

Khách hàng của các đơn vị kinh doanh du lịch là những người tiêu thụ sản phẩm và các dịch vụ do đơn vị cung ứng. Khách hàng gồm những người mua các chương trình Tour của các hãng du lịch, khách thuê phòng ở các cơ sở lưu trú, khách thuê phương tiện vận chuyển, khách đến ăn uống ở các tiệm ăn, khách mua vé vào nơi tham quan, vui chơi giải trí... Khách hàng với chi tiêu của họ là khoản thu nhập mang tính chất quyết định đến sự tồn tại và phát triển của từng đơn vị kinh doanh và của bản thân ngành du lịch ở các địa phương và của một quốc gia. Do đó ngành du lịch nói chung và từng đơn vị kinh doanh du lịch nói riêng phải luôn tạo ra sản phẩm hoàn hảo, phù hợp với thị hiếu không ngừng biến đổi với chất lượng ngày càng cao, để không ngừng tăng số lượng du khách tiếp nhận và nó

cũng chính là biện pháp-kết quả làm tăng thu nhập cho từng đơn vị kinh doanh và của quốc gia.

PHÂN TÍCH-THỐNG KÊ TÌNH HÌNH KHÁCH VÀ DOANH THU CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN QUA

Công tác thống kê và phân tích hoạt động kinh doanh của các đơn vị kinh tế và các tổ chức quản lý nhà nước về mặt kinh tế có ý nghĩa vô cùng quan trọng, nó là một giai đoạn của quá trình quản lý và nó cũng được coi là một trong những công cụ rất quan trọng để quản lý và chỉ đạo nền kinh tế, ngành kinh tế và ở các đơn vị kinh doanh. Muốn vậy phải xây dựng một hệ thống các chỉ tiêu kinh tế, một hệ thống biểu mẫu thống kê và biểu mẫu phục vụ cho công tác phân tích, xây dựng hệ thống chứng từ ban đầu để làm cơ sở thống kê các hiện tượng kinh tế cần thiết...

Tuy nhiên, ngành du

lịch Việt Nam, ngành thống kê... trong thời gian qua chưa đặc biệt quan tâm đến công tác thống kê - phân tích các hiện tượng kinh tế ở ngành được coi là "con gà đẻ trứng vàng" này. Hoặc nếu có thực hiện cũng chỉ ở mức độ sơ sài theo kiểu cảm tính, chưa phù hợp với thông lệ quốc tế và cũng chưa đáp ứng được những điều kiện tiên quyết làm nền tảng để ra các chính sách kinh tế trong điều kiện chuyển đổi nền kinh tế từ cơ chế kế hoạch hóa cứng nhắc sang nền kinh tế thị trường, mà đặc biệt du lịch là một ngành phải đương đầu với một sự cạnh tranh khá gay gắt "một mất một còn" trên bình diện thế giới. Trong thời gian qua, Tổng cục Thống kê Việt Nam đã ra quyết định số 30/TCTK/QĐ ban hành hệ thống biểu mẫu thống kê phục vụ cho công tác phân tích gồm các biểu mẫu áp dụng và chỉ có áp dụng cho các đơn vị quốc

doanh như:

- Biểu số 1/DLCS (báo cáo quý và năm): khách du lịch (theo quốc tịch).

- Biểu số 2/DLCS (báo cáo quý và năm): doanh thu.

- Biểu số 3/DLCS: mạng lưới và hiệu suất sử dụng buồng giường.

- Biểu số 4/DLCS: lao động và thu nhập của người lao động.

Hệ thống gồm bốn biểu mẫu trên đây thiếu tính hệ thống, còn thiếu sót, sơ sài, chưa phản ánh đúng các chỉ tiêu cơ bản và cần thiết cho từng loại hình kinh doanh... từ hệ thống biểu mẫu trên đây, các ngành, cơ quan cấp trên không thể đánh giá đầy đủ hoạt động kinh doanh, bản thân cơ quan quản lý ngành không có cơ sở đánh giá và thiếu nền tảng để đề ra chính sách kinh tế của địa phương và quốc gia.

