

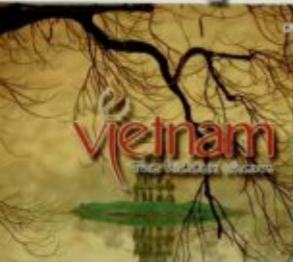
# CẨM NANG NGHIỆP VỤ

# TIẾP THỊ DU LỊCH

Thạc sĩ TRẦN NGỌC NAM  
HOÀNG ANH

&

**QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT MỚI  
VỀ KINH DOANH DU LỊCH,  
NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN**



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

Thạc sĩ TRẦN NGỌC NAM  
HOÀNG ANH

*Cẩm nang nghiệp vụ*

**TIẾP THỊ  
DU LỊCH**

**&**

**QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT MỚI  
VỀ KINH DOANH DU LỊCH,  
NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN**

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

## LỜI NÓI ĐẦU

Sự phát triển mạnh mẽ của du lịch toàn cầu và những xu hướng du lịch mới trong thời gian gần đây đã và đang thúc đẩy cạnh tranh mạnh mẽ giữa các quốc gia trên thế giới trong việc thu hút khách quốc tế. Trong điều kiện toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, việc nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực quảng bá du lịch để thu hút khách du lịch quốc tế vào Việt Nam là một đòi hỏi cấp thiết. Các doanh nghiệp du lịch của Việt Nam nếu không có đủ năng lực tiếp cận thị trường quốc tế và khu vực, thiếu một chiến lược cạnh tranh linh hoạt sẽ khó có khả năng cạnh tranh được với các đối thủ cạnh tranh nước ngoài và sẽ bị loại khỏi cuộc chơi. Vì vậy đòi hỏi người làm kinh doanh du lịch không những chỉ có kiến thức tổng quát mà còn có kiến thức về nghiệp vụ chuyên môn.

Để đáp ứng nhu cầu nghiên cứu, làm tài liệu tham khảo để vận dụng trong kinh doanh của bạn đọc, nhất là các Công ty du lịch, nhà hàng khách sạn và các học sinh, sinh viên ngành du lịch, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội cho xuất bản cuốn sách **"Cẩm nang nghiệp vụ tiếp thị du lịch và những quy định pháp luật môi về hình doanh du lịch, nhà hàng, khách sạn"** do Trần Ngọc Nam và Hoàng Anh biên soạn.

Nội dung cuốn sách gồm những chuyên mục quan trọng sau:

**Phần I. Những vấn đề căn bản về Nghiệp vụ Tiếp thị Du lịch.** Phần I gồm có 10 chương: (1. Tổng quan về marketing và Marketing du lịch; 2. Sản phẩm, dịch vụ du lịch; 3. Giá cả; 4. Hệ thống phân phối; 5. Chiêu thị; 6. Thiết lập kế hoạch trong du lịch; 7. Tổ chức bộ phận Marketing và quản trị lực lượng bán hàng; 8. Tiến trình bán hàng; 9. Bán sản phẩm ở khách sạn, nhà hàng; 10. Dịch vụ du lịch trọn gói).

**Phần II. Các vấn bản pháp quy.**

Cuốn sách là một tài liệu hữu ích cho các Công ty du lịch, khách sạn, nhà hàng, doanh nghiệp lữ hành, Đại lý du lịch, Tour du lịch và những ai quan tâm đến lĩnh vực này. Cuốn sách không tránh khỏi những thiếu sót nhất định, chúng tôi mong nhận được bạn đọc góp ý để lần sau cuốn sách được tái bản hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng các bạn.

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG XÃ HỘI

*Phần thứ nhất*

**NHỮNG VẤN ĐỀ CĂN BẢN VỀ  
NGHIỆP VỤ TIẾP THỊ DU LỊCH**



## Chương I

# TỔNG QUAN VỀ MARKETING VÀ MARKETING DU LỊCH

---

### 1. KHÁI NIỆM VỀ MARKETING VÀ MARKETING DU LỊCH

#### 1. Thuật ngữ Marketing

##### - Nhu cầu (Needs)

*"Nhu cầu là cảm giác thiếu hụt một cái gì đó mà con người cảm nhận được"*

Con người có nhiều nhu cầu, đa dạng và phức tạp. Nhu cầu thì vô hạn và thay đổi theo thời gian, theo đà phát triển của xã hội. Xã hội phát triển cao thì con người cũng có những nhu cầu cao. Theo Abraham Maslow, nhu cầu chia làm 5 bậc:

- Nhu cầu sinh lý (Psychological needs) như: Ăn, uống...
- Nhu cầu an toàn (Safety needs) như: An ninh, trật tự, không ai quấy rầy.
- Nhu cầu xã hội (Social needs) như: Tình cảm, giao lưu bạn bè...
- Nhu cầu được tôn trọng (Esteem needs) như: Địa vị trong xã hội để được mọi người tôn trọng...
- Nhu cầu tự khẳng định mình (Self actualisation needs) như: Làm những gì mình thích để phát huy hết tài năng của mình.

Maslow cho rằng nhu cầu của con người được sắp xếp trật tự theo thứ bậc ý nghĩa quan trọng từ cấp thiết nhất đến ít cấp thiết nhất. Và theo ông, trong thời gian khác nhau, con người lại bị thôi thúc bởi những nhu cầu khác nhau. Ví dụ, khi người ta đói thì nhu cầu sinh lý cần phải được giải quyết, trước tiên là ăn, uống. Khi đã được ăn no, nhu cầu phát sinh tiếp theo là cần được an toàn, cần được bảo vệ như vấn đề vệ sinh, sức khỏe. Tiếp theo là nhu cầu xã hội như tình cảm, tình yêu mà con người không thể thiếu. Mỗi khi nhu cầu xã hội được phát triển, sống trong gia đình, xã hội, đoàn thể, con người cần được tôn trọng, cần có địa vị. Và cao hơn nữa là nhu cầu tự khẳng định mình qua sự thể hiện về nghệ thuật.

Trong Marketing, qua sự xếp hạng thứ bậc của Abraham Maslow về nhu cầu cho chúng ta biết con người sống trong xã hội nào sẽ có nhu cầu của xã hội đó. Với một xã, một nước còn lạc hậu, kém phát triển thì nhu cầu cần thiết nhất là cái ăn, cái mặc, làm thế nào để ăn no, mặc ấm. Vậy, sản phẩm cung ứng phải là nhu yếu phẩm chứ không phải là nghệ thuật.

##### - Mong muốn (Wants)

*"Mong muốn là hình thức biểu hiện của nhu cầu"*

Mong muốn là một dạng nhu cầu được thể hiện qua trình độ văn hóa và nhân cách của con người.

Mong muốn hay ước muốn là một hình thức biểu hiện của nhu cầu do yếu tố nhân cách và văn hóa quy định. Một ví dụ cho ta thấy giữa nhu cầu và mong muốn có sự liên hệ và ước muốn thể hiện qua những đặc tính về văn hóa và phân cách: Một người bị đói, nhu cầu của họ là cần được ăn. Để thỏa mãn nhu cầu ăn uống có thể người ta dùng cơm, phở, bún bò, hủ tiếu... Nếu là người miền Bắc, chắc chắn ước muốn của họ lúc đói được có một tô phở. Trái lại, đối với người miền Trung, người Huế thì thích bún bò, giò heo. Và người miền Nam lại thích ăn hủ tiếu. Như vậy, ước muốn của con người mang tính cách văn hóa qua cách thỏa mãn nhu cầu. Ngoài tính cách văn hóa, ước muốn của con người còn mang tính cách có thể. Thật vậy, cùng một tô phở để thỏa mãn nhu cầu đói, tại sao có người thích phở tái, có người lại muốn tái giầu, tái sụn, tái béo, hoặc tái nạm, kèm theo rau này rau kia, ớt này ớt nọ...? Một ví dụ thứ hai để làm sáng tỏ vấn đề là để thỏa mãn nhu cầu giải trí, có người thích ca nhạc, có người thích đi du lịch, lại có người thích xem đá banh. Trong ca nhạc, có người thích hát Quan họ, người thích ngâm thơ, người thích cải lương... Qua hai ví dụ trên cho chúng ta thấy mong muốn của con người mang dấu ấn, chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi phong tục, tập quán và thể hiện qua nhân cách, nếp sống văn hóa.

Dưới đây là bảng so sánh giữa nhu cầu và mong muốn:

Nhu cầu (Needs)	Mong muốn (Wants)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đói</li> <li>- Giải trí</li> <li>- Nội dung</li> <li>- Do yếu tố làm sinh lý quy định</li> <li>- Tương đối ổn định</li> <li>- Tương đối có tính khách quan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thể hiện qua văn hóa</li> <li>- Thể hiện qua nhân cách</li> <li>- Biểu hiện bằng hình thức</li> <li>- Do nhân cách và văn hóa quy định</li> <li>- Luôn phát triển</li> <li>- Tương đối có tính chủ quan</li> </ul>

**Bảng 1: Sự khác nhau giữa nhu cầu và mong muốn**

Vì đặc tính của mong muốn, ước muốn của con người mang tính chất văn hóa và nhân cách, nên trong Marketing để thỏa mãn nhu cầu của con người cần có sản phẩm và dịch vụ đa dạng và thích hợp. Một tiệm phở không thể chỉ bán một loại phở duy nhất mà cần có nhiều loại phở. Cũng vậy, một khách sạn cần có nhiều loại phòng, nhiều dịch vụ và nhiều loại giá để đáp ứng nhu cầu của nhiều loại khách hàng.

#### - Sức cầu, lượng cầu (Demand)

Mong muốn của con người thì vô hạn, nguồn lực để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn thì có hạn. Cho nên, người ta phải chọn một vài sản phẩm nào đó tốt nhất, vừa với khả năng của mình để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn. Vậy, sức cầu được định nghĩa như sau:

*"Sức cầu hay lượng cầu là mong muốn được kèm theo điều kiện có khả năng thanh toán"*

Khi mong muốn được bảo đảm bằng sức mua hay khả năng thanh toán thì trở thành sức cầu. Giữa nhu cầu và sức cầu cũng có sự khác biệt nhau. Dưới đây là bảng so sánh giữa nhu cầu và sức cầu hay lượng cầu:

Nhu cầu (Needs)	Lượng cầu (Demands)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trạng thái</li> <li>- Biểu hiện thành mong muốn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Định lượng</li> <li>- Biểu hiện thành sức mua, khả năng thanh toán</li> </ul>

**Bảng 2: Sự khác nhau giữa nhu cầu và lượng cầu**

### - Sản phẩm (Product)

"Sản phẩm là tất cả những gì do con người làm ra để thỏa mãn mong muốn hay nhu cầu"

Nhu cầu của con người thì vô hạn, nhưng sức cầu thì có hạn. Cho nên, để thỏa mãn nhu cầu, người ta phải chọn lựa những nhu cầu nào cần thiết nhất để sản xuất hay mua.

Sản phẩm hữu hình (như chiếc xe, tivi, thực ăn...) và vô hình (như dịch vụ). Trong du lịch, sản phẩm hữu hình như khách sạn, nhà hàng, điểm du lịch; sản phẩm vô hình như dịch vụ, phong cách phục vụ, bầu không khí, ánh mắt, nụ cười...

Đến đây ta đã biết: nhu cầu, mong muốn, sức cầu, sản phẩm.

Nhu cầu của con người cần được thỏa mãn, nhưng thỏa mãn bằng cách nào?

Tùy theo trình độ tiến hóa của xã hội, mỗi xã hội có những cách thỏa mãn nhu cầu khác nhau. Để thỏa mãn nhu cầu, con người sống trong mỗi xã hội có thể chọn lựa một trong bốn cách sau đây:

- Tự làm ra sản phẩm: Giai đoạn sơ khai, tự cung tự cấp
- Ăn cướp, chiếm đoạt: Thời kỳ các nước lớn chinh phục các nước yếu, nhỏ. Vấn đề này liên quan đến đạo đức, luật pháp
- Đi xin: Liên quan đến vấn đề thế diện
- Trao đổi: Đây là phương thức văn minh

### - Trao đổi (Exchange)

"Trao đổi là hành vi nhận từ một người nào đó thứ mà mình muốn và đưa lại cho người đó một thứ gì khác".

Trao đổi là khái niệm cơ bản của Marketing. Muốn trao đổi cần hội đủ 5 điều kiện sau đây:

1. Tối thiểu phải có 2 bên (At least two parties)
2. Mỗi bên phải có cái gì đó có giá trị để trao đổi (Have something of value)
3. Mỗi bên đều có khả năng giao dịch (Want to deal with the other party)
4. Mỗi bên tự do chấp nhận hay khước từ (Freedom to accept or reject)
5. Mỗi bên đều phải nhận thấy nên hay muốn giao dịch với bên kia (Each party must be able to communicate and deliver)

### - Giao dịch (Transactions)

"Giao dịch là một cuộc trao đổi mang tính chất thương mại những vật có giá trị giữa hai bên"

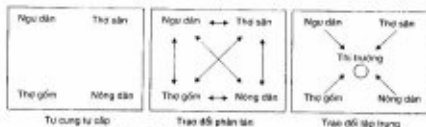
Giao dịch là đơn vị đo lường cơ bản trong lĩnh vực Marketing. Giao dịch là biểu hiện cụ thể của trao đổi trong lĩnh vực thương mại bao gồm các điều kiện: Thời gian, nơi chốn và thanh toán được thỏa thuận giữa hai bên.

### - Thị trường (Markets)

"Thị trường là nơi có một nhóm khách hàng hay những khách hàng đang có sức mua và có nhu cầu chưa được thỏa mãn hay đáp ứng"

*Thị trường là tập hợp những người mua hàng hiện có và sẽ có\* (Philip Kotler)*

Để tìm hiểu bản chất của thị trường, thử hình dung một xã hội trong đó gồm 4 người: một ngư dân, một thợ săn, một thợ gốm và một nông dân. Trong xã hội kinh tế thô sơ như vậy, để thỏa mãn nhu cầu của mình có 3 hình thức trao đổi khác nhau: tự cung tự cấp, trao đổi phân tán và trao đổi tập trung.



**Sơ đồ 1: Các hình thức trao đổi**

Theo phương thức tự cung tự cấp, trong đó mỗi người để thỏa mãn nhu cầu của mình phải tự kiếm cho mình mọi thứ. Ví dụ, ngư dân muốn có gạo ăn phải tự đi trồng lúa. Cũng vậy, người nông dân muốn có cá ăn hay muốn có thịt rừng phải đi đánh cá và vào rừng để săn bắn. Trong trường hợp tự cung tự cấp, hiệu quả của mỗi người sẽ bị giảm sút.

Theo phương thức trao đổi phân tán, trong đó, mỗi người có thể trao đổi với ba người kia để thỏa mãn nhu cầu của mình. Trong phương thức này có tiến bộ hơn nhưng vẫn còn một nhiều thời gian.

Trong phương thức thứ ba, trao đổi tập trung, ở đây xuất hiện một người gọi là nhà buôn ở giữa họ, nơi tập trung gọi là chợ (Market). Mỗi người đem hàng hóa của mình đến chợ và đổi lấy những thứ mà mình cần.

Khái niệm thị trường (chợ) đưa ta đến khái niệm kết thúc của chu trình Marketing. Chữ Marketing do chữ Market mà ra. Vậy Marketing là hoạt động của con người có quan hệ thế này hay thế khác với thị trường.

Tóm lại, ta có thể hình dung khái niệm Marketing theo sơ đồ 2 dưới đây:



**Sơ đồ 2: Khái niệm cơ bản về marketing**

Khi xã hội phát triển, thị trường không phải là một cái chợ mà là một quá trình, nó không bị giới hạn bởi không gian và thời gian. Thật vậy, ngày nay nhờ phương tiện khoa học kỹ thuật tiên tiến, sự giao dịch kinh doanh không chỉ được thực hiện ở các chợ mà được thực hiện qua bưu điện, Fax, điện thoại, Internet...

### **Thuật ngữ Marketing du lịch**

Trong du lịch, những thuật ngữ sau đây thường được sử dụng:

#### **- Sản phẩm du lịch (Tourism Products)**

"Sản phẩm du lịch là tổng hợp của nhiều thành phần khác nhau, bao gồm những vật hữu hình và vô hình. Hầu hết sản phẩm du lịch là những dịch vụ và những kinh nghiệm. (Xem chương 2 về sản phẩm du lịch).

#### **- Đơn vị cung ứng du lịch (Tourism Suppliers)**

Đơn vị cung ứng du lịch là cơ sở kinh doanh, cung cấp sản phẩm du lịch cho khách du lịch. Ví dụ, khách sạn, công ty lữ hành, điểm du lịch...

#### **- Khách du lịch (Visitors)**

Khách du lịch còn gọi là khách viếng. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourism Organization) năm 1968 đã chấp nhận định nghĩa khách viếng như sau: "Một khách viếng là một người từ quốc gia này đi tới một quốc gia khác với một lý do nào đó, có thể là kinh doanh, thăm viếng hoặc làm một việc gì khác" (ngoại trừ hành nghề hay lãnh lương). Định nghĩa này được áp dụng cho cả khách du lịch trong nước. Khách viếng được chia làm hai loại: Du khách và khách tham quan.

#### **- Du khách (Tourists)**

Du khách là khách du lịch, còn gọi là khách ở lại qua đêm (Overnight visitors). "Du khách là khách du lịch, lưu trú tại một quốc gia trên 24 giờ đồng hồ và ngủ qua đêm ở đó, với lý do kinh doanh, thăm viếng hay làm một việc gì khác".

#### **- Khách tham quan (Excursionists)**

Khách tham quan là khách du lịch, còn gọi là khách du ngoạn hay khách ở trong ngày (Day visitors).

"Khách tham quan là khách du lịch đến viếng thăm ở một nơi nào đó dưới 24 giờ đồng hồ và không ở lại qua đêm, với lý do kinh doanh, thăm viếng hay làm một việc gì khác".

Theo cách xếp loại những người đi du lịch của Tổ chức Du lịch thế giới (sơ đồ 3), những người đi du lịch bao gồm những người ghi vào thống kê du lịch và những người không ghi vào thống kê du lịch.

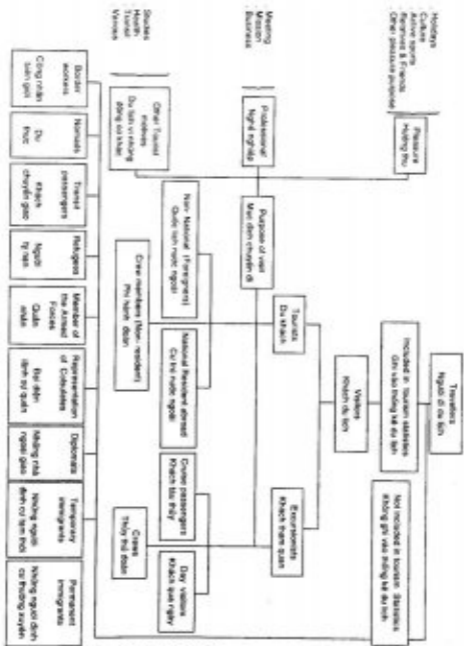
#### **Những người ghi vào thống kê du lịch (Included in tourism statistics)**

Những người nằm trong thống kê du lịch là những khách du lịch (visitors). Khách du lịch được chia làm hai loại: Du khách (Tourists) và khách tham quan (Excursionists). Du khách (Tourists) bao gồm những người ngoại quốc không cùng quốc tịch, những kiều bào sống ở nước ngoài và phi hành đoàn.

Khách tham quan hay khách du ngoạn (Excursionists) bao gồm những khách tàu biển, khách viếng trong ngày không ở lại qua đêm và thủy thủ đoàn.

#### **Mục đích chuyến đi (Purpose of visit)**

Khách tham quan và du khách đi du lịch với mục đích có thể là hưởng thụ (pleasure) như: Những ngày nghỉ, kỳ nghỉ, văn hóa, hoạt động thể thao, thăm thân nhân bạn bè hay những mục đích hưởng thụ khác. Hoặc đi du lịch vì nghề nghiệp như: Hội họp, công tác, kinh doanh. Ngoài hai mục đích hưởng thụ và nghề nghiệp, những người đi du lịch có thể vì những động cơ khác như: Nghiên cứu, chữa bệnh, chuyển giao và những lý do khác.



Sơ đồ 3: Cách xếp loại người đi du lịch

(Nguồn: Tổ chức Du lịch thế giới)

Thực tế, một người đi du lịch không đơn thuần vì một mục đích, nhưng kết hợp nhiều mục đích, trong đó có một mục đích chính.

**Những người không ghi vào thống kê du lịch (Not included in tourism statistics)**

Không phải tất cả những người từ nước này đến nước khác, hay từ vùng này đến vùng khác đều là khách du lịch. Dựa vào những mục đích của Tổ chức Du lịch Thế giới, người ta không ghi vào thống kê du lịch những người sau đây: Những người định cư thường xuyên, những người định cư tạm thời, những nhà ngoại giao, đại diện lãnh sự quán, quân nhân, những người tỵ nạn, khách chuyển giao, những người du thủ du thực và những công nhân biên giới.

Từ sơ đồ 3 ta có sơ đồ 4 dưới đây:



**Sơ đồ 4: Phân loại du khách và khách du ngoại**

Theo Quy chế quản lý Lữ hành của Tổng cục Du lịch Việt Nam 1995, các thuật ngữ sau đây được hiểu như sau:

**Khách du lịch quốc tế** là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài đến Việt Nam không quá 12 tháng với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, hành hương, thăm người thân, bạn bè, tìm hiểu cơ hội đầu tư, kinh doanh...

**Khách du lịch trong nước** là công dân Việt Nam rời khỏi nơi ở của mình không quá 12 tháng, đi tham quan, nghỉ dưỡng, hành hương, thăm người thân, bạn bè, kinh doanh...trên lãnh thổ Việt Nam.

**Chuyến du lịch (Tour)** là chuyến đi được chuẩn bị trước, bao gồm tham quan một hay nhiều điểm du lịch và quay trở về nơi khởi hành. Chuyến du lịch thông thường có các dịch vụ về vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các dịch vụ khác.

**Chương trình du lịch (Tour programe)** là lịch trình của chuyến du lịch, bao gồm lịch trình từng buổi, từng ngày, hạng khách sạn khách lưu trú, loại phương tiện vận chuyển, giá bán chương trình, các dịch vụ miễn phí...

**Chương trình du lịch nội địa (Domestic Tour)** là lịch trình được soạn thảo dành cho khách du lịch trong nước.

**Chương trình du lịch vào Việt Nam (Inbound Tour)** là chương trình dành cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

**Chương trình du lịch ra nước ngoài (Outbound Tour)** là chương trình dành cho

người Việt Nam, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài.

**Dịch vụ chương trình du lịch** (Travel service) là đón tiếp, đăng ký nơi lưu trú, phương tiện vận chuyển, hướng dẫn tham quan, đặt nơi ăn, nơi giải trí, nơi nghỉ ngơi và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.

**Kinh doanh lữ hành** (Touroperator business) là việc thực hiện các hoạt động: nghiên cứu thị trường, thiết lập các chương trình du lịch trọn gói hay từng phần, quảng cáo và bán các chương trình này trực tiếp hay gián tiếp qua các trung gian hoặc văn phòng đại diện, tổ chức thực hiện chương trình và hướng dẫn du lịch.

Các doanh nghiệp lữ hành đương nhiên được phép tổ chức mạng lưới đại lý lữ hành.

**Kinh doanh đại lý lữ hành** (Travel Sub - Agency business) là việc thực hiện các dịch vụ đưa đón, đăng ký nơi lưu trú, vận chuyển, hướng dẫn tham quan, bán các chương trình du lịch của các doanh nghiệp lữ hành, cung cấp thông tin du lịch và tư vấn du lịch nhằm hưởng hoa hồng.

## 2. Định nghĩa

### - Định nghĩa Marketing

+ "Marketing là một dạng hoạt động của con người nhằm thỏa mãn những nhu cầu mong muốn của họ thông qua trao đổi". (Philip Kotler)

+ "Marketing là làm thế nào để đưa sản phẩm, dịch vụ đúng, đến đúng khách hàng, đúng địa điểm, đúng thời gian, đúng giá cả trên kênh phân phối đúng và hoạt động yểm trợ đúng"

+ "Marketing là sự hoàn thiện, hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm vào một lượng sản phẩm, dịch vụ để đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ"

+ "Marketing is everything" (Marketing là mọi việc)

(Mc. Kenna)

### - Định nghĩa Marketing du lịch

+ "Marketing du lịch là một triết lý quản trị mà nhờ nghiên cứu, dự đoán, tuyển chọn dựa trên nhu cầu của du khách nó có thể đem sản phẩm du lịch ra thị trường sao cho phù hợp mục đích thu nhiều lợi nhuận cho tổ chức du lịch đó". (World Tourism Organization)

+ "Marketing du lịch là một loạt phương pháp và kỹ thuật được hỗ trợ bằng một tính thần đặc biệt và có phương pháp nhằm thỏa mãn các nhu cầu không nói ra hoặc nói ra của khách hàng có thể là mục đích tiêu khiển hoặc những mục đích khác bao gồm công việc gia đình, công tác và hợp hành" (Robert Lanquar và Robert Hollier)

Chúng ta có thể định nghĩa Marketing du lịch như sau:

+ "Marketing du lịch là tiến trình nghiên cứu, phân tích những nhu cầu của khách hàng, những sản phẩm, dịch vụ du lịch và những phương thức cung ứng, hỗ trợ để đưa khách hàng đến với sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của họ; đồng thời đạt được những mục tiêu của tổ chức"

• Là một tiến trình nghiên cứu, phân tích:

- Những nhu cầu của khách hàng



- Những sản phẩm, dịch vụ du lịch
- Những phương thức cung ứng sản phẩm, hỗ trợ của tổ chức
- Để đưa khách hàng đến với sản phẩm nhằm:
  - Thỏa mãn nhu cầu của khách
  - Đạt mục tiêu của tổ chức (lợi nhuận)

(Sản phẩm du lịch vì ở xa khách hàng và cố định, nên những đơn vị cung ứng du lịch phải tìm cách đưa khách hàng đến với sản phẩm)

### 3. Đặc tính của dịch vụ du lịch

Dịch vụ có bốn đặc tính: Tính vô hình (Intangibility), tính bất khả phân (Inseparability), tính khả biến (Variability) và tính dễ phân hủy (Perishability).

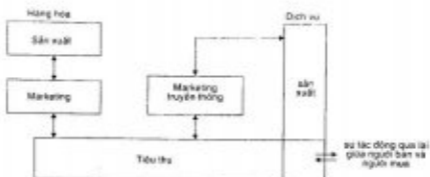
#### - Tính vô hình (Intangibility)

Khác với sản phẩm vật chất, các dịch vụ không thể nhìn thấy, nếm, ngửi, cảm giác hay nghe thấy được trước khi mua. Trước khi bước lên máy bay hay xe hơi, hành khách không có gì cả, ngoại trừ một vé máy bay và lời hứa hẹn đảm bảo về chất lượng sản phẩm ở nơi đến du lịch. Những nhân viên của lực lượng bán sản phẩm ở khách sạn không thể mang một phòng ngủ để bán cho khách qua những cuộc gọi bán phòng. Thực tế họ không thể bán phòng mà chỉ bán quyền sử dụng phòng trong một khoảng thời gian đã chỉ định. Khi khách rời phòng, họ cũng không mang theo một thứ gì khác ngoài một biên lai tính tiền. Robert Lewis nhận xét rằng: "Người mua một dịch vụ du lịch, có thể rỗng tay, nhưng không thể rỗng đầu". Khi mua một dịch vụ du lịch, người mua có nhiều kỷ niệm mà có thể chia sẻ với người khác.

Để giảm sự bất định về tính chất vô hình, người mua thường tìm hiểu những dấu hiệu hữu hình qua việc cung cấp thông tin và sự tin tưởng chắc chắn về dịch vụ. Do tính chất vô hình của dịch vụ, và sản phẩm du lịch thường ở quá xa khách hàng nên người mua phải mất một khoảng thời gian khá dài kể từ ngày mua sản phẩm cho đến khi sử dụng. Ngoài ra, khi mua sản phẩm du lịch, khách chỉ biết qua thông tin và một vài hình ảnh của một phần sản phẩm mà chính những hình ảnh này cũng chỉ phản ánh một phần của đặc tính sản phẩm, nên người bán đôi khi quá thoải phóng về sản phẩm làm cho khách cảm thấy mình bị đánh lừa khi sử dụng sản phẩm kém chất lượng so với những lời quảng cáo trước khi mua.

#### - Tính bất khả phân (Inseparability)

Hầu hết các dịch vụ về khách sạn, nhà hàng, cả người cung cấp dịch vụ và khách hàng không thể tách rời. Khách hàng tiếp xúc với nhân viên là một phần quan trọng của sản phẩm. Thực phẩm trong nhà hàng có thể không hoàn hảo, nhưng nếu người phục vụ thiếu sự ân cần, lời hứa hay cung cấp dịch vụ thiếu chu đáo, khách hàng sẽ đánh giá thấp về kinh nghiệm của nhà hàng. Với tính chất bất khả phân cho thấy sự tác động qua lại giữa người cung cấp và khách hàng tạo nên sự tiêu thụ dịch vụ. Chúng ta có thể hình dung sự hoạt động giữa người sản xuất, hoạt động Marketing và khách hàng qua việc tiêu thụ dịch vụ trong sơ đồ số 5 dưới đây:



Sơ đồ 5: Sự quan hệ giữa sản phẩm, marketing và tiêu thụ

Tính bất khả phân có nghĩa rằng khách hàng là một phần của sản phẩm. Thật vậy, không riêng gì người cung cấp dịch vụ mà cả khách hàng cũng góp phần tạo nên chất lượng sản phẩm. Trong một nhà hàng, nếu có một vài người khách gây ồn ào, làm huyên náo, sẽ ảnh hưởng đến những khách khác không cùng nhóm, làm cho họ khó chịu. Và điều này vô hình chung đã làm cho chất lượng dịch vụ của nhà hàng kém đi do bầu không khí không được thoải mái đối với khách.

Như vậy, do tính bất khả phân, đòi hỏi người quản lý trong du lịch phải đảm bảo sự quản lý chặt chẽ cá nhân viên lẫn khách hàng.

**- Tính khả biến (Variability)**

Dịch vụ rất dễ thay đổi, chất lượng của sản phẩm tùy thuộc phần lớn vào người cung cấp và khi nào, ở đâu chúng được cung cấp. Có nhiều nguyên nhân về sự thay đổi này:

- + Dịch vụ được cung cấp và tiêu thụ cùng lúc nên giới hạn việc kiểm tra chất lượng sản phẩm.
- + Sự dao động về nhu cầu tạo nên khó khăn cho việc cung cấp chất lượng đồng nhất trong thời gian có nhu cầu cao điểm.
- + Chất lượng sản phẩm tùy thuộc vào kỹ năng chuyên môn của người cung cấp dịch vụ và lúc tiếp xúc giữa khách hàng với nhân viên.
- + Một khách du lịch có thể nhận được những dịch vụ tuyệt vời ngày hôm nay và những dịch vụ xoàng xĩnh trong ngày kế tiếp do cùng một nhân viên cung cấp. Trong trường hợp cung cấp dịch vụ tốt kể trên, có lẽ nhân viên cung cấp dịch vụ cảm thấy sức khỏe lúc bấy giờ không được tốt hoặc có thể do tình cảm có vấn đề, mà đôi khi tình cảm này chịu tác động bởi ảnh hưởng nội vi.
- + Sự dễ thay đổi và thiếu đồng nhất của sản phẩm là nguyên nhân chính của sự thất vọng ở khách hàng.

**- Tính dễ phân hủy (Perishability)**

Dịch vụ không thể tồn kho, nghĩa là sản phẩm du lịch không thể để dành cho ngày mai. Dịch vụ không bán được ngày hôm nay, không thể bán cho ngày hôm sau. Thật vậy, một khách sạn có 100 phòng, nếu công suất thuê phòng ngày hôm nay là 60%, thì ngày mai không thể bán 140 phòng. Doanh số sẽ mãi mãi mất đi do việc 40 phòng không bán được. Chính vì đặc tính dễ phân hủy này mà có nhiều khách sạn phải để cho khách đăng ký giữ chỗ vượt trội số phòng khách sạn hiện có, đôi khi việc làm này dẫn đến sự phiền toái cho cả

khách lần chủ. (Phần này sẽ được trình bày chi tiết ở chương 9: Bán sản phẩm ở Khách sạn nhà hàng).

Người bán đặc tính trên, dịch vụ du lịch còn có hai đặc tính khác, đó là tính không đồng nhất (*Heterogeneity*) và đặc tính không có quyền sở hữu (*Nonownership*).

**Đặc tính không đồng nhất (*Heterogeneity*)** là do sản phẩm hữu hình và vô hình tạo nên. Với đặc tính này thường rất khó khăn để đạt tiêu chuẩn đầu ra của dịch vụ. Mỗi trường hợp tiêu thụ dịch vụ đòi hỏi có sự thực hiện cá người cung cấp lẫn người tiêu thụ. Cho nên, muốn có dịch vụ tốt cần phải có sự thực hiện tốt cả hai phía.

**Riêng đặc tính không có quyền sở hữu (*Nonownership*)**, dịch vụ không có quyền sở hữu. Thật vậy, với các dịch vụ như dạy học, khách sạn, hãng hàng không... khi sử dụng xong, chúng ta không mang theo được phòng học hay chỗ ngồi, chỗ nằm trong máy bay hay trong khách sạn để làm của riêng mà chỉ mua quyền sử dụng của những thứ đó.

Chúng ta không nên nhầm lẫn giữa dịch vụ và sản phẩm. Có sự khác biệt giữa dịch vụ và sản phẩm. Ví dụ, thang máy vẫn là một sản phẩm vẫn là dịch vụ. Nhưng có những sản phẩm tách riêng biệt giữa sản phẩm và dịch vụ như xe gắn máy với dịch vụ bảo trì và bảo hành. Có khi sản phẩm và dịch vụ gắn liền nhau. Một giá trị sản phẩm cụ thể (hữu hình) được dịch vụ hỗ trợ tốt sẽ làm tăng thêm giá trị của sản phẩm đó. Trái lại, những dịch vụ vô hình như dạy học, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ khách sạn nếu không làm tốt sẽ làm cho sản phẩm kém chất lượng.

Trong Marketing, dịch vụ không đơn thuần phục vụ khách hàng mà còn hướng về lợi nhuận cho công ty. Đây là điều đặc biệt quan trọng, vấn đề sống còn đối với các đơn vị kinh doanh du lịch. Vấn đề này đòi hỏi mọi người liên quan đến việc cung ứng dịch vụ phải luôn ghi nhớ rằng phải làm việc hết sức mình, với một tinh thần hết sức đặc biệt để làm tốt mọi công việc khi phục vụ khách. Và khi cung cấp sản phẩm, phải cố gắng làm tốt phần dịch vụ góp phần lớn đối với sản phẩm hữu hình. Có như thế mới bù đắp được những phần thiếu sót của sản phẩm hữu hình nếu có, nhằm làm tăng thêm chất lượng chung cho sản phẩm du lịch, và tạo nên những nét đặc điểm riêng mà khách sẽ cảm nhận được để phân biệt giữa sản phẩm của mình với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Với công nghệ khoa học tiên tiến ngày nay, các đơn vị cung ứng du lịch, các doanh nghiệp có thể cạnh tranh với nhau qua sự hỗ trợ của công nghệ, làm tăng thêm giá trị cho dịch vụ. Tuy nhiên, yếu tố con người vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên giá trị, chất lượng của sản phẩm qua việc cung cấp dịch vụ.

#### 4. Thành phẩm của dịch vụ

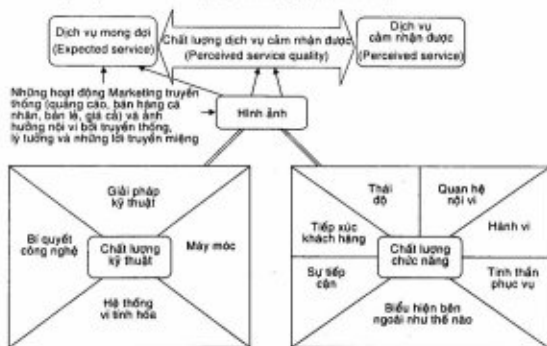
Dịch vụ được chia làm hai phần: Chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

**a) Chất lượng kỹ thuật:** Chất lượng kỹ thuật là cụ thể dịch vụ gì? Về chức năng này, chúng ta đặt câu hỏi: Cái gì? (What). Chẳng hạn, có thể là giải pháp kỹ thuật, máy móc, hệ thống vi tính hóa ở cơ sở đó, hoặc yếu tố bí quyết kỹ nghệ (Know-how)

**b) Chất lượng chức năng:** Chất lượng chức năng là dịch vụ cung cấp như thế nào? Về chức năng này, chúng ta đặt câu hỏi: Chất lượng cung cấp như thế nào? (How)

Dịch vụ cung cấp tốt hay không là tùy thuộc vào người cung cấp dịch vụ qua thái độ, quan hệ bên trong công ty, hành vi, tinh thần phục vụ, sự biểu hiện bên ngoài, sự tiếp cận và tiếp xúc với khách hàng... Tất cả những yếu tố đó ảnh hưởng đến người cung cấp dịch vụ.

Muốn tạo chất lượng dịch vụ tốt phải tạo sự giao thoa giữa chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Sự giao thoa giữa hai chất lượng này, đòi hỏi người làm Marketing phải biết phối hợp đồng bộ và có nghiệp vụ chuyên môn để qua dịch vụ, tạo nên hình ảnh lý tưởng. Hình ảnh của công ty có thể ảnh hưởng tới dịch vụ của công ty ban đầu. Hình ảnh này được duy trì và tăng cường bởi những hoạt động Marketing như quảng cáo, bán hàng cá nhân, bán lẻ, chính sách giá cả và ảnh hưởng bên trong như truyền thống, lý tưởng, những lời truyền miệng. Tất cả những thứ đó tạo nên chất lượng dịch vụ mà khách cảm nhận được. Đó là thứ dịch vụ cả khách lẫn công ty đều mong đợi (Sơ đồ số 6).



Sơ đồ 6: Sự giao thoa giữa chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng

### 5. Đặc điểm của dịch vụ du lịch

Du lịch là một bộ phận của ngành kinh doanh dịch vụ. Các ngành dịch vụ khác gồm: Ngân hàng, pháp lý, kế toán, tư vấn, bảo hiểm, giáo dục, y tế... Dịch vụ du lịch có những đặc điểm:

- Thời gian sử dụng ngắn hơn so với các dịch vụ khác.
- Tạo được sự thu hút có tính chất cảm tính (emotional appeals).
- Sự quản lý các dấu hiệu hữu hình có mức độ quan trọng hơn.
- Hình ảnh và ấn tượng được nhấn mạnh nhiều hơn.
- Hệ thống phân phối đa dạng hơn.
- Phụ thuộc nhiều vào các tổ chức khác.
- Dịch vụ dễ bất chợt.
- Nhấn mạnh hơn sự xúc tiến tiêu thụ vào lúc cao và thấp điểm.

## II. SỰ CẦN THIẾT CỦA MARKETING DU LỊCH

1. Du lịch mang lại lợi ích rất lớn về doanh thu và nhiều lợi ích khác cho các đơn vị cung ứng, cho quốc gia.

2. Ngoài lợi ích kinh tế, du lịch mang tính tổng hợp, nên phát triển du lịch có lợi về nhiều mặt chính trị, ngoại giao, văn hóa xã hội.

3. Du lịch là một ngành công nghiệp không khói, nên đặc tính của sản phẩm du lịch khác với sản phẩm hàng hóa, và khách hàng thường ở xa sản phẩm, vì vậy Marketing du lịch rất cần thiết trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.

## III. MARKETING HỖN HỢP TRONG DU LỊCH

### 1. Định nghĩa

Trong luận án tiến sĩ về "Dynamique du Tourisme et Marketing" của Schwarz, ông đã đưa ra một định nghĩa Marketing hỗn hợp (Marketing - Mix) như sau:

*"Marketing hỗn hợp là tập hợp các công cụ về Marketing mà một công ty sử dụng để đạt những mục tiêu trên thị trường mục tiêu".*

*(J. J. Schwarz)*

### 2. Thành phần của Marketing hỗn hợp

Marketing-hỗn hợp gồm 4 thành phần căn bản dựa trên 4P:

#### 2.1 4P: (của J. J. Schwarz)

- Product: Sản phẩm
- Price: Giá cả
- Place: Phân phối
- Promotion: Chiêu thị hoặc xúc tiến bán hàng



Sơ đồ 7: Cơ cấu Marketing Mix dựa trên 4P

Ngày nay, ngoài 4P, Marketing hỗn hợp còn thêm 3C:

### 2.2 4P + 3C

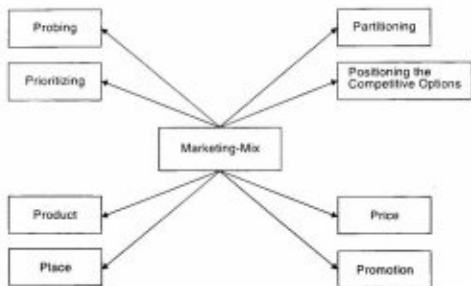
- Customers: Khách hàng
- Company itself: Chính bản thân công ty
- Competitors: Đối thủ cạnh tranh
- Product: Sản phẩm
- Price: Giá cả
- Place: Phân phối
- Promotion: Chiêu thị



Sơ đồ 8: Marketing Mix dựa trên 4P + 3C.

### 2.3. Hoạch dựa trên 8P

- Probing: Nghiên cứu thị trường
- Partitioning: Phân khúc thị trường
- Prioritizing: Định vị mục tiêu ưu tiên
- Positioning the competitive options: Định vị mục tiêu cạnh tranh
- Product: Sản phẩm
- Price: Giá cả
- Place: Phân phối
- Promotion: Chiêu thị



Sơ đồ 9: Cơ cấu Marketing mix dựa trên 8P

### 3. 4P trong Marketing du lịch

- People: Con người (khách hàng, nhân viên)
- Packaging: Bao trọn gói
- Partnership: Hợp tác giữa các đơn vị cung ứng, giữa khách hàng và nhân viên.
- Programming: Chương trình kết hợp du lịch

## Chương 2

# SẢN PHẨM, DỊCH VỤ DU LỊCH

---

"Một khách sạn không làm nên du lịch"

*(Krapf)*

"Việt Nam có một sức quyến rũ rất lớn làm cho bất cứ lời nói thêm nào về nó đều trở nên thừa"

*(Nhận định của hãng du lịch Studiosus Đức, 1995)*

### I. KHÁI NIỆM

#### 1. Định nghĩa

"Sản phẩm du lịch là một tổng thể bao gồm các thành phần không đồng nhất hữu hình và vô hình.

Sản phẩm du lịch có thể là một món hàng cụ thể như thức ăn, hoặc một món hàng không cụ thể như chất lượng phục vụ, bầu không khí tại nơi nghỉ mát" *(Michael M. Colman)*

Sản phẩm du lịch còn gọi là kinh nghiệm du lịch và nó là tổng thể nên Krapf nói "một khách sạn không làm nên du lịch"

#### 2. Đặc tính của sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch có nhiều đặc tính riêng biệt. Những đặc tính này cũng là những đặc trưng của dịch vụ du lịch. Sau đây là những đặc tính sản phẩm du lịch:

- a) Khách mua sản phẩm trước khi thấy sản phẩm.
- b) Sản phẩm du lịch thường là một kinh nghiệm nên dễ bất chợt.
- c) Khoảng thời gian mua sản phẩm và thấy, sử dụng sản phẩm quá lâu.
- d) Sản phẩm du lịch ở xa khách hàng.
- e) Sản phẩm du lịch do sự tổng hợp các ngành kinh doanh khác nhau.
- f) Sản phẩm du lịch như chỗ ngồi ở máy bay, phòng ngủ khách sạn, ghế ngồi nhà hàng không thể để tồn kho.
- g) Trong thời gian ngắn, lượng cung sản phẩm du lịch cố định, nhưng lượng cầu của khách có thể gia tăng hoặc sụt giảm.
- h) Khách mua sản phẩm du lịch ít trung thành hoặc không trung thành với công ty bán sản phẩm.
- i) Nhu cầu của khách đối với sản phẩm du lịch dễ bị thay đổi vì sự giao động về tiền tệ.



chính trị.

## II. THÀNH PHẦN SẢN PHẨM DU LỊCH

### 1. Cách sắp xếp sản phẩm du lịch theo tổ chức du lịch thế giới

- Di sản tự nhiên
- Di sản năng lượng.
- Di sản về con người
- Những hình thái xã hội
- Những hình thái về thiết chế chính trị, pháp chế, hành chính.
- Những điều tốt đẹp và mọi dịch vụ, phương tiện vận chuyển, hạ tầng cơ sở.
- Những hoạt động kinh tế, tài chính.

### 2. Cách sắp xếp của Jeffries và Krippendorf

- Các di sản thiên nhiên, tài nguyên thiên nhiên.
- Các di sản do con người tạo ra.
- Các yếu tố thuộc về con người: Tôn giáo phong tục, tập quán.
- Hệ thống các phương tiện giao thông, thông tin liên lạc.
- Những cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ngành du lịch: Khách sạn, nhà hàng
- Các chính sách kinh tế, tài chính, chính sách xã hội.

### 3. Cách sắp xếp của Michael M. Coltman

M.Colttman chia sản phẩm du lịch theo hai hướng tài nguyên:

#### a) Tài nguyên theo hướng Marketing

- Tài nguyên thiên nhiên: Phong cảnh, công viên, hồ suối, núi non, dốc đá, đèo, hệ động vật và thực vật, bãi biển, hải cảng.
  - Nơi tiêu biểu văn hóa và lịch sử: Vùng khảo cổ, kiến trúc truyền thống, nghề thủ công bản địa, thực phẩm đặc sản, lễ hội, nghỉ ngơi, phong tục, múa hát.
  - Nơi giải trí: Công viên, sân golf, nơi cắm trại, nơi picnic, nơi bơi lội, nơi chơi ski.
  - Các tiện nghi du lịch: Chiều dài, phục vụ nghỉ ngơi, nhà hàng, mua sắm, trung tâm thông tin, hệ thống đăng ký giữ chỗ.
  - Khí hậu.
  - Các tài nguyên thiên nhiên khác
  - Hấp dẫn tâm lý: Mỹ quan, thái độ hài lòng
- #### b) Cách sắp xếp theo hướng chức năng điều hành
- Khả năng mua đất đai
  - Kế hoạch và phân vùng
  - Vận chuyển: Đường bộ, đường hàng không, xe lửa, xe ô tô, tàu bè.

- Phục vụ công cộng: Nước dùng, điện, nước thải.
- Kỹ nghệ trợ giúp: Công an, cứu hỏa, y tế, nhà thờ, chùa, ngân hàng, cung ứng lương thực, giặt ủi, các dịch vụ trợ giúp khác.
- Lực lượng lao động: Thuê mướn lao động được, khéo léo tay nghề, dạy ngoại ngữ, dạy kỹ thuật.
- Vốn.
- Thái độ của chính quyền địa phương.

### III. MÔ HÌNH SẢN PHẨM DU LỊCH

Từ những thành phần cấu tạo của sản phẩm du lịch, người ta rút ra những yếu tố căn bản để lập nên những mô hình sản phẩm du lịch. Tùy theo yếu tố thiên nhiên của mỗi nước và quan niệm của mỗi tác giả, từ đó có những mô hình 4S, 3H và 6S.

Mô hình sản phẩm du lịch 4S và 3H của Mỹ và mô hình 6S của Pháp.

#### 1. Mô hình 4S

- SEA : Biển.
- SUN : Mặt trời, ánh nắng.
- SHOP : Cửa hàng lưu niệm, mua sắm.
- SEX (or SAND) : Hấp dẫn, khơi gợi giới tính (hay bãi cát tắm nắng).

##### a) Biển (Sea)

Biển là những yếu tố quan trọng để thu hút khách du lịch. Những nơi nào có bãi biển đẹp, sạch sẽ là nơi du khách đổ xô về để tắm biển, lướt ván, phơi nắng, nghỉ dưỡng. Việt Nam có một vị trí rất thuận lợi để phát triển du lịch, từ Bắc chí Nam, Việt Nam có hơn 2.500 km bờ biển, với nhiều bãi biển nổi tiếng như Vũng Tàu, Nha Trang, Đà Nẵng, của Tùng và có nơi là kỳ quan của thế giới như Vịnh Hạ Long. Ngoài những bãi biển nổi tiếng trên, Việt Nam còn có nhiều bãi biển đẹp nhưng chưa được khai thác. Đây là thế mạnh, là tiềm năng dồi dào để phát triển ngành du lịch trong tương lai.

##### b) Mặt trời (Sun)

Đối với khách du lịch quốc tế, yếu tố mặt trời, ánh nắng rất quan trọng. Là những người ở xứ lạnh, ít khi thấy ánh nắng mặt trời. Vào những mùa mưa, nhiệt độ rất thấp và lạnh, ít người đi du lịch vào mùa này. Vì vậy, họ thường tìm đến những vùng nắng ấm để tắm và sưởi nắng. Ở Việt Nam, miền Bắc và miền Trung, mỗi năm chỉ ra làm 4 mùa rõ rệt. Riêng ở miền Nam chỉ có 2 mùa: mùa mưa và mùa nắng. Tuy nhiên, dù ở mùa nào, hàng ngày miền Nam vẫn có nắng, vì ở đây không phải mùa đêm như ở miền Trung và miền Bắc. Về thời tiết, đây cũng là một yếu tố thuận lợi cho việc phát triển du lịch ở miền Nam.

##### c) Cửa hàng bán đồ lưu niệm, mua sắm (Shop)

Mua sắm rất là quan trọng đối với khách du lịch, khách đi du lịch hầu hết là để thỏa mãn sự hiếu biết, kinh nghiệm. Họ muốn biết những nơi xa lạ, biết phong tục tập quán, lối sống của dân cư địa phương, những nét văn hóa, sinh hoạt của những sắc tộc, bộ lạc hoang sơ ... Và khi ra về ngoài những ấn tượng, những kinh nghiệm mà họ có được một cách vô

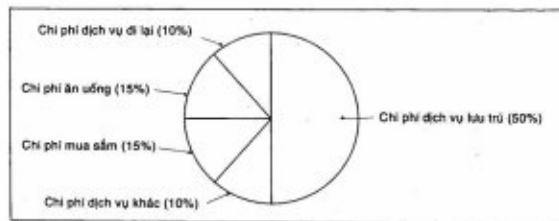
hình, họ cần có một thứ gì đó để làm kỷ niệm cho chuyến đi cho chính bản thân họ, cho những người thân và bạn bè. Đó là sản phẩm hữu hình, những món quà lưu niệm mang đầy dấu ấn cho suốt cả cuộc đời của họ về một nơi, một vùng, một nước xa xôi nào đó. Điều này gọi lại cho họ một kỷ niệm khó phai mờ về một chuyến đi.

Cửa hàng bán hàng lưu niệm và sự mua sắm giữ một vai trò vô cùng quan trọng trong việc thu hút khách du lịch. Điều này đã chứng minh cho ta thấy ở những nơi nghèo nàn, các cửa hàng bán đồ lưu niệm hoặc thuế hải quan quá cao đánh trên sản phẩm khách du lịch mua làm quà lưu niệm, là những nơi ít khách du lịch và có thể là nơi mà khách "Một đi và không bao giờ trở lại". Trái lại, những nơi nào có chính sách thuế khóa về hải quan thoáng, để khuyến khích khách du lịch mua sắm nhiều là những nơi khách du lịch thường lui tới và giới thiệu cho bạn bè đi du lịch và chính những nơi này đã thu về một nguồn ngoại tệ đáng kể cho ngành du lịch.

Một chứng minh cụ thể hơn để cho thấy sự quan trọng của việc mua sắm chi tiêu của khách ở Việt Nam và một số nước trong khu vực Đông Nam Á.

