



thời điểm hiện tại ngành du lịch cũng như các ngành kinh tế khác phải tự lường trước các yếu tố mới mà dưới thời bao cấp không hề biết đến, đó

là: bất ngờ, bất trắc và cạnh tranh, hầu dự kiến các kế hoạch phù hợp để tồn tại và phát triển.

I. TÌNH HÌNH DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ

Thành phố là một trung tâm chính trị, văn hóa và kinh tế lớn của cả nước. Về mặt kinh doanh du lịch, ngoài Công ty du lịch Thành phố, các cơ quan đoàn thể của thành phố và quận huyện đều tổ chức dịch vụ du lịch gồm 100 đơn vị, khoảng 40 cơ sở làm đại lý vệ tinh và khoảng 52 tổ chức của các tỉnh, bộ, ban ngành, cơ quan đoàn thể của trung ương, quân đội, công an cũng tham gia hoạt động du lịch. Tuy nhiên có thể nói mỗi tổ chức, đơn vị đều làm theo kinh nghiệm của mình, thiếu hẳn một cơ bản nghiệp vụ trên một nền tảng kế hoạch khoa học.

Công ty du lịch Thành phố HCM, có tên giao dịch quốc tế Saigontourist: là một trong những tổ chức kinh doanh về dịch vụ lớn nhất và có hiệu quả nhất trong cả nước.

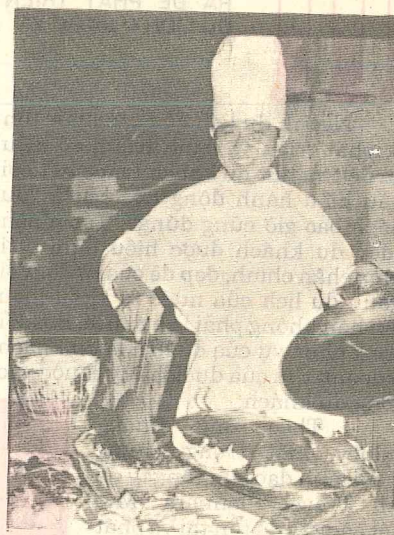
Saigontourist quản lý 53 khách sạn nhà nghỉ tại TP.HCM gồm 2.500 phòng, trong số này có 12 khách sạn có đủ tiêu chuẩn quốc tế, từ 2 đến 4

NĂM	1990 (USD)	1991 (USD)	1992 (USD)
Hoạt động du lịch	17.864.798	17.278.000	25.663.000
Dịch vụ	6.617.670	8.909.000	11.337.000
Cộng	24.482.468	26.187.000	37.000.000

Từ 1990 đến 1992, Saigontourist đã đón 413.209 khách nước ngoài. Trong năm 1992 Saigontourist đã đón 90.121 khách châu Á, 43.863 khách châu Âu, 11.779 khách châu Mỹ, 5651 khách châu Úc và 26.516 Việt kiều.

II. KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH CHO ĐẾN NĂM 2000

Thực tế cho thấy số lượng khách nước ngoài tới VN mỗi năm một gia tăng. Năm 1987 có 134.000 khách. Năm 1992 có 437.500 khách đến VN, trong số đó có 320.000 tới TP.HCM. Khách đến Thành phố, ngoài số khách do Saigontourist đón, còn có số khách do các tổ chức du lịch khác đón và số khách tự lo thủ tục nhập cảnh chưa được thống kê hết. Tuy nhiên, số khách do Saigontourist đón vẫn là đa số. Do Saigontourist có đủ số liệu và



KINH DOANH DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HCM TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

NGUYỄN VĂN VĨNH

Công ty Du lịch Thành phố HCM

tiêu chuẩn chính xác nhất nên kế hoạch phát triển du lịch được xây dựng căn cứ trên cơ sở này.