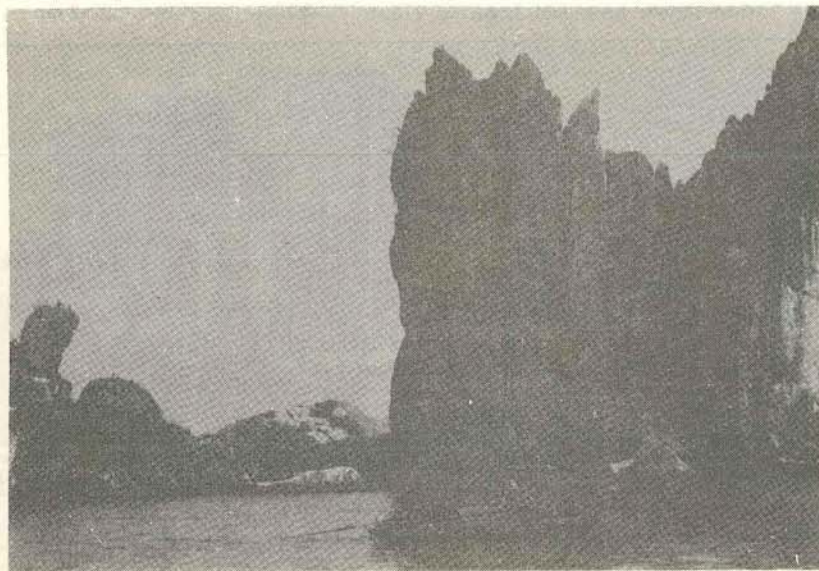
Riêng về báo cáo khách du lịch (biểu số 1/DLCS) chỉ đề cập đến số khách tiếp nhận theo quốc tịch và theo tháng; báo cáo doanh thu (biểu số 2/DLCS) đề cập đến doanh thu của một số loại dịch vụ chủ yếu theo tháng. Với những tiêu thức như vậy thật là thiếu sót, không thể đề ra các chính sách, các biện pháp để thu hút khách nhiều hơn. Chính vì thế mà số khách đến Việt Nam còn quá ít ỏi hoặc khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam sẽ không trở lại lần thứ hai (ý kiến của các đồng chí lãnh đạo Tổng cục Du lịch Việt Nam đã phát biểu trong các hội nghị tổng kết ngành) vì chưa hiểu biết khách hàng để tạo ra sản phẩm phù hợp với sự mong đợi của họ.

PHÂN TÍCH-THỐNG KÊ TÌNH HÌNH KHÁCH VÀ DOANH THU CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM TRONG TÌNH HÌNH MỚI

Trên cơ sở lý luận và thực tiễn thông qua việc đúc kết kinh nghiệm phong phú đã có từ lâu trên thế giới liên quan đến hoạt động du lịch-lữ hành, dựa vào báo cáo thống kê phân tích của các quốc gia trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương và điều kiện hiện thời của Việt Nam, công tác thống kê và phân tích khách-doanh thu trong du lịch thì ngành du lịch Việt Nam cần có biểu mẫu thống kê phân tích có

PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN VÀ DOANH THU CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

NGUYỄN VĂN HÓA



hệ thống từ các cơ sở kinh doanh đến ngành một cách tổng quát như sau:

1. Số lượng du khách quốc tế đến theo quốc gia cư trú qua các năm

Mục đích là nghiên cứu động thái xét về mặt số lượng và tỷ trọng du khách ở các thị trường gửi khách khác nhau qua các năm (thường thống kê trong vòng 5 năm qua). Sự biến động của khách theo quốc gia cư trú biểu hiện chung nhất các yếu tố thuận lợi hoặc khó khăn ở những thị trường này như: sự dễ dãi của chính phủ, sự tăng trưởng hoặc suy thoái kinh tế, tình trạng thất nghiệp, sự giải quyết công ăn việc làm của dân cư... Từ các



ngành vận chuyển hay không.

4. Số du khách đến hàng tháng qua các năm

Hoạt động kinh doanh du lịch xét về mặt cung và các yếu tố thuộc cầu du lịch đều có tính thời vụ cao. Số lượng du khách đi du lịch chịu ảnh hưởng bởi kỳ nghỉ phép của họ, kỳ lãnh lương, tiền thưởng, kỳ nghỉ hè... Do đó, du khách đến các quốc gia hoặc các điểm du lịch không rải ra đều giữa các tháng, cường độ cao thấp khác nhau. Ngành du lịch và từng đơn vị kinh doanh cần thống kê phân tích số du khách đến theo từng tháng qua các năm, số du khách quốc tế đến theo quốc tịch và tháng của từng năm để thấy sự biến động qua các mùa du lịch. Trên cơ sở phân tích thông qua các tiêu thức này để tổ chức các điều kiện cần thiết đáp ứng đúng và đủ nhu cầu của du khách, theo số lượng du khách tiếp nhận, sử dụng có hiệu quả cao nhất tài sản, vật tư, tiền vốn và lao động của mình. Ngoài ra nếu thấy được những tháng có cường độ thấp thì có biện pháp thu hút khách hữu hiệu.