Một khách quốc tế đến TP. Hồ Chí Minh, trung bình mỗi ngày chi tiêu 70 USD. Trong số 70 USD này, cơ cấu chi tiêu của khách là:

- Chi phí dịch vụ lưu trú : 50%
- Chi phí dịch vụ đi lại : 10%
- Chi phí mua sắm : 15%
- Chi phí ăn uống : 15%
- Chi phí dịch vụ khác : 10%



Sơ đồ 10: Cơ cấu chi tiêu của khách du lịch quốc tế ở TP. Hồ Chí Minh

Qua số liệu của sơ đồ 10, ta thấy chi phí lưu trú của khách quốc tế ở TP. Hồ Chí Minh chiếm 50% tổng chi phí. Đây là một con số khá cao. Chúng ta biết chi phí lưu trú của khách du lịch ở các nước tiên tiến chỉ chiếm khoảng 25% của tổng chi phí. Ngay cả những nước lân cận, chi phí chi tiêu của khách du lịch cũng khác với chi phí chi tiêu của khách du lịch quốc tế ở Việt Nam như bảng số 3 dưới đây:

Số TT	Nước	Ngủ	Ăn uống	Đi lại	Tham quan	Mua hàng, giải trí
1	Singapore	22,3	13,3	5,1	6,1	55,8
2	Hồng Kông	30,2	10,8	0	8,0	61,0
3	Thái Lan	23,4	15,1	13,3	9,4	38,8
4	Trung Quốc	22,5	9,5	11,3	31,3	25,5
5	Indonesia	30,8	17,4	4,6	9,6	23,6

**Bảng 3: Cơ cấu chi tiêu của khách quốc tế ở một số nước gần Việt Nam**

*Nguồn: Tài liệu tham luận tại Hội nghị khách sạn và  
Vụ du lịch và Hợp tác đầu tư 06/1995*

Từ cơ cấu chi tiêu của khách Quốc tế tại Thành phố Hồ Chí Minh (sơ đồ 10) và cơ cấu chi tiêu của khách quốc tế của một nước lân cận với Việt Nam (bảng 3), chúng ta rút ra được những nhận xét sau đây:

1. Chi phí chi tiêu về mua sắm, giải trí của khách du lịch ở các nước rất cao, chi phí ngủ chỉ chiếm khoảng 22% đến 30% so với tổng chi phí (Việt Nam chi phí ngủ chiếm 50%).
2. Ở Việt Nam, chi phí ăn, ở rất cao so với các nước lân cận. Điều này giải thích một phần về sự chi tiêu, mua sắm giải trí của khách du lịch quốc tế thấp so với các nước và kéo theo thời gian lưu trú trung bình của khách giảm, doanh thu giảm.

Vậy, để tăng doanh thu, điều cần thiết phải giảm giá phòng, tăng nhiều loại hình vui chơi, giải trí hấp dẫn để kéo dài thời gian lưu trú và kéo dài thời gian thết của khách. Ngoài ra, cần có nhiều cửa hàng bán sản phẩm lưu niệm phong phú và song song với những việc làm này, Chính phủ nên có chính sách thoáng hơn về việc đánh thuế trên sản phẩm lưu niệm để khuyến khích khách mua hàng và đến Việt Nam du lịch nhiều hơn.

#### **d) Yếu tố hấp dẫn giới tính (Sex) hay bãi cát (Sand)**

Yếu tố hấp dẫn giới tính bao hàm nhiều ý nghĩa khác nhau. Nhưng dù hiểu theo nghĩa nào đi nữa thì chữ sex trong du lịch thể hiện tính khêu gợi, hấp dẫn và để đáp ứng sự thỏa mãn về nhu cầu sinh lý. Vì vậy, trong du lịch có từ kèm theo chữ sex, đó là sex - tour.

Vào đầu thập niên 90 của thế kỷ 20, từ khi châu Âu, châu Mỹ, châu Phi bị dịch bệnh AIDS hoành hành, khách du lịch đổ xô về châu Á, Đông Nam Á, những nước không những kém phát triển về mặt kinh tế mà còn chậm về sự lan tràn cơn bệnh AIDS để thỏa mãn một phần "nhu cầu không nói ra" và hy vọng vào một tỷ lệ xác suất cao hơn về sự an toàn so với những nước khác. Nhìn lại những nước gần Việt Nam, trong những năm gần đây đã thu về một nguồn lợi kinh tế đáng kể khi thả nổi vấn đề sex trong du lịch, nhưng đằng sau nguồn lợi và sự phát triển đó, du lịch đã để lại một dấu ấn sâu sắc về sự phá vỡ đối với xã hội và con người. Nhưng cái lợi của ngành du lịch tại những nước này điển hình là Thái Lan, theo ước tính của những chuyên gia trên thế giới, không bù đắp được về sự mất mát, thiệt hại về xã hội, con người.

Đường lối chính sách của Việt Nam không chủ trương và cấm nghiêm ngặt việc kinh doanh sex dưới mọi hình thức. Đây là chủ trương đúng đắn. Tuy nhiên trong thực tế cũng không sao tránh khỏi tình trạng sex và càng chỉ làm chậm đi chứ không sao ngăn chặn

được hoàn toàn bệnh AIDS và nạn ai ke ma túy, gái điếm.

Nếu loại trừ yếu tố hấp dẫn giới tính (sex) thì yếu tố bãi cát (sand) cũng rất hấp dẫn khách du lịch. Với những bãi cát trắng, mịn chạy dài dọc theo bờ biển sẽ thu hút khách du lịch. Người ta thích phơi mình trên những bãi cát để tắm nắng, nhìn những đợt sóng biển và cũng có nhiều người nhất là trẻ em thích nô đùa với cát muốn làm dãi tràng xe cát biển Đông, thích đắp những lâu đài, những hình tượng thân thương hoặc chôn mình dưới cát...

Biết được tính hấp dẫn của những bãi cát đối với khách du lịch, nên những vùng không có cát hoặc ít cát như Phi Luật Tân, đã từng đi mua cát về để tạo thành bãi cát ở những điểm du lịch nhằm thu hút khách.

Việt Nam ít vàng bạc, nhưng thiên nhiên đã ban tặng cho lắm cát, có lẽ quá nhiều nên chẳng mấy ai quan tâm về chuyện này. Cho nên có những bãi biển đẹp, những miền cát trắng mềm mại vẫn còn chưa được sử dụng.

Cát là một tiềm năng lớn là thế mạnh cho việc phát triển du lịch. Chắc chắn trong tương lai Việt Nam sẽ khai thác và biến những nơi này thành những điểm, những sản phẩm du lịch hấp dẫn đối với du khách.

## 2. Mô hình 3H

Thành phần của mô hình 3H bao gồm:

- Heritage : Di sản, nhà thờ.
- Hospitality : Lòng hiếu khách, khách sạn - nhà hàng.
- Honesty : Lương thiện, uy tín trong kinh doanh.

### a) Di sản truyền thống dân tộc, di sản văn hóa, nhà thờ (Heritage)

Những lĩnh vực thuộc về di sản như văn hóa, nghệ thuật, lịch sử, công nghệ, những công trình kiến trúc cổ của một vùng, một đất nước, tùy theo mức độ quan trọng, quý giá có thể trở thành những di sản văn hóa của một quốc gia, của thế giới. Việt Nam có nhiều di sản truyền thống dân tộc, di sản văn hóa được thế giới công nhận như thành phố cổ Hội An - Quảng Nam, các lăng tẩm vua chúa thời Nguyễn ở Cố đô Huế... Những loại di sản như di sản truyền thống văn hóa, phong tục, tập quán ở Việt Nam được đánh giá rất cao.

Song song với việc phát triển du lịch, việc phát triển, bảo tồn, vun đắp các giá trị truyền thống dân tộc được coi trọng, vì văn hóa là một nhân tố, một động lực vô cùng quan trọng cho quá trình phát triển.

Giá trị truyền thống dân tộc Việt Nam được thể hiện, phát huy rõ nét nhất qua truyền thống mấy ngàn năm dựng nước và giữ nước, sắc thái dân tộc, văn hóa dân tộc.

Hiểu theo nghĩa nhà thờ của thuật ngữ Heritage thì đây cũng là một yếu tố quan trọng đối với khách du lịch quốc tế. Hiện nay trên thế giới, khách đi du lịch nhiều nhất là những khách thuộc các nước Châu Âu, Châu Mỹ. Ở đây đa số người dân theo đạo Thiên Chúa, nên dù ở đâu, đi đâu họ cũng cần có nhà thờ để tham dự Thánh lễ vào mỗi ngày chủ nhật. Đây là nhu cầu tinh thần không thể thiếu đối với họ.

### b) Lòng hiếu khách, khách sạn - nhà hàng (Hospitality)

Từ Hospitality có nghĩa là lòng hiếu khách. Trong du lịch, từ Hospitality còn có nghĩa là những dịch vụ trong khách sạn nhà hàng. Dù hiểu theo nghĩa nào đi nữa thì trong du

lịch những yếu tố về lòng hiếu khách, những dịch vụ trong khách sạn nhà hàng là những yếu tố vô cùng quan trọng để cấu thành sản phẩm du lịch.

Lòng hiếu khách thể hiện qua sự tiếp xúc giữa khách với nhân viên cung ứng dịch vụ, giữa khách và nhân viên nhà nước như Hải quan, Công an, Nhân viên ngân hàng, bus điện, chính quyền địa phương và sự tiếp xúc giữa khách với cư dân địa phương nơi khách đến tham quan, du lịch. Sự niềm nở, tận tình giúp đỡ khách, trò chuyện với khách một cách vui vẻ khi họ tìm hiểu về phong tục, tập quán về đất nước họ đến thăm sẽ làm tăng thêm chất lượng sản phẩm. Làm tốt những công việc này sẽ gây một ấn tượng tốt đẹp đối với mỗi người khách và sau chuyến đi, họ muốn có dịp để trở lại hoặc giới thiệu cho bạn bè, người thân đến du lịch. Trái lại, chỉ cần một điều nhỏ xíu phạm đến danh dự của khách qua sự lạnh lùng, gắt gỏng, hách dịch thì những điều tốt đẹp trong chuyến đi đều tan biến thành mây khói và khách "một đi không trở lại".

Hai yếu tố quan trọng nhất để tạo thành tour du lịch trọn gói đó là khách sạn nhà hàng và vận chuyển. Ngoài trừ khách tham quan, hầu hết du khách đều nghỉ qua đêm nên cần có khách sạn nhà hàng để giải quyết vấn đề lưu trú ăn uống. Krapp nói: "Một khách sạn không làm nên du lịch". Đúng vậy, trong du lịch cần phải có nhiều khách sạn và nhiều thứ khác nữa. Tuy nhiên khi Krapp nói như vậy, cho thấy vai trò quan trọng của khách sạn nhà hàng trong du lịch.

#### *c) Tính lương thiện (Honesty)*

Tính lương thiện là một yếu tố quan trọng trong kinh doanh. Kinh doanh phải lấy chữ "tín" làm đầu. Cho nên vấn đề uy tín với khách là điều cần thiết, nó đảm bảo lòng tin của khách khi bỏ tiền ra mua sản phẩm mà chưa thấy, chưa sử dụng được sản phẩm.

### **3. Mô hình 6S**

Đây là mô hình kết hợp sản phẩm du lịch của Pháp. Mô hình này bao gồm những thành phần thuộc 6 chữ S:

- Sanitaire: Vệ sinh
- Santé: Sức khỏe
- Sécurité: An ninh trật tự xã hội
- Sérénité: Thanh thản
- Service: Dịch vụ, phong cách phục vụ
- Satisfaction: Thỏa mãn

#### *a) Vệ sinh (Sanitaire)*

Yếu tố vệ sinh bao gồm: Vệ sinh thực phẩm, vệ sinh ăn uống, ngủ, nghỉ, vệ sinh môi trường như không khí, nước thải, vệ sinh đường phố, các điểm tham quan...

Trong vệ sinh thực phẩm, thức uống phải có lý lịch, xuất xứ, phải có chứng minh nguồn gốc và quá trình hình thành.

Ví dụ, một chiếc bánh ngọt bao gồm bột, đường, sữa, trứng và mề. Vậy phải chứng minh quá trình hình thành chiếc bánh bằng cách chứng minh bột mì xuất xứ từ đâu, trứng gà công nghiệp hay gà nuôi ở thôn quê, gà nuôi bằng thức ăn gì; đường loại gì, có sử dụng đường hóa học không; sữa bò xuất xứ từ nước nào, của Hà Lan, của Việt Nam hay từ Anh, có

sử dụng từ sớm bỏ của các nước có bờ biển không và các loại màu sử dụng có tính độc hại không...?

Về môi trường, không khí phải trong lành, không bị bụi, khói làm ô nhiễm. Nước phải phải sử lý thế nào để tránh tình trạng làm ô nhiễm các dòng sông.

Các điểm du lịch, đường phố phải xanh, sạch và đẹp. Điều này nói lên trình độ dân trí, ý thức của người dân và sự quan tâm của chính quyền.

Tại các nước và khu vực như Singapore, Thái Lan, Hồng Kông đường phố rất tráng lệ đẹp, sạch sẽ, luôn luôn có những Đội Cảnh sát Du lịch giữ gìn trật tự và nhất từng lá cây, từng cọng rác để làm đẹp, sạch thành phố làm cho khách du lịch có một ấn tượng rất tốt đẹp về những đất nước này.

#### ***b) Sức khỏe (Santé)***

Yếu tố sức khỏe bao gồm các loại hình thể thao, chữa bệnh và nghỉ dưỡng.

Người ta đi du lịch hầu hết là để nghỉ ngơi, lấy lại sức khỏe sau những năm tháng làm việc căng thẳng về tinh thần và thể chất.

Để thu hút khách du lịch đi du lịch vì lý do sức khỏe, các đơn vị cung ứng du lịch phải kết hợp những yếu tố liên quan đến sức khỏe trong sản phẩm du lịch như các hoạt động thể thao bao gồm sân golf, lướt ván, bể bơi, sân tennis, leo núi, câu cá, cắm trại.

Ngoài các loại hình mang tính thể thao trên, các khách sạn cũng cần có các dịch vụ tắm hơi, massage đa dạng, phong phú, loại hình này chữa một số bệnh rất hiệu quả.

#### ***c) An ninh, trật tự xã hội (Sécurité)***

Yếu tố an ninh, trật tự xã hội bao gồm các vấn đề ổn định chính trị, trật tự, bài trừ tệ nạn xã hội, bảo hiểm sinh mạng cho khách du lịch.

Vấn đề an ninh là yếu tố quan tâm hàng đầu để phát triển du lịch. Một vùng, một nước thiếu an ninh thì ngành du lịch không thể phát triển. Bảo vệ tính mạng cho du khách là vấn đề cực kỳ quan trọng. Du khách có thể bị phe đối nghịch của một quốc gia bắt cóc hoặc sát hại, nên vấn đề bảo vệ giữ gìn tính mạng, tinh thần, của cải vật chất của khách là vấn đề tất yếu và cần thiết. Để góp phần vào việc giảm thiểu mối rủi ro và đảm bảo an ninh trật tự cho khách cần phải thực hiện nhiều biện pháp đồng bộ giữa chính quyền, các đơn vị cung ứng du lịch. Về chính quyền phải ổn định chính trị, bài trừ tệ nạn xã hội như ăn xin, cướp giật, móc túi, nài ép khách mua hàng. Về phía hãng lữ hành phải trang bị phương tiện vận chuyển tốt và tài xế phải có kinh nghiệm, cẩn thận. Về phía khách sạn, phải giữ gìn an ninh, của phòng chắc chắn để chống trộm cắp, chống kẻ lạ đột nhập gây nguy hiểm cho khách.

#### ***d) Sự thanh thản (Sérénité)***

Ngoài mục đích du lịch công vụ, hầu hết khách đi du lịch vì mục đích hưởng thụ, đi tìm sự thanh thản cho tâm hồn để bù đắp vào sự mệt mỏi qua nhiều năm tháng làm việc vất vả, căng thẳng tinh thần.

Người dân ở các nước tiên tiến, hàng ngày phải làm việc với cường độ cao trong các nhà máy, công xưởng, văn phòng. Gia đình, vợ chồng, con cái ít có những dịp đoàn tụ đầy đủ, lâu dài. Vì vậy, nên tăng tính cảm gia đình không bên chặt, không keo sơn để dẫn đến tan vỡ hạnh phúc. Con người mất thăng bằng về tinh thần, lạc lõng, thiếu chỗ bám tựa. Bên

cạnh đó, khoa học và ứng dụng khoa học phát triển như vũ bão, nào là khí giới giết người hàng loạt như bom nguyên tử, bom hóa học, bom khinh khí, tên lửa đạn đạo tầm ngắn, tầm xa xuyên lục địa, hệ thống tên lửa phòng chống chiến tranh giữa vì sao, các nước lớn, bé đua nhau phát triển, thử nghiệm vũ khí hạt nhân, và mối lo sợ ám ảnh về những chứng bệnh hiểm nghèo cùng với những sự cạnh tranh gay gắt, khốc liệt giữa các tập đoàn, giữa các công ty trong nước và quốc tế đã làm cho con người choáng váng, mất thăng bằng thật sự, gây nên chứng bệnh thời đại, đó là chứng bệnh căng thẳng thần kinh (stress). Ngoài ra, một chứng bệnh khác vô cùng nguy hiểm đã và đang có nguy cơ giết chết hàng triệu người mà hiện nay chưa tìm ra loại thuốc chữa trị, ngăn ngừa hữu hiệu, đó là bệnh AIDS.

Đứng trước những sự thay đổi nhanh chóng về khoa học kỹ thuật và cả về mặt tinh thần, hàng ngày con người phải đối phó với những công việc nhàm chán, căng thẳng, nguy hiểm, người ta cần sự thanh thản và họ muốn quay về, tìm về thiên nhiên, muốn được tận hưởng những giây phút yên tĩnh để thư giãn tinh thần, được nhìn lại những cảnh thiên nhiên nơi non hùng vĩ, hoang sơ, đi tìm cái màu xanh của núi rừng, của biển cả, rong rêu để xoa đi cái màu xám xịt của bụi khói, của bê tông cốt thép, sự nặng nề của những nhà máy, công xưởng và những tòa nhà chọc trời.

Người Nhật, sau thế chiến thứ hai, với quyết tâm, lòng yêu nước cao độ, họ đã nhanh chóng khôi phục và đưa đất nước lên hàng cường quốc, đứng đầu về kinh tế, kỹ thuật công nghệ. Nhưng một khi đất nước đã thịnh vượng, mức sống của người dân cao thì họ có khuynh hướng giảm dần sức lao động để dành thời gian cần thiết cho việc nghỉ ngơi. Chính vì lý do này nên trong những năm cuối thập niên 90 của thế kỷ 20 và bước vào đầu thập niên của thế kỷ 21, nền kinh tế Nhật có chiều hướng phát triển chậm, hoặc ngưng lại, và hiện nay nước Nhật là một trong những nước có số lượng dân đi du lịch ra nước ngoài nhiều nhất thế giới.

Do tính chất quan trọng của tài nguyên thiên nhiên về rừng núi, biển cả, sông hồ, gành, thác, thú rừng hoang dã, và vậy những nơi nào có làm cảnh đẹp, những nơi đó thu hút khách du lịch rất mạnh. Cho nên, khi chọn một nơi làm nước đến, điểm đến tham quan du lịch, người làm Marketing phải chú ý và tận dụng những sản phẩm do thiên nhiên ban tặng để kết hợp tạo nên sản phẩm du lịch phong phú hấp dẫn.

#### **e) Dịch vụ, phong cách phục vụ (Service)**

Sản phẩm du lịch hầu hết là những dịch vụ, những đơn vị cung ứng du lịch như khách sạn, vận chuyển tham quan giải trí là những thành phần cốt lõi để tạo nên tour du lịch trọn gói. Khi bán tour du lịch trọn gói đơn vị cung ứng du lịch chỉ bán dịch vụ. Thật vậy, sau khi kết thúc chuyến đi, khách không thể mang theo phòng ngủ, mang theo chỗ ngồi trên xe hoặc mang theo những điểm đến du lịch. Khi bán sản phẩm du lịch là bán dịch vụ, bán chỗ ngủ cho khách và khách chỉ có quyền sử dụng nó, cũng như bán chỗ ngồi của một chuyến xe hay một chuyến bay, bán dịch vụ vui chơi, giải trí...Sau chuyến du lịch khách chỉ mang theo những kỷ niệm, kinh nghiệm về chuyến đi.

Dịch vụ du lịch rất phong phú như dịch vụ ở khách sạn, dịch vụ thủ tục đăng ký, nhập, xuất khách sạn, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ bus điện viễn thông, ngân hàng, hải quan... Qua mỗi dịch vụ đó, để phục vụ khách hữu hiệu, nó đòi hỏi tất cả những người liên quan trong việc phục vụ phải am hiểu nghề nghiệp và có phong cách phục vụ tốt.

Phục vụ và phong cách phục vụ là những sản phẩm vô hình. Khách sẽ hài lòng và được



bù đắp nếu sản phẩm hữu hình có phần thiếu sót được thay thế bằng những sản phẩm vô hình như hình thức phục vụ qua phong cách phục vụ của những nhân viên, khéo léo, vui vẻ, niềm nở tận tình. Sản phẩm hữu hình như khách sạn, nhà hàng thì tốn kém, trái lại sản phẩm vô hình ít tốn kém, cho nên trong hoạt động du lịch phải quan tâm làm tốt khâu phục vụ gấp bội lần so với sản phẩm hữu hình.

#### ***f) Sự thỏa mãn (Satisfaction)***

Mục đích của việc đi du lịch là để thỏa mãn nhu cầu của con người. Nhu cầu du lịch tùy thuộc mục đích của chuyến đi. Tuy nhiên, trong du lịch người đi du lịch là để thỏa mãn được nhiều mục đích khác nhau chứ không hẳn thuần túy về công vụ, hưởng thụ hay chỉ vì một động cơ nào khác, đành rằng chủ đề và nội dung của tour du lịch trọn gói có thể là du lịch công vụ, hội họp, du lịch nghiên cứu, tham quan hay du lịch sinh thái...

Đáp ứng được sự thỏa mãn của khách nhiều hay ít phụ thuộc phần lớn vào các dịch vụ, phong cách phục vụ, đó là những yếu tố gây ấn tượng tốt đẹp cho khách về đất nước, con người nơi họ đến du lịch.

### **IV. CHIẾN LƯỢC CHU KỲ ĐỜI SỐNG SẢN PHẨM: (Product life cycle strategies)**

Dịch vụ không có chu kỳ đời sống sản phẩm. Trong du lịch, các sản phẩm hữu hình như điểm du lịch có chu kỳ đời sống sản phẩm, và chu kỳ đời sống sản phẩm có thể phụ thuộc vào ba loại: Chu kỳ ngắn hạn, chu kỳ trung hạn và chu kỳ dài hạn.

#### **Chu kỳ ngắn hạn**

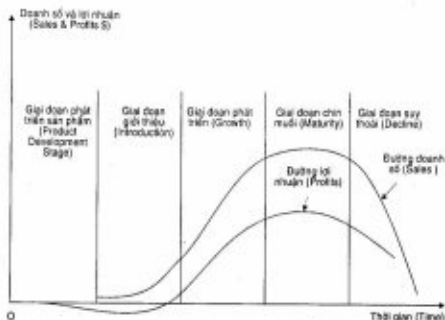
Chu kỳ ngắn hạn của một điểm sinh hoạt du lịch được tính là một năm hoặc ngắn hơn. Những chu trình này dễ nhận thấy như chu kỳ đi nghỉ theo mùa trong năm tại một nơi du lịch nào đó. Cũng có thể một điểm du lịch có hai chu kỳ sinh hoạt trong một năm cho mùa hè và mùa đông tùy theo loại hình sinh hoạt như mùa đông trượt tuyết, mùa hè chơi golf, cưỡi ngựa...

#### **Chu kỳ trung hạn**

Chu kỳ du lịch trung hạn thường xảy ra trên vài năm. Sẽ đi có sự thay đổi này có thể do xu hướng của khách, do vấn đề chính trị, sự bất ổn về an ninh hay do thay đổi kinh tế hoặc môi trường của địa phương.

#### **Chu kỳ dài hạn**

Chu kỳ dài hạn của một điểm du lịch trải qua bốn giai đoạn: Giai đoạn phát hiện, giai đoạn phát triển, giai đoạn chín muồi và giai đoạn suy thoái. Mỗi giai đoạn có một đặc tính riêng và người làm Marketing cần biết để triển khai chiến lược Marketing phù hợp với mỗi giai đoạn để đạt hiệu quả trong kinh doanh.



Sơ đồ 11: Chu kỳ đời sống sản phẩm liên quan đến mục tiêu và những hoạt động Marketing - Mix

1	Mục tiêu Marketing	Hình thức sản phẩm	Xâm nhập thị trường	Giá tăng doanh số và lợi nhuận	Đại trí sự trung thành đy nhãn hiệu	Thu hoạch lập đồng hoặc hủy
2	Cạnh tranh	Không	Không có	Đang gia tăng	Cạnh tranh mạnh	Giảm cạnh tranh
3	Sản phẩm	Chưa hình thành	Một loại	Đa dạng	Đẩy chuyển sản phẩm đẩy đủ	Khó bán
4	Giá cả	Không	Lười quan hay xâm nhập	Đạt được thị phần	Bảo vệ phần chiếm lĩnh lợi nhuận	Còn có lãi
5	Phân phối	Không	Có giới hạn	Cần nhiều khách sạn, nhà hàng	Tối đa sản phẩm	It sản phẩm
6	Cổ động	Không	Thông tin	Áp lực của mức độ cạnh tranh	Nhỏ nhỏ	Cổ động tối thiểu

Bảng 4: Marketing theo chu kỳ đời sống sản phẩm

### 1. Giai đoạn phát hiện hay giới thiệu sản phẩm (Introduction stage)

Đây là bước đầu, mới tìm thấy điểm du lịch và phát triển ý tưởng sản phẩm mới. Trong giai đoạn này, doanh số thấp, trái lại, chi phí đầu tư cao. Đây là nơi du lịch mới hình thành, bắt đầu thu hút một số khách du lịch, các khách sạn nhà hàng, các cơ sở kinh doanh với giá cao. Theo Plog, những nơi này, lúc đầu thu hút loại khách Dị tâm lý (Allocentric), những khách thích phiêu lưu mạo hiểm, là người thích đến đầu tiên những nơi du lịch mới được khám phá và không cần được phục vụ đầy đủ. Giai đoạn phát hiện có nhiều nguy cơ dẫn đến thất bại trong kinh doanh vì số lượng khách ít và chi phí cao.

## 2. Giai đoạn phát triển (Growth stage)

Giai đoạn phát triển, sản phẩm trở nên phổ biến, hấp dẫn khách du lịch, công việc kinh doanh thuận lợi và phát đạt, kích thích những người khác cạnh tranh. Trong giai đoạn này, điểm du lịch dần dần thích hợp với loại người trung bình (Midcentric) và trong kinh doanh có nhiều đối thủ cạnh tranh muốn nhảy vào, cho nên cần bán nhiều hơn là cố định.

## 3. Giai đoạn chín muồi (Maturity stage)

Giai đoạn chín muồi còn gọi là giai đoạn bão hòa. Trong giai đoạn này, hoạt động kinh doanh trở nên cạnh tranh ráo riết về giá cả. Các đơn vị cung ứng du lịch tìm cách cải biến sản phẩm nhằm đạt được sự thỏa mãn của khách tối đa.

Để giảm bớt rủi ro và tránh sự suy thoái của sản phẩm, các điểm du lịch phải tìm cách cải tổ lại hình thức kinh doanh, thích ứng với thị trường du khách mới, cần cải biến sản phẩm mới và ý tưởng mới để thu hút khách du lịch.

## 4. Giai đoạn suy thoái (Decline stage)

Đây là giai đoạn tổ dấu hiệu khách đã chán ngấy và quay mặt lại với sản phẩm để đi tìm những điểm du lịch khác. Trong giai đoạn này, những đơn vị cung ứng du lịch nên tìm cách để đưa những sản phẩm không còn sử dụng cho khách du lịch vào việc sử dụng hữu ích khác.

Không phải bất cứ sản phẩm nào cũng trải qua 4 giai đoạn trên và mỗi giai đoạn dài ngắn là do sự hiểu biết của người làm Marketing. Mỗi giai đoạn của chu kỳ đời sống sản phẩm có một chiến lược Marketing nhằm phù hợp với tình thế, thực trạng của môi trường để duy trì và phát triển sản phẩm. Có những nơi du lịch ở giai đoạn chín muồi tồn tại được nhiều năm, nhưng cũng có những nơi không vượt qua được giai đoạn phát hiện ban đầu. Ví dụ, ở Nam cực là điểm du lịch rất hấp dẫn với du khách muốn ngắm đàn chim cánh cụt, ngắm và thưởng thức cảnh băng giá tuyệt phủ quanh năm. Nhưng chắc chắn Nam cực không thể trở thành nơi du lịch ở giai đoạn chín muồi. Trái lại, cũng có những nơi du lịch không qua giai đoạn phát hiện mà đã trở nên chín muồi như trường hợp Cancun, Mexico. Và cũng có những trường hợp một điểm du lịch đã trải qua bốn giai đoạn thì chuyển qua một giai đoạn phát triển mới như thành phố Atlantic vào cuối thế kỷ 19.

## V. NHỮNG ĐIỀU LƯU Ý VỀ MARKETING SẢN PHẨM DU LỊCH

### 1. Khả năng tiếp cận

Là việc có thể tiếp cận sản phẩm về vị trí hoặc thời gian hoạt động.

### 2. Không gian

Là một yếu tố quan trọng trong các dịch vụ khách sạn nhà hàng. Không gian tác động đến hành vi mua sản phẩm của khách hàng theo 4 cách:

- Tạo sự chú ý
- Thu hút khách hàng tiềm tàng
- Tạo hiệu quả
- Tạo ấn tượng tâm lý

### **3. Tiếp xúc của khách hàng với hệ thống cung cấp dịch vụ**

Khi làm Marketing cần chú ý đến quá trình tham gia của khách vào việc cung cấp sản phẩm du lịch trong 3 giai đoạn:

- Trước khi tiêu thụ

- Trong khi tiêu thụ: Giao tiếp của khách hàng với nhân viên, với sản phẩm thông qua các dấu hiệu, đặc điểm hữu hình.

- Sau khi tiêu thụ: Sự hài lòng của khách đối với sản phẩm du lịch đến mức độ nào.

### **4. Tiếp xúc của khách hàng với các khách hàng khác**

Mọi khách hàng luôn là một phần của sản phẩm du lịch, nó góp phần vào chất lượng chung của sản phẩm du lịch.

### **5. Sự tham gia**

Trong du lịch, sự lôi cuốn khách vào việc tham gia cung cấp dịch vụ có thể làm thỏa mãn sự hài lòng của khách và giảm chi phí hoạt động.

## Chương 3

# GIÁ CẢ

---

### 1. NHỮNG NHÂN TỐ CHỦ YẾU ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC XÂY DỰNG GIÁ

#### 1. Nhân tố bên trong

Những nhân tố bên trong ảnh hưởng đến việc xây dựng giá liên quan đến đầu vào, và chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố nội vi.

Những nhân tố này mang tính cách chủ quan thuộc về những mục tiêu của công ty, chi phí, cách thức xác định giá để giảm thiểu độ rủi ro.

#### 2. Nhân tố bên ngoài

Những nhân tố này mang tính cách khách quan, chịu ảnh hưởng bởi giá cả thị trường, giá cả của đối thủ cạnh tranh và tính cách thời vụ của mùa du lịch.

#### 3. Các yếu tố quyết định giá:<sup>1</sup>

- Chi phí sản xuất.
- Lợi ích sản phẩm cho người tiêu dùng.
- Tình hình thị trường và giá cả cạnh tranh.
- Mục tiêu của công ty.

### II. PHƯƠNG CÁCH ẮN ĐỊNH GIÁ Ở KHÁCH SẠN: GIÁ PHÒNG

Ở khách sạn hay ở các hãng máy bay khác với ở nhà hàng bởi lẽ các phòng ngủ và chỗ ngồi trên máy bay có giới hạn. Ở nhà hàng, tuy số ghế cũng có giới hạn, nhưng nhờ vòng quay chỗ ngồi nên có thể phục vụ khách nhiều hơn số ghế. Ngoài ra, các phòng ngủ hay chỗ ngồi trên máy bay một khi đã không bán được là xem như mất đi doanh số không bù đắp được. Chính vì lẽ đó, việc ấn định giá ở khách sạn và vé bán ở máy bay phải làm sao bán được càng nhiều càng tốt. Trong thực tế, những sản phẩm đặc biệt này, người làm Marketing nên nghiên cứu và dự báo chính xác để tránh thất thoát về doanh số, nhưng cũng không nên vì quá nghĩ đến doanh số mà làm mất đi chữ tín, làm phiền hà đến khách.

Có nhiều phương pháp ấn định giá ở khách sạn:

- Phương pháp 1 đồng cho 1.000 đồng.
- Phương pháp căn bản tính từ đáy lên của Hubbart.
- Cách tính giá biểu phòng đơn và phòng đôi.

<sup>1</sup> Xem Marketing căn bản - Philip Kotler - Nhà Xuất bản Thống kê năm 1987.

- Cách tính giá biểu cho thuê phòng theo mỗi thị trường mục tiêu.

### 1. Phương pháp 1 đồng cho 1.000 đồng

Chi phí đầu tư xây dựng khách sạn rất cao (từ 60 – 70%). Vì vậy, người ta nghĩ rằng phải có một sự tương quan trực tiếp giữa chi phí xây dựng và giá biểu cho thuê phòng. Do đó, cứ 1000 đồng bỏ ra xây dựng thì phải tính 1 đồng tiền phòng mới có thể thu lợi cho việc đầu tư.

Ví dụ: Một khách sạn 100 phòng, chi phí đầu tư 4.000.000 USD, ta tính: chi phí xây cất trung bình cho mỗi phòng là 40.000 USD.

Cứ 1.000 USD vốn xây cất, giá thuê phòng là 1USD. Vậy 40.000 USD vốn xây cất một phòng, phải cho thuê một phòng là 40 USD.

Phương pháp này có khuyết điểm:

- Bỏ quên những chi phí hiện thời và chi phí vay mượn.
- Bất tiện trong việc cạnh tranh.
- Chi phí xây dựng bây giờ khác với chi phí xây dựng cách đây 40 năm.

### 2. Công thức cân bản tính từ đáy lên (Bottom up method)

Phương pháp này do Hiệp hội khách sạn Mỹ đưa ra, gọi là công thức Hubbard hay còn gọi là phương pháp tính từ đáy lên.

Ví dụ: Một khách sạn có 50 phòng và giả định rằng, tổng doanh thu cần thiết để trang trải mọi chi phí và để có thêm mức lợi nào đó là 547.500 USD, giả định là khách sạn này có công suất phòng là 70%. Trong trường hợp này, khách sạn cần cho thuê trong một năm là:

$$50 \times 70\% \times 365 = 12.775 \text{ lượt phòng mỗi năm.}$$

Vậy, giá cho thuê phòng sẽ là:

$$\begin{aligned} \text{Giá cho thuê phòng} &= \frac{\text{Doanh thu cần có}}{\text{Lượt phòng phải cho thuê}} \\ &= \frac{547.500}{12775} = 43 \text{ USD} \end{aligned}$$

Giá 43 USD là giá trung bình. Trong khách sạn có nhiều loại phòng khác nhau, nên có những mức giá khác nhau.

### 3. Phương pháp tính giá biểu phòng đơn và phòng đôi

Trong một khách sạn, ví dụ có 50 phòng, công suất 70%, giá biểu trung bình 43 USD như cách tính từ công thức Hubbard để cần thu lợi vốn đầu tư và lãi.

Giá sử tỷ lệ phòng đôi được khách hàng thuê phòng là 40% và ban quản lý muốn có sai biệt giữa giá cho thuê phòng đơn và phòng đôi là 10 USD.

Công suất phòng cho thuê 70%, tổng số phòng của khách sạn có 50 phòng. Vậy số phòng cho thuê:

$$50 \times 70\% = 35 \text{ phòng có khách.}$$

Tỷ lệ phòng đôi là 40%, vậy phòng đôi có khách:

$$35 \times 40\% = 14 \text{ phòng}$$

Số phòng đơn cho thuê (với công suất 70%):

$$35 - 14 = 21 \text{ phòng đơn có khách.}$$

Doanh thu trung bình mỗi đêm:

$$35 \times 43 = 1505 \text{ USD.}$$

Theo giá thiết, sự sai biệt giữa giá phòng đơn và phòng đôi là 10 USD, vậy nếu gọi  $x$  là giá phòng đơn, ta có:

$$21x + 14(x + 10) = 1505$$

$$x = 39 \text{ USD.}$$

Giá cho thuê phòng đơn là 39 USD, vậy, giá cho thuê phòng đôi là 49 USD.

Với mức giá này, các khách sạn có thể gia giảm tùy ý.

#### 4. Phương pháp tính giá biểu cho thuê phòng theo mỗi thị trường mục tiêu

Có những khách sạn áp dụng giá cho từng đối tượng mục tiêu: Khách kinh doanh, khách hội nghị, khách du lịch thuận tay. Mỗi loại có một giá biểu khác nhau.

Ở Việt Nam cũng có những khách sạn áp dụng giá phân biệt giữa khách Việt Nam và khách Quốc tế.

Ví dụ: Một khách sạn có giá biểu trung bình 43 USD và có thêm thông tin dưới đây:

Thị trường mục tiêu	Số đêm thuê phòng	Bách phân %	Giá chuẩn %
Khách Quốc tế	5,4	60	100
Khách trong nước	3,6	40	70
Tổng cộng	9	100	

Giá chuẩn khách trong nước bớt còn 70%. Tính giá biểu cho thuê phòng theo số liệu trên?

Thị trường mục tiêu khách Quốc tế đóng góp vào tổng doanh thu:

$$\frac{5,4 \times 100}{9} = 60\% \text{ của tổng số đêm thuê phòng}$$

Thị trường mục tiêu của khách trong nước đóng góp vào tổng doanh thu:

$$\frac{3,6 \times 100}{9} = 40\% \text{ của tổng số đêm thuê phòng}$$

Áp dụng công thức trung bình số học có trọng số, ta có:

$$T = \frac{\sum_{i=1}^n C_i \cdot V_i}{\sum_{i=1}^n V_i}$$

Trong đó:

T: Giá trung bình đã cho

$C_i$ : Giá chuẩn

$V_i$ : Trọng số (Tầm quan trọng của thị trường mục tiêu)

Gọi giá chuẩn cho thuê phòng quốc tế là x, từ đó ta suy ra giá cho thuê phòng trong nước là 0,7x. Ta có:

$$45 = \frac{x \cdot 0,6 + 0,7 \cdot 0,4}{(0,6 + 0,4)} = 0,88 x$$

Vậy  $x = 49$

Giá biểu mỗi tính cho mỗi thị trường mục tiêu như sau:

Khách Quốc tế:  $49 \text{ USD} \times 100\% = 49 \text{ USD}$

Khách trong nước:  $49 \text{ USD} \times 70\% = 34 \text{ USD}$

Doanh số của khách sạn:

Thị trường mục tiêu	Số đêm thuê phòng	Giá biểu	Doanh số
Khách Quốc tế	5,4	49	264,6
Khách trong nước	3,6	34	122,4
<b>Tổng cộng</b>	<b>9</b>		<b>387</b>

Với giá biểu và doanh số trên, ta đem áp dụng cho phòng đơn và phòng đôi để phân tích kết quả. Nếu giá quá cao, có thể giảm giá, hoặc giá thấp, có thể chấp thuận khoản lời ít hơn để lôi kéo khách.

Ngoài những cách ấn định các mức giá biểu kể trên, trong khách sạn nên có giá biểu đặc biệt khác dành cho những khách đặc biệt, những khách hàng đến thuê phòng vào giờ chót, đêm khuya, nhằm mục đích vớt vát những phòng bỏ trống nhằm gia tăng doanh số bán (giảm giá nhưng bảo đảm chi phí khả biến để bù đắp phần chi phí cố định và phần lãi).

### III. PHƯƠNG CÁCH ẮN ĐỊNH GIÁ Ở NHÀ HÀNG

Ở nhà hàng, có nhiều phương pháp tính giá.

- Cách tính doanh số trong năm.
- Cách tính hóa đơn thực khách trung bình.
- Ấn định giá các món ăn trên thực đơn.
- Vòng quay chỗ ngồi.

#### 1. Cách tính doanh số trong năm

Theo phương pháp này, người ta ước tính một khoản tiền lãi trước, tính chi phí cố định và chi phí khả biến, từ đó tính được doanh số.

Ví dụ: Một nhà hàng có 100 chỗ ngồi. Phí cố định và lãi là 165.000 USD. Các chi phí khả biến bằng 80% doanh số. Như vậy, chi phí cố định bằng 20% doanh số.

Muốn có lãi 165.000 USD (phí cố định) thì tổng doanh thu số bán sang năm sẽ là:

$$20\% \text{ doanh số} = 165.000 \text{ USD}$$

$$100\% \text{ doanh số} = 165.000/20\% = 825.000 \text{ USD.}$$

Hoặc, chi phí cố định là 165.000 USD tương đương 20% doanh số,

vậy, chi phí khả biến của 80% doanh số sẽ là:



$$\frac{165.000 \times 80\%}{20\%} = 660.000 \text{ USD}$$

Doanh số sang năm = Chi phí khả biến + Chi phí cố định (cố lãi)  
 = 660.000 USD + 165.000 USD = 825.000 USD.

Thủ lợi:

Doanh số = 825.000 USD

Phi khả biến : 80% × 825.000 = 660.000 USD.

Phi cố định : 20% × 825.000 = 165.000 USD.

(Trong phi cố định đã tính phần lãi để trang trải những chi tiêu khác).

## 2. Cách tính hóa đơn thực khách trung bình

Với doanh số sang năm là 825.000 USD, muốn biết sang năm mỗi thực khách trung bình phải chi trả bao nhiêu.

Ví dụ: Trong một năm, mỗi chỗ ngồi có 2 vòng quay (lượt khách) mỗi ngày, ta có:

$$\begin{aligned} \text{Hóa đơn trung bình} &= \frac{\text{Tổng doanh thu trong năm}}{\text{Chỗ ngồi} \times \text{Vòng quay/ ngày} \times \text{Số ngày mở cửa}} \\ &= \frac{825.000}{100 \times 2 \times 365} = 11,33 \text{ USD} \end{aligned}$$

Nếu phục vụ nhanh hơn, tức là nâng số vòng quay chỗ ngồi từ 2 lên 2,5 lần thì hóa đơn trung bình sẽ giảm xuống còn 9,4 USD.

Cách tính này không nói lên ý nghĩa mỗi món ăn giá bao nhiêu, nó chỉ cho thấy số tiền trung bình mỗi thực khách phải trả. (Từ đó điều chỉnh kinh doanh bằng cách tăng giá bán hoặc giảm chi phí hoặc tăng vòng quay).

## 3. Ấn định giá các món ăn trên thực đơn

Khi biết giá mua thực phẩm ta có thể tính phí chuẩn định cho món ăn. Lấy chi phí này nhân cho bội số (của bách phân dự trừ chia cho phí tổng quát của thực phẩm).

Ví dụ: phí trung bình của một nhà hàng là 40% thì:

$$= \frac{100}{40} = 2,5. \text{ Vậy } 2,5 \text{ là bội số.}$$

Và một món ăn trên thực đơn tốn 4 USD cho thực phẩm thì giá của nó sẽ là 10 USD. (4 × 2,5 = 10). Thật ra trong nhà hàng nên có những món ăn cần nâng giá, có những món ăn phải hạ giá. Thông thường thức ăn nào khách thường gọi thì hạ giá.

## 4. Vòng quay chỗ ngồi

Chỗ ngồi có vòng quay càng lớn (lượt khách) trong mỗi loại bữa ăn thì nhà hàng có thể giảm giá hóa đơn trung bình mà vẫn có lãi.

#### IV. PHƯƠNG CÁCH ẨM ĐỊNH GIÁ TOUR – TOUR TRỌN GÓI

##### 1. Ẩm định giá tour

###### a) Nguyên tắc định giá tour

Không có một nguyên tắc nào gọi là nguyên tắc chuẩn mực để tính giá thành khi ẨM ĐỊNH GIÁ TOUR. Tuy nhiên, khi tính giá tour, người ta thường dựa vào những yếu tố sau đây:

\* Dựa vào những con số rõ ràng, không phải con số gộp để tránh tình lái rông 2 lần, tránh đội giá lên cao làm khó bán sản phẩm.

Giá rông (Net rate) khác giá thành, giá gộp (Gross rate)

Giá rông = Giá gộp - % hoa hồng cho hãng đại lý.

\* Dựa vào con số khách đăng ký ít nhất chứ không phải nhiều nhất.

\* Phần lớn thu nhập là từ khoản bổ sung chứ không phải từ tiền hoa hồng.

Giá bán tour = Giá thành + khoản bổ sung

Khoản giá bổ sung từ 10 – 40%. Nếu tour độc đáo, không có đối thủ cạnh tranh thì giá bổ sung sẽ cao.

\* Khi tính giá tour, người ta thường dựa vào phương pháp phân tích điểm hòa vốn bằng cách tính định phí và biến phí của tour.

###### b) Phân tích biến phí tour

Biến phí tăng theo số lượng khách trong đoàn.

Biến phí tour gồm có:

- Khách sạn: Phải tính giá bổ sung phòng đơn nếu khách có yêu cầu. Thông thường khi tính giá tour về khách sạn phải tính phòng đôi.

- Thuế và dịch vụ phí: Không cố định và tùy thuộc vào mỗi khách sạn, nếu giá chào của khách sạn là giá gộp thì phải trừ hoa hồng và không tính thuế.

- Ăn uống: Chi phí này tính bằng nhiều cách:

+ Tính chung với giá phòng (1 hoặc 2 bữa)

+ Khách đặt thêm bữa ngoài tiêu chuẩn phải tính giá thêm.

+ Hoặc để khách ăn uống tự do (giá tour sẽ giảm và dễ bán cho khách)

- Tiền Tip cho người phục vụ (tiền boire): Cần xác định khoản bao nào đã nằm trong giá dịch vụ, khoản nào không bao theo phong tục, tập quán của mỗi nước.

- Dịch vụ tham gia: Vé vào cửa tham quan, bảo tàng, xem biểu diễn...

- Chi phí vận chuyển: Thay đổi theo từng loại xe, theo số lượng khách, dẫn đến giá thành thay đổi.

###### c) Phân tích định phí tour

Định phí không tăng theo số lượng khách, bao gồm: Lương trả cho nhân viên, phí thiết kế tour, chi phí quảng cáo.

- Chi phí quảng cáo: Tùy theo hãng, có hàng quảng cáo cho cả một chương trình tour.

- Lương và chi phí cho người điều hành tour: Gồm cả hướng dẫn viên, phiên dịch viên.
- Chi phí cho nhà tổ chức: Nghiên cứu thị trường, khảo sát tour.
- Chi phí thuê bao: Phải được phân bổ trên lượng khách thấp nhất hay trung bình.
- Chi phí khác: Bao gồm chi phí văn phòng, quà tặng.

Sau khi tính được định phí và biến phí, cộng tất cả để có giá thành, từ đó, tùy trường hợp muốn có một khoản lời bao nhiêu đó sẽ thêm vào giá thành với một khoản giá bổ sung từ 10 - 40% để có giá bán tour cho mỗi khách.

## 2. **Ấn định giá tour trọn gói (package tours)**

Cần tính chi phí cố định, chi phí khả biến và điểm hòa vốn (hay là số suất, số vé bán được để hòa vốn)

### a) **Chi phí khả biến:** bao gồm

- Chi phí vận chuyển từ nơi xuất phát đến địa điểm du lịch.
- Chi phí ăn uống.
- Chi phí trung chuyển, đi lại tham quan.
- Chi phí cho các dịch vụ bổ sung: Vé tham quan, vé xem biểu diễn, thuê thuyền.
- Chi phí làm hộ chiếu, dịch vụ xuất nhập cảnh.
- Chi phí hướng dẫn và phí bảo hiểm bắt buộc.

Trong cách tính chi phí khả biến cần chú ý:

- Chi phí bữa ăn: 3 bữa, ăn sáng ở khách sạn, trưa chiều ăn ở điểm tham quan.
  - Chi phí trung chuyển từ sân bay đến khách sạn, đến các điểm tham quan.
  - Chi phí khác: Hộ chiếu, visa, dịch vụ trợ cứu khẩn cấp, bảo hiểm, hoa cho các nhân viên phục vụ, thuế phí trường (tùy phí trường, sẽ có một loại thuế khác nhau)
  - Hoa hồng, tùy từng hãng của mỗi nước.
- Ví dụ: Thụy sĩ, Đức, Pháp, hoa hồng tương đương 20%.
- Giá tour trọn gói được quy ra tiền của khách cư trú.

### b) **Chi phí cố định**

Chi phí cố định của tour trọn gói cũng giống chi phí cố định của tour thường, bao gồm các khoản chi phí về xây dựng và giữ các tập giới thiệu, quảng cáo, chi phí điều hành, chi phí nghiên cứu thị trường, khảo sát tour.

### c) **Tính điểm hòa vốn (Break-even point)**

Tính điểm hòa vốn của tour du lịch có thể tính theo cách phân tích định phí và biến phí như trên đã trình bày. Ở đây ta tính điểm hòa vốn bằng cách tính số lượng tối thiểu của chuyến đi phải được bán là bao nhiêu suất (vé) để được có lãi.

Ví dụ, Chi phí cố định của chuyến du lịch là 20.000.000 đồng, giá phí của chuyến đi cho một suất là 5.000.000 đồng và chi phí khả biến của chuyến đi đó là 96% cho mỗi suất, hoặc 4.800.000 đồng ( $96\% \times 5.000.000 = 4.800.000$  đ). Vậy cần bán bao nhiêu suất để hòa vốn?

Có hai cách giải:

**Cách giải 1:** Muốn hòa vốn, phần chênh lệch giá doanh thu và chi phí khá biến phải bù đắp được phần định phí của chuyến đi là 20.000.000 đồng.

Cứ bán một vé, tiền chênh lệch giữa doanh thu và biến phí là 200.000 đồng.

Vậy cần một số vé để bù đắp số định phí trên:

$$= \frac{20.000.000}{200.000} = 100$$

Muốn hòa vốn, cần bán được tối thiểu 100 suất.

**Cách giải 2:** Ta biết một doanh nghiệp hòa vốn khi tổng chi phí bằng tổng doanh thu, ta có:

$$\sum CP = \sum DT$$

Hàm số chi phí bằng tổng chi phí cố định và chi phí biến đổi

$$Y_{CP} = CP_{CĐ} + CP_{XB}$$

Gọi  $x$  là số vé bán được, ta có:

$$Y_{CP} = 20.000.000 + 4.800.000 x$$

Và hàm số doanh thu lúc này sẽ là:

$$Y_{DT} = 5.000.000 x$$

Để hòa vốn ta có:

$$20.000.000 + 4.800.000 x = 5.000.000 x$$

Suy ra

$$x = 100$$

Từ cách giải 2, chúng ta có thể tìm được điểm hòa vốn là 100 bằng cách biểu diễn 2 hàm số chi phí và hàm doanh thu lên đồ thị cho ta kết quả. Đơn vị tổ chức tour muốn có lời thì đường doanh thu phải nằm trên đường tổng chi phí. Nếu đường doanh thu nằm dưới đường tổng chi phí thì đơn vị cung ứng sẽ bị lỗ.

## Chương 4

# HỆ THỐNG PHÂN PHỐI

---

### I. KHÁI NIỆM

#### 1. Định nghĩa

Chúng ta có thể định nghĩa phân phối trong du lịch như sau:

*"Phân phối trong du lịch là quá trình hoạt động, nhờ đó khách hàng đến được với sản phẩm thông qua môi giới trung gian".*

- Mục đích của phân phối trong du lịch là thiết lập mối liên hệ giữa cung và cầu, giữa các tổ chức du lịch và khách du lịch, đưa sản phẩm và dịch vụ đến khách hàng và đưa khách hàng đến với sản phẩm.

- Đối với sản phẩm tiêu dùng, phân phối có mục đích đưa sản phẩm đến với người tiêu thụ. Trong du lịch, sản phẩm du lịch thường ở xa khách hàng, nên phân phối có mục đích thông tin đến khách hàng và đưa khách hàng đến với sản phẩm.