Theo ước tính của các cơ quan chức năng của ngành du lịch thì số lượng khách đến TP.HCM sẽ lên đến 1.000.000 vào năm 1995, số lượng này có thể tăng hơn nữa nếu lệnh cấm vận của chính phủ Mỹ được bãi bỏ.

Thực tế cho thấy đối với tình hình du lịch của Thành phố như trên thì kế hoạch phải xây dựng trên các trọng điểm sau:

1. Nâng cao chất lượng sản phẩm

Hiệu quả của việc bán sản phẩm là do chất lượng sản phẩm. Muốn được sự quan tâm của khách hàng, sản phẩm phải đổi mới, đa dạng và có chất lượng cao. Muốn vậy, người làm du lịch

phải tổ chức nhiều tuyến du lịch đa dạng đáp ứng nhu cầu thị hiếu khác nhau của khách.

Để bảo đảm được chất lượng của sản phẩm du lịch người tổ chức du lịch hết sức mong muốn có sự phối trí nhịp nhàng giữa các ban ngành trên những tuyến điểm mà khách đi qua.

Nếu sau thời gian du lịch mà khách ra đi luyến tiếc và hứa hẹn trở lại là chất lượng sản phẩm đã đạt.

2. Xây mới và nâng cấp hạ tầng cơ sở

Khi qui hoạch hạ tầng cơ sở, nhà quy hoạch không thể mang tính cục bộ, chỉ lo cho khu vực hay địa phương mình, mà dựa trên sự phát triển thành hệ thống (chains). Tâm lý khách du lịch chuộng mua chương trình của nhà tổ chức du lịch nào vốn là thành viên



sao và 31 khách sạn có tiêu chuẩn thấp hơn, trong số này có 16 khách sạn có triển vọng nâng cấp thành khách sạn từ 2 đến 3 sao, số còn lại 25 khách sạn dành chủ yếu cho khách VN.

Để hỗ trợ đắc lực cho hoạt động du lịch, Saigontourist có một bộ máy đồng bộ gồm có: khách sạn, nhà hàng, xí nghiệp XNK (các mặt hàng du lịch và tiểu thủ công nghệ) xí nghiệp xe, trung tâm điều hành du lịch...

Doanh số của Saigontourist đạt được trong 3 năm qua như sau:

của một hệ thống du lịch hay khách sạn có uy tín. Không nên chỉ nghĩ đến việc xây dựng cơ sở vật chất đắt tiền mà nên nghĩ đến một tổng thể hài hòa với không gian, thời tiết. Một cơ sở đầu tư không tốn kém mà khách rất thích là do cơ sở đó đạt tiêu chuẩn vệ sinh ở mức độ cao: nước uống được xử lý đúng mức, không dấm, chuột, giường, tấm trải, phòng tuyệt đối sạch, thoáng đãng, tránh mùi mốc, ẩm ướt...

3. Đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ

Saigontourist có mở trường nghiệp vụ du lịch với sự cộng tác của chuyên gia nước ngoài và Tổ chức dịch vụ đại học (WUSC) của Canada để thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên của Saigontourist và các cơ quan du lịch các tỉnh phía Nam, hoặc trong Thành phố. Saigontourist còn gửi cán bộ dự các lớp tại các trường du lịch ở nước ngoài như: Bavaria (Đức), Oberoi (Ấn Độ). Saigontourist đầu tư nâng cấp trường nghiệp vụ hiện nay với các thiết bị giảng dạy như: vi tính, điện thoại (để giảng dạy cách nghe và trả lời điện thoại). Trong tương lai trường sẽ được trang bị thêm phòng nghe nhìn và nhà bếp (để dạy nhân viên bếp).

Ngoài Saigontourist, Hiệp hội du lịch thành phố cũng có trường nghiệp vụ du lịch thường xuyên mở lớp cho học viên muốn học nghề du lịch.

Saigontourist đang vận động cơ quan nước ngoài giúp đào tạo đội ngũ giáo viên nghiệp vụ du lịch để việc giảng dạy đi vào nề nếp, bài bản, mang tính chất chính quy đạt tiêu chuẩn quốc tế.