5. Số ngày khách và số ngày lưu trú bình quân

Số ngày khách tăng hoặc giảm có quan hệ theo tỷ lệ thuận với tổng số tiền chi tiêu của du khách tại quốc gia tiếp nhận hoặc đơn vị kinh doanh du lịch. Số ngày lưu trú bình quân là

chỉ tiêu cơ bản, nó thể hiện xu hướng tăng trưởng hấp dẫn của sản phẩm du lịch do sự đa dạng phong phú và có chất lượng cao luôn được đổi mới.

Phân tích số ngày lưu trú bình quân theo từng quốc gia gửi khách để thấy rõ sự phù hợp giữa sản phẩm du lịch của chúng ta với thị hiếu của từng thị trường gửi khách khác nhau. Biểu mẫu thống kê phân tích được cụ thể hóa như:

- Số ngày lưu trú bình quân qua các năm theo thị trường gửi khách.

- Số ngày khách của du khách quốc tế theo quốc tịch qua các năm.

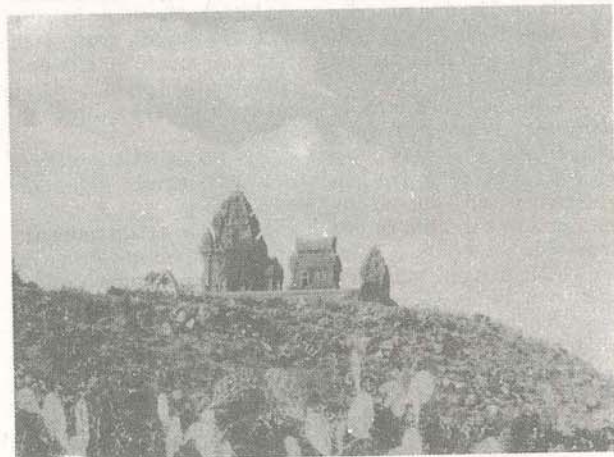
- Số ngày lưu trú bình quân của du khách quốc tế đến qua các năm.

6. Thu nhập từ du khách quốc tế theo quốc tịch qua các năm

Khả năng chi tiêu của du khách nước ngoài đến có khác nhau giữa các quốc gia và có sự biến động qua các năm phụ thuộc vào thu nhập quốc dân bình quân đầu người của họ, thói quen tiêu dùng, tỷ lệ chi tiêu cho dịch vụ du lịch... có khác nhau. Ngoài ra thu nhập từ sự tiêu dùng của du khách nước ngoài đến Việt Nam còn tùy thuộc vào sản phẩm cung ứng của chúng ta có phù hợp với sự mong đợi của họ hay không. Bảng thống kê theo tiêu thức này còn giúp chúng ta tính được mức thu nhập bình quân của mỗi du khách nước ngoài theo quốc tịch và mức thu nhập bình quân mỗi ngày của một du khách, thông qua đó xác định thị trường gửi khách chính hoặc thị trường có nhiều triển vọng mà chúng ta cần xâm nhập vào.

7. Thu nhập từ du khách quốc tế theo quốc tịch, số ngày lưu trú bình quân, mức chi tiêu bình quân qua các năm

Chỉ tiêu của du khách là khoản chi được biểu hiện bằng tiền do hưởng thụ các dịch vụ và hàng hóa. Nó bao gồm các dịch vụ: lưu trú, ăn, uống, vận chuyển, hướng dẫn... Từ các khoản thu này của các đơn vị kinh doanh du lịch nói riêng và ngành du lịch nói chung thể hiện khả năng thanh toán, sự



quốc gia cư trú, du khách có sở thích khác nhau, hăng kinh doanh du lịch tạo ra được sản phẩm phù hợp với nhu cầu của họ.