- Các tổ chức trung gian để đưa khách hàng đến với sản phẩm thường tổ chức theo một hệ thống bao gồm nhiều kênh phân phối. Chúng ta có thể định nghĩa kênh phân phối trong du lịch như sau:

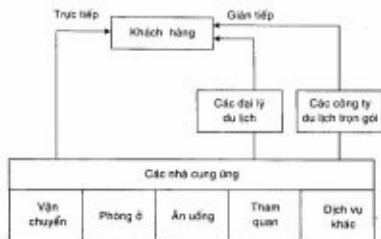
*"Hệ thống kênh phân phối trong du lịch là một tập hợp các đơn vị cung ứng hay cá nhân để hoạt động những việc thuộc lĩnh vực của mình hoặc của những đơn vị khác nhằm đưa khách hàng đến với sản phẩm hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm cho khách hàng".*

#### 2. Chức năng của kênh phân phối

Kênh phân phối có những chức năng:

- Thông tin (Information)
- Kích thích khách hàng (Promotion)
- Thiết lập những mối liên hệ (Contact)
- Tiến hành thương lượng (Negotiation)
- Tổ chức vận chuyển (Physical distribution)
- Đảm bảo kinh phí (Financing)
- Chấp nhận rủi ro (Risk taking)

### 3. Phân phối trực tiếp và gián tiếp (kênh phân phối)



#### Sơ đồ 12. Hệ thống phân phối trong du lịch theo S. Wahab, Crampon và Rothfield

Giữa nhà cung ứng và khách du lịch khi giao dịch với nhau có thể trực tiếp hoặc gián tiếp như sơ đồ trên và có thể qua các cấp như sơ đồ dưới đây:



Sơ đồ 13: Các kênh phân phối

(Xem thêm chi tiết kênh phân phối hỗn hợp của chương T)

## II. TỔ CHỨC VÀ HOẠT ĐỘNG CỦA HỆ THỐNG PHÂN PHỐI DU LỊCH

Trong hệ thống phân phối du lịch, có 3 kênh phân phối chính:

- Công ty du lịch trọn gói.
- Các văn phòng du lịch hay đại lý du lịch.

- Các công ty chuyên biệt.

## 1. Công ty du lịch trọn gói (Tour Wholesalers)

Ở Việt Nam, những người làm dịch vụ bao biện du lịch hoặc công ty du lịch trọn gói là một trong những bộ phận của dịch vụ lữ hành (Dịch vụ lữ hành bao gồm những đơn vị tổ chức, xây dựng và bán các chương trình du lịch trọn gói hoặc theo yêu cầu của khách và những đại lý bán chương trình du lịch).

### a) Đặc tính

Du lịch trọn gói (Package) là hai hoặc nhiều sản phẩm du lịch không bán riêng lẻ từng cái mà bán ra như một sản phẩm đơn nhất với giá nguyên kiện. (Ăn, ở, tham quan, vận chuyển...)

Những ích lợi và bất tiện của việc bao trọn gói đối với khách hàng và nhà cung ứng dịch vụ:

- Đối với khách hàng, thuận lợi trước tiên là khách biết những chi tiết chuyến du lịch như: Thời gian, phương tiện vận chuyển, ăn, ở khách sạn. Thứ hai là khách biết được giá cả, chi phí trọn gói cho chuyến đi. Ngoài ra, khách còn tiết kiệm được nhờ giá rẻ trong lúc mua trọn gói. Tuy nhiên, bất tiện cho khách khi mua chuyến du lịch trọn gói vì sự ràng buộc, phụ thuộc vào sự kết hợp các bộ phận trong bao trọn gói. Thật vậy, có những bộ phận mà khách không thích hợp cũng phải chịu giá. Và sau hết, khách bị ràng buộc vào một thời biểu nhất định.

- Đối với đơn vị cung ứng du lịch trọn gói có lợi là sản phẩm hấp dẫn hơn và nhờ dịch vụ trọn gói, đơn vị cung ứng cải thiện được tình trạng kinh doanh ế ẩm vào những mùa ít khách. Ngoài ra, nhờ dịch vụ trọn gói đơn vị cung ứng du lịch tiết kiệm được phí tổn.

\* Một bộ du lịch trọn gói gồm ít nhất là phương tiện di chuyển và nơi cư trú. Ngoài ra, dịch vụ trọn gói còn có các bữa ăn, giải trí và tham quan.

### b) Hoạt động của công ty du lịch trọn gói

Những dịch vụ bao gói của công ty du lịch trọn gói được thể hiện qua những kênh phân phối tổ chức và hoạt động của kênh.

- Những chuyến du lịch trọn gói thường được bán thông qua bản thân những công ty cung ứng du lịch trọn gói (kênh cấp không vì bán trực tiếp) hoặc thông qua những điểm bán lẻ của chính công ty đó hoặc những điểm bán lẻ mà công ty kiểm soát (kênh một cấp) và cũng có trường hợp dành cho các văn phòng du lịch được công ty chấp thuận.

- Những công ty du lịch trọn gói thường cộng tác với các hãng hàng không, hãng tàu biển, khách sạn nhà hàng, các địa điểm dịch vụ tham quan, giải trí, các công ty thuê xe và cũng có thể cả chính phủ để sắp xếp những xuất bao cho khách.

## 2. Các đại lý du lịch

Trong mạng lưới phân phối du lịch, đại lý du lịch là bộ phận kết nối quan trọng nhất. Đại lý du lịch hay văn phòng du lịch là tiếp điểm cuối cùng giữa người muốn bán sản phẩm và những người muốn mua sản phẩm.

Ở những nước có ngành du lịch phát triển, người ta ước tính có khoảng 75% vé máy bay và hầu như toàn bộ các vé tàu khách đều được bán thông qua các văn phòng du lịch.

Ở Việt Nam, theo thống kê của Cục thống kê du lịch, hiện nay có khoảng trên 70 đơn vị hoạt động kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế. Có trên 100 đại lý du lịch và trên 85 doanh nghiệp kinh doanh khách du lịch nước ngoài làm vệ tinh cho các công ty lữ hành nước ngoài.

Các đại lý du lịch, ngoài việc bán vé còn cung cấp nhiều dịch vụ khác, chẳng hạn đặt trước khách sạn, thuê xe, cố vấn cho khách trong việc lựa chọn nơi nghỉ mát, bán bảo hiểm du lịch, hướng dẫn về hệ chiếu và thị thực.

Các sản phẩm từ hãng hàng không như vé máy bay, phòng ngủ của khách sạn hay các tour trọn gói của các hãng đại lý lữ hành muốn bán cho khách, thường qua trung gian của các văn phòng du lịch đặc trách kinh tiêu (Franchising) hoặc các hợp tác xã đại lý, từ đó sản phẩm được phân phối về các đại lý con để rồi bán cho khách hàng (kênh 2 cấp).

### **3. Các công ty và văn phòng chuyên biệt khác**

Các công ty chuyên biệt bao gồm văn phòng giao dịch, cơ quan chuyên về du lịch của chính phủ.

#### **a) Văn phòng giao dịch**

Văn phòng giao dịch là tổ chức bán sản phẩm cho một nhà cung ứng trong một vùng nhất định. Các văn phòng giao dịch thừa hưởng hoa hồng từ các nhà cung ứng từ khoảng 2-3% về kết quả bán sản phẩm. Ngoài khoản tiền này, các văn phòng giao dịch thường nhận thêm của các nhà cung ứng một khoản tiền về quảng cáo hàng năm.

Các văn phòng giao dịch thường bán, quảng cáo cho những sản phẩm bán dễ chạy và có thể họ hoạt động quảng cáo, bán sản phẩm cho đối thủ cạnh tranh.

Khi sử dụng văn phòng giao dịch cần chú ý:

- Kiểm tra xem đó có phải là một cơ sở có uy tín hay không.
- Kiểm tra những nỗ lực về tiếp thị của họ qua danh nghĩa của các nhà cung ứng trước đây mà họ phục vụ.
- Bảo đảm rằng họ thông tin đầy đủ tin tức cho nhà cung ứng về những nỗ lực tiếp thị mà họ đang tiến hành.

#### **b) Văn phòng Marketing du lịch của chính phủ**

Thật ra, đây là cơ quan chuyên trách Marketing của chính phủ, có vai trò quan trọng đối với kênh phân phối của các nhà cung ứng.

Mỗi chính phủ thường có một phòng phụ trách về Marketing du lịch ở nước ngoài. Văn phòng này thường khuyến khích việc du lịch và cung cấp những tin tức về du lịch của nước mình. Văn phòng này thường cho phép những nhà cung ứng của nước mình như khách sạn, các công ty lữ hành kết hợp làm công tác Marketing.

Văn phòng Marketing của chính phủ phụ trách:

- Tổ chức những dịch vụ du lịch, hội chợ du lịch với sự cộng tác của những nhà cung ứng.
- Hành động như một trung gian để phân phát các cẩm nang và những tài liệu liên quan đến thông tin du lịch.



- Đảm trách nhiệm vụ xúc tiến nhanh chóng việc cấp giấy phép xuất nhập cảnh.

### III. PHÂN PHỐI TRONG KHÁCH SẠN

Khách sạn thường tổ chức hệ thống phân phối thông qua các bộ phận:

- Thông qua sản phẩm tour trọn gói
- Đội ngũ bán trực tiếp
- Hệ thống đặt phòng từ xa thanh toán qua mạng Internet
- Các tổng đại lý và đại lý vé các khu vui chơi giải trí
- Các bộ phận chuyên trách về dịch vụ, đi lại trong các công ty, cơ quan.

#### 1. Phân phối thông qua sản phẩm Tour trọn gói

Các doanh nghiệp lữ hành, các đơn vị tổ chức Tour thường có quan hệ mật thiết với các khách sạn qua việc ký kết hợp đồng. Việc ký kết hợp đồng thuê phòng này có lợi cho cả đôi bên: Các đơn vị tổ chức tour có phòng cho khách ở. Khách sạn là một trong những yếu tố quan trọng trong việc kết hợp tour. Thông qua các đơn vị tổ chức tour, khách sạn phân phối được phòng ngủ, đảm bảo được công suất phòng cao, tránh thất thu doanh số vào những mùa ế ẩm. Các đơn vị tổ chức tour cũng vậy, an tâm hơn về số phòng mà khách sạn đã dành cho khách vào những mùa đông khách.

Để đảm bảo và chủ động hơn trong việc phân phối sản phẩm thông qua tour trọn gói, ngày nay có những công ty, khách sạn lớn cũng tổ chức tour và phân phối vé cho các hãng đại lý bán.

#### 2. Phân phối qua đội ngũ bán trực tiếp

Những khách sạn lớn không những có đội ngũ bán sản phẩm như phòng lễ tân, phòng đăng ký giữ chỗ phụ trách, mà còn có các phòng đại diện khách sạn đặt tại cửa khẩu sản bay để hướng dẫn, bán sản phẩm trực tiếp cho khách.

Trong khách sạn, đội ngũ bán trực tiếp do nhân viên lễ tân phụ trách và nhân viên đăng ký giữ chỗ cho khách. Giữa các nhân viên này có mối liên hệ mật thiết với nhau trong việc bán phòng. Họ cũng phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác như bộ phận buồng để nắm bắt thực tế tình trạng phòng và khách để kịp thời điều chỉnh thông tin và theo sự chỉ đạo của cấp quản lý, nhân viên phụ trách Marketing về việc dự báo phòng để bán sản phẩm qua việc cho khách đăng ký giữ chỗ, nhằm tránh thất thu và tránh rủi ro trong việc cho đăng ký vượt trệt.

#### 3. Phân phối qua hệ thống đặt phòng từ xa, thanh toán qua mạng

Qua mạng Internet, các khách sạn phân phối phòng qua hệ thống đặt phòng từ xa. Khách mua sản phẩm và thanh toán qua mạng mà không cần phải tiếp xúc trực tiếp với nhân viên khách sạn.

Việc phân phối này rất thuận lợi cho cả khách lẫn khách sạn. Tuy nhiên, nó cũng có khuyết điểm về việc giới hạn thông tin.

#### 4. Phân phối thông qua các đại lý vé, các khu vui chơi giải trí hoặc các bộ phận chuyên trách về du lịch đi lại trong các công ty, cơ quan

Các đại lý hoặc tổng đại lý vé là nơi giới thiệu, bán sản phẩm cho các hãng máy bay, cho doanh nghiệp lữ hành và cho cá khách sạn. Tại đây vừa là nơi hướng dẫn và bán phòng thông qua việc khách sạn phân phối để các đại lý hưởng hoa hồng theo phần trăm về số vé, số phòng bán được.

Ngoài các đại lý, khách sạn cũng thông qua các điểm vui chơi, giải trí hoặc các bộ phận chuyên trách về du lịch đi lại trong các công ty, cơ quan để giới thiệu, bán sản phẩm của khách sạn mình. Và các bộ phận này dĩ nhiên cũng được hưởng phần trăm hoa hồng.

## Chương 5

# CHIÊU THỊ (XÚC TIẾN ĐẨY MẠNH TIÊU THỤ SẢN PHẨM)

---

*"Rao hàng thì thấm dưới đáy giếng rằng hàng tốt thì có đến mỗi miệng cũng chẳng bằng một lần nhảy lên mái nhà mà rao!"*

*(Lời của Chủ tịch Tổ chức ASTA,  
tại Hội nghị New Orleans, 1997)*

### I. KHÁI NIỆM

Chiêu thị (Promotion) là 1 trong 4 yếu tố của Marketing – Mix nhằm hỗ trợ cho việc bán hàng.

Chiêu thị có nhiều hình thức: Thông tin trực tiếp, quảng cáo (Advertising), khuyến thị (Sales promotion), quan hệ công chúng (Public relations), bán hàng cá nhân (Personal selling).

Trong đó lịch, chiêu thị có 3 lĩnh vực cần nghiên cứu:

- Thông tin trực tiếp
- Quan hệ công chúng
- Quảng cáo

Trong chương này chúng ta đi qua 2 phần thông tin trực tiếp và quan hệ công chúng để đi sâu vào phần quảng cáo.

#### 1. Định nghĩa chiêu thị

Chiêu thị được sử dụng cho mọi phương tiện truyền tin giữa người bán và những người mua hàng (hay có ý định mua hàng) để thuyết phục họ mua những sản phẩm của mình.

#### 2. Mục đích của chiêu thị

Tất cả các sản phẩm muốn bán được nhiều cần phải chiêu thị. Đối với sản phẩm đủ lịch, việc chiêu thị lại cần thiết hơn vì những lý do sau đây:

- Sức cầu của sản phẩm thường là thời vụ và cần được kích lệ vào những lúc trái mùa.
- Sức cầu của sản phẩm thường rất nhạy bén về giá cả và biến động theo tình hình kinh tế tổng quát.

- Khách hàng thường phải được rí tai mua, trước khi thấy sản phẩm.
  - Sự trung thành của khách hàng đối với nhãn hiệu thường không sâu sắc.
  - Hầu hết các sản phẩm bị cạnh tranh mạnh.
  - Hầu hết sản phẩm đều bị dễ dàng thay thế.
- Chính vì những lẽ trên, sản phẩm du lịch cần phải được chiêu thị.

## II. THÔNG TIN TRỰC TIẾP

Thông tin trực tiếp nhằm mục đích đưa tin về sản phẩm du lịch đến công chúng. Thông tin trực tiếp được thể hiện dưới nhiều hình thức: Nói, viết, nhìn qua các trung tâm thông tin du lịch hoặc qua phát hành tài liệu.

### 1. Trung tâm thông tin du lịch

Ở trong nước có văn phòng du lịch, ở các nước ngoài có văn phòng hướng dẫn du lịch nhà nước (văn phòng Marketing). Những văn phòng hướng dẫn nhà nước tập trung những tin về khách sạn, nhà hàng, những đơn vị vận chuyển, những khu giải trí. Đây là nơi có động thích hợp và đỡ tốn kém nhất.

Văn phòng hướng dẫn du lịch trong và ngoài nước là những văn phòng thường xuyên. Ngoài những văn phòng này còn có những địa điểm cung cấp thông tin không thường xuyên như các gian hàng, phòng triển lãm.

### 2. Thông tin miệng và thông tin viết

#### a) Thông tin miệng gồm có:

- Quý khách của nhân viên phòng du lịch.
- Thông tin truyền miệng của du khách.

Thông tin miệng tại quầy du lịch nhằm giải thích cho khách hàng. Đây là loại thông tin mất thời giờ và ít đạt hiệu quả.

Thông tin truyền miệng (Word-of-mouth) của khách hay còn gọi là những lời đồn của khách có tác dụng rất lớn và hỗ trợ rất đắc lực cho sản phẩm du lịch của một nơi nào đó.

Theo thống kê của Ủy ban du lịch Singapore trong năm 1994 khách du lịch quốc tế đến Singapore qua những thông tin sau đây:

- 30% khách do truyền miệng.
- 11% qua sách báo.
- 14% qua hướng dẫn du lịch.
- 21% qua người thân đang ở Singapore.
- 24% từ các đại lý du lịch.

#### b) Thông tin viết

Đây là thông tin bổ sung cho loại thông tin miệng. Để trả lời những câu hỏi của khách thay vì trả lời qua điện thoại, bằng miệng có thể trả lời bằng thư hoặc gửi tài liệu in sẵn.

### 3. Phát hành tài liệu du lịch

Tài liệu du lịch viết bao gồm các cuốn sách giới thiệu và tờ gấp giới thiệu (Card board) tại các văn phòng du lịch nước ngoài.

#### a) Nội dung tài liệu

Nội dung phải phong phú, hấp dẫn và hữu ích, nhằm mục đích:

- Trao cho khách tại nơi đăng ký hoặc trước khi lên đường.
- Có thể phát qua bưu điện theo danh sách những khách cũ.
- Có thể phát hành để trao đổi với các cơ sở liên kết, thân cận.
- Có thể phát hành từ các đại diện quốc gia ở nước ngoài.

Nội dung của tờ gấp tùy thuộc vào mỗi đối tượng du lịch.

Ví dụ: khách sạn thì phải cho biết khách sạn thuộc mấy sao, số phòng, dịch vụ khách được hưởng, giá cả. ?

#### b) Hình thức tài liệu

Nếu là tờ gấp nên dùng khổ quốc tế: 21x10,5cm, gấp thành 2 hoặc 3 mảnh, dày từ 4 đến 6 trang.

Không nên dùng nhiều thứ tiếng, tối đa là 3 thứ tiếng.

### III. QUAN HỆ CÔNG CHÚNG: (PUBLIC RELATIONS)

Trong một tổ chức có 2 mối quan hệ: Quan hệ đối nội và quan hệ đối ngoại.

#### 1. Quan hệ đối nội

Đây là mối liên hệ giữa nhân viên các ban ngành trong một tổ chức và cả khách hàng của tổ chức. Đối với khách hàng mỗi quan hệ này cần gần gũi, thân mật với khách hàng cũ và tìm hiểu những khách hàng mới. Đối với nhân viên phải quan hệ mật thiết, tìm hiểu nguyện vọng, đào tạo, huấn luyện họ.

Tạo được mối quan hệ đối nội tốt sẽ giúp cho việc kinh doanh của tổ chức phát triển, chính nhờ họ, doanh số mới phát triển cao.

#### 2. Quan hệ đối ngoại

Đây là sự giao tế, tiếp xúc với bên ngoài tổ chức như khách hàng, công chúng trong địa phương, báo chí, chính quyền và các tổ chức bạn.

Trong quan hệ đối ngoại, quan hệ với báo chí, những bài viết về đơn vị mình, những bức ảnh đưa lên báo, đài truyền hình rất tốt cho việc quảng cáo.

Trong du lịch có tính cách hoạt động quốc tế, vì vậy việc giao tế đối ngoại còn đòi hỏi đơn vị kinh doanh của mình cần gia nhập các Hiệp hội du lịch quốc tế.

Trong quan hệ đối ngoại có một hình thức cổ động rất đặc lực đó là quảng bá (Publicity). Quảng bá bao gồm những bài báo viết về nhà hàng, khách sạn hay một địa điểm du lịch hoặc những lời đồn miệng của khách hàng.

Các nhà hàng, điểm du lịch hay khách sạn không phải trả tiền cho các bài báo viết về tổ chức của mình, mặc dù đôi khi phải chi tiêu trong việc xã hội, từ thiện khác. Ví dụ, một điểm du lịch, khách sạn chi tiêu trong việc xây nhà tình nghĩa, cứu trợ đồng bào bão lụt và

được đăng lên báo, lên đài truyền hình, truyền thanh.

#### IV. QUẢNG CÁO (ADVERTISING)

Quảng cáo là một phương cách để cơ sở tồn tại và phát triển.

Quảng cáo bao gồm tất cả các hoạt động có mục đích trình bày với một nhóm người về một thông điệp giới thiệu sản phẩm, dịch vụ hay ý kiến. Thông điệp này gọi là bản quảng cáo được phổ biến qua một hay nhiều phương tiện truyền tin và do doanh nghiệp quảng cáo trả chi phí.

Khi quảng cáo cần lưu ý mục đích quảng cáo là gì nhằm giới thiệu cơ sở hay quảng cáo sản phẩm. Nội dung của quảng cáo đưa ra cái gì? Cho ai, nơi nào, bao giờ, bằng cách nào và chi phí bao nhiêu?

Quảng cáo nhằm đạt những mục đích sau đây:

- Giới thiệu sản phẩm (Product Advertising)
- Thông tin (Informative Advertising)
- Nhắc nhở (Reminder Advertising)
- Gây ấn tượng (Image Advertising)
- Thuyết phục (Persuasive Advertising)
- Chủ trương (Advocacy Advertising)

Trong du lịch, quảng cáo nhằm mục đích:

- Mở rộng vùng ảnh hưởng
- Thu hút du khách
- Thu hút khách hàng mới tại địa phương.
- Giới thiệu đặc sản mới, sản phẩm mới.
- Lôi cuốn khách hàng quay trở lại nhà hàng hay khách sạn thường xuyên.
- Tạo danh tiếng cho nhà hàng, khách sạn, điểm du lịch.

Một bản quảng cáo về du lịch (khách sạn, nhà hàng, điểm du lịch...) cần hội đủ những điều kiện sau:

- Lôi cuốn sự chú ý.
- Lưu giữ được sự chú ý một lúc để kích động nhu cầu, ham muốn.
- Thông báo về đặc tính của khách sạn, nhà hàng, điểm du lịch.

##### 1. Nội dung của bản quảng cáo

Quảng cáo phải có nội dung phong phú. Nội dung này bao gồm những điểm:

- Nêu bật những ưu thế của sản phẩm.
- Nhất quán giữa lời nói và việc làm.
- Rõ ràng dễ hiểu, dễ nhớ, gây ấn tượng.
- Phải có lời hứa hẹn.

- Sự không định.
- Công cộng, mục tiêu.
- Giọng điệu, hình ảnh, màu sắc.

Theo David Ogilvy có 14 yếu tố kỹ thuật quảng cáo:

1. Nêu rõ những điểm khác biệt giữa những gì không có trong nước.
2. Nếu bạn muốn đưa ra một giá về sản phẩm rất bởi, thì nên đưa ở đầu mục.
3. Sử dụng những sự việc cụ thể, tránh cái chung chung.
4. Hãy giới thiệu sản phẩm của bạn như "một tằm về hạng nhất" chất lượng là cần thiết.
5. Đừng để những lời lẽ hay nhất ở phía sau.
6. Khai thác mọi khía cạnh của cái mới.
7. Không nên kể lể dài dòng.
8. Chụp ảnh những người dân bản xứ.
9. Đặt lời giới thiệu cho các tấm ảnh một cách thông minh.
10. Luôn chuẩn bị trước những tài liệu để có thể cung cấp được ngay sau khi đăng quảng cáo. (4 lời khuyên còn lại dành cho truyền hình và việc giới thiệu qua đường bưu điện).

Trong quảng cáo du lịch, hình ảnh và màu sắc giữ một vai trò rất quan trọng.

Hình ảnh và màu sắc tượng trưng cho sản phẩm. Hình ảnh và màu sắc thể hiện qua mỗi biểu tượng của một vùng, một đất nước. Sản phẩm du lịch ở xa khách hàng và khách hàng thường mua sản phẩm trước khi thấy và sử dụng sản phẩm. Vì vậy, hình ảnh và màu sắc phản ánh một phần của chất lượng, tính hấp dẫn của sản phẩm đối với khách trong việc quyết định mua sản phẩm. Mỗi đất nước, mỗi điểm du lịch đều có hình ảnh và biểu tượng riêng. Khi nói đến Hà Nội, người ta nghĩ ngay đến Hồ Gươm, Hồ Hoàn Kiếm; nói đến Quảng Ninh, người ta nghĩ ngay đến Vịnh Hạ Long một trong những kỳ quan nổi tiếng của thế giới; nói đến Huế làm sao quên được những lăng tẩm, những nét kiến trúc cổ kính xưa, những cô gái duyên dáng chào đón trên sông Hương; khi nói đến Sài Gòn người ta nghĩ ngay đến chợ Bến Thành, một Bến Nhà Rồng, hay một hòn ngọc của Viễn đông xưa; nói đến Ben Mê Thuột, Gia Lai, Kon Tum, Lâm Đồng, người ta nghĩ ngay đến những thác nước, núi non hùng vĩ, những cô gái sắc tộc tự nhiên, những chén rượu cần đầy hương vị. Mỗi đất nước cũng có những hình ảnh, màu sắc và biểu tượng riêng. Chẳng hạn, Việt Nam với biểu tượng Vịnh Hạ Long, duyên dáng Việt Nam qua những chiếc áo dài. Khi nói đến Thái Lan và Lào, người ta nghĩ ngay đến Chùa Tháp...

Khi quảng cáo một tour du lịch, cần chú ý đến việc giới thiệu cho khách biết những sản phẩm hấp dẫn của tour đó qua những điểm tham quan với những hình ảnh hấp dẫn đầy màu sắc, gây ấn tượng sâu sắc về điểm đến. Điều này được phụ họa thêm bằng những lời nói ngắn gọn, súc tích bằng sự duyên dáng, khôn khéo, niềm nở của người bán sẽ thuyết phục được khách mua hàng.

Theo tạp chí du lịch ASTA, có 8 điều cần ghi nhớ khi quảng cáo:

1. Xác định bạn muốn quảng cáo điều gì (tên công ty bạn và địa chỉ; hoạt động đặc thù của công ty...).

2. Ai là đối tượng bạn muốn tác động.

3. Xác định chi phí khi tiến hành quảng cáo trên những phương tiện truyền thông cụ thể (báo chí, radio, ti vi...). Có bao nhiêu người sẽ xem quảng cáo này; mẫu quảng cáo nên có những kích cỡ thế nào và cần bao nhiêu chi phí cho nó.

4. Xác định khách hàng của bạn theo các yếu tố: nghề nghiệp, trình độ, phạm vi, khu vực...

5. Xác định phương tiện quảng cáo nào để thu hút khách hàng nhiều nhất:

- Khách hàng tiềm tàng của bạn đang ở đâu?
- Quảng cáo với quy mô như thế nào và chi phí bao nhiêu?
- Chọn phương tiện nào để phù hợp với nội dung quảng cáo?

6. Tìm xem nơi nào sẽ đáp ứng được yêu cầu của bạn với chi phí thấp nhất và thời hạn ngắn nhất.

7. Mỗi khi bạn đã chọn được nơi đáp ứng được những yêu cầu của bạn và có được thông tin về kích cỡ, chi phí, thời hạn, nội dung... hãy xây dựng thành kế hoạch chi tiết.

8. Hãy chắc chắn về chất lượng các quảng cáo do bạn đưa ra. Đừng quên rằng không những bạn phải thu hút khách hàng mới, mà còn phải giữ chân những khách hàng cũ.

## 2. Quy trình quảng cáo

Muốn thiết kế bảng quảng cáo cần tiến hành những bước theo quy trình sau:

- Xác định mục tiêu.
- Xác định ngân sách.
- Chọn nội dung, phương tiện.
- Lượng giá và điều chỉnh.

a) Trong việc xác định ngân sách để thực hiện mục tiêu, có thể chọn một trong những phương pháp dưới đây

- Phương pháp dựa vào ngân quỹ năm trước.
- Phương pháp dựa vào khởi điểm zero.
- Phương pháp dựa vào chỉ tiêu lợi nhuận.
- Phương pháp dựa vào tối ưu hóa lợi nhuận.

Nên nhớ rằng chi phí quảng cáo là một sự đầu tư, không phải là một sự chi tiêu. Đồng tiền chi cho quảng cáo khá dồi dào sẽ đem lại hiệu quả cao. Tuy nhiên, tùy từng loại mục đích của chương trình quảng cáo để xác định ngân sách thích hợp; nếu không hiệu quả của quảng cáo sẽ không tương xứng với tỷ lệ đồng tiền bỏ ra.

Trong du lịch, mức chuẩn cho ngân sách quảng cáo được ấn định:

- |                    |             |
|--------------------|-------------|
| - Du lịch trọn gói | 10 đến 12%. |
| - Phòng du lịch    | 4 - 6%      |
| - Hãng hàng không  | 3 - 7%      |
| - Khách sạn        | 2 - 5%      |



- Nhà hàng 2 -3%
- Địa điểm nghỉ hè 3 -6%
- Phòng du lịch quốc doanh 50 -80%

Khi tính ngân sách cho quảng cáo cần lưu ý: Bớt phân cho ngân sách quảng cáo tăng khi doanh thu giảm, và giảm khi doanh thu tăng.

*b) Khi chọn phương tiện quảng cáo cần lưu ý*

- Có nhiều phương tiện để quảng cáo như Báo chí, đài truyền hình, đài phát thanh hay quảng cáo dưới dạng in ấn như các tờ gấp hoặc quảng cáo ngoài trời như quảng cáo trên các tấm panô, áp phích, trên xe buýt.

- Mỗi loại quảng cáo có một đối tượng, khách riêng, có ảnh hưởng khác nhau và chi phí khác nhau. Tùy theo mục đích và đối tượng quảng cáo, từ đó, chúng ta chọn phương tiện quảng cáo. Tuy nhiên, để đạt hiệu quả cao trong quảng cáo cần chọn một hoặc hai phương tiện để quảng cáo.

*c) Khi lượng giá quảng cáo, người ta thường dựa vào chỉ tiêu doanh số và thị phần. Kết quả này đòi hỏi phải có thời gian lâu dài mới biết được*

### 3. Mô hình quảng cáo

Trong quảng cáo, có 2 trường phái:

- Trường phái của Mỹ dựa vào mô hình AIDA
- Trường phái của Pháp dựa vào mô hình 3S và 3R.

**a) Mô hình AIDA**

- Attention (get attention): Lôi cuốn sự chú ý
- Interest (Hold interest): Tạo sự chú ý, quan tâm.
- Desire (Create desire): Tạo sự ham muốn về sản phẩm.
- Action (Lead to action): Hướng dẫn chấp nhận sản phẩm.

**b) Mô hình 3S (Mô hình trường phái cổ điển của Pháp)**

- Simplicité: Đơn giản hóa
- Substance: Thực chất, nôm thật
- Système: Tính hệ thống chặt chẽ giữa nội dung và hình thức.

**c) Mô hình 3R (Mô hình quảng cáo hiện đại của Pháp)**

- Rire: Hài hước
- Risque: Mang tính rủi ro, nói xạo (nói xạo nhưng không hại ai).
- Rêve: Mang tính nghệ thuật.

Trong du lịch khi quảng cáo, người ta thường áp dụng mô hình AIDA của Mỹ.

### 4. Chiều hiệu (Positioning)

Chiều hiệu cũng là một hình thức của quảng cáo, nó xác định vị trí của một cơ sở cung ứng du lịch qua sự trình bày mình bạch đặc đáo của sản phẩm so với những sản phẩm cạnh

tranh khác.

Chiều hiệu dùng để phò bày những đặc điểm độc đáo chủ quan (thay vì những độc đáo khách quan như giá trị sản phẩm vật chất) và sự khác biệt giữa họ với những cơ sở cạnh tranh.

Câu chiều hiệu rất quan trọng, bởi lẽ nó ảnh hưởng đến những nhận định của giới tiêu thụ về sự khác biệt hay tương ứng giữa những đặc điểm khách quan và chủ quan của cơ sở kinh doanh đó.

#### **a) Những yếu tố của chiều hiệu**

Chiều hiệu có 3 yếu tố căn bản:

- Hình tượng tạo ra trong chương trình quảng cáo: Cố gắng tăng cường hình tượng bằng cách cung cấp thông tin để khách hàng yên trí như mô tả cơ sở vật chất, giá cả có những gì.
- Những lợi ích mà khách hàng thấy qua sản phẩm chiều thị.
- Tạo ý niệm dị biệt sản phẩm trong đầu khách để họ quyết định mua sản phẩm.

#### **b) Chiến lược chiều hiệu**

Để chiều hiệu có hiệu quả cần phối hợp cả 3 yếu tố vào thị trường mục tiêu.

- Ví dụ<sub>1</sub>: Câu chiều hiệu của hãng hàng không: "Hãng hàng không của người kinh doanh".

Câu chiều hiệu này mục đích của nó cho thấy khách là người kinh doanh, nhưng thiếu hình tượng, không nêu được lợi ích cho khách kinh doanh.

- Ví dụ<sub>2</sub>: Câu chiều hiệu của một khách sạn: "Giá hạ không có nghĩa phẩm chất kém".

Câu chiều hiệu này chưa dựng được cả 3 yếu tố.

- Ví dụ<sub>3</sub>: Một điểm du lịch có câu chiều hiệu: "Một ngày ở Hà Tiên bằng một năm ở thành phố, bằng 10 chai thuốc bổ."

Câu chiều hiệu này cho thấy sự khác biệt khi đến Hà Tiên với Thành phố và ích lợi của việc ở Hà Tiên so với việc ở thành phố, nó còn cho thấy được hình tượng kết hợp giữa sự khác nhau và lợi ích ở thành phố khác với ở Hà Tiên.

## Chương 6

# THIẾT LẬP KẾ HOẠCH TRONG DU LỊCH

---

### 1. KHÁI QUÁT VỀ THIẾT LẬP KẾ HOẠCH DU LỊCH

#### 1. Khái niệm

Thiết lập kế hoạch hay hoạch định là chức năng cơ bản của nhà quản trị, nó cho thấy những mục tiêu chỉ đạo sự phối hợp các hoạt động hoàn hảo hơn, và từ đó, nhà quản trị có thể điều chỉnh kế hoạch để đạt hiệu quả kinh doanh.

Thiết lập kế hoạch không phải chỉ dành riêng cho các cấp quản trị trong lĩnh vực bán sản phẩm mà nó được sử dụng rộng rãi trong các lĩnh vực, các cấp, ngay cả cấp thừa hành. Nhân viên bán sản phẩm trong ngành du lịch cũng phải sử dụng chức năng này để lên kế hoạch cho việc bán sản phẩm, chào hàng mà mình phụ trách (Hoạch định tác nghiệp).

#### 2. Định nghĩa

a) Chúng ta có thể định nghĩa thiết lập kế hoạch như sau

*"Thiết lập kế hoạch là vạch ra những mục tiêu và đường hướng hoạt động sao cho phù hợp nhằm đạt được những mục tiêu đó".*

b) Philip Kotler đã định nghĩa thiết lập kế hoạch như sau

*"Hoạch định chiến lược là tiến hành duy trì và phát triển sự tương thích phù hợp giữa một bên là nguồn lực, tiềm năng và mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp với một bên là các cơ may tiếp thị đầy biến động. Hoạch định chiến lược dựa vào sự triển khai một ý định kinh doanh có tính chất rõ ràng của doanh nghiệp, những mục tiêu và yêu cầu kế hoạch, một hồ sơ kinh doanh vững chắc và những chiến lược hoạt động có tính phối hợp".*

#### 3. Mục đích của việc thiết lập kế hoạch

a) Theo định nghĩa của Philip Kotler, mục đích của việc lập kế hoạch giúp cho công ty thích nghi và tận dụng được các cơ may trong một môi trường kinh doanh đầy biến động.

b) Nó cho thấy những mục tiêu, chỉ đạo, sự phối hợp giữa các hoạt động một cách hoàn hảo để đạt mục tiêu.

c) Đối với các bộ phận bán hàng, việc lập kế hoạch tác nghiệp về địa điểm và thời gian đến tiếp xúc với khách hàng... Quan việc lập kế hoạch đó, cho thấy nhân viên đã sử dụng thời gian của họ có hiệu quả và hợp lý hay không?. Ngoài ra, qua kế hoạch hành động, người quản lý bán sản phẩm có thể theo dõi, điều chỉnh kế hoạch, chiến lược của nhân viên

bán hàng cho phù hợp với tình thế để đạt hiệu quả.

d) Cùng qua kế hoạch chương trình bán sản phẩm tiếp xúc khách hàng của nhân viên bán hàng, người quản lý có thể thu thập được nhiều thông tin về khách hàng và có thể xây dựng một chương trình quảng cáo về sản phẩm của mình.

## II. PHƯƠNG PHÁP THIẾT LẬP KẾ HOẠCH

Có nhiều phương pháp thiết lập kế hoạch, nhưng không có một phương pháp nào gọi là phương pháp mẫu. Tuy nhiên, người ta thường sẽ dùng một trong hai phương pháp dưới đây:

- Lập kế hoạch theo Berkowitz và Kerin
- Lập kế hoạch theo Philip Kotler

### 1. Phương pháp lập kế hoạch theo Berkowitz và Kerin

#### a) Trước tiên người quản trị phải trả lời 4 câu hỏi

- Chúng ta đã ở đâu, chúng ta đang ở đâu và chúng ta đang theo đuổi kế hoạch hiện hữu nào (Where have we been, where are we now, and where are we headed with our existing plans?)

- Chúng ta muốn đi tới đâu? (Where do we want to go?)

- Chúng ta phân bổ các tài nguyên ra sao để đến được nơi ta muốn đến? (How do we allocate our resources to get where we want to go?)

- Làm thế nào để chúng ta chuyển kế hoạch thành hành động (How do we convert our plans into actions)

#### b) Tiến trình lập kế hoạch theo Berkowitz & Kerin

Theo Berkowitz và Kerin, thành lập kế hoạch qua 4 bước sau đây:

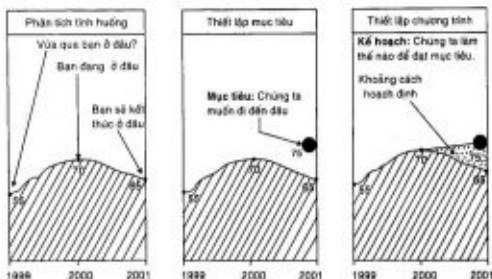
- Phân tích tình huống
- Thiết lập mục tiêu, hạn ngạch
- Thiết lập chương trình hành động
- Thiết lập ngân sách



Sơ đồ 14: Các bước chính trong việc lập kế hoạch theo Berkowitz và Kerin

• **Bước 1: Phân tích tình huống**

Ví dụ: Một khách sạn có 100 phòng định lập kế hoạch cho thuê phòng vào năm 2001. Trong năm 1999, khách sạn cho thuê phòng theo công suất 55%. Cuối năm 2000, công suất phòng là 70% và theo dự tính, do tình hình cạnh tranh, và một số khách kinh doanh nước ngoài chuyển hướng thị trường kinh doanh sang Trung Quốc. Do đó, công suất phòng của khách sạn năm 2001 có thể giảm xuống còn 65%.



Sơ đồ 15: Các bước trong hoạch định Marketing của Berkowitz và Kerin

Qua sơ đồ trên ta thấy:

- Vừa qua ta ở đâu (Công suất phòng 55% trong năm 1999)
- Hiện ta đang ở đâu (Công suất phòng 70% cuối năm 2000)
- Ta sẽ kết thúc ở đâu theo kế hoạch hiện có (Công suất phòng 65% cho năm 2001)

Khi phân tích cần đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu về sản phẩm của ta so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh và tình hình về môi trường ảnh hưởng đến doanh số bán ra, cần dựa vào phương pháp SWOT để đánh giá (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Ví dụ: nếu chúng ta không thỏa mãn mục tiêu của năm 2001 với công suất phòng 65% do những biến động môi trường không thuận lợi thì chúng ta có thể lập ra một mục tiêu cho năm 2001 với công suất phòng là 75%. Vậy chúng ta cần lập ra những mục tiêu riêng biệt làm sao để đạt được mục tiêu công suất phòng là 75%.

Giữa 2 mục tiêu này (mục tiêu cũ 65%, mục tiêu mới 75%) có một khoảng chênh lệch gọi là **khoảng cách hoạch định** (Planning gap)

• **Bước 2: Thiết lập mục tiêu**

Trong công ty có nhiều mục tiêu, các mục tiêu Marketing phải xuất phát từ mục tiêu kinh doanh và phải phù hợp với chiến lược chung của công ty.

Qua phân khúc thị trường, phải chọn lựa mục tiêu và mục tiêu phải cụ thể hóa bằng con số, tức là đưa ra hạn ngạch rõ ràng.

Ví dụ: Mục tiêu của năm 2001 là tăng công suất phòng lên 5% so với công suất phòng của năm nay, mặc dù theo dự báo, tình hình môi trường biến động, làm cho lượng khách quốc tế vào Việt Nam của năm tới (2001) có giảm xuống còn 65%. Nhưng ban quản trị công ty không muốn công suất phòng giảm xuống 60 – 65% mà còn muốn công suất phòng tăng lên 75%. Như vậy, mục tiêu của năm tới (2001) công suất phòng sẽ tăng 5% so với công suất phòng năm nay (70%).

Việc thiết lập mục tiêu cần có sự tham gia của các nhà quản trị cấp cao và các nhân viên bán sản phẩm. Có 2 cách thiết lập mục tiêu:

- Thiết lập mục tiêu từ trên xuống.
- Thiết lập mục tiêu từ dưới lên.

• **Bước 3: Lập kế hoạch hành động**

Qua thí dụ trên, muốn cho công suất phòng không bị giảm mà còn phải tăng hơn so với năm vừa qua thì kế hoạch hành động thế nào cho phù hợp để vượt qua được khoảng cách hoạch định. Điều này có nghĩa là công ty phải có kế hoạch hành động, bố trí nhân sự, bố trí quỹ ngân sách, quỹ thời gian, phương tiện để thực hiện kế hoạch và ấn định những bước cụ thể, khả thi để đạt mục tiêu.

• **Bước 4: Thiết lập ngân sách**

- Ngân sách để thực hiện một kế hoạch là một bản liệt kê các yếu tố chi phí theo chức năng có liên quan đến bán hàng cá nhân. Một ngân sách thường xác định một hạn mức bằng tiền mà các nhân viên hoặc người quản trị bán sản phẩm có thể chi phí theo các hạng mục: Tiếp khách, tăng hạng mục bán sản phẩm hoặc đi lại. Có thể tính theo hạng mục của một ngày công tác qua chi phí ăn, ở, chi phí đi lại.

- Khi xây dựng ngân sách cần chú ý chi phí của năm trước so sánh với khối lượng bán dự kiến và hạn ngạch của năm đó với mục tiêu kế hoạch của năm nay để có hạn ngạch thích hợp.

- Khi sử dụng ngân sách cần căn cứ vào mục tiêu nhiệm vụ của mỗi bộ phận bán hàng theo dự kiến. Mô hình bán hàng theo hạn ngạch nhân viên phụ trách cần vượt qua; trái lại, mô hình hạn ngạch về chi phí là chi phí cao nhất người phụ trách bán hàng không được vượt qua.

## 2. Phương pháp thiết lập kế hoạch theo Philip Kotler

Theo Philip Kotler, có 4 bước trong việc thiết lập kế hoạch:

- Xác định nhiệm vụ kinh doanh tổng quát.
- Xác định mục tiêu kinh doanh.
- Phác thảo hồ sơ kinh doanh.
- Hoạch định tiếp thị.

**Bước 1: Xác định nhiệm vụ kinh doanh tổng quát của công ty**

Nhiệm vụ kinh doanh tổng quát của công ty được xác định ngay từ đầu (hoạch định

chiến lược), nhưng trải qua thời gian nó trở nên mơ hồ và không phù hợp với thực tế.

Đầu với hoạch định tác nghiệp nhiệm vụ kinh doanh được đặt ra cho từng bộ phận mang tính cách ngắn hạn, nên không thay đổi.

Khi xác định mục tiêu, không nên xác định nhiệm vụ kinh doanh tổng quát quá rộng hay quá hẹp. Mỗi bước mở rộng có thể mang lại cơ may mới nhưng đồng thời nó cũng đưa công ty đến những cuộc phiêu lưu thiếu thực tế.

### Bước 2: Xác định mục tiêu của công ty

Việc xác định mục tiêu của công ty trong phương pháp thiết lập kế hoạch của Philip Kotler cũng giống như phương pháp của Berleowitz Kerin, nghĩa là các mục tiêu phải nằm trong chiến lược chung của công ty và các mục tiêu này phải rõ ràng, cụ thể bằng những con số.

### Bước 3: Phân tích hồ sơ kinh doanh

Việc xác định hồ sơ kinh doanh gồm các ngành kinh doanh nào, bao gồm những sản phẩm gì?

#### a) Phân tích danh sách các mục kinh doanh hiện tại

Để biết được nên kinh doanh ngành nào, sản phẩm gì, cần phải phân tích hiệu quả và triển vọng của các ngành, sản phẩm đang kinh doanh để:

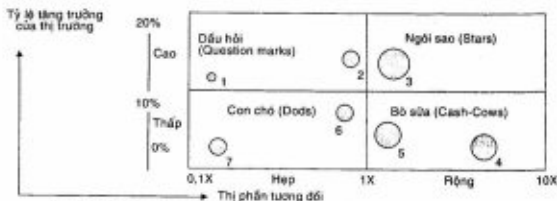
- Nhận dạng những ngành hoặc sản phẩm chủ yếu: gọi là **những đơn vị kinh doanh chiến lược SBU** (Strategic Business Units). Ví dụ, sản phẩm bán sỉ, bán lẻ, dịch vụ vui chơi, các món ăn, thuê uống.

- Phải đánh giá tính hấp dẫn của mỗi SBU bao nhiêu cho phù hợp. Làm thế nào để đánh giá SBU? - Có 2 phương cách:

- + Phương pháp ma trận thị phần tăng trưởng.

- + Phương pháp ma trận Mc Kinsey.

- Phương pháp ma trận thị phần tăng trưởng (Share-growth matrix).



Sơ đồ 16. Ma trận thị phần - tăng trưởng (Share-growth matrix)

Phương pháp ma trận thị phần tăng trưởng của nhóm tư vấn Boston (Boston Consulting of group) hay còn gọi là ma trận BCG. Theo sơ đồ 16 gồm có:

- Trục tung chỉ sự tăng trưởng của thị trường đối với sản phẩm kinh doanh (SBU). SBU nào có tỷ lệ tăng trưởng thị trường trên 10% là có tỷ lệ tăng trưởng cao.

- Trục hoành chỉ thị phần tương đối của SBU so với đối thủ kinh doanh mạnh nhất.

Ở điểm  $0,1x - x - 10x$  thị phần của SBU bằng 10% - bằng đối thủ - gấp 10 đối thủ mạnh nhất.

Ma trận chia làm 4 ô, mỗi ô thể hiện một vị thế khác nhau của các SBU.

7 vòng tròn chỉ qui mô và vị thế của 7 SBU. Qui mô (doanh số) tỷ lệ thuận với diện tích các vòng tròn. Trong đó, 4 đơn vị SBU hoạt động mạnh nhất là 2,3,4 và 5.

+ **Ô dấu hỏi (Question marks):** Chỉ các SBU hoạt động trong một thị trường tăng trưởng cao nhưng thị phần tương đối thấp. Câu hỏi đặt ra là: "có nên để tiền tiếp tục đầu tư không?"

+ **Ô những ngôi sao (Stars)**

Ngôi sao 3 là SBU dẫn đầu trong một thị trường có độ tăng trưởng cao: Cần phải dùng vốn lớn để hoạt động kinh doanh đồng vững và không cạnh tranh.

Khi nhu cầu của thị trường không tăng nhanh, các đơn vị kinh doanh chiến lược ngôi sao sẽ trở thành những bò sữa.

+ **Ô những con bò sữa (Cash Cows)**

Khi tỷ lệ tăng trưởng chậm, nhưng thị phần tương đối thì những ngôi sao (Stars) sẽ trở thành những con bò sữa (Cash Cows).

Một bò sữa sản sinh ra nhiều tiền cho công ty. Vì tỷ lệ tăng trưởng thấp, nên nó không cần tiền phát triển. Các bò sữa cung cấp tiền cho ngôi sao, dấu hỏi và những con chó đái (ô gặm xương).

+ **Ô những con chó (Dogs)**

Ở đây các đơn vị kinh doanh chiến lược có thị phần tương đối thấp so với đối thủ cạnh tranh và tỷ lệ tăng trưởng thị trường không cao. Các SBU ở đây hoạt động kinh doanh kém hiệu quả. Vậy nên duy trì hay loại bỏ những đơn vị SBU ở đây?

Tương ứng với 4 ô, công ty có thể áp dụng 4 loại chiến lược:

1. **Chiến lược xây dựng (Build):** Chiến lược này áp dụng vào ô dấu hỏi (question marks) cho các SBU nhằm tăng thị phần tương đối.

2. **Chiến lược duy trì (Hold):** áp dụng ở ô những con bò sữa (Cash Cows) để duy trì thị phần và cũng có thể áp dụng cho những SBU ở ô ngôi sao.

3. **Chiến lược gặt hái ngay (Harvest):** Chiến lược này áp dụng cho ô dấu hỏi và ô con chó đái tăng cường lượng tiền mặt ngắn hạn.

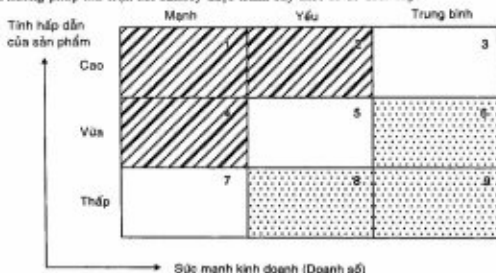
4. **Chiến lược loại bỏ (Divest):** Chiến lược này áp dụng cho ô những con chó (Dogs) hoặc ô dấu hỏi. Với 2 ô này công ty phải có quyết định cần bán đi hoặc thanh lý loại bỏ các hoạt động kinh doanh để dồn nỗ lực cho các nơi kinh doanh khác.



• Phương pháp ma trận Mc Kinsey:

Phương pháp này cũng nhằm đánh giá các SBU, còn gọi là phương pháp mang tính hoạch định kinh doanh chiến lược của hãng General Electric (Strategic Business Planning Grid).

Phương pháp ma trận Mc Kinsey được trình bày theo sơ đồ dưới đây:



Sơ đồ 17. Ma trận Mc Kinsey

- + 3 ở Tây Bắc (1,2,4): gồm các SBU mạnh, cần đầu tư.
- + 3 ở Đông Nam (6,8,9): gồm các SBU yếu, cần gạt hái ngay hay loại bỏ.
- + 3 ở màu trắng ở giữa (3,5,7): là những SBU trung bình, có thể duy trì, đầu tư vừa phải.

b) Triển khai các chiến lược phát triển

Trong công việc phân tích hồ sơ kinh doanh để chọn những sản phẩm, ngành kinh doanh nào mang lại hiệu quả, cần tăng cường đầu tư, duy trì hoặc loại bỏ, cho phép chúng ta chọn ra được các Đơn vị kinh doanh chiến lược (SBU), bước kế tiếp, chúng ta cần triển khai các chiến lược phát triển cho các SBU đó.

Công ty có thể triển khai các chiến lược phát triển có thể nhằm mục đích thâm nhập thị trường, phát triển thị trường hoặc phát triển sản phẩm. Cần vạch ra chiến lược để đạt mục tiêu cho từng SBU.

Mục tiêu của người làm kế hoạch tiếp thị không nhất thiết là cứ phải tăng doanh số, nhiệm vụ của họ có thể duy trì số lượng hiện tại với số kinh phí ít hơn, nhưng mỗi khi mục tiêu của SBU đã vạch ra, nhiệm vụ của tiếp thị là phải đạt được mục tiêu.

