước hết, thuyết minh viên du lịch tại khu di sản có thể được coi là vị đại sứ của di sản đối với du khách. Trách nhiệm của họ không chỉ dừng lại ở việc thuyết minh du lịch cho du khách mà còn phải khẳng định các giá trị của khu di sản, đồng thời giáo dục và định hướng du khách khi tiếp cận với các giá trị đặc trưng trong khu vực làm cho họ ngoài việc yêu quý các giá trị vốn có còn thấy được trách nhiệm của mình đối với việc lưu giữ và bảo vệ di sản. Thêm vào đó, thông qua các hoạt động của mình, họ sẽ có những ảnh hưởng, tác động, dẫn dắt cộng đồng trong khu vực có cách ứng xử phù hợp hơn với những giá trị ở khu vực, nơi mình đang sinh sống. Dựa trên ý nghĩa văn hóa, chính trị của các danh hiệu được công nhận, UNESCO cũng đã xây dựng một bộ quy chuẩn về kiến thức và nghiệp vụ hướng dẫn dành cho các hướng dẫn viên di sản của mình để có được sự thống nhất và tiêu chuẩn trong hoạt động của các khu vực đã được công nhận.

Nhìn chung, thuyết minh du lịch tại các khu di sản có một số đặc điểm như sau:

Về mặt thông tin: Các thuyết minh viên du lịch cần phải có những thông tin hết sức đầy đủ về khu di sản. Hay nói cụ thể hơn, họ được coi là những chuyên gia trong những giá trị của khu di sản. Cần nắm chắc và phổ biến cho du khách những quy tắc hoạt động, ứng xử trong khu vực. Việc cung cấp thông tin cho khách thường được tính toán và cân đối trong việc đánh giá đối tượng và trình độ cũng như mục đích tham quan và thời gian thực hiện chương trình của họ để có thể tạo ra chất lượng trong trải nghiệm của người khách tham quan.

Thuyết minh viên du lịch cần lưu ý về các tiêu chuẩn và các giá trị được công nhận trong khu di sản khi giới thiệu với du khách.

Thuyết minh viên du lịch cần phải có kỹ năng sử dụng các phương tiện hỗ trợ đặc dụng trong khu vực tác nghiệp để tạo nên hiệu quả tốt cho nội dung thuyết minh.

Về cách thức thực hiện: thuyết minh viên du lịch cần biết cách lập kế hoạch trước để khắc phục được những hạn chế trong khu di sản. Yếu tố quan trọng là cần hết sức chủ động và linh hoạt trong việc tạo ảnh hưởng đến hành vi và cảm nhận của du khách. Điều này cần được thực hiện một cách khéo léo, tế nhị. Gợi mở cho du khách những yếu tố hấp dẫn và có giá trị cao khi tham quan khu di sản bằng cách giao lưu, lôi kéo sự tham gia của du khách. Trên cơ sở đó có thể giới thiệu thêm về các giá trị khác và những điểm mới lạ trong khu vực. Phương pháp thuyết minh thường được sử dụng ở đây là giới thiệu, miêu tả minh họa, bình luận và so sánh, đôi khi có kết hợp tức cảnh sinh tình.

Các điểm di tích tự nhiên

Các điểm di tích tự nhiên thường có sự kết hợp giữa các giá trị văn hóa, lịch sử với cảnh quan tự nhiên trong khu vực. Điểm tham quan này về cơ bản có lợi thế về sự kết hợp đan xen giữa các yếu tố nhân văn và môi trường tự nhiên nên sẽ không làm cho khách du lịch cảm thấy nhàm chán. Tuy nhiên, đây cũng là một thách thức không nhỏ đối với thuyết minh viên du lịch khi muốn họ tập trung vào một đối tượng tham quan cụ thể trong thời gian dài. Các đối tượng xung quanh sẽ có sức ảnh hưởng và chi phối khá lớn trong quá trình thực hiện chương trình tham quan.

Nhìn chung, khi thực hiện chương trình, thuyết minh viên du lịch cần lưu ý:

Về nội dung: Thuyết minh viên du lịch cần chuẩn bị về các thông tin sự kiện, nhân vật... có liên quan đến các di tích trong khu vực. Bên cạnh đó, các thông tin về tài nguyên tự nhiên trong khu vực cũng là một yêu cầu không thể thiếu.

Về việc di chuyển và lựa chọn vị trí: thông thường ở những điểm du lịch tự nhiên, các yếu tố thời tiết và địa mạo trong khu vực sẽ ảnh hưởng rất nhiều. Các thuyết minh viên du lịch cần có những nhắc nhở cần thiết về đặc điểm môi trường có liên quan tới sự an toàn của du khách. Quá trình di chuyển cũng hết sức lưu ý tốc độ và phạm vi di chuyển để đảm bảo an toàn và sức khỏe cho du khách khi tham gia.

Về cách thức thực hiện: Thuyết minh viên du lịch cần căn cứ trên đặc điểm của du khách để lựa chọn tuyến tham quan phù hợp. Lưu ý tới việc quản lý đoàn trong quá trình di chuyển. Có sự chuẩn bị hợp lý về các kiến thức y học cũng như dụng cụ sơ cấp cứu thông thường đối với những sự cố thường gặp trong quá trình tác nghiệp. Phương pháp thuyết minh chủ yếu được sử dụng là miêu tả, kể chuyện, bình luận và phân đoạn.

Các khu bảo tồn thiên nhiên

Tính tới thời điểm hiện nay, Việt Nam có rất nhiều khu bảo tồn thiên nhiên bao gồm các loại hình: Vườn quốc gia, khu dự trữ thiên nhiên, khu bảo tồn loài - sinh cảnh, và khu bảo vệ cảnh quan.... Một phần không nhỏ trong những khu vực này đã và đang được đưa vào khai thác du lịch, hàng năm thu hút hàng triệu lượt khách tham quan. Một đặc trưng lớn nhất đối với hoạt động du lịch trong khu vực này là phần lớn các loại hình du lịch triển khai ở đây là loại hình gắn với thiên nhiên như du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch cộng đồng. Các thuyết minh viên du lịch làm việc trong khu vực này cũng có những yêu cầu đòi hỏi đặc thù, phù hợp với môi trường và khu vực tác nghiệp.

Điều dễ nhận thấy nhất đối với các thuyết minh viên du lịch ở đây là họ thường là những người làm công tác kiêm nhiệm, có thể là cơ quan nghiên cứu, hoặc cũng có thể là các cán bộ kiểm lâm, bảo vệ trong khu vực, hoặc những bộ phận khách kiêm nhiệm thuyết minh viên du lịch. Tất yếu, họ có lòng nhiệt tình, say mê công việc và yêu quý điểm du lịch như ngôi nhà thứ hai của mình. Tuy nhiên, điểm yếu mà những thuyết minh viên du lịch này thường đề cập tới đó là họ chỉ làm dựa trên những kinh nghiệm của bản thân mà thực sự chưa qua đào tạo một cách bài bản đối với lĩnh vực thuyết minh du lịch. Điều đó hạn chế phần nào đối với công việc và đặc biệt là việc tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp trong hoạt động du lịch tại khu vực. Mặt khác, một trong những yêu cầu đối với các loại hình du lịch trong khu vực đó là các hoạt động ngoài trời. Về lĩnh vực này, vẫn có một khoảng cách nhất định giữa việc cung cấp dịch vụ dành cho du khách trong và ngoài nước. Song cũng có những nơi đã có được những kết quả tương đối khả quan trong quá trình tham gia hoạt động kinh doanh du lịch.

Về cơ bản, thuyết minh du lịch trong khu vực bảo tồn thiên nhiên có những đặc điểm và yêu cầu sau:

Về thông tin: thuyết minh viên du lịch phải có được những thông tin có liên quan tới lĩnh vực tự nhiên, đặc biệt là các giá trị nổi bật trong khu vực (hệ thống động thực vật, hệ sinh thái...) và các lĩnh vực bảo tồn thiên nhiên. Điều này giúp cho việc cung cấp thông tin cho du khách nhưng đồng thời cũng có những tác động nhất định đối với ý thức bảo tồn, bảo vệ điểm tham quan, nơi họ đến thông qua các thông điệp, các trò chơi, các hoạt động được tổ chức trong chương trình.

Người thuyết minh du lịch phải có những kỹ năng sống trong các điều kiện hoang dã với điều kiện trong khu vực và phải có những kiến thức y tế cần thiết để có thể đưa ra những tư vấn thích hợp cho du khách trong quá trình tham quan và để xử lý trong trường hợp xảy ra sự cố.

Về cách thức tiến hành: người thuyết minh du lịch cần lưu ý lựa chọn tuyến hành trình phù hợp với đối tượng khách tham gia. Ngoài thuyết minh, thuyết minh viên du lịch có thể tổ chức các hoạt động và trò chơi cho khách để thúc đẩy quá trình tự tìm hiểu của du khách và tạo ra sự thích thú chương trình thông qua việc trực tiếp tham gia.

Điểm thu hút du khách đến tham quan các khu bảo tồn thiên nhiên đó là sự hòa mình với tự nhiên và sự mạo hiểm. Họ muốn có được sự khám phá, tìm hiểu các giá trị tự nhiên, đồng thời cũng muốn vượt qua chính bản thân trong những điều kiện khác nhau. Vì thế, thuyết minh viên du lịch nên cố gắng tạo cơ hội và cung cấp những thông tin cần thiết để du khách có được những trải nghiệm có giá trị với bản thân họ, giúp họ nhìn thấy ý nghĩa của việc làm đó đối với nỗ lực bảo tồn các giá trị tự nhiên và nhân văn tại nơi mà họ đến thăm nhằm tăng thêm ý nghĩa của chuyến đi.

Thuyết minh du lịch là một nghiệp vụ đòi hỏi thuyết minh viên du lịch cần phải có kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp. Điều này vẫn luôn được coi là yếu tố quan trọng, cần thiết trong mỗi lần thực hiện nhiệm vụ của họ tại điểm du lịch. Mặc dù công việc đôi khi sẽ làm cho họ cảm thấy nhàm chán do tính chất lặp đi, lặp lại của một quy trình làm việc song nắm bắt được kỹ năng, đưa kỹ năng trở thành tri thức của bản thân, mỗi thuyết minh viên du lịch sẽ ngày một tự tin hơn và có thể tìm được cảm hứng, sự khác biệt khi tiếp xúc với những đoàn khách tham quan, giúp du khách có được những hiểu biết và tình cảm đối với điểm tham quan và khu vực mà họ tới thăm. Bản thân mỗi thuyết minh viên cũng sẽ cảm thấy hoàn thiện hơn sau mỗi lần thuyết minh du lịch cho các đoàn khách.

Hướng dẫn học tập:

Phương pháp học: Để học tốt chương này, học viên cần tự trang bị cho bản thân những kiến thức cơ bản về văn hóa, lịch sử, kinh tế chính trị của Việt Nam, chuẩn bị các kiến thức về khu, tuyến, điểm du lịch và các kiến thức liên quan, đi thực tế tại các khu, tuyến, điểm du lịch để học tập kinh nghiệm thuyết minh hướng dẫn và tham dự đầy đủ các buổi học, buổi thảo luận về các vấn đề nghiên cứu ở trên lớp và tại điểm du lịch theo yêu cầu của giáo viên.

Câu hỏi thảo luận

Anh (chị) hãy trình bày khái niệm thuyết minh viên du lịch. So sánh công việc của thuyết minh viên du lịch và hướng dẫn viên.

Anh (chị) hãy trình bày về vai trò, nhiệm vụ và yêu cầu của thuyết minh viên du lịch.

Anh (chị) hãy nêu các phương pháp thuyết minh.

Anh (chị) hãy trình bày quy trình làm việc của thuyết minh viên du lịch

Anh (chị) hãy trình bày những đặc điểm của công tác thuyết minh hướng dẫn tại một số khu vực đặc trưng mà anh (chị) biết.

Bài tập:

1. Anh/chị hãy xem một đoạn băng về một thuyết minh viên du lịch tại điểm, sau đó nêu nhận xét của mình và rút ra kinh nghiệm cho bản thân.

Anh chị sẽ đón một đoàn khách về tham quan điểm du lịch của mình. Hãy thực hiện quy trình làm việc của thuyết minh viên du lịch để tạo ấn tượng tốt nhất. Đoàn khách:

đại biểu cấp cao của thành phố

Gia đình có con nhỏ

Học sinh, sinh viên trong tour tìm hiểu về chủ đề...

Tài liệu tham khảo của chương:

Jeane S Klender, ***Coach full of fun***, , Shoreline Creation Publisher, 1995

Judy Vagartoth, ***Package tours and tour escorting***, Lecture note, Khoa du lịch - Viện đại học Mở Hà Nội, 2001.

Pat Yale, ***The business of tour operation***, National Training Board, Prentice Hall Internations Edition, 1995.

Jan Van Harssel, ***Tourism: An exploration***, Third edition, Prentice Hall Internations Edition, 1994.

Tour guiding, Course guide, Commonwealth of Learning (COL), Virtual University for the Small States of the Commonwealth, Canada

Đề tài NCKH cấp Bộ: ***Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển đội ngũ thuyết minh viên du lịch du lịch Việt Nam***, Vụ lễ hành, Tổng cục du lịch, 2010.

Bộ tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam VTOS nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, Tổng cục du lịch Việt nam, 2008

Tài liệu đào tạo hướng dẫn viên di sản, UNESCO, 2007.

Chương 7

THỰC HÀNH NGHIỆP VỤ THUYẾT MINH DU LỊCH

MỤC TIÊU:

Sau khi nghiên cứu chương này, học viên có thể:

- Xác định được những kỹ năng thuyết minh du lịch cơ bản;
- Thực hiện được các bước trong quy trình thuyết minh du lịch tại điểm;
- Thực hiện được các kỹ năng và phương pháp thuyết minh du lịch tại điểm;
- Thể hiện cách ứng xử đúng mực trong quá trình tác nghiệp;
- Biết cách tạo ấn tượng tốt đối với du khách trong quá trình thuyết minh du lịch.

BÀI THỰC HÀNH SỐ 1

TẠO ẢN TƯỢNG BAN ĐẦU

Mục tiêu : *Sau khi học xong bài này, học viên có thể:*

Thực hiện được các bước cơ bản khi đón và làm quen với đoàn khách;
Xác lập được những quy ước cơ bản cùng với đoàn áp dụng trong chuyến tham quan;
Cung cấp những thông tin tổng quát về chương trình tham quan.

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Thuyết minh viên du lịch giới thiệu về mình lần đầu tiên trước đoàn khách, làm quen với đoàn và giới thiệu những vấn đề có liên quan trong chương trình tham quan. Đây chính là ấn tượng đầu tiên và sẽ được lưu giữ lâu nhất trong tâm trí của du khách về thuyết minh viên du lịch của họ. Khi thực hiện công việc này, thuyết minh viên du lịch nên lưu ý đưa ra những lời khuyên cần thiết, những quy định chung nhất cho đoàn khách khi họ đến với khu vực địa phương để đảm bảo có được một chuyến tham quan vui vẻ và thoải mái cho cả đoàn khách và cả thuyết minh viên du lịch.

Những điểm cần lưu ý khi thực hành:

Chào hỏi

Thái độ của thuyết minh viên du lịch

Giới thiệu bản thân (tên, nếu có thể nên giới thiệu sơ qua về công việc và công ty của mình)

Giới thiệu chương trình tham quan (các nội dung chính và chương trình hoạt động, nên có lịch trình cụ thể)

Một số quy định khi khách đến điểm tham quan

Quy định điểm và giờ hẹn đón khách

Những thông tin cần thiết cho đoàn: nhà vệ sinh, khu bán hàng lưu niệm, những lưu ý khi có yêu cầu đặc biệt....

Giải đáp thắc mắc.

Giới thiệu chung về điểm đến.

Hướng dẫn thực hiện:

Chia lớp thành các nhóm (5 - 7 học viên/nhóm)

Học viên chuẩn bị phần giới thiệu làm quen với đoàn khách và thực hiện phần này ở trên lớp với nhiều đoàn khách có tính chất khác nhau.

Phần này có thể thực hiện ở trên lớp hoặc thực hành tại điểm.

Đánh giá chéo. Cuối giờ, giáo viên có thể mời 2 - 3 học viên trong 01 nhóm để chấm điểm và nhận xét. Sử dụng bảng đánh giá số 01

Yêu cầu: Học viên thực hành nghiêm túc, có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian.

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 1

Họ và tên :

Ngày thực hành:

Nhóm :

Điểm

/10

Chào hỏi

Thái độ của thuyết minh viên

Giới thiệu bản thân (tên, nếu có thể nên giới thiệu sơ qua về công việc và công ty của mình)

Giới thiệu chương trình tham quan (các nội dung chính và chương trình hoạt động, nên có lịch trình cụ thể)

- Một số quy định khi khách đến điểm tham quan

- Quy định điểm hẹn đón khách

Điểm

/10

Những thông tin cần thiết cho đoàn: nhà vệ sinh, khu bán hàng lưu niệm, những lưu ý khi có yêu cầu đặc biệt....

Giải đáp thắc mắc.

Giới thiệu chung về điểm đến

Nhận xét chung:

BÀI THỰC HÀNH SỐ 2

GIAO TIẾP TRONG HƯỚNG DẪN DU LỊCH

Mục tiêu: *Sau khi học xong bài này, học viên có thể*

Thực hiện được những cử chỉ, tư thế phù hợp trong quá trình thuyết minh hướng dẫn;

Biết cách thể hiện nét mặt và giao tiếp bằng mắt với du khách trong quá trình hướng dẫn thuyết minh

Thực hành giao tiếp với khách du lịch

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Giao tiếp bằng lời

Ngôn ngữ sử dụng:

Mức độ đa dạng

Từ ngữ sử dụng chính xác, hợp lý và linh hoạt

Phát âm rõ ràng, không nói ngọng, nói lắp

Mức độ sử dụng từ địa phương

Giọng nói

Sự hiểu lầm do không nghe được thuyết minh viên du lịch nói trong quá trình thuyết minh du lịch chính là một trong những lý do dẫn đến sự không thành công trong chương trình tham quan. Thuyết minh viên du lịch không chỉ làm nhiệm vụ nói cho du khách nghe mà quan trọng hơn họ phải cảm nhận được những gì đang được trình bày, giới thiệu. Vì vậy, việc điều chỉnh giọng nói, ngữ điệu, cách phát âm để giúp cho du khách cảm thấy thú vị hơn, bị lôi cuốn hơn về những thông tin mà họ nghe được sẽ duy trì được sự chú ý, tập trung của đoàn khách trong quá trình đi tham quan.

Những điểm cần lưu ý:

Đứng đúng tư thế;

Thở đúng cách để có giọng nói khoẻ, bền;

Nói to để mọi người có thể nghe được nhưng không gây ồn ào tại điểm du lịch;

Nói rõ để mọi người có thể hiểu được;

Thay đổi giọng nói phù hợp nội dung đang thuyết minh và khu vực tác nghiệp.

Giao tiếp không bằng lời

Điều bộ, cử chỉ, nét mặt

Thuyết minh viên du lịch có trách nhiệm cung cấp cho du khách những thông tin mới lạ nhưng thuyết minh viên cũng phải truyền tải tới du khách theo những cách thức thú vị nhất, dễ tiếp cận nhất. Chính vì thế, ngoài nội dung thuyết minh hay, thuyết minh viên du lịch cần thể hiện được một cách sinh động thông qua cử chỉ, điều bộ, ánh mắt, nụ cười ... Nếu thuyết minh viên du lịch quá nghiêm nghị hay quá dễ dãi thì đều làm cho đoàn khách có những cảm nhận không tốt về công việc thuyết minh du lịch.

Những điểm cần lưu ý:

Giao tiếp bằng ánh mắt;

Thể hiện trên nét mặt phù hợp với nội dung đang nói;

Cử chỉ hành động, sự di chuyển hợp lý;

Tư thế đứng trong quá trình hướng dẫn;

Lựa chọn vị trí của đoàn khách và hướng dẫn.

Hướng dẫn thực hiện:

Chia lớp thành các nhóm (8 - 10 học viên/nhóm). Mỗi nhóm được phân công với một đoàn khách có đặc điểm khác nhau.

Học viên chuẩn bị phần giới thiệu làm quen với đoàn khách và phần nội dung thuyết minh ngắn về một chủ đề mà mình thích trong điểm du lịch.

Phần này thực hành tại điểm. Mỗi học viên có 10 phút để thể hiện phần chuẩn bị của mình.

Đánh giá chéo. Cuối giờ giáo viên có thể gọi 2 - 3 học viên trong 01 nhóm để chấm điểm và nhận xét. Sử dụng bảng đánh giá số 02

Yêu cầu: Nhóm học viên nghiên cứu và đề xuất lịch trình đi một cách hợp lý để không bị lặp lại về nội dung và điểm dừng

Học viên thực hành nghiêm túc có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian.

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 2

Họ và tên :

Ngày thực hành:

Nhóm :

Điểm

/10

Ngôn ngữ sử dụng:
Mức độ đa dạng
Từ ngữ sử dụng chính xác, hợp lý và linh hoạt
Phát âm rõ ràng, không nói ngọng, nói lắp
Mức độ sử dụng từ địa phương
Sự giao tiếp bằng ánh mắt
Sự thể hiện trên nét mặt ăn khớp với nội dung đang nói
Cử chỉ hành động mô tả
Sự di chuyển hợp lý
Tư thế đứng trong quá trình hướng dẫn
Lựa chọn vị trí của đoàn khách và hướng dẫn

Nhận xét chung:

BÀI THỰC HÀNH SỐ 3

XÂY DỰNG BÀI THUYẾT MINH

Mục tiêu: *Sau khi học xong bài này, học viên có thể:*

- Chuẩn bị được các thông tin cần thiết cho bài thuyết minh;
- Xây dựng được cấu trúc cơ bản của một bài thuyết minh;
- Lựa chọn và cung cấp thông tin phù hợp với đặc điểm của đoàn khách.

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Việc lựa chọn thông tin phù hợp với tất cả các đối tượng khách trong đoàn không phải là chuyện dễ dàng đối với một thuyết minh viên du lịch du lịch. Thêm vào đó, ngay cả khi những nội dung của thuyết minh viên du lịch rất thú vị nhưng lại không được sắp xếp một cách hợp lý thì cũng sẽ làm cho khách hiểu nhầm hoặc không hiểu điều mà thuyết minh viên du lịch muốn nói, và như vậy, vô hình chung điều này đã làm giảm đi sự thú vị của chuyến tham quan và sự chú ý của đoàn khách. Do đó nội dung và cách thức thuyết minh cần được người hướng dẫn quan tâm và luôn trau dồi học tập.

Những điểm cần lưu ý:

- Cách thức sắp xếp thông tin
- Những nội dung hay, thú vị và chưa hay, chưa hấp dẫn
- Những nội dung đặc sắc, những thành phần của bài thuyết minh
- Cách thức chuẩn bị bài thuyết minh

Hướng dẫn thực hiện:

Chia lớp thành các nhóm (8 - 10 học viên/nhóm)

Học viên chuẩn bị phần nội dung thuyết minh ngắn về một chủ đề mà mình thích trong điểm du lịch. Phần này thực hành trên lớp. Mỗi học viên có 10 phút để thể hiện phần chuẩn bị của mình trước nhóm.