4. Tiếp thị và tuyên truyền giới thiệu (promotion)

Từ trước đến nay du lịch thành phố còn thụ động, hay nói cách khác, khách tìm đến du lịch thành phố, chứ du lịch thành phố chưa đi tìm khách. Các ấn phẩm phim ảnh giới thiệu, thông tin về hoạt động du lịch của ta còn hiếm.

Từ ngày chấp hành chủ trương của Nhà nước, VN mở cửa đón khách, báo chí nước ngoài chuyên về du lịch như Travel Trade Gazette Asia (tạp chí Du lịch Thương mại châu Á) và Travel Trade Reporter Asia (tạp chí phóng viên Du lịch Thương mại châu Á), Tourism Asian (Du lịch châu Á) cũng như các báo chí lớn ở châu Mỹ, châu Âu, châu Á, châu Úc đổ xô đến tìm hiểu du lịch của Thành phố nói riêng và của VN nói chung đã góp phần đáng kể vào sự phát triển của du lịch.

Mặc dù hiện nay Saigontourist đã có văn phòng ở nước ngoài như ở Đức, ở Nhật nhưng hiệu quả chưa cao. Mặt khác do ngân sách có hạn nên tầm hoạt động của văn phòng cũng hạn chế. Nên chăng thử làm một nghiên cứu và tổng kết để thống kê việc làm và hiệu quả của các văn phòng đại diện

nhằm khắc phục những yếu điểm và phát huy các ưu điểm.

Cơ quan du lịch của Thành phố hy vọng được trực tiếp cử cán bộ có sinh ngữ, có trình độ lý luận ra nước ngoài để cùng tham luận trong các hội thảo, trao đổi kinh nghiệm, tài liệu, dự các hội chợ một cách tích cực để chủ động tìm hiểu khách và mời khách đến VN.

Du lịch của Thành phố cũng có thể đứng ra tổ chức các cuộc hội nghị khách hàng, hoặc nếu được phép của Nhà nước tổ chức các cuộc hội nghị với các tổ chức du lịch của các thành phố lớn ở nước ngoài như: Pháp, Úc, Nhật, Thái Lan, Malaysia, Hongkong... để tạo điều kiện tiếp xúc và bàn bạc hợp tác. Nếu làm được thì Saigontourist sẽ chuẩn bị chu đáo, tránh hình thức để có thể đạt hiệu quả như mong muốn.

5. Nghiên cứu thị trường du lịch nước ngoài

Trong điều kiện chưa có kinh phí để ra nước ngoài nghiên cứu thị trường du lịch, Công ty du lịch thành phố chủ trương tranh thủ các chuyên đi công tác do đối tác nước ngoài mời, liên lạc với các cơ quan chức năng, cơ quan du lịch, phòng thương mại, hãng hàng không quốc tế để nghiên cứu thị trường và đề ra sách lược phù hợp, có hiệu quả.

Với các thiết bị điện tử hiện đại mang theo: máy vi tính cá nhân xách tay, máy camera, máy ghi âm cho phép ta ghi lại các hình ảnh và số liệu quý giá cần thiết cho việc nghiên cứu.

6. Nghiên cứu tiềm năng và chiến lược phát triển

Đất nước ta có một tiềm năng lớn phát triển du lịch với những lợi thế về điều kiện tự nhiên, danh lam thắng cảnh, truyền thống văn hóa và lịch sử dân tộc. Hình ảnh VN đổi mới, muốn là bạn với tất cả các nước tạo thêm sức hấp dẫn du khách và cơ hội phát triển cho du lịch VN. Tiềm năng này cần được cải tạo khai thác và đầu tư đúng mức.

Saigontourist tổ chức thực hiện việc nghiên cứu các tiềm năng để có được chiến lược phát triển thích hợp. Thí dụ, cho trùng tu các chiến trường xưa để vừa giới thiệu với khách du lịch nước ngoài vừa giáo dục cho thế hệ mai sau.