**Bước 4: Hoạch định tiếp thị**

Theo Philip Kotler, bước cuối cùng của việc thiết lập kế hoạch là lên bảng hoạch định. Trong giai đoạn này, người thiết lập kế hoạch cần thực hiện những yếu tố dưới đây trong bảng kế hoạch:

- Tóm lược cho lãnh đạo

- Phân tích tình hình hiện đại
- Phân tích cơ may và rủi ro
- Đưa ra các mục tiêu và giải pháp
- Xây dựng chiến lược tiếp thị
- Đưa ra chương trình hành động
- Xây dựng ngân sách
- Kiểm tra thực hiện kế hoạch

Tóm lại, việc thiết lập kế hoạch là rất cần thiết và quan trọng dù đó là kế hoạch chiến lược tiếp thị hàng năm cho toàn công ty, hoặc kế hoạch tác nghiệp ngắn hạn cho việc bán từng loại sản phẩm cũng đòi hỏi người làm kế hoạch phải tuân thủ một số nguyên tắc chung. Tuy rằng, trong thực tế, hiện nay trên thế giới không có một nguyên tắc nào gọi là nguyên tắc mẫu. Tùy theo tình trạng của mỗi công ty với quy mô lớn nhỏ, tầm hoạt động và sản phẩm khác nhau, sẽ có những cách thiết lập kế hoạch khác nhau. Tuy nhiên, qua hai phương pháp thiết lập kế hoạch của Berkowitz & Kerin, Philip Kotler và một số phương pháp thiết lập của những tác giả khác, chúng ta có thể rút ra được những điểm chính yếu cần lưu ý sau đây khi thiết lập kế hoạch:

- 1- Phân tích tình huống bao quát của công ty và môi trường ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.
- 2- Thiết lập những mục tiêu của kế hoạch năm (những đơn vị kinh doanh chiến lược SBU)
- 3- Vạch ra đường hướng hoạt động để đạt mục tiêu.

## Chương 7

# TỔ CHỨC BỘ PHẬN MARKETING VÀ QUẢN TRỊ LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG

---

Trong dài hạn, tùy theo quy mô và ngành cung ứng sản phẩm của mỗi đơn vị, sẽ có những cơ cấu tổ chức bán sản phẩm khác nhau. Vai trò và vị trí của bộ phận Marketing và bán sản phẩm cũng thay đổi theo từng giai đoạn phát triển của công ty.

### I. PHÒNG MARKETING VÀ BÁN HÀNG

#### 1. Phát triển của bộ phận Marketing trong các ngành sản phẩm tiêu dùng

Bộ phận Marketing nói chung có một vai trò và vị trí rất quan trọng trong quá trình nghiên cứu, sản xuất và tiêu thụ. Trong doanh nghiệp, vai trò và vị trí của Marketing trải qua một quá trình phát triển gồm 4 giai đoạn theo sơ đồ 18 dưới đây:

a) *Giai đoạn 1:* Phó giám đốc mại vụ phụ trách cả lực lượng bán hàng lẫn các khâu quảng cáo, nghiên cứu, tiếp thị.

b) *Giai đoạn 2:* Trong giai đoạn này hình thành bộ phận Marketing riêng biệt với một giám đốc tiếp thị, vì nhu cầu nghiên cứu, quảng cáo, dịch vụ khách hàng phát triển.

c) *Giai đoạn 3:* Tồn tại song song giữa phó tổng giám đốc tiếp thị và phó tổng giám đốc kinh doanh do nhu cầu dịch vụ và khách hàng phát triển.

d) *Giai đoạn 4:* Có sự xung đột giữa 2 phó tổng giám đốc. Phó tổng giám đốc bán hàng thường nghĩ đến kế hoạch, ngắn hạn, và bán cho được nhiều sản phẩm. Trái lại, phó tổng giám đốc tiếp thị nghĩ đến các sản phẩm và thị trường lâu dài, nên đôi khi hy sinh kế hoạch ngắn hạn. Chính vì vậy, tổng giám đốc, quyết định để phó tổng giám đốc Marketing phụ trách toàn bộ các chức năng tiếp thị bao gồm cả lực lượng bán hàng.



Giai đoạn 1



Giai đoạn 2



Giai đoạn 3



Giai đoạn 4

Sơ đồ 18. Các giai đoạn phát triển của bộ phận Marketing

## 2. Bộ phận Marketing và bán hàng trong du lịch

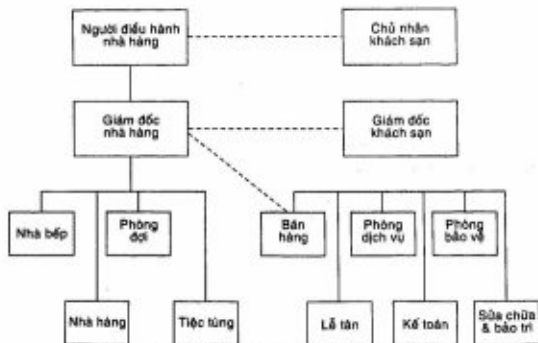
### a) Bộ phận Marketing và bán hàng ở khách sạn

Trong khách sạn (không có nhà hàng) phòng bán hàng sản phẩm (phòng, dịch vụ...) được tách biệt lập giữa tiền sảnh, phòng tạp dịch và các phòng khác. Bộ phận Marketing nằm ở phòng bán hàng và ở phòng lễ tân thuộc bộ phận giữ chỗ.



Sơ đồ 19. Bộ phận marketing và bán hàng ở khách sạn

b) Bộ phận Marketing và bán sản phẩm ở khách sạn nhà hàng.



Sơ đồ 20. Tổ chức bộ phận bán hàng và marketing trong khách sạn nhà hàng.

Trong cơ cấu tổ chức của khách sạn nhà hàng, có một bộ phận bán tiệc ở nhà hàng, một phòng bán sản phẩm và Marketing ở khách sạn. Giữa nhà hàng và khách sạn có sự liên hệ với nhau trong việc bán sản phẩm và làm Marketing.

Đối với khách sạn tiêu chuẩn 4 hoặc 5 sao trở lên, cơ cấu tổ chức giữa phòng bán sản phẩm và Marketing với các phòng giữ chỗ thuộc bộ phận lễ tân và phòng ăn uống của nhà hàng trong khách sạn có một sự liên hệ rất chặt chẽ.

**c) Bộ phận Marketing trong các đại lý du lịch**



Sơ đồ 21. Bộ phận marketing trong các đại lý du lịch.

**II. TỔ CHỨC, QUẢN TRỊ BỘ PHẬN MARKETING VÀ BÁN HÀNG**

Để quản trị lực lượng bán hàng và làm Marketing, những đơn vị cung ứng phải thực hiện những bước trong quá trình hình thành bộ máy thương mại sau đây:

- Xác định, nhiệm vụ của bộ phận Marketing và bán sản phẩm.
- Cơ cấu tổ chức hay hoạch định chiến lược của lực lượng bán sản phẩm.
- Tuyển chọn nhân viên và đại diện.
- Huấn luyện lực lượng bán sản phẩm và làm Marketing.
- Kiểm tra lực lượng bán sản phẩm.
- Đánh giá và đãi ngộ.

**1. Xác định nhiệm vụ**

Lực lượng bán sản phẩm, dịch vụ của đơn vị cung ứng có 3 loại. Do đó, nhiệm vụ của lực lượng bán sản phẩm tùy thuộc vào mỗi loại bán sản phẩm:

- Lực lượng bán sản phẩm và dịch vụ của công ty.
- Đại lý.
- Lực lượng hỗn hợp.

**a) Lực lượng bán sản phẩm và dịch vụ của công ty**

Nhân viên bán sản phẩm của đơn vị cung ứng du lịch khác với nhân viên bán hàng của một công ty ở chỗ, trong công ty bán hàng, người ta chia ra làm hai loại lực lượng bán hàng rõ rệt: Lực lượng bán hàng bên trong và lực lượng bán hàng bên ngoài. Trái lại, ở các đơn vị cung ứng du lịch, lực lượng bán sản phẩm bên ngoài không có nhân viên phụ trách chuyên biệt. Thông thường, những lực lượng nhân viên bán sản phẩm bên ngoài đơn vị là những

đại lý, văn phòng đại diện. Bởi là sản phẩm du lịch có đặc tính khác với sản phẩm thông thường. Mặt khác, sản phẩm du lịch có giới hạn, là một tổng thể hữu hình và vô hình, đó là những sản phẩm hầu hết cố định (khách sạn, điểm du lịch, điểm tham quan...) nên nhân viên bán sản phẩm du lịch không thể bê đi chào hàng như những nhân viên tiếp thị bán sản phẩm như những chiếc máy, ống kem, hộp xà phòng... để khách hàng có thể sờ, ngửi, thấy tận mắt trước khi mua.

Do đó, lực lượng bán sản phẩm trong các đơn vị cung ứng du lịch (khách sạn, nhà hàng, các đại lý, điểm du lịch...) thường tập trung tại văn phòng. Nhiệm vụ của họ là liên hệ với khách hàng qua điện thoại, gửi thư, hiếm khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng bên ngoài.

Tuy nhiên, tại mỗi khách sạn lớn, người ta thường thiết lập lực lượng bán sản phẩm bên ngoài khách sạn để cạnh tranh và kiếm khách. Chẳng hạn, họ thiết lập những văn phòng đại diện của khách sạn mình tại các cửa khẩu sân bay để đăng ký, tiếp nhận khách và đưa khách về khách sạn. Tại đây, thông thường khách sạn bố trí nhân viên của mình trực tiếp bán sản phẩm cho khách.

#### **b) Các đại lý có hợp đồng**

Đây là lực lượng nhân viên gián tiếp thường sử dụng và hữu hiệu nhất trong việc bán sản phẩm du lịch mà các đơn vị cung ứng du lịch hợp tác. Bởi là, các đơn vị cung ứng du lịch có quy mô nhỏ và không thể dân trải nhân viên của mình khắp trong nước và ngoài nước để bán sản phẩm cho khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa.

Các đại lý du lịch thường hưởng hoa hồng và ít hoặc không mang tính cạnh tranh. Cho dù số đại lý của từng đơn vị du lịch có khác nhau, nhưng có những đặc điểm giống nhau:

- Hoa hồng, chi phí và doanh số đều liên hệ với nhau. Hoa hồng hưởng theo phần trăm tùy theo sản phẩm.
- Họ có thể kinh doanh nhiều sản phẩm khác nhau như tour trọn gói, khách sạn, nhà hàng, vé máy bay nhưng không mang tính cạnh tranh.
- Những đại lý này có một lực lượng bán sản phẩm thường xuyên và phân chia theo khu vực. Đặc tính này rõ nét nhất trong các sản phẩm công nghiệp lớn ngoài ngành du lịch.

#### **c) Lực lượng bán sản phẩm hỗn hợp**

Trong du lịch, có những đơn vị cung ứng lớn như công ty du lịch Sài Gòn tourist và một vài công ty du lịch khác ở Việt Nam, họ có một hệ thống phân phối du lịch rất mạnh để bán sản phẩm của đơn vị mình khắp cả nước và một số ở nước ngoài. Chẳng hạn, thiết lập các khách sạn, nhà hàng ở các tỉnh để hỗ trợ cho các đơn vị kinh doanh du lịch lữ hành, bán các tour du lịch trọn gói, tour chương trình, tour dã ngoại... nhằm kết hợp trong dịch vụ chuyển vận, ăn ở và tham quan. Đối với các đơn vị cung ứng này, họ thiết lập một lực lượng bán sản phẩm hỗn hợp gồm các nhân viên ở bên trong và lực lượng nhân viên bên ngoài công ty để hỗ trợ bán sản phẩm, dịch vụ, cung cấp thông tin cho khách hàng.

Nói tóm lại, mục tiêu của các lực lượng bán sản phẩm nhằm:

- Tìm kiếm và thu hút những khách hàng mới.
- Phổ biến thông tin về sản phẩm, dịch vụ của đơn vị mình
- Tiếp xúc với khách hàng.
- Cung ứng dịch vụ

- Nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin
- Báo cáo kết quả

## 2. Cơ cấu tổ chức và hoạch định chiến lược lực lượng bán sản phẩm

a) **Khi hoạch định**, người phụ trách kế hoạch phải phân công nhiệm vụ cho lực lượng bán hàng một cách cụ thể, phải xác định rõ họ sẽ tham dự trực tiếp hay gián tiếp vào thị trường qua các kênh phân phối đã được thiết lập:

- Phân phối trực tiếp
- Phân phối gián tiếp
- Phân phối hỗn hợp

### a) Phân phối trực tiếp

Trong việc phân phối trực tiếp, các đơn vị cung ứng thiết lập mối quan hệ trực tiếp với khách hàng thông qua các đại lý hoặc chính lực lượng bán hàng của công ty.

### b) Phân phối gián tiếp

Trong du lịch, người ta thường sử dụng kênh phân phối trung gian để tiếp cận khách hàng, nhất là khách hàng ngoại quốc. Trong một khách sạn cũng vậy, ngoài lực lượng bán sản phẩm chính của khách sạn, còn có một lực lượng nhân viên bán chính thức làm trung gian để đưa khách hàng về cho khách sạn, chẳng hạn: Các công ty tổ chức tour, các tài xế, xích lô, các hướng dẫn viên du lịch.

Loại kênh phân phối này, ngoài việc bán sản phẩm, hướng dẫn khách còn hỗ trợ nhiều mặt khác cho công ty.

### c) Kênh phân phối hỗn hợp

Đây là kênh phân phối mà công ty khi phục vụ một số khách hàng vẫn theo kênh gián tiếp, vẫn phục vụ một số khách hàng khác theo kênh trực tiếp. Vì đơn vị cung ứng phải phục vụ khách trên những thị trường, khu vực khác nhau với những đặc tính kinh tế, marketing khác nhau.



Sơ đồ 22. Kênh phân phối trong tổ chức lực lượng bán hàng



### **b) Những yếu tố tổ chức lực lượng bán sản phẩm**

Khi tổ chức lực lượng bán sản phẩm, có thể dựa vào những yếu tố sau đây: Dựa vào khu vực địa lý, dựa theo sản phẩm, theo khách hàng hoặc tổ chức hỗn hợp.

#### **a) Tổ chức theo khu vực địa lý**

Đây là cách tổ chức dựa vào từng vùng, từng khu vực địa lý để quản lý. Ở Việt Nam có thể chia khu vực du lịch dựa vào địa lý như khu vực phía Bắc trung bộ, Trung bắc bộ và Nam trung bộ. Hoặc có thể dựa vào ba trung tâm du lịch theo quy hoạch tổng thể du lịch Việt Nam:

- Vùng 1: Bắc bộ, gồm 23 tỉnh từ Hà Giang đến Hà Tĩnh. Hà Nội là trung tâm vùng với tam giác du lịch: Hà Nội-Hải Phòng-Hạ Long.

- Vùng 2: Bắc Trung bộ, gồm 5 tỉnh từ Quảng Bình đến Quảng Ngãi

- Vùng 3: Nam Trung bộ và Nam bộ, gồm 25 tỉnh từ Kontum đến Minh Hải (Nam-Trung bộ 9 tỉnh, Nam bộ 16 tỉnh). Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm du lịch: TP.Hồ Chí Minh - Nha Trang - Đà Lạt; TP.Hồ Chí Minh - Cần Thơ - Kiên Giang; TP.Hồ Chí Minh - Biên Hòa - Vũng Tàu.

#### **b) Tổ chức theo sản phẩm**

Tổ chức theo cách này được áp dụng thông dụng và có hiệu quả trong các khách sạn nhà hàng, các công ty du lịch, vì nó phân biệt rõ ràng về trách nhiệm nhân viên giữa các ban ngành. Ví dụ, bộ phận phòng buồng, bộ phận lễ tân, bộ phận chuyên chở, bộ phận tour... Theo tổ chức này mỗi bộ phận phụ trách một sản phẩm riêng biệt, đòi hỏi sự hiểu biết chuyên môn về sản phẩm cụ thể, phục vụ tốt khách hàng.

Tổ chức theo sản phẩm và địa lý tránh được tình trạng nhiều đại diện đến một chào, cạnh tranh, đâm chôn nhau có thể làm hỏng kế hoạch chung.

#### **c) Tổ chức theo khách hàng**

Theo tổ chức này, người ta dựa vào mục đích chuyến du lịch của khách hàng, để tổ chức, quản lý, làm Marketing.

Ví dụ:

- Khách đi du lịch vì mục đích công vụ (nghề nghiệp): Kinh doanh, hội họp
- Khách đi du lịch vì mục đích hưởng thụ (thỏa mãn): Những ngày nghỉ, thăm người thân, bạn bè, thể thao, văn hóa, hưởng tuần trăng mật...
- Khách đi du lịch vì những động cơ khác: Chữa bệnh, nghiên cứu...
- Khách du lịch trong nước.
- Khách du lịch quốc tế.

#### **d) Tổ chức hỗn hợp**

Về cơ bản, một cơ cấu tổ chức hỗn hợp là tận dụng cả hướng chuyên môn hóa theo khách hàng hoặc theo sản phẩm, tận dụng những lợi điểm về quản lý của cơ cấu tổ chức địa lý.

#### **c) Chiến lược về quy mô lực lượng Marketing và bán sản phẩm**

Các đại lý du lịch là những tài sản có hiệu quả và đắt tiền nhất của mỗi đơn vị cung ứng du lịch.

Tăng số lượng đại lý du lịch, văn phòng du lịch sẽ kéo theo sự gia tăng mức tiêu thụ sản phẩm và tăng chi phí. Vậy, đối với người làm quản trị Marketing cần cân nhắc giữa sự gia tăng doanh số với mức gia tăng chi phí để quyết định quy mô về số lượng đại lý, văn phòng du lịch.

Thông thường, khi xác định quy mô lực lượng bán sản phẩm, người ta dựa vào khối lượng công việc.

Ví dụ: trong cả nước có 200 khách mua sản phẩm loại A và 400 khách mua sản phẩm loại B. Mỗi khách mua sản phẩm loại A cần thăm viếng 24 lần mỗi năm. Mỗi khách hàng mua sản phẩm loại B cần thăm viếng 12 lần mỗi năm. Như vậy, khả năng thăm viếng khách hàng của hai loại sản phẩm A và B là 9600 lần mỗi năm.

Giả sử một nhân viên chào hàng trung bình thực hiện 640 lần thăm viếng mỗi năm. Vậy, ta cần 15 nhân viên chào hàng.

#### **d) Chiến lược thù lao, đãi ngộ**

Mỗi đơn vị cung ứng du lịch cần xây dựng một chế độ thù lao hấp dẫn. Mức thù lao phải gắn với giá thị trường hiện hành đối với loại hình cụ thể của công việc kinh doanh và đối với các đại lý có trình độ chuyên môn tương ứng.

#### **Tổng số tiền thù lao bao gồm các khoản:**

- Tiền lương hay phần trả vào tài khoản đã mở nhằm đảm bảo cho đại lý có khoản thu nhập ổn định.
- Khoản tiền hoa hồng (thường tính theo phần trăm), tiền thưởng phần lợi nhuận, nhằm kích thích và bù đắp sự cố gắng của nhân viên chào hàng.
- Phần bù đắp chi phí khuyến khích nhân viên chào hàng, thực hiện những nỗ lực thương mại mà họ thấy cần làm.
- Phần phục vụ khách như hỗ trợ tai nạn, nghỉ phép, cấp cứu, bảo hiểm sinh mạng.

### **3. Tuyển chọn nhân viên và đại lý du lịch**

#### **a) Xác định các yêu cầu về công việc**

Cần tuyển chọn những đại lý du lịch thật sự có ích để đảm bảo sự thành công trong kinh doanh. Điều này có nghĩa là các đại lý phải đảm bảo được các khoản bán và tránh gây ra những chi phí lớn cho đơn vị cung ứng. Ngoài ra, nhà đại diện đại lý còn phải hội đủ một số điều kiện khác như có mở, hoạt bát, hăng hái, năng động, nghệ thuật giao tiếp.

#### **b) Tuyển chọn ứng viên từ nhiều nguồn**

Nên tuyển chọn các ứng viên từ nhiều nguồn cung ứng khác nhau như các trường, các trung tâm tìm kiếm giới thiệu việc làm.

#### **c) Lựa chọn các ứng viên có năng lực**

Có thể dựa vào tiêu chuẩn sát hạch, tư chất, lời giới thiệu, quá trình công tác.

Người ta cho rằng, điểm sát hạch đảm bảo 42 phần trăm đối với tình hình biến động nhân sự và khả năng dự đoán thực tế về sự thành công của những người sắp bước vào thương trường.

#### 4. Huấn luyện lực lượng bán sản phẩm

Có nhiều tiêu chuẩn để huấn luyện lực lượng bán sản phẩm:

- Giới thiệu về đơn vị cung ứng du lịch của mình
- Giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ của đơn vị mình
- Giới thiệu về khách hàng.
- Giới thiệu về các đối thủ cạnh tranh.
- Giới thiệu nội dung tiến trình bán sản phẩm.

##### a) Giới thiệu về đơn vị cung ứng du lịch của mình

Các đại diện du lịch và các nhân viên du lịch mới tuyển chọn cần phải biết tổng quát về đơn vị, công ty, từ đó, việc kinh doanh mới đạt hiệu quả.

Những điều cần tìm hiểu về công ty, đơn vị cung ứng du lịch: Cơ sở chính, cơ sở phụ, cơ cấu tổ chức, chức năng hoạt động, mục tiêu, sản phẩm của công ty, vốn, tài sản...

##### b) Giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ

Một đại lý hoặc nhân viên bán sản phẩm, điều tiên quyết để bán sản phẩm thành công là phải biết một cách rành rọt về sản phẩm của mình: Các loại sản phẩm, đặc tính sản phẩm, giá cả, hỗ trợ bảo hành... Trong du lịch cần phải biết khách sạn của mình tiêu chuẩn mấy sao, có các loại phòng nào, phương tiện trang thiết bị, giá cả ra sao. Trong tour du lịch trọn gói cần phải biết phương tiện chuyên chở, khách sạn ăn nghỉ, điểm tham quan, giá cả... Ngoài những sản phẩm chính, còn có những sản phẩm phụ khác là những sản phẩm gì và sản phẩm của ta có ưu điểm, lợi ích nào cho khách hàng so với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh...

##### c) Giới thiệu về khách hàng

Trong du lịch, khách hàng của đơn vị cung ứng không cố định và thường không trung thành với sản phẩm. Vì vậy, khách hàng của công ty hầu hết là khách tiềm tàng hơn là khách hiện hữu. Vậy nguồn khách này ở đâu, họ là khách trong nước hay khách quốc tế, đặc tính, nhu cầu và sở thích của khách. Biết được những yếu tố này, từ đó chúng ta mới có thể phục vụ khách tốt hơn, hiệu quả hơn.

##### d) Giới thiệu về đối thủ cạnh tranh

Để kinh doanh có hiệu quả, ngoài việc biết về đơn vị, sản phẩm, khách hàng của đơn vị mình, điều quan trọng khác là các đại diện, nhân viên bán sản phẩm cần phải biết đối thủ của ta là ai, sản phẩm của họ là gì, mặt mạnh, mặt yếu của họ so với ta ở những điểm nào, và làm thế nào để biến những mặt yếu của ta thành những mặt mạnh như đối thủ của ta. Mặt khác, quan trọng hơn là khai thác triệt để những mặt yếu của đối thủ, xem đây là điểm để ta tấn công.

e) Giới thiệu kỹ thuật, nghệ thuật bán sản phẩm qua tiến trình bán sản phẩm (Xem chương 8: Tiến trình bán hàng).

#### 5. Giám sát lực lượng bán sản phẩm

##### a) Kiểm tra

Tùy theo loại đại lý để có chế độ kiểm tra khác nhau. Đối với những nhân viên chào hàng sống chủ yếu bằng tiền hoa hồng, và tự tìm kiếm những khách tiềm ẩn, thường không bị kiểm tra. Đối với những người ăn lương và có nhiệm vụ phục vụ những khách hàng thì phải trực tiếp chịu sự kiểm tra.

### **b) Tiêu chuẩn kiểm tra**

Để kiểm tra, người ta dựa trên những tiêu chuẩn sau đây:

a) Làm việc với khách hàng mục tiêu và xác định chỉ tiêu riêng thân.

Thông thường, các đơn vị du lịch chứa khách du lịch ra làm nhiều loại: Du lịch theo mục đích chuyến đi như khách đi du lịch kinh doanh, khách du lịch thăm thân nhân, khách nghỉ ngơi, khách du lịch nghiên cứu... Từ đó, có chỉ tiêu số lượng bán sản phẩm, tiềm năng sinh lời, tiềm năng phát triển của họ và xác định chỉ tiêu gọi điện thoại, gửi thư, viếng thăm.

b) Làm việc với khách hàng tiềm ẩn và xác định chỉ tiêu riêng thân.

Đối với khách tiềm ẩn ( tiềm tàng ) các đơn vị cung ứng bắt buộc các đại lý phải dành thời gian cho việc tìm kiếm khách hàng tiềm ẩn.

Ví dụ: Công ty Spector Freight đòi hỏi các đại lý phải dành 25 phần trăm quỹ thời gian cho việc tìm kiếm khách và chấm dứt việc viếng thăm sau 03 lần viếng thăm mà không có hiệu quả.

c) Sử dụng hiệu quả thời gian hữu ích về thường nhật

Cán có lịch viếng thăm hàng năm, ghi rõ khách hàng hiện hữu và khách hàng tiềm ẩn, phân tích sự phân bố về quỹ thời gian: Thời gian đi đường, ăn uống, chờ đợi, tiếp xúc, chào hàng.

c). **Động viên các đại lý du lịch**

Để làm việc có hiệu quả, cần có sự khuyến khích, động viên nhất định. Cần tạo ra bầu không khí thân thiện, khen thưởng, chia lợi nhuận.

## **6. Đánh giá kết quả**

a) **Nguồn thông tin để đánh giá kết quả**

Để đánh giá kết quả, người ta dựa vào nguồn thông tin sau đây:

- Các báo cáo bán hàng.
- Quan sát trực tiếp từ thư từ, đơn khiếu nại.
- Thăm dò khách hàng và tiếp chuyện với những nhân viên chào hàng khác.

b) **Đánh giá**

Để đánh giá cần dựa vào:

- Xây dựng tiêu chuẩn đánh giá và phổ biến cho nhân viên.
- Thu thập thông tin đầy đủ từng nhân viên bán sản phẩm để đánh giá, so sánh.
- Nhân viên chào hàng biết rằng sẽ có ngày họ phải ngồi với người quản lý để giải thích những thành công và thất bại của mình.

Khi đánh giá cần:

- So sánh hiệu quả công tác của từng đại lý du lịch;
- Đánh giá định tính đại lý du lịch chẳng hạn sự hiểu biết của người chào hàng về công ty, sản phẩm đối thủ cạnh tranh trên địa bàn thương mại, nhiệm vụ của công ty, đặc điểm cá nhân, hành vi, cách ăn nói... của người chào hàng.

## Chương 8

# TIẾN TRÌNH BÁN HÀNG

---

- “Người bán hàng giỏi giống như cầu thủ đá banh giỏi, không những biết lừa banh, rê banh giỏi mà còn phải biết kết thúc đúng lúc và chính xác”.
- “Người làm kinh doanh giỏi là người bán những gì khách cần, không nên bán những gì mình có; Người bán hàng giỏi là người bán những gì mình có và những gì khách cần.”

Trong du lịch có nhiều hình thức bán hàng: Bán trực tiếp tại văn phòng du lịch, tại khách sạn, nhà hàng, hoặc bán gián tiếp qua điện thoại...

Bán sản phẩm trực tiếp tại văn phòng, khách sạn dễ hơn bán qua điện thoại. Tại văn phòng hay tại khách sạn, nhà hàng, người bán có nhiều thuận lợi hơn là bán qua điện thoại vì là họ trực tiếp với khách hàng, biết khách muốn gì, đọc được ý nghĩ của khách qua quan sát và có thể trình bày nhiều sản phẩm để khách chọn lựa.

Dù bán hàng tại cửa hàng hay bán qua điện thoại cũng phải tuân theo một quy trình bán hàng và mỗi cách bán có sự khác nhau về những giai đoạn và những chi tiết.

### I. TIẾN TRÌNH BÁN HÀNG TẠI CHỖ

Bán hàng tại chỗ là hình thức thông thường nhất được áp dụng tại các khách sạn, nhà hàng, cửa hàng bán sản phẩm lưu niệm. Sau đây là tiến trình bán hàng cá nhân:

- Tiếp xúc với khách hàng;
- Xác định nhu cầu;
- Chào hàng;
- Nói giá;
- Thương lượng và xử lý các phản đối;
- Kết thúc bán hàng;
- Thu tiền và tiễn khách.

#### 1. Tiếp xúc với khách hàng

Trong kinh doanh, nhất là trong ngành du lịch, khách hàng là thượng đế, người bán sản phẩm phải hết sức chú trọng lịch sự. Bởi lẽ, sản phẩm du lịch hầu hết là sản phẩm tổng hợp, nó bao gồm sản phẩm vật chất và sản phẩm vô hình như cách tiếp đón, vui vẻ, niềm nở, lịch sự. Tất cả những thứ đó góp phần làm tăng thêm chất lượng sản phẩm.

Qua giai đoạn tiếp xúc ban đầu, khách hàng có ấn tượng tốt hay xấu về công ty, và cũng chính trong những giây phút này, nhân viên bán sản phẩm nhận ra được khách qua phương pháp quan sát để đoán biết họ muốn gì, nghĩ gì, cảm tưởng của khách như thế nào về sản phẩm.

Những điều cần chú ý khi khách mới bước vào cửa hàng:

- 1- Không nên đột ngột vỗ vấp khách. Cứ để họ tự nhiên, nhưng đừng để khách cảm thấy mình bị lạc lõng, cô đơn quá lâu. Vậy, phải đến và chào khách.
- 2- Ngay từ giây phút ban đầu, hãy gây ấn tượng tốt đẹp với khách.
- 3- Nên tiếp khách một cách lịch sự.
- 4- Một nụ cười vui vẻ luôn luôn nở trên môi.

## 2. Xác định nhu cầu

Khách vào khách sạn hay nhà hàng, đa số họ có nhu cầu về ăn, ngủ và ta biết được ý định của họ, nhưng khách vào các cửa hàng lưu niệm, chưa hẳn họ có ý định mua hàng. Vì vậy, người bán hàng cần phải xác định nhu cầu của khách.

Đối với khách tỏ ý định mua hàng thì người bán hàng không mấy khó khăn, nhưng đối với khách dạo chơi hay chưa có ý định mua, trong trường hợp này, người bán hàng không nên nài ép khách mua mà nên vui vẻ tiếp chuyện, nên giới thiệu sản phẩm với khách.

Khi cần xác định nhu cầu của khách, nhân viên bán hàng không nên hỏi:

"Ông, bà, cô muốn mua gì?"

Nên hỏi: "Tôi có thể giúp gì cho ông, bà."

## 3. Chào hàng

Một khi đã xác định được nhu cầu của khách, nhân viên bán hàng bắt đầu trở nghề, qua việc chào hàng hay trình diện món hàng với khách.

Mấy điều cần chú ý khi trình diện sản phẩm:

- Trình diện hàng dưới bộ mặt tốt đẹp nhất của nó;
- Nên trình diện nhiều sản phẩm để khách chọn;
- Trình diện sản phẩm một cách trình trọng;
- Trình diện món hàng một cách linh hoạt, sống động;
- Không nên tiếc công tiếc thì giờ để trình diện hàng.

Ví dụ 1: Tại nhà hàng, một đầu bếp tài ba đã trình diện món cá chép chiên một cách nghệ thuật, sống động và hấp dẫn bằng cách bắt cá đang bơi lội trong chậu, bỏ lên bếp dầu rực lửa. Với động tác nhanh nhẹn, khéo léo anh ta đã chiên chín con cá, với một ít nước sốt cá chua và đem đến trình diện khách, trong khi con cá đã chiên chín mà chưa kịp chết, hai mắt vẫn chớp và miệng còn ngáp, dường như muốn nói điều gì đó với khách!

Ví dụ 2: Nếu bạn muốn thuyết phục khách mua một tour du lịch đến một nơi nào đó, điều trước tiên bạn nên cho khách thấy tận mắt những phong cảnh đẹp nhất của vùng đó một cách sống động chẳng hạn chiếu lại những kỳ quan của thế giới, những di tích lịch sử, văn hóa, phong tục tập quán độc đáo của dân địa phương, hay những thú rừng hoang dã.

những cánh rừng hoang sơ... Hoặc tối thiểu bạn cũng phải chuẩn bị những tấm hình đầy màu sắc về những điều bạn muốn trình diễn sản phẩm với khách. Nếu sản phẩm là một món quà lưu niệm hay những trang thiết bị trong phòng ngủ thì người chào hàng cũng phải cho khách biết về tính năng, công dụng, ích lợi của sản phẩm.

#### 4. Nói giá

Nói giá là một nghệ thuật. Khi khách hỏi giá về một sản phẩm đắt tiền, người bán hàng không nên trả lời một cách trực tiếp về giá sản phẩm, nhằm tránh ấn tượng giá sản phẩm quá cao.

*Nguyên tắc nói giá:* Có 2 nguyên tắc nói giá:

a) *Đừng bao giờ trả lời ngay câu hỏi của khách:*

"Tour này bán bao nhiêu?"

Phải làm cho khách thấy được giá trị của tour du lịch hay phòng ngủ có giá trị sử dụng lớn hơn giá bán sản phẩm.

*b) Di nhiên là phải nói giá, nhưng khéo che đậy giá bán để làm cho nó nhỏ bớt. Vậy nên:*

+ *Đừng đưa những con số về giá ra trước.*

+ *Làm nhỏ bớt con số đó bằng cách ngắt nó ra từng đoạn.*

+ *Áp dụng luật tam số:* Đưa ra 3 thứ giá của 3 món hàng: giá cao, giá trung bình, giá thấp để khách chọn.

*Ví dụ 1:* Khi khách hỏi giá của phòng King bao nhiêu, phòng Queen bao nhiêu? Bạn không nên vội trả lời là giá phòng King là 800 USD mà nên phân tích, chỉ cho khách thấy được những tiện nghi sang trọng, thuận lợi của phòng King so với các phòng khác. Trong đó, giá phòng ngủ, giá dịch vụ, trang thiết bị... Cộng tất cả các giá lại để cho khách thấy được giá trị của sản phẩm về phòng ngủ và dịch vụ cao hơn giá 800 USD.

*Ví dụ 2:* Tour du lịch trọn gói 3 ngày 2 đêm từ Thành phố Hồ Chí Minh đi Đà Lạt là một triệu đồng mỗi người. Người bán tour có thể phân chia giá tour về phương tiện chuyên chở, ăn ngủ tại khách sạn mấy sao, tham quan địa điểm nào... Như vậy, khách sẽ thấy được giá trị của sản phẩm xứng đáng với một triệu đồng mà họ bỏ ra để mua tour du lịch và không cảm thấy xót xa.

#### 5. Thương lượng và xử lý các phản đối

Hiếm có người khách khi nghe người bán hàng nói giá mà móc bóp trả tiền. Thế nào họ cũng phản đối và káo nèo giá cả để bớt được chừng nào hay chừng đó.

Đây là giai đoạn quan trọng nhất trong các giai đoạn để người bán hàng bán được hàng hay không.

*Nguyên tắc thương lượng*

1. Không nên lý luận nhiều mà nên dẫn dụ khách mua hàng.

2. Nên làm cho khách xiêu lòng hơn là làm cho họ ngã ý, vì rằng cái "bóp phốt" của khách ở gần quá tim hơn là ở khối óc.

3. Muốn câu cá phải dùng mồi trùng, dùng vì lẽ mình thích ăn bít tết mà móc thật bỏ

vào lưới câu.

4. Đừng bán bột cà phê, hãy bán cái mùi thơm ngọt của nó.

5. Đừng bao giờ hỏi: "Ông, bà muốn mua chẳng", hãy nói: "Ông, bà chọn cái nào?"

#### **Xử lý các phản đối mua hàng**

Có 2 cách từ chối mua hàng:

- Từ chối lấy lệ

- Bác một cách thật sự

##### **1. Từ chối lấy lệ:**

Ví dụ: Hôm nay tôi không mang đủ tiền, để tôi suy nghĩ lại, tôi sẽ trả lời cô sau.

Lời bác này là bác lấy lệ, bác để đuổi người bán, họ chưa muốn mua.

Trong trường hợp này, người bán nên khôn khéo, cố gắng để tìm chút gì hy vọng.

##### **2. Bác một cách thật sự:**

Đây là cách bác trong trường hợp khách có sự so sánh, cân nhắc món hàng về tiện lợi, giá cả. Đây là loại khách muốn mua sản phẩm và đây cũng là lúc mà người bán thì thất bại.

#### **Chiến lược thương lượng**

1. Hãy để người mua kết thúc sự phân đối.

2. Chỉ có một cách thắng trong một cuộc tranh biện là tránh nó đi.

3. Nhắc lại sự phân đối trở lại cho khách.

4. Tôn trọng ý kiến của khách, đừng bao giờ bảo họ lầm.

5. Cung cấp một số tin nhiệm đối với sự phân đối.

6. Trả lời sự phân đối một cách thẳng thắn, thật thà.

7. Sử dụng phân đối như một cơ hội để kết thúc việc bán.

#### **6. Kết thúc bán hàng**

Khi người bán hàng xử lý khôn khéo sự phân đối của khách và xem sự phân đối như là một cơ hội để biến một phản đối quay lại người khách và như vậy là có lý do để khách mua sản phẩm.

Kết thúc bán hàng là hỏi một đơn đặt hàng hay hỏi khách chọn món hàng nào?

Nên nhớ rằng:

- Có mới tấp mới mà chưa cần câu là chưa câu được cá.

- Giữa hai câu: "Tôi muốn mua..." và "Có gói cho tôi" còn một chặng đường dài.

##### **a) Những dấu hiệu khách muốn mua hàng**

Khi khách muốn mua hàng, thường tỏ ra bằng 2 cách:

- Các câu hỏi của khách:

+ Tour này có hấp dẫn không? Món này dùng có bền không?



+ Có bán giá chiết chứ?

+ Có có thể tính giá đặc biệt cho chúng tôi?

Trong những trường hợp này, người bán hàng nên kết thúc:

+ Ông chọn tour này, phòng ngủ này...?

+ Ông lấy vé ngay hay chúng tôi cho người mang đến nhà?

- Khách có dấu hiệu hoảng sợ chỉ:

+ Khi khách gửi cảm để tìm quyết định.

+ Khi họ lùi lại để ngắm nhìn sản phẩm.

+ Khi họ cầm tờ gấp quảng cáo để xem kỹ chi tiết.

#### **b) Kỹ thuật kết thúc bán hàng**

Để kết thúc bán hàng, người bán hàng cần sử dụng những kỹ thuật sau đây:

*Kỹ thuật thành công cảm bằng chức:*

Trong kỹ thuật này, cố làm cho khách hết lưỡng lự bằng cách quá quyết, tự tin nơi mình. Phải cảm bằng chắc rằng khách sẽ mua. Nên kết thúc: "Chắc ông cần dừng gấp?"

*Kỹ thuật dùng câu hỏi phủ:*

Câu hỏi phủ thuộc vào một vấn đề của sản phẩm.

Nên kết thúc:

- "Ông chọn tour du lịch Trung Quốc hay tour Thái Lan?"

- "Ông chọn phòng đơn hay phòng đôi?"

*Kỹ thuật tác động hữu hình:*

Phải khởi sự làm một việc gì để nếu khách muốn từ khước việc mua hàng, họ phải nói ra. Chẳng hạn: lấy số ghi địa chỉ để chờ hàng cho khách hay đưa vé du lịch đến nhà cho khách: "Xin ông cho biết địa chỉ.."

*Kỹ thuật một biến cố sắp xảy đến:*

Theo kỹ thuật này cố ý làm cho khách suy nghĩ, đấu tranh tư tưởng mà phải mua hàng. Ví dụ, khi khách nói: "Mai tôi sẽ trở lại mua". Trong trường hợp này, người bán hàng nên kết thúc: "Xin tùy ông, nhưng xin ông trả lời sớm vì tôi không dám hứa chắc vì cũng đã có nhiều người đến hỏi và cũng hạn ngày mai trở lại.."

*Kỹ thuật kể chuyện:*

Trong kỹ thuật này, người bán kể một chuyện nào đó để khách sẽ nhận ra là họ có lợi để bắt chước hành động. Ví dụ: Tour du lịch này các ca sĩ nổi tiếng thường mua..

*Kỹ thuật kích thích:*

Kỹ thuật này áp dụng đối với những khách hàng khó tính. Một khi người bán hàng đã không dẫn dụ được khách thì nên áp dụng kỹ thuật này. Trong kỹ thuật này cố ý làm cho khách thấy được lợi lộc khi mua sản phẩm.

*Kỹ thuật mời khách mua giúp:*

Kỹ thuật này ít sử dụng vì khách mua hàng là để được lợi ích không phải để làm việc

từ thiện. Tuy nhiên, khi người bán hàng đã dẫn dụ đi mọi kỹ thuật mà không đạt được mục tiêu thì cũng nên sử dụng kỹ thuật này.

## 7. Thu tiền và tiễn khách

### a) Thu tiền

Khi móc tiền trả, ai cũng xót xa. Người bán hàng thu tiền khách hàng khác với nhân viên thuế quan thu tiền thuế. Người bán hàng phải tìm cách xoa dịu khách, không nên trở mặt với khách. Nên tiếp chuyện với khách để khách đừng chú ý đến việc trả tiền.

Nguyên tắc thu tiền:

Người bán rất chú ý đến việc thu tiền nhưng đừng để cho khách chú ý đến việc thu tiền.

- Lúc nhận tiền phải đếm cẩn thận trước mặt khách.
- Đừng vội bỏ số tiền vào két khi chưa thổi tiền cho khách.

### b) Tiễn khách

Nếu không bận trông coi hàng, nên tiễn khách ra xe, chào và cảm ơn, mời khách trở lại mua hàng.

Đối với khách không mua hàng phải nhã nhặn, lịch sự để khách dịp khác trở lại mua hàng.

Tóm lại, thực hiện việc bán hàng trải qua nhiều bước mà người bán hàng phải nắm vững kỹ thuật và nghệ thuật bán hàng để bán được hàng, bán nhiều hàng và giữ được khách. "Một người bán hàng giỏi giống như cầu thủ đá banh giỏi, không những lừa banh, rê banh giỏi mà phải biết kết thúc, đúng lúc và chính xác".

## II. TIẾN TRÌNH BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI

Quá trình bán hàng cho khách qua điện thoại có thể chia làm ba giai đoạn, bao gồm tám bước như sơ đồ 23 dưới đây:

Giai đoạn chuẩn bị	Giai đoạn tiến hành thực hiện	Giai đoạn hoàn thành hợp đồng
1. Nhận điện và xác định phẩm chất tương lai 2. Lên kế hoạch thực hiện	3. Tiếp cận 4. Thực hiện chính thức 5. Nhận các phản hồi 6. Kết thúc bán hàng	7. Xử lý 8. Đánh giá

Sơ đồ 23. Quá trình bán hàng căn bản qua điện thoại.

### 1. Nhận điện và xác định phẩm chất của khách hàng tương lai

Phát hiện và xác định phẩm chất (khả năng mua, mong muốn mua, nhu cầu...) của khách hàng tương lai là nền tảng của quá trình bán hàng.

Nhân viên bán hàng giỏi là những người đánh giá đúng khách hàng tương lai. Để nhận diện khách hàng tương lai có triển vọng, cần lên danh sách những người có triển vọng.

Những bước cần làm khi lên danh sách những khách hàng có triển vọng:

- Tiến hành một danh sách khách hàng đúng đầu.
- Xác định phẩm chất những người đúng đầu.
- Đánh giá những người có triển vọng.

**a) Tiến hành một danh sách khách hàng đúng đầu**

Lên danh sách những công ty hoặc cá nhân những người có nhu cầu thật sự (còn nghi ngờ, chưa đánh giá). Danh sách này dựa vào các bên tham khảo các khách hàng được áp dụng hiện tại, các hợp đồng cá nhân, từ các sách chỉ dẫn, danh mục điện thoại.

**b) Xác định phẩm chất những người trong danh sách hàng đầu**

Mục đích của giai đoạn này là giảm bớt những người trong danh sách, gạt bỏ lại còn những người có triển vọng nhiều nhất bằng cách xét qua 2 tiêu chuẩn:

- Mong muốn mua sản phẩm.
- Khả năng mua.

**c) Đánh giá những người có triển vọng**

Trong giai đoạn này, cần đánh dấu những người trong danh sách đã chọn lọc để xem người nào nên được chọn để gọi điện thoại đầu tiên. Để làm việc này, nên dựa vào 2 tiêu chuẩn:

- Mong muốn mua.
- Số lượng bán hoặc khả năng sinh lời

Hai tiêu chuẩn này được thể hiện qua sơ đồ 24 dưới đây:

	Mong muốn mua		
	Thấp	Trung bình	Cao
Số lượng bán	Thấp Không nên tập trung sức lực (8)	Nên gọi điện chào mời (8) (7)	Nên gọi điện chào mời (5)
	Trung bình Quyên ưu tiên mời chào chậm (vì chưa muốn mua) (6)	Đánh công sức cá nhân và quyên ưu tiên trung bình (4)	Có thể lên danh sách hàng đầu về quyên ưu tiên được gọi (2)
	Cao Nên tập trung nhiều công sức (lưu ý) (6)	Tập trung nhiều công sức, quyên ưu tiên (3)	Ưu tiên cao nhất, khách hàng triển vọng, lý tưởng (1)

**Sơ đồ 24: Phân loại khách hàng có triển vọng**

Trong sơ đồ trên, những khách hàng nằm theo số thứ tự ưu tiên mà người bán hàng cần gọi trước. Giữa khách hàng số 2 và số 3 có thể hoán đổi quyên ưu tiên cho nhau.

Ngoài 2 tiêu chuẩn mong muốn mua và số lượng mua, chúng ta có thể dựa vào các tiêu

chuẩn khác như: Đánh giá thị trường, độ thâm nhập thị trường hoặc sức mạnh cạnh tranh

## 2. Lên kế hoạch thực hiện

Sau khi đã đánh giá được những người có triển vọng, người bán hàng cần lên kế hoạch thực hiện bằng cách:

- Thu thập thêm thông tin về người có triển vọng.
- Lựa chọn chiến lược và kế hoạch để biến đổi người có triển vọng thành khách hàng.

### a) Thu thập thêm thông tin về người có triển vọng

Nguồn thông tin này có thể được cung cấp trực tiếp qua người khách có triển vọng khi gọi điện thoại hoặc qua các nguồn khác. Cần thu thập những chi tiết về:

- Nhu cầu thật sự.
- Số lượng chính xác.
- Ai là người quyết định mua.

### b) Lựa chọn chiến lược và lên kế hoạch

Chiến lược là phương thức đạt được mục tiêu.

Kế hoạch là đường lối thực hiện mục tiêu.

Người phụ trách bán hàng phải có kế hoạch cho mỗi người khách có triển vọng. Qua bán kế hoạch, người bán hàng phải thực hiện từng bước, theo dõi, kiểm tra quá trình bán hàng để kịp thời điều chỉnh kế hoạch, chiến lược.

Những chi tiết trong bán kiểm tra kế hoạch:

1. Tên và địa chỉ công ty, khách hàng có triển vọng.
2. Những nét chính về công ty, khách hàng.
3. Chính sách mua hàng của công ty và thủ tục thanh toán.
4. Tìm tên và danh sách của một người khác trong công ty để gọi tiếp.
5. Ghi lại yêu cầu chính xác của cuộc gọi.
6. Ghi lại ngày tháng và kết quả của cuộc gọi trước.
7. Danh sách các đối thủ.
8. So sánh sản phẩm của ta và sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.
9. Những lợi ích của đối thủ đem lại cho khách hàng.
10. Lên danh sách những sản phẩm của ta định bán cho khách.
11. Chiến lược nào được sử dụng để lôi cuốn sự quan tâm của khách.
12. Những câu hỏi nào được sử dụng để khai thác sự chú trọng của khách vào những lợi ích nào nhất.
13. Viết tất cả những điểm chính để lên kế hoạch thực hiện.
14. Chuẩn bị những câu trả lời có thể gặp.

### 3. Tiếp cận khách hàng

Khi đã chuẩn bị xong kế hoạch, người bán hàng tìm cách tiếp cận khách hàng.

Có 2 kỹ thuật tiếp cận.

- Tiếp cận theo lợi ích của khách hàng.

- Tiếp cận chỉ dẫn.

Tiếp cận theo lợi ích của khách hàng thường được sử dụng theo: Đặc tính—ưu điểm—lợi ích nhằm tìm hiểu nhu cầu của khách, những đặc tính, ưu điểm của khách, của sản phẩm cần tiến hành bán, những lợi ích của sản phẩm đem lại cho khách hàng và cho ta.

Tiếp cận chỉ dẫn ít khi sử dụng, vì nó không đem lại kết quả bằng kỹ thuật tiếp cận theo lợi ích của khách hàng.

### 4. Thực hiện chính thức - Trình bày sản phẩm

Trong quá trình bán hàng căn bản, có 3 hình thức thực hiện để trình bày sản phẩm: Thuộc lòng tiêu chuẩn, theo nguyên tắc chung và theo chương trình.

#### a) *Thực hiện theo phương pháp thuộc lòng tiêu chuẩn*

Nhân viên bán hàng thuộc lòng những bằng hướng dẫn bán hàng mẫu. Kỹ thuật này có lợi cho những nhân viên mới. Tuy nhiên, trong du lịch, sản phẩm có nhiều đặc tính phức tạp, trong đó có những dịch vụ vô hình mà chỉ có khách hàng mới cảm nhận được khi sử dụng. Do đó, phương pháp này cần, nhưng chưa đủ.

#### b) *Kỹ thuật thực hiện theo nguyên tắc chung*

Kỹ thuật này, nhân viên bán hàng chỉ cần học thuộc lòng về chính sách báo hành của công ty, các đòi hỏi về dịch vụ của sản phẩm hoặc các thông tin kỹ thuật.

#### c) *Kỹ thuật thực hiện theo chương trình*

Kỹ thuật này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa người bán và người mua. Người bán hàng cần thu thập chính xác nhu cầu người mua.

### 5. Xử lý các phản đối

Cũng giống như trong trường hợp bán hàng tại cửa hàng, các phản đối cần áp dụng 5 bước để xử lý:

1. Để người có triển vọng kết thúc phản đối;
2. Nhắc lại sự phản đối cho người có triển vọng;
3. Cung cấp một số tín nhiệm về phản đối;
4. Trả lời phản đối một cách thẳng thắn;
5. Xử dụng phản đối như một cơ hội.

Mục đích của việc nhắc lại phản đối là để cho người mua hàng biết người bán hàng quan tâm đến những điều mà người mua hàng chú ý đến sản phẩm và cốt ý làm cho người mua hàng hiểu rằng người bán hàng hiểu những gì người mua hàng muốn nói. Từ đó, sau khi được giải thích, thuyết phục được khách hàng sẽ làm cơ sở cho việc kết thúc bán hàng.

### 6. Kết thúc bán hàng

Kết thúc bán hàng trong trường hợp bán hàng qua điện thoại cũng giống như việc kết thúc bán hàng ở cửa hàng: Người bán hàng yêu cầu từ khách hàng một đơn đặt hàng để biết ý định của khách hàng.

#### **7. Khác biệt giữa kết thúc bán hàng qua điện thoại với kết thúc bán hàng tại chỗ**

Kết thúc bán hàng qua điện thoại hay bán gián tiếp chưa phải là việc mua hàng của khách hàng. Có thể họ từ chối hoặc chịu mua hàng. Tuy nhiên, trong trường hợp khách chịu mua hàng cũng không phải là lúc mà khách chịu rút bóp ra trả tiền. Do đó, người bán hàng còn nhiều việc phải làm gọi là xử lý tiếp theo sau khi kết thúc bán hàng. Nếu không, đối thủ cạnh tranh có thể nhảy vào trong giai đoạn này. Việc xử lý tiếp theo có thể sử dụng qua thư, điện thoại để giới thiệu thêm sản phẩm mới, làm thắt chặt mối quan hệ đã thiết lập trước đó, làm cho khách hàng hy vọng, tin tưởng và rời xa đối thủ.

#### **8. Đánh giá**

Các lần gọi có thể được hoàn thành với việc tiến hành một lần bán hoặc không.

Nếu cuộc gọi không thành công, nhân viên bán hàng, có thể cùng với nhà quản trị, phân tích lý do. Nếu thành công, xác định tại sao nó thành công để rút kinh nghiệm. Trong trường hợp không thành công, sau khi phân tích, có thể sự làm lăm được sửa lại và gọi lại.

## Chương 9

# BÁN SẢN PHẨM Ở KHÁCH SẠN NHÀ HÀNG

---

Sản phẩm ở khách sạn như phòng ngủ là một loại sản phẩm đặc biệt. Những sản phẩm khác như quà lưu niệm, thực ăn, đồ uống chỉ cần báo quản tốt là có thể để dành cho ngày sau. Riêng phòng ngủ trong khách sạn cũng như ghế ngồi trên máy bay, ghế ngồi trên xe lửa hay ghế ngồi trong nhà hàng, nếu không bán được ngày hôm nay, nó sẽ không tồn tại cho ngày mai (doanh số mất đi). Chính vì lẽ này, người phụ trách Marketing, hay người bán những loại sản phẩm đặc biệt này phải là những người được huấn luyện chuyên biệt.