Lập bảng đánh giá nội dung trong nhóm, đánh giá chéo. Cuối giờ giáo viên có thể gọi 2-3 học viên trong 01 nhóm để chấm điểm và nhận xét. Sử dụng bảng đánh giá số 03

Yêu cầu: Nhóm học viên đăng ký nội dung trình bày để đảm bảo thời gian và không bị trùng nội dung. Các nhóm chuẩn bị giấy khổ to (A0) để lập bảng đánh giá thông tin. Sử dụng bảng đánh giá số 03

Học viên thực hành nghiêm túc có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 3

Họ và tên :

Ngày thực hành:

Nhóm :

Điểm

/10

Cách thức sắp xếp thông tin theo thứ tự (thời gian, logic...)

Cấu trúc bài thuyết minh

Những nội dung hay, thú vị

Những nội dung chưa phù hợp

Những nội dung trọng tâm của bài thuyết minh

Những nội dung thông tin bổ sung

Nhận xét chung:

BÀI THỰC HÀNH SỐ 4

THUYẾT MINH TẠI ĐIỂM

Mục tiêu: *Sau khi học xong bài này, học viên có thể*

Thực hiện được nội dung thuyết minh hướng dẫn tại điểm đã chuẩn bị;
Kết hợp phần giao tiếp bằng lời và không bằng lời trong quá trình thuyết minh hướng dẫn;
Quản lý thời gian theo yêu cầu dựa trên đặc điểm của đoàn khách.

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Việc thực hành được đánh giá trực tiếp dựa trên những nội dung công việc thực hiện. Học viên sẽ được yêu cầu đóng vai là du khách và là thuyết minh viên du lịch tại điểm. Trên cơ sở đó đưa ra những nhận xét, đánh giá cụ thể của mình. Điều này sẽ được sử dụng để làm căn cứ thảo luận trên lớp.

Những điểm cần lưu ý:

Tác phong

Phương pháp

Nội dung

Kết cấu bài thuyết minh

Cách trình bày, thể hiện

Những nội dung đặc sắc, yếu tố thu hút

Quản lý thời gian

Câu hỏi và trả lời

Ấn tượng chung

Hướng dẫn thực hiện:

Thực hành theo nhóm đã thảo luận trong bài thực hành số 3 theo những nội dung đã chuẩn bị

Giáo viên chấm điểm tất cả các thành viên trong nhóm. Sử dụng bảng đánh giá số 03

Yêu cầu: học viên điều chỉnh và sửa lại những nội dung đã thảo luận trong bài 3 để hoàn chỉnh và thể hiện trong phần thực hành. Thời gian 10 phút/học viên

Học viên thực hành nghiêm túc có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 4

Họ và tên :

Ngày thực hành:

Nhóm :

Điểm

/10

Tác phong
Phương pháp
Nội dung
Kết cấu bài thuyết minh
Cách trình bày, thể hiện
Những nội dung đặc sắc, yếu tố thu hút
Quản lý thời gian
Câu hỏi và trả lời
Ấn tượng chung

Nhận xét chung:

BÀI THỰC HÀNH SỐ 5

QUẢN LÝ ĐOÀN VÀ TRẢ LỜI CÂU HỎI

Mục tiêu: *Sau khi học xong bài này, học viên có thể*

Thực hiện được một chương trình tham quan hoàn chỉnh;
Kết hợp trả lời câu hỏi và giải quyết tình huống tại điểm;
Quản lý thời gian theo yêu cầu dựa trên đặc điểm của đoàn khách.

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Quản lý nhóm

Đảm bảo an toàn cho đoàn khách là trách nhiệm của thuyết minh viên du lịch. Nếu có bất cứ sự cố gì xảy ra dù lớn hay nhỏ, thuyết minh viên du lịch đều phải giải quyết. Để tránh được rắc rối và đảm bảo đoàn khách có được một chuyến đi thú vị, thuyết minh viên du lịch phải có khả năng kiểm soát và quản lý đoàn. Điều đó có nghĩa là đoàn khách có thể nhìn, nghe được những điều họ muốn và họ hoàn toàn yên tâm trong chuyến tham quan. Chính vì vậy, họ có thể giữ được sự yêu thích và chú ý mỗi khi thuyết minh viên lên tiếng.

Những điểm cần lưu ý:

Nhắc lại những vấn đề có liên quan tới sự an toàn của khách tại điểm du lịch
(sang đường, hè phố, các vật dụng tư trang...)
Sử dụng phương pháp dùng dấu hiệu riêng để hướng dẫn đoàn
Có thể có một vài quy định trong nội bộ đoàn trong quá trình thực hiện
chương trình tham quan, vận dụng cách nói hài hước để khách không cảm
thấy bị gò bó mà vẫn tuân thủ
Dự tính và chuẩn bị phương án cho những tình huống có thể xảy ra
Luôn theo dõi và quan sát phản ứng và tâm lý của đoàn khách
Lựa chọn vị trí đứng để đoàn khách có thể dễ dàng nhìn thấy
Nói to rõ ràng để đoàn khách luôn nghe thấy thuyết minh viên du lịch.

Giải quyết vấn đề

Trong hầu hết các chương trình tham quan, vấn đề xảy ra là điều hết sức hiển nhiên, không có chuyến đi nào là hoàn hảo. Vấn đề xảy ra có thể do sự sơ suất của thuyết minh viên du lịch, cũng có thể do du khách. Trong nhiều trường hợp, thuyết minh viên du lịch vẫn duy trì được sự kiểm soát nhưng cũng có những lúc nó trở nên hết sức phức tạp.

Những điểm cần lưu ý:

Các loại vấn đề có thể nảy sinh

Phòng tránh

Cách giải quyết

Một số vấn đề thường gặp trong quá trình thuyết minh du lịch tại điểm

Các loại vấn đề	Cách tránh	Cách giải quyết
Sự tẻ nhạt, buồn chán		
Thái độ không đúng mực		
Câu hỏi		
Phàn nàn		
Thời tiết xấu		
Khách không tuân thủ quy định của điểm du lịch		
Quản lý thời gian		
Khách quá đông trong khu vực		
Khách có sự cố		

Hướng dẫn thực hiện:

Thực hành theo nhóm đã thảo luận trong bài thực hành số 3 theo những nội dung đã chuẩn bị.

Giáo viên chấm điểm tất cả các thành viên trong nhóm. Sử dụng bảng đánh giá số 05.

Yêu cầu: học viên lựa chọn 01 nội dung đã được chuẩn bị trong những phần thực hành trước (lưu ý khả năng kết hợp trong quá trình hướng dẫn) và tiến hành thực hiện trước nhóm. Thời gian 15 phút/ học viên. Giáo viên chuẩn bị sẵn một tình huống yêu cầu học viên xử lý.

Học viên thực hành nghiêm túc có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian.

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 5 MAU CHAM DIEM BAI THUC HANH SO 2	
Họ và tên : Ngày thực hành: Nhóm :	Điểm /10
Nhắc lại những vấn đề có liên quan tới sự an toàn của khách tại điểm du lịch (sang đường, hè phố, các vật dụng tư trang, những lưu ý trong khu vực...) Sử dụng phương pháp dùng dấu hiệu riêng để hướng dẫn đoàn Có thể có một vài qui định trong nội bộ đoàn trong quá trình đi chương trình tham quan, Vận dụng cách nói hài hước để khách không cảm thấy bị gò bó mà vẫn tuân thủ Dự tính và chuẩn bị phương án cho những tình huống có thể xảy ra Luôn theo dõi và quan sát phản ứng và tâm lý của đoàn khách Lựa chọn vị trí đứng để đoàn khách có thể dễ dàng nhìn thấy Giải quyết vấn đề phát sinh	
Nhận xét chung:	

BÀI THỰC HÀNH SỐ 6

TẠO ẤN TƯỢNG KHI KẾT THÚC CHƯƠNG TRÌNH

Mục tiêu: Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

Thực hiện được các bước cơ bản khi kết thúc chương trình tham quan;

Thực hiện nhiệm vụ tư vấn khu vực theo yêu cầu của đoàn;

Kết thúc chương trình tham.

NỘI DUNG THỰC HÀNH

Kết thúc chương trình

Phần kết thúc chương trình tham quan chính là ấn tượng cuối cùng mà du khách lưu giữ về thuyết minh viên du lịch tại điểm. Điều đó sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ ấn tượng và trí nhớ của du khách về chuyến đi và "vị đại sứ" của điểm đến. Một kết thúc tốt sẽ giúp cho việc duy trì sự liên tục trong phần thuyết minh giữa các nội dung khác nhau, đồng thời nó cũng giúp tạo cơ hội cho sự giao lưu, trao đổi thông tin giữa du khách và thuyết minh viên du lịch thông qua các câu hỏi mà họ có thể đặt ra. Kết thúc chương trình tham quan ấn tượng sẽ mở ra mối quan hệ tốt đẹp giữa du khách và thuyết minh viên du lịch tại điểm.

Những điểm cần lưu ý:

Kết thúc một nội dung thuyết minh

Tóm tắt những điểm chính trong nội dung thuyết minh

Giải đáp thắc mắc nếu có

Giới thiệu vắn tắt nội dung tiếp sau và hướng dẫn đoàn khách di chuyển tới địa điểm tiếp theo.

Nhắc nhở những điểm khách cần lưu ý khi đi tới điểm du lịch tiếp theo.

Kết thúc chuyển chương trình tham quan:

Những điểm cần lưu ý:

Lựa chọn vị trí kết thúc chương trình tham quan thuận tiện, thông thường tại điểm xuất phát

Kiểm tra số lượng khách

Cảm ơn khách đã tham gia chương trình và trả lời câu hỏi nếu có

Hướng dẫn khách chỗ mua quà lưu niệm, chỗ nghỉ ngơi, vệ sinh...

Gợi ý một số hoạt động khách có thể tham gia tại khu vực

Luôn thể hiện sự sẵn sàng giúp đỡ khách nếu họ cần

Kết thúc chương trình tham quan với ấn tượng tốt

Tạm biệt.

Hướng dẫn thực hiện:

Thực hành theo nhóm đã thảo luận trong bài thực hành số 3 theo những nội dung đã chuẩn bị.

Giáo viên chấm điểm tất cả các thành viên trong nhóm. Sử dụng bảng đánh giá số 06.

Yêu cầu: học viên lựa chọn ít nhất 02 nội dung đã được chuẩn bị trong những phần thực hành trước (lưu ý khả năng kết hợp trong quá trình hướng dẫn) và tiến hành thực hiện trước nhóm. Thời gian 15 phút/ học viên. Giáo viên chuẩn bị sẵn một tình huống yêu cầu học viên xử lý.

Học viên thực hành 2 nội dung: kết thúc 1 chủ đề và kết thúc chương trình tham quan và tiễn khách.

Học viên thực hành nghiêm túc có sự đánh giá của những người trong nhóm và có nhận xét của giáo viên. Lưu ý quản lý thời gian.

MẪU CHẤM ĐIỂM BÀI THỰC HÀNH SỐ 6

Họ và tên :

Ngày thực hành:

Nhóm :

Điểm

/10

Kết thúc một nội dung thuyết minh

Tóm tắt những điểm chính trong nội dung thuyết minh

Giải đáp thắc mắc nếu có

Giới thiệu vắn tắt nội dung tiếp sau và hướng dẫn đoàn khách di chuyển tới địa điểm tiếp theo

Nhắc nhở những điểm khách cần lưu ý khi đi tới điểm du lịch tiếp theo

Kết thúc chuyến chương trình tham quan:

Lựa chọn vị trí kết thúc chương trình tham quan thuận tiện, thông thường tại điểm xuất phát

Kiểm tra số khách

Cảm ơn khách đã tham gia chương trình và trả lời câu hỏi nếu có

Hướng dẫn khách chỗ mua quà lưu niệm, chỗ nghỉ ngơi, vệ sinh...

Gợi ý một số hoạt động mà khách có thể tham gia tại khu vực

Luôn thể hiện sự sẵn sàng giúp khách nếu họ cần

Kết thúc chương trình tham quan với thái độ tích cực

Tạm biệt

Nhận xét chung:

MẪU PHIẾU TỰ ĐÁNH GIÁ THỰC HÀNH

HỌ VÀ TÊN: _____ NHÓM: _____
NGÀY: _____ ĐIỂM DU LỊCH: _____

1. Phần giới thiệu	/10
---------------------------------	------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

2. Phần nội dung thuyết minh	/10
---	------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

3. Kết thúc 1 nội dung thuyết minh	/5
---	-----------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

4. Kết thúc chuyến tham quan	/10
---	------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

5. Tác phong thuyết minh.....	/15
--------------------------------------	------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

6. Sự hài học, tính chủ động	/5
---	-----------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

...7. Cử chỉ, điệu bộ.....	/10
-----------------------------------	-----------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

8. Giao tiếp bằng mắt	/5
------------------------------------	-----------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

9. Quản lý nhóm.....	/15
-----------------------------	------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

10. Khả năng linh hoạt và giải quyết vấn đề	.../10
--	---------------

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

Quản lý thời gian.....	/5
-------------------------------	-----------

- ☐
- ☐
- ☐

Lỗi phát âm - /5

Tổng điểm.....	/100
-----------------------	-------------

TÀI LIỆU THAM KHẢO CỦA GIÁO TRÌNH

Tài liệu tiếng Việt

Nguyễn Thị Thanh Bình - Dana Healy, ***Các khía cạnh văn hóa Việt Nam***, NXB Thế Giới, 2006.

Vũ Thế Bình, ***Non nước Việt Nam***, NXB Lao động - Xã hội, 2012.

Phan Kế Bính, ***Việt Nam phong tục***, NXB Văn Học, 2005.

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Quy hoạch Tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, NXB Lao động, 2012.

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, 2012.

Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa, Giáo trình ***Kinh tế du lịch***, NXB Lao động - Xã hội, 2008.

Trần Thị Minh Đức (chủ biên), ***Tâm lý học đại cương***, NXB Giáo Dục Hà Nội, 1996.

Vũ Đức Minh, Giáo trình ***Tổng quan Du lịch***, NXB Thống kê, 2008.

Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình, ***Kinh tế du lịch và Du lịch học***, NXB Trẻ, 2001.

Lưu Văn Nghiêm, ***Marketing dịch vụ***, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2008.

VIỆT NAM Đất nước - Con người, NXB Chính trị quốc gia, 2010.

Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 và văn bản hướng dẫn thi hành, NXB Chính trị Quốc gia, 2010.

Nguyễn Đình Phan, Giáo trình ***Quản lý chất lượng trong các tổ chức***, NXB Lao động xã hội, 2005.

Trần Đức Thanh, ***Nhập môn khoa học du lịch***, NXB Đại học Quốc gia, 2003.

Trần Ngọc Thêm, ***Cơ sở Văn hóa Việt Nam***, NXB Giáo Dục, 1999.

Bùi Thanh Thủy, ***Nghệ thuật hướng dẫn du lịch***, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2009.

Bộ tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam VTOS nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, Tổng cục du lịch Việt nam, 2008.

Tổng cục Du lịch, Hội đồng Biên soạn giáo trình cơ sở ngành du lịch, **Giáo trình Tổng quan cơ sở lưu trú du lịch**, NXB Lao động - Xã hội, 2008.

Nguyễn Minh Tuệ, **Địa lý du lịch Việt Nam**, NXB Giáo dục Việt Nam, 2010.

Vụ lữ hành, Tổng cục du lịch, Đề tài nghiên cứu cấp Bộ: **Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển đội ngũ thuyết minh viên du lịch du lịch Việt Nam**, 2010.

Tài liệu đào tạo hướng dẫn viên di sản, UNESCO, 2007.

Trần Quốc Vượng (chủ biên), **Cơ sở văn hóa Việt Nam**, NXB Giáo Dục 2009.

Tài liệu tiếng Anh

Josh Gibson và Fynn Walker, **“The Art of Active Listening: How to Double Your Communication Skills in 30 Days”**, Kindle Edition.

Jan Van Harssel, **Tourism: An exploration**, Third edition, Prentice Hall Internations Edition, 1994.

Robert.W Mc. Instosh, Charler R Goelder, JB. Brent Ritchie, **Tourism: principles, practices, philosophies**, 1995.

Jeane S Klender, **Coach full of fun**, Shoreline Creation Publisher, 1995

Andrew Lockwood, Micheal Baker & Andrew Ghilyer, **Quality management in hospitality**, Cassel, 1996.

Peter Mason, **Tourism impacts, planning and management**, 2008

Judy Vagartoth, **Package tours and tour escorting**, Lecture note, Khoa du lịch - Viện đại học Mở Hà Nội, 2001.

John T. Warren and Deanna L. Fassett, **“Communication: A Critical/Cultural Introduction”**, SAGE Publications Inc.

Pat Yale, **The business of tour operation**, National Training Board, Prentice Hall Internations Edition, 1995.

Phụ lục 1

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT

I. TÊN MÔN HỌC: NGHIỆP VỤ THUYẾT MINH

CHO THUYẾT MINH VIÊN DU LỊCH

II. THỜI LƯỢNG: 170 tiết

ĐỐI TƯỢNG: các thuyết minh viên du lịch tại các khu du lịch, điểm du lịch, danh thắng, di tích văn hóa - lịch sử, bảo tàng tại các địa phương trên toàn quốc.

IV. PHÂN BỐ THỜI GIAN:

Môn học Nghiệp vụ Thuyết minh cho Thuyết minh viên du lịch Du lịch được trình bày thành 6 chương với thời gian phân bố như sau:

Chương	Nội dung	Số tiết			Số tiết tự học tối thiểu
		Tổng	Giảng bài	Thảo luận, bài tập, thực hành	
I	Kiến thức chung về lịch sử, văn hóa và tình hình kinh tế xã hội Việt Nam	5	3	2	10
II	Hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản điều chỉnh ngành Du lịch	6	4	2	10
III	Kiến thức cơ sở ngành	11	6	5	10
IV	Kiến thức chung về điểm du lịch	35	15	20	50
V	Tâm lý du khách và kỹ năng giao tiếp	21	12	09	20
VI	Các vấn đề lý thuyết về nghiệp vụ thuyết minh	42	30	12	30
VII	Thực hành tổng hợp cuối khoá	50	10	40	40
Tổng cộng		170	80	90	170

Trong đó: 1 tiết = 55 phút.

V. MỤC ĐÍCH: Giáo trình được thiết kế nhằm:

Hệ thống lại cho học viên khối kiến thức cơ bản về địa lý, lịch sử, văn hóa, kinh tế - xã hội, chính trị của Việt Nam.

Giúp học viên có khả năng liên hệ, vận dụng các khối kiến thức cơ bản vào việc thuyết minh tại điểm du lịch được phân công.

Bổ sung tiêu chuẩn cơ bản về kiến thức du lịch và nghiệp vụ thuyết minh viên du lịch tại điểm cho học viên.

VI. MỤC TIÊU MÔN HỌC

Kết thúc môn học này, học viên phải đạt được các mục tiêu sau:

Về kiến thức:

Hệ thống được những kiến thức cơ bản về lịch sử, văn hoá và tình hình kinh tế xã hội Việt Nam, hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản điều chỉnh ngành Du lịch để phục vụ cho công tác thuyết minh du lịch.

Hiểu được các khái niệm cơ bản về Du lịch, dịch vụ và chất lượng dịch vụ Du lịch

Khái quát được các kiến thức về điểm Du lịch được phân công thuyết minh.

Tổng quát được các vấn đề lý thuyết về nghiệp vụ thuyết minh.

Về kỹ năng:

Có khả năng giao tiếp, ứng xử và giải quyết các tình huống phổ biến của một thuyết minh viên du lịch chuyên nghiệp.

Xác định các bước thực hiện trong quy trình thuyết minh từ khi bắt đầu đến kết thúc chương trình tham quan tại điểm.

Thực hiện được các kỹ năng cơ bản trong nghiệp vụ thuyết minh.

Giải quyết được một số vấn đề thường gặp trong các chương trình tham quan tại điểm.

Tự đánh giá được việc thực hiện kỹ năng thuyết minh.

Về thái độ:

Thấy được ý nghĩa của bộ môn, có thái độ đúng đắn về nghề nghiệp.

Có ý thức trách nhiệm đối với khách du lịch và điểm đến.

Có tinh thần thái độ nghiêm túc khi thực hiện công tác thuyết minh.

VII. NHIỆM VỤ CỦA HỌC VIÊN

Học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học trên lớp, thực hành ngoài trời và làm đầy đủ các bài tập được giao.

Phải nghiên cứu trước giáo trình, đọc tài liệu tham khảo theo sự hướng dẫn của giảng viên; chuẩn bị các ý kiến đề xuất, các câu hỏi khi nghe giảng và thảo luận.

VIII. TÀI LIỆU HỌC TẬP

Tài liệu trong nước

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Quy hoạch Tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, NXB Lao động, 2012.

Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, ***Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030***, 2012.

Koger E.Axtell, ***Cử chỉ, những điều nên làm và nên tránh trong ngôn ngữ cử chỉ khắp thế giới***, NXB Trẻ, 1999.

Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 và văn bản hướng dẫn thi hành, NXB Chính trị Quốc gia, 2010.

Tài liệu nước ngoài

James H. Byrns, ***Speak for yourself-An Introduction to public speaking***, Mc Graw Hill, 1994.

Larry A.Samovar, Richard E.Porter, ***Intercultural communication***, Wadworth Publishing Company, 2000.

IX. TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ HỌC VIÊN

TT	Nội dung đánh giá	Trọng số	Điểm số
1	Dự lớp (chuyên cần, ý thức học tập...)	0,1	Đ1
2	Thảo luận/ thuyết trình trên lớp, bài viết thu hoạch, tiểu luận	0,4	Đ2
3	Bài thi kỹ năng	0,5	Đ3

$$\text{ĐMH} = \text{Đ1} \times 0,1 + \text{Đ2} \times 0,4 + \text{Đ3} \times$$

0,5 Thang điểm đánh giá: 10/10.

X. KẾ HOẠCH TỰ VẤN MÔN HỌC:

Giảng viên: Hỗ trợ tối đa trong phạm vi cho phép để giúp đỡ sinh viên học tập, nghiên cứu

Học viên: Cần có phương pháp học tập chủ động, sáng tạo, biết gắn liền lý thuyết với thực tiễn. Trong quá trình học tập, với sự gợi ý của giáo viên, học viên phải nghiên cứu thêm các nguồn tài liệu có liên quan để chia sẻ kiến thức của mình với các sinh viên khác cùng lớp.

Trang thiết bị cần thiết cho việc giảng dạy: Bảng, phấn hoặc bút viết, Micro, máy tính, máy chiếu, giấy cỡ A₁.