2. Số lượng du khách quốc tế đến theo quốc tịch qua các năm

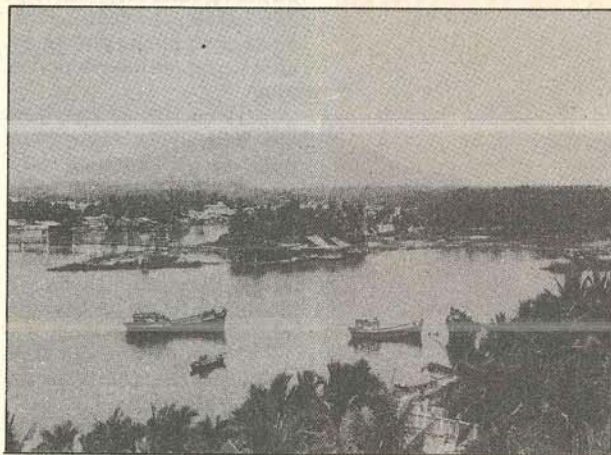
Một thực trạng đang diễn ra trên bình diện thế giới là người dân đi định cư ở nước ngoài khá nhiều, người Việt Nam sống ở Mỹ, Pháp... người Nhật sống ở Đức, Úc... Do đó người dân cư trú ở một quốc gia này nhưng có quốc tịch khác hoặc ngược lại, họ đều có nhu cầu, sở thích... khác nhau. Cho nên cần thống kê phân tích theo quốc tịch và cả theo quốc gia cư trú để thấy được sự động thái của

nó qua các năm.

3. Số du khách quốc tế đến theo phương tiện vận chuyển qua các năm

Du khách có thể sử dụng nhiều loại phương tiện vận chuyển khác nhau từ nước ngoài đến hoặc sử dụng các loại phương tiện vận chuyển để đi lại trong nước. Sự gia tăng số lượng phương tiện vận chuyển theo từng chủng loại là yếu tố quyết định đến sự gia tăng số lượng du khách và thu nhập cho ngành du lịch.

Nội dung phân tích này rất là cần thiết vì qua đó từng đơn vị kinh doanh ngành du lịch tìm được dự báo số lượng du khách sẽ tiếp nhận trong tương lai có phù hợp với số chỗ ngồi của



phù hợp của sản phẩm du lịch với sự mong đợi của khách, sự dẫn dắt họ tiêu thụ sản phẩm...

Đây là các chỉ tiêu cơ bản mà ngành du lịch của mọi quốc gia đều mong muốn kéo dài số ngày lưu trú bình quân, kể cả tăng mức thu bình quân từ một du khách hoặc một ngày khách qua các năm.

8. Cơ cấu chỉ tiêu của du khách quốc tế qua các năm

Chỉ tiêu của du khách có nhiều khoản hay nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, mỗi loại dịch vụ có đơn giá khác nhau. Thông qua sự biến đổi tỷ trọng của từng loại dịch vụ giúp chúng ta biết được sở thích của khách về các dịch vụ, so sánh cơ cấu chỉ tiêu của khách đến Việt Nam với các nước khác để chỉ đạo về mặt giá cả, tạo ra các dịch vụ sản phẩm cung ứng cho họ nhiều hơn.

9. Kết cấu thu nhập theo dịch vụ kinh doanh

Các dịch vụ kinh doanh trong ngành du lịch gồm: lưu trú, ăn uống, vận chuyển, hướng dẫn, bán hàng hóa và các dịch vụ bổ sung. Từng loại dịch vụ thường có các yếu tố cấu thành doanh thu như: trị giá vật chất tiêu hao, chi phí quản lý kinh doanh, thuế doanh thu, kinh phí phát triển ngành du lịch và lợi nhuận.

Từ nội dung phân tích này giúp chúng ta xác định lượng vật liệu kinh doanh

cần thiết phải nhập khẩu hoặc đặt hàng cho các đơn vị sản xuất trong nước, thấy được hiệu quả kinh tế cao hoặc thấp của từng loại dịch vụ và giúp cho việc chỉ đạo, có chính sách kinh tế tài chính thích hợp.

10. Các bảng thống kê-phân tích chi tiết về khách quốc tế tiếp nhận

Đánh giá chi tiết về khách qua các tiêu thức như: các địa phương của từng quốc gia gửi khách, sự lui tới, cách tổ chức chuyến đi, mục đích chuyến đi, giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp... có ý nghĩa vô cùng quan trọng cho ngành du lịch và từng đơn vị kinh doanh. Đó là công việc không thể thiếu được. Cụ thể cần có bảng thống kê-phân tích sau đây:

- Số khách đến theo địa phương của từng quốc gia gửi khách.

Chẳng hạn như Nhật Bản có các địa phương là: Chubu, Chugoku, Hokkaido... vì mỗi địa phương có mức sống của dân cư khác nhau, sở thích của người dân tỉnh lẻ khác với người dân sống ở thành thị... Trên cơ sở các tiêu thức này giúp ngành du lịch chọn các địa phương thuộc thị trường gửi khách chính của mình để mở văn phòng giao dịch hoặc đặt quan hệ với các hãng du lịch ở địa phương đó.