Trong chương này chỉ đề cập đến việc bán phòng và bán tiệc ở khách sạn nhà hàng.

### Phần 1: BÁN PHÒNG

Trong phần này, có 5 vấn đề cần phân tích: Chiến lược 4K trong khách sạn, bán ở quầy hàng trong khách sạn, bán cho công ty lữ hành tổ chức tour trọn gói, bán qua điện thoại - đăng ký giữ chỗ và bán phòng cho khách, hội nghị.

#### I. CHIẾN LƯỢC 4K TRONG KHÁCH SẠN

Mục đích của chiến lược là làm gia tăng doanh số của khách sạn qua việc gia tăng công suất phòng, gia tăng thời gian lưu trú và gia tăng sự chi tiêu của khách.

Người ta thường gọi là chiến lược 3K, nhưng 3K chưa đủ để gia tăng doanh số trong khách sạn nên vận dụng 4K. Chúng ta có thể thay mô hình 4K bằng mô hình 4G, ý nghĩa của nó vẫn không thay đổi.

#### 1. Mô hình chiến lược 4K hay 4G

##### • 4K:

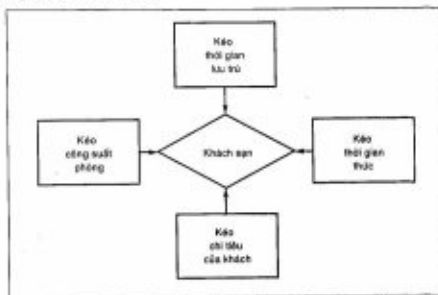
- Kéo công suất phòng lên cao
- Kéo dài thời gian lưu trú
- Kéo dài thời gian thức
- Kéo sự chi tiêu của khách

##### • 4G:

- Gia tăng công suất phòng
- Gia tăng thời gian lưu trú

- Gia tăng thời gian thờ
- Gia tăng sự chỉ tiêu của khách

Dưới đây là sơ đồ mô hình 4K:



Sơ đồ 25: Mô hình chiến lược 4K trong khách sạn

## 2. Triển khai chiến lược 4K

### a) Kéo công suất phòng

Trong khách sạn, việc gia tăng công suất phòng để gia tăng doanh số là việc làm được các nhà quản lý khách sạn quan tâm hàng đầu. Vào những mùa đông khách du lịch, vấn đề tìm cách gia tăng công suất phòng không gặp lắm khó khăn. Riêng những mùa ế khách, các khách sạn tranh dành để kiếm khách. Công suất phòng cao hay thấp cho thấy sự phát triển của khách sạn, hiệu quả kinh doanh và đánh giá trình độ quản lý của cấp lãnh đạo nói riêng. Thông thường, công suất trung bình hàng năm của khách sạn phải đạt tối thiểu từ 55% đến 65%, trên 65% là khách sạn có lãi. Trái lại, công suất phòng dưới 55% là khách sạn bị lỗ.

Vào những mùa ế ẩm, để gia tăng công suất phòng, khách sạn nên áp dụng cùng lúc nhiều giải pháp sau đây:

- Hợp đồng với các công ty lữ hành, đơn vị tổ chức tour để lấy khách đoàn.
- Có thể chủ động thiết kế và bán tour.
- Quảng cáo rộng rãi hơn.
- Áp dụng giá một cách mềm dẻo và linh động.
- Tổ chức nhiều loại hình vui chơi giải trí.



Vào mùa cao điểm, để gia tăng công suất phòng chỉ cần dự báo bán phòng chính xác, giảm thiểu tối đa sự sai lệch về dự báo.

#### **b) Kéo dài thời gian lưu trú**

Vào mùa đông khách, thời gian lưu trú của khách dài hay ngắn không ảnh hưởng lắm đến công suất phòng. Kinh nghiệm cho thấy những khách mới có nhiều nhu cầu và chi tiêu nhiều hơn khách cũ. Do đó, vấn đề lưu tâm của khách sạn vào thời kỳ đông khách là tận dụng tối đa công suất phòng.

Việc kéo dài thời gian lưu trú của khách chỉ có ý nghĩa vào mùa ế ẩm. Để lưu giữ khách ở lâu, khách sạn nên áp dụng các biện pháp:

- Sản phẩm cần đa dạng. Khách sạn cần có nhiều loại hình vui chơi giải trí, nhiều loại hình hoạt động văn hóa đặc sắc, mang tính truyền thống dân tộc.

- Cần áp dụng chính sách giảm giá đối với khách ở lâu hoặc tăng thêm các dịch vụ miễn phí khác, hoặc có thể cùng lúc thực hiện cả hai giải pháp này.

Khi áp dụng các giải pháp để khuyến khích nhằm kéo dài thời gian lưu trú có thể phát sinh thêm chi phí cho khách sạn, hoặc thất thu về một số dịch vụ cung cấp miễn phí cho khách. Tuy nhiên, sự thất thu hoặc phát sinh thêm khoản chi phí mới này sẽ được bù đắp vào những khoản chi tiêu khác của khách và khách sạn có lợi nhờ vào khoản doanh thu phòng.

#### **c) Kéo dài thời gian thừc**

Khách thuê phòng là để ngủ, nghỉ. Nhưng người làm Marketing ở khách sạn phải tìm cách để cho khách thừc, bằng cách kéo họ vào những hoạt động, những dịch vụ vui chơi giải trí của khách sạn. Muốn cho khách thừc và chi tiêu tiền nhiều, khách sạn cần có những dịch vụ văn nghệ, vui chơi giải trí đặc sắc mang tính truyền thống văn hóa dân tộc, đậm nét bản sắc địa phương, hấp dẫn. Ngoài ra, khách sạn cần có phòng tắm hơi, massage, sauna, hồ bơi, sân tennis, bể không khí ấm cúng, phục vụ ăn uống, phải có những ánh mát, mỹ cảnh duyên dáng.

Mục đích của chiến lược kéo dài thời gian thừc nhằm gia tăng doanh số qua việc chi tiêu của khách. Tuy nhiên, việc chi tiêu của khách không hẳn đơn thuần vào những dịch vụ vui chơi, giải trí về đêm mà còn nhiều hình thức khác để thu hút sự chi tiêu của khách. Trung bình một khách du lịch quốc tế chi tiêu cho một chuyến đi du lịch là 2.000 đô la. Trong đó, một nửa dành cho chi tiêu vận chuyển, ăn, ở và nửa còn lại dùng vào việc chi tiêu khác.

Qua sơ đồ 8 và bảng 3 của chương 2 cho ta thấy cơ cấu chi tiêu của khách quốc tế đến thành phố Hồ Chí Minh và khách quốc tế đến các nước láng giềng như sau:

- Ở thành phố Hồ Chí Minh:
  - Chi phí dịch vụ lưu trú : 50%
  - Chi phí dịch vụ đi lại : 10%
  - Chi phí mua sắm : 15%
  - Chi phí ăn uống : 15%
  - Chi phí dịch vụ khác : 10%
- Ở các nước khác:

STT	Nước	Ngủ	Ăn uống	Di lại	Tham quan	Mua hàng giá trị
1	Singapore	22,3	13,3	5,1	6,1	55,8
2	Hồng Kông	30,2	10,8	0	8,0	51,0
3	Thái Lan	23,4	15,1	13,3	9,4	38,8
4	Trung Quốc	22,5	9,5	11,3	31,3	25,5
5	Indonesia	30,8	17,4	4,6	9,6	29,6
6	Việt Nam	50,0	15,0	10,0	0	25,0

Như vậy, qua những số liệu trên, khách chi tiêu về việc mua hàng cùng với giải trí ở một số nước gần Việt Nam chiếm một tỷ lệ rất cao. Trong đó, việc mua sắm chiếm tỷ lệ cao hơn việc chi tiêu những dịch vụ giải trí khác.

Để gia tăng doanh số qua việc chi tiêu của khách trong việc mua sắm, khách sạn cần có phòng bán sản phẩm làm quà lưu niệm. Sản phẩm phải đa dạng về mẫu mã, đặc sắc, mang đậm nét truyền thống văn hóa dân tộc, giá cả cạnh tranh và cần sự hỗ trợ của Chính phủ về thuế khóa. Kinh nghiệm cho thấy, ở những nước miễn thuế cho khách du lịch mua sản phẩm làm quà lưu niệm là những nước có khách du lịch quốc tế đến đông và chi phí mua sắm có tỷ lệ cao nhất trong các khoản chi phí khác.

Và trong việc vận dụng Marketing vào gian hàng bán sản phẩm làm quà lưu niệm ở khách sạn, nên áp dụng chiến lược 5P:

- Price : Giá cả phải chăng;
- Place : Vị trí của hàng dễ thấy;
- Package : Bao bì đóng gói đẹp, chắc;
- Promotion : Quảng cáo chân thật;
- Prestige : Uy tín và chất lượng sản phẩm.

## II. BÁN TẠI QUẦY HÀNG TRONG KHÁCH SẠN

Trong khách sạn, ở quầy bán hàng, nhân viên lễ tân phụ trách việc bán phòng, khách đăng ký phòng. Trong lĩnh vực này, nhân viên lễ tân có những phần việc sau đây:

- Quyết định tình trạng khách đăng ký.
- Quyết định thời gian lưu trú của khách.
- Đảm bảo hoàn tất thẻ đăng ký của khách.
- Quyết định giá phòng và chiết khấu.
- Quyết định cách thức thanh toán của khách và kiểm tra thẻ tín dụng.

Nhân viên lễ tân thường là người tiếp xúc đầu tiên với khách trong việc bán phòng và dịch vụ. Để làm tốt công việc này, nhân viên lễ tân phải phối hợp chặt chẽ với bộ phận tạp dịch phòng và nhân viên phòng đăng ký giữ chỗ để biết tình trạng phòng trống.

Tuy nhiên, nhân viên lễ tân không phải thực hiện nghiệp vụ bán hàng phức tạp, họ chỉ hiện diện và giúp khách chọn lựa giữa các sản phẩm về phòng và các dịch vụ, bởi lễ nhiệm

vụ của nhân viên lễ tân không nhất thiết phải cố gắng để bán phòng cho khách nhằm đạt nguồn thu nhập cho khách sạn. Nhiệm vụ chính của nhân viên lễ tân là việc bán sản phẩm bằng chất xám, bằng những kỹ thuật duyên dáng, lịch sự, quan hệ đối ngoại tốt để gây ấn tượng tốt ban đầu đối với khách.

### III. BÁN CHO CÁC CÔNG TY LỮ HÀNH TỔ CHỨC TOUR TRỌN GÓI

Một tour trọn gói ít nhất bao gồm: Vận chuyển và lưu trú. Ngoài ra, Tour trọn gói còn bao trọn cho khách về tham quan, giải trí, bảo hiểm. Do đó, khi một công ty lữ hành muốn tổ chức tour, họ thường liên hệ với khách sạn để đặt mua phòng với số lượng lớn. Các khách sạn muốn ổn định công suất phòng, thường liên kết với các công ty lữ hành tổ chức tour để bán phòng. Việc liên kết này thường được thực hiện dưới hình thức văn bản chính thức qua hợp đồng hoặc việc đăng ký phòng giữ chỗ.

Những hợp đồng hay những thỏa thuận khác giữa khách sạn và công ty lữ hành về giá phòng thường thấp hơn giá phòng của khách sạn. Chính vì lẽ này, vào những mùa ế ẩm, các khách sạn thường thực hiện nghiêm túc về những điều đã thỏa thuận. Nhưng vào những mùa đông khách, các khách sạn thường đòi tăng giá phòng và đôi khi khách sạn không còn phòng cho khách theo tour. Trái lại, đối với công ty lữ hành tổ chức tour vào những mùa khách sạn ế ẩm, họ thường đưa khách đến một khách sạn khác để được hưởng giá phòng thấp hơn, nếu khách sạn đã thỏa thuận trước không chịu hạ giá phòng.

Ngày nay, những khách sạn lớn ở ngoại quốc không còn đơn thuần bán sản phẩm lưu trú mà còn tổ chức tour trọn gói để bán cho khách. Chính các công ty lữ hành làm đại lý phân phối vé cho khách để hưởng hoa hồng và đảm nhận khâu vận chuyển (xem chi tiết chương 10: Bán tour)

Giữa công ty lữ hành hoặc khách sạn tổ chức Tour trọn gói dường như có duyên nợ với nhau trong kinh doanh, cho dù đôi khi cũng có những chuyện xảy ra ngoài ý muốn, nhưng đôi bên đều dựa vào nhau để phát triển.

Việc khách sạn không nhận khách theo đoàn của công ty lữ hành là một hành động đối đãi khách và vi phạm hợp đồng dân sự. Tùy theo trường hợp, khách sạn có thể bị truy tố về hình sự.

Luật Việt Nam không quy định rõ, nhưng luật quốc tế, luật Mỹ và Pháp quy định về trường hợp này như sau: Khách sạn có thể bị phạt từ 100 đến 500 USD và có thể bị phạt tù từ 30 đến 90 ngày về tội đối đãi khách. Tùy trường hợp, hình phạt về vật chất có thể bị phạt rất nặng.

Sau đây là một ví dụ: Tại bang Hawaii, tòa án đã quyết định phạt khách sạn 151.467 USD về việc từ chối khách do một đại lý đăng ký giữ chỗ cho đoàn du lịch vào dịp lễ Giáng sinh năm 1977. Đại lý du lịch đã quảng cáo cho khách sạn trên báo chí và đài truyền hình, nhưng khách sạn đã thất hứa, tòa tuyên án phạt khách sạn vì đã làm mất danh dự và uy tín của đại lý du lịch (xem Luật Du lịch của tác giả).

### IV. BÁN QUA ĐIỆN THOẠI - ĐĂNG KÝ GIỮ CHỖ (RESERVATION) - BÁN PHÒNG VƯỢT TRỘI (OVERBOOKING)

Trong khách sạn, ngoài phòng bán và Marketing, có một bộ phận được tách biệt với các bộ phận trên trong việc bán phòng đó là nhân viên phụ trách đăng ký phòng. Nhân viên

này, tùy theo khách sạn có thể thuộc về bộ phận lễ tân, nhưng đa số khách sạn lớn nó biệt lập và làm việc mật thiết với các bộ phận bán và Marketing cũng như bộ phận vệ phòng trong việc bán phòng qua việc khách đăng ký giữ chỗ. Nhiệm vụ chính của nhân viên đăng ký giữ chỗ của khách là:

- Giám sát và đáp ứng mọi yêu cầu chính đáng của khách, cơ quan đại lý và phụ trách hệ thống mạng thông tin trong việc đăng ký của khách qua điện thoại, điện tin, cấp, lập và duy trì bảng đăng ký của khách theo thứ tự ngày tháng và tên tuổi theo Alphabe.

- Chuẩn bị thư để khách xác nhận (xem mẫu đăng ký).
- Thông báo kịp thời cho phòng lễ tân tình trạng xác nhận đăng ký và hủy bỏ của khách.
- Đối chiếu phòng trống trong tương lai đối với khách đăng ký.
- Phát triển doanh thu phòng và dự báo công suất phòng.
- Thông báo thông tin đăng ký của khách cho phòng lễ tân.
- Chuẩn bị danh sách khách đến cho phòng lễ tân sử dụng.

## 1. Nguyên tắc bán phòng trội hơn số phòng: (Overbooking)

Luật quốc tế cấm khách sạn cho đăng ký giữ chỗ vượt trội số phòng của khách sạn. Khách sạn phải đảm bảo phòng trống cho khách đã đăng ký giữ chỗ có đặt cọc tiền. Tuy nhiên, như trên đã nói, sản phẩm du lịch có tính cách đặc biệt, không thể để qua ngày hôm sau, nên những nhà chuyên môn về Marketing và người phụ trách đăng ký giữ chỗ thường cho khách đăng ký vượt trội số phòng sẽ có trong khách sạn ở vào thời điểm khách nhận phòng nhằm tránh tình trạng thất thu do một số khách bỏ chỗ đăng ký. Tỷ lệ bỏ chỗ đăng ký vào giờ chót cho ta những con số sau đây:

- Ghế ngồi trên máy bay: 20%.
- Ghế ngồi trên xe lửa: 5- 10%.
- Tại khách sạn:
  - + Khách đăng ký không đặt tiền cọc bỏ chỗ: 20%.
  - + Khách đăng ký có đặt tiền cọc bỏ chỗ: 5%.

Để tránh tình trạng mất mát về doanh thu này, bắt buộc người phụ trách đăng ký giữ chỗ cùng với người phụ trách về Marketing phải biết nghiệp vụ kinh doanh khách sạn, biết phương pháp đăng ký giữ chỗ, biết dự báo, biết luật lệ và biết phối hợp tốt với nhau giữa các phòng ban liên quan đến quá trình đăng ký, tiếp nhận và tiễn khách.

## 2. Tổ chức quản lý việc đăng ký phòng vượt trội

Ngoài việc nắm rõ thông tin về tình trạng phòng và phối hợp chặt chẽ giữa nhân viên lễ tân, bộ phận tạp dịch phòng, phòng bán sản phẩm và bộ phận phụ trách Marketing trong khách sạn, khi quyết định việc đăng ký giữ chỗ của khách, nhất là khách đoàn, bộ phận phụ trách Marketing phải nghiên cứu nên cho đăng ký giữ chỗ hay không. Ngoài việc chú ý đến số lượng khách, còn phải nghiên cứu loại khách (khách quốc tế chi tiêu tiền nhiều hơn khách trong nước); tính cách đảm bảo cho việc đăng ký (đặt cọc trước), mục đích chuyến đi của khách (hội họp, kinh doanh, du lịch thuần túy...).

Từ đó, người phụ trách Marketing phải phối hợp với người đăng ký giữ chỗ, bộ phận kế toán để nắm con số phòng trống cụ thể và dự báo số khách bỏ chỗ cùng như tình trạng phòng của khách sạn bạn có thể hỗ trợ vào giờ cuối, nếu trường hợp dự báo không đúng. Sau khi nắm được những thông tin trên, người phụ trách Marketing quyết định số lượng khách đăng ký vượt trội đến mức nào đó sẽ ngừng, nhằm tránh tình trạng rắc rối và giữ uy tín với khách.

Dưới đây là mẫu đăng ký giữ chỗ trong khách sạn:

### X. HOTEL GUEST RESERVATION FORM

Date of Res. ....

Ngày đăng ký giữ chỗ

Res. Clerk .....

Nhân viên đăng ký giữ chỗ:

Please Print or Type

Xin viết bằng chữ in

ARRIVAL DATE Ngày đến ..... ..... a.m. ..... sáng ..... p.m. ..... chiều	DEPARTURE DATE Ngày đi ..... ..... a.m. ..... sáng ..... p.m. ..... chiều	NO. NIGHTS Số đêm .....	NO. PERSONS Số người ..... Adults ..... người lớn ..... Children ..... trẻ em	RATE CONFIRMED Mức giá phòng \$ .....
NO. ROOMS Số phòng	ROOM TYPE: Loại phòng	QUEENBED giường Nữ hoàng (1on bed) giường 1 người	2 DOUBLE BEDS 2 giường đôi (20bi bed) 2 giường đôi	SUITE Phòng 2 căn hộ (2 bed rooms) phòng 2 giường đơn
OTHER	Crib Nặng người tệt già	Connecting Phòng thông nhau	Balcony Ban công	Other (Specify) Những thứ khác (kê kê)
REQUESTS: Những yêu cầu khác	Rollaway Adjacent	Pool overlook Nhìn ra hồ bơi		
NAME RESEVATION Tên người đăng ký	WILL BE UNDER	TEL (.....) Điện thoại		
Last Tên cuối	First ..... Tên họ	Middle Initial (Title, if one is offered)..... Tên MI		
STREET ADDRESS Địa chỉ	CITY Thành phố	STATE Quốc gia	ZIP Vùng	
REPRESENTING (WHERE APPLICABLE) Đại diện thông tin		TEL Điện thoại		
STREET ADDRESS Địa chỉ	CITY Thành phố	STATE Quốc gia	ZIP Vùng	
IS RESERVATION GUARANTEED? Có đảm bảo cho việc đăng ký không?	Yes ..... Có	No ..... Không		
RESERVATION GUARANTEED BY Bảo đảm đăng ký do	.....			
Credit Card no.	No	Exp. Date	Deposit	Other (Specify)

Thẻ tin dụng số ..... Số ..... Ngày hết hạn ..... Đặt cọc ..... Được làm bởi người khác  
 RESERVATION MADE BY (if other than above).....  
 Remarks.....  
 Chú thích.....

**CHANGE OF RESERVATION**

Thay đổi đăng ký giữ chỗ

Original Reservation No ..... Original Date of Arrival ..... Original Rate.....  
 Giữ chỗ trước đó ..... Ngày giữ lại ..... Giá gốc .....  
 Remarks.....  
 Ghi chú.....  
 Reservation may or may not be guaranteed  
 Giữ chỗ có thể hoặc không cần bảo đảm.

Sau khi nhân viên thực hiện phiếu đăng ký giữ chỗ phải cấp thẻ đăng ký cho khách.  
 Sau đây là mẫu thẻ đăng ký (Guest registration card)

Room		Rate (giá phòng)	Resr./D		
Group			Arrival (Ngày đến)	Rate (Hồng bay)	Flight (chuyến bay)
Desk initial			Departure (Ngày đi)	Rate (giá phòng)	Fare (số người)
Registration: For safe keeping of money, jewelry and other valuables individual safe deposit boxes are provided at the Front desk at no charge. The Station Inn Lansing will not be liable for any items not secured in this manner.			Adult	Child	Resr. class (nhân viên giữ chỗ)
			Room	Type (loại phòng)	Rate (số phòng)
			Room description (Mô tả phòng)		
Home address			Deposit (số tiền cọc)		
City	State	Zip	Special services (Dịch vụ đặc biệt cần phục vụ lại nữa)		
DR. LIC (hàng đi và số) State					
Method of payment (phương thức thanh toán) <input type="checkbox"/> American Express <input type="checkbox"/> cash <input type="checkbox"/> Visa <input type="checkbox"/> carte bleche <input type="checkbox"/> Diners club <input type="checkbox"/> check <input type="checkbox"/> Master card			DOB..... (ngày sinh)..... Station Inn Lansing S. Crayts Rd at 1-495 Lansing, MI 48917		
			95000 (A - 82)		

**Mẫu 1: Mẫu đăng ký giữ chỗ trong khách sạn**

**3. Giải quyết tình trạng thiếu phòng**

Việc kinh doanh, dự đoán về số lượng khách đăng ký vượt trội và tình trạng bỏ phòng của khách sạn không phải lúc nào cũng êm xuôi. Có những trường hợp khách đăng ký không bỏ phòng, hoặc có bỏ nhưng với số lượng ít. Trong trường hợp này khách sạn thiếu phòng, có nghĩa là số lượng khách đã đăng ký không có phòng và khách sạn đuổi khách. Thật vậy, đây cũng là một hình thức đuổi khách và quyết định của mỗi khách sạn về việc này cũng khác nhau. Có thể có những khách sạn vui vẻ nhận lỗi và tìm đủ mọi cách để giới thiệu cho khách ở một khách sạn khác, hoặc cũng có thể có khách sạn không làm gì hết

ngoài việc xin lỗi, cười trừ và nghe khách phàn nàn.

Có nhiều khách sạn, ngoài việc xin lỗi khách và để nghỉ, giới thiệu khách chuyển qua khách sạn khác, chịu chi phí cho khách đêm đầu tiên, giúp khách phương tiện đi chuyển, để khách gọi điện thoại miễn phí báo cho gia đình biết việc chuyển khách sạn và giữ tên của khách ở khách sạn để tránh tình trạng những người khác không biết việc chuyển phòng của khách muốn liên hệ với khách thì khách sạn sẽ báo địa chỉ của khách. Cũng có những khách sạn, muốn sau này khách có dịp trở lại lưu trú nên họ hứa sẽ miễn phí đêm đầu tiên cho khách khi trở lại khách sạn lần kế tiếp.

#### **4. Những tranh chấp**

Giữa khách sạn và khách thường xảy ra tranh chấp và khách khiếu nại do việc khách sạn không giữ lời hứa trong việc đăng ký giữ chỗ trước.

Luật Việt Nam không quy định việc khách sạn đăng ký giữ chỗ vượt trội nhưng dân luật cấm việc vi phạm những điều đã thỏa thuận, cam kết.

Theo luật Mỹ, có nghiêm cấm và quy định hình phạt về việc khách sạn cho đăng ký giữ chỗ vượt trội số lượng phòng của khách sạn.

Trường hợp Scher kiện đại lý du lịch Liberty Travel Service và những cơ quan khác: Hai vợ chồng bác sĩ ở New York đi du lịch dưỡng bệnh ở Caribê.

Người vợ mới bị mổ 3 tháng trước khi đi du lịch và đã thanh toán tiền phòng trước với một cơ quan du lịch để được ở lại khách sạn 3 tuần tại Caribê. Một cơn bão tuyết đổ xuống phi trường New York làm cho đôi vợ chồng bác sĩ không thể đến đúng chương trình đêm đầu tiên.

Họ thông báo cho đại lý du lịch nơi đặt chỗ khách sạn về lý do trì hoãn kế hoạch của họ. Khi đến Caribê, ban đầu họ bị từ chối về phòng trọ, mặc dù họ có xác nhận việc đăng ký giữ chỗ. Tuy nhiên, cuối cùng khách sạn đồng ý để họ ở lại khách sạn hai đêm, với điều kiện sau hai đêm họ sẽ dời đi nơi khác.

Mặc dù những nỗ lực tìm kiếm phòng trọ, nhưng họ không thể tìm được phòng thích hợp cho kỳ nghỉ của họ và không có phương tiện để quay về New York. Cuối cùng họ đã bay đến một đảo khác ở Caribê và đặt vé trở lại New York bằng đường tàu biển.

Sau đó, họ kiện cơ quan đại lý du lịch và khách sạn về sự thất hứa, tòa án quyết định bồi thường thiệt hại 15.000 USD về thiệt hại vật chất và tinh thần.

Vậy, để giảm thiểu mức độ rủi ro, tránh tình trạng kiện tụng và giữ uy tín với khách, mỗi khách sạn cần phải làm tốt công việc dự báo để cho thuê phòng.

#### **5. Dự báo phòng cho thuê: (Forecasting room availability)**

Điều quan trọng nhất đối với kế hoạch ngắn hạn ở khách sạn mà người phụ trách Marketing ở phòng lễ tân là việc dự báo phòng trống để bán hàng ngày. Dự báo phòng trống để giúp cho việc quản lý tiến trình đăng ký và hướng dẫn nhân viên phòng lễ tân trong việc bán phòng được chính xác hơn. Do đó, việc dự báo phòng trống đồng nghĩa với việc dự báo phòng để cho thuê theo từng ngày trong khách sạn. Đây là việc làm vô cùng quan trọng và rất có ý nghĩa cho mỗi khách sạn vào những ngày đông khách, nhằm tối đa hóa doanh thu, giảm thiểu doanh số mất đi và tránh sự phiền hà cho khách. Ngoài ra, việc dự báo phòng trong khách sạn còn được sử dụng cho việc quản lý của nhiều cấp khác nhau

để từ đó có thể điều chỉnh số phòng, bố trí nhân viên làm việc và khách sạn có thể sử dụng số liệu dự báo hàng ngày về số phòng để lập kế hoạch kinh doanh, dự báo về doanh thu, lợi nhuận...

Đi nhiên, trên cơ sở khoa học, kết quả của dự báo chỉ như một sự tin cậy về thông tin. Dự báo được xem như là một sự hướng dẫn về sự quyết định mức độ bố trí cán bộ công nhân viên cho khách sạn, mọi nỗ lực sẽ được thực hiện tiếp theo để cập nhật nhằm đảm bảo tính chính xác. Dự báo là một việc làm khá khăn phức tạp. Nó đòi hỏi kỹ năng, kinh nghiệm, hiệu quả thành tích lập được và phương pháp tính toán chính xác liên quan đến nhiều yếu tố khác nhau.

#### **a) Thông tin cần thiết cho dự báo**

Sau đây là những thông tin cần thiết cho việc dự báo:

1. Một sự hiểu biết tổng quát, xuyên suốt về khách sạn và những vùng chung quanh.
2. Hồ sơ thị trường phục vụ riêng của khách sạn.
3. Kế hoạch về tu bổ hay đổi mới những phòng, nếu không sẽ không đưa vào sử dụng được những phòng này.
4. Bảng kê khai số liệu khách thuê phòng của khách sạn trong mỗi ngày, mỗi tháng và theo từng giai đoạn của những năm trước đây.
5. Sự hiểu biết về khuyến khích đăng ký phòng của khách, chẳng hạn như hàng kê khai số liệu theo từng thời gian chính trong mùa hay năm.
6. Một bảng kê khai chi tiết những sự kiện chương trình trong vùng cho một ngày.
7. Hồ sơ chi rõ những nhóm đặt phòng cho từng ngày.
8. Số phòng đăng ký giữ chỗ có đặt cọc và không đặt cọc của khách cho từng ngày.
9. Phần trăm của số phòng dự trữ để chuẩn bị cho những phòng có thể có sự cố ngoài dự tính.

#### **b) Sử dụng dữ liệu dự báo: (Useful forecasting data)**

Khi dự báo, người ta dựa vào bảng liệt kê số liệu khách thuê phòng hàng ngày của một khách sạn. Dưới đây là những thông tin cần thiết sẽ dụng cho việc dự báo:

1. Số khách đến (Arrivals).
2. Số khách đến không đăng ký trước (Walk-ins).
3. Số khách đến có đăng ký giữ chỗ trước (Reservations).
4. Số khách bỏ phòng (No-shows).
5. Số phòng có khách ở ít hơn số ngày đăng ký (Understays).
6. Số phòng có khách ở nhiều hơn số ngày đăng ký (Overstays).
7. Số phòng có khách làm thủ tục xuất phòng (Check-outs).

Dữ liệu dự báo rất quan trọng bởi vì nó là kết quả của việc tính toán từ nhiều tỷ lệ khác nhau giúp cho việc quyết định về số phòng để bán. Dưới đây là tỷ lệ phần trăm và ý nghĩa của những dữ liệu cần thiết trong dự báo:

#### **1. Bớt phần của số phòng khách bỏ trống: (No-shows)**



Phần trăm của số phòng khách bỏ trống chỉ định phần trăm của khách có đăng ký mà không đến nhận phòng. Tỷ lệ này được đưa vào sử dụng để bán phòng cho số khách đến sớm mà không có đăng ký. Tỷ lệ này còn mang ý nghĩa về việc đảm bảo cho khách sạn sự an toàn về việc lỗi lầm khi cho khách đăng ký vượt trội. Những khách sạn có tỷ lệ phòng khách bỏ trống cao sẽ có ý nghĩa hơn trong việc dự báo phòng cho thuê.

Tỷ lệ phần trăm của phòng khách bỏ trống được tính bằng việc chia số phòng khách bỏ trống trong một khoảng thời gian nhất định (ngày, tuần, tháng hay năm) cho tổng số khách đăng ký giữ chỗ trong cùng khoảng thời gian đó.

Dưới đây là bảng số liệu về tỷ lệ của khách bỏ phòng ở khách sạn Holly Hotel trong tuần đầu của tháng 3: (bảng số 5)

Thứ (Day)	Ngày (Date)	Khách (Guest)	Khách đến (Arrivals)	Khách không đăng ký (Walk - ins)	Khách đăng ký (Reservations)	Khách bỏ phòng (No-shows)
Thứ hai	1/3	118	70	13	63	6
Thứ ba	2/3	145	55	15	48	8
Thứ tư	3/3	178	68	18	56	4
Thứ năm	4/3	117	53	22	48	17
Thứ sáu	5/3	75	35	8	35	8
Thứ bảy	6/3	86	28	5	28	4
Chủ nhật	7/3	49	17	10	12	5
Tổng cộng		786	328	90	288	52

**Bảng 5: Tỷ lệ khách bỏ phòng**

Thứ (Day)	Ngày (Date)	Phòng khách thuê (Occupied rooms)	Khách ở quá ngày (Overlays)	Khách ở ít hơn ngày đăng ký (Underlays)	Khách làm thủ tục suất phòng (Check - outs)
Thứ hai	1/3	90	6	0	30
Thứ ba	2/3	115	10	3	30
Thứ tư	3/3	120	12	6	63
Thứ năm	4/3	95	3	18	78
Thứ sáu	5/3	50	7	0	60
Thứ bảy	6/3	58	6	3	20
Chủ nhật	7/3	30	3	3	45
Tổng cộng		558	47	33	346

**Bảng 6: Số liệu khách lưu trú tại khách sạn Holly Hotel**

Từ bảng số liệu trên, ta tính được:

$$\text{Phần trăm khách đăng ký bỏ phòng} = \frac{\text{Số khách bỏ phòng}}{\text{Số khách đăng ký}} = \frac{52}{288} = 18,06\%$$

## 2. Bäck phần khách không đăng ký:

Phần trăm của khách không đăng ký được tính bằng cách chia số khách đến không đăng ký cho tổng số khách đến cùng kỳ. Tỷ lệ khách đến không đăng ký cao sẽ khó khăn cho việc dự báo của khách sạn:

$$\text{Tỷ lệ khách không đăng ký} = \frac{\text{Số khách không đăng ký}}{\text{Tổng số khách đến}} = \frac{90}{326} = 0,2761$$

Hay tỷ lệ khách đến không đăng ký là 27,61%

### 3. Bách phần khách ở quá ngày (Percentage of Overstays)

Bách phần hay phần trăm của khách ở quá ngày là số phòng có khách ở tiếp tục quá ngày đăng ký. Khách ở quá ngày có thể là khách đã hoặc chưa đặt cọc khi đăng ký hoặc khách đến ở không đăng ký trước. Khách ở quá ngày đăng ký (Overstays) không nên lẫn lộn với khách đến ở không đúng ngày đăng ký (Stayovers), là những khách đến trước ngày hẹn và ngày đi theo lịch trình của họ cũng không đúng ngày ấn định trước.

Bách phần khách ở quá ngày đăng ký cao là một việc khó khăn cho khách sạn khi dự báo. Sau đây là công thức tính tỷ lệ khách ở quá ngày đăng ký:

$$\begin{aligned} \text{Phần trăm khách ở quá ngày đăng ký} &= \frac{\text{Số khách ở quá ngày đăng ký}}{\text{Số khách làm thủ tục xuất phòng}} \\ &= \frac{47}{346} = 0,1356 \text{ hay } 13,56\% \end{aligned}$$

### 4. Bách phần khách rời phòng trước thời hạn đăng ký (Percentage of understays)

Tỷ lệ khách rời phòng trước thời hạn đăng ký là chỉ số khách làm thủ tục xuất phòng sớm hơn ngày đã đăng ký. Số khách này có thể là khách đăng ký có đặt cọc hoặc không đặt tiền cọc, hoặc khách đến ở mà không đăng ký. Dưới đây là công thức tính phần trăm của khách rời phòng trước thời hạn đăng ký:

$$\begin{aligned} \text{Phần trăm của khách} \\ \text{rời phòng trước thời} \\ \text{hạn đăng ký} &= \frac{\text{Số khách rời phòng trước thời hạn đăng ký}}{\text{Tổng số khách làm thủ tục xuất phòng}} \\ &= \frac{35}{346} = 0,0954 \text{ hay } 9,54\% \end{aligned}$$

Khách rời phòng trước thời hạn đăng ký là một điều không thuận lợi, vì khách sạn sẽ mất doanh thu do việc không kịp cho khách thuê phòng. Tuy nhiên, những khách ở quá ngày đăng ký sẽ bù đắp vào doanh thu vào những đêm mà khách sạn không thể có thêm khách. Nhưng có một vấn đề phức tạp cho khách sạn là nếu phòng bị chiếm do việc khách ở quá ngày là phòng đã được chuẩn bị cho khách sắp đến.

Vì vậy, để kiểm soát khách ở quá ngày và khách rời phòng trước thời hạn đăng ký, người phụ trách Marketing nên:

1. Xác định ngày rời khách sạn của mỗi khách;

2. Nên có một phiếu để trong phòng khách ở trước ngày khách rời phòng (hoặc sáng sớm ngày khách rời phòng) xem như một lời nhắc khéo (Subtle reminder) để khách rời phòng đúng hạn, hoặc nếu cần, khách có thể giải thích và đăng ký lại ngày rời phòng;

3. Tiếp xúc với khách ở quá ngày đăng ký vào ngày định rời phòng để lập thủ tục xuất phòng. Mỗi ngày phòng có khách cần được xác định và những phòng có khách chuẩn bị làm thủ tục rời phòng nên được đánh dấu bằng cờ. Khách không rời phòng theo chương trình định sẵn cần phải được tiếp xúc để tìm hiểu mục đích của khách. Những việc làm này cho phép phòng dễ tìm kiếm điều chỉnh lại kế hoạch trước đây về số phòng để bán cho khách.

c) Công thức dự báo phòng cho thuê (Room availability forecast formula)

Số phòng bán có thể tính theo công thức dưới đây:

$$\text{(Tổng số phòng)} - [\text{Số phòng không sử dụng được (out of order)}] - [\text{Số phòng khách đến trước hoặc sau ngày đăng ký}] - [\text{Số phòng khách đăng ký}] + [\text{Số phòng khách đăng ký nhận với phần trăm của phòng khách bỏ chỗ}] + [\text{Số phòng khách ở chưa tới hạn}] - [\text{Số phòng khách ở quá hạn}]$$

Ví dụ: Một khách sạn có 120 phòng. Ngày 01 tháng 02 có 03 phòng trống không sử dụng được và 55 khách ở quá ngày đăng ký, có 42 khách đăng ký giữ chỗ, phần trăm của khách bỏ chỗ là 18,06%, quản lý phòng lễ tân cho biết có 08 khách đăng ký có thể không đến ( $42 \times 18,06 \approx 8$ ). Trên cơ sở số liệu của khách sạn, dự tính có 06 khách ở dưới ngày đăng ký và 15 khách ở quá ngày đăng ký. Vậy số phòng để bán trong ngày 01 tháng 02 được tính như sau:

Tổng số phòng	120
- Số phòng không sử dụng được	- 3
- Số phòng khách ở quá ngày đăng ký	- 55
- Số phòng khách đăng ký	- 42
+ Số khách đăng ký nhận với phần trăm của khách bỏ phòng	+ 8
+ Số phòng khách rời phòng trước thời hạn đăng ký	+ 6
- Số phòng khách ở lại quá ngày đăng ký	- 15
<b>Số phòng có thể bán</b>	<b>19</b>

Như vậy, ngày 01 tháng 02, khách sạn có thể bán 19 phòng. Từ con số này, người phụ trách Marketing có thể định một mức nhiều hoặc ít hơn và có thể bố trí đội ngũ nhân viên để phục vụ. Quyết định này nên được thực hiện một cách uyển chuyển và nên kết hợp chặt chẽ với phòng lễ tân để cập nhật chính xác về số khách đến và đi.

d) Dự báo ba ngày (3-Day Forecast)

Dự báo 3 ngày là một sự cập nhật bằng tương trình, nó phản ánh hầu hết những phòng có thể sử dụng hiện thời. Mỗi chi tiết của bất cứ sự thay đổi nào trong giai đoạn 3 ngày là điều cần thiết để điều chỉnh cho dự báo 10 ngày (10-Day Forecast). Dự báo 3 ngày rất cần thiết để hướng dẫn việc quản lý để điều chỉnh lịch phân công làm việc và bổ sung thông tin cho phòng dự báo được chính xác hơn.

Dưới đây là mẫu dự báo 3 ngày của khách sạn

<p>Sample 3-Day Forecast Form Ngày .....</p> <p>Thứ ..... Ngày .....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bắt đầu có phòng trống .....</li> <li>• Số khách làm thủ tục rời phòng sau cùng .....</li> <li>• Cộng phần trăm biểu đồ .....</li> <li>• Số khách khởi hành theo máy tính .....</li> <li>• Tổng số phòng sẵn sàng cho thuê .....</li> <li>• Ước tính số phòng có khách đến .....</li> <li>• Ước tính phòng trống .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cộng thực tế phòng khách đăng ký .....</li> <li>• % khách hủy bỏ ngày trước .....</li> <li>• % khách bỏ phòng .....</li> <li>• Số thuận về khách đăng ký giữ chỗ .....</li> <li>• Ước tính thêm vào ngày trước .....</li> </ul> <p>(Bao gồm những khách bên ngoài quầy)</p> <p>Tình trạng phòng có thể cho thuê</p>
<p>Thứ ..... Ngày .....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bắt đầu có phòng trống .....</li> <li>• Tính lại ngày (đến) thì hai .....</li> <li>• Ước tính tổng kết .....</li> <li>• Tính số khách làm thủ tục rời phòng .....</li> <li>• Cộng phần trăm biểu đồ .....</li> <li>• Số khách rời phòng theo máy tính .....</li> <li>• Tổng số phòng sẵn sàng cho thuê .....</li> <li>• Ước tính số phòng khách đến .....</li> <li>• Ước tính phòng trống .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tính phòng khách đặt chỗ .....</li> <li>• Ước tính thêm số khách đăng ký .....</li> <li>• Ước tính tổng số khách đăng ký .....</li> <li>• % khách hủy chỗ ngày trước .....</li> <li>• % khách bỏ phòng .....</li> <li>• Khách đăng ký thuận .....</li> <li>• Ước tính thêm số khách ngày trước .....</li> </ul> <p>(Bao gồm những phòng bên ngoài quầy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ước tính tổng số phòng khách đến .....</li> </ul> <p>Tình trạng phòng có thể cho thuê</p>
<p>Thứ ..... Ngày .....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bắt đầu có phòng trống .....</li> <li>• Tính lại lại ngày thứ nhất .....</li> <li>• Ước tính tổng kết .....</li> <li>• Tính số khách làm thủ tục rời phòng .....</li> <li>• Cộng phần trăm biểu đồ .....</li> <li>• Số khách rời phòng theo máy tính .....</li> <li>• Tổng số phòng sẵn sàng cho thuê .....</li> <li>• Ước tính số phòng khách đến .....</li> <li>• Ước tính phòng trống .....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tính phòng khách đặt chỗ .....</li> <li>• Ước tính thêm số khách đăng ký .....</li> <li>• Ước tính tổng số khách đăng ký .....</li> <li>• % khách hủy chỗ ngày trước .....</li> <li>• % khách bỏ phòng .....</li> <li>• Khách đăng ký thuận .....</li> <li>• Ước tính thêm số khách ngày trước .....</li> </ul> <p>(Bao gồm những phòng bên ngoài quầy)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ước tính tổng số khách đến .....</li> </ul> <p>Tình trạng phòng có thể cho thuê</p>
<p>Kỳ tên</p>	<p>Tình trạng phòng có thể cho thuê</p>

**Mẫu 2: Mẫu dự báo 3 ngày của khách sạn**

## V. BÁN PHÒNG CHO KHÁCH HỘI NGHỊ

Có 3 vấn đề cần nghiên cứu:

- Các loại khách hội nghị;
- Cách thức tiếp cận;
- Những vấn đề liên quan đến hợp đồng.

## 1. Các loại khách và nguồn khách hội nghị

Khách hội nghị có thể là khách đi theo đoàn hay khách đi du lịch riêng lẻ. Ở đây, chúng ta nghiên cứu loại khách đi theo đoàn và bán phòng cho khách hội nghị sử dụng làm phòng triển lãm, phòng họp và phòng lưu trú cho khách đi theo đoàn.

Vậy muốn tìm nguồn khách hội nghị để nghiên cứu nhu cầu của loại khách này chúng ta cần phải phân loại khách. Thông thường, khách hội nghị bao gồm khách họp về thương mại, báo hiếu, thể thao, văn hóa, khoa học xã hội, môi trường... Mỗi loại khách hội nghị trên có những đặc tính, nhu cầu riêng. Khách sạn cần phải nghiên cứu, chuẩn bị để đáp ứng những nhu cầu của khách. Ngoài ra, có nhiều yếu tố khá quan trọng khi tìm hiểu nhu cầu của khách hội nghị và những yếu tố này quyết định nơi tổ chức một cuộc hội nghị. Theo Ziff - Davis những yếu tố sau đây được các nhà lập kế hoạch chú trọng trong việc chọn lựa nơi tổ chức hội nghị, hội họp:

TT	Các yếu tố	Sự quan trọng
1	Chất lượng phục vụ thức ăn	69
2	Kích cỡ và khả năng của các phòng họp	66
3	Kích cỡ và khả năng của các phòng ngủ	57
4	Thực hiện công việc giao phó của một người trong ban lãnh đạo để điều hành tất cả những vấn đề - tiếp xúc	36
5	Hiệu quả các phương thức đăng ký đến và thanh toán đi	36
6	Hiệu quả các phương thức ghi hóa đơn	30
7	Tiện nghi giải trí tại chỗ	30
8	Lợi ích của các dịch vụ và trang bị hỗ trợ hội họp như phương tiện nghe nhìn	28
9	Kinh nghiệm trong quan hệ với những cơ sở và ban giám đốc	27
10	Nơi tổ chức gần phi trường	15
11	Chuẩn bị về dịch vụ hội họp, đặc biệt việc đăng ký trước	12
12	Kích cỡ, khả năng của người phục vụ và bàn ghế, phòng ốc	16
13	Tiện lợi của vận chuyển	10
14	Lợi ích của mặt bằng triển lãm (trung bày)	9
15	Gần với cửa hàng, nhà hàng và các khu vui chơi bên ngoài	7
16	Cơ sở mới mẻ	5

**Bảng 7: Các yếu tố quyết định nơi tổ chức hội nghị của Ziff - Davis**

Những thông tin về nguồn khách từ báo chí trong nước, từ văn phòng thông tin du lịch của mỗi nước ở ngoại quốc, hoặc ngay từ ban tổ chức hội nghị cung cấp.

## 2. Cách thức tiếp cận:

Khi đã nắm bắt được nguồn tin về khách hội nghị, khách sạn cần phải tiếp cận với ban tổ chức hội nghị. Tìm hiểu về khách hội nghị qua những vấn đề:

- Ai là người có thẩm quyền trong việc ký kết hợp đồng và thanh toán tiền cho khách sạn.
- Nội dung hội nghị là gì?
- Số lượng người tham dự.
- Nhu cầu của khách.

- Khả năng đáp ứng của khách sạn hiện có.
- Những bổ sung phương tiện để đáp ứng nhu cầu.

Để tìm hiểu những thông tin trên cần phải tiếp cận với trưởng ban tổ chức hội nghị qua điện thoại, Fax hoặc Email để hẹn gặp nhau bàn bạc hợp đồng.

Có thể tiếp cận với khách hội nghị bằng cách tiếp xúc trực tiếp hoặc qua trung gian của một văn phòng đại diện hoặc một cá nhân. Nếu khách hội nghị là khách quốc tế, quyền quyết định về hợp đồng thuê phòng hội nghị do một cơ quan ngoại quốc, tốt nhất khách sạn nên tiếp xúc qua trung gian của Văn phòng Thông tin Du lịch của Chính phủ ở ngoại quốc, hoặc nếu khách sạn có đại diện ở nước ngoài, trong trường hợp này nên tiếp xúc trực tiếp với cơ quan tổ chức. Trái lại, nếu cơ quan tổ chức hội nghị ở trong nước, khách sạn nên trực tiếp với ban tổ chức để thu thập thông tin và có chiến lược bán phòng thích hợp.

Khi tiếp cận với khách hàng, dù trực tiếp hoặc gián tiếp, khách sạn cũng chuẩn bị kỹ những phương án thỏa mãn điều kiện của khách hàng, những sản phẩm của khách sạn như Phòng họp, phòng triển lãm, phòng ngủ, phương tiện phục vụ phải vượt trội hoặc không thua kém đối thủ cạnh tranh và giá cả hợp lý.

### 3. Ký kết hợp đồng

Sau khi tìm cách tiếp cận và trình bày sản phẩm, những phương cách đáp ứng nhu cầu của khách và khách chấp thuận những đáp ứng, bước tiếp theo để hoàn tất việc bán phòng là ký kết hợp đồng với khách hàng.

Nội dung của một bản hợp đồng bán phòng cho khách hội nghị bao gồm những điểm chính yếu sau đây:

- Khách sạn cung cấp gì cho khách hội nghị: Phòng trọ, phòng họp, bữa ăn, tiệc tùng, phòng trưng bày, thính thị, hệ thống âm thanh, ánh sáng.
- Số tiền hội nghị chi trả.
- Nội dung hội nghị.
- Ngày thanh toán, phương thức thanh toán.
- Những điều khoản bảo đảm.

Dưới đây là mẫu hợp đồng bán phòng cho khách hội nghị (Mẫu 2). Mẫu hợp đồng này chỉ sử dụng để tham khảo. Khi ký kết hợp đồng, tùy theo trường hợp để linh động về những điều khoản quy định, không nhất thiết phải theo đúng như mẫu này.

Điều chú ý trong việc ký kết hợp đồng với khách hội nghị là từ ngày ký kết cho đến khi thực hiện hợp đồng, có thể kéo dài từ một đến hai năm. Chính vì lẽ này, để đảm bảo an toàn và tránh tình trạng không tốt về trách nhiệm, trước khi ký kết hợp đồng, khách sạn nên mời luật sư cố vấn.

Mẫu hợp đồng hội nghị (Mẫu 3)

SAMPLE CONVENTION CONTRACT

(Trích từ sách Understanding Hospitality Law của Jack P. Jefferies, J.D., LL.M., J.S.D.)

This will confirm arrangements made by.....(name of Association) and.....(name of Hotel) concerning the.....forth coming meeting/ convention.

The.....(hereafter referred to as the "Association") and.....Hotel (hereafter referred to as the "Facility") agree that:

1.The Association hereby engages the Facility and its staff for a meeting/ convention and the Facility agrees to furnish same on the following terms: (By mutual agreement in writing, these rates, as well as the rates set forth in paragraph 1 (f) here of may be revised or otherwise changed)

(a) Scheduled dates and days of meeting/ convention from.....to.....

(b) Start exhibit set up.....A.M/P.M.

(c) The rates to be charged by the Facility for sleeping rooms are as follows:

Single Room from	\$	to \$	or Flat Rate
Double Room from	\$	to \$	or Flat Rate
Twin Room from	\$	to \$	or Flat Rate
Suites from	\$	to \$	or Flat Rate
Other from	\$	to \$	or Flat Rate

(d) The Association presently estimates the number of rooms required to be as follows:

No of Single

Minimum and maximum

No of Double

Minimum and maximum

No of Twin

Minimum and maximum

No of Suites

Minimum and maximum

No of Other (Specified)

Minimum and maximum

(Note: If room from X to Y dollars (paragraph c) then specify at each rate)

It is anticipated that.....of those attending may wish to have an earlier check-in. The dates for early check-in are..... In which case the Facility will provide rooms therefor at convention rates specified. The same rates will apply for.....days following the

convention/meeting.

The Facility guarantees it will provide at least the maximum number of rooms set forth in paragraph (d) and the Association agrees to provide occupancy for the minimum number of rooms specified.

The Association agrees to keep the Facility informed periodically of registrations received in advance so that more exact estimates can be made as to room requirements. It is agreed that periodic changes in the above estimates (d) may be made from time to time up to.....days prior to the meeting/convention, but in no case shall the minimum or maximum number set forth in this agreement be changed except by written agreement. The Association and Facility shall agree in advance on a mutually satisfactory review schedule of convention developments and specify when and how rooms may be released by either party (Review dates and times should be specified in this letter of agreement). After the agreed upon cutoff date the Association and Facility will be held responsible to meet the final agreement.

Facility agrees to refer all requests for suites (if any are held) and/or public rooms to Association for approval before assignment if the applicant is identified with the Association or industry it serves.

The Association shall/shall not request room deposits of convention delegates.

The Facility agrees to provide the Association with a final occupancy report showing number of rooms occupied each day of the convention period.

(e) Specify here any agreement by the Facility to improve, remodel, or create certain rooms or areas or add services prior to the event covered by this contract. The specifics of the changes in the Facility should be spelled out in this contract and it should be stated if failure to meet the requirements by a specified date would be cause for cancellation of the agreement by the Association. Reasonable and adequate notification of the Association should be required of any remodeling which would result in a change in the number of suites or public space available.

(f) Anticipated meeting room requirements:

Room Reserved	From Date and Hour to Date and Hour
.....	.....
.....	.....
.....	.....
Type of function	Rental charge (if any)
Anticipated	.....
.....	.....
.....	.....