XI. NỘI DUNG CHI TIẾT MÔN HỌC:

Chương 1: Một số vấn đề chung về lịch sử, văn hóa và tình hình kinh tế xã hội Việt Nam

I. Lịch sử Việt Nam

II. Văn hóa Việt Nam

III. Tình hình kinh tế xã hội Việt

Nam 3.1. Thời kỳ trước năm 1975

3.2. Thời kỳ 1976 - 1986

3.2. Thời kỳ 1986 đến nay

Câu hỏi thảo luận

Bài tập

Chương 2: Hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản điều chỉnh ngành

Du lịch I. Hệ thống chính trị và bộ máy Nhà nước Việt Nam

1.1. Đảng Cộng sản Việt Nam

1.2. Hệ thống Nhà nước

1.3. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức thành viên

1.4. Công đoàn

1.5. Các tổ chức chính trị - xã hội khác

II. Quản lý nhà nước về du lịch tại Việt Nam

2.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển

2.2. Pháp luật và công cụ

III. Cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương

3.1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

3.2. Tổng cục Du lịch

3.3. Tổ chức, Văn phòng và Vụ chức năng

3.4. Sơ đồ cơ cấu, tổ chức Bộ máy Quản lý Nhà nước về Du lịch tại Việt Nam

IV. Cơ quan Quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương

4.1. Ủy ban nhân dân tỉnh

4.2. Ủy ban nhân dân huyện

4.3. Ủy ban nhân dân xã

4.4. Nhiệm vụ cụ thể của địa phương

V. Các Hiệp hội Du lịch/ Lữ hành/ Khách sạn

5.1. Hiệp hội Du lịch Việt Nam

5.2. Hiệp hội Lữ hành Việt Nam

5.3. Hiệp hội Khách sạn Việt Nam

VI. Một số văn bản hướng dẫn mang tính đặc thù có liên quan đến hoạt động du lịch.

Hướng dẫn học tập

Câu hỏi thảo luận và bài tập

Chương 3: Kiến thức cơ sở ngành

I. Tổng quan về du lịch

1.1 Du lịch và du khách

1.2 Các tác động của hoạt động du lịch

1.3 Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

1.4 Lao động trong du lịch

II. Dịch vụ du lịch

2.1 Dịch vụ cơ bản trong du lịch

2.2 Dịch vụ bổ sung

2.3 Dịch vụ hỗ trợ

2.4 Chất lượng dịch vụ trong du lịch

2.5 Kiểm tra/ viết thu hoạch cuối chuyên

đề Câu hỏi thảo luận và Bài tập

Chương 4: Kiến thức chung về điểm du lịch

I. Khái quát chung về địa phương và lịch sử phát triển của điểm

1.1 Khái quát chung về địa phương

1.2 Lịch sử phát triển của điểm du lịch

Các đặc điểm cơ bản của điểm du

2.1. Khung giá trị của điểm du lịch

2.2. Các giá trị của điểm du lịch

III. Các giá trị của du lịch thông qua ví dụ một bài thuyết minh

Câu hỏi thảo luận và Bài tập

Chương 5: Tâm lý du khách và kỹ năng giao tiếp

I. Tâm lý du khách

1.1 Đặc điểm Tâm lý khách quốc tế

1.2 Đặc điểm Tâm lý khách nội địa

1.3 Đặc điểm tâm lý khách theo giới tính

1.4 Đặc điểm tâm lý khách theo lứa tuổi

Kỹ năng giao tiếp

2.1 Khái niệm Giao tiếp

2.2 Phân loại

2.3 Các phương pháp giao tiếp

2.4 Giao tiếp không thông qua lời nói

2.5 Giao tiếp bằng lời nói

2.6 Kỹ năng nghe

2.7 Kỹ năng giải quyết tình huống trong giao tiếp

Câu hỏi thảo luận và Bài tập

Chương 6: Các vấn đề lý thuyết về nghiệp vụ thuyết

minh I. Tổng quan về nghiệp vụ thuyết minh du lịch

1.1 Một số khái niệm cơ bản

1.2 Vị trí của hoạt động thuyết minh trong hoạt động hướng dẫn du lịch

1.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thuyết minh du lịch

Quy trình tổ chức hoạt động thuyết minh, hướng dẫn du lịch

4.1 Đón đoàn

4.2 Thực hiện chương trình

4.3 Tiễn đoàn, kết thúc chương trình

III. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ

3.1 Phát âm

3.2 Ngữ điệu

3.3 Tốc độ, âm lượng, dài từ

3.4 Sử dụng từ, câu...

3.5 Thuật ngữ chuyên ngành

IV. Các kỹ năng thuyết minh

4.1 Chuẩn bị trước khi thuyết minh

4.2 Kỹ năng xây dựng và điều chỉnh bài thuyết minh

4.3 Các nguyên tắc và phương pháp khi thuyết minh

4.4 Một số lưu ý khi thuyết minh hướng dẫn tại điểm

Câu hỏi thảo luận và Bài tập

Kiểm tra hết môn học

Chương 7: Thực hành tổng hợp cuối khóa

Kỹ năng đón tiếp và làm quen đoàn khách tại

điểm II. Kỹ năng thuyết minh

III. Kỹ năng Quản lý đoàn khách tại điểm và giải quyết vấn đề tại điểm

IV. Kỹ năng tổng kết chuyên tham quan và tiễn đoàn tại điểm

PHỤ LỤC 2

Bài thuyết minh mẫu. Ví dụ: Thủ đô Hà Nội

Khái quát chung về địa phương

Ví dụ: Thủ đô Hà Nội

Hà Nội là thủ đô của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam, có ngàn năm lịch sử. Với vị trí địa lý và địa thế tự nhiên, Hà Nội đã sớm có một vai trò rất đặc biệt trong sự hình thành và phát triển của dân tộc. Năm 1010, khi dời đô từ Hoa Lư ra thành Đại La (Hà Nội), trong chiếu dời đô của Lý Công Uẩn (vua Lý Thái Tổ) có nói: "Thành Đại La ở trung tâm trời đất, được cái thế rồng cuộn hổ ngồi. Vị trí ở giữa bốn phương: Đông, Tây, Nam, Bắc tiện hình thế núi sông sau trước. Xem khắp nước Việt ta, đó là chỗ đất danh thắng, thật là đô hội trọng yếu để bốn phương xum họp và là đô thành bậc nhất đáng làm Kinh sư cho muôn đời".

Lịch sử của Hà Nội

Hà Nội thuộc đồng bằng sông Hồng trù phú, nơi đây đã sớm trở thành một trung tâm chính trị và tôn giáo ngay từ những buổi đầu của lịch sử Việt Nam. Năm 1010, Lý Công Uẩn, vị vua đầu tiên của nhà Lý, quyết định xây dựng kinh đô mới ở vùng đất này với cái tên Thăng Long. Kinh đô ngày ấy ứng với quận Hoàn Kiếm và một phần của hai quận Đống Đa, Hai Bà Trưng ngày nay.

Trong suốt thời kỳ của các triều đại Lý, Trần, Lê, Mạc, kinh thành Thăng Long là nơi buôn bán, trung tâm văn hóa, giáo dục của cả miền Bắc. Khi Tây Sơn rồi nhà Nguyễn lên nắm quyền trị vì, năm 1802, nhà Nguyễn đã dời đô về Huế, Thăng Long không còn là Kinh đô nữa và ít lâu sau bị đổi gọi là phủ Hoài Đức. Năm 1831, dưới thời vua Minh Mạng có một cuộc cải cách hành chính lớn: xoá bỏ các trấn, thành lập các tỉnh. Từ đó ra đời tỉnh Hà Nội. Sở dĩ có tên gọi này vì tỉnh mới nằm trong (nội) hai con sông (hà) là sông Hồng và sông Đáy, gồm có 4 phủ, 15 huyện. Tỉnh lỵ đặt tại thành Thăng Long cũ, do vậy Thăng Long được gọi là tỉnh thành Hà.

Năm 1902, Hà Nội trở thành thủ đô của Liên bang Đông Dương và được người Pháp xây dựng, quy hoạch lại.

Ngày 2/9/1945, tại quảng trường Ba Đình, Chủ tịch Hồ Chí Minh đọc bản tuyên ngôn độc lập, chính thức khai sinh ra nước Việt Nam Dân chủ Cộng hoà và Hà Nội là thủ đô của đất nước.

Đến năm 1975, với chiến dịch Hồ Chí Minh lịch sử, miền Nam hoàn toàn giải phóng, đất nước thống nhất toàn vẹn. Tháng 7/1976 tại kỳ họp đầu tiên Quốc hội khoá VI, Quốc hội thống nhất quyết định lấy Hà Nội là thủ đô nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Ngày 29 tháng 5 năm 2008, Quốc hội Việt Nam đã thông qua nghị quyết điều chỉnh địa giới hành chính thủ đô Hà Nội và các tỉnh, có hiệu lực từ 1 tháng 8 cùng năm. Theo nghị quyết, toàn bộ tỉnh Hà Tây, huyện Mê Linh của tỉnh Vĩnh Phúc và 4 xã thuộc huyện Lương Sơn, tỉnh Hòa Bình được nhập về Hà Nội. Từ diện tích gần 1.000 km² và dân số khoảng 3,4 triệu người, Hà Nội sau khi mở rộng có diện tích hơn 3.000 km² và dân số hơn 6 triệu người, nằm trong 17 thủ đô lớn nhất thế giới.

Vị trí địa lý

Nằm ở phía tây bắc của vùng đồng bằng châu thổ sông Hồng, Hà Nội có vị trí từ 20°53' đến 21°23' vĩ độ Bắc và 105°44' đến 106°02' kinh độ Đông, tiếp giáp với các tỉnh Thái Nguyên, Vĩnh Phúc ở phía Bắc; Hà Nam, Hòa Bình phía Nam; Bắc Giang, Bắc Ninh và Hưng Yên phía Đông; Hòa Bình và Phú Thọ phía Tây.

Địa hình Hà Nội thấp dần theo hướng từ Bắc xuống Nam và từ Tây sang Đông với độ cao trung bình từ 5 đến 20 mét so với mực nước biển. Nhờ phù sa bồi đắp, ba phần tư diện tích tự nhiên của Hà Nội là đồng bằng, nằm ở hữu ngạn sông Đà, hai bên sông Hồng và chi lưu các con sông khác. Phần diện tích đồi núi phần lớn thuộc các huyện Sóc Sơn, Ba Vì, Quốc Oai, Mỹ Đức, với các đỉnh như Ba Vì cao 1.281 m, Gia Dê 707 m, Chân Chim 462 m, Thanh Lanh 427 m, Thiên Trù 378m,... Khu vực nội thành có một số gò đồi thấp, như gò Đống Đa, núi Nùng.

Sau đợt mở rộng địa giới hành chính vào tháng 8 năm 2008, Hà Nội hiện nay có diện tích 3.324,92 km², gồm một thị xã, 10 quận và 18 huyện ngoại thành và 577 đơn vị hành chính cấp xã - gồm 401 xã, 154 phường và 22 thị trấn.

DANH SÁCH CÁC THỊ XÃ/QUẬN/HUYỆN VÀ DIỆN TÍCH CỦA HÀ NỘI

TT	TÊN THỊ XÃ/QUẬN/HUYỆN	DIỆN TÍCH (KM ²)
10 QUẬN		
1	Quận Ba Đình	9,22
2	Quận Hoàn Kiếm	5,29
3	Quận Tây Hồ	24
4	Quận Long Biên	60,38
5	Quận Cầu Giấy	12,64
6	Quận Đống Đa	9,96
7	Quận Hai Bà Trưng	9,6
8	Quận Hoàng Mai	41,04
9	Quận Thanh Xuân	9,11
10	Quận Hà Đông	47,91
1 THỊ XÃ		
1	Thị xã Sơn Tây	113,47
18 HUYỆN		
1	Huyện Ba Vì	428
2	Huyện Chương Mỹ	232,9
3	Huyện Đan Phượng	76,8
4	Huyện Đông Anh	182,3
5	Huyện Gia Lâm	114
6	Huyện Hoài Đức	95,3
7	Huyện Mê Linh	141,26
8	Huyện Mỹ Đức	230
9	Huyện Phú Xuyên	171,1
10	Huyện Phúc Thọ	113,2
11	Huyện Quốc Oai	147
12	Huyện Sóc Sơn	306,74
13	Huyện Thạch Thất	202,5
14	Huyện Thanh Oai	129,6
15	Huyện Thanh Trì	68,22
16	Huyện Thường Tín	127,7
17	Huyện Từ Liêm	75,32
18	Huyện Ứng Hòa	183,72

Dân số

Các thống kê trong lịch sử cho thấy dân số Hà Nội tăng nhanh trong nửa thế kỷ gần đây. Trong suốt thập niên 1990, cùng việc các khu vực ngoại ô dần được đô thị hóa, dân số Hà Nội tăng đều đặn, đạt con số 2.672.122 người vào năm 1999. Sau đợt mở rộng địa giới gần đây nhất vào tháng 8 năm 2008, thành phố Hà Nội có 6,233 triệu dân và nằm trong 17 thủ đô có diện tích lớn nhất thế giới.

Theo kết quả cuộc điều tra dân số ngày 1 tháng 4 năm 2009, dân số Hà Nội là 6.451.909 người. Dân cư Hà Nội phân bố không đều giữa các lãnh thổ hành chính và giữa các vùng sinh thái. Mật độ dân số trung bình của Hà Nội là 2.881 người/km² (mật độ trung bình ở nội thành 19.163 người/km², riêng quận Hoàn Kiếm là 37.265 người/km², ở ngoại thành 1.721 người/km²). Mật độ này cao gấp gần 12 lần so với mức trung bình của cả nước, gần gấp đôi mật độ dân số của vùng đồng bằng sông Hồng và là thành phố có mật độ cao nhất cả nước.

Về cơ cấu dân số, theo số liệu 1 tháng 4 năm 2009, người Kinh chiếm 98,73% dân số, người Mường 0,76% và người Tày chiếm 0,23 %.

Năm 2009, dân số thành thị là 2.632.087 chiếm 41,1%, và 3.816.750 cư dân nông thôn chiếm 58,1%.

Sau khi mở rộng địa giới hành chính, với hơn 6 triệu dân, Hà Nội có 3,2 triệu người đang trong độ tuổi lao động. Mặc dù vậy, thành phố vẫn thiếu lao động có trình độ chuyên môn cao. Nhiều sinh viên tốt nghiệp vẫn phải đào tạo lại, cơ cấu và chất lượng nguồn lao động chưa dịch chuyển theo yêu cầu cơ cấu ngành kinh tế.

Khí hậu

Khí hậu Hà Nội tiêu biểu cho vùng Bắc Bộ với đặc điểm của khí hậu cận nhiệt đới ẩm, mùa hè nóng, mưa nhiều và mùa đông lạnh, ít mưa về đầu mùa và có mưa phùn về nửa cuối mùa. Nằm về phía bắc của vành đai nhiệt đới, thành

phố quanh năm tiếp nhận lượng bức xạ Mặt Trời rất dồi dào và có nhiệt độ cao. Và do tác động của biển, Hà Nội có độ ẩm và lượng mưa khá lớn, trung bình 114 ngày mưa một năm. Một đặc điểm rõ nét của khí hậu Hà Nội là sự thay đổi và khác biệt của hai mùa nóng, lạnh. Mùa nóng kéo dài từ tháng 5 tới tháng 9, kèm theo mưa nhiều, nhiệt độ trung bình 28,1 °C. Từ tháng 11 tới tháng 3 năm sau là mùa đông với nhiệt độ trung bình 18,6 °C. Trong khoảng thời gian này số ngày nắng của thành phố xuống rất thấp, bầu trời thường xuyên bị che phủ bởi mây và sương, tháng 2 trung bình mỗi ngày chỉ có 1,8 giờ mặt trời chiếu sáng. Cùng với hai thời kỳ chuyển tiếp vào tháng 4 (mùa xuân) và tháng 10 (mùa thu), thành phố có đủ bốn mùa xuân, hạ, thu và đông. Bốn mùa thay đổi làm cho thời tiết Hà Nội mùa nào cũng có vẻ đẹp riêng. Mùa tham quan du lịch thích hợp nhất ở Hà Nội là mùa thu. Phần địa hình của Hà Tây (cũ) sáp nhập với Hà Nội, có những đặc điểm riêng nên hình thành những tiểu vùng khí hậu: vùng núi, vùng gò đồi và đồng bằng. Nhưng nói chung sự khác biệt thời tiết và chênh lệch về nhiệt độ giữa các địa phương của Hà Nội hiện nay không lớn.

5. Sông ngòi

Hà Nội nằm cạnh hai con sông lớn ở miền Bắc: sông Đà và sông Hồng. Sông Hồng dài 1.183km từ Vân Nam (Trung Quốc) xuống. Đoạn sông Hồng qua Hà Nội dài 163km (chiếm khoảng 1/3 chiều dài trên đất Việt Nam, khoảng 550km. Ngoài hai con sông lớn, trên địa phận Hà Nội còn có các sông: Đuống, Cầu, Cà Lồ, Đáy, Nhuệ, Tích, Tô Lịch, Kim Ngưu, Bùi.

Hồ đầm ở địa bàn du lịch Hà Nội có nhiều. Những hồ nổi tiếng ở nội thành Hà Nội như hồ Tây, Trúc Bạch, Hoàn Kiếm, Thiên Quang, Bảy Mẫu. Hàng chục hồ đầm thuộc địa phận Hà Nội cũ: hồ Kim Liên, hồ Liên Đàm, đầm Vân Trì... và nhiều hồ lớn thuộc địa phận Hà Tây (cũ): Ngải Sơn - Đồng Mô, Suối Hai, Mèo Gù, Xuân Khanh, Tuy Lai, Quan Sơn...

Kinh tế

Vị thế trung tâm kinh tế của Hà Nội đã được thiết lập từ rất lâu trong lịch sử. Tên những con phố như Hàng Bạc, Hàng Đường, Hàng Than... đã minh chứng cho điều này. Tới thế kỷ gần đây, với sự phát triển mạnh mẽ của Thành phố Hồ Chí Minh và khu vực Nam Bộ, Hà Nội chỉ còn giữ vị trí quan trọng thứ hai trong nền kinh tế Việt Nam.

Sau một thời gian dài của thời kỳ bao cấp, từ đầu thập niên 1990, kinh tế Hà Nội bắt đầu ghi nhận những bước tiến mạnh mẽ. Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân của thành phố thời kỳ 1991–1995 đạt 12,52%, thời kỳ 1996–2000 là 10,38%, thời kì 2006 – 2010 đạt 9,85% (cả nước 6,96%) . Từ năm 1991 tới 1999, GDP bình quân đầu người của Hà Nội tăng từ 470 USD lên 915 USD, gấp 2,07 so với trung bình của Việt Nam. Theo số liệu năm 2010, GDP của Hà Nội chiếm 12,73% của cả quốc gia và khoảng 41% so với toàn vùng Đồng bằng sông Hồng. Trong bảng xếp hạng về Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2011, Hà Nội xếp ở vị trí thứ 36/63 tỉnh thành.

Giai đoạn phát triển của thập niên 1990 cũng cho thấy Hà Nội đã có những thay đổi về cơ cấu kinh tế. Từ 1990 tới 2000, trong khi tỷ trọng ngành công nghiệp tăng mạnh từ 29,1% lên 38% thì nông–lâm nghiệp và thủy sản từ 9% giảm xuống còn 3,8%. Tỷ trọng ngành dịch vụ cũng giảm trong khoảng thời gian này, từ 61,9% xuống còn 58,2%. Ngành công nghiệp của Hà Nội vẫn tập trung vào 5 lĩnh vực chính, chiếm tới 75,7% tổng giá trị sản xuất công nghiệp, là cơ - kim khí, điện -điện tử, dệt - may - giày, chế biến thực phẩm và công nghiệp vật liệu. Bên cạnh đó, nhiều làng nghề truyền thống như gốm Bát Tràng, may ở Cổ Nhuế, đồ mỹ nghệ Vân Hà,... cũng dần phục hồi và phát triển.

Giai đoạn 2000 - 2010, cơ cấu kinh tế Hà Nội đã chuyển dịch theo hướng giá trị nông, lâm, thủy sản tăng tuyệt đối (từ 4.154 tỷ đồng năm 2000 lên 13.003 tỷ năm 2009) nhưng giảm tương đối (từ 10,4% xuống còn 6,3%); tương ứng giá trị công nghiệp vừa tăng tuyệt đối (từ 14.570 tỷ đồng lên 85,297 tỷ đồng), vừa tăng tương đối (từ 36,5% lên 41,3%); còn ngành dịch vụ, tuy tỷ

trọng có giảm nhẹ từ 53,1% năm 2000 xuống còn 52,4% năm 2009, nhưng giá trị tuyệt đối vẫn tăng lên 5 lần, từ 21.220 tỷ đồng lên 107.590 tỷ đồng.

Từ năm 2008 tốc độ chuyển dịch cơ cấu bị chậm lại, do công nghiệp và dịch vụ bị tác động của khủng hoảng tài chính toàn cầu nặng nề hơn so với nông nghiệp. Tỷ trọng giá trị nông nghiệp/GDP so với năm 2007 không thay đổi, tỷ trọng công nghiệp/GDP thậm chí còn giảm 0,2%. Nhưng sang năm 2009, tỷ trọng nông nghiệp/GDP lại giảm xuống được 0,2%. So với cả nước, cơ cấu kinh tế của Hà Nội tiến bộ hơn rất nhiều. Số liệu năm 2009 cho thấy, tỷ trọng giá trị công nghiệp-xây dựng và dịch vụ của Hà Nội đạt 94%/GDP, nhưng cả nước chỉ đạt chưa đầy 80%.

Năm 2011, GDP bình quân đầu người của Hà Nội là 1.950 USD/người/năm, trong khi con số của cả Việt Nam là 1.300 USD/người /năm. Hà Nội là một trong những địa phương nhận được đầu tư trực tiếp từ nước ngoài nhiều nhất, với 23.596 triệu USD và 2.253 dự án tính đến hết năm 2011. Thành phố cũng là địa điểm của 1.600 văn phòng đại diện nước ngoài, 14 khu công nghiệp cùng 1,6 vạn cơ sở sản xuất công nghiệp.

Với nhận thức chiến lược phát triển kinh tế Hà Nội xứng tầm với một Thủ đô hiện đại, trong hai thập kỷ gần đây Hà Nội đã tập trung nguồn lực để phát triển nhanh công nghiệp và dịch vụ. Kết quả là nhiều khu-cụm công nghiệp, điểm công nghiệp làng nghề ra đời, trở thành trụ cột của sự phát triển kinh tế thành phố. Năm 2009, các khu-cụm công nghiệp tạo ra tổng giá trị sản xuất 75.000 tỉ đồng (chiếm trên 60% giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp); còn các cụm công nghiệp làng nghề cũng tạo ra khoảng 7.000 tỉ đồng năm 2008 (chiếm 10% tổng giá trị sản xuất toàn ngành). Sự phát triển của các khu-cụm công nghiệp không chỉ góp phần nâng cao tỷ trọng giá trị công nghiệp trong GDP, mà còn tạo thêm nhiều việc làm cho một bộ phận lao động nông thôn trong và ngoài thành phố.