- Số du khách quốc tế đến theo sự lui tới qua các năm

Sự lui tới có thể là đến lần đầu hoặc trở lại. Nó giúp cho các nhà kinh doanh xây dựng và giới thiệu các chương trình tour cho họ, có kỹ thuật giao tiếp đối xử phù hợp, giúp ta thấy sự biến động của từng tiêu thức qua các năm, đánh giá được uy tín sản phẩm trên các thị trường, sự trung thành của khách....

- Số du khách quốc tế đến theo cách tổ chức chuyến đi qua các năm

Về cách tổ chức chuyến đi có hai nhóm là đi lẻ hoặc đi theo đoàn (nhóm). Qua đó, nhà kinh doanh có các chính sách khác nhau (giá cả, phân phối...) có cách tổ chức đón tiếp cung ứng dịch vụ tốt nhất.

- Số du khách quốc tế theo giới tính qua các năm

Có hai loại: nam và nữ. Qua đó để đáp ứng nhu cầu của khách phù hợp nhất trong việc mua sắm, lưu trú và các dịch vụ khác cho họ.

- Số du khách quốc tế đến theo mục đích của chuyến đi

Theo Tổ chức Du lịch thế giới (World Tourism Organization) cần chia ra các loại:

. Nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí, nghỉ hè.

. Thăm viếng bạn bè và thân nhân.

. Kinh doanh và công vụ

. Tôn giáo, tín ngưỡng. Và khác.

Mục đích của chuyến đi quyết định đến cách tổ chức các loại hình dịch vụ tương ứng. Chẳng hạn du khách đi công vụ là chính thì cần có khách sạn hạng sang ở thành phố, có phương tiện thông tin liên lạc hiện đại....

- Số du khách quốc tế đến theo độ tuổi qua các năm

Cần chia ra các nhóm như: dưới 15, 15-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 và từ 65 trở lên. Các độ tuổi của con người khác nhau thì có trạng thái tâm sinh lý khác nhau và khác cả về thu nhập, kinh nghiệm đi du lịch, sở thích... Ngành du lịch cần nắm chính xác để chỉ đạo việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, cung ứng các dịch vụ phù hợp...

- Số du khách quốc tế đến theo nghề nghiệp qua

các năm

Cần chia ra các nhóm: hành chính, thương mại, dịch vụ, nông nghiệp, công nghiệp, quân sự, ngoại giao, sinh viên-học sinh, về hưu, thất nghiệp và khác.

Mỗi nghề nghiệp có điều kiện lao động trong không gian và thời gian gần như không giống nhau, mục đích du lịch cũng không giống nhau. Chúng ta cần biết để có biện pháp lôi kéo và tạo ra sản phẩm đúng nhu cầu.

- Số du khách quốc tế đến theo nguồn gốc của sự đến

Có thể gồm các nhóm: tour operators, hãng đại lý du lịch, văn phòng đại diện, hãng hàng không, chủ hoặc tài xế xe hơi, hiệp hội, xí nghiệp và khác. Có xác định rõ và đánh giá chính xác số du khách đến thông qua các tổ chức du lịch trung gian hoặc cơ quan xí nghiệp... nhằm có biện pháp tác động, lôi kéo khách về mình nhiều nhất.

- Số du khách quốc tế đến theo nguồn thông tin ảnh hưởng

Có các nguồn thông tin ảnh hưởng tới sự đến của du khách như: sách hướng dẫn, hướng dẫn viên, nhật báo, tạp chí, các ấn phẩm của ngành hoặc đơn vị kinh doanh du lịch, người thân kể lại. Từ đó ngành và đơn vị kinh doanh đề ra các biện pháp sử dụng có hiệu quả hơn các phương tiện truyền thông quảng cáo...

- Số du khách quốc tế đến theo loại cơ sở lưu trú qua các năm

Cần thống kê phân tích những nhóm như: khách sạn, nhà bạn bè- người thân, lữ quán, căn hộ, nhà khách và khác.

Nội dung phân tích này có giá trị cao đối với cơ quan quản lý và quy hoạch du lịch. Giúp cho các nhà kinh doanh định hướng cho sự phát triển của mình.

Tóm lại, muốn đề ra được các chính sách phát triển kinh tế đúng đắn và hữu hiệu cần phải có đủ thông tin kinh tế, thông tin mang tính hệ thống và có sự hòa nhập vào "Thế giới của thông tin" ❀