A tentative schedule of meeting rooms required will be submitted to the Facility at least .....months in advance of the meeting/convention. A firm and detailed schedule of meeting rooms required will be furnished the Facility not later than.....months before the meeting/convention. Unless otherwise specified in this agreement, public space as



outlined above shall be reserved for the Association unless released in writing. (If total facility is being booked the language should state "All public space shall be reserved for the Association without charge" (or with charges as specified) for use at the discretion of the Association. If the Association is utilizing only a part of the facility, the above room schedule should be completed.

(g) Anticipated exhibit space required. The Facility agrees to reserve .....rooms for use as exhibit space. Cost for space shall be.....(if any). Service to be provided in exhibit hall by Facility include (here specify such items as cleaning, extra lighting, carpeting, advance storage, security, number of microphones available, audio - visual equipment available, operator rates, power supply, or other items agreed upon;

The Facility warrants that the following union regulations prevail in the exhibit hall and will promptly notify the Association of any change. Current conditions are (outline union requirements in exposition hall);

Special equipment needs of the Association (description and rates);

(h) Banquet facilities required.

(i) A guarantee of the number of persons attending each food or beverage function will be given to the Facility at least.....hours in advance of the function. The Facility agrees to set for .....% over the guarantee. The above food function (package) shall be provided at a per person cost of \$.....Beverage/liquor by drink and/or bottle shall be provided at a cost of \$..... Such prices are subject to review up to six months prior to the event.

If a meal function is to be added to the package, the price applied shall be the same as that included in the above package for a like meal.

(j) Complimentary accommodation, if any, to be furnished by the Facility to the Association (description of rooms and suites, dates of availability and number);

(k) The Facility will give the Association notice of any construction or remodeling to be performed in the Facility which might interfere with the event. In such event, Facility must provide equal alternate space within the facility under contract.

2. The Facility and Association agree that the following procedure shall be followed with regard to gratuities.

(Note: Specific individuals, amount or percent and procedure may be spelled out)

3. It is agreed by the parties that the foregoing sets forth the essential features of the agreement between the parties, and that specific details as to registration, assigning rooms for persons attending, handling of materials, special services, collection of tickets, accounting, master account billing procedures, promotion, publicity and other matters will be worked out and confirmed in writing to the satisfaction of both parties prior to the meeting/convention.

4. This agreement will bind both the Association and the Facility and except as above provided in paragraph 1(e), may be canceled by either party only upon the giving of written notice at least.....(years).....(months).....(days) prior to the dates of the meeting/convention, that is no later than.....(specific date)

5. The Facility and the Association each agree to carry adequate liability and other insurance protecting itself against any claims arising from any activities conducted in the Facility during the meeting/convention, namely (specify):

.....(Hotel)

By ..... General Manager

..... Sales Manager

The Undersigned Accepts and Agrees to all terms, conditions and the rates above set forth in this Agreement.

.....(Association)

By ..... Chief Elected Officer (title)

..... Chief Paid Executive (title)

Dưới đây là bản dịch mẫu hợp đồng.

### MẪU HỢP ĐỒNG HỘI NGHỊ

Văn bản này xác nhận những thỏa thuận giữa .....(tên Hội nghị) và.....(tên khách sạn) về việc ..... tổ chức hội họp/tổ chức hội nghị.

Bên.....(đề cập dưới đây được gọi là "Bên Hội nghị") và khách sạn..... (đề cập dưới đây được gọi là "bên cung cấp phương tiện") thỏa thuận với nhau rằng:

1. Bên Hội nghị yêu cầu bên cung cấp phương tiện và ban lãnh đạo của họ về một cuộc họp/hội nghị và bên cung cấp phương tiện đồng ý cung cấp theo những điều khoản sau đây: (Bởi sự thỏa thuận với nhau bằng văn bản, những giá này cũng như những mức giá được thiết lập trong đoạn 1 (f) có thể xem xét lại hoặc được thay đổi).

a. Thời biểu hàng ngày và những ngày hội họp/ hội nghị từ..... đến.....

b. Bắt đầu từ..... sáng/chiều

c. Mức giá về phòng ngủ bên cung cấp phương tiện cho các loại phòng như sau:

Phòng đơn từ ..... đô la đến..... đô la hay mức giá cao nhất

Phòng đôi từ ..... đô la đến..... đô la hoặc mức giá cao nhất

Phòng 2 phòng đôi từ..... đô la đến..... đô la hoặc mức giá cao nhất

Phòng căn hộ từ ..... đô la đến..... đô la hoặc mức giá cao nhất

Phòng khác từ ..... đô la đến..... đô la hoặc mức giá cao nhất

d. Bên Hội nghị đưa ra số phòng dự định được cung cấp như sau:

Số phòng đơn: Tối thiểu và tối đa

Số phòng đôi: Tối thiểu và tối đa

Số phòng 2 giường đôi: Tối thiểu và tối đa

Số phòng căn hộ: Tối thiểu và tối đa

Số phòng khác (kê khai ra): Tối thiểu và tối đa

(*Chú ý: nếu giá phòng ngủ từ X đến Y đô la (đoạn c) thì kê khai từng mức giá*)

Cán dự định rằng có khoảng.....người tham dự có thể muốn làm thủ tục lấy phòng sớm. Ngày làm thủ tục lấy phòng sớm là.... Trong trường hợp này bên cung cấp phương tiện sẽ cung cấp phòng ở mức giá đã kê khai. Những mức giá tương tự sẽ áp dụng cho..... những ngày kế tiếp của hội nghị/ hội họp.

Bên cung cấp phương tiện đảm bảo sẽ cung cấp ở mức ít nhất của số phòng tối đa đã được thiết lập ở đoạn (d) và bên Hội nghị đồng ý để cung cấp số lấy phòng tối thiểu của những phòng đã chỉ định.

Bên Hội nghị đồng ý thông báo trước theo định kỳ số đăng ký người tham dự mà Hội nghị nhận được để có thể ước tính chính xác trong việc cung cấp phòng. Hai bên thỏa thuận rằng có thể có những thay đổi định kỳ về những dự kiến kể trên (đi, tình huống có thể lên đến..... ngày trước khi hội nghị diễn ra, nhưng sẽ không có trường hợp thay đổi về con số tối thiểu hay tối đa trong sự thỏa thuận, ngoại trừ được thỏa thuận bằng văn bản. Bên Hội nghị và bên cung cấp phương tiện sẽ thỏa thuận trước về việc xem xét lại lịch triển khai hội nghị thích hợp cho đối bên và chỉ rõ khi nào và những phòng như thế nào có thể được miễn do bên kia (xem xét lại ngày giờ nên được kê khai trong văn bản thỏa thuận này). Sau khi thỏa thuận về ngày giới hạn, bên Hội nghị và bên cung cấp phương tiện sẽ ràng buộc trách nhiệm để đáp ứng sự thỏa thuận sau cùng.

Bên cung cấp phương tiện đồng ý xem xét lại tất cả những yêu cầu về phòng căn hộ (nếu có điều gì sai sót) và, hay những phòng chung cho bên Hội nghị về sự đồng ý trước của người chỉ định nếu người đặt phòng được bên Hội nghị xác định hay bên ngành mà họ phục vụ.

Bên Hội nghị sẽ hoặc không yêu cầu tiền đặt cọc phòng của thành viên đại biểu tham dự hội nghị.

Bên cung cấp phương tiện đồng ý cung cấp cho bên Hội nghị một bản tường trình về phòng sau cùng cho thấy số phòng sử dụng mỗi ngày trong giai đoạn hội nghị.

e. Ở đây cần xác định rõ là bất cứ sự thỏa thuận nào của bên cung cấp phương tiện đối với việc cải thiện, tu sửa hay tạo ra những phòng nào khác hoặc những khu vực hay thêm vào những dịch vụ trước khi những sự kiện xảy ra theo hợp đồng này và nó phải được nêu ra từ ngày được xác định, nếu không thì đó sẽ là nguyên nhân cho việc hủy bỏ hợp đồng của bên Hội nghị. Lý do và sự thông báo thích hợp của bên Hội nghị sẽ được công bố về bất cứ sự tu sửa nào, nó sẽ phát sinh sự thay đổi về số phòng căn hộ của khoảng không gian chung còn khả dụng.

f. Dự kiến về nhu cầu phòng họp:

Phòng đặt trước

Từ ngày và giờ

đến ngày và giờ

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Loại chức năng dự tính

Chi phí thuê

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Một dự kiến thời khóa biểu về phòng hội họp được trình lên bên cung cấp phương tiện ít nhất.....tháng trước khi hội họp / hội nghị. Việc xác nhận và chương trình chi tiết về yêu cầu của phòng hội họp sẽ được cung cấp cho bên cung cấp phương tiện không trễ hơn.....tháng trước hội họp / hội nghị, trừ khi quy định khác được chỉ rõ trong hợp đồng này, khoảng không gian chung được nêu ra trên đây sẽ được phục vụ cho bên Hội nghị, trừ khi được xác nhận lại bằng văn bản nếu toàn bộ tiện nghi được ghi rõ theo câu: "Tất cả những khoảng không gian chung được phục vụ cho Hội nghị miễn phí" (hoặc với chi phí như đã xác định) cho việc sử dụng theo sự phân phối của bên Hội nghị, nếu bên Hội nghị chỉ sử dụng một phần của phương tiện lịch phòng ở trên sẽ được bổ sung.

g. Khoảng không gian trình bày theo dự kiến cung cấp, bên cung cấp phương tiện đồng ý để dành.....phòng cho việc sử dụng như khoảng không gian trưng bày. Chi phí khoảng không gian trưng bày sẽ là.....(nếu có)

Dịch vụ cung cấp trong sảnh đường trưng bày do bên cung cấp phương tiện bao gồm: Lau chùi, chiếu sáng thêm, trái thơm, âm thanh, an ninh, số lượng máy micro, dụng cụ thịnh thị, dự kiến mức tổng đài, cung cấp điện và những mục đã thỏa thuận trên.

Bên cung cấp phương tiện cam kết rằng những quy định thống nhất sau đây sẽ có ưu thế hơn trong sảnh đường trưng bày và sẽ tức khắc thông báo cho bên Hội nghị về bất cứ điều gì thay đổi, những điều kiện hiện hành là (để cương cung cấp thống nhất trong sảnh đường trưng bày):

Những nhu cầu cung cấp đặc biệt của bên Hội nghị (diễn tả và mức giá).

h. Cung cấp tiện ghi phục vụ tiệc tùng.

i. Bảo đảm về con số người tham dự, mỗi khẩu phần ăn uống sẽ được thông báo cho bên cung cấp phương tiện ít nhất .....giờ trước mỗi bữa ăn.

Bên cung cấp phương tiện đồng ý ứng trước .....% về tiền đặt cọc. Những phần thức ăn (trọn gói) sẽ được cung cấp với giá là .....đồng/người. Thức ăn uống/rượu mời để uống hay chai sẽ được cung cấp với giá là.....đồng. Mỗi loại giá về những thức ăn, uống được xem xét lại trước 6 tháng khi hội nghị diễn ra.

Nếu một suất ăn được cộng thêm đối với những phần ăn, giá áp dụng cũng giống như giá cung cấp bao gồm những suất ăn ở trên.

j. Việc thu xếp chỗ ở bổ sung, nếu có, được bên cung cấp phương tiện cung cấp cho bên Hội nghị (mô tả những phòng và phòng/cam hệ, ngày sử dụng và số lượng);

k. Bên cung cấp phương tiện sẽ thông báo với bên Hội nghị về bất cứ xây dựng hay sự tái phối trí nào cần được thực hiện mà bên cung cấp phương tiện có thể can thiệp vào sự kiện đó.

Trong mỗi trường hợp, bên cung cấp phương tiện phải cung cấp khoảng không gian tương ứng với những tiện ghi được quy định trong hợp đồng.

2. Bên cung cấp phương tiện và bên Hội nghị đồng ý những thủ tục sau đây sẽ được kèm theo liên quan đến tiền thường (chú ý: Chỉ rõ những cá nhân, số tiền thường hay phần trăm và thủ tục có thể kể ra).

3. Đòi bên đồng ý rằng những điều kể ra trước đây sẽ tạo thành những yếu tố căn bản của hợp đồng giữa đôi bên và những chi tiết đặc biệt về việc đăng ký, chỉ định phòng cho những người tham dự, việc sử dụng nguyên vật liệu, những dịch vụ đặc biệt, việc chọn lựa vé, sự thanh toán, những thủ tục biên lai thanh toán, cổ động, quảng cáo và những vấn đề khác sẽ được bàn bạc và được xác định bằng văn bản nhằm thỏa mãn đôi bên trước khi hội họp/ hội nghị diễn ra.

4. Hợp đồng này sẽ ràng buộc đôi bên, ngoại trừ trường hợp như đã trình bày ở trên về đoạn 1(e), có thể bị hủy bởi bất cứ bên nào với điều kiện cung cấp thông báo bằng văn bản ít nhất .....(năm).....(tháng).....(ngày) trước ngày hội họp/ hội nghị, có nghĩa là không được trễ hơn.....(chỉ định ngày).

5. Bên cung cấp phương tiện cả bên Hội nghị đồng ý thực hiện thỏa đáng những nghĩa vụ tương ứng và những bảo đảm khác để bảo vệ bất cứ những khiếu nại nào phát sinh do việc thực hiện bởi bên cung cấp phương tiện trong suốt thời gian hội họp/hội nghị, đó là (ô khai):

Những người ký tên dưới đây chấp nhận và thỏa thuận những điều khoản, điều kiện và những mức giá được quy định

\_\_\_\_\_ (Khách sạn)  
Ông, bà \_\_\_\_\_ Tổng giám đốc  
\_\_\_\_\_ Giám đốc mại vụ

\_\_\_\_\_ (Bên Hội nghị)  
Ông, bà \_\_\_\_\_ Trưởng đại diện  
\_\_\_\_\_ Kế toán trưởng

#### Mẫu bán phòng cho khách hội họp

### MẪU HỢP ĐỒNG HỘI THẢO CỦA KHÁCH SẠN SAIGON NEW WORLD

Tham khảo: ...  
Ngày... tháng.. năm...  
Kính gửi: ...  
Địa chỉ: ...  
Điện thoại: ..... Fax: .....  
Kính thưa Ngài

Khách sạn Saigon New World nồng nhiệt chào đón! Về việc thảo luận liên quan đến cuộc hội thảo của quý ngài sắp tới, chúng tôi vinh hạnh gửi đến Ngài bản thỏa thuận sau đây để Ngài nghiên cứu.

Ngày... (thứ)

Giờ:

- 02:30 Chiều đến 06:30 chiều: Hội thảo
- 04:00 Chiều đến 04:30 chiều: Giải lao coffee
- 06:45 Chiều đến 09:00 chiều: Dinner

Địa điểm:

- Hội thảo: Hội trường Mekong 2 - 3
- Dinner: Hội trường Mekong 1 - 2

*Nội dung thảo luận về hội thảo: Hội thảo về tiệc tối*

Thành phần tham dự:

Dự kiến: ... khách Báo đảm... khách

Để chúng tôi phục vụ tốt hơn, một danh sách những người tham dự nên gửi trước cho chúng tôi 3 ngày kể từ ngày tổ chức hội thảo. Chi phí sẽ dựa vào số báo đảm sau cùng hay dựa vào số thực tế, kể cả số cao hơn.

Tiền thuê phòng:

Tiền thuê phòng không dựa vào số người tham dự đã được báo đảm mà căn cứ vào kết quả thực tế.

## NHỮNG CHI TIẾT HỘI THẢO

Thực đơn:

- Giờ giải lao cà phê: Bánh nhân hỗn hợp, trái cây ướp lạnh, trà cà phê.

- Tiệc tối: Thực đơn tiệc đứng - Xin vui lòng chọn 5 món xà lách, 1 đĩa nguội, 6 đĩa nóng, món tráng miệng theo thực đơn đính kèm.

Giá cơ: Giá đặc biệt trọn gói cho hội họp là:.... đô la trên mỗi người.

(Bao gồm nửa ngày hội họp với một buổi giải lao cà phê, tiệc tối, thuế giá trị gia tăng, chi phí dịch vụ)

Thuê phòng trong buổi tiệc tối:

Bia và thức uống nhẹ... đô la trên mỗi người trong 2 giờ. Những thức uống khác chi phí dựa trên mức sử dụng.

(Xin vui lòng xem bảng giá thuê phòng tiệc tối)

Sắp xếp các hạng mục:

- Về hội thảo:

- Hội trường sắp xếp theo kiểu rạp hát
- Bảng lật ngược treo biểu đồ, bảng trắng và bút lông.
- Bục đứng thuyết trình
- Bàn để hồ sơ
- Núi uống cà phê giờ giải lao

• Bàn tiếp tân ở lối vào, có hoa tươi và khay bạc

- Vé tiệc tối:

Kiểu tiệc đứng có chỗ ngồi

• Tiệc đứng sắp xếp thẳng hàng ở nơi giải lao

• Bàn tròn cho 10 người, có hoa

• Quầy rượu

Trung thiết bị:

- Máy phóng (LCD Projector), giá thuê... đô la

- 02 Micro không dây, và 01 micro đồng thuyết trình

- Máy thu băng Video

- Máy chiếu overhead Projector

- Cây chỉ bảng bằng tia la de

*Điều kiện hướng dẫn:*

Để xác định những đối tượng theo yêu cầu của Quý Ngài.

*Biểu ngữ:* Theo nội dung hướng dẫn trước 10 ngày khai mạc (miễn phí)

*Tiền đặt cọc:* Không cần đặt cọc đối với khách hàng có mối quan hệ tốt.

*Hủy ước:* Lưu ý về việc hủy ước phải báo cho khách sạn tối thiểu 4 tuần trước ngày hội thảo. Trái lại, khách sạn sẽ áp dụng một khoản phí về việc hủy ước trở là 60% trên tổng số dự tính lời về thư ần.

*Điều khoản thanh toán:*

Được thanh toán vào cuối buổi hội thảo bằng tiền mặt hay thẻ tín dụng (báo trước)

Chúng tôi tin tưởng những điều trong bảng thỏa thuận ở trên sẽ đáp ứng những để nghị của Quý Ngài.

Xin vui lòng gửi lại bản phôi tờ có chữ ký của Fax này để xác nhận sự chấp thuận của Quý Ngài trước ngày... tháng... năm...

Xin lưu ý, việc đặt chỗ này là không chắc chắn và chỉ được khẳng định trên biên nhận xác nhận chính thức về những điều đã kê khai ở trên.

Xin cảm ơn về sự cân nhắc trong việc chọn khách sạn Saigon New World làm điểm gặp gỡ cho sự kiện đặc biệt này.

Quý ngài cần yêu cầu điều gì khác, xin đừng ngần ngại tiếp xúc với chúng tôi qua điện thoại số... Fax:...

Chúng tôi luôn luôn quan tâm đến Quý Ngài

Kính chào

Xác nhận và chấp thuận

Ký tên:

Ký tên:

.....

Tên:....

Điều hành bán tiệc

Chức danh...

*Dưới đây là mẫu hợp đồng hội thảo của khách sạn Sài Gòn New World bằng tiếng Anh*

**NEW WORLD SAIGON  
HO CHI MINH CITY**

Our Ref:...

Date:...

To: Mr:...

...

...

Tel:...

Fax:...

Dear Mr.

Warm Greetings from New World Hotel Saigon!

Further to our conversation regarding your forthcoming Seminar, we have much pleasure in submitting the following arrangements for your kind perusal:

Date

Time : 02:30 pm - 06:30 pm: Seminar  
04:00 pm - 04:30 pm: Coffee Break  
06:45 pm - 09:00 pm: Dinner Reception

Venue : - Seminar : Mekong Ballroom 2-3  
- Dinner Reception: Mekong Ballroom 1-2

Nature of the function: Seminar & Dinner Reception

Attendance: Expected:... pax Guaranteed:... pax

To allow us to serve you better, a final attendance has to be advised three working days prior to function. Charge will be based on the final guaranteed number or actual, whichever is higher.

Room Rental: To be waived based on the attendance guaranteed with the following arrangements

**FUNCTION DETAILS**

Menu: - Coffee Break: Assorted Pastries, Fresh Fruits Tea & Coffee  
- Dinner: Buffet Menu - Please choose 5 Salads, 1 Cold Platter, 6 Hot Dishes & Dessert Inclusive from attached menu.

Price: Special Meeting Package at US\$... nett per person (Inclusive of Half Day Meeting with 01 Coffee Break, Dinner, VAT Service Charge)

Beverage For Dinner: Free flow of Beer & softdrinks at US\$... nett per person for 2 hours. Other kind of beverage to be charged on consumption basic (Pense see our banquet beverage drink list for pricing)

Set-up: \* For Seminar:



- Theater style set-up
- Flip chart & White board with Markers
- Stage with podium for speech
- Head table for document
- Coffee station stand by at the foyer
- Reception Table at the entrance with Flower & Silvertray
- \* For Dinner:
- Sitting Buffet style
- Buffer line set-up at foyer
- Round tables of 10 pax with flower arrangement
- Bar counter

**Equipment:**

- LCD Projector with screen rental at US\$... nett
- 02 Wireless mic, and 01 standing mic for speech
- VCR
- OHP
- Laser pointer

**Directional Sign:** To be confirmed subject to your requirements

**Banner:** To be advised the content at least... days before the function date for our processing (Free of charge)

**Deposit:** To be waived due to our value customer.

**Cancellation:** Notice of cancellation must be given to the hotel at least 4 weeks prior to function date. Otherwise, a late cancellation fee of 60% on total food revenue expected will apply.

**Payment Terms:** - To be settled in the end of the function by Cash or Credit Card (To be advised)

We trust the above arrangements meet with your approval. Kindly return the signed copy of this fax to signify your acceptance before...

Please note that this booking is tentative and will only be confirmed upon receipt of a formal confirmation as specified above.

Thank you for considering the New World Hotel Saigon as the venue for this special event. Should you require any other assistance, please do not hesitate to contact us at Tel No:... Fax:...

Assuring you of our best attention at all times.

Yours sincerely,

Confirmed and accepted by

Banquet Sales Executive  
New World Hotel Saigon

Name:  
Title:--  
--  
Date:

## PHẦN 2: BÁN TIỆC

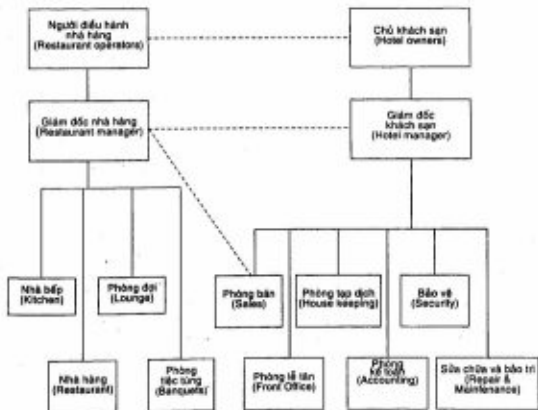
### I. CƠ CẤU TỔ CHỨC BỘ PHẬN BÁN TRONG NHÀ HÀNG

Những khách sạn lớn thường có nhà hàng thuộc khách sạn quản lý. Tại Việt Nam có những khách sạn nhỏ không có nhà hàng hoặc có nhà hàng nhưng cho một chủ khác khai thác kinh doanh. Trong trường hợp này, hai bộ phận khách sạn và nhà hàng hoàn toàn tách biệt nhau về quản lý.

Đứng đối với khách sạn có chung nhà hàng nằm trong sự quản lý của khách sạn, việc bán phòng và bán tiệc là việc hoàn toàn tách biệt nhưng có quan hệ mật thiết với nhau trong kinh doanh.

Mỗi nhà hàng lớn có nhiều ban phụ trách riêng biệt bán tiệc.

Giữa giám đốc khách sạn, giám đốc nhà hàng và bộ phận bán thuộc khách sạn có liên quan mật thiết với nhau qua sơ đồ 26 dưới đây:



Sơ đồ 26. Tổ chức một khách sạn có nhà hàng.

Khách của nhà hàng không hẳn là khách lưu trú và khách lưu trú của khách sạn có thể dùng bữa ăn bên ngoài. Vì vậy, khách lưu trú và khách ăn uống thuộc hai bộ phận khác nhau và do hai giám đốc quản lý.

Nếu khách lẻ thì không có vấn đề, nhưng nếu khách theo đoàn lưu trú tại khách sạn và có dùng bữa ăn thì phòng phụ trách bên sản phẩm của khách sạn phải thông báo trước cho

nhà hàng để chuẩn bị phần thức ăn. Đặc biệt, đối với khách theo đoàn có người ăn kiêng, chúng hạn những người theo đạo Hồi, hoặc tùy đặc tính của khách mỗi nước để khách sẵn kịp thời thông báo cho nhà hàng chuẩn bị chu đáo thức ăn, thức uống phù hợp cho khách.

## II- VÒNG QUAY CHỖ NGỒI

Việc bán chỗ ngồi ở nhà hàng cũng giống như bán phòng ở khách sạn. Bán được càng nhiều càng tốt, nếu không doanh số mất đi vì chỗ ngồi và phòng ngủ là những sản phẩm đặc biệt, nó không còn tồn tại qua ngày hôm sau.

Ở nhà hàng, khác với khách sạn, nếu khách sạn có 100 phòng ngủ, doanh số thu về tối đa cho đêm đó là 100 phòng, tức là công suất phòng 100%. Nhưng ở nhà hàng nếu có 100 ghế ngồi thì doanh số thu vào nhiều hơn 100 lượt khách, nhờ vòng quay chỗ ngồi, nghĩa là nhà hàng làm sao phục vụ thật nhanh, để khách dùng bữa càng lẹ, dành ghế trống cho người khác ngồi. Vòng quay càng nhanh, doanh số càng lớn, lợi nhuận càng cao.

Chính vì lẽ này, nên khi bán tiệc bán qua điện thoại cho khách đặt tiệc cần lưu ý đến giờ đặt tiệc của khách làm thế nào sắp xếp giờ giấc thật đúng để có vòng quay càng nhanh càng tốt.

Bộ phận bán tiệc ở nhà hàng cần lưu ý đến việc đặt tiệc của khách vào những dịp nghỉ lễ lớn, ngày nghỉ cuối tuần là những lúc cao điểm của nhà hàng. Phải bố trí giờ giấc thích hợp để tránh tình trạng trùng giờ giấc. Điều khó khăn cho người phụ trách bán tiệc là thông thường họ không chủ động được giờ giấc đặt tiệc của khách. Chẳng hạn, khách vào buổi trưa, nhà hàng không thể để nghị khách dời sang buổi tối, và cũng không thể thay đổi giờ giấc được. Tuy nhiên, trong trường hợp trên, nếu gặp nhiều nhóm khách đặt tiệc trùng giờ, nhà hàng có thể đề nghị với khách đặt bàn ngoài sân hay trên sân thượng, hoặc có thể đề nghị với khách đặt tiệc cùng phòng nhưng khác bàn, nếu có thể sắp xếp được.

Khi bán tiệc cho khách đoàn, chẳng hạn khách du lịch đi theo đoàn, khách tiệc cuối... người phụ trách bán tiệc phải tính một giá đặc biệt thấp hơn giá bán lẻ, hoặc có thể trích phần trăm hoa hồng cho người hướng dẫn và nếu cần, nên tặng quà lưu niệm cho đoàn, cho cô dâu, chú rể và đừng quên lời cảm ơn.

Chúng ta đừng bao giờ quên rằng, trong nhà hàng, không phải tất cả những món ăn, thức uống nào cũng đều hợp khẩu vị của khách. Điều mà khách nhớ và thường lui tới nhà hàng chưa hẳn chỉ vì một vài món đặc sản, một vài thức uống đặc biệt hoặc giá cả cạnh tranh, mà có lẽ vì "một thứ cảm tình nào đó" giữa con người với con người, hoặc nói khác đi giữa khách với nhà hàng. Thứ cảm tình này được tạo nên do phong cách phục vụ, bầu không khí ấm cúng, như ánh mắt nụ cười duyên dáng, cách tiếp đãi ăn cần, lịch sự, hoặc cảnh trí nên thơ... Chính những điều này làm tăng thêm chất lượng sản phẩm và là tiêu chuẩn để phân biệt cái "hương vị ngọt ngào" sản phẩm giữa các nhà hàng với nhau và cũng là bí quyết tối quan trọng để thành công trong ngành kinh doanh ăn uống.

## III- CÁCH TÍNH GIÁ TRONG NHÀ HÀNG

Cách tính giá trong nhà hàng đã trình bày ở chương 3 về giá cả. Mục đích của chương 9 nhằm trình bày cách bán sản phẩm ở khách sạn nhà hàng. Vậy, quý độc giả nếu cần nghiên cứu về giá bán trong nhà hàng, xin xem chương 3.

**BÀI ĐỌC THÊM**  
**PHƯƠNG PHÁP DỰ BÁO DELPHI**

(Dịch theo Raymond E. Taylor và L. Lynn Judd)

**GIỚI THIỆU**

Khuyh hướng môi trường, đặc biệt ảnh hưởng tổng quát hay từng phần đối với kỹ nghệ du lịch. Dự báo khuyh hướng môi trường, có lẽ đặc biệt quan trọng đối với những cộng đồng và những vùng mà nền kinh tế tùy thuộc vào du lịch hơn là những nhà máy kỹ nghệ. Trong thực tế, những khả năng để dự báo xu hướng môi trường trong kỹ nghệ du lịch cực kỳ quan trọng cho hầu hết những tổ chức trong du lịch cũng như những tổ chức đang cân nhắc định nhảy vào kinh doanh. Mục đích của bài này là giới thiệu một phương pháp dự báo môi trường: Phương pháp Delphi.

**PHƯƠNG PHÁP DELPHI**

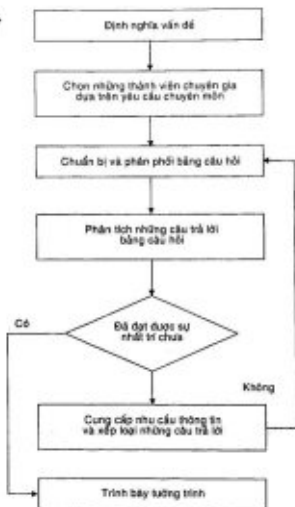
Sơ đồ 25 trình bày những bước căn bản trong phương pháp Delphi, phỏng theo mô hình của Tersine và Riggs - Phương pháp Delphi, một nhóm tiến trình quyết định được phát triển bởi RAND hợp tác về dự báo kỹ thuật. Nó bao gồm những thành phần:

1. Một chuỗi câu hỏi được hoàn tất bởi một nhóm chuyên gia hội thảo (a panel of experts).
2. Những câu trả lời của những thành viên trong nhóm hội thảo về những mẫu câu hỏi được giấu tên.
3. Những câu trả lời được thống kê theo chủng loại bằng điểm giữa nó đại diện, điểm giữa của những câu trả lời (điểm trung bình cộng).

Phương pháp Delphi được sử dụng đầu tiên ở các lãnh vực công nghệ dài hạn và dự báo môi trường. Nó cũng được áp dụng thành công để nghiên cứu Marketing và dự báo bán hàng. Lý luận căn bản của phương pháp Delphi là:

1. Khoảng (range): Những câu trả lời của nhóm chuyên gia sẽ gia tăng và cùng hướng về hàng giữa (midrange) của sự phân phối.
2. Số trung vị (median): Hay tổng số nhóm câu trả lời, sẽ di chuyển về hướng trả lời "chính xác" hay "đúng" với mỗi sự tiếp theo quanh bảng câu hỏi.

Ưu thế của phương pháp Delphi bao gồm: Thứ nhất, những thành viên chuyên gia trong nhóm cùng cung cấp về một lĩnh vực chuyên môn mà họ cùng chia sẻ để giải quyết vấn đề. Thứ hai, nhóm chuyên gia đã nghĩ đến một tiến trình nhất trí sẽ hướng về câu trả lời tốt nhất. Tiến trình nhất trí này không có nghĩa là 100% đồng thuận bởi mọi người trong nhóm, mà có nghĩa là đại đa số câu trả lời được xem như đại diện bằng điểm trung bình. Thứ ba, do sự trả lời được giấu tên, điều này sẽ cho phép những cá nhân trong nhóm trả lời một cách tự do và để thay đổi ý kiến của họ nhằm tránh tính chủ quan. Vì thế, một hay hai người không thể kiểm soát nhóm và bóp chết tính sáng tạo của những người khác trong nhóm.



**Sơ đồ 27: Những bước cơ bản trong phương pháp Delphi**

Vì dụ, Ông John Smith, Chủ tịch và người sáng lập Southern Queen Incorporated vừa mới đọc xong một bài báo trong tạp chí du lịch. Đề tài về lợi ích đối với kỹ nghệ du lịch vì giá dầu lửa hạ, khiến cho ông Smith bối rối. Những sự phân tích du lịch dự đoán rằng khuynh hướng này sẽ gia tăng nhanh chóng số người đi du lịch, và họ sẽ đi du lịch xa hơn. Lúc đầu Smith sung sướng với ý nghĩ một triển vọng những người ở xa hơn sẽ đổ về du lịch trong vùng của ông ta. Southern Queen Incorporated đã hoạt động ba gường tàu chạy bằng hơi nước du ngoạn từ New Orleans đến St. Louis. Vì thế, nếu nhiều người đến vùng St. Louis và New Orleans, điều đó có nghĩa là kinh doanh sẽ phát triển nhiều hơn. Sau khi suy nghĩ như vậy, tuy nhiên, sự kích thích của ông ta đã bị dập tắt. Ý nghĩ đến với ông ta rằng mặc dù có nhiều người từ xa sẽ đến vùng này, nhưng những cư dân ở vùng này cũng sẽ đi du lịch ở những nơi khác vậy. Vì thế, sự gia tăng trong một vùng có thể được bù đắp bằng một sự gia tăng trong một vùng khác. Một sự liên quan khác mà Smith đã nghĩ đến là khuynh hướng giá dầu trung dài hạn. Giá cả về dầu bấy giờ hạ, nhưng nó sẽ kéo dài được bao lâu?

Trong khi Smith đang nghĩ về đề tài đó, một đề tài khác ông ta vừa mới đọc được đề nghị Lập pháp của Chính phủ Liên bang về sự giới hạn những hoạt động hàng hải trên đất liền ở Mỹ. Smith rõ ràng lo lắng về sự phát triển này.

Cả hai khuyến khích môi trường này đang đề nghị lên Smith bởi vì chúng hình như có những chuỗi ảnh hưởng đến việc kinh doanh của Smith. Ông ta đã có sự nhạy cảm đặc biệt về những vấn đề này bởi vì ông ta đang cân nhắc sự mở rộng phạm vi hoạt động với phí tổn rất lớn. Những gì Smith thật sự lo lắng là ý tưởng của những khuyến khích môi trường mà ở đó ông ta không nhận thấy.

## THỰC HIỆN

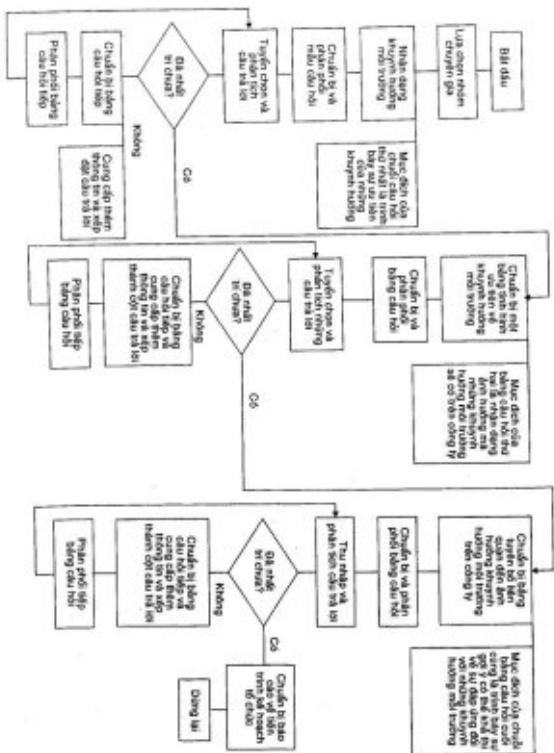
Sơ đồ 28 trình bày một mô hình chỉ cách sử dụng phương pháp Delphi trong tiến trình dự báo môi trường. Vì vậy, Southern Queen sẽ được dùng để thảo luận ứng dụng mô hình vào du lịch và thảo luận vài điểm tốt hơn của phương pháp Delphi.

Bước quan trọng nhất trong phương pháp Delphi là tuyển chọn nhóm chuyên gia. Nhóm chuyên gia nên bao gồm những cá nhân có trình độ chuyên môn về đề tài thảo luận và những người có thiện chí tham gia. Nếu phạm vi đề tài thuộc về thiên nhiên trừu tượng và cần gồm một số phạm vi hoạt động thì nhóm chuyên gia nên bao gồm những cá nhân đại diện rộng lớn. Nếu phạm vi thuộc chủ đề kỹ thuật về thiên nhiên, hầu hết thành viên là kỹ thuật. Nếu quyết định của nhóm chuyên gia đồng nhất (ví dụ hầu hết thành viên thuộc kỹ thuật) thì nhóm chuyên gia từ 10 đến 15 người là thích hợp. Tuy nhiên, nếu nhóm chuyên gia hỗn tạp (ví dụ mở rộng nhóm đại diện), nhóm chuyên gia cần gia tăng từ 20 đến 30 thành viên.

Trong tình huống Southern Queen, Smith muốn chọn đại diện giới hạn trong tiêu chuẩn đặc biệt về những cá nhân du lịch để nghiên cứu về kinh doanh, trong đó những vấn đề của Smith cần được giải quyết. Smith chọn 10 đến 15 thành viên bao gồm những thành phần như sau: Những người am hiểu về hành chính, hay những nhân viên ở trong hàng ngũ Southern Queen, những nhóm hội viên khác, những người có thiện chí tham gia, những cá nhân từ những tổ chức phi cạnh tranh, họ có những liên hệ qua lại và quyền lợi và những chuyên gia kỹ nghệ, những người có thiện chí tham gia. Từ đó, Smith sẽ giám sát tiến trình, ông không được ở trong nhóm hội viên nghiên cứu. Nếu ông muốn có mặt trong nhóm chuyên gia, ông ta cần thiết nên chọn một người nào đó bao quát được dự án để thay thế.

Mỗi lần những hội viên trong nhóm được chọn, bước kế tiếp như đã trình bày ở sơ đồ 28 là nhận dạng những loại khuyến khích môi trường chính để cân nhắc. Điều này sẽ cung cấp đầu vào cho những hội viên trong nhóm. Vì lợi ích của sự tranh luận, những chuyên gia trong hội cần chú ý: Sự cạnh tranh nước ngoài, sự thay đổi nhân khẩu học, sự thay đổi về công nghệ, sự thay đổi về xã hội văn hóa, nguồn năng lượng và sự điều chỉnh của chính phủ. Hai trong số những lãnh vực này được ông Smith đặc biệt suy nghĩ, những lãnh vực khác thì không chú ý đến.

Mục đích của bảng câu hỏi như đã trình bày ở sơ đồ 28 là để trình bày một sự ưu tiên về khuyến khích môi trường mà công ty sẽ liên quan đến. Trong sự chuẩn bị bảng câu hỏi ban đầu, Smith muốn dùng một bảng câu hỏi mở (Open-ended questionnaire). Đây là điều quan trọng trong bảng câu hỏi để cho phép những chuyên gia trong nhóm tự do diễn đạt ý kiến của họ. Với bảng câu hỏi ban đầu, Smith hỏi những chuyên gia xác định đặc tính đặc biệt chính yếu về khuyến khích môi trường mà họ thấy cần phải phát biểu.



Sơ đồ 28. Dự báo môi trường với phương pháp Delphi

Song song với bảng mẫu câu hỏi ban đầu, Smith sẽ cung cấp đầy đủ thông tin có liên quan đến phạm vi đề tài cho mỗi thành viên trong nhóm. Những thông tin này bao gồm những dữ liệu trong nước cũng như những dữ liệu nước ngoài. Nó quan trọng là những thành viên trong nhóm có một thông tin chung để làm sự đánh giá của họ.

Sau sự phân phối và tuyển chọn bảng mẫu câu hỏi, Smith sẽ xếp thành cột và phân tích những câu trả lời nằm ở ngoài khoảng liên phần tư (Interquartile range) của bảng câu trả lời. Khoảng liên phần tư trình bày câu trả lời giữa 25% và 75% những mức trả lời. Những câu trả lời ở giữa sẽ ở trung tâm của khoảng liên phần tư.

Bất cứ chuyên gia nào của nhóm trả lời nằm ra ngoài khoảng liên phần tư (ví dụ ở mức 15%) thì được yêu cầu điều chỉnh lại lập trường của họ. Sự điều chỉnh có nhân được cho đối với những chuyên gia khác trong nhóm với bảng câu hỏi kế tiếp. Sau khi nghiên cứu sự điều chỉnh, những thành viên khác trong nhóm có thể thay đổi lập trường của họ.

Trong sự phân tích và xếp khoảng những câu trả lời, Smith sẽ quyết định hoặc là một sự nhất trí đã được đạt đến, nếu không, ông ta sẽ chuẩn bị tiếp theo bảng câu hỏi dựa trên căn bản đã xếp hạng kết quả của bảng câu hỏi trước đây. Bình thường, để đạt được sự nhất trí, ít nhất sẽ lặp đi lặp lại từ 3 đến 5 lần.

Sau khi đạt được sự thống nhất trên chuỗi thứ nhất của bảng câu hỏi, Smith sẽ trình bày một danh sách về việc xác định đặc tính khuyến khích môi trường được sắp xếp tùy thuộc vào sự ưu tiên của những chuyên gia về sự quan trọng đối với công ty. Khuyến khích về nhân khẩu học được sắp xếp hàng đầu với những tính chất đặc biệt như sau:

Nội trong 10 năm tới sẽ có một sự gia tăng 50% những người thuộc nhóm 55 tuổi hay già hơn sẽ viếng thăm vùng St. Louis đến New Orleans như những du khách.

Khả năng định bởi những thành viên trong nhóm có khả năng đồng ý về khuyến khích này là 80%. Bằng sự sắp xếp khuyến khích này qua sự nhất trí của nhóm chuyên gia, là điều quan trọng hơn một sự gia tăng nào về giá dầu hay sự giới hạn của Liên bang liên quan đến những hoạt động về hàng hải. Đây là một yếu tố mà Smith đã không nghĩ đến.

Mục đích của chuỗi bảng câu hỏi thứ nhì là nhận dạng mức độ ảnh hưởng mà bảng khuyến khích môi trường sẽ có trên sự thành công trong tương lai của Southern Queen. Smith sẽ cho làm lại một lần nữa qua sự lặp đi lặp lại khác những bảng câu hỏi cho đến khi đạt được một sự nhất trí về mức độ những ảnh hưởng này. Tiếp tục với khuyến khích nhân khẩu học ở trên, tình trạng sau đây có thể trình bày những cảm nghĩ của những chuyên gia trong sự chú ý đến những ảnh hưởng mà những khuyến khích này sẽ có trên Southern Queen:

Từ khi chương trình Marketing của Southern Queen hướng đến những cá nhân dưới 35 tuổi, có 80% khả năng Southern Queen sẽ mất 20% thị phần so với những đối thủ cạnh tranh khác, trừ khi những hành động thích hợp được thực hiện để ngăn chặn.

Sau khi nhóm chuyên gia đã đạt được một sự nhất trí về những ảnh hưởng của khuyến khích môi trường, Smith sẽ trình bày một bảng tình hình phản ánh những ảnh hưởng mà mỗi xu hướng sẽ có trên Southern Queen.

Mục đích của chuỗi câu hỏi cuối cùng là để trình bày một sự lựa chọn có thể thành tựu được đối với mỗi khuyến khích. Những gợi ý này sẽ giúp cho Smith có được một cơ sở vững vàng về sự phát triển những chiến lược phù hợp với khuyến khích môi trường. Nhóm



chuyên gia sẽ thực hiện lại qua một chuỗi câu hỏi cho đến khi đạt được sự nhất trí về một sự chọn lựa có thể thành tựu. Mục đích là không quyết định chiến lược. Việc này sẽ do Ông Smith đảm nhận. Nhóm chuyên gia đơn giản chỉ cung cấp những lời khuyên gợi ý.

Trong sự chú ý đến khuyến khích nhân khẩu học của sự gia tăng về du khách, những lời khuyên có thể được nhóm chuyên gia sẽ gợi ý về Southern Queen như sau:

1. Nên phụ thêm vào những tàu, Southern Queen cần sửa lại mẫu mã, mô hình những tàu hiện có để lôi cuốn những người lớn tuổi cũng như những người trẻ tuổi hơn.

2. Southern Queen cần phát triển chương trình quảng cáo trực tiếp vào lứa tuổi 55 hay cao hơn.

3. Để bổ sung cho nỗ lực quảng cáo trên, một chương trình chiêu thị là cần thiết để gia tăng sự lôi cuốn những người 55 tuổi hay trên nữa.

Mỗi lần nhóm chuyên gia đạt được sự nhất trí về lời khuyên, tiến trình dự báo về môi trường sẽ được hoàn tất. Smith sẽ có một nền tảng vững chắc để quyết định chiến lược nhằm cân nhắc những khuyến khích môi trường dài hạn ảnh hưởng đến kỹ nghệ và những công việc kinh doanh du lịch của ông ta.

### SỰ ĐÁNH GIÁ

Một tổ chức hay một kỹ nghệ có thể bị ảnh hưởng lớn bởi những khuyến khích môi trường. Những ảnh hưởng này có thể là tích cực hoặc tiêu cực. Phương pháp Delphi đặc biệt thích hợp cho dự báo môi trường. Nhưng có vài khuyết điểm cần chú ý: Trước hết, kết quả thành công của phương pháp Delphi tùy thuộc vào sự lựa chọn nhóm chuyên gia thích hợp. Đây là điều dễ dàng khi thành lập nhóm. Thứ hai, để hoàn thành sự cần thiết quanh bảng câu hỏi, đòi hỏi mất nhiều tuần lễ. Thời gian cần thiết để hoàn thành một tiến trình có thể được hỗ trợ qua những phương pháp tinh vi, trong phương pháp, trong cách sử dụng, trong những thủ tục tiến trình dữ liệu và trong sự lựa chọn chuyên gia thích hợp, những người có thiện chí để làm việc.

Những nhược điểm trên có thể có ý nghĩa, nhưng những ưu điểm của phương pháp có nhiều giá trị hơn. Trước hết, phương pháp Delphi cho phép một nhóm chuyên gia đóng góp những chuyên môn của họ trong khi đề cập đến một vấn đề. Bởi vì sự cung cấp dữ liệu của họ được giấu tên, họ có thể trả lời tự do hơn và sáng tạo hơn đối với vấn đề. Sự thể hiện cá nhân (chủ quan) được giảm thiểu. Thứ hai, bởi vì vài chuyên gia trong nhóm có thể trực tiếp bị ảnh hưởng do những kết quả mà họ sẽ theo hướng có mức hỗ trợ cao hơn cho quyết định đã làm. Thứ ba, phương pháp Delphi giảm những ảnh hưởng của một sự ước đoán tự đáp ứng (Self fulfilling prophecy) chú ý đến quyết định bởi một hay hai người làm quyết định. Khuyến khích này được giảm thiểu bằng cách cho phép nhiều cá nhân tham dự trong tiến trình với một tâm trạng không bị áp lực (Nonthreatening manner).

### KẾT LUẬN

Những tổ chức du lịch cần dự báo khuyến khích môi trường, những môi trường có ý nghĩa đối với những lãnh vực kinh doanh đặc biệt của họ. Phương pháp Delphi có thể cung cấp một dụng cụ giá trị thích hợp cho nhiệm vụ này.

## Chương 10

# DỊCH VỤ TRỌN GÓI CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

### I. ĐỊNH NGHĨA

- Kết hợp trọn gói là bao gồm tất cả các dịch vụ du lịch bổ sung vào trong một giá bán duy nhất. Theo M.Coltman, du lịch trọn gói (Packaging) là hai hoặc nhiều sản phẩm du lịch không bán riêng lẻ từng cái do cùng nhà cung ứng hoặc trong sự hợp tác với những nhà cung ứng khác, mà chỉ được bán ra như một sản phẩm đơn nhất với giá nguyên kiện (trọn gói)

- Lập chương trình (Programming) là sự phát triển các hoạt động, sự kiện hay chương trình độc biệt nhằm làm tăng sự tiện dụng của khách hàng, hoặc làm tăng thêm sự thu hút của sự kết hợp trọn gói của dịch vụ du lịch.

Thông thường các nhóm kết hợp thường bao gồm một số chương trình.

### II. THÀNH PHẦN VÀ CÁC LOẠI DỊCH VỤ TRỌN GÓI

#### 1. Thành phần dịch vụ trọn gói

Một dịch vụ du lịch trọn gói, bao gồm những khâu quan trọng như: Vận chuyển, khách sạn, ăn uống, đưa đón khách, tham quan, vui chơi giải trí. Một chương trình du lịch trọn gói, tối thiểu phải có hai thành phần chính là vận chuyển và khách sạn. Trong du lịch trọn gói, có 3 đơn vị kết hợp chủ yếu: Công ty lữ hành (vận chuyển), đơn vị cung ứng lưu trú (khách sạn) và tham quan giải trí. Tuy nhiên, khi kết hợp tour, tùy theo loại tour và đối tượng khách để chọn những thành phần cơ bản cho phù hợp với mỗi loại tour. Dưới đây là những yếu tố cần thiết cho việc thiết kế các loại tour do Canada nghiên cứu vào năm 1982 về du khách Mỹ đi du lịch qua Canada:

**Điều quan trọng đối với mọi khu vực thị trường:**

1. Giá trị đồng đôla chi tiêu cho kỳ nghỉ
2. Các hoạt động thay đổi đa dạng
3. Sự thân thiện của dân chúng địa phương
4. Được phục vụ tốt

**Điều quan trọng đối với khu vực thị trường ở thành thị:**

1. Hoạt động văn hóa

2. Các kiến trúc có quá trình lịch sử
3. Bầu không khí đại đồng (Cosmopolitan)
4. Mùa xuân
5. Thành phố lớn

**Điều quan trọng đối với khu vực thị trường đi du lịch:**

1. Nhà hàng sang trọng
2. Khách sạn hạng nhất
3. Các thành phố nhỏ hơn
4. Thôn quê
5. Hoạt động văn hóa
6. Các kiến trúc có quá trình lịch sử

**Điều quan trọng đối với một khu vực thị trường nghỉ mát:**

1. Nhà hàng sang trọng
2. Khách sạn hạng nhất
3. Nơi nghỉ mát
4. Sinh hoạt vui chơi về đêm

**Điều quan trọng đối với một khu vực thị trường thích sinh hoạt ngoài trời:**

1. Thôn quê
2. Bờ biển
3. Hồ suối
4. Công viên rừng
5. Sự hoang dã

**Bảng 8: Các đặc tính quan trọng của các cuộc đi nghỉ mát theo từng khu vực thị trường**

Khi kết hợp các thành phần của tour, không nhất thiết là phải hội đủ những yếu tố cấu thành tour theo những đặc tính trên. Tùy theo hoàn cảnh, điều kiện của mỗi vùng, mỗi nước để linh động và sáng tạo trong sự kết hợp thiết kế tour.

## 2. Phân loại dịch vụ trọn gói

Dịch vụ trọn gói có nhiều loại:

### *\* Phân loại theo sự kết hợp*

Theo sự kết hợp, ta có các loại dịch vụ trọn gói sau đây:

- Kết hợp trọn gói (all inclusive packages)
- Tour du lịch có người hướng dẫn (escorted tours)
- Kết hợp phòng ở và bữa ăn (accommodation and meal packages)
- Kết hợp sự kiện (event packages)

### *\* Phân loại theo thị trường mục tiêu:*

- Tour du lịch khuyến khích nhân viên (incentive tours)

- Nhóm kết hợp hội họp, hội nghị (meeting, convention packages)
- Kết hợp kỳ nghỉ gia đình (family vacation packages)

• **Phân loại theo tổ chức:**

- Tour cho khách du lịch đi lẻ
- Tour trọn gói cho nhóm

Hiện nay, du lịch Việt Nam có những loại tour như sau:

- Tour du lịch bồi dưỡng sức khỏe: Loại tour này thích hợp cho các vùng Vùng Tàu, Đà Lạt. Ở đây khí hậu mát mẻ, không khí trong lành, tiện cho người chữa bệnh, nghỉ ngơi sau những ngày làm việc căng thẳng.