Hiện tại, Hà Nội đang triển khai xây dựng 5 khu đô thị vệ tinh bên cạnh khu đô thị trung tâm, gồm Sóc Sơn (đô thị công nghiệp, dịch vụ cảng hàng không),

Hòa Lạc (đô thị khoa học và công nghệ cao), Sơn Tây (đô thị văn hóa lịch sử và du lịch sinh thái), Xuân Mai (đô thị đại học và dịch vụ), và Phú Xuyên (đô thị công nghiệp và dịch vụ trung chuyên). Những khu đô thị vệ tinh này sẽ là lối thoát để giảm tải về “sức chứa” cho trung tâm, giảm sự khác biệt trong phát triển giữa các khu vực nội và ngoại thành.

7. Giao thông

Là thành phố thủ đô và có vị trí ở khu vực trung tâm của miền Bắc, bên cạnh con sông Hồng, giao thông từ Hà Nội đến các tỉnh khác của Việt Nam tương đối thuận tiện, bao gồm cả đường không, đường bộ, đường thủy và đường sắt. Giao thông đường không, ngoài sân bay quốc tế Nội Bài cách trung tâm khoảng 35 km, thành phố còn có sân bay Gia Lâm ở phía Đông, thuộc quận Long Biên, từng là sân bay chính của Hà Nội những năm 1970, hiện sân bay Gia Lâm chỉ phục vụ cho các chuyến bay dịch vụ của trực thăng, gồm cả dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó là sân bay Bạch Mai thuộc quận Đống Đa được xây dựng từ năm 1919 và có thời gian đóng vai trò như một sân bay quân sự. Ngoài ra, Hà Nội còn có sân bay quân sự Hòa Lạc tại huyện Ba Vì, sân bay quân sự Miếu Môn tại huyện Mỹ Đức. Hà Nội là đầu mối giao thông của năm tuyến đường sắt trong nước và một tuyến liên vận sang Bắc Kinh, Trung Quốc, đi nhiều nước châu Âu, một tuyến quốc tế sang Côn Minh, Trung Quốc. Các bến xe Phía Nam, Gia Lâm, Lương Yên, Nước Ngầm, Mỹ Đình là nơi các xe chở khách liên tỉnh tỏa đi khắp đất nước theo các quốc lộ 1A xuyên Bắc – Nam, quốc lộ 2 đến Hà Giang, quốc lộ 3 đến Cao Bằng; quốc lộ 5 đi Hải Phòng, quốc lộ 18 đi Quảng Ninh, quốc lộ 6 và quốc lộ 32 đi các tỉnh Tây Bắc. Ngoài ra, Hà Nội còn có các nhiều tuyến đường cao tốc trên địa bàn như đại lộ Thăng Long, vành đai 3, Pháp Vân-Cầu Giẽ, ngoài ra các tuyến cao tốc Hà Nội-Lạng Sơn, Hà Nội-Hải Phòng, Nội Bài-Lào Cai, Hà Nội-Thái Nguyên cũng đang trong quá trình xây dựng. Về giao thông đường thủy, Hà Nội cũng là đầu mối giao thông quan trọng với bến Phà Đen đi Hưng Yên, Nam Định, Thái Bình, Việt Trì và bến Hàm Tử Quan đi Phả Lại.

Hiện nay các tuyến đường, nhất là những tuyến quốc lộ hướng tâm vào thành phố như đường Giải Phóng, Nguyễn Văn Cừ, Quốc lộ 32,... đều đã được mở rộng và nâng cấp nền đường. Nhiều tuyến đường mới từ 4 - 8 làn xe, với chiều rộng 16-18m đã và đang được mở thêm, như Láng-Hòa Lạc, Kim Liên - Ô Chợ Dừa, Lê Văn Lương kéo dài,... Tính đến năm 2009, Hà Nội đã hoàn thành về cơ bản việc xây dựng mới và nâng cấp 3 tuyến đường vành đai, 30 tuyến đường trục chính cùng nhiều tuyến phố khác, đưa tỷ lệ quỹ đất dành cho giao thông đường bộ tại khu vực nội đô đạt 6-7%, tăng 3 lần so với thời kỳ đầu thập niên 1990 (khoảng 2-3%). Cùng với việc xây dựng nhiều tuyến đường bộ trọng điểm và nhiều nút giao thông quan trọng, Hà Nội còn xây dựng nhiều cầu vượt, hầm đường bộ và một số cầu bắc qua sông Hồng và sông Đuống. Trong số đó, có nhiều công trình mang tầm vóc thời đại, như: hầm đường bộ Kim Liên và Ngã Tư Sở, cầu Vĩnh Tuy, cầu Thanh Trì,...

Trong nội ô, các con phố của Hà Nội thường xuyên ùn tắc do cơ sở hạ tầng đô thị còn thấp kém, lượng phương tiện tham gia giao thông quá lớn – đặc biệt là xe máy và ý thức chưa tốt của các cư dân thành phố. Trên những đường phố Hà Nội, vỉa hè thường bị chiếm dụng khiến người đi bộ phải đi xuống lòng đường. Trong những năm gần đây, Hà Nội chỉ phát triển thêm 5 tới 10 km đường mỗi năm. Nhiều trục đường của thành phố thiết kế chưa khoa học, không đồng bộ và hệ thống đèn giao thông ở một vài điểm cũng thiếu hợp lý. Thêm nữa, hiện tượng ngập úng mỗi khi mưa lớn cũng gây khó khăn cho người tham gia giao thông. Trong thập niên 2000, hệ thống xe buýt, loại hình phương tiện giao thông công cộng duy nhất của thành phố phát triển mạnh, nhưng phần đông người dân vẫn sử dụng các phương tiện cá nhân, chủ yếu là xe máy.

Xã hội

Nhà ở

Mặc dù là thủ đô của một quốc gia nghèo, thu nhập bình quân đầu người thấp, nhưng Hà Nội lại là một trong những thành phố đắt đỏ nhất thế giới và giá bất động sản không thua kém các quốc gia giàu có. Điều này đã khiến những cư dân Hà Nội, đặc biệt tầng lớp có thu nhập thấp, phải sống trong điều kiện chật chội, thiếu tiện nghi. Theo con số năm 2003, 30% dân số Hà Nội sống dưới mức

3 mét vuông một người. Ở những khu phố trung tâm, tình trạng còn bi đát hơn rất nhiều. Nhà nước cũng không đủ khả năng để hỗ trợ cho người dân. Chỉ khoảng 30% cán bộ, công nhân, viên chức được phân phối nhà ở.

Do truyền thống văn hóa và những khó khăn về chỗ ở, hiện tượng 3, 4 thế hệ cùng sống chung trong một ngôi nhà rất phổ biến ở Hà Nội.

Sự đổi mới dễ nhận thấy nhất là những chung cư kiểu lắp ghép được xây dựng từ thập kỷ 1970-1980 tại các khu vực Kim Liên, Trung Tự, Giảng Võ,... đang dần được thay thế bằng các chung cư mới thoáng mát và tiện nghi, góp phần đáng kể vào việc nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân Hà Nội. Tính đến cuối năm 2009, Hà Nội đã và đang xây dựng trên 40 khu đô thị mới với hơn 400 nhà ở cao tầng, trong đó có nhiều chung cư hiện đại như Trung Hòa-Nhân Chính, Mỹ Đình 1-2, Nam Thăng Long,... Sự phát triển nhanh chóng của các khu chung cư đã đưa chỉ số diện tích nhà ở bình quân của người dân đô thị ước đạt 7-7,5 m²/người năm 2010.

Đặc biệt, trong 10 năm qua, bộ mặt kiến trúc của thành phố đã có những đổi thay tích cực với nhiều biệt thự, chung cư cao cấp, các tòa cao ốc văn phòng... từng bước tiếp cận với tiêu chí của một Thủ đô văn minh, hiện đại. Trong đó, có những công trình tiêu biểu, như: SME Hoàng Gia (Hà Đông), The Pride (đường Lê Văn Lương), Hà Nội City Complex (Ba Đình)...

Mỗi năm, thành phố xây dựng mới hàng triệu mét vuông nhà, nhưng giá vẫn mức quá cao so với phần lớn người dân. Gần như 100% các gia đình trẻ ở Hà Nội chưa có nhà ở, phải sống ghép chung hoặc thuê nhà ở tạm. Với giá từ 500 triệu tới 1,5 tỷ đồng một căn hộ chung cư, một người dân có thu nhập trung bình chỉ có thể mua được sau nhiều năm tích lũy tài chính. Bên cạnh những khu chung cư mới mọc thêm ngày càng nhiều, vẫn còn những bộ phận dân cư phải sống trong những điều kiện hết sức lạc hậu. Tại bãi An Dương, dải đất giữa sông Hồng thuộc địa phận Yên Phụ, Từ Liêm, Phúc Xá, hàng trăm gia đình sống trong những ngôi nhà lợp mái tre xây từ nhiều năm trước, không có điện, không có trường học và không được chăm sóc về y tế.

8.2. Y tế

Theo con số của Tổng cục Thống kê Việt Nam năm 2010, thành phố Hà Nội có 650 cơ sở khám chữa bệnh trực thuộc sở Y tế thành phố, trong đó có 40 bệnh viện, 29 phòng khám khu vực và 575 trạm y tế. Số giường bệnh trực thuộc sở Y tế Hà Nội là 11.536 giường, chiếm khoảng 1/20 số giường bệnh toàn quốc; tính trung bình ở Hà Nội 569 người/giường bệnh so với 310 người/giường bệnh ở TPHCM. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều bệnh viện 1 giường bệnh có đến 2-3 bệnh nhân nằm điều trị là thường xuyên gặp.

Cũng theo thống kê năm 2010, thành phố Hà Nội có 2.974 bác sĩ, 2.584 y sĩ và 3.970 y tá, so với Thành phố Hồ Chí Minh 6.073 bác sĩ, 1.875 y sĩ và 10.474 y tá. Do sự phát triển không đồng đều, những bệnh viện lớn của Hà Nội, cũng là của cả miền Bắc, chỉ tập trung trong khu vực nội ô thành phố. Các bệnh viện Việt Đức, Bạch Mai, Nhi Thụy Điển và Bệnh viện Phụ sản Hà Nội đều trong tình trạng quá tải. Cùng với hệ thống y tế của Nhà nước, Hà Nội cũng có một hệ thống bệnh viện, phòng khám tư nhân đang dần phát triển. Tính đến năm 2010, Hà Nội có thêm 10 bệnh viện tư nhân, nâng tổng số giường bệnh tư nhân lên tới khoảng 2.500 giường.

Cũng giống như Thành phố Hồ Chí Minh, điều kiện chăm sóc y tế giữa nội ô và các huyện ngoại thành Hà Nội có sự chênh lệch lớn. Sau đợt mở rộng địa giới hành chính năm 2008, mức chênh lệch này càng tăng, thể hiện qua các chỉ số y tế cơ bản. Nếu như tại địa phận Hà Nội cũ, tỷ lệ trẻ em suy dinh dưỡng là 9,7%, thì ở Hà Tây, con số lên tới 17%. Tương tự, tuổi thọ trung bình tại khu vực Hà Nội cũ khá cao, 79 tuổi, nhưng sau khi mở rộng, con số này bị giảm xuống còn 75,6 tuổi. Tại không ít khu vực thuộc các huyện ngoại thành, cư dân vẫn phải sống trong điều kiện vệ sinh yếu kém, thiếu nước sạch để sinh hoạt, phải sử dụng nước ao, nước giếng.

8.3. Giáo dục

Từ nhiều thế kỷ, vị thế kinh đô đã giúp Thăng Long - Hà Nội trở thành trung tâm giáo dục của Việt Nam. Từ giữa thế kỷ 15 cho tới cuối thế kỷ 19, Hà Nội luôn là một trong những địa điểm chính để tổ chức các cuộc thi thuộc hệ thống khoa bảng, nhằm chọn những nhân vật tài năng bổ sung vào bộ máy quan lại. Tuy vậy, về số lượng trạng nguyên, Hà Nội lại thấp hơn những vùng đất truyền thống khác như Bắc Ninh, Hải Dương. Tới thời Pháp thuộc, với vị trí là thủ đô của Liên bang Đông Dương, Hà Nội là một trung tâm giáo dục của khu vực, nơi người Pháp đặt các trường dạy nghề và giáo dục bậc đại học, trong đó có Viện Đại học Đông Dương, Trường Y khoa Đông Dương là các trường mà sau này trở thành nền móng của giáo dục đại học ở Việt Nam.

Hà Nội ngày nay vẫn là trung tâm giáo dục lớn nhất Việt Nam. Năm 2009, Hà Nội có 677 trường tiểu học, 581 trường trung học cơ sở và 186 trường trung học phổ thông với 27.552 lớp học, 982.579 học sinh. Hệ thống trường trung học phổ thông, Hà Nội có 40 trường công lập, một vài trong số đó nổi tiếng vì chất lượng giảng dạy và truyền thống lâu đời, như Trung học Chuyên Hà Nội - Amsterdam, Trung học phổ thông chuyên Nguyễn Huệ, Trung học Chu Văn An, Trung học Trần Phú. Bên cạnh các trường công lập, thành phố còn có 65 trường dân lập và 5 trường bán công. Hà Nội cũng là địa điểm của ba trường trung học đặc biệt, trực thuộc các trường đại học, là Trường Trung học phổ thông Chuyên Ngoại ngữ thuộc Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội, Trường Trung học phổ thông chuyên Khoa học Tự nhiên thuộc Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Hà Nội và Trường Trung học phổ thông Chuyên thuộc Trường Đại học Sư phạm Hà Nội. Các trường trung học chuyên này là nơi tập trung nhiều học sinh phổ thông ưu tú không chỉ của Hà Nội mà còn của toàn Việt Nam. Cùng với các trung học danh tiếng, hệ thống giáo dục của thành phố vẫn duy trì những trường bổ túc và cả các lớp học xóa mù chữ. Sau khi Hà Tây được sát nhập vào thành phố, Hà Nội hiện đứng đầu Việt Nam về số lượng người không biết chữ. Theo thống kê của Bộ Giáo dục và Đạo tạo Việt Nam năm 2008, toàn thành phố có gần 235.000 người mù chữ trên tổng số 1,7 triệu người của cả quốc gia.

Là một trong hai trung tâm giáo dục đại học lớn nhất quốc gia, trên địa bàn Hà Nội có trên 50 trường đại học cùng nhiều cao đẳng, đào tạo hầu hết các ngành nghề quan trọng. Năm 2007, tại thành phố có 606.207 sinh viên, Hà Tây cũng tập trung 29.435 sinh viên. Nhiều trường đại học ở đây như Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Y, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Học viện Kỹ thuật Quân sự, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội là những trường đào tạo đa ngành và chuyên ngành hàng đầu của Việt Nam.

Du lịch

Hà Nội hiện có trên 4.000 di tích và danh thắng, trong đó được xếp hạng quốc gia trên 900 di tích và danh thắng (hàng trăm di tích, danh thắng mới được sáp nhập từ Hà Tây và Mê Linh) với hàng trăm đền, chùa, công trình kiến trúc, danh thắng nổi tiếng.

Hà Nội là một trung tâm du lịch lớn ở Việt Nam. Du khách có dịp khám phá nhiều công trình kiến trúc văn hóa - nghệ thuật xây dựng qua nhiều thế hệ, trong suốt quá trình dựng nước và giữ nước. Những danh thắng tự nhiên đẹp và quyến rũ; những làng nghề thủ công tồn tại hàng trăm năm; những lễ hội truyền thống - sản phẩm văn hóa kết tinh nhiều giá trị tinh thần... sẽ là những sản phẩm du lịch hấp dẫn.

Từ xa xưa, những người thợ thủ công mỹ nghệ tài hoa đã quy tụ về Hà Nội thành lập ra những phố nghề nổi tiếng như: Hàng Bạc, Hàng Đồng, Hàng Khay, Hàng Bông... và những làng nghề như: làng đúc Ngũ Xã, làng gốm sứ Bát Tràng, làng chạm vàng Định Công... Đến nay những sản phẩm tài hoa đó vẫn hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước.

Người Hà Nội rất sành trong chế biến những món ăn có hương vị riêng của Hà Nội như: bánh cốm Yên Ninh, bánh cuốn Thanh Trì, chả cá Lã Vọng, bánh tôm Hồ Tây, phở Hà Nội... và nhiều món ăn nổi tiếng được khách du lịch ưu chuộng.

"Chẳng thơm cũng thể hoa nhài

Dẫu không thanh lịch cũng người Tràng An"

Bản chất con người sống trên đất Hà Nội là thanh lịch, hiếu khách, khoan dung, nhân ái, quý trọng những truyền thống tốt đẹp của cha ông. Nhân cách con người Hà Nội là tổng hoà các phẩm chất, tài năng, tâm hồn, trí tuệ của người Việt Nam. Đặc tính đó đã được đúc kết lại qua hàng ngàn năm lịch sử. Con người Hà Nội cũng chính là đối tượng của du lịch.

2.3.1 Các đặc điểm cơ bản của điểm du lịch

Tài nguyên tự nhiên

Hà Nội là một thành phố cổ kính, có những nét độc đáo rất riêng so với các thành phố khác trong khu vực. Nguồn tài nguyên thiên nhiên, cảnh quan của Hà Nội có sức hấp dẫn đặc biệt. Hà Nội - thành phố của cây xanh và hồ đẹp, nơi gặp gỡ giữa đất và nước, giữa con người và các quần thể cảnh quan hoà quyện vào nhau tạo thành một thủ đô nên thơ duyên dáng.

Cây xanh không chỉ làm đẹp cảnh quan mà còn là môi trường thoáng mát, hương thơm và màu sắc. Khác với các thành phố ở châu Âu, cây ở Hà Nội cho màu xanh cả bốn mùa. Mùa xuân, cây trái ra hoa nẩy lộc; mùa hè là mùa của bằng lăng tím ngắt; mùa thu là mùa của cây bàng lá đỏ và mùa đông là mùa cây gạo đâm bông. Hà Nội có những hàng cây đẹp lạ lùng. Trên đường Trần Hưng Đạo có những hàng xấu um tùm, đường Nguyễn Du có hoa sữa, đường Phan Đình Phùng có hoàng lan, đường Ngô Quyền có những cây me cổ thụ, đường Điện Biên Phủ có những hàng cây đa xanh ngắt, đường Bà Triệu, đường Lý Thường Kiệt có bằng lăng tím... Xung quanh hồ Hoàn Kiếm có bao cây đặc biệt: cây đa, cây liễu, cây gạo, cây lộc vàng... Cây xanh đã trở thành nét chủ đạo của bức tranh "son thủy hữu tình". Không gian Hà Nội còn tràn đầy hương sắc của nhiều loại hoa: hoa Ngọc Hà - Hữu Tiệp, quất Nghi Tàm - Quảng Bá, đào Nhật Tân...

Mạng lưới sông trên địa bàn Hà Nội thuộc hai hệ thống chính: sông Hồng và sông Thái Bình. Hà Nội là thành phố có nhiều nhánh sông nhỏ và nhiều hồ đẹp. Cả thành phố có tới 3.600 ha hồ ao, với 27 hồ lớn và là những nơi có thể trở thành những điểm du lịch đặc sắc.

❖ **Hồ Hoàn Kiếm**

Hồ Hoàn Kiếm (hồ Gươm) với Tháp Rùa, đền Ngọc Sơn ngàn năm in bóng, đẹp như một lăng hoa tươi giữa lòng Hà Nội.

"Khen ai khéo họa dư đồ

Giữa lòng thành thị có hồ xanh trong"

Cũng như các di tích lịch sử, văn hoá ở Hà Nội thường gắn với những truyền thuyết lịch sử, huyền thoại của hồ Hoàn Kiếm là nội dung rất hấp dẫn đối với khách du lịch. Tương truyền khi xưa vua Lê Lợi trước khi khởi nghĩa, có mò được lưỡi kiếm ở dưới sông. Lê Lợi đem kiếm báu dưới cờ kháng chiến suốt 10 năm đánh đuổi quân Minh, rồi về đóng đô ở Thăng Long. Một hôm, nhà vua dạo thuyền trên hồ Lục Thủy (tên hồ Gươm) thì gặp một con rùa, rùa lấy lại gươm và lặn đi mất. Từ đó hồ có tên là hồ Hoàn Kiếm.

Hồ Hoàn Kiếm vốn là một trung tâm văn hoá, lịch sử, thương nghiệp lâu đời. Hồ có một quần thể kiến trúc phong cảnh có non, có nước, có tháp, có đài, có cầu, có đình, có cây cổ thụ và hoa bốn mùa, có cả văn chương và tín ngưỡng. Hồ Hoàn Kiếm - một danh lam thắng cảnh đã từng ăn sâu vào trái tim khối óc người Việt Nam, có sức cuốn hút du khách trong và ngoài nước.

❖ **Hồ Tây**

phía tây của thành phố, Hà Nội còn có hồ Tây tuyệt đẹp, một tiềm năng vô cùng quý giá. Hồ Tây rộng trên 550 ha, bao quanh bởi nhiều làng cổ: Yên Phụ, Quảng An, Nhật Tân, Bưởi, Thụy Khê... dài hơn 12 km đi qua nhiều vùng hoa nổi tiếng: Nghi Tàm, Tây Hồ, Nhật Tân, Đại Yên, Ngọc Hà, Hữu Tiệp... Thiên nhiên đã ưu đãi cho xung quanh hồ Tây có nhiều cảnh quan ngoạn mục gắn với các di tích và văn hoá đặc sắc. Hồ Tây đẹp cả bốn mùa. Người ta đã mô tả hồ Tây đẹp rực rỡ trong mùa xuân, đẹp mát dịu trong mùa hè, đẹp thanh tú trong mùa thu và đẹp nồng nàn trong mùa đông. Không chỉ người Hà Nội, mà bất cứ một đoàn khách du lịch nào đến Hà Nội cũng khát khao đến ngắm cảnh hồ Tây. Một người nước ngoài đã đưa ra nhận xét về hồ Tây như sau: "Mặc dù kết cấu cơ sở hạ tầng còn yếu nhưng khi nói về tiềm năng, về lợi thế cảnh quan du lịch, hồ Tây là một nguồn tài nguyên thiên nhiên vô cùng quý giá, một lợi thế cảnh quan du lịch có thể ví như hồ Giơ-ne-vơ ở Thụy Sĩ."

Dựa vào lợi thế về tài nguyên và cảnh quan của khu vực hồ Tây có thể tạo ra sản phẩm du lịch: văn cảnh, tham quan công viên, vui chơi giải trí, du thuyền, lướt ván, câu cá... thu hút khách tới Hà Nội.

Trung tâm thành phố còn có những hồ khác như: hồ Thiền Quang, hồ Bưởi, hồ Ba Mẫu, hồ Giảng Võ, hồ Thành Công, hồ Thủ Lệ, hồ Trúc Bạch, hồ Thanh Nhàn... đều là những cảnh quan đẹp và là một tiềm năng lớn cho du lịch Thủ đô thu hút khách tới.