Các điểm di tích văn hóa, kiến trúc truyền thống cũng nằm trong kế hoạch bảo vệ, tôn tạo để giới thiệu với khách du lịch trong và ngoài nước.

Saigontourist chủ trương phát triển du lịch quốc tế cùng với phát triển du lịch nội địa. Bởi thực tế cho thấy, trong những năm gần đây, nhu cầu nâng cao đời sống tinh thần, mở mang dân trí qua những chuyến du lịch trong nước và ra nước ngoài của người VN ngày càng lớn.

Du lịch là một ngành kinh tế có

vị trí quan trọng, song bản thân hoạt động du lịch, trước hết là nhằm thỏa mãn nhu cầu về văn hóa của nhân dân và du khách quốc tế. Hiểu được điều đó, Saigontourist luôn đề cao văn hóa trong lĩnh vực kinh doanh của mình.

7. Quản lý hoạt động du lịch

Mở cửa đón khách du lịch ta sẽ tiếp nhận hiệu quả tích cực nhưng không loại trừ hậu quả tiêu cực. Điều này đòi hỏi người làm du lịch phải nhạy bén, vì quyền lợi đất nước mà phục vụ, không chạy theo doanh thu trước mắt mà bất chấp những thiệt hại lâu dài cho dân tộc.

Du lịch của Thành phố nói riêng và của VN nói chung mang đậm đà sắc thái truyền thống dân tộc, có một giá trị văn hóa độc đáo. Ngày nay người nước ngoài đến VN để thấy tận mắt những điều đó.

Việc phát triển du lịch phải có định hướng, qui hoạch rõ ràng và đặt dưới sự quản lý của một cơ quan có thẩm quyền cấp phép, giám sát và chế tài nghiêm ngặt mọi phạm vi.

Trong tương lai gần Sở du lịch thành phố được thành lập sẽ là cơ quan quản lý Nhà nước về mặt du lịch, đảm nhận vai trò điều hành, hành chính và tham mưu cho UBND Thành phố về định hướng, qui hoạch và kế hoạch phát triển của du lịch thành phố.

8. Phát triển tuyến dành cho doanh nhân (Business Tours)

Từ ngày có luật về đầu tư nước ngoài, doanh nhân và các nhà đầu tư đến thành phố ngày một nhiều. Lần đầu họ đến với thị thực nhập cảnh để nghiên cứu cơ hội đầu tư và đối tác. Tuyệt đại đa số đối tượng khách này đã và đang hoạt động có hiệu quả, tích cực đóng góp vào các hoạt động phát triển kinh tế của nước ta mà cơ quan du lịch của Thành phố là đầu mối. Cơ quan du lịch sẽ làm nhiệm vụ giới thiệu giữa hai bên đối tác, phiên dịch trong các buổi đàm phán, hướng dẫn tham quan xí nghiệp, hầm mỏ, cơ sở sản xuất, công trường xây dựng hay khai thác và xa hơn giúp đỡ hai bên hoàn thành các thủ tục đầu tư vì cơ quan du lịch nhất là Saigontourist rất có kinh nghiệm trong lĩnh vực này. Du khách được nghỉ ngơi, tiện nghi thoải mái sẽ càng cảm thấy hạnh phúc và muốn quay lại VN nếu qua những ngày du lịch họ hình thành những quyết định, dự án hợp tác phát triển kinh tế với chúng ta.

TP.HCM mang một vóc dáng và nét độc đáo riêng không giống Bangkok, Hongkong, Macau... chính tính độc đáo đó đem lại cho du lịch thành phố một vẻ đẹp hấp dẫn. Với tương lai gần, du lịch thành phố hội đủ điều kiện để phát triển trong chiều hướng lành mạnh và văn minh, với triển vọng tốt đẹp ♣