- Tour du lịch săn bắn, khám phá lòng đại dương: Loại tour này là thế mạnh của ngành du lịch Việt Nam. Nó kết hợp với nhiều địa danh vùng biển đẹp, nổi tiếng chạy dài từ Bắc chí Nam như Vũng Tàu, Nha Trang, Hà Tiên, vịnh Hạ Long...

- Tour du lịch sinh thái, du lịch xanh: Loại tour này kết hợp với các vùng đồng bằng sông Cửu Long, vùng rừng nước mặn Cần Giờ, Cần Giờ thuộc thành phố Hồ Chí Minh, Rừng Nam Cát Tiên ở Đồng Nai.

- Tour du lịch văn hóa truyền thống: Loại tour du lịch văn hóa truyền thống thường kết hợp với những địa danh có di tích văn hóa lịch sử, lễ hội, chùa chiền, làng xóm, các bộ tộc ở cao nguyên.

- Tour du lịch về nguồn, về thăm chiến khu xưa, tour đường mòn Hồ Chí Minh. Những tour này nhằm mục đích làm sống lại kỷ niệm, kỷ ức về những năm tháng ở chiến trường, tình đồng đội...

- Tour mang tính thời vụ, nhằm vào các ngày lễ hội lớn: Tết cổ truyền, các ngày lễ hội lớn nhằm mục đích để cho khách hòa nhập vào những ngày lễ hội của nhân dân.

Điều quan trọng nhất trong một tour mà người nghiên cứu, thiết kế tour cần lưu ý là ngoài sự thỏa mãn của khách về chất lượng sản phẩm, lợi nhuận cho công ty bao biện tour, khi thiết kế tour làm thế nào để sau khi kết thúc mỗi tour, phải để lại trong lòng mỗi người khách về một điều gì đó, có thể một sự cảm nhận sâu sắc về tình yêu quê hương đất nước trước những vẻ đẹp hùng vĩ của thiên nhiên, trước những con người thoát nhìn bên ngoài có vẻ yếu đuối, dựa dẫm đến hậu, hiếu khách, nhưng bên trong chứa đựng một tinh thần bất khuất, kiên cường đã thể hiện qua những cuộc kháng chiến, giữ nước và xây dựng đất nước.

Để có được những tour chuyên để đẩy ấn tượng, chứa đựng những nội dung phong phú, người nghiên cứu thiết kế tour phải đi khắp các nẻo đường đất nước, đến tận nơi để tìm hiểu về các địa danh, các điểm tham quan. Từ đó, tìm hiểu giá cả, phương tiện vận chuyển, đường đi, nẻo bước để kết thành tour, đồng thời cộng thêm tinh sáng tạo để làm nên sản phẩm hấp dẫn, phong phú, mới lạ, mang tính khả thi và đạt được hiệu quả trong kinh doanh.

### 3. Ưu và khuyết điểm của dịch vụ du lịch trọn gói

#### a) Ưu điểm của dịch vụ du lịch trọn gói

Dịch vụ du lịch trọn gói có những thuận tiện cho khách du lịch như sau:

- Giảm bớt nhu cầu lập kế hoạch của khách và giảm thời gian công sức cho việc mua

các dịch vụ riêng lẻ.

- Kiểm soát được chi phí do các khoản phải chi trọn gói, làm cho khách an tâm về số tiền họ phải chi trả và những dịch vụ họ nhận được từ việc bao trọn.

- Kinh tế hơn do việc tiết kiệm được phí tổn. Giá của việc bao trọn chuyến du lịch sẽ thấp hơn giá lẻ mà khách phải trả cho từng từng dịch vụ đó, nếu họ không được bao trọn gói. Việc mua dịch vụ du lịch trọn gói, khách được lợi do việc giảm bớt chi phí bất lợi:

+ Các đại lý trung gian mua dịch vụ với số lượng nhiều từ các nhà cung ứng và vận chuyển nên được chiết khấu và khoản chiết khấu này sẽ được san sẻ một phần cho khách.

+ Các dịch vụ du lịch trọn gói thường được cung cấp từ mức thấp điểm, để làm nên giá các dịch vụ thấp.

+ Ngành du lịch nhận thấy rằng khách hàng mua các sản phẩm, dịch vụ du lịch trọn gói một phần là vì họ nhận thấy giá dịch vụ du lịch loại này rẻ hơn các loại du lịch khác.

- Làm tăng sự đảm bảo chất lượng đồng nhất và thỏa mãn các sở thích đặc biệt do kinh nghiệm của các nhà cung cấp dịch vụ kết hợp thành chương trình đã nghiên cứu trước mà khách hàng không có thời gian và đủ trình độ chuyên môn, kinh nghiệm để làm việc này.

#### ***b) Khuyết điểm của dịch vụ du lịch trọn gói***

Như đã trình bày ở trên, dịch vụ du lịch trọn gói có nhiều ưu điểm đối với khách du lịch. Tuy nhiên, ngoài những ưu điểm dịch vụ du lịch trọn gói cũng có những khuyết điểm của nó:

- Người mua có thể phải phụ thuộc vào nguyên kiện trong việc kết hợp trọn gói, mà trong đó có những yếu tố khách du lịch không thích, hoặc không cần.

- Khách du lịch lại bị ràng buộc vào một chương trình bất di bất dịch về thời biểu du lịch.

### **III. NGHIÊN CỨU VÀ THIẾT KẾ TOUR CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRỌN GÓI**

Muốn thiết kế một chương trình du lịch trọn gói hay một tour trọn gói, người thiết kế tour hay chương trình phải am hiểu, phải có kinh nghiệm về nhiều lĩnh vực khác nhau như hiểu biết về du lịch, có đầu óc kinh doanh, hiểu rộng về lịch sử, địa dư, dân tộc học, khảo cổ học, hiểu biết về khách hàng, nhu cầu khách hàng, hiểu biết cạnh tranh, hiểu biết các nhà cung ứng trong thành phần kết hợp. Từ đó lập chương trình du lịch trọn gói, hấp dẫn, phong phú đối với khách và hiệu quả đối với đơn vị tổ chức.

Tất cả những hiểu biết trên là những yếu tố, thông tin cần thiết cho nhà thiết kế tour. Những thông tin này đòi hỏi người thiết kế tour phải nắm vững từng chi tiết. Chẳng hạn thông tin về hãng hàng không: Lịch bay, giá vé khuyến mãi của hãng dành cho khách vào mỗi kỳ cao điểm, thấp điểm, giá phòng ngủ, chiết khấu, giá các bữa ăn của nhà hàng trong và ngoài nước.

#### **1. Thời gian nghiên cứu tour: (Lead time)**

Thời gian nghiên cứu tour là khoảng thời gian từ khi nghiên cứu, thiết kế đến khi hoàn thành tour. Thông thường, khi nghiên cứu thiết kế tour, người thiết kế tour phải nghiên cứu thực địa tại chỗ, nghiên cứu tiến khả thi để có đủ những thông tin cần thiết và phát huy được tính sáng tạo, giúp cho việc thiết kế tour được phong phú, thành công.

Từ lúc thiết kế đến thời gian hoàn thành tour khoảng chừng 1 năm. Với khoảng thời gian này không lâu và cần thiết cho người thiết kế tour có đủ thời gian nghiên cứu để chương trình du lịch thành công. Trong 3 tháng đầu là khoảng thời gian để người thiết kế tour nghiên cứu, thương lượng, lên kế hoạch chương trình và định giá tour. Sáu tháng kế tiếp là khoảng thời gian để quảng cáo, khuyến mãi, phân phối bán tour và 3 tháng còn lại dành cho việc ký kết hợp đồng và hoàn chỉnh những gì cần thiết cho tour.

## 2. Hoạch định lộ trình

Người thiết kế tour kết hợp tất cả những yếu tố cấu thành chương trình trọn gói thành một lộ trình cụ thể. Trong lộ trình này, phải trình bày chương trình tour theo từng ngày, giờ cùng với những dịch vụ kèm theo như chuyến bay, vận chuyển, tham quan, ăn uống ...

Trong việc hoạch định lộ trình cần quan tâm đến sự điều độ và cân đối.

- **Điều độ:** (Pacing) là lộ trình diễn ra nhanh hay chậm những khoảng thời gian trong ngày được bố trí bằng những dịch vụ, tiết mục lấp đầy hay còn trống và bố trí những tiết mục có hợp lý không, có tạo sự thoải mái cho khách không.

- **Cân đối:** (Balance) chương trình hoạt động giải trí các ngày phải bố trí cân đối. Tuy nhiên cần chú ý các hoạt động buổi tối, ngày đầu tiên và ngày cuối cùng của chương trình cần phải đặc biệt. Ví dụ, ngày đầu tiên cần chú trọng đến giao lưu, làm quen tìm hiểu nhau và ngày cuối cùng phải làm thế nào để cho họ nhớ lại những ngày đã qua bằng cách tổ chức một bữa tiệc chia tay.

## 3. Đàm phán, thương lượng đặt chỗ trước

Thông thường, một đơn vị tổ chức tour, công ty lữ hành thường đàm phán với các đơn vị cung ứng khác như: Hãng máy bay, khách sạn để giữ chỗ trước.

Nếu công ty lữ hành cần có một số phòng ở khách sạn vào mùa cao điểm với giá đặc biệt có chiết khấu, thì khách sạn cũng yêu cầu công ty lữ hành hay người tổ chức tour trọn gói cũng nên đặt một số chỗ vào mùa trái vụ với giá đã thỏa thuận trước. Đáp lại, đôi khi bên công ty lữ hành hay người thiết kế tour yêu cầu bên đơn vị cung ứng dịch vụ lưu trú, ngoài giá cả đặc biệt, còn phải dành một sự tiếp đón đặc biệt đối với khách đoàn du lịch khi họ đến, phục vụ tốt trong quá trình lưu trú và đưa tiễn long trọng, lịch sự với khách.

Khi đặt phòng trước, cần thực hiện bằng văn bản có ghi đầy đủ chi tiết về: Tên tour, ngày đến, ngày đi, số lượng khách cần giữ chỗ, loại phòng đơn, phòng đôi...

Ngoài ra, bên đặt chỗ cần có sự xác nhận bằng văn bản của khách sạn về giá cả hoặc ước chừng về giá, giá thuận hay giá gộp (net rate or gross rate), tỷ lệ phần trăm thuế và những khoản biến phí khác cùng với những chi tiết về việc đón tiếp, tiễn đưa.

Đối với việc đặt chỗ trên máy bay đã có mẫu sẵn của các hãng hàng không, chỉ cần ghi vào mẫu những thông tin về: Số chỗ, chuyến bay, số lượng khách, ngày, giờ bay, địa điểm sẽ ghé qua. Mẫu này sẽ được gửi về cho hãng hàng không để họ xác nhận lại có đúng, có phù hợp với yêu cầu của khách hay không.

## IV. TÍNH GIÁ TOUR

Định giá tour có nhiều cách. Tuy nhiên, thông thường người ta áp dụng phương pháp tính điểm hòa vốn rồi cộng thêm một số phần trăm nào đó để có lời hoặc có thể tính điểm

hòa vốn qua số suất (số vé) bán cần thiết để không bị lỗ.

### 1. Phương pháp tính điểm hòa vốn của tour bằng cách cộng thêm phần trăm để có lời

Khi tính giá tour, bất cứ một đơn vị tổ chức tour nào cũng tính căn bản từ các chi phí thực tế cho chuyến đi, từ đó sẽ ấn định mức giá cho mỗi khách tham dự tour.

Chi phí thực tế của chuyến đi bao gồm:

- Chi phí vận chuyển từ điểm xuất phát đến điểm du lịch.
- Chi phí khách sạn.
- Chi phí ăn uống.
- Chi phí trung chuyển đi lại tham quan.
- Chi phí về dịch vụ bổ sung (vé tham quan, thuyền, xem biểu diễn...).
- Chi phí làm hộ chiếu và dịch vụ xuất nhập cảnh, nếu là chuyến du lịch ra nước ngoài.
- Chi phí cho hướng dẫn viên, tài xế.
- Chi phí bảo hiểm, chi phí bồi cho nhân viên phục vụ khách sạn, nhà hàng. (bắt buộc phải có đối với tour du lịch ra nước ngoài).

Cộng tất cả những chi phí trên để có giá trị thực hay còn gọi là giá thành của tour.

Từ giá thành của tour, người thiết kế tour cộng thêm phần trăm hoa hồng cho đơn vị tổ chức (khoảng từ 10 đến 30% tùy theo tour) để có giá tour trọn gói cho khách (giá vé của mỗi khách)

Khi tính giá phòng khách sạn phải tính giá phòng đôi (trừ trường hợp khách yêu cầu phòng đơn và có sự thỏa thuận trước)

Khi tính chi phí bữa ăn, người thiết kế tour nên dự trù để khách ăn sáng ở khách sạn, bữa ăn trưa và chiều ở gần nơi tham quan để tiện việc đi chuyển.

### 2. Phương pháp tính điểm hòa vốn theo suất vé bán

Theo cách tính này, người ta tính xem số lượng tối thiểu của chuyến đi phải bán là bao nhiêu để từ đó công ty lữ hành hay người thiết kế tour có lời.

Ví dụ, chi phí cố định của một chuyến du lịch là \$17.000. Giá phí của chuyến đi là \$2.500 và chi phí khả biến cho chuyến đi là 97% hoặc \$2.425 ( $97\% \times \$2.500$ ).

Điểm hòa vốn sẽ là 227 suất. Xem cách giải chương 3 – Cách tính điểm hòa vốn)

Vậy muốn có lời, công ty cung ứng dịch vụ trọn gói phải bán tối thiểu 227 suất.

Sau đây là ví dụ về chương trình tour du lịch, cách tính giá tour, cách lập giá và cách tính tiền lời của tour

**Ví dụ 1, Chương trình du lịch tour: 6 ngày – 5 đêm: TPHCM – Nha Trang – Đà Lạt**

**Ngày 1: Sài Gòn – Đà Lạt**

Đón khách tại điểm hẹn và khởi hành đi Đà Lạt vào lúc 6h30. Ăn sáng tại Thủ Đức. Trên đường đi ghé tham quan thác Dambri trước khi ăn trưa. Dừng tham quan thác Prenn.

Đến Đà Lạt nhận phòng, nghỉ ngơi. Đưa khách đi ăn tối. Buổi tối khách nghỉ tự do, dạo phố.

#### **Ngày 2: Đà Lạt City tour**

Lúc 8h00, sau khi ăn sáng, quý khách sẽ tham quan thác Camly, Dinh II và Dinh III, chùa Tàu. Sau đó, quay về ăn trưa tại nhà hàng.

Buổi chiều tiếp tục tham quan Vườn hoa thành phố, Trường Đại học Đà Lạt. Thung lũng tình yêu, Hồ Than thò và chùa Linh Sơn. Trở về khách sạn nghỉ ngơi và ăn tối. Buổi tối khách nghỉ tự do.

#### **Ngày 3: Đà Lạt - Nha Trang**

Ăn sáng xong, làm thủ tục trả phòng, khách tham quan chợ Đà Lạt để mua sắm trước khi khởi hành đi Nha Trang. Trên đường đi ghé tham quan Hồ Tuyền Lâm, thác Datanla, dừng xe chụp hình trên đèo Prenn và đèo Ngạn Mục. Ăn trưa dọc đường. Chiều đến Nha Trang, làm thủ tục nhận phòng. Khách tự do tắm biển. Buổi tối đưa khách đi ăn tối, về khách sạn nghỉ ngơi.

#### **Ngày 4: Nha Trang City tour**

Sau khi ăn sáng xong, quý khách sẽ tham quan Viện Hải dương học, hồ cá Trí Nguyên, bãi sỏi (Hòn Miếu), Hòn Một, Hòn Yến, Hòn Tằm và Làng Chài, quay về Nha Trang ăn trưa.

Buổi chiều, tham quan chôn Long Sơn, Tháp Bà Ponaga, Hòn Chông. Ăn tối và trở về khách sạn. Khách tự do nghỉ ngơi.

#### **Ngày 5: Nha Trang - Ba Hồ - Dốc Lết**

Sau khi ăn sáng, khách đi tham quan Ba Hồ (cách Nha Trang 30km). Ăn trưa tại nhà hàng trên quốc lộ hoặc ăn theo kiểu picnic. Sau khi ăn trưa, khách đi Dốc Lết tắm biển. Chiều quay về Nha Trang, khách tham quan chợ Đầm và mua sắm. Ăn tối xong, trở về khách sạn nghỉ ngơi. Khách nghỉ tự do.

#### **Ngày 6: Nha Trang - Sài Gòn**

Ăn sáng xong, làm thủ tục trả phòng, khởi hành quay về thành phố. Trên đường đi, dừng tham quan bãi biển Cà Ná hoặc suối nước nóng Vĩnh Hảo. Ăn trưa dọc đường, về thành phố kết thúc chuyến đi.

Bảng giá:

Đổi tượng: Viên chức

Phương tiện: Xe Hyundai (50 chỗ ngồi, máy lạnh, karaoke)

Chi phí: 1.100.000đ/ 1 khách

Bao gồm:

- Tiền xe đi và về	: 110.000đ
- Khách sạn	: 375.000đ
- Tiền ăn uống	: 280.000đ
- Phí tham quan	: 82.000đ



- Tiền ăn, ở của tài xế và hướng dẫn viên : 16.000đ
- Tổng cộng : 863.000đ

Cách lập giá của công ty

Date	Itinerary	Guide	Hotel	Room (VND)	Transport (km)	Boat Fee	Meo/s
1	HCM- Dalat		Mimosa	150.000	310		50.000
2	Dalat City		Mimosa	150.000	80		50.000
3	Dalat - Nha Trang		Maritime	150.000	235	30.000/man	50.000
4	Nha Trang City		Maritime	150.000	100		50.000
5	Nha Trang		Maritime	150.000	150		50.000
6	Nha Trang - HCM		Maritime	150.000	450		30.000

Trong đó:

- Tiền phòng :  $150.000 \times 25$  (phòng đôi) = 3.750.000
- Tiền xe :  $1.325 \times 3.200$  = 4.240.000
- Tiền du thuyền :  $30.000 \times 50$  = 1.500.000
- Tiền ăn uống :  $(150.000 \times 50 \times 5) + (30.000 \times 50)$  = 14.000.000
- Chi phí tham quan :  $52.000 \times 50$  = 2.600.000
- Tiền tài xế :  $(150.000 \times 5) + 50.000$  = 800.000

Vậy: Tổng thu : 55.000.000

Tổng chi : 42.650.000

Tiền lời : 12.350.000

**Ví dụ 2. tour du lịch liên tuyến TP.Hồ Chí Minh - Nha Trang - Phan Rang - Đà Lạt**

thời gian 6 ngày 5 đêm (của Công đoàn ngành Giáo dục TP.HCM)

**Ngày 1:** Tuyến TP.HCM - Nha Trang

5h00 tập trung tại điểm hẹn. 5h30 khởi hành từ TP.HCM đi Phan Thiết. Ăn sáng tại Dầu Giây (tự túc)

Tham quan: - Trường Dục Thanh  
- Phân viện Bảo tàng Hồ Chí Minh

Ăn trưa tại Phan Thiết (Quán Kim Sơn Lầu)

Tham quan: Bãi biển Cá Ná

Chiều đến Nha Trang, nhận phòng: Ăn tối và khách nghỉ tự do.

**Ngày 2:** Nha Trang City tour (tham quan thành phố Nha Trang)

5h00 ăn sáng. 6h30 khách tham quan Viện Hải dương học, đi đò qua hồ cá Trí Nguyên,

tắm biển bãi Sỏi. Về ăn trưa. Chiều tham quan tháp Bà Ponaga. Ghé qua chợ Đêm mua dẹt ăn biển.

**Ngày 3: Nha Trang – Phan Rang**

6h00 trả phòng. Ăn sáng. 7h00 tham quan chùa Long Sơn, mộ bác sĩ Yersin. Về Ninh Chữ nhận phòng. Ăn trưa tại Phan Rang. Chiều tắm biển, khách nghỉ tự do.

**Ngày 4: Phan Rang – Đà Lạt**

6h00 ăn sáng. 7h00 tham quan tháp Poklong – Garai, vạt đào Nguyễn Mục, tham quan thác Prenn. Lên Đà Lạt nhận phòng. Ăn trưa, khách nghỉ tự do.

**Ngày 5: Tham quan thành phố Đà Lạt (Dalat City tour)**

6h00 ăn sáng. Tham quan Thiền viện Trúc Lâm, vườn hoa Minh Tâm, hồ Than Thở. Ăn trưa. Chiều tham quan Dinh Bảo Đại, ghé chợ Đà Lạt mua quà.

**Ngày 6: Đà Lạt – TP.HCM**

6h00 trả phòng. Ăn sáng, tạm biệt Đà Lạt. Đến Bảo Lộc, tham quan thác Đambri, mua quà và ăn trưa tại Bảo Lộc. Chiều về TP.HCM. Kết thúc chuyến đi.

**Bảng giá:**

- Đối tượng : Các trường học, giáo viên, sinh viên, học sinh
- Phương tiện : xe 50 chỗ (có máy lạnh, karaoke)
- Chi phí : 700.000 đồng/khách

**Bao gồm:**

- 1. Tiền xe 2 bên : 100.000 đ
- 2. Tiền khách sạn : 315.000 đ
- 3. Ăn uống : 175.000 đ
- 4. Phí tham quan : 40.000 đ
- 5. Hướng dẫn viên : 10.000 đ
- 6. Bảo hiểm : 15.000 đ
- Tổng cộng : 655.000 đ**

Lâm tròn để có lời : 700.000 đ/ 1khách

**Cách lập giá:**

- 1. Tiền ăn tại quán : 35.000 đ/ ngày x 5 = 175.000 đ
- 2. Tiền khách sạn:
  - Tại Nha Trang: Khách sạn Mỹ Á : 75.000 đ x 3 = 225.000 đ
  - Tại Đà Lạt: Khách sạn Bông Hồng : 30.000 đ x 3 = 90.000 đ
- 3. Phí tham quan : 4.000 đ/ điểm x 10 = 40.000 đ
- 4. Hướng dẫn viên : 80.000 đ/ngày x 6/50 người = 10.000 đ
- 5. Bảo hiểm (Mỗi khách) = 15.000 đ

Vậy:

- Tổng thu	: (700.000 x 50)	= 35.000.000 đ
- Tổng chi	: (655.000 x 50)	= 32.750.000 đ
- Tiền lời	: (35.000.000 - 32.750.000)	= 2.250.000 đ

## V. BÁN TOUR

Các hãng đại lý du lịch thường bán tour qua các đại lý bán lẻ. Nhân viên bán tour du lịch trọn gói, ngoài kiến thức cần bán về bán hàng, cần phải có kiến thức chuyên môn du lịch, đặc tính của sản phẩm, của tour.

Ngoài những yếu tố kể trên, nhân viên bán tour du lịch còn phải biết cách bán. Nhân viên bán tour cần phải giải quyết, xử lý các yêu cầu của khách chứ không chỉ đơn thuần bán tour. Nhân viên bán tour cũng giống như người phục vụ bàn, họ không chỉ những nhận đặt món ăn thức uống của khách mà phải tìm cách để bán được nhiều hơn những thứ mà khách yêu cầu. Đó là những dịch vụ bổ sung mà mỗi nhân viên nhà hàng, nhân viên bán tour du lịch cần phải bán thêm để mang lại doanh thu cao hơn cho tổ chức. Trong thị trường biến động, đầy cạnh tranh, sản phẩm du lịch và nhất là sản phẩm về tour, khoản lợi của đơn vị cung ứng không phải là lấy từ các yếu tố chính cấu thành tour cũng không phải từ các hoa hồng nhận được từ khoản chiết khấu của các hãng hàng không hay khách sạn mà chính khoản lời nhận được từ các dịch vụ bổ sung. Vì vậy, một hộp bia giá 8.000 đồng, nhà hàng nào cũng bán như vậy, hoặc chênh lệch nhau chút ít, nhà hàng khó mà đòi khách trả tiền cao hơn. Vì vậy, mớ lợi từ thức uống như bia có giới hạn. Nhưng nhà hàng có thể kiếm được tiền lời và doanh thu cao hơn từ những chiếc khăn lau mặt, từ những đĩa đậu phộng rang, từ những thức ăn tráng miệng... Một ví dụ khác để cho thấy những dịch vụ bổ sung góp phần rất lớn vào doanh thu và lợi nhuận của các đơn vị cung ứng: Tại các khách sạn, người kinh doanh khách sạn không chỉ đơn thuần kinh doanh về phòng ngủ mà cần phải có nhiều sản phẩm, dịch vụ khác để bổ sung như ẩm thực, massage, karaoke, vũ trường, tắm hơi và nhiều dịch vụ hấp dẫn khác nhằm lưu giữ, kéo dài thời gian lưu trú của khách. Từ đó khách phải chi tiền nhiều hơn, thay vì phải chi tiêu số tiền đó ở những nơi khác.

Khi bán tour, tùy theo loại tour sẽ có những cách bán khác nhau. Đối với tour du lịch ra nước ngoài, khách mua tour phải đặt cọc trước 50% giá trị của tour, 50% giá trị của tour còn lại, khách phải thanh toán sau khi nhận được hộ chiếu và thị thực xuất nhập cảnh.

Trong trường hợp đại lý du lịch bán chương trình tour ủy quyền cho một đại lý ở nước ngoài thực hiện thì phải thông báo bằng văn bản cho đại lý đó biết rõ những chi tiết về: Chương trình du lịch, ngày giờ, tuyến điểm du lịch, những dịch vụ liên quan, tên khách sạn, nhà hàng, danh sách đoàn, giờ máy bay cất cánh, hạ cánh, địa điểm đến, ký hiệu chuyến bay và yêu cầu có hướng dẫn viên sử dụng tiếng của đoàn du lịch.

Riêng đối với việc bán chương trình du lịch trong nước, khi khách đăng ký phải đặt cọc 50% giá trị tour, sau 3 ngày phải nộp đủ 50% giá trị tour còn lại.

Để bán tour được hiệu quả, các nhà thiết kế tour thường tìm cách phân phối về qua các đại lý du lịch và quảng cáo bằng những tờ gấp (Brochure). Đối với khách trong nước, các đơn vị cung ứng tour thường gửi thư đến các công ty, trường học, hoặc đăng quảng cáo trên báo, tham gia các hội chợ triển lãm về du lịch trong và ngoài nước. Đối với khách nước ngoài, các đơn vị cung ứng tour thường quảng cáo tại sân bay, khách sạn nhà hàng, tìm đến

tic du lịch sang kinh doanh tại Việt Nam, hoặc giới thiệu đến các văn phòng du lịch của cơ quan nhà nước ở nước ngoài.

Bán chương trình du lịch trọn gói cũng giống như bán vé xem đá banh hay bán vé xem phim, cơ bản là phải tìm đủ mọi cách để bán cho thật nhiều mới có lời, bởi lẽ đặc tính của sản phẩm du lịch không thể để tồn tại cho ngày mai. (Nếu không bán hết những chỗ trống trên ghế máy bay hay ghế của xe 50 chỗ ngồi cho một tour trọn gói, thì doanh số của những chiếc ghế trống đó sẽ mất đi và kéo theo lợi nhuận sụt giảm).

Trong việc bán tour, theo kinh nghiệm, người tổ chức tour thường nghiên cứu đối tượng khách trước và mời chào theo từng nhóm, ví dụ như các công ty, trường học... Vì trong một tổ chức, khách thường quen nhau, nếu không phải tất cả đều là nhân viên các ban ngành trong công ty thì cũng là những người nhà, thân nhân của nhân viên trong tổ chức. Riêng đối với tour tổ chức ra nước ngoài, đối tượng khách bao gồm những phân khúc của nhiều thị trường khác nhau. Do đó, việc bán tour phải thông qua các đại lý trung gian và quảng cáo, mời chào nhiều nơi, kể cả khách lẻ.

Trong việc bán tour, khách du lịch phải bỏ tiền ra mua sản phẩm và phải mất một thời gian dài mới sử dụng sản phẩm đó. Khách không thấy trước sản phẩm, chỉ biết một phần qua những lời giới thiệu của nhân viên bán sản phẩm và những gì liên quan đến chương trình du lịch được giới thiệu qua những tờ gấp (Brochure)

Vì vậy, khi quảng cáo, giới thiệu về tour, chúng ta không nên quảng cáo quá sai sự thật về chất lượng sản phẩm.

## VI. THỰC HIỆN TOUR

Công việc thực hiện tour vô cùng quan trọng. Một chương trình du lịch dù có tổ chức thiết kế hay nhưng không thực hiện kém sẽ dẫn đến thất bại. Bởi lẽ khâu thực hiện liên quan đến vấn đề thực tế, phải giải quyết nhiều vấn đề phát sinh trong chuyến du lịch.

Công việc thực hiện chương trình du lịch trọn gói bao gồm phần việc chính: Chuẩn bị chương trình du lịch và tiến hành du lịch trọn gói.

### 1. Chuẩn bị chương trình du lịch trọn gói

Việc chuẩn bị chương trình du lịch trọn gói bao gồm những phần chính sau đây:

- Cơ sở lưu trú, ăn uống, vận chuyển, tham quan, giải trí.
- Chuẩn bị nhân viên điều hành, hướng dẫn viên.
- Sắp xếp, tổ chức phục vụ khách.

Về khách sạn và vận chuyển, phải chọn khách sạn tiện nghi, nhân viên phục vụ tận tình, gần trung tâm thành phố để tiện cho khách dạo phố, mua sắm. Đối với phương tiện vận chuyển, người tổ chức tour cũng phải chọn loại xe tốt, đầy đủ tiện nghi và tài xế kinh nghiệm lái xe, thành thạo lộ trình và vui vẻ. Điều cốt yếu trong việc chọn cơ sở lưu trú và phương tiện vận chuyển là phải ký kết hợp đồng bằng văn bản khách sạn, đơn vị vận chuyển cung cấp và những dịch vụ bổ sung.

Theo kinh nghiệm, thông thường để chuẩn bị việc thực hiện chương trình du lịch trọn gói, các đơn vị tổ chức thường phân chia trách nhiệm cho từng bộ phận riêng biệt phụ

trách. Chẳng hạn, các đại lý hàng du lịch phụ trách các khâu:

- Ký kết hợp đồng với các đơn vị cung ứng lữ hành, khách sạn, nhà hàng, công ty bảo hiểm, hướng dẫn viên, người điều hành.
- Lập chương trình, kế hoạch thực hiện quảng cáo.

## **2. Tiến hành du lịch trọn gói**

Công việc tiến hành du lịch trọn gói rất quan trọng và công việc này có khác nhau trong tiến hành về chương trình du lịch ra nước ngoài với chương trình du lịch trong nước.

### **a) Tiến hành chương trình du lịch ra nước ngoài**

Sau khi nhận đủ danh sách đăng ký những người tham dự chương trình du lịch hoặc hết thời hạn đăng ký, đại lý hàng du lịch lập danh sách hành khách trong chuyến du lịch, hộ chiếu và những giấy tờ cần thiết khác liên quan đến vấn đề xuất nhập cảnh để trình cho Sở công an tỉnh, thành phố lo thủ tục. Thời gian từ lúc trình giấy tờ cho đến lúc có hộ chiếu khoảng 15 đến 20 ngày. Nhận được hộ chiếu và thị thực xuất nhập cảnh, đại lý hàng du lịch phải thông báo cho khách biết và yêu cầu khách nộp 50% số tiền còn lại khi đặt cọc cho chuyến đi. Nhận đủ tiền, đại lý hàng du lịch phải mua vé, đăng ký phòng khách sạn, lập chương trình du lịch chi tiết, cụ thể về từng ngày, buổi ăn, nghỉ, tham quan, giải trí, những dịch vụ mà khách nhận được từ những đơn vị cung ứng như nhà hàng, khách sạn, phương tiện vận chuyển, kiểm tra lại hộ chiếu để kịp thời điều chỉnh.

Chọn trưởng đoàn (tour leader) hướng dẫn đoàn du lịch. Các thành viên trong đoàn phải tuân theo hướng dẫn của trưởng đoàn và trưởng đoàn chịu trách nhiệm về đoàn, giải quyết mọi vấn đề kể cả những vấn đề phát sinh trong chuyến du lịch.

Trước khi khởi hành, trưởng đoàn phải nhận tất cả những giấy tờ liên quan chuyến du lịch ra nước ngoài như hộ chiếu, vé máy bay, chương trình du lịch để xuất trình với nhân viên phụ trách phi trường cất cánh và hạ cánh. Trưởng đoàn phải hướng dẫn các thành viên trong đoàn khai báo hải quan, sắp xếp phương tiện vận chuyển, nghỉ ngơi, ăn uống...

### **b) Tiến hành chương trình du lịch trong nước**

Chương trình du lịch trong nước, về thủ tục có đơn giản hơn so với thủ tục du lịch ra nước ngoài. Tuy nhiên, để chuẩn bị và thực hiện chương trình du lịch đạt kết quả, chất lượng cao, đại lý hàng du lịch cũng cần quan tâm thực hiện tour qua những bước cần bản sau đây:

- Sau 3 ngày kể từ ngày khách đăng ký và nộp trước 50% tiền chuyến đi, khách phải nộp đủ 50% số tiền còn lại. Khi đã nhận đủ tiền, đại lý hàng du lịch phải cung cấp cho khách chương trình cụ thể về chuyến đi bao gồm thời gian xuất phát, địa điểm xuất phát, phương tiện vận chuyển, tên khách sạn, nhà hàng, địa điểm tham quan và các dịch vụ được phục vụ.

- Sau khi hình thành danh sách nhóm, người tổ chức điều hành phải ký hợp đồng thuê xe, khách sạn, nhà hàng, bảo hiểm hoặc đăng ký giữ chỗ khách sạn cho khách. Mua vé tàu lửa, vé xe, chọn hướng dẫn viên.

- Hướng dẫn viên chịu trách nhiệm thực hiện chương trình, chỗ ăn ở cho khách, hướng dẫn đoàn đi tham quan, giải trí theo đúng chương trình đã được ấn định và giải quyết trả lời tất cả những vấn đề phát sinh, thắc mắc của khách về điểm tham quan trong chuyến du

lịch.

### 3. Báo cáo sau khi thực hiện tour

Trưởng đoàn và hướng dẫn viên của tour du lịch ra nước ngoài và tour du lịch trong nước sau khi thực hiện tour, trong khoảng thời gian từ 1 đến 3 ngày, phải viết báo cáo chi tiết trình cho đơn vị tổ chức tour về chuyến du lịch của đoàn.

Trong báo cáo phải trình bày nội dung về chuyến du lịch tại mỗi điểm du lịch, về vận chuyển, lưu trú, tham quan ăn uống và kèm theo những chứng từ liên quan và sau cùng phải có ý kiến, đề nghị về chuyến du lịch để ban tổ chức rút kinh nghiệm. Cụ thể, trong báo cáo, trưởng đoàn hay hướng dẫn viên phải trình bày những phần:

- Giấy tờ chứng minh:
- + Vé tàu, xe.
- + Bản photocopy biên lai.
- + Chứng từ, hóa đơn về chi phí đã thực hiện trong chuyến đi.
- + Những dịch vụ không được thực hiện theo cam kết.
- Thông tin chi tiết liên quan đến trưởng đoàn, hướng dẫn viên và đoàn du lịch.
- + Họ tên, chức danh.
- + Nhóm du lịch số...
- + Họ chiếu của nhóm.
- + Thời gian thực hiện tuyến du lịch từ ngày... đến ngày...
- + Số khách tham dự.
- + Phương tiện đi lại.
- + Vi phạm về luật hải quan (nếu có)
- + Công việc và phong cách phục vụ của hướng dẫn viên ngoại quốc (nếu là tour ra nước ngoài) chuyên môn của họ về công việc hướng dẫn.
- + Tên và tiêu chuẩn nhà hàng khách sạn được phục vụ và chất lượng sản phẩm thức ăn uống, chỗ ngủ cùng với phong cách phục vụ của nhân viên.
- + Ý kiến của các thành viên trong chuyến đi.
- Đánh giá chung về chuyến du lịch

Chuyến du lịch được đánh giá thành công hay không thành công là dựa vào báo cáo của trưởng đoàn hay hướng dẫn viên để so sánh với dự đoán về chi phí cho chuyến đi và chuyến đi có đảm bảo chất lượng, có được khách hài lòng hay không. Nói tóm lại, sự đánh giá của chuyến đi thành công hay thất bại là kết quả dư thừa về tài chính sau khi chi phí cho chuyến đi và sự hài lòng của khách về chất lượng sản phẩm mà họ đã nhận được ở các đơn vị cung ứng du lịch phục vụ. Ngoài ra, mỗi chuyến du lịch, qua báo cáo của trưởng đoàn hay hướng dẫn viên sẽ là kinh nghiệm quý báu cho các đơn vị tổ chức tour rút kinh nghiệm cho các chuyến du lịch về sau được thành công hơn.

Qua bản báo cáo và những giấy tờ chứng minh liên quan đến chi phí cho chuyến đi, đại lý hàng du lịch hay người tổ chức tour sẽ so sánh những chi phí thực tế với chi phí dự kiến để đánh giá. Những chi phí thực hiện trong chuyến đi không đúng hay không chứng minh được rõ ràng thì phần chi phí đó trưởng đoàn hay hướng dẫn viên chịu trách nhiệm.

**BÀI ĐỌC THÊM**  
**KINH DOANH KHÁCH SẠN - BÁN SẢN PHẨM TRỌN GÓI**

*(Trích bài dịch của Trần Trung,  
Báo Du lịch Việt Nam 6/1998)*

Hiện nay kinh doanh khách sạn không còn chỉ đơn thuần là kinh doanh phòng ngủ, vì dù các khách sạn lớn ở Pháp đang chào bán nhiều sản phẩm du lịch phong phú, đặc biệt dưới dạng sản phẩm trọn gói bao gồm các dịch vụ đi liền với nhau như lưu trú, cho thuê xe ô tô, ăn uống...khách du lịch có thể mua nhiều sản phẩm trọn gói khác nhau như:

**Sản phẩm 1:** Trị giá 300 USD/01 người, bao gồm:

- 02 đêm lưu trú tại phòng VIP của khách sạn.
- Vé vào cửa miễn phí cho dịch vụ tắm hơi, vũ trường và casino.
- 01 chuyến tham quan từ Monaco đến St - Tropez bằng máy bay.
- 01 chuyến tham quan đến khu vườn tự nhiên ở Esterel.
- 01 bữa ăn tối tại một khách sạn làng quê.
- Chi phí đi lại.

**Sản phẩm 2:** Trị giá 350 USD/01 người, bao gồm:

- 02 đêm lưu trú tại phòng VIP của khách sạn.
- 01 ngày dã ngoại với hướng dẫn viên du lịch.
- Tham quan một làng quê.
- 01 bữa ăn tối tại tàu quân.

**Sản phẩm 3:** Trị giá 230 USD/01 người, bao gồm:

- 02 đêm lưu trú tại phòng VIP khách sạn.
- 01 buổi xem hát kịch opera.
- 01 bữa ăn tối tuyệt hạng.
- 01 buổi tiệc rượu chiêu đãi.

Một số khách sạn khác còn đa dạng hóa sản phẩm du lịch của mình bằng cách đưa khách đến tham quan các viện bảo tàng hoặc tham gia các hoạt động đặc biệt như các lễ hội, thể thao... và một điều dễ nhận thấy là khách sạn không tính giá tour quá cao cho khách du lịch.

Trước đây chỉ có các công ty lữ hành mới chào bán các tour (hay hợp đồng) trọn gói. Vài năm gần đây, các khách sạn đã thực sự quan tâm đến việc bán các sản phẩm trọn gói và để đáp ứng nhu cầu khách du lịch, các sản phẩm tạo ra ngày càng có sự chuẩn bị tốt hơn. Nói chung đối với các dịch vụ ngoài khách sạn như cho thuê ô tô, tham quan viện bảo tàng... thì các chủ khách sạn thường tính cho du khách cùng giá với các công ty lữ hành. Nhưng đối với các dịch vụ khách sạn như thuê phòng hay ăn uống thì họ lại giảm giá cho khách du lịch. Điều này giải thích vì sao giá tour trọn gói ở khách sạn thường rẻ hơn ở các công ty lữ hành.

Có thể tạo ra rất nhiều loại sản phẩm hay tour trọn gói như: Tour khám phá, đi bộ đò ngoài, du lịch nóng thôn, thưởng thức các món ăn đặc sản, trượt tuyết xuyên rừng, leo núi, thưởng thức âm nhạc... và các chủ khách sạn chào bán chúng nhằm mục đích tăng công suất buồng phòng (đặc biệt ngoài thời vụ du lịch) và để thu hút thêm khách hàng mới.

Lợi nhuận trực tiếp, khi bán các sản phẩm trọn gói không được cao, chỉ chiếm 2 đến 3% doanh thu. Các chủ khách sạn đều có chung một ý kiến là tạo nên một sản phẩm trọn gói là một công việc rất phức tạp bao gồm nhiều công đoạn. Cần thiết phải đầu tư thời gian và cần có sự liên lạc nội bộ thiết yếu. Đội ngũ nhân viên khách sạn không những chỉ biết cách kinh doanh phòng ngủ, mà họ còn phải biết cách đặt chỗ cho các chuyến đi tham quan, đi xem các buổi biểu diễn ca nhạc đặc biệt, đặt chỗ ở các nhà hàng sang trọng, thuê xe ô tô, đặt vé máy bay...

Ngược lại, lợi nhuận gián tiếp mà khách sạn thu được khi bán các sản phẩm trọn gói lại rất lớn. Những khách hàng, mua sản phẩm trọn gói và nếu được thỏa mãn, họ sẽ quay trở lại dùng khách sạn đó để mua các sản phẩm trọn gói khác và vô hình chung họ sẽ tiếp tục thuê phòng khách sạn. Các chủ khách sạn không thể kinh doanh buồng phòng đơn giản như một hãng hàng không bán một chuyến bay. Họ còn phải thu hút các đối tác của mình (các công ty lữ hành) và các khách hàng bằng cách hiệu chỉnh giá cả.

Hợp đồng trọn gói có cả chức năng thương mại. Khách hàng thường muốn ký hợp đồng trực tiếp (không thông qua trung gian) nhằm thanh toán dịch vụ với giá thấp hơn. Khi ký hợp đồng trọn gói, các chủ khách sạn thường định giá sản phẩm khi nói cho khách du lịch nghe về sự vui thích cũng như những cảm giác mới mà họ sẽ được hưởng thụ. Chào bán các sản phẩm trọn gói là phương thức tốt nhất mà các chủ khách sạn có thể đón khách hàng của mình vài lần trong một năm để giới thiệu các sản phẩm mới.

Một ưu điểm khác là hợp đồng trọn gói có thể thế chỗ các dịch vụ còn thiếu trong khách sạn. Các sản phẩm trọn gói luôn thu hút được sự chú ý của các nhà điều hành tour, các công ty vận chuyển khách, thông tin đại chúng, các trung tâm du lịch và cuối cùng thay thế sự vắng mặt của bể bơi hay phòng tổ chức hội nghị chẳng hạn. Ví dụ trong cuộc chiến vùng Vịnh, Công ty khách sạn du lịch Biển (Société des Bains de Mer) ở Pháp đã chào bán cho các thương gia từ Paris đến Monaco bằng cách đưa thêm vé máy bay vào trong tour trọn gói, bằng cách này khách sạn đã bán được 20.000 đêm lưu trú mà không phải giảm giá phòng.

Điều thứ vị là các công ty lữ hành không hề ngại sự cạnh tranh không công bằng (vé giá cả) khi khách sạn bán tour trọn gói. Ngược lại, hiện nay công suất buồng khách sạn còn gia tăng vì các công ty lữ hành đăng ký mua sản phẩm trọn gói của khách sạn ngày một nhiều hơn. Tất cả các khách sạn đều tìm cách phân phối các sản phẩm trọn gói bằng cách quảng bá trên báo chí, thậm chí ra nước ngoài. Các nhà điều hành tour cũng thu lợi từ các sản phẩm trọn gói của khách sạn. Nhiều khi, các công ty lữ hành còn quảng cáo các sản phẩm trọn gói của các khách sạn trong các tập gấp quảng cáo của mình. Nói chung, theo trào lưu mới của chủ khách sạn chịu trách nhiệm tổ chức xây dựng các tour trọn gói còn các nhà điều hành tour thì giúp họ bán chúng cho khách du lịch.



*Phần thứ hai*

## **CÁC VĂN BẢN PHÁP QUY**

# **I. LUẬT DU LỊCH VÀ CÁC VĂN BẢN HƯỚNG DẪN THI HÀNH**

## **LUẬT DU LỊCH**

**SỐ 44/2005/QH11 NGÀY 14-6-2005 CỦA QUỐC HỘI**

*Căn cứ vào Hiến pháp nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 1992 đã được sửa đổi, bổ sung theo Nghị quyết số 51/2001/QH10 ngày 25 tháng 12 năm 2001 của Quốc hội khoá X, kỳ họp thứ 10;*

*Luật này quy định về du lịch.*

### **Chương I NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG**

#### **Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

Luật này quy định về tài nguyên du lịch và hoạt động du lịch; quyền và nghĩa vụ của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, tổ chức, cá nhân khác có hoạt động liên quan đến du lịch.

#### **Điều 2. Đối tượng áp dụng**

1. Tổ chức, cá nhân Việt Nam và tổ chức, cá nhân nước ngoài hoạt động du lịch trên lãnh thổ Việt Nam.

2. Cơ quan, tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư có hoạt động liên quan đến du lịch.

#### **Điều 3. áp dụng pháp luật về du lịch**

1. Các chủ thể quy định tại Điều 2 của Luật này thực hiện quy định của Luật này và các quy định có liên quan của pháp luật Việt Nam.

2. Trường hợp điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên có quy định khác với quy định của Luật này thì áp dụng quy định của điều ước quốc tế đó. Trường hợp pháp luật Việt Nam hoặc điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên không quy định thì các bên tham gia hoạt động du lịch được thoả thuận áp dụng tập quán quốc tế, nếu tập quán đó không trái với nguyên tắc cơ bản của pháp luật Việt Nam.

#### **Điều 4. Giải thích từ ngữ**

Trong Luật này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. 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.

2. 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.

3. Hoạt động du lịch là hoạt động của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du

lịch, cộng đồng dân cư và cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến du lịch.

4. Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hoá, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.

5. Tham quan là hoạt động của khách du lịch trong ngày tới thăm nơi có tài nguyên du lịch với mục đích tìm hiểu, thưởng thức những giá trị của tài nguyên du lịch.

6. Đô thị du lịch là đô thị có lợi thế phát triển du lịch và du lịch có vai trò quan trọng trong hoạt động của đô thị.

7. Khu du lịch là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn với ưu thế về tài nguyên du lịch tự nhiên, được quy hoạch, đầu tư phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch, đem lại hiệu quả về kinh tế - xã hội và môi trường.

8. Điểm du lịch là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn, phục vụ nhu cầu tham quan của khách du lịch.

9. Tuyến du lịch là lộ trình liên kết các khu du lịch, điểm du lịch, cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch, gắn với các tuyến giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường hàng không.

10. Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch.

11. Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lý hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

12. Cơ sở lưu trú du lịch 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.

13. Chương trình du lịch là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

14. Lý hành là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch.

15. Hướng dẫn du lịch là hoạt động hướng dẫn cho khách du lịch theo chương trình du lịch.

Người thực hiện hoạt động hướng dẫn được gọi là hướng dẫn viên và được thanh toán cho dịch vụ hướng dẫn du lịch.

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

17. Xúc tiến du lịch là hoạt động tuyên truyền, quảng bá, vận động nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội phát triển du lịch.

18. Du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng được các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch của tương lai.

19. Du lịch sinh thái là hình thức du lịch dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hoá địa phương với sự tham gia của cộng đồng nhằm phát triển bền vững.

20. Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hoá dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống.

21. Môi trường du lịch là môi trường tự nhiên và môi trường xã hội nhân văn nơi diễn ra các hoạt động du lịch.

#### **Điều 5. Nguyên tắc phát triển du lịch**

1. Phát triển du lịch bền vững, theo quy hoạch, kế hoạch, bảo đảm hài hoà giữa kinh tế, xã hội và môi trường; phát triển có trọng tâm, trọng điểm theo hướng du lịch văn hoá - lịch sử, du lịch sinh thái; bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị của tài nguyên du lịch.

2. Bảo đảm chủ quyền quốc gia, quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội.

3. Bảo đảm lợi ích quốc gia, lợi ích cộng đồng, lợi ích chính đáng và an ninh, an toàn cho khách du lịch, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch.

4. Bảo đảm sự tham gia của mọi thành phần kinh tế, mọi tầng lớp dân cư trong phát triển du lịch.

5. Góp phần mở rộng quan hệ đối ngoại và giao lưu quốc tế để quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam.

6. Phát triển đồng thời du lịch trong nước và du lịch quốc tế, tăng cường thu hút ngày càng nhiều khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam.

#### **Điều 6. Chính sách phát triển du lịch**

1. Nhà nước có cơ chế, chính sách huy động mọi nguồn lực, tăng đầu tư phát triển du lịch để bảo đảm du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

2. Nhà nước có chính sách khuyến khích, ưu đãi về đất đai, tài chính, tín dụng đối với tổ chức, cá nhân trong nước và tổ chức, cá nhân nước ngoài đầu tư vào các lĩnh vực sau đây:

a) Bảo vệ, tôn tạo tài nguyên du lịch và môi trường du lịch;

b) Tuyên truyền, quảng bá du lịch;

c) Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch;

d) Nghiên cứu, đầu tư, xây dựng sản phẩm du lịch mới;

đ) Hiện đại hoá hoạt động du lịch;

e) Xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch, nhập khẩu phương tiện cơ cấp phục vụ cho việc vận chuyển khách du lịch, trang thiết bị chuyên dùng hiện đại cho cơ sở lưu trú du lịch hạng cao và khu du lịch quốc gia;

g) Phát triển du lịch tại nơi có tiềm năng du lịch ở vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn nhằm sử dụng lao động, hàng hoá và dịch vụ tại chỗ, góp phần nâng cao dân trí, xoá đói, giảm nghèo.

3. Nhà nước bố trí ngân sách cho công tác quy hoạch; hỗ trợ đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng đô thị du lịch, khu du lịch, điểm du lịch; hỗ trợ công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch, bảo vệ, tôn tạo tài nguyên du lịch và môi trường du lịch, nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch.

4. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi cho người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; công dân Việt Nam, người nước ngoài ở Việt Nam đi du

lịch trong nước và nước ngoài; bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của khách du lịch.

5. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế, các tầng lớp dân cư tham gia hoạt động du lịch, mở rộng giao lưu hợp tác giữa du lịch Việt Nam với du lịch khu vực và quốc tế.

6. Nhà nước khuyến khích, tạo điều kiện hình thành quy hỗ trợ phát triển du lịch từ nguồn đóng góp của các chủ thể hưởng lợi từ hoạt động du lịch, nguồn đóng góp tự nguyện của tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài.

Chính phủ quy định cụ thể chính sách phát triển du lịch quy định tại Điều này.

#### **Điều 7. Sự tham gia của cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch**

1. Cộng đồng dân cư có quyền tham gia và hưởng lợi ích hợp pháp từ hoạt động du lịch; có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên du lịch, bản sắc văn hoá địa phương; giữ gìn an ninh, trật tự, an toàn xã hội, vệ sinh môi trường để tạo sự hấp dẫn du lịch.

2. Cộng đồng dân cư được tạo điều kiện để đầu tư phát triển du lịch, khôi phục và phát huy các loại hình văn hoá, nghệ thuật dân gian, ngành, nghề thủ công truyền thống; sản xuất hàng hoá của địa phương phục vụ khách du lịch, góp phần nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân địa phương.

#### **Điều 8. Hiệp hội du lịch**

1. Hiệp hội du lịch được thành lập trên cơ sở tự nguyện của tổ chức, cá nhân có hoạt động du lịch, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp và góp phần thúc đẩy sự phát triển của các thành viên.

2. Hiệp hội du lịch tham gia tổ chức các hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch; tham gia xây dựng, tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về du lịch.

3. Tổ chức và hoạt động của hiệp hội du lịch được thực hiện theo quy định của pháp luật về hội.

#### **Điều 9. Bảo vệ môi trường du lịch**

1. Môi trường tự nhiên, môi trường xã hội nhân văn cần được bảo vệ, tôn tạo và phát triển nhằm bảo đảm môi trường du lịch xanh, sạch, đẹp, an ninh, an toàn, lành mạnh và văn minh.