❖ **Đông Mô**

Rời khỏi thủ đô, đi về hướng Tây, đến với các điểm du lịch thiên nhiên còn có Khu du lịch Đông Mô. Khu du lịch bao gồm một hồ chứa nước rộng khoảng 1.300 ha, nằm trong vùng chân núi Ba Vì, các khu nghỉ dưỡng nằm rải rác trên các hòn đảo trên hồ. Khách du lịch tới đây được đi tham quan lòng hồ, ngắm cảnh núi non hùng vĩ, sơn thủy hữu tình và các dịch vụ câu cá, ẩm thực theo phong cách dân tộc. Đặc biệt trong khu du lịch Đông Mô có một sân golf nổi tiếng: Sân golf Đông Mô - 36 lỗ nằm trên các đảo ở giữa hồ Đông Mô, thuộc địa phận thị xã Sơn Tây.

Trong lòng hồ có tới 14 đảo lớn nhỏ, với diện tích khoảng 90 ha. Bạn có thể thăm thú nơi này bằng thuyền nhỏ du ngoạn trên hồ. Trên các đảo và ven hồ, trồng nhiều cây xanh và vườn cây ăn trái. Nhiều loại chim đến đây sinh sống như chim le le, vịt trời, ngỗng trời, mòng két, sâm cầm, giang, sếu... Chúng sinh sống trên mặt nước làm khung cảnh thiên nhiên thêm phong phú.

Với phong cảnh thoáng, rộng, nước trong, có nhiều bãi tắm đẹp nên địa điểm này đã thu hút được rất đông khách du lịch.

❖ **Suối Hai**

Cách trung tâm Hà Nội khoảng 60 km về phía tây, Suối Hai nằm dưới chân núi Ba Vì được tạo bởi hệ thống đập chính và phụ dài 4 km để giữ nước từ hai suối chính Yên Cư và Cầu Rồng chảy từ trên núi xuống. Đây cũng là nguồn nước tưới cho trên 7.000 ha, dài 7 km, rộng 4 km, lượng nước chứa trong hồ khoảng 45 triệu m³.

Trong lòng hồ có tới 14 đảo lớn nhỏ, với diện tích khoảng 90 ha. Bạn có thể thăm thú nơi này bằng thuyền nhỏ du ngoạn trên hồ. Trên các đảo và ven hồ, trồng nhiều cây xanh và vườn cây ăn trái. Nhiều loại chim đến đây sinh sống như chim le le, vịt trời, ngỗng trời, mòng két, sâm cầm, giang, sếu... Chúng sinh sống trên mặt nước làm khung cảnh thiên nhiên thêm phong phú.

Với phong cảnh thoáng, rộng, nước trong, có nhiều bãi tắm đẹp nên địa điểm này đã thu hút được rất đông khách du lịch.

❖ **Hồ Quan Sơn**

Một điểm du lịch không thể bỏ qua trong tour du lịch khám phá các điểm du lịch tự nhiên của Hà nội là Hồ Quan Sơn. Quan Sơn là một hồ nước nằm ở huyện Mỹ Đức. Hồ Quan Sơn nằm chạy dài theo hướng Bắc Tây Bắc - Nam Đông Nam, trên các xã Thượng Lâm, Tuy Lai, Hồng Sơn của huyện Mỹ Đức, lan một phần nhỏ sang huyện Kim Bôi tỉnh Hòa Bình. Hồ nằm cách trung tâm Hà Nội khoảng 50 km về hướng Nam Tây Nam, là một thắng cảnh du lịch nổi tiếng của địa phương. Hồ rộng khoảng 850 ha, trong hồ có gần 100 ngọn núi đá vôi. Chính vì vậy mà Hồ Quan Sơn được mệnh danh là "Hạ Long trên cạn".

Đến Quan Sơn du khách sẽ được đi thuyền thưởng ngoạn cảnh thiên nhiên thuần phác. Hồ Quan Sơn nằm trong cụm tam giác du lịch tâm linh - nghỉ ngơi, giải trí - dưỡng bệnh.

Khu du lịch Quan Sơn cũng đã mang nhiều dấu ấn một vùng văn hóa dân tộc, đậm sắc thái lễ hội truyền thống và nếp sống thuần khiết của làng xóm Việt Nam. Khu Quan Sơn có các chùa như Hàm Long, Linh Sơn Tự, Ngọc Linh Tự, Bàn Long Tự, Thung Phật... Cách đó gần 1 km là di tích thành nhà Mạc, vẫn còn tường thành cổ, cổng thành, án ngữ như một tam quan bên đường 431, từ cầu Dặm đi chợ Bến.

Sự hấp dẫn của du lịch Quan Sơn là cái đẹp tự nhiên, thuần phác đến mức hoang sơ. Đến Quan Sơn, du khách sẽ được các thuyền nhỏ chở đến leo núi thưởng ngoạn cảnh thiên nhiên, thực vật ở các đỉnh núi đá: Hòn Mê, Mồm Nghé, Đá Bạc, Quai Chèo... hoặc Cửa Thung Voi Nước, núi Bàn Cờ, Hoa Quả

Sơn, núi Chim, Chùa Cao, núi Mối. Khách có thể thăm khu vườn sinh học, trồng cây ăn quả vùng Thung Mơ (24 ha ở xã Hợp Tiến), thung Cống (30 ha ở xã Hồng Sơn). Ngoài ra, du khách còn được chơi các môn thể thao nước, bơi thuyền và thưởng thức các món thủy sản như cá, tôm, cua, ốc (núi đá) tươi sống.

❖ **Sông Hồng**

Sông Hồng có tổng chiều dài là 1.149 km bắt nguồn từ Trung Quốc chảy qua Việt Nam và đổ ra biển Đông. Đoạn chảy trên đất Việt Nam dài 510 km. Sông Hồng còn có các tên gọi khác như Hồng Hà, hay sông Cái (người Pháp đã phiên tên gọi này thành Song-Koi). Đoạn chảy trên lãnh thổ Trung Quốc được gọi là Nguyên Giang, đoạn đầu nguồn có tên là Lễ Xã Giang. Đoạn từ chảy qua Phú Thọ gọi là Sông Thao, đoạn qua Hà Nội còn gọi là Nhĩ Hà hoặc Nhị Hà. Sử Việt còn ghi sông với tên Phú Lương.

Dòng chính của sông Hồng bắt nguồn từ vùng núi thuộc huyện Ngụy Sơn, tỉnh Vân Nam, Trung Quốc ở độ cao 1.776 m. Chi lưu phía đông bắt nguồn từ vùng núi huyện Tường Vân. Đến biên giới Việt - Trung, sông Hồng chạy dọc theo biên giới khoảng 80 km; đoạn thì sang bên lãnh thổ Việt Nam, đoạn thì sang bên lãnh thổ Trung Quốc. Điểm tiếp xúc đầu tiên của sông Hồng với lãnh thổ Việt Nam tại xã A Mú Sung (huyện Bát Sát), chính giữa sông là điểm phân chia lãnh thổ hai nước. Đến thành phố Lào Cai, sông Hồng chảy hẳn vào lãnh thổ Việt Nam qua phía đông thủ đô Hà Nội trước khi đổ ra biển Đông

cửa Ba Lạt (ranh giới giữa hai tỉnh Thái Bình và Nam Định). Đồng bằng sông Hồng nằm ở hạ lưu con sông này.

Các sông nhánh chính của sông Hồng trên lãnh thổ Việt Nam có thể kể đến là sông Đà, sông Lô (với phụ lưu là sông Chảy và sông Gâm). Sông Hồng có phân lưu phía tả ngạn là sông Đuống chảy từ Hà Nội đến Phả Lại thuộc Hải Dương và sông Luộc chảy từ Hưng Yên đến Quý Cao (huyện Vĩnh Bảo, thành phố Hải Phòng). Hai sông này nối sông Hồng với hệ thống sông Thái Bình. Phân lưu phía hữu ngạn là sông Đáy và sông Đài (còn gọi là Lạch Giang hay Ninh Cơ), nối sông Hồng và sông Đáy là hai sông Phủ Lý và sông Nam Định.

Sông Hồng có lưu lượng nước bình quân hàng năm rất lớn, tới 2.640 m³/s (tại cửa sông) với tổng lượng nước chảy qua tới 83,5 tỷ m³, tuy nhiên lưu lượng nước phân bố không đều. Về mùa khô lưu lượng giảm chỉ còn khoảng 700 m³/s, nhưng vào cao điểm mùa mưa có thể đạt tới 30.000 m³/s.

Sông Hồng góp phần quan trọng trong sinh hoạt đời sống cũng như trong sản xuất. Phù sa giúp cho đồng ruộng thêm màu mỡ, đồng thời bồi đắp và mở rộng vùng châu thổ ở vùng duyên hải thuộc hai tỉnh Thái Bình, Nam Định. Nguồn cá bột của sông Hồng đã cung cấp giống đáng kể cho nghề nuôi cá nước ngọt ở đồng bằng Bắc Bộ.

❖ Vườn quốc gia Ba Vì

Vườn quốc gia Ba Vì tiền thân là "Rừng cấm quốc gia Ba Vì" được chính phủ quyết định thành lập và đổi tên vào ngày 18 tháng 12 năm 1991 theo quyết định số 407/CT. Ngày 12 tháng 5 năm 2003, Chính phủ mở rộng Vườn quốc gia Ba Vì về phía Hòa Bình thêm hơn 4.000 ha nâng tổng diện tích thành 11.372 ha (Theo quyết định số 510/QĐ/TTg).

Vườn Quốc gia Ba Vì là khu rừng nguyên sinh nằm trên hay dãy núi Ba Vì và Viên Nam hùng vĩ, với tọa độ địa lý: Từ 20055' đến 21007' độ Vĩ Bắc Từ 105018' đến 105030' độ Kinh Đông. Vườn quốc gia Ba Vì được phân thành ba phân khu chức năng: Phân khu Bảo tồn nguyên vẹn với tổng diện tích 2.752ha; Phân khu Phục hồi sinh thái 8.279,5 ha; Phân khu Địa hành chính 48 ha. Dưới cốt 100 là vùng đệm có tổng diện tích là 35.000 ha thuộc 6 xã thuộc hai huyện Ba Vì, Hà Tây và Lương Sơn Hòa Bình. Với tổng số dân là 77.600 người trong đó 33% là người dân tộc Mường, 66 % là người Kinh, người Dao chiếm 1%.

b. Tài nguyên du lịch nhân văn

Di tích lịch sử văn hoá

Với bề dày lịch sử ngàn năm tồn tại và vị trí là Thủ đô của một nước, Hà Nội có rất nhiều di tích lịch sử, văn hoá truyền thống, các công trình kiến trúc của nền văn hoá phương Đông vừa tự nhiên vừa thơ mộng, huyền bí. Hà Nội

có 579 ngôi đình, 675 ngôi chùa, hơn 300 đền miếu, hơn 300 di tích cách mạng kháng chiến còn in đậm dấu ấn lịch sử, là những di sản vô cùng quý giá.

Di tích ở Hà Nội đa dạng phong phú nhiều chủng loại, có niên đại trải dài từ thời Lý đến thời Nguyễn, là những viên ngọc quý trong kho tàng văn hoá của dân tộc. Mật độ di tích của Hà Nội thuộc loại cao nhất nước. Tuy nhiên sự phân bố các di tích không đồng đều. Quận Hoàn Kiếm có mật độ di tích lớn nhất, tiếp đó đến quận Ba Đình, Đống Đa, Hai Bà Trưng, còn các huyện ngoại thành thì có mật độ di tích thưa hơn.

Về loại hình, các di tích của Hà Nội khá phong phú. Trong số các di tích được xếp hạng, số di tích kiến trúc nghệ thuật chiếm tỉ lệ cao nhất (52,17%) tiếp đến là các di tích lịch sử (13,04%), di tích nghệ thuật (10,87%). Những di sản này được sinh ra và nuôi dưỡng bằng đạo lý, tín ngưỡng và phong tục truyền thống của dân tộc nên có sức sống mãnh liệt, lâu bền.

Nhìn chung, các di tích của Hà Nội đều có chất lượng cao. Có khách du lịch nước ngoài đã nêu nhận xét về Hà Nội: "Với tư cách là một khách du lịch mến yêu Hà Nội, bản thân tôi rất mong Hà Nội ngày càng hiện đại, nhưng điều quan trọng hơn cả là việc lưu giữ các di tích lịch sử, những thắng cảnh mang giá trị nhân văn vốn có từ rất lâu đời của các bạn. Theo tôi chính những yếu tố ấy tạo nên được sức sống, nét đặc trưng riêng của Hà Nội".

Một số điểm du lịch di tích lịch sử văn hóa tiêu biểu của Hà Nội:

❖ *Hoàng Thành Thăng Long*

Thành cổ Hà Nội, tuy chưa có một cách hiểu thống nhất, tuy nhiên nó bao gồm Hoàng thành Thăng Long qua các thời kỳ Lý, Trần, Lê và thành Hà Nội dưới triều Nguyễn. Mùa thu năm 1010, sau khi công bố Thiên đô chiếu Lý Công Uẩn cùng các quần thần đã gấp rút xây dựng những công trình cơ bản của Kinh thành Thăng Long. Đến đầu năm 1011 thì hoàn thành. Khi mới xây dựng, Kinh thành Thăng Long được xây dựng theo mô hình Tam trùng thành quách gồm: vòng ngoài cùng gọi là La thành hay kinh thành, vòng thành thứ hai là Hoàng Thành, giữa hai lớp thành này là nơi sinh sống của cư dân, lớp thành còn

lại là Tử cấm thành hay Cấm thành hay Long Phụng thành là nơi ở của nhà vua. Các thời sau đều theo cách ấy mà phân chia.

Di tích này bao gồm tầng dưới cùng là một phần bên phía đông của thành Đại La dưới thời Cao Biền, nhà Đường, tầng trên là cung điện nhà Lý và nhà Trần, tiếp theo là một phần trung tâm của đông cung nhà Lê và trên cùng là một phần của trung tâm tòa thành tỉnh Hà Nội thế kỷ 19.

Khu di tích này đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa của thế giới vào đúng 1000 năm Thăng Long – Hà Nội (2010).

❖ **Thành Cổ Loa**

Cổ Loa là kinh đô của nhà nước phong kiến Âu Lạc, dưới thời An Dương Vương vào khoảng thế kỷ thứ 3 trước Công nguyên. Hiện nay, Cổ Loa là một xã thuộc huyện Đông Anh, Hà Nội.

Vào thời Âu Lạc, Cổ Loa nằm vào vị trí đỉnh của tam giác châu thổ sông Hồng và là nơi giao lưu quan trọng của đường thủy và đường bộ. Từ đây có thể kiểm soát được cả vùng đồng bằng lẫn vùng sơn địa.

Địa điểm Cổ Loa lúc đó là một vùng đồng bằng trù phú có xóm làng, dân chúng đông đúc, sống bằng nghề làm ruộng, đánh cá và thủ công nghiệp. Việc dời đô từ Phong Châu về đây, đánh dấu một giai đoạn phát triển của dân cư Việt cổ, giai đoạn người Việt chuyển trung tâm quyền lực từ vùng Trung du bán sơn địa về định cư tại vùng đồng bằng.

Thành Cổ Loa được xây bằng đất do thời ấy ở Âu Lạc chưa có gạch nung. Thành có 3 vòng. Chu vi ngoài 8 km, vòng giữa 6,5 km, vòng trong 1,6 km... Diện tích trung tâm lên tới 2 km². Chất liệu chủ yếu dùng để xây thành là đất, sau đó là đá và gốm vỡ. Đá được dùng để kê cho chân thành được vững chắc.

Là một tòa thành cổ nhất còn để lại dấu tích, Cổ Loa trở thành một di sản văn hóa, một bằng chứng về sự sáng tạo, về trình độ kỹ thuật cũng như văn hóa của người Việt Cổ. Đá kê chân thành, gốm rải rìa thành, hào nước quanh co, ụ lũy phức tạp, hỏa đài chắc chắn và nhất là địa hình hiểm trở ngoằn ngoèo, tất cả

những điều làm chứng nghệ thuật và văn hóa thời An Dương Vương. Hàng năm, vào ngày 6 tháng giêng âm lịch, cư dân Cổ Loa tổ chức một lễ trang trọng để tưởng nhớ đến những người xưa đã có công xây thành, và nhất là để ghi ơn An Dương Vương

❖ ***Văn Miếu - Quốc Tử Giám***

Văn Miếu - Quốc Tử Giám là quần thể di tích đa dạng và phong phú hàng đầu của thành phố Hà Nội. Là tổ hợp gồm hai di tích chính: Văn Miếu thờ Khổng Tử, và Chu Văn An là người thầy tiêu biểu của nền giáo dục Việt Nam; và Quốc Tử Giám được coi là trường đại học đầu tiên của Việt Nam.

Ngày nay, Văn Miếu-Quốc Tử Giám là nơi tham quan của du khách trong và ngoài nước đồng thời cũng là nơi khen tặng cho học sinh xuất sắc và còn là nơi tổ chức hội thơ hàng năm vào ngày rằm tháng giêng. Đặc biệt, đây còn là nơi các sĩ tử ngày nay đến "cầu may" trước mỗi kỳ thi.

Toàn bộ kiến trúc Văn Miếu hiện nay đều là kiến trúc thời đầu nhà Nguyễn. Khuôn viên được bao bọc bởi bốn bức tường xây bằng gạch vồ (đây là sản phẩm của nhà Hậu Lê). Hiện nay quần thể kiến trúc Văn Miếu - Quốc Tử Giám được chia làm ba khu vực chính: 1 là Văn hồ, 2 vườn Giám và 3 là khu nội tự Văn Miếu - Quốc Tử Giám đây là khu có bố cục đăng đối từng khu, từng lớp theo trục Bắc Nam, mô phỏng tổng thể quy hoạch khu Văn Miếu thờ Khổng Tử ở quê hương ông tại Khúc Phụ, Sơn Đông, Trung Quốc. Tuy nhiên, quy mô

đây đơn giản hơn, kiến trúc đơn giản hơn và theo phương thức truyền thống nghệ thuật dân tộc Việt Nam (từ thế kỷ 17 đến thế kỷ 19).

Điều đặc biệt của khu di tích này là các Bia tiên sĩ. Bia tiên sĩ Văn Miếu-Quốc Tử Giám là các bia đá ghi tên những người đỗ Tiến sĩ các khoa thi thời Lê sơ, thời Mạc và thời Lê trung hưng (1442-1779) tại Văn Miếu-Quốc Tử Giám, Hà Nội, Việt Nam. Các bia đá này đã được UNESCO công nhận là Di sản tư liệu thế giới thuộc Chương trình Ký ức Thế giới vào ngày 9/3/2010, tại Macau, Trung Quốc. Sau Mộc bản triều Nguyễn, Bia Tiên sĩ Văn Miếu là di sản tư liệu thứ hai của Việt Nam được đưa vào danh mục Di sản tư liệu thế giới.

❖ **Tháp Rùa**

Tháp xây trên gò Rùa nơi xưa từ thời vua Lê Thánh Tông đã dựng Điều Đài ở đó để nhà vua ra câu cá. Sang thời Lê Trung Hưng (khoảng thế kỷ 17-thế kỷ 18) thì chúa Trịnh cho xây đình Tả Vọng trên gò nhưng sang thời nhà Nguyễn thì không còn dấu tích gì nữa. Năm 1886 thấy huyết đất trên gò Rùa hợp phong thủy, ông Nguyễn Ngọc Kim xây tháp trên gò với ý định chôn hài cốt của cha vào đó. Việc không thành nhưng ngọn tháp ba tầng vẫn được hoàn tất. Vì vậy nên ban đầu Tháp này có tên là Tháp Bá hộ Kim. Ngọn tháp kết hợp phong cách kiến trúc Âu châu với hàng cửa cuốn gô-tích hai tầng dưới nhưng phần mái cong giữ quy thức kiến trúc Việt Nam.

❖ **Cột cờ Hà Nội**

Cột cờ Hà Nội hay còn gọi Kỳ đài Hà Nội là một kết cấu dạng tháp được xây dựng cùng thời với thành Hà Nội dưới triều nhà Nguyễn (bắt đầu năm 1805, hoàn thành năm 1812). Kiến trúc cột cờ bao gồm ba tầng đế và một thân cột, được coi là một trong những biểu tượng của thành phố. Các tầng đế hình chóp vuông cụt, nhỏ dần, chồng lên nhau, xung quanh xây ốp gạch. Từ tầng 1 đến tầng 3 đều có cầu thang xoắn dẫn lên. Trên tầng 3 là thân cột Cờ hình trụ có 8 cạnh thon dần lên phía trên, mỗi cạnh 2,13 m với thân cao 18,2 m. Trụ hình thang xoáy tròn ốc gồm 54 bậc; được rọi sáng (và thông hơi) bằng 39 ô cửa sổ hình hoa thị và 6 ô cửa sổ hình dẻ quạt. Những ô cửa này được đặt dọc các cạnh, mỗi cạnh có tới 5 hoặc 6 cửa sổ. Đỉnh cột cờ được cấu tạo thành một cái lầu hình bát giác, cao 3,3 m có 8 cửa sổ tương ứng 8 cạnh. Giữa lầu là một trụ tròn, đường kính 0,4 m và cao đến đỉnh lầu, là chỗ để cắm cán cờ (cao 8 m).

Toàn phần xây từ đế đến trụ này cao 33,4 m gồm 3 tầng đế cao 12 m, cột cao 18,2 m, lầu 3,3 m. Nếu kể cả trụ treo cờ thì trên 40 m.

Hiện nay, Cột cờ Hà Nội nằm trong khuôn viên của Bảo tàng Lịch sử Quân sự Việt Nam (trước đây là Bảo tàng Quân đội), trên đường Điện Biên Phủ, quận Ba Đình.

❖ **Khu di tích Nhà tù Hỏa Lò**

Nhà tù Hỏa Lò được xây dựng tại vị trí đường Hỏa Lò. Nhà tù này được thực dân Pháp xây dựng năm 1896. Nơi đây giam giữ tù phạm chính trị như những người ái quốc, cộng sản chống lại chính quyền thuộc địa Pháp. Sau này là nhà tù của chế độ Việt Nam Dân chủ Cộng hòa và trong thời kỳ trận Điện Biên Mỹ trên không của chiến tranh Việt Nam, đây là nơi giam giữ phi công Mỹ nhảy dù cho đến sau Hiệp định Paris 1973, được các tù binh phi công Mỹ gọi là "Hilton Hanoi". Trong các tù binh Mỹ, nổi tiếng nhất là đương kim thượng nghị sỹ Mỹ John McCain. Ngày nay, Hỏa Lò chỉ còn lại một góc nhỏ làm nơi tham quan cho du khách, khu vực còn lại là cao ốc thương mại Tháp Hà Nội.

Khu trại giam hiện chuyển xuống khu vực Xuân Phương, Cầu Diễn, Từ Liêm, Hà Nội.

❖ **Khu di tích K9 - Đá Chông**

Khu di tích Đá Chông thuộc huyện Ba Vì, Hà Nội, cách thị xã Sơn Tây về phía Tây khoảng 25 km. Diện tích rộng 234 ha, phần lớn là đồi rừng, có 2 hồ rộng. Nơi đây có nhiều tảng đá thon nhọn tựa mũi chông, ngọn móc như mọc ở dưới đất lên, có thể vì thế mà nhân dân địa phương gọi địa danh này là Đá Chông.

Tháng 5 năm 1957, trong một lần Bác đến thăm Trung đoàn bộ binh 88 thuộc Sư đoàn 308 cùng Trung đoàn pháo binh 63 và một đơn vị bộ đội thiết giáp diễu tập bên sông Đà, Bác và các đồng chí cùng đi đã dừng chân, ăn cơm trên một quả đồi. Nhận thấy nơi đây có nhiều điểm thuận lợi về địa hình, thời tiết, giao thông: có rừng cây, có núi, có sông, thuận tiện giao thông, gần Thủ đô..., Bác đã trao đổi với các đồng chí cùng đi, ngỏ ý muốn chọn nơi này là căn cứ của Trung ương, đề phòng chiến tranh có thể mở rộng ra miền Bắc. Năm 1958, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã cùng đồng chí Nguyễn Lương Bằng đến khảo sát lại khu vực này vào đầu năm 1958. Sau chuyến khảo sát này, đến giữa năm 1958, Khu làm việc của Trung ương ở Đá Chông đã được khởi công xây dựng. Từ năm 1960, Công trường 5 đã hoàn thành và đưa vào sử dụng, sau này được gọi theo mật danh K9.

Sau khi Người qua đời, nguyện vọng của toàn Đảng, toàn dân ta mong bảo vệ và giữ gìn lâu dài thi hài Bác Hồ để sau ngày đất nước thống nhất, đồng bào, chiến sỹ cả nước và bạn bè quốc tế mãi mãi được viếng thăm Bác. Thể theo nguyện vọng đó, trong khi đất nước còn có chiến tranh, Đảng và Nhà nước ta còn đang hướng tới việc xây dựng Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Bộ Chính trị đã quyết định chọn K9 làm nơi bảo vệ, giữ gìn thi hài Bác từ ngày 24/12/1969 và phải tuyệt đối bí mật. Khu vực này có nhiều điểm thuận lợi như nhà cửa, hầm công sự đã có sẵn, địa thế nằm trong dải rừng dài, rộng, nên thuận tiện cho việc phòng thủ và giữ bí mật.

Sau khi việc xây dựng Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh được hoàn thành ngày 22/8/1975, thi hài Bác được đưa về gìn giữ, bảo quản để đồng bào, chiến sỹ cả nước và bạn bè quốc tế về thăm viếng Bác.

Di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại K9-Đá Chông là di sản văn hóa vô giá. Nơi đây in dấu những ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh sống và làm việc trong những năm tháng lãnh đạo đất nước. Người đã tiếp đón bạn bè quốc tế thân thiết tại đây. Đây còn là nơi an toàn tuyệt đối trong việc giữ gìn, bảo vệ thi hài Bác Hồ từ năm 1969-1975.

❖ Thành cổ Sơn Tây

Thành cổ Sơn Tây là một tòa thành quân sự kiến trúc bằng gạch đá ong (là loại vật liệu xây dựng đặc thù của vùng Sơn Tây), được Bộ Văn hóa Thông tin công nhận là di tích lịch sử kiến trúc quốc gia năm 1994.

Thành được xây dựng năm 1822 triều vua Minh Mạng nhà Nguyễn, tại thủ phủ của trấn Sơn Tây (sau là tỉnh Sơn Tây). Thành cổ này, trong khoảng thập kỷ 70 - 80 của thế kỷ 19, là một trung tâm phòng bị kháng chiến chống Pháp của quan lại triều đình nhà Nguyễn (với những nhân vật lãnh đạo như: Hoàng Kế Viêm, Lưu Vĩnh Phúc,...) giữa hai cuộc xâm lược Bắc kỳ lần thứ nhất (1872) và lần thứ hai (1883) của Pháp. Thành thất thủ vào tay quân Pháp ngày 16 Tháng Chạp năm 1883.

Ngày nay, tòa thành này vẫn còn tồn tại ở trung tâm thị xã Sơn Tây, Hà Nội và trở một di tích lịch sử và kiến trúc quân sự.

Thành cổ Sơn Tây được kiến trúc theo kiểu Vauban (kiểu công trình quân sự lấy theo tên kỹ sư Vauban người Pháp), tường thành bằng đá ong chạy theo đường gãy khúc, nhưng tổng thể có hình vuông, mỗi cạnh dài khoảng 400 m, diện tích khoảng 16 ha, chiều cao tường thành khoảng 5 m. Ngoài thành là hào nước sâu 3 m, rộng tới 20 m và dài khoảng 1.795 m, được nối ra sông Tích Giang tại góc thành phía Tây Nam (bởi cổng Ba Quân), bốn mặt thành có các cổng vòm bằng gạch. Thành nằm giữa thị xã Sơn Tây, trên phần đất của hai làng cổ là Thuận Nghệ và Mai Trai, cách trung tâm Hà Nội khoảng 42 km. Thành có 4 cửa quay ra các hướng Bắc (chính xác là hướng Bắc Đông Bắc), Nam, Tây, Đông, và lần lượt có tên là: cửa Hậu, cửa Tiền, cửa Hữu, cửa Tả. Hai cửa chính là cửa Tiền và cửa Hậu, có cầu bắc qua hào nước, dẫn vào cổng thành. Trục kiến trúc chính của thành là trục nối hai cửa Tiền và Hậu, theo hướng Bắc Đông Bắc - Nam Tây Nam. Cửa Tiền nhìn ra phố Quang Trung. Cửa Hậu hướng ra phố Lê Lợi (nơi đặt trụ sở Ủy ban Nhân dân thị xã Sơn Tây), thẳng tới bờ sông Hồng. Cửa Tả nhìn ra chợ Nghệ (phố Phùng Khắc Khoan). Cửa Hữu hướng ra phố Trần Hưng Đạo (Đệ Nhị cũ), phố này nối với phố Ngô Quyền, chạy thẳng lên làng cổ Đường Lâm (theo đường quốc lộ 32). Trong thành có các hạng mục kiến trúc: cột cờ (tức vọng lâu) cao 18m, vọng cung, điện Kính Thiên, hai ao sen (còn gọi là giếng Tả và giếng Hữu) phía trước khu nghi lễ (Đoan Môn, sân chầu, điện Kính Thiên), gần với cửa Tiền. Điện Kính Thiên ở đây từng là tòa nhà 5 gian, tám mái chồng diêm, nằm khoảng chính giữa thành, là nơi làm việc của các vua nhà Nguyễn mỗi khi tuần du xứ Đoài của Bắc Kỳ. Cửa Hữu quay ra hướng Tây Tây Bắc là hiện còn nguyên vẹn nhất. Cửa Tiền cũng còn tương đối nguyên vẹn, nhưng hai cửa Tả, Hậu thì bị đổ nát mất riêng cửa Hậu thì được xây lại mới bằng đá ong.

❖ *Phủ Chủ tịch và Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh*

Phủ Chủ tịch là nơi làm việc của Chủ tịch nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam. Tòa nhà nằm trong khuôn viên của khu Phủ chủ tịch, gần lăng Hồ Chí Minh và quảng trường Ba Đình

Phủ toàn quyền Đông Dương (có tên tiếng Pháp là Gouvernement Général de L'Indochine) do kiến trúc sư Ch. Lichtenfelder thiết kế và được xây dựng trong những năm 1901-1906 với quy mô hoành tráng, uy nghiêm và quyền lực. Theo thiết kế ban đầu dành cho phủ toàn quyền Đông Dương, mặt bằng của tòa nhà được thiết kế đối xứng, có một khối lớn ở giữa và hai khối ở hai bên. Tòa nhà này có hai tầng chính đặt trên một tầng đế, trên cùng là một tầng sát mái. Tầng đế là một tầng nửa hầm xây nổi, có kẻ mạch vữa giả đá thường thấy trong kiến trúc cổ điển Pháp, đặt các phòng phục vụ; tầng hai vốn là phòng khách, phòng làm việc và phòng đại tiệc. Tầng ba là những phòng riêng và nơi ở của toàn quyền.

Ngày 3 tháng 10 năm 1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã ký sắc lệnh bãi bỏ toàn bộ các cơ quan thuộc Phủ Toàn quyền Đông Dương và thiết lập một hệ thống cơ quan phục vụ chính phủ lâm thời Việt Nam tại đây.

Tuy nhiên Chủ tịch nước Hồ Chí Minh không sống trong Phủ; Người chỉ tiếp khách tại đây và sống trong một nhà sàn bên cạnh hồ nước gần đó.

Hiện nay tòa nhà này là Phủ Chủ tịch, nơi diễn ra các hoạt động lễ nghi, đối ngoại trọng đại của Việt Nam. Xung quanh là khu di tích lịch sử; và gần đó có Lăng Hồ Chí Minh, bảo tàng Hồ Chí Minh, chùa Một Cột. Phủ không mở tự do cho công chúng.

Hiện nay Phủ Chủ tịch có một phần được tách riêng, đó là Khu di tích của Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch, gọi tắt là Khu di tích Phủ Chủ tịch.

Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch là nơi sống và làm việc lâu nhất trong cuộc đời hoạt động cách mạng của Hồ Chí Minh (từ 19 tháng 12 năm 1954 đến 2 tháng 9 năm 1969), được Bộ Văn hóa Thông tin ra Quyết định xếp hạng là Khu di tích ngày 15 tháng 5 năm 1975.

Khu đất này nguyên là phần đất phía tây bắc của Hoàng thành thuộc Kinh thành Thăng Long xưa. Khi Pháp xâm lược Việt Nam, sau khi chiếm xong miền Bắc đã chọn Hà Nội làm trung tâm đầu não cho toàn bộ Đông Dương và Phủ toàn quyền Đông Dương được xây dựng trên mảnh đất này. Sau khi cuộc kháng chiến chống Pháp kết thúc, nơi này được chọn là nơi làm việc của Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước, đồng thời là nơi sống và làm việc của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Nơi đây cũng là nơi Bác đã qua đời.

Tại Phủ Chủ tịch, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã từng gặp nhiều đoàn khách là đại biểu của các chính đảng, đoàn thể, tôn giáo; đại biểu của công nhân, nông dân, trí thức, quân đội; đại biểu của đồng bào các dân tộc thiểu số; đại biểu đồng bào chiến sĩ miền Nam...

❖ *Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh*

Lăng Hồ Chủ tịch Hồ Chí Minh, Lăng Bác, là nơi đặt thi hài của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh được chính thức khởi công ngày 2 tháng 9 năm 1973, tại vị trí của lễ đài cũ giữa Quảng trường Ba Đình.

Lăng được khánh thành vào ngày 29 tháng 8 năm 1975. Lăng gồm 3 lớp với chiều cao 21,6 mét, lớp dưới tạo dáng bậc thềm tam cấp, lớp giữa là kết cấu trung tâm của lăng gồm phòng thi hài và những hành lang, những cầu thang lên xuống. Quanh bốn mặt là những hàng cột vuông bằng đá hoa cương, lớp trên cùng là mái lăng hình tam cấp. Ở mặt chính có dòng chữ: "Chủ tịch Hồ-Chí-Minh" bằng đá hồng màu mận chín.

Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh là một công trình văn hóa, nghệ thuật lớn. Vật liệu xây dựng được mang về từ nhiều miền trên cả nước. Cát được lấy từ suối Kim Bôi, tỉnh Hòa Bình do người dân tộc Mường đem về; đá cuội được chuyên từ các con suối vùng Sơn Dương, Chiêm Hoá, Ngòi Thia, Tuyên Quang...; đá chọn xây lăng từ khắp các nơi: đá Nhồi ở Thanh Hoá, đá Hoa (Chùa Thầy), đá đỏ núi Non Nước...; đá dăm được đưa từ mỏ đá Hoàng Thi (Thác Bà, Yên Bái), cát lấy từ Kim Bôi (Hòa Bình), Thanh Xuyên (Thái Nguyên). Nhân dân dọc dãy Trường Sơn còn gửi ra 16 loại gỗ quý. Các loài cây

từ khắp các miền được mang về đây như: cây chò nâu ở Đền Hùng, hoa ban ở Điện Biên-Lai Châu, tre từ Cao Bằng... Thanh thiếu niên còn tổ chức buổi tham gia lao động trong việc mài đá, nhỏ cỏ, trồng cây..

Lăng có hình vuông, mỗi cạnh 30 m, cửa quay sang phía Đông, hai phía Nam và Bắc có hai lễ đài dài 65 m dành cho khách trong những dịp lễ lớn. Trước lăng là Quảng trường Ba Đình với một đường dành cho lễ diễu binh, duyệt binh, và một thảm cỏ dài 380 m chia thành 240 ô vuông cỏ xanh tươi suốt bốn mùa. Trước mặt lăng là cột cờ, lá Quốc kỳ được kéo lên vào lúc 6 giờ sáng và hạ xuống lúc 9 giờ tối hàng ngày. Thẳng tiếp qua sân cỏ là đường Bắc Sơn, có trồng hoa hồng đỏ và hoa đào. Tận cùng đường Bắc Sơn là đài Liệt sỹ.

Bên phía tây của quảng trường là khu lưu niệm Hồ Chí Minh. Tại đây có Viện bảo tàng Hồ Chí Minh, nhà sàn Hồ Chí Minh. Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh thường có nhiều đoàn khách ở các tỉnh thành phố và nước ngoài đến thăm viếng.

Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh mở cửa 5 ngày một tuần, vào các buổi sáng thứ Ba, thứ Tư, thứ Năm, thứ Bảy và Chủ nhật. Mùa nóng (từ 1-4 đến 31-10): Từ 7h30 đến 10h30; mùa lạnh (từ 1-11 đến 31-3 năm sau): Từ 8h00 đến 11h00; ngày lễ, thứ Bảy, Chủ nhật mở cửa thêm 30 phút. Hàng năm Lăng đóng cửa để làm nhiệm vụ tu bổ định kỳ vào 2 tháng: tháng 10 và tháng 11.

Hiện nay phí vào cửa là miễn phí và khách viếng thăm phải tuân theo những yêu cầu như ăn mặc chỉnh tề, không đem máy ảnh và giữ trật tự trong lăng.

❖ **Phố cổ Hà Nội**

Khu phố cổ Hà Nội tập trung chủ yếu thuộc địa bàn quận Hoàn Kiếm tổng diện tích khoảng 100 ha, có 76 tuyến phố thuộc 10 phường: phường Hàng Đào, Hàng Bạc, Hàng Buồm, Hàng Bò, Hàng Bông, Hàng Gai, Hàng Mã, Đồng Xuân, Cửa Đông, Lý Thái Tổ. Mặc dù các phố cổ của Hà Nội còn nằm cả bên ngoài khu vực này, nhưng đây là khu vực tập trung phố cổ nhiều nhất và còn giữ được những đặc trưng.

Khu dân cư sinh hoạt và buôn bán sầm uất này đã được hình thành từ thời Lý - Trần, nằm ở phía đông của hoàng thành Thăng Long ra đến sát sông Hồng. Thời Lý - Trần, dân cư từ các làng quanh đồng bằng Bắc Bộ tụ tập về khu vực này sinh sống, tạo thành khu phố đông đúc nhất kinh thành. Đến đời Lê, dần dần đã có một số Hoa kiều buôn bán ở đây, hình thành nên các khu phố Tàu.

Cho đến nay, đây vẫn là khu buôn bán nhộn nhịp nhất của Hà Nội. Một số tuyến phố đi bộ cũng được mở tại đây.

Đặc trưng nổi tiếng nhất của khu phố cổ là các phố nghề. Thợ thủ công từ các làng nghề quanh Thăng Long xưa tụ tập về đây, tập trung theo từng khu vực chuyên làm nghề của mình. Và chính sản phẩm được buôn bán trở thành tên phố, với chữ "Hàng" đằng trước, mỗi phố chuyên môn buôn bán một loại mặt hàng.

Hiện nay, một số phố vẫn còn giữ được sản phẩm truyền thống như phố Hàng Mã, Hàng Tre, Hàng Thiếc, phố Thuốc Bắc, ... Ngoài ra một số phố tuy không giữ nghề truyền thống, nhưng cũng tập trung chuyên bán một loại hàng hóa, như phố Hàng Quạt bán đồ thờ, phố Hàng Buồm bán bánh kẹo, phố Mã Mây chuyên dịch vụ du lịch...

Một đặc trưng nữa của khu phố cổ là kiến trúc nhà cổ trong khu phố buôn bán. Những nhà cổ chủ yếu là nhà ống, mái ngói nghiêng. Hình ảnh nhà cổ và mái ngói đã đi vào hội họa, thơ ca. Những ngôi nhà này chủ yếu được dựng vào thế kỉ 18 - 19.

Trong số các di tích kiến trúc cổ, hệ thống chùa có số lượng lớn nhất. Các ngôi chùa nổi tiếng về sự tích lịch sử, về đặc điểm kiến trúc độc đáo như: chùa Một Cột, chùa Trấn Quốc, chùa Kim Liên, chùa Quán Sứ, chùa Lý Quốc Sư, chùa Liên Phái, chùa Vua, chùa Hoè Nhai, chùa Chân Tiên...

❖ ***Chùa Trấn Quốc***

Chùa nằm bên bờ hồ Tây, đường Thanh Niên, quận Tây Hồ. Chùa Trấn Quốc là ngôi chùa cổ nhất ở Hà Nội, có kiến trúc khá rộng và đẹp, có vườn tháp lớn. Khởi dựng từ thế kỷ 6, đời Lý Nam Đế, chùa có tên là Khai Quốc (mở nước) và nằm ở phía ngoài đê Yên Phụ. Năm 1615 bãi sông bị lở sát vào chùa nên đã rời

vào trong đê và nằm bên sông nước Hồ Tây, chùa đổi tên nhiều lần: An Quốc, Trấn Quốc, Trấn Bắc... Chùa có qui mô bề thế bao gồm ba nếp nhà tiền đường, thiên hương, thượng điện nối liền thành hình chữ công (I), 2 dãy hành lang, gác chuông, nhà tổ và nhà bia. Trong chùa hiện còn 14 tấm bia đá ghi lại nhiều tư liệu quý và mô tả đầy đủ các quá trình tu tạo chùa. Đặc biệt chùa còn có vườn tháp lớn và rất nhiều tháp. Ở khuôn viên chùa có cây bồ đề xum xuê cành lá, đó là quà tặng của Tổng thống Ấn Độ khi ông đến thăm Hà Nội năm 1959. Chùa Trấn Quốc với qui mô kiến trúc khá rộng, phong cảnh đẹp, một ngôi chùa nổi tiếng, kết hợp được vẻ đẹp cổ kính của công trình kiến trúc với vẻ đẹp thanh nhã của một thắng cảnh ven Hồ Tây hiện đang là điểm du lịch hấp dẫn du khách.

❖ Chùa Một Cột

Chùa Một Cột thuộc quận Ba Đình, Hà Nội. Chùa có kiến trúc độc đáo, được tạo dáng như một bông sen cách điệu từ dưới nước vươn lên.

Chùa Một Cột có tên chữ là Diên Hựu (phúc lành dài lâu) được xây dựng vào năm 1049 thời vua Lý Thái Tông. Tương truyền khi ấy vua Lý Thái Tông đã cao tuổi mà chưa có con trai nên nhà vua thường đến các chùa để cầu tự. Một đêm ông chiêm bao thấy Đức Phật Quan Âm hiện lên đài hoa sen ở một hồ nước hình vuông phía tây thành Thăng Long, tay bế đứa con trai trao cho nhà vua. Ít lâu sau hoàng hậu sinh con trai. Nhà vua cho dựng chùa Một Cột có dáng dấp như đã thấy trong giấc mơ để thờ Phật Quan Âm.

Chùa Một Cột là một Quốc tự, liên quan tới vua sáng lập triều Lý, được xây dựng gần khu vực Tử Cấm thành, hàng tháng cứ rằm, mồng một vua đến đặt lễ cầu phúc. Theo sử sách, chùa được xây lần thứ nhất năm 1049: "Mùa đông tháng 10 dựng chùa Diên Hựu. Trước đây vua chiêm bao thấy Phật Quan Âm ngồi trên toà sen, dắt vua lên toà. Khi tỉnh dậy vua nói với bề tôi, có người cho là điềm không lành. Có nhà sư Thiên Tuệ khuyên vua làm chùa, dựng cột đá ở giữa đất, làm toà sen của Phật Quan Âm như đã thấy ở trong mộng. Cho các nhà sư đi xung quanh tụng kinh cầu nhà vua sống lâu. Vì thế gọi là chùa Diên Hựu (phúc lành dài lâu). Năm 1070 mùa xuân tháng giêng năm Thần Vũ thứ 2, vua viết chữ Phật dài 1 trượng 6 thước khắc vào phiến đá".

Lần xây dựng thứ hai vào năm 1105, vua tu bổ chùa Diên Hựu: "Mùa thu tháng 9 làm hai ngọn tháp chỏm trắng ở chùa Diên Hựu... Bấy giờ vua chữa lại chùa đẹp hơn chùa cũ, đào hồ Liên Hoa Đài gọi là hồ Linh Chiểu. Ngoài hồ có hành lang chạm vẽ chung quanh, ngoài hành lang lại đào hồ". Bích trì đều bắc cầu vòng để đi qua. Trước sân chùa xây Bảo Tháp. Trước khi vào chùa còn có một phương đình bằng đá xanh cao 8 trượng (khoảng 26m) trước cổng chùa. Chùa là một cụm kiến trúc bề thế, có ý tưởng độc đáo và thẩm mỹ đẹp đã bị chiến tranh tàn phá, trở thành um tùm rậm rạp thời giặc Minh". Thông qua nhiều tài liệu cổ cho biết chiếc cột thần kỳ cao tới 20m, trong đó có bia Sùng Diện Linh ở chùa Long Đọi Nam Hà do Binh bộ thượng thư Nguyễn Công Bật viết đã mô tả và ghi chép tỷ mỉ việc xây tiếp chùa Một Cột: "Mở cửa chùa Diên Hựu tại vườn tây. Dấu vết theo quy mô thửa trước, lo toan Thánh ý ngày nay. Đào hồ thơm Linh Chiểu, giữa hồ trời lên cột đá. Trên cột đá có một cánh hoa sen ngàn cánh xoè ra. Trên hoa dựng ngôi đèn đỏ sẫm. Trong đèn đặt pho tượng sắc vàng, ngoài hồ có hành lang bao bọc. Ngoài hành lang lại có hồ Bích Trì, bắc cầu cong đi lại, ở sân trước hai cầu bên tả hữu xây bảo tháp lưu ly...".

Đây là một công trình kiến trúc sáng tạo kết hợp không gian kiến trúc có nhịp điệu cao thấp gồm điêu khắc đá, hội họa, chạm vẽ hành lang, mặt nước là biểu tượng văn hoá, nghệ thuật cao, tính dân tộc đậm nét. Chùa đã bị huỷ hoại, xây dựng lại nhỏ hơn so với nguyên mẫu, nhắc lại ở đây một thời đã có một cụm kiến trúc độc đáo. Hiện nay chùa Một Cột được khách thập phương trong và ngoài nước tới cầu nguyện và tham quan

❖ **Chùa Quán Sứ**

Chùa Quán Sứ hiện tọa lạc tại số 73 phố Quán Sứ, Quận Hoàn Kiếm Hà Nội❖. Vào thời Trần Dụ Tông (1341-1369) ở cạnh khu vực này có nhà công quán của❖triều đình dùng để đón tiếp sứ giả của các nước ngoài như Chiêm Thành, Vạn Tượng, Nam Chưởng, (Lào và Bắc Lào hiện nay), các sứ thần đều theo đạo Phật, nên ở cạnh công quán có lập một ngôi chùa để các sứ thần đến lễ Phật, vì thế nên Chùa có tên là Chùa Quán Sứ, về sau nhà công quán bị hủy bỏ, nhưng ngôi chùa vẫn còn được giữ lại.

Trong Chùa ở tiền đường thờ Phật, Hậu đường thờ Quốc Sư Triều Lý là thiền sư Không Lộ. Chùa có 12 bia đá, theo bia "Quán sứ tự công đức bi ký" dựng năm Ất Mão (1855), do tiến sĩ khoa Mậu Tuất (1838), đốc học Thanh Hóa, Lê Huy Vĩnh soạn thì: Vào đầu triều Gia Long, quân lính đóng ở đồn Hậu Quân ở cạnh Chùa, nhờ có phó tướng Vĩnh Tài lưu tâm đến đạo Phật, nên chùa không bị phá hủy. Đến năm 1822, chùa được sửa sang làm chỗ lễ bái, cầu đạo cho quân nhân. Sau lính rút đi, khu đất trống được trả lại cho dân làng sở tại. Nhà Sư Thanh Hương đến trụ trì, làm hành lang đúc tượng, đúc chuông. Học trò là Văn Nghiêm kế nghiệp, khuyến hóa mười phương, tu bổ những chỗ hư hỏng, tô tượng và đắp thêm 27 pho tượng nữa.

Đến năm 1934, hội Phật Giáo Bắc kỳ lấy chùa làm hội quán. Năm 1942, Chùa được xây lại theo quy mô kiến trúc và trang trí nội thất như hiện nay. Năm 1958 Hội Phật Giáo Thống Nhất Việt Nam được thành lập, đã lấy chùa Quán Sứ làm trụ sở.

❖ ***Chùa Trầm***

Chùa Trầm là một ngôi chùa tọa lạc trên một diện tích chỉ trên dưới năm chục mét vuông trên núi Trầm (hay còn gọi là Tử Trầm Sơn), thuộc địa phận xã Phụng Châu, huyện Chương Mỹ, cách trung tâm Hà Nội khoảng 25 km.

Xưa kia toàn bộ khu núi Trầm là nơi vua Lê, chúa Trịnh đặt hành cung. Núi Tử Trầm có chùa Hang được xây dựng trong động Long Tiên dưới chân Tử Trầm Sơn với những pho tượng đá, văn bia khắc trên vách động, trống đá, khánh đá...; có hang Long Tiên Động rất lớn và bàn thờ Phật bên trong. Ở đây có đường lên đỉnh núi gọi là đường lên Trời và đường xuống hang sâu gọi là đường xuống Âm phủ, Gần lại có chùa Võ Vi.

Chùa Trầm được xây dựng năm Ất Hợi (1515) do Trần Văn Tăng, một tướng quân xuất gia đi giảng đạo, khởi xướng.

❖ ***Chùa Trầm Gian - Chùa Quảng Nghiêm***

Chùa Quảng Nghiêm còn gọi là chùa Tiên Lữ hay chùa Trầm Gian là một ngôi chùa nằm trên một quả đồi cao khoảng 50 m, ở thôn Tiên Lữ, xã Tiên

Phương, huyện Chương Mỹ, Hà Nội. Chùa được lập từ đời Lý Cao Tông, niên hiệu Trinh Phù thứ 10 (1185). Đến thời nhà Trần, có hòa thượng Bình An, quê ở Bối Khê tu ở đây, tương truyền là người có nhiều phép lạ. Sau khi ông mất, dân làng xây tháp để giữ gìn hài cốt và tôn gọi là Đức Thánh Bối. Ngôi chùa lớn với quy mô như hiện nay là đã được trùng tu và xây dựng thêm qua nhiều thời đại

Ở sân chùa có gác chuông hai tầng tám mái được dựng vào năm Quý Dậu 1693, niên hiệu Chính Hòa, đời Lê Hy Tông, là một công trình kiến trúc có giá trị nghệ thuật cao. Chùa còn giữ được nhiều di vật và tượng quý. Trăm gian, cái tên rất bình dân, dường như muốn nói lên vẻ bề thế của ngôi chùa.

Trong chùa có tượng đồ đốc Đặng Tiến Đông, một tướng lĩnh nhà Tây Sơn, chỉ huy đạo quân đánh vào phía nam Thăng Long. Tượng này được phát hiện vào năm 1972. Ngoài ra còn có tượng Đức Thánh Bối đặt trong khám gỗ gian bên phải. Đây là tượng cốt rút bằng mây đan ngoài bọc vải sơn, tương truyền là tượng bỏ hài cốt của ông.

❖ Chùa Tây Phương

Chùa Tây Phương (tên chữ là Sùng Phúc tự) là một ngôi chùa ở trên ngọn núi Tây Phương ở thôn Yên, xã Thạch Xá, huyện Thạch Thất, thành phố Hà Nội. Chùa Tây Phương hiện nay vẫn chưa rõ chính thức về năm xây dựng, tuy nhiên các hoa văn trang trí thuộc phong cách nghệ thuật cuối thế kỷ 16 sang đầu thế kỷ 17. Cũng có một số người cho rằng chùa được thành lập từ thế kỷ 6-7 nhưng đã trải qua nhiều lần trùng tu.

Năm 1632, vào đời vua Lê Thần Tông, chùa xây dựng thượng điện 3 gian và hậu cung cùng hành lang 20 gian. Khoảng những năm 1657-1682, Tây Đô Vương Trịnh Tạc lại cho phá chùa cũ, xây lại chùa mới và tam quan. Đến năm 1794 dưới thời nhà Tây Sơn, chùa lại được đại tu hoàn toàn với tên mới là "Tây Phương Cổ Tự" và hình dáng kiến trúc còn để lại như ngày nay.

Từ chân núi, qua 239 bậc lát đá ong thì đến đỉnh núi và cổng chùa. Chùa Tây Phương gồm ba nếp nhà song song: bái đường, chính điện và hậu cung. Mỗi nếp có hai tầng mái kiểu chồng diêm, tường xây toàn bằng gạch Bát Tràng

nung đỏ, để trần tạo thành một không khí rất thô sơ mộc mạc, điểm những của sổ tròn với biểu tượng sắc và không; các cột gỗ đều kê trên đá tảng xanh trong khắc hình cánh sen. Mái lợp hai lớp ngói: mái trên có mũi in nổi hình lá đề, lớp dưới là ngói lót hình vuông sơn ngũ sắc như màu áo cà sa xếp trên những hàng rui gỗ làm thành ô vuông vắn đều đặn. Xung quanh diềm mái của ba toà nhà đều chạm trổ tinh tế theo hình lá triện cuốn, trên mái gắn nhiều con giống bằng đất nung, các đầu đao mái cũng bằng đất nung đường nét nổi lên hình hoa, lá, rồng phượng giàu sức khái quát và khả năng truyền cảm. Cột chùa kê trên những tảng đá chạm hình cánh sen. Toàn bộ ngôi chùa toát ra một tính hoành tráng và phóng khoáng phù hợp với triết lý "sắc sắc không không" của nhà Phật.

Nơi đây còn là nơi tập trung những kiệt tác hiếm có của nghệ thuật điêu khắc tôn giáo bao gồm chạm trổ, phù điêu và tạc tượng. Khắp chùa chỗ nào có gỗ là có chạm trổ. Các đầu bẩy, các bức cốn, xà nách, ván long... đều có chạm trổ đề tài trang trí quen thuộc của dân tộc Việt: hình lá dâu, lá đề, hoa sen, hoa cúc, rồng, phượng, hổ phù... rất tinh xảo được tạo ra dưới bàn tay thợ tài hoa của các nghệ nhân làng mộc ngay trong vùng Tổng Nửa, làng truyền thống Chàng Sơn Làng nghề mộc lâu đời và nổi tiếng của xứ Đoài .

Trong chùa có 72 pho tượng cùng với các phù điêu có mặt tại mọi nơi. Các tượng được tạc bằng gỗ mít sơn son thếp vàng. Nhiều pho được tạc cao hơn người thật như 8 pho tượng Kim Cương và Hộ Pháp, cao chừng 3 m, trang nghiêm phúc hậu. Phần lớn các tượng này đều được coi là có niên đại cuối thế kỷ 18. Một số tượng khác được tạc vào giữa thế kỷ 19.

Chùa Tây Phương đã là một công trình kiến trúc tôn giáo đặc sắc tiêu biểu cho mỹ thuật Việt Nam thời Hậu Lê (thế kỷ 17-18).

❖ **Chùa Đậu**

Chùa Đậu (tên chữ: Thành Đạo tự) là một ngôi chùa ở thôn Gia Phúc, xã Nguyễn Trãi, huyện Thường Tín, Hà Nội. Vì chùa thờ Bà Đậu hay nữ thần Pháp Vũ nên chùa được gọi là chùa Đậu và còn có tên là Pháp Vũ tự.

Theo truyền thuyết, chùa được dựng dưới thời Bắc thuộc lần thứ hai (602-939), nhưng theo văn bia, chùa được xây dựng từ thời triều nhà Lý.

Chùa đã được trùng tu nhiều lần. Theo văn bia tu tạo dựng năm Dương Hoà đời thứ 5 thì ngôi chùa này được tôn tạo vào thời nhà Lý, thế kỷ thứ 11. Ngoài ra trong chùa còn nhiều viên gạch lớn thời nhà Mạc và một số bia có niên hiệu Sùng Khang (1566 - 1577). Cũng theo tấm bia trên, có một lần trùng tu lớn vào năm 1635 đời vua Lê Thần Tông.

Chùa được xây dựng kiểu "nội công ngoại quốc". Tam quan chùa là một gác chuông đẹp, hai tầng tám mái với các đầu đao cong vút. Nhiều bộ phận gỗ được chạm khắc hình rồng, phượng và hoa lá.

Đặc biệt là trong chùa còn có hai pho tượng của hai nhà sư Vũ Khắc Minh và Vũ Khắc Trường đã tu ở chùa vào khoảng thế kỷ 17, được tạo thành bằng cách bó sơn ta rồi quang dầu ra ngoài chính thi hài các nhà sư. Tượng thiền sư Vũ Khắc Minh đã được tu bỏ với các kỹ thuật truyền thống như : bó, hom, lót, thỉ, mài và thép với các nguyên liệu như sơn ta, vải màn, giấy dó, mặt cưa và đất. Tổng số lớp sơn và thép vàng là 14 lớp. Trước khi tu bỏ, tượng nặng 7 kg, sau khi tu bỏ, tượng nặng 7,5 kg.

Pho tượng Vũ Khắc Trường đã bị hỏng nặng vào khoảng năm 1983 do am đặt tượng bị ngập sau trận lụt lớn. Tượng hồi đó đã được ông Vũ Văn Tuyên, cháu của thiền sư Vũ Khắc Trường đắp lại bằng đất và sơn ta. Tượng đã được các nhà nghiên cứu tu bỏ lại, oản bộ pho tượng sau khi tu bỏ nặng 31 kg.

❖ *Chùa Hương và Khu di tích thắng cảnh du lịch Hương Sơn*

Chùa Hương là cách nói trong dân gian, trên thực tế chùa Hương hay Hương Sơn là cả một quần thể văn hóa - tôn giáo - kiến trúc Việt Nam, gồm hàng chục ngôi chùa thờ Phật, vài ngôi đền thờ thần, các ngôi đình, thờ tín ngưỡng nông nghiệp. Trung tâm chùa Hương nằm ở xã Hương Sơn, huyện Mỹ Đức, cách trung tâm Hà Nội khoảng 70 km về phía Nam, nằm ven bờ phải sông Đáy. Trung tâm của cụm đền chùa tại vùng này chính là chùa Hương nằm trong động Hương Tích hay còn gọi là chùa Trong.

Ngôi chùa được xây dựng với quy mô chính vào khoảng cuối thế kỷ 17. Đường xuống hang chùa là một dốc gồm 120 bậc lát đá. Vách trước cửa động có năm chữ Hán (Nam thiên đệ nhất động) khắc năm 1770, là bút tích của Tỉnh Đô Vương - Trịnh Sâm (1767-1782).

Vào trong động vẻ đẹp lạ thường của những nhũ đá tưởng như những công trình điêu khắc tuyệt tác của thiên nhiên. Nhũ đá ở đây có khối to, có khối nhỏ, có cái đẹp ở toàn khối, có cái đẹp ở dáng dấp tinh vi, có cái rủ từ trên trần xuống, có cái mọc từ dưới đất lên. Tất cả đều tùy theo hình dáng mà được đặt những cái tên rất trần thế, biểu hiện những mơ ước của con người. Trước hết là Đụn Gạo đồ sộ, bước vào cửa động đã trông thấy. Dưới chân Đụn Gạo có một hòm đá nhỏ xiu gọi là Cối Giã. Gần Đụn Gạo là Núi Cô và Núi Cậu. Núi Cậu ngang tầm với Sữa Mẹ quanh năm suốt tháng rõ xuống không ngừng.

Cùng một hàng dọc với Núi Cô, Núi Cậu và lui vào phía trong là Cây Bạc, Cây Vàng chất chứa những hình tròn như những đồng tiền vàng bạc lấp lánh. Vào trong góc động gần tận cùng sẽ thấy Chuông Lợn, Ao Bèo, Nong Tằm, Né Kén... Toàn là những hình ảnh bằng nhũ đá. Trên trần động thạch nhũ còn nhô ra thành hình chín đầu rồng sinh động gọi là tòa Cửu Long.

Giá trị nhất về mặt nghệ thuật điêu khắc, không những trong chùa Hương mà kể cả trong toàn bộ hệ thống chùa chiền ở Hương Sơn là pho tượng Phật Quan Âm bằng đá xanh tạc vào thời Tây Sơn. Pho tượng bằng đá, có dáng người thon thon, mặt trái xoan, nét thanh tú, đầu đội mũ Tì Lư (tức là mũ Bồ Tát) nhưng lại có búi tóc và tóc mai, sau lưng có hai món tóc buông xuống. Tượng ngồi ở tư thế đặc biệt, tay phải cầm viên ngọc minh châu, chân trái duỗi, đặt trên một bông sen nở, chân phải co, dưới chân cũng có một bông sen. Theo bài ký khắc trên đá năm 1806 thì pho tượng này được tạc năm 1793. Trong động Hương Tích còn có quả chuông đồng cao 1,24 m, đường kính đáy 0,63 m đúc năm Thịnh Đức thứ 3 (1655).

Chùa Hương là danh lam thắng cảnh du lịch vào loại nổi tiếng nhất ở Việt Nam. Vào mùa hội tháng giêng chính thức từ ngày mùng 6 đến ngày 15 tháng Ba âm lịch; hàng năm có trên 1 triệu khách du lịch trong và ngoài nước, khách hành hương đến Chùa Hương tham quan và du lịch.

Ngoài chùa còn có hệ thống đình đền thờ phụng các vị anh hùng dân tộc, các "thánh" mà trong tiềm thức của dân gian cho là liêng thiêng. Như đình Quảng Bá thờ anh hùng dân tộc Phùng Hưng, đình Trèm thờ Lý Ông Trọng, đình Vẽ thờ Mạc Quận Công... Đền Ngọc Sơn nằm trong lòng hồ Hoàn Kiếm lịch sử, soi mình dưới bóng nước như những hạt ngọc lung linh càng tôn thêm vẻ đẹp huyền diệu cho tất cả những ai đến thăm với một quần thể kiến trúc liên hoàn tinh tế giữa tháp Bút, đài Nghiên, cầu Thê Húc, lầu Đắc Nguyệt, đình Trấn Ba. Đền Quan Thánh nhìn ra hồ Tây thơ mộng, đền Hai Bà Trưng ở phố Đồng Nhân... đều là những điểm du lịch có giá trị của Thủ đô.

Hà Nội còn có nhiều gò tích như: gò Đống Đa, Ngọc Hồi, Phù Đồng, núi Nùng, núi Sóc, phủ Tây Hồ... là những danh thắng có bề dày lịch sử.

Lễ hội

bất cứ thời đại nào, bất cứ dân tộc nào, vào bất cứ mùa nào cũng có những ngày lễ hội. Lễ hội đã tạo nên tấm thảm muôn màu. Mọi sự ở đó đều đan quện vào nhau, thiêng liêng và trần tục, nghi lễ và hồn hậu, truyền thống và phóng khoáng, của cải và khôn khéo, cô đơn và kết đoàn, trí tuệ và bản năng.

Lễ hội là một nhu cầu trong đời sống tinh thần của nhân dân ta đã có từ thời dựng nước. Lễ hội truyền thống thể hiện rất rõ bản sắc văn hoá dân tộc. Nước ta có một kho tàng lễ hội rất phong phú ở khắp mọi miền.

Gắn liền với các di tích văn hoá, lịch sử kiến trúc, Hà Nội có hàng trăm lễ hội dân gian truyền thống mang dấu ấn của dân cư kinh đô, ngoài phong tục của nền nông nghiệp lúa nước còn có tính chất phường hội, hình thức hào hoa, phong nhã, lối ứng xử thanh lịch và cách tổ chức tinh tế. Sức cuốn hút của lễ không phải chỉ ở số lượng mà chủ yếu là ở chất lượng. Toàn bộ hoạt động lễ hội đều là nghệ thuật và nghi thức. Lễ hội là điểm hội tụ của mọi khả năng sáng tạo nghệ thuật, trò chơi dân gian đầy sức hấp dẫn. Lễ hội còn là một bảo tàng sống của văn hoá cổ truyền, sống động với ước mơ về cái đẹp, về niềm vui của cuộc sống.

Nằm ở trung tâm đồng bằng sông Hồng, Hà Nội là quê hương của nhiều lễ hội truyền thống. Nhiều lễ hội dân gian của Hà Nội cũng là lễ hội của nhân dân cả nước. Những lễ hội sôi động nhất là những lễ hội tưởng niệm các vị anh hùng có công đánh giặc giữ nước như: Lễ hội ở Đồng Nhân tưởng niệm Hai Bà Trưng, hội Đống Đa tưởng niệm vua Quang Trung, hội làng Gióng kỷ niệm người anh hùng theo truyền thuyết Phù Đổng Thiên Vương, hội làng Triều Khúc thờ Phùng Hưng - Bó Cái Đại Vương, hội đình Trèm tưởng niệm Lý Ông Trọng... Và nhiều lễ hội ở đền, chùa, phủ như: lễ hội chùa Quán Sứ, chùa Bà Đá, chùa Vua, chùa Láng, chùa Hà, phủ Tây Hồ, hội đền Sóc, hội làng Vẽ... mang nhiều nét độc đáo.

Lễ hội ở Hà Nội diễn ra hầu hết các tháng trong năm. Khách du lịch đến Hà Nội bất cứ thời gian nào cũng có thể được thưởng thức các lễ hội dân gian. Đến với lễ hội du khách sẽ thấy những năm tháng hào hùng của lịch sử, được thưởng thức các trò chơi, các hình thức nghệ thuật dân gian, chiêm ngưỡng các nghi lễ, cách trang phục của thời xưa, tìm hiểu và nâng cao kiến thức về văn hoá cội nguồn. Lễ hội không chỉ có sức thu hút đông đảo du khách trong nước mà gần đây đã thu hút khá đông bà con Việt kiều và du khách nước ngoài.

Ngày nay, có rất nhiều dòng khách du lịch ở các nước phương Tây muốn đến phương Đông tham quan, tìm kiếm lại những phong tục tập quán, ứng xử xa xưa còn lưu lại. Vì lẽ đó, để đáp ứng yêu cầu của khách du lịch, ngành du lịch càng phải coi trọng khai thác tiềm năng văn hoá mang bản sắc dân tộc của lễ hội.

Các lễ hội tiêu biểu:

❖ Lễ hội Phù Đổng

Nhiều địa phương thuộc Hà Nội tổ chức lễ hội suy tôn Thánh Dóng: Phù Đổng, Chi Nam (Gia Lâm), Xuân Đình (Từ Liêm), đền Sóc (Sóc Sơn). Trong số bốn hội trên thì hội Dóng ở Phù Đổng (Gia Lâm, Hà Nội) có quy mô, tổ chức chặt chẽ và công phu nhất. Chính hội vào ngày 9/4 âm lịch hằng năm. Trước đó

ngày 6/4 là lễ rước nước từ giếng trước đền thờ Mẫu. Lễ tế có phường Ải Lao múa hát thờ thần; diễn trận tái hiện sự tích ông Dóng đánh giặc Ân với các cuộc múa cờ "ba ván thuận" và "ba ván nghịch" được cách điệu, người xem có thể hiểu tài đánh giặc của ông Dóng. Những ngày tiếp theo có nhiều trò vui như lễ cắm cờ, mừng thắng trận, cáo đất trời và nhiều trò vui khác.

❖ Lễ hội Đống Đa

Lễ hội Đống Đa (thuộc quận Đống Đa - Hà Nội) hằng năm diễn ra vào ngày 5 tết Nguyên Đán (5/1 âm lịch). Đây là nơi lễ hội chiến thắng, mừng công tích lẫy lừng trong lịch sử chống ngoại xâm của dân tộc, do hoàng đế Quang Trung (Nguyễn Huệ), người anh hùng áo vải Tây Sơn lãnh đạo. Cuộc tế diễn ra ở đình Khương Thượng, lễ cầu siêu ở chùa Đồng Quang. Sau đám rước "rồng lửa Thăng Long" là lễ dâng hương, lễ đọc văn. Hội còn có nhiều trò vui, đua tài, đua trí trên sân bãi tại gò Đống Đa lịch sử.

❖ Lễ hội đền Cổ Loa

Lễ hội diễn ra tại xã Đông Anh, ngoại thành Hà Nội. Lễ hội hằng năm diễn ra từ ngày 6 đến 16 tháng giêng âm lịch (chính hội ngày 6) để tưởng nhớ Thục Phán An Dương Vương người đã được vua Hùng thứ 18 nhường ngôi. Ông đã có công xây thành Cổ Loa, trị vì Âu Lạc trong 50 năm vào thế kỷ thứ 3 trước công nguyên. Trong dịp lễ hội tái hiện nhiều tích xưa như rước vua sống, lễ ươm gươm tại đền Sái, rước cờ bông... Lễ hội đền Cổ Loa có đám rước thần uy nghiêm của 12 xóm. Trong phần hội có nhiều trò chơi vui: chơi đu, thổi cơm thi, hát ca trù, hát chèo...

❖ Hội Lệ Mật

Làng Lệ Mật nay thuộc phường Việt Hưng, quận Long Biên. Hàng năm, làng mở hội vào ngày 23/3 âm lịch, tưởng nhớ Hoàng Đức Trung (thành hoàng làng Lệ Mật), là người đã có công được vua Lý ban đất lập 13 trang trại. Hội Lệ Mật có trò múa rắn nhằm tôn vinh nghề bắt và nuôi rắn ở đây. Hội Lệ Mật còn là dịp để cư dân trong làng và những người đi xa có dịp về quê, ôn lại lịch sử dựng làng đầy gian nan thử thách từ xa xưa, cùng chung niềm vui và lòng biết ơn với tổ tiên.

❖ **Hội chùa Bối Khê**

Hội Chùa Bối Khê xã Tam Hưng, Thanh Oai mở vào ngày 2 tháng Giêng âm lịch, thờ phật và đức thánh Bối Nguyễn Bình An. Trong hội có lễ rước kiệu, đánh cờ người.

❖ **Hội chùa Trăm Gian**

Hội Chùa Trăm Gian xã Tiên Phương, Chương Mỹ là lễ hội thờ phật diễn ra từ ngày 4 đến ngày 6 tháng Giêng âm lịch. Trong hội có lễ rước kiệu, múa rối nước, đấu vật.

❖ **Hội chùa Hương**

Hội Chùa Hương xã Hương Sơn, Mỹ Đức là lễ hội dài nhất Việt Nam từ ngày 6 tháng Giêng đến ngày 25 tháng Ba âm lịch. Du khách thập phương về đây lễ phật cầu may và tham quan khu danh thắng Hương Sơn.

❖ **Hội chùa Đậu**

Hội Chùa Đậu xã Nguyễn Trãi, Thường Tín diễn ra từ ngày 8 đến ngày 10 tháng Giêng âm lịch thờ thần Pháp vũ, bà Đậu. Trước đây là lễ cầu mưa của vua chúa phong kiến, nay là dịp lễ phật cầu may đầu xuân của dân trong vùng.

❖ **Hội làng Chuông**

Hội làng Chuông xã Phương Trung, Thanh Oai diễn ra vào ngày 10 tháng Giêng âm lịch để tưởng nhớ công ơn của Bố cái đại vương Phùng Hưng. Trong hội có lễ dâng hương, rước kiệu, hội thổi cơm thi. Đây còn là làng làm nón lá cổ truyền nổi tiếng.

❖ **Hội Dô**

Hội Dô xã Tuyết Nghĩa, Quốc Oai 36 năm mới mở hội một lần diễn ra từ ngày 10 đến ngày 15 tháng Giêng âm lịch để tưởng nhớ công lao của đức thánh Tản Viên, người đã truyền dạy dân làng các điệu hát Dô. Trong hội có các trò chơi như bơi thuyền, múa rối và đặc biệt không thể thiếu hội thi hát Dô.

❖ **Hội làng Đa Sĩ**

Hội làng Đa Sĩ xã Kiến Hưng, thị xã Hà Đông diễn ra từ ngày 12 đến ngày 15 tháng Giêng âm lịch để tưởng nhớ công lao của thành hoàng và cũng là ông tổ nghề rèn, Hoàng Đôn Hoà. Trong hội có các nghi lễ như rước kiệu, múa rồng.

❖ **Hội đình Tây Đằng**

Hội Đình Tây Đằng thị trấn Tây Đằng, Ba Vì diễn ra vào ngày 15 tháng Giêng âm lịch, tưởng nhớ công lao đức thánh Tản Viên và hai vị tướng của ông là Cao Sơn và Quý Minh. Trong lễ hội có lễ dâng hương, rước kiệu và bài vị của ba thánh.

❖ **Hội đền Vả**

Hội Đền Vả xã Trung Hưng, thị xã Sơn Tây mở vào ngày 15 tháng Giêng âm lịch, thờ đức thánh Tản Viên. Trong hội có lễ dâng hương, cứ vào năm chẵn lại có lễ rước kiệu lên đền thượng trên đỉnh Ba Vì, lễ tắm tượng, tục đánh cá.

❖ **Hội làng La Khê**

Hội làng La Khê xã Văn Phú, thị xã Hà Đông mở ngày 15 tháng Giêng âm lịch với nghi lễ dâng hương, rước kiệu và các trò chơi dân gian như đấu vật, thi võ, đập niêu, thổi cơm thi.

❖ **Hội hát chèo Tàu Đan Phượng**

Hội hát Chèo tàu xã Tân Hội, Đan Phượng, trước đây 30 năm mới mở một lần ngày nay từ 5 đến 7 năm mở hội từ ngày 15 đến ngày 23 tháng Giêng âm lịch để tưởng nhớ công đức của Văn Dĩ Thành một viên tướng có công đánh giặc dưới thời nhà Trần. Trong hội có biểu diễn hát chèo tàu trên các mô hình thuyền rồng và các trò chơi dân gian khác, đây là một lễ hội dân gian rất độc đáo và đặc sắc của vùng văn hoá xứ Đoài.

❖ **Hội làng Yên Nội**

Hội làng Yên Nội xã Đông Quang, Quốc Oai diễn ra vào ngày 10 tháng Hai âm lịch với các nghi lễ như rước kiệu, dâng hương, đấu vật, thi võ để tưởng nhớ công đức của tướng quân Cao Lỗ thời An Dương Vương.

❖ **Hội chùa Thầy**

Hội Chùa Thầy xã Sài Sơn, Quốc Oai diễn ra từ ngày 5 đến ngày 7 tháng Ba âm lịch để tưởng nhớ đức thánh Từ Đạo Hạnh người đã tu thành chính quả tại Chùa Thầy. Trong hội có lễ rước kiệu và các trò vui dân gian như múa rối nước, đấu vật .

❖ **Hội chùa Tây Phương**

Hội Chùa Tây Phương xã Thạch Xá, Thạch Thất diễn ra vào ngày 6 tháng Ba âm lịch là lễ hội cầu phật với các hoạt động văn hoá dân gian như múa rối nước, đấu vật, múa sư tử.

❖ **Hội đèn Hát Môn**

Hội đèn Hát Môn (đèn thờ Hai Bà Trưng) xã Hát Môn, Phúc Thọ diễn ra vào ngày 6 tháng Ba âm lịch, tương truyền là ngày mất của hai Bà. Lễ hội là dịp nhân dân tưởng nhớ công lao của Hai Bà Trưng với những nghi lễ như dâng hương, rước kiệu và các trò vui như bơi chải, đấu vật .

❖ **Hội Giã**

Hội Giã xã Yên Sở, Hoài Đức diễn ra từ ngày 10 đến ngày 26 tháng Ba âm lịch tưởng nhớ công lao của Lý Phục Man một vị tướng dưới thời Lý Nam Đế. Trong hội có rước kiệu, thi võ, đấu vật.

❖ **Hội thả diều Bá Giang**

Hội thả diều Bá Giang xã Hồng Hà, Đan Phượng diễn ra vào ngày 15 tháng Ba âm lịch là dịp tưởng nhớ công ơn của Nguyễn Cả, người đã dạy dân làng làm diều. Trong hội có thi chim, thi diều và các trò vui dân gian khác.

❖ **Hội bãi Tự Nhiên**

Hội bãi Tự Nhiên xã Tự Nhiên, Thường Tín diễn ra từ ngày 30 tháng Ba đến ngày 2 tháng Tư âm lịch kỷ niệm chuyện tình yêu cảm động giữa công chúa Tiên Dung và Chử Đồng Tử, chàng trai đánh cá nghèo. Trong hội có các nghi lễ như rước kiệu, dâng hương và các nghi lễ miêu tả câu chuyện tình của Tiên Dung và Chử Đồng Tử.

Hệ thống bảo tàng, trung tâm văn hoá, thể thao, giải trí

Sự quy tụ của các viện bảo tàng làm sống lại lịch sử của một thời đã qua. Ngày nay, khi du khách đến Hà Nội sẽ được sống lại với lịch sử Việt Nam qua các viện bảo tàng: Viện bảo tàng Cách Mạng, Lịch sử, Mỹ thuật, Quân đội, Hồ Chí Minh, Dân tộc học, Địa chất học và Động vật học... Các viện bảo tàng là những trung tâm nghiên cứu lịch sử và là cơ quan văn hoá quan trọng và hơn hết nó đã trở thành điểm du lịch quan trọng trong các chương trình tham quan Hà Nội. Trong những năm qua, số lượng du khách đến các viện bảo tàng ngày một tăng, mục đích chính của họ là tham quan và tìm hiểu lịch sử.

Hà Nội hiện có 23 bảo tàng trong tổng số cả nước là 108, chiếm 21% là số lượng tương đối lớn. Đặc biệt về giá trị các bảo tàng ở Hà Nội chiếm vị trí hàng đầu trong cả nước. Bảo tàng Hà Nội gồm:

6 bảo tàng tầm cỡ quốc gia: Bảo tàng Quân đội, bảo tàng Mỹ thuật, bảo tàng Phụ nữ, bảo tàng Lịch sử, bảo tàng Cách mạng, bảo tàng Dân tộc học.

1 bảo tàng tầm cỡ quốc tế là bảo tàng Hồ Chí Minh.

Nhiều bảo tàng tầm cỡ địa phương như: bảo tàng Hà Nội, Bưu điện...

Ẩm thực

Là trung tâm văn hóa của cả miền Bắc từ nhiều thế kỷ, tại Hà Nội có thể tìm thấy và thưởng thức những món ăn của nhiều vùng đất khác, nhưng ẩm thực thành phố cũng có những nét riêng biệt.

❖ Cốm làng vòng

Cốm làng Vòng được những người dân của ngôi làng cùng tên thuộc quận Cầu Giấy làm đặc trưng bởi mùi thơm và màu sắc. Cốm làm từ giống nếp vàng gặt khi còn non, gói trong những tàu lá sen màu ngọc thạch và được những người bán hàng rao bán ngay từ sáng sớm. Tuy phổ biến nhất là cốm tươi, nhưng món ăn này còn được chế biến thành món chả cốm. Đây cũng là một món quà được dùng trong các dịp vui.

❖ Bánh cuốn Thanh Trì

Thanh Trì, một vùng ngoại ô khác, nổi tiếng với món bánh cuốn. Bánh được làm từ gạo gié cánh, tám thơm, trắng mỏng như tờ giấy. Những phụ nữ vùng Thanh Trì cho bánh vào thúng, đội trên đầu và đi rao khắp các ngõ phố của Hà Nội. Bánh xếp trong thúng, từng lớp gói nhau trên những tàu lá chuối. Khi ăn, bánh được bóc từng lớp rồi cuộn lại, bày trên những chiếc đĩa. Món bánh cuốn Thanh Trì được ăn cùng với loại nước mắm pha theo công thức đặc biệt của người Thanh Trì, đậu phụ rán nóng, chả quế. Ngày nay, bánh còn được ăn với thịt ba chỉ quay giòn.

❖ **Chả cá Lã Vọng**

Một món ăn khác của Hà Nội, tuy xuất hiện chưa lâu nhưng đã nổi tiếng, là chả cá Lã Vọng. Vào thời Pháp thuộc, gia đình họ Đoàn phố Hàng Sơn, ngày nay là phố Chả Cá, đã tạo nên một món ăn mà danh tiếng của nó làm thay đổi cả tên con phố. Chả được làm từ thịt cá lăng - hoặc cá quả, cá nheo nhưng sẽ kém ngon hơn - thái mỏng ướp với nước riềng, nghệ, mẻ, hạt tiêu, nước mắm rồi kẹp vào cặp tre nướng trên lò than ngay trên bàn ăn của thực khách. Chả cá Lã Vọng phải ăn nóng, kèm với bánh đa nướng hay bún rối, lạc rang, rau mùi, húng láng, thì là, hành củ tươi chẻ nhỏ, chấm với mắm tôm.

❖ **Phở Hà Nội**

Phở là món ăn rất phổ biến ở Việt Nam, nhưng phở Hà Nội có những cách chế biến đặc trưng riêng. Phở Hà Nội mang vị ngọt của xương bò, thịt vừa chín đến độ dẻo vẫn dẻo mà không dai, màu nước phở trong, bánh phở mỏng và mềm. Sau khi được trần qua nước nóng, bánh phở được dàn đều trong bát, bên trên là những lát thịt mỏng cùng hành hoa, rau thơm. Cùng với thời gian, nhiều món phở mới xuất hiện với những cách chế biến khác nhau, như phở xào, phở rán...

❖ **Bánh chè lam Thạch Xá**

Chè lam của Thạch Xá có từ lâu đời là bánh lễ tổ tiên trong ngày giỗ, tết, lễ ở chùa đồng thời bánh chè lam còn là quà bánh cho Phật tử đi chùa Tây Phương.

Nguyên liệu chính để làm chè lam chính là bột nếp và có thêm một số gia vị như: gừng tươi, bột quế, hạt tò ho, lạc rang, mạch nha... Nguyên liệu làm chè lam rất đơn giản, nhưng cách làm đòi hỏi công phu trong từng khâu nhỏ.

Cách chọn lúa nếp là công việc quan trọng bước đầu. Nếu cẩn thận phải chọn loại giống nếp cái hoa vàng, nếu không cũng phải là nếp nhung. Loại lúa này có hương vị thơm và dẻo. Hạt thóc phải đều nhau, hạt to và mẩy. Thóc được phơi khô có thời gian ngủ (tức là đóng trong bồ) khoảng một tháng trở lên càng tốt.

Thóc nếp đưa vào chế biến bằng khâu đầu đem rang thóc. Mỗi mẻ rang chỉ sét bát thóc. Khi rang phải chú ý đun nhỏ lửa, nhưng vẫn phải cho ngọn lửa cháy đều. Rang thóc bằng chảo gang, dùng đũa cả đảo đều tay để thóc nở đều

thì mới có bông nở đều và trắng ngon. Sau đó đem bông ra nghiền thành bột. Dùng dây bột lọc bột hạt nhỏ làm sao khi mó tay vào bột phải thấy mát, mịn là được. Khâu thứ hai là chọn và chế biến các loại gia vị. Chè lam là loại bánh ngọt, nên khi làm bánh phải cho đường hoặc mật vào. Nếu là loại bánh làm bằng đường thì phải chọn đường tinh trắng không có sạn. Còn làm bằng mật thì phải là mật mía de, loại mía nhỏ cây nhưng đanh, chắc. Mật mía de ngọt gắt, nhưng lại rất thơm. Loại chè lam được làm bằng mật mía de thì vừa có hương thơm của mật, lại vừa có hương thơm của mùi bột lúa nếp. Dù là mật hay là đường thì cũng phải đem nấu, và nấu với mạch nha. Nấu khi nào nhúng đũa vào, rút ra thấy mật kéo thành dây mảnh sáng như gương là được. Nếu đun mật già lửa thì mật sẽ bị khét, chè lam bị rắn. Còn đun non lửa thì chè lam sẽ bị nhão, không bảo quản được lâu.

Khi đun được mật thì bắt đầu cho bột nếp, lạc rang, nước gừng tươi...cùng một số hương liệu khác quấy đều. Sau đó đổ ra nhào kỹ. Khâu nhào luyện bánh cũng không kém phần quan trọng, người làm phải lấy hai cùi tay, rướn cả sức dồn lực vào, vật đi, vật lại làm cho tới khi bánh dẻo đều, mới có độ dai. Bánh chè lam để được lâu cũng là ở khâu canh mật, luyện nhào thật kỹ, mịn.

Ngày xưa chè lam đóng trên quả tròn biểu tượng như bầu trời. Dùng dao cắt từng miếng gói vào lá khô. Gần đây, chè được đóng khuôn cho vào hộp in nhãn đẹp. Hàng năm, cứ vụ mùa thu hoạch lúa nếp xong, ở Thạch Xá bắt đầu vào chiến dịch làm bánh chè lam phục vụ khách tham quan lễ Phật ở chùa Tây Phương. Từ những tháng giáp Tết Nguyên đán đến hết mùa xuân du khách đi chùa đông, sản phẩm bánh chè lam là một món quà đặc sản của quê hương đất Phật. Từ ngàn xưa, người ta đã xếp chè lam Thạch Xá vào món ăn thuộc kho tàng văn hoá ẩm thực của miền quê xứ Đoài.

❖ Giò chả Ước Lễ

Đã nói đến giò chả, thì không thể không nhắc đến Ước Lễ- nơi đã khéo làm nên “miếng giò nhớ đời” ấy. Tân Ước có nhiều thôn, xong cái “nôi” giò chả vẫn là Ước Lễ, Phúc Thụy.

Không rõ nghề giò chả ở Ước Lễ có từ bao giờ, chỉ thấy thần tích ngọc phả đình Thuy Phúc có ghi: Lễ hội hàng năm vào mùng 10 tháng giêng, theo phong tục cổ truyền “cỗ ngọc” vừa dâng cúng thành hoàng vừa tiến vua, sau đó làng thụ lộc. Mỗi khi làng có tuyển “cỗ ngọc” thì mỗi giáp có bốn phận tạo tác một loại đặc sản và món giò chả được tập trung nhiều hơn cả. Vì vậy, nhà nhà đều ra sức trổ “tuyệt chiêu” trên sản phẩm của mình để thần linh chứng giám lòng thành và “quan trên trông xuống, gần xa ngó vào” khen thưởng.

Giò chả Ước Lễ ngon nổi tiếng, bởi việc chọn lựa, pha thịt và kỹ thuật chế biến thành phẩm rất đòi công phu. “Trông mặt mà bắt hình dong”, nhìn lợn biết dạng thịt thế nào, người Ước Lễ thạo lắm, không đâu sánh được.

❖ Bánh dày Quán Gánh

Trải qua những năm tháng dài trong quá khứ, bánh dày Quán Gánh đã được người đời kiểm nghiệm, ngợi ca và dân làng cứ cần mẫn sản xuất ra hạt gạo, hạt đỗ để làm bánh, nhưng cuộc sống của dân làng cứ bình lặng, chẳng vươn lên được. Các cụ cao niên trong làng thường truyền lại câu nói của cha ông xưa: “Cái nghề vo tròn rồi bóp bẹp” chẳng bao giờ giàu có!

Cuộc sống được đổi thay từ khi có cơ chế đổi mới, chiếc bánh dày dân đã được lên ngôi. Phố Quán Gánh không còn giới hạn trong phạm vi 1 cây số trên đường quốc lộ 1A nữa mà dọc từ hai bên đường từ làng Yên Phú (xã Liên Ninh, huyện Thanh Trì) cho đến thị trấn Thường Tín dài gần 4km, đã có trên 200 quầy đại lý bán đặc sản bánh dày Quán Gánh. Làng Thượng Đình từ 10 hộ chuyên sản xuất bánh dày, đến nay đã phát triển trên 50 hộ và thu hút gần 200 lao động trong làng tập nập ngày đêm chuẩn bị gạo, đỗ, đường, mỡ để làm bánh theo đơn đặt hàng của các đám hội, đám đi du lịch đường dài và đặc biệt là các đám “nên duyên” đặt càng ngày càng đông. Thời điểm vào mùa cưới, mùa lễ hội, bình quân mỗi ngày làng nghề tiêu thụ khoảng 1000kg gạo nếp, 400kg đỗ xanh, trên 200kg đường và khoảng gần 1 tạ mỡ, thịt để làm nhân và bắt bánh.

❖ **Bánh tẻ Phú Nhi**

Bánh tẻ Phú Nhi có nguồn gốc từ một câu chuyện tình rất mộc mạc, giản dị của anh chàng họ Nguyễn và cô gái họ Hoàng. Chuyện kể rằng: Nguyễn Phú ở Giáp Đoài con bà Trọng làm nghề bán trầu vò. Phú thông minh, khuôn mặt sáng sủa. Còn Hoàng Nhi là con bà Hương làm nghề nấu bánh đúc hàng ngày bán ở chợ gốc cây gạo cồng. Bánh đúc ở Phú Nhi ngon có tiếng một vùng vì thế mới có câu ca dao:

“Em là con gái Phú Nhi

Bánh đúc bỏ bị vừa đi vừa nhòm”.

Bánh tẻ Phú Nhi ngày nay đã trở thành một món ăn nổi tiếng của nhân dân thành phố Sơn Tây và các vùng lân cận. Khách có thể dùng làm bữa điểm tâm sáng, hay dùng ăn thay bữa ăn hàng ngày. Bánh tẻ Phú Nhi đã và đang là sản phẩm, món quà quý báu của quê hương dành cho du khách bốn phương.

❖ **Tương Cự Đà**

Từ lâu, tương của làng Cự Đà xã Cự Khê, huyện Thanh Oai đã nổi tiếng thơm ngon và đi vào ca dao như một thương hiệu:

'Tương Cự Đà - cà làng Đám'

Làm tương là nghề 'cổ' nhất của làng và đến nay nhiều gia đình vẫn coi sản xuất tương như một cái 'nghề' không thể bỏ.

Người dân Cự Đà thật khéo chọn nguyên liệu làm tương, bởi chúng đều là những sản phẩm tinh túy của trời đất như: Gạo nếp, đỗ tương, nước mưa và muối trắng.

Quá trình chế biến thứ nước chấm này đều được làm thủ công bởi bàn tay của những nghệ nhân khéo léo và không hề thêm một chất phụ gia nào, chính vì vậy mà tương vẫn giữ được một mùi vị truyền thống, thơm ngon, tinh khiết, không thể lẫn với tương của bất kỳ một địa danh nào khác. Hương vị ấy trải qua bao nhiêu năm tháng vẫn không mai một, đổi thay.

Hà Nội còn có nhiều món ăn đặc trưng khác như bún thang, bún chả, bún nem, bún bung, bún mọc, đậu phụ Mơ, bánh tôm Hồ Tây, tào phớ An Phú, nem chua làng Vẽ...

Hà Nội có các trung tâm văn hoá lớn, trước hết phải nói đến sự tập trung của 32 trường đại học và cao đẳng, 34 trường trung học chuyên nghiệp, 41 trường dạy nghề, 112 Viện nghiên cứu chuyên ngành. Mỗi năm, trên địa bàn Hà Nội có hàng ngàn cuộc hội thảo khoa học trong nước cũng như quốc tế. Bên cạnh đó là các công trình văn hoá khác như: cung văn hoá, nhà hát, thư viện, phòng trưng bày triển lãm nghệ thuật... có sức thu hút du khách lớn.

Hà Nội là thành phố có các công trình thể thao, vui chơi giải trí mang tầm cỡ quốc gia như: sân vận động Mỹ Đình, nhà thi đấu Trịnh Hoài Đức, công viên Thống Nhất,... giúp cho du khách sử dụng triệt để hơn thời gian lưu lại và cảm thấy chuyến du lịch bổ ích hơn.

Nói tóm lại, Hà Nội - một trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá của cả nước có tiềm năng to lớn về tài nguyên du lịch. Trong đó, Hà Nội đặc biệt có thể mạnh về du lịch văn hoá với các di tích lịch sử văn hoá gắn với lễ hội có giá trị cao.