2. Bộ, cơ quan ngang bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình ban hành các quy định nhằm bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường du lịch.

3. Ủy ban nhân dân các cấp có biện pháp để bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường du lịch phù hợp với thực tế của địa phương.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch có trách nhiệm thu gom, xử lý các loại chất thải phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh; khắc phục tác động tiêu cực do hoạt động của mình gây ra đối với môi trường; có biện pháp phòng, chống tệ nạn xã hội trong cơ sở kinh doanh của mình.

5. Khách du lịch, cộng đồng dân cư địa phương và các tổ chức, cá nhân khác có trách nhiệm bảo vệ và gìn giữ cảnh quan, môi trường, bản sắc văn hoá, thuần phong mỹ tục của dân tộc; có thái độ ứng xử văn minh, lịch sự nhằm nâng cao hình ảnh đất nước, con người và du lịch Việt Nam.

## **Điều 10. Nội dung quản lý nhà nước về du lịch**

1. Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch và chính sách phát triển du lịch.
2. Xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện văn bản quy phạm pháp luật, tiêu chuẩn định mức kinh tế - kỹ thuật trong hoạt động du lịch.
3. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và thông tin về du lịch.
4. Tổ chức, quản lý hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực; nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ.
5. Tổ chức điều tra, đánh giá tài nguyên du lịch để xây dựng quy hoạch phát triển du lịch, xác định khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.
6. Tổ chức thực hiện hợp tác quốc tế về du lịch; hoạt động xúc tiến du lịch ở trong nước và nước ngoài.
7. Quy định tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch, sự phối hợp của các cơ quan nhà nước trong việc quản lý nhà nước về du lịch.
8. Cấp, thu hồi giấy phép, giấy chứng nhận về hoạt động du lịch.
9. Kiểm tra, thanh tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về du lịch.

## **Điều 11. Trách nhiệm quản lý nhà nước về du lịch**

1. Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về du lịch.
2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về du lịch; chủ trì, phối hợp với các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện quản lý nhà nước về du lịch.
3. Bộ, cơ quan ngang bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình và theo sự phân công của Chính phủ có trách nhiệm phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương trong việc thực hiện quản lý nhà nước về du lịch.
4. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (sau đây 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 thực hiện 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 đảm an ninh, trật tự, an toàn xã hội, vệ sinh môi trường tại khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.

## **Điều 12. Các hành vi bị nghiêm cấm**

1. Làm phương hại đến chủ quyền, lợi ích quốc gia, quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội, truyền thống văn hoá, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc.
2. Xây dựng công trình du lịch không theo quy hoạch đã được công bố.
3. Xâm hại tài nguyên du lịch, môi trường du lịch.
4. Phân biệt đối xử với khách du lịch, thu lợi bất chính từ khách du lịch.
5. Tranh giành khách, nài ép khách mua hàng hóa, dịch vụ.

6. Kinh doanh du lịch không có giấy phép kinh doanh, không có đăng ký kinh doanh hoặc kinh doanh không đúng ngành, nghề, phạm vi kinh doanh.

7. Sử dụng tư cách pháp nhân của tổ chức khác hoặc cho người khác sử dụng tư cách pháp nhân của mình để hoạt động kinh doanh trái pháp luật.

8. Lợi dụng chức vụ, quyền hạn để nhận hối lộ, sách nhiễu, gây phiền hà cho tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, khách du lịch.

## **Chương II** **TÀI NGUYÊN DU LỊCH**

### **Điều 13. Các loại tài nguyên du lịch**

1. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn đang được khai thác và chưa được khai thác.

Tài nguyên du lịch tự nhiên gồm các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái, cảnh quan thiên nhiên có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

Tài nguyên du lịch nhân văn gồm truyền thống văn hóa, các yếu tố văn hoá, văn nghệ dân gian, di tích lịch sử, cách mạng, khảo cổ, kiến trúc, các công trình lao động sáng tạo của con người và các di sản văn hoá vật thể, phi vật thể khác có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

2. Tài nguyên du lịch có thể thuộc sở hữu nhà nước hoặc sở hữu của tổ chức, cá nhân.

### **Điều 14. Điều tra tài nguyên du lịch**

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương chỉ trì, phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước liên quan và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh điều tra, đánh giá, phân loại tài nguyên du lịch để làm căn cứ xây dựng quy hoạch phát triển du lịch, xác định và công bố các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.

### **Điều 15. Nguyên tắc bảo vệ, tôn tạo và phát triển tài nguyên du lịch**

1. Tài nguyên du lịch phải được bảo vệ, tôn tạo và khai thác hợp lý để phát huy hiệu quả sử dụng và bảo đảm phát triển du lịch bền vững.

2. Nhà nước thống nhất quản lý tài nguyên du lịch trong phạm vi cả nước, có chính sách và biện pháp để bảo vệ, tôn tạo và khai thác hợp lý tài nguyên du lịch.

### **Điều 16. Trách nhiệm quản lý, bảo vệ, tôn tạo và phát triển tài nguyên du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương, các bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân các cấp có trách nhiệm quản lý tài nguyên du lịch, phối hợp trong việc bảo vệ, khai thác, sử dụng hợp lý và phát triển tài nguyên du lịch.

2. Cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân sở hữu, quản lý tài nguyên du lịch có trách nhiệm bảo vệ, đầu tư, tôn tạo tài nguyên du lịch, tạo điều kiện cho khách đến tham quan, thụ hưởng giá trị của tài nguyên du lịch theo quy định của pháp luật.

3. Khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, cộng đồng dân cư có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên du lịch.

4. Tổ chức, cá nhân sở hữu, quản lý tài nguyên du lịch có trách nhiệm phối hợp với cơ

quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền trong việc sử dụng và khai thác tài nguyên du lịch cho các mục tiêu kinh tế khác, bảo đảm không làm giảm độ hấp dẫn của tài nguyên du lịch.

### **Chương III**

## **QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

### **Điều 17. Các loại quy hoạch phát triển du lịch**

1. Quy hoạch phát triển du lịch là quy hoạch ngành, gồm quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và quy hoạch cụ thể phát triển du lịch.

2. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch được lập cho phạm vi cả nước, vùng du lịch, địa bàn du lịch trọng điểm, tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, khu du lịch quốc gia.

3. Quy hoạch cụ thể phát triển du lịch được lập cho các khu chức năng trong khu du lịch quốc gia, khu du lịch địa phương, điểm du lịch quốc gia có tài nguyên du lịch tự nhiên.

### **Điều 18. Nguyên tắc xây dựng quy hoạch phát triển du lịch**

1. Phù hợp với chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, chiến lược phát triển ngành du lịch.

2. Bảo đảm chủ quyền quốc gia, quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội.

3. Bảo vệ, phát triển tài nguyên du lịch và môi trường, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hoá dân tộc.

4. Bảo đảm tính khả thi, cân đối giữa cung và cầu du lịch.

5. Phát huy thế mạnh để tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù của từng vùng, từng địa phương nhằm sử dụng hợp lý, hiệu quả tài nguyên du lịch.

6. Bảo đảm công khai trong quá trình lập và công bố quy hoạch.

### **Điều 19. Nội dung quy hoạch phát triển du lịch**

1. Nội dung quy hoạch tổng thể phát triển du lịch bao gồm:

a) Xác định vị trí, vai trò và lợi thế của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, vùng và quốc gia;

b) Phân tích, đánh giá tiềm năng, hiện trạng tài nguyên du lịch, thị trường du lịch, các nguồn lực phát triển du lịch;

c) Xác định quan điểm, mục tiêu, tính chất, quy mô phát triển cho khu vực quy hoạch; dự báo các chỉ tiêu và luận chứng các phương án phát triển du lịch;

d) Tổ chức không gian du lịch; kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch;

đ) Xác định danh mục các khu vực, các dự án ưu tiên đầu tư; nhu cầu sử dụng đất, vốn đầu tư, nguồn nhân lực cho du lịch;

e) Đánh giá tác động môi trường, các giải pháp bảo vệ tài nguyên du lịch và môi trường;

g) Đề xuất cơ chế, chính sách, giải pháp quản lý, phát triển du lịch theo quy hoạch.

2. Ngoài những nội dung quy định tại khoản 1 Điều này, quy hoạch cụ thể phát triển du lịch còn có các nội dung chủ yếu sau:

a) Phân khu chức năng; bố trí mặt bằng, công trình kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ



thuật du lịch; phương án sử dụng đất;

- b) Xác định danh mục các dự án đầu tư và tiến độ đầu tư;
- c) Phân tích hiệu quả kinh tế, xã hội và môi trường;
- d) Đề xuất biện pháp để quản lý, thực hiện quy hoạch.

#### **Điều 20. Thẩm quyền lập, phê duyệt, quyết định quy hoạch phát triển du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương chủ trì tổ chức lập quy hoạch tổng thể phát triển ngành, vùng du lịch, địa bàn du lịch trọng điểm, khu du lịch quốc gia trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo thẩm quyền.

2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tổ chức lập quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trình Hội đồng nhân dân cùng cấp quyết định sau khi có ý kiến của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương.

Quy hoạch cụ thể của khu chức năng trong khu du lịch quốc gia, khu du lịch địa phương, điểm du lịch quốc gia có tài nguyên du lịch tự nhiên do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định sau khi có ý kiến của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương.

3. Cơ quan nào có thẩm quyền phê duyệt, quyết định quy hoạch phát triển du lịch thì có thẩm quyền phê duyệt, quyết định điều chỉnh quy hoạch phát triển du lịch.

#### **Điều 21. Quản lý và tổ chức thực hiện quy hoạch phát triển du lịch**

1. Sau khi quy hoạch phát triển du lịch được phê duyệt, quyết định, cơ quan lập quy hoạch phát triển du lịch có trách nhiệm công bố, cung cấp thông tin về quy hoạch để các tổ chức, cá nhân liên quan triển khai thực hiện và tham gia giám sát việc thực hiện quy hoạch.

2. Việc lập, thực hiện dự án phát triển du lịch, dự án có ảnh hưởng đến tài nguyên du lịch và các dự án khác có liên quan đến du lịch phải phù hợp với quy hoạch phát triển du lịch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt, quyết định và phải có ý kiến của cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền.

3. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xác định quỹ đất dành cho công trình, kết cấu hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch trong đô thị du lịch, khu du lịch, điểm du lịch theo quy hoạch đã được phê duyệt, quyết định và công bố; không giao, cho thuê đất đối với dự án đầu tư trái quy hoạch, dự án đầu tư có ảnh hưởng tiêu cực đến tài nguyên du lịch và môi trường.

4. Mọi tổ chức, cá nhân có trách nhiệm thực hiện nghiêm chỉnh quy hoạch phát triển du lịch đã được phê duyệt, quyết định; không lấn chiếm mặt bằng, sử dụng trái phép đất đã được quy hoạch cho phát triển du lịch.

### **Chương IV**

## **KHU DU LỊCH, ĐIỂM DU LỊCH, TUYẾN DU LỊCH VÀ ĐÔ THỊ DU LỊCH**

### **MỤC 1**

#### **KHU DU LỊCH, ĐIỂM DU LỊCH, TUYẾN DU LỊCH**

#### **Điều 22. Xếp hạng khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch**

Khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch được xếp hạng ở cấp quốc gia hoặc cấp địa phương căn cứ vào quy mô, mức độ thu hút khách du lịch, khả năng cung cấp và chất lượng dịch vụ.

### **Điều 23. Điều kiện để được công nhận là khu du lịch**

1. Khu du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là khu du lịch quốc gia:

a) Có tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn với ưu thế về cảnh quan thiên nhiên, có khả năng thu hút lượng khách du lịch cao;

b) Có diện tích tối thiểu một nghìn héc ta, trong đó có diện tích cần thiết để xây dựng các công trình, cơ sở dịch vụ du lịch phù hợp với cảnh quan, môi trường của khu du lịch; trường hợp đặc biệt mà diện tích nhỏ hơn thì cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch ở trung ương trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định;

c) Có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch đồng bộ, có khả năng bảo đảm phục vụ ít nhất một triệu lượt khách du lịch một năm, trong đó có cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch cần thiết phù hợp với đặc điểm của khu du lịch.

2. Khu du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là khu du lịch địa phương:

a) Có tài nguyên du lịch hấp dẫn, có khả năng thu hút khách du lịch;

b) Có diện tích tối thiểu hai trăm héc ta, trong đó có diện tích cần thiết để xây dựng các công trình, cơ sở dịch vụ du lịch;

c) Có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch cần thiết phù hợp với đặc điểm của địa phương, có khả năng bảo đảm phục vụ ít nhất một trăm nghìn lượt khách du lịch một năm.

### **Điều 24. Điều kiện để được công nhận là điểm du lịch**

1. Điểm du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là điểm du lịch quốc gia:

a) Có tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn đối với nhu cầu tham quan của khách du lịch;

b) Có kết cấu hạ tầng và dịch vụ du lịch cần thiết, có khả năng bảo đảm phục vụ ít nhất một trăm nghìn lượt khách tham quan một năm.

2. Điểm du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là điểm du lịch địa phương:

a) Có tài nguyên du lịch hấp dẫn đối với nhu cầu tham quan của khách du lịch;

b) Có kết cấu hạ tầng và dịch vụ du lịch cần thiết, có khả năng bảo đảm phục vụ ít nhất mười nghìn lượt khách tham quan một năm.

### **Điều 25. Điều kiện để được công nhận là tuyến du lịch**

1. Tuyến du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là tuyến du lịch quốc gia:

a) Nối các khu du lịch, điểm du lịch, trong đó có khu du lịch, điểm du lịch quốc gia, có tính chất liên vùng, liên tỉnh, kết nối với các cửa khẩu quốc tế;

b) Có biện pháp bảo vệ cảnh quan, môi trường và cơ sở dịch vụ phục vụ khách du lịch dọc theo tuyến.

2. Tuyến du lịch có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là tuyến du lịch địa phương:

a) Nối các khu du lịch, điểm du lịch trong phạm vi địa phương;

b) Có biện pháp bảo vệ cảnh quan, môi trường và cơ sở dịch vụ phục vụ khách du lịch dọc theo tuyến.

## **Điều 26. Hồ sơ đề nghị công nhận khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch**

1. Hồ sơ đề nghị công nhận khu du lịch gồm có:

a) Tờ trình đề nghị công nhận khu du lịch của cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền;

b) Báo cáo quy hoạch tổng thể hoặc quy hoạch cụ thể phát triển khu du lịch kèm theo quyết định của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền quy định tại Điều 20 của Luật này.

2. Hồ sơ đề nghị công nhận điểm du lịch gồm có:

a) Tờ trình đề nghị công nhận điểm du lịch của cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền;

b) Bản thuyết minh về điểm du lịch đề nghị công nhận.

3. Hồ sơ đề nghị công nhận tuyến du lịch gồm có:

a) Tờ trình đề nghị công nhận tuyến du lịch của cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền;

b) Bản đồ về tuyến du lịch theo tỷ lệ 1/1.500.000 đối với tuyến du lịch quốc gia; tỷ lệ 1/100.000 đối với tuyến du lịch địa phương và bản thuyết minh về tuyến du lịch đề nghị công nhận.

## **Điều 27. Thẩm quyền công nhận khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch**

1. Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia, tuyến du lịch quốc gia theo đề nghị của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương?

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định công nhận khu du lịch địa phương, điểm du lịch địa phương, tuyến du lịch địa phương theo đề nghị của cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh.

3. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương công bố khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia, tuyến du lịch quốc gia sau khi có quyết định công nhận.

Ủy ban nhân dân cấp tỉnh công bố khu du lịch địa phương, điểm du lịch địa phương, tuyến du lịch địa phương sau khi có quyết định công nhận.

## **Điều 28. Quản lý khu du lịch**

1. Nội dung quản lý khu du lịch bao gồm:

a) Quản lý công tác quy hoạch và đầu tư phát triển;

b) Quản lý hoạt động kinh doanh dịch vụ;

c) Bảo vệ tài nguyên du lịch; bảo đảm vệ sinh môi trường, trật tự, an toàn xã hội;

d) Thực hiện các quy định khác của pháp luật có liên quan.

2. Việc tổ chức quản lý khu du lịch được quy định như sau:

a) Khu du lịch phải thành lập Ban quản lý khu du lịch; trường hợp khu du lịch được giao cho một doanh nghiệp là chủ đầu tư thì chủ đầu tư có trách nhiệm quản lý khu du lịch đó theo nội dung quy định tại khoản 1 Điều này;

b) Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định thành lập Ban quản lý khu du lịch

trong phạm vi ranh giới hành chính của tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương.

Trường hợp khu du lịch thuộc ranh giới hành chính hai tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trở lên, Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thành lập Ban quản lý khu du lịch trong phạm vi ranh giới hành chính do tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quản lý. Ban quản lý phối hợp hoạt động theo quy chế quản lý khu du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương ban hành và quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt.

Trường hợp khu du lịch gắn với khu vực có tài nguyên du lịch tự nhiên hoặc di tích lịch sử - văn hoá đã có Ban quản lý chuyên ngành thì trong thành phần của Ban quản lý khu du lịch phải có đại diện của Ban quản lý chuyên ngành.

3. Khu du lịch có tài nguyên du lịch thuộc thẩm quyền quản lý của cơ quan khác của Nhà nước mà có Ban quản lý chuyên ngành thì Ban quản lý chuyên ngành có trách nhiệm phối hợp với Ban quản lý khu du lịch để tạo điều kiện cho việc khai thác, sử dụng hợp lý tài nguyên du lịch phục vụ khách tham quan, du lịch.

### **Điều 29. Quản lý điểm du lịch**

Căn cứ vào quy mô và tính chất của điểm du lịch, bộ, cơ quan ngang bộ quản lý nhà nước đối với tài nguyên, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định hình thức tổ chức quản lý, bảo đảm các nội dung sau đây:

1. Bảo vệ, phát triển tài nguyên du lịch; bảo đảm vệ sinh môi trường;
2. Tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đến tham quan;
3. Bảo đảm sự tham gia của cộng đồng dân cư vào các hoạt động du lịch;
4. Giữ gìn an ninh, trật tự, an toàn xã hội; bảo đảm an toàn cho khách du lịch.

### **Điều 30. Quản lý tuyến du lịch**

Trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh phối hợp với Bộ Giao thông vận tải quản lý tuyến du lịch địa phương và phần tuyến du lịch quốc gia thuộc địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, bảo đảm các nội dung sau đây:

1. Bảo vệ an ninh, trật tự, an toàn xã hội, cảnh quan, môi trường dọc theo tuyến du lịch;
2. Tạo thuận lợi cho việc tham gia giao thông của các phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch;
3. Quản lý việc đầu tư, xây dựng các cơ sở dịch vụ du lịch dọc tuyến du lịch theo quy hoạch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt, quyết định.

## **MỤC 2**

### **ĐÔ THỊ DU LỊCH**

### **Điều 31. Điều kiện công nhận đô thị du lịch**

Đô thị có đủ các điều kiện sau đây được công nhận là đô thị du lịch:

1. Có tài nguyên du lịch hấp dẫn trong ranh giới đô thị hoặc trong ranh giới đô thị và khu vực liền kề;
2. Có cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch đồng bộ, đáp ứng nhu cầu đa dạng

của khách du lịch; cơ cấu lao động phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch;

3. Ngành du lịch có vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế, đạt tỷ lệ thu nhập từ du lịch trên tổng thu nhập của các ngành dịch vụ theo quy định của Chính phủ.

#### **Điều 32. Hồ sơ, thủ tục, thẩm quyền công nhận đô thị du lịch**

1. Hồ sơ đề nghị công nhận đô thị du lịch bao gồm:

a) Tờ trình đề nghị công nhận đô thị du lịch của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trình Thủ tướng Chính phủ;

b) Bản sao quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;

c) Đề án đề nghị công nhận đô thị du lịch theo điều kiện quy định tại Điều 31 của Luật này.

2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trình Thủ tướng Chính phủ hồ sơ đề nghị công nhận đô thị du lịch, đồng thời gửi hồ sơ đến Bộ Xây dựng và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương.

Bộ Xây dựng chủ trì, phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương, các cơ quan hữu quan thẩm định hồ sơ đề nghị công nhận đô thị du lịch trình Thủ tướng Chính phủ.

3. Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định công nhận đô thị du lịch; cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương công bố đô thị du lịch.

#### **Điều 33. Quản lý phát triển đô thị du lịch**

1. Việc quản lý phát triển đô thị du lịch phải bảo đảm các nội dung sau đây:

a) Quản lý quy hoạch xây dựng đô thị theo định hướng phát triển du lịch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt;

b) Quản lý các dự án đầu tư phát triển du lịch phù hợp với quy hoạch;

c) Bảo vệ tài nguyên du lịch, cảnh quan, môi trường; bảo đảm an ninh, trật tự, an toàn xã hội;

d) Bảo đảm chất lượng hàng hoá, dịch vụ cung cấp cho khách du lịch;

đ) Điều phối các nguồn lực của đô thị nhằm phục vụ cho mục tiêu phát triển du lịch.

2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh nơi có đô thị du lịch xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ ban hành quy chế quản lý đô thị du lịch phù hợp với yêu cầu bảo vệ tài nguyên du lịch, cảnh quan, môi trường và định hướng phát triển du lịch của đô thị.

### **Chương V KHÁCH DU LỊCH**

#### **Điều 34. Khách du lịch**

1. Khách du lịch gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế.

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

3. Khách du lịch quốc tế là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào

Việt Nam du lịch; công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch.

### **Điều 35. Quyền của khách du lịch**

1. Lựa chọn hình thức du lịch lẻ hoặc du lịch theo đoàn; lựa chọn một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch, dịch vụ du lịch của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch.

2. Yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch cung cấp thông tin cần thiết về chương trình du lịch, dịch vụ du lịch.

3. Được tạo điều kiện thuận lợi về thủ tục xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh, hải quan, lưu trú được đi lại trên lãnh thổ Việt Nam để tham quan, du lịch, trừ những khu vực cấm.

4. Hưởng đầy đủ các dịch vụ du lịch theo hợp đồng giữa khách du lịch và tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch; được hưởng bảo hiểm du lịch và các loại bảo hiểm khác theo quy định của pháp luật.

5. Được đối xử bình đẳng, được yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch thực hiện các biện pháp bảo đảm an toàn về tính mạng, sức khỏe, tài sản khi sử dụng dịch vụ du lịch; được cứu trợ, cứu nạn trong trường hợp khẩn cấp khi đi du lịch trên lãnh thổ Việt Nam.

6. Được bồi thường thiệt hại do lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch gây ra theo quy định của pháp luật.

7. Khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hành vi vi phạm pháp luật về du lịch.

### **Điều 36. Nghĩa vụ của khách du lịch**

1. Tuân thủ quy định của pháp luật Việt Nam về an ninh, trật tự, an toàn xã hội; tôn trọng và giữ gìn cảnh quan thiên nhiên, danh lam thắng cảnh, môi trường, tài nguyên du lịch, bản sắc văn hoá, thuần phong mỹ tục nơi đến du lịch.

2. Thực hiện nội quy, quy chế của khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch, cơ sở lưu trú du lịch?

3. Thanh toán tiền dịch vụ theo hợp đồng và các khoản phí, lệ phí theo quy định của pháp luật.

4. Bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra cho tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch theo quy định của pháp luật.

### **Điều 37. Bảo đảm an toàn cho khách du lịch**

1. Cơ quan nhà nước trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm áp dụng các biện pháp cần thiết để phòng ngừa rủi ro, bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ, tài sản của khách du lịch và ngăn chặn những hành vi nhằm thu lợi bất chính từ khách du lịch.

2. Trong trường hợp khẩn cấp, cơ quan nhà nước có thẩm quyền kịp thời có biện pháp cứu hộ, cứu nạn cần thiết để hạn chế đến mức thấp nhất thiệt hại đối với khách du lịch.

3. Khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch có các biện pháp phòng tránh rủi ro và tổ chức bộ phận bảo vệ, cứu hộ, cứu nạn, cấp cứu cho khách du lịch.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch có trách nhiệm thông báo kịp thời cho khách du lịch về trường hợp khẩn cấp, dịch bệnh và các nguy cơ có thể gây nguy hiểm cho khách du

lịch; áp dụng các biện pháp cần thiết và phối hợp với các cơ quan có liên quan trong việc cứu hộ, cứu nạn, cấp cứu cho khách du lịch.

## **CHƯƠNG VI KINH DOANH DU LỊCH**

### **MỤC 1 QUY ĐỊNH CHUNG VỀ KINH DOANH DU LỊCH**

#### **Điều 38. Ngành, nghề kinh doanh du lịch**

Kinh doanh du lịch là kinh doanh dịch vụ, bao gồm các ngành, nghề sau đây:

1. Kinh doanh lữ hành;
2. Kinh doanh lưu trú du lịch;
3. Kinh doanh vận chuyển khách du lịch;
4. Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch;
5. Kinh doanh dịch vụ du lịch khác.

#### **Điều 39. Quyền của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch**

1. Lựa chọn ngành, nghề kinh doanh du lịch; đăng ký một hoặc nhiều ngành, nghề kinh doanh du lịch.
2. Được Nhà nước bảo hộ hoạt động kinh doanh du lịch hợp pháp.
3. Tổ chức, tham gia các hoạt động xúc tiến du lịch; được đưa vào danh mục quảng bá chung của ngành du lịch.
4. Tham gia hiệp hội, tổ chức nghề nghiệp về du lịch ở trong nước và nước ngoài.

#### **Điều 40. Nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch**

1. Thành lập doanh nghiệp, đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật.
2. Kinh doanh du lịch theo đúng nội dung trong giấy đăng ký kinh doanh, giấy phép kinh doanh du lịch đối với ngành, nghề cần có giấy phép.
3. Thông báo bằng văn bản với cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền thời điểm bắt đầu kinh doanh hoặc khi có thay đổi nội dung trong giấy đăng ký kinh doanh, giấy phép kinh doanh du lịch.
4. Thông tin rõ ràng, công khai, trung thực số lượng, chất lượng, giá cả các dịch vụ, hàng hoá cung cấp cho khách du lịch; thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đã cam kết với khách du lịch; bồi thường thiệt hại cho khách du lịch do lỗi của mình gây ra.
5. Áp dụng biện pháp bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ, tài sản của khách du lịch; thông báo kịp thời cho cơ quan có thẩm quyền về tai nạn hoặc nguy hiểm, rủi ro có thể xảy ra đối với khách du lịch.
6. Thực hiện chế độ báo cáo, thống kê, kế toán, lưu trữ hồ sơ, tài liệu theo quy định của pháp luật.

**Điều 41. Chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch Việt Nam ở nước ngoài**

Việc thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch Việt Nam ở

nước ngoài thực hiện theo quy định của pháp luật Việt Nam, pháp luật của nước sở tại, phù hợp với điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

Doanh nghiệp du lịch Việt Nam có chi nhánh, văn phòng đại diện ở nước ngoài chịu trách nhiệm trước pháp luật Việt Nam và pháp luật nước sở tại về hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện.

#### **Điều 42. Chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam**

Việc thành lập và hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam được thực hiện theo quy định của Chính phủ.

### *MỤC 2* *KINH DOANH LỮ HÀNH*

#### **Điều 43. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh lữ hành phải thành lập doanh nghiệp.
2. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành bao gồm doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa và doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế.
3. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế được kinh doanh lữ hành nội địa. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa không được kinh doanh lữ hành quốc tế.

#### **Điều 44. Điều kiện kinh doanh lữ hành nội địa**

1. Có đăng ký kinh doanh lữ hành nội địa tại cơ quan đăng ký kinh doanh có thẩm quyền.
2. Có phương án kinh doanh lữ hành nội địa; có chương trình du lịch cho khách du lịch nội địa.
3. Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành nội địa phải có thời gian ít nhất ba năm hoạt động trong lĩnh vực lữ hành.

#### **Điều 45. Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa**

Ngoài các quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa có các quyền và nghĩa vụ sau đây:

1. Xây dựng, quảng cáo, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch nội địa;
2. Mua bảo hiểm du lịch cho khách du lịch nội địa trong thời gian thực hiện chương trình du lịch khi khách du lịch có yêu cầu;
3. Chấp hành, phổ biến và hướng dẫn khách du lịch tuân thủ pháp luật, các quy định của Nhà nước về an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường, giữ gìn bản sắc văn hoá và thuần phong mỹ tục của dân tộc, quy chế nơi đến du lịch;
4. Sử dụng hướng dẫn viên để hướng dẫn cho khách du lịch khi khách có yêu cầu hướng dẫn viên; chịu trách nhiệm về hoạt động của hướng dẫn viên trong thời gian hướng dẫn khách du lịch theo hợp đồng với doanh nghiệp.



#### **Điều 46. Điều kiện kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Có giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương cấp.

2. Có phương án kinh doanh lữ hành; có chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế theo phạm vi kinh doanh được quy định tại khoản 1 Điều 47 của Luật này.

3. Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế phải có thời gian ít nhất bốn năm hoạt động trong lĩnh vực lữ hành.

4. Có ít nhất ba hướng dẫn viên được cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế.

5. Có tiền ký quỹ theo quy định của Chính phủ.

#### **Điều 47. Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế được cấp theo phạm vi kinh doanh, bao gồm:

a) Kinh doanh lữ hành đối với khách du lịch vào Việt Nam;

b) Kinh doanh lữ hành đối với khách du lịch ra nước ngoài;

c) Kinh doanh lữ hành đối với khách du lịch vào Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài.

2. Không cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế trong các trường hợp sau đây:

a) Doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh lữ hành trái pháp luật đã bị xử phạt hành chính về hành vi đó trong thời gian chưa quá mười hai tháng tính đến thời điểm đề nghị cấp giấy phép;

b) Doanh nghiệp bị thu hồi giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế trong thời gian chưa quá mười hai tháng tính đến thời điểm đề nghị cấp lại giấy phép.

3. Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bị thu hồi trong các trường hợp sau đây:

a) Doanh nghiệp chấm dứt hoạt động;

b) Doanh nghiệp không kinh doanh lữ hành quốc tế trong mười tám tháng liên tục;

c) Doanh nghiệp vi phạm nghiêm trọng các quy định của Luật này;

d) Doanh nghiệp có hành vi vi phạm mà pháp luật quy định phải thu hồi giấy phép.

4. Việc thu, nộp lệ phí cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế được thực hiện theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí.

#### **Điều 48. Hồ sơ, thủ tục cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Hồ sơ đề nghị cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bao gồm:

a) Đơn đề nghị cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;

b) Bản sao giấy đăng ký kinh doanh, phương án kinh doanh lữ hành, chương trình du lịch cho khách quốc tế, giấy tờ chứng minh thời gian hoạt động của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành, bản sao thẻ hướng dẫn viên và hợp đồng của hướng dẫn viên với doanh nghiệp lữ hành, giấy chứng nhận tiền ký quỹ.

2. Thủ tục cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế được quy định như sau:

a) Doanh nghiệp gửi hồ sơ đề nghị cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế đến cơ

quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính;

b) Trong thời hạn mười ngày làm việc, kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh hoàn thành việc thẩm định hồ sơ và gửi văn bản đề nghị kèm theo hồ sơ đến cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương để xem xét, cấp giấy phép; trường hợp không đủ tiêu chuẩn để đề nghị cấp giấy phép thì cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh thông báo bằng văn bản nêu rõ lý do cho doanh nghiệp biết;

c) Trong thời hạn mười ngày làm việc, kể từ ngày nhận được hồ sơ và văn bản đề nghị của cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương có trách nhiệm xem xét, cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế cho doanh nghiệp; trường hợp từ chối cấp giấy phép thì phải thông báo bằng văn bản, nêu rõ lý do cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh và doanh nghiệp biết.

#### **Điều 49. Đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Các trường hợp đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bao gồm:

- a) Thay đổi phạm vi kinh doanh lữ hành quốc tế;
- b) Thay đổi người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp;
- c) Thay đổi tên doanh nghiệp, tên giao dịch, tên viết tắt của doanh nghiệp;
- d) Thay đổi loại hình doanh nghiệp.

2. Hồ sơ đề nghị đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bao gồm:

- a) Đơn đề nghị đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- b) Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế đã được cấp cho doanh nghiệp;
- c) Giấy tờ liên quan đến các nội dung quy định tại khoản 1 Điều này.

3. Thủ tục đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế được quy định như sau:

a) Trong thời hạn ba mươi ngày, kể từ ngày có sự thay đổi một trong các nội dung quy định tại khoản 1 Điều này, doanh nghiệp gửi hồ sơ đề nghị đổi giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế đến cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương;

b) Trong thời hạn mười ngày làm việc, kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ theo quy định tại khoản 2 Điều này, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương có trách nhiệm xem xét, đối giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế cho doanh nghiệp và thông báo cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh biết.

#### **Điều 50. Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế**

Ngoài các quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế còn có các quyền và nghĩa vụ sau đây:

1. Kinh doanh lữ hành đối với khách du lịch vào Việt Nam:

a) Xây dựng, quảng cáo, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch vào Việt Nam và khách du lịch nội địa;

b) Hỗ trợ khách du lịch làm thủ tục nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, hải quan;

c) Chấp hành, phổ biến và hướng dẫn khách du lịch tuân thủ pháp luật và các quy định

của Nhà nước Việt Nam về an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường, giữ gìn bản sắc văn hóa và thuần phong mỹ tục của dân tộc; quy chế nơi đến du lịch;

đ) Sử dụng hướng dẫn viên để hướng dẫn cho khách du lịch là người nước ngoài; chịu trách nhiệm về hoạt động của hướng dẫn viên trong thời gian hướng dẫn khách du lịch theo hợp đồng với doanh nghiệp.

2. Kinh doanh lữ hành đối với khách du lịch ra nước ngoài:

a) Xây dựng, quảng cáo, bán và tổ chức thực hiện chương trình du lịch cho khách du lịch ra nước ngoài và khách du lịch nội địa;

b) Phải mua bảo hiểm du lịch cho khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài trong thời gian thực hiện chương trình du lịch;

c) Hỗ trợ khách du lịch làm thủ tục nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, hải quan;

đ) Chấp hành, phổ biến và hướng dẫn khách du lịch tuân thủ pháp luật và các quy định của nước đến du lịch;

đ) Có trách nhiệm quản lý khách du lịch theo chương trình du lịch đã ký với khách du lịch.

#### **Điều 51. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài**

1. Doanh nghiệp nước ngoài được kinh doanh lữ hành tại Việt Nam theo hình thức liên doanh hoặc hình thức khác phù hợp với quy định và lệ trình cụ thể trong điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

Trong trường hợp liên doanh thì phải liên doanh với doanh nghiệp Việt Nam có giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế.

2. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài phải bảo đảm các điều kiện kinh doanh lữ hành quốc tế quy định tại các khoản 2, 3, 4 và 5 Điều 46 của Luật này; có các quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế quy định tại các điều 39, 40 và 50 của Luật này, phù hợp với phạm vi kinh doanh lữ hành quốc tế ghi trong giấy phép đầu tư.

#### **Điều 52. Hợp đồng lữ hành**

1. Hợp đồng lữ hành là sự thỏa thuận giữa doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và khách du lịch hoặc đại diện của khách du lịch về việc thực hiện chương trình du lịch.

2. Hợp đồng lữ hành phải được lập thành văn bản.

3. Ngoài nội dung của hợp đồng theo quy định của pháp luật dân sự, hợp đồng lữ hành còn có những nội dung sau đây:

a) Mô tả rõ ràng số lượng, chất lượng, thời gian, cách thức cung cấp dịch vụ trong chương trình du lịch;

b) Điều khoản loại trừ trách nhiệm trong trường hợp bất khả kháng;

c) Điều kiện và trách nhiệm tài chính liên quan đến việc thay đổi, bổ sung, hủy bỏ hợp đồng;

d) Điều khoản về bảo hiểm cho khách du lịch.

4. Khách du lịch mua chương trình du lịch thông qua đại lý lữ hành thì hợp đồng lữ

hành là hợp đồng giữa khách du lịch và doanh nghiệp kinh doanh lữ hành giao đại lý, đồng thời có ghi tên, địa chỉ của đại lý lữ hành.

#### **Điều 53. Điều kiện kinh doanh đại lý lữ hành**

1. Kinh doanh đại lý lữ hành là việc tổ chức, cá nhân nhận bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch để hưởng hoa hồng. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện chương trình du lịch.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành phải đáp ứng các điều kiện sau đây:

- a) Đăng ký kinh doanh đại lý lữ hành tại cơ quan đăng ký kinh doanh có thẩm quyền;
- b) Có hợp đồng đại lý với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

#### **Điều 54. Hợp đồng đại lý lữ hành**

1. Hợp đồng đại lý lữ hành phải được lập thành văn bản giữa bên giao đại lý là doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và bên nhận đại lý là tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện quy định tại điểm a khoản 2 Điều 53 của Luật này.

2. Nội dung chủ yếu của hợp đồng đại lý lữ hành bao gồm:

- a) Tên, địa chỉ của bên giao đại lý và bên nhận đại lý;
- b) Chương trình du lịch, giá bán chương trình du lịch được giao cho đại lý;
- c) Mức hoa hồng đại lý; thời điểm thanh toán giữa bên giao đại lý và bên nhận đại lý;
- d) Thời hạn hiệu lực của hợp đồng đại lý.

#### **Điều 55. Trách nhiệm của bên giao đại lý lữ hành**

1. Kiểm tra, giám sát việc thực hiện hợp đồng của bên nhận đại lý lữ hành.

2. Tổ chức thực hiện chương trình du lịch do bên nhận đại lý lữ hành bán; chịu trách nhiệm với khách du lịch về chương trình du lịch giao cho bên nhận đại lý lữ hành.

3. Hướng dẫn, cung cấp cho bên nhận đại lý lữ hành thông tin liên quan đến chương trình du lịch.

#### **Điều 56. Trách nhiệm của bên nhận đại lý lữ hành**

1. Không được sao chép chương trình du lịch của bên giao đại lý dưới bất kỳ hình thức nào.

2. Lập và lưu giữ hồ sơ về chương trình du lịch đã bán cho khách du lịch.

3. Không được bán chương trình du lịch với giá cao hơn giá của bên giao đại lý.

4. Treo biển đại lý lữ hành ở vị trí dễ nhận biết tại trụ sở đại lý.

5. Thông báo cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh về thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh.

### *MỤC 3*

### *KINH DOANH VẬN CHUYỂN KHÁCH DU LỊCH*

#### **Điều 57. Kinh doanh vận chuyển khách du lịch**

1. Kinh doanh vận chuyển khách du lịch là việc cung cấp dịch vụ vận chuyển cho khách du lịch theo tuyến du lịch, theo chương trình du lịch và tại các khu du lịch, điểm du lịch, đô

thi du lịch.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh vận chuyển khách du lịch phải đăng ký kinh doanh và tuân thủ các điều kiện về kinh doanh vận chuyển khách theo quy định của pháp luật.

#### **Điều 58. Điều kiện kinh doanh vận chuyển khách du lịch**

1. Có phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch đạt tiêu chuẩn và được cấp biển hiệu riêng theo quy định tại Điều 59 của Luật này.

2. Sử dụng người điều khiển và người phục vụ trên phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch có chuyên môn, sức khỏe phù hợp, được bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch.

3. Có biện pháp bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe và tài sản của khách du lịch trong quá trình vận chuyển; mua bảo hiểm hành khách cho khách du lịch theo phương tiện vận chuyển.

#### **Điều 59. Cấp biển hiệu cho phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch**

1. Phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch phải đạt tiêu chuẩn về an toàn kỹ thuật, bảo vệ môi trường, chất lượng dịch vụ và được cấp biển hiệu riêng theo mẫu thống nhất do Bộ Giao thông vận tải ban hành sau khi thỏa thuận với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương.

2. Bộ Giao thông vận tải tổ chức việc cấp biển hiệu riêng cho phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch sau khi có ý kiến của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương.

3. Phương tiện chuyên vận chuyển khách du lịch có biển hiệu riêng được ưu tiên bố trí nơi dừng, đỗ để đón, trả khách du lịch tại bến xe, nhà ga, sân bay, bến cảng, khu du lịch, điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch.

#### **Điều 60. Quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh vận chuyển khách du lịch**

Ngoài các quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này, tổ chức, cá nhân kinh doanh vận chuyển khách du lịch có các quyền và nghĩa vụ sau đây:

1. Lựa chọn phương tiện vận chuyển khách du lịch;

2. Vận chuyển khách du lịch theo tuyến, theo hợp đồng với khách du lịch hoặc doanh nghiệp kinh doanh lữ hành;

3. Bảo đảm các điều kiện quy định tại Điều 58 của Luật này trong quá trình kinh doanh;

4. Mua bảo hiểm hành khách cho khách du lịch theo phương tiện vận chuyển;

5. Gắn biển hiệu chuyên vận chuyển khách du lịch ở nơi dễ nhận biết trên phương tiện vận chuyển.

### **MỤC 4**

#### **KINH DOANH LƯU TRÚ DU LỊCH**

#### **Điều 61. Tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch**

1. Tổ chức, cá nhân đủ điều kiện quy định tại Điều 64 của Luật này được kinh doanh

lưu trú du lịch.

2. Tổ chức, cá nhân có thể kinh doanh lưu trú du lịch tại một hoặc nhiều cơ sở lưu trú du lịch.

#### **Điều 62. Các loại cơ sở lưu trú du lịch**

Cơ sở lưu trú du lịch bao gồm:

1. Khách sạn;
2. Lăng du lịch;
3. Biệt thự du lịch;
4. Căn hộ du lịch;
5. Bãi cắm trại du lịch;
6. Nhà nghỉ du lịch;
7. Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê;
8. Các cơ sở lưu trú du lịch khác.

#### **Điều 63. Xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch**

1. Cơ sở lưu trú du lịch quy định tại Điều 62 của Luật này được xếp hạng theo tiêu chuẩn chất lượng, bao gồm:

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

b) 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;

c) 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.

2. Tiêu chuẩn xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương ban hành để áp dụng thống nhất trong cả nước.

3. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương thẩm định, xếp hạng 3 sao, hạng 4 sao, hạng 5 sao cho khách sạn, lăng du lịch; hạng cao cấp cho biệt thự du lịch, căn hộ du lịch.

Cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh thẩm định, xếp hạng 1 sao, hạng 2 sao cho khách sạn, lăng du lịch; hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh biệt thự, căn hộ du lịch; hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch đối với bãi cắm trại, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, cơ sở lưu trú du lịch khác.

4. Việc thu, nộp và sử dụng phí xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch được thực hiện theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí.

5. Sau ba năm được xếp hạng, cơ sở lưu trú du lịch được thẩm định để công nhận lại hạng phù hợp với thực trạng cơ sở vật chất và dịch vụ của cơ sở lưu trú du lịch.

#### **Điều 64. Điều kiện kinh doanh lưu trú du lịch**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch phải có đủ các điều kiện sau đây:

1. Các điều kiện chung bao gồm:

a) Có đăng ký kinh doanh lưu trú du lịch;

b) Có biện pháp bảo đảm an ninh, trật tự, vệ sinh môi trường, an toàn, phòng cháy, chữa cháy theo quy định của pháp luật đối với cơ sở lưu trú du lịch;

2. Các điều kiện cụ thể bao gồm:

a) Đối với khách sạn, làng du lịch phải bảo đảm yêu cầu tối thiểu về xây dựng, trang thiết bị, dịch vụ, trình độ chuyên môn, ngoại ngữ của người quản lý và nhân viên phục vụ theo tiêu chuẩn xếp hạng tương ứng đối với mỗi loại, hạng;

b) Đối với biệt thự du lịch và căn hộ du lịch phải bảo đảm yêu cầu tối thiểu về trang thiết bị và mức độ phục vụ theo tiêu chuẩn xếp hạng tương ứng đối với mỗi loại, hạng;

c) Đối với 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 phải bảo đảm trang thiết bị tối thiểu đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch.

#### **Điều 65. Đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch**

1. Trong thời hạn ba tháng kể từ khi bắt đầu hoạt động kinh doanh, chủ cơ sở lưu trú du lịch phải gửi hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch đến cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền để tổ chức thẩm định, xếp hạng cho cơ sở lưu trú du lịch.

2. Hồ sơ và thủ tục xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương quy định.

#### **Điều 66. Quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch**

1. Ngoài các quyền được quy định tại Điều 39 của Luật này, tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch có các quyền sau:

a) Thuê tổ chức, cá nhân trong nước hoặc nước ngoài quản lý, điều hành và làm việc tại cơ sở lưu trú du lịch;

b) Ban hành nội quy, quy chế của cơ sở lưu trú du lịch;

c) Từ chối tiếp nhận hoặc huỷ bỏ hợp đồng lưu trú đối với khách du lịch trong trường hợp khách du lịch có hành vi vi phạm pháp luật, vi phạm nội quy, quy chế của cơ sở lưu trú du lịch hoặc cơ sở lưu trú du lịch không còn khả năng đáp ứng hoặc khách du lịch có yêu cầu vượt quá khả năng đáp ứng của cơ sở lưu trú du lịch;

d) Lựa chọn loại hình dịch vụ và sản phẩm hàng hoá không trái với quy định của pháp luật để kinh doanh trong cơ sở lưu trú du lịch.

2. Ngoài các nghĩa vụ được quy định tại Điều 40 của Luật này, tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch có các nghĩa vụ sau đây:

a) Tuân thủ các quy định của pháp luật liên quan đến hoạt động kinh doanh lưu trú du lịch và kinh doanh ngành, nghề đã đăng ký;

b) Gắn biển tên, loại, hạng cơ sở lưu trú du lịch đã được công nhận và chỉ được quảng cáo đúng với loại, hạng đã được cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền công nhận;

c) Niêm yết công khai giá bán hàng và dịch vụ, nội quy, quy chế của cơ sở lưu trú du lịch bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài; thông báo rõ với khách du lịch về chương trình

khuyến mại của cơ sở lưu trú du lịch trong từng thời kỳ;

d) Bảo đảm chất lượng phục vụ, chất lượng trang thiết bị ổn định, duy trì tiêu chuẩn của cơ sở lưu trú du lịch theo đúng loại, hạng đã được cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền công nhận;

đ) Thực hiện các biện pháp nhằm bảo đảm vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn thiết bị; thực hiện nghiêm chỉnh quy định về phòng cháy, chữa cháy, bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ và tài sản của khách du lịch;

e) Thực hiện đúng quy định của cơ quan quản lý nhà nước về y tế khi phát hiện khách du lịch có bệnh truyền nhiễm;

g) Thực hiện việc khai báo tạm trú cho khách du lịch theo quy định của pháp luật;

h) Bồi thường cho khách du lịch về thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

3. Loại cơ sở lưu trú du lịch quy định tại các khoản 1, 2, 3 và 4 Điều 62 của Luật này đã được công nhận xếp hạng sao hoặc hạng cao cấp khi kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có điều kiện không cần phải có giấy phép kinh doanh đối với từng hàng hoá, dịch vụ, nhưng phải đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trước khi thực hiện.

#### MỤC 5

### KINH DOANH PHÁT TRIỂN KHU DU LỊCH, ĐIỂM DU LỊCH

#### Điều 67. Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch

1. Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch bao gồm đầu tư bảo tồn, nâng cấp tài nguyên du lịch đã có; đầu các tài nguyên du lịch tiềm năng vào khai thác; phát triển khu du lịch, điểm du lịch mới; kinh doanh xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch phải xây dựng dự án phù hợp với quy hoạch phát triển du lịch trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt.

3. Thủ tục phê duyệt dự án thực hiện theo quy định của pháp luật về đầu tư và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

#### Điều 68. Quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch

Ngoài các quyền và nghĩa vụ quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch có các quyền và nghĩa vụ sau đây:

1. Được hưởng ưu đãi đầu tư, được giao đất có tài nguyên du lịch phù hợp với dự án được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt theo quy định của pháp luật;

2. Được thu phí theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí;

3. Quản lý, bảo vệ tài nguyên du lịch, môi trường, bảo đảm an ninh, trật tự, an toàn xã hội;

4. Quản lý kinh doanh dịch vụ theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.



MỤC 6  
KINH DOANH DỊCH VỤ DU LỊCH TRONG KHU DU LỊCH,  
ĐIỂM DU LỊCH, ĐÔ THỊ DU LỊCH

**Điều 69. Kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch**

Kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch bao gồm kinh doanh lưu hành, lưu trú du lịch, vận chuyển khách du lịch, ăn uống, mua sắm, thể thao, giải trí, thông tin và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.

**Điều 70. Cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương quy định tiêu chuẩn và mẫu biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch cho cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch.

2. Cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh 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 du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch thuộc địa bàn quản lý.

**Điều 71. Quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu hành, lưu trú du lịch, vận chuyển khách du lịch có các quyền, nghĩa vụ quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này và các quyền, nghĩa vụ tương ứng quy định tại các điều 45, 50, 60 và 66 của Luật này.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ du lịch trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch không thuộc trường hợp quy định tại khoản 1 Điều này có các quyền, nghĩa vụ quy định tại Điều 39 và Điều 40 của Luật này và có các quyền, nghĩa vụ sau đây:

- a) Được gắn biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch;
- b) Được các doanh nghiệp kinh doanh lưu hành lựa chọn, đưa khách du lịch đến sử dụng dịch vụ và mua sắm hàng hoá;
- c) Bảo đảm tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch trong suốt quá trình kinh doanh;
- d) Chấp hành các quy định của khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch do cơ quan có thẩm quyền ban hành.

**Chương VII**  
**HƯỚNG DẪN DU LỊCH**

**Điều 72. Hướng dẫn viên du lịch, thẻ hướng dẫn viên du lịch**

1. Hướng dẫn viên du lịch bao gồm hướng dẫn viên quốc tế, hướng dẫn viên nội địa.

Hướng dẫn viên quốc tế được hướng dẫn cho khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa; hướng dẫn viên nội địa được hướng dẫn cho khách du lịch nội địa là người Việt Nam và không được hướng dẫn cho khách du lịch là người nước ngoài.

2. Thẻ hướng dẫn viên gồm thẻ hướng dẫn viên nội địa, thẻ hướng dẫn viên quốc tế. Thẻ hướng dẫn viên có thời hạn ba năm và có giá trị trong phạm vi toàn quốc.

### **Điều 73. Điều kiện hành nghề, tiêu chuẩn cấp thẻ hướng dẫn viên**

1. Hướng dẫn viên được hành nghề khi có thẻ hướng dẫn viên và có hợp đồng với doanh nghiệp lữ hành.

2. Người có đủ các điều kiện sau đây được cấp thẻ hướng dẫn viên nội địa:

a) Có quốc tịch Việt Nam, thường trú tại Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

b) Không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng các chất gây nghiện;

c) Có trình độ trung cấp chuyên nghiệp chuyên ngành hướng dẫn du lịch trở lên; nếu tốt nghiệp chuyên ngành khác thì phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

3. Người có đủ các điều kiện sau đây được cấp thẻ hướng dẫn viên quốc tế:

a) Có quốc tịch Việt Nam, thường trú tại Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

b) Không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng các chất gây nghiện;

c) Có trình độ cử nhân chuyên ngành hướng dẫn du lịch trở lên; nếu tốt nghiệp đại học chuyên ngành khác thì phải có chứng chỉ nghiệp vụ về hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

d) Sử dụng thành thạo ít nhất một ngoại ngữ.

### **Điều 74. Cấp thẻ hướng dẫn viên**

1. Hồ sơ đề nghị cấp thẻ hướng dẫn viên bao gồm:

a) Đơn đề nghị cấp thẻ hướng dẫn viên;

b) 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;

c) Bản sao các giấy tờ quy định tại điểm c khoản 2 Điều 73 của Luật này đối với người đề nghị cấp thẻ hướng dẫn viên nội địa và theo điểm c và điểm d khoản 3 Điều 73 của Luật này đối với người đề nghị cấp thẻ hướng dẫn viên quốc tế;

d) 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;

đ) Hai ảnh chân dung 4cm x 6cm chụp trong thời gian không quá ba tháng tính đến thời điểm nộp hồ sơ.

2. Trong thời hạn mười lăm ngày, kể từ ngày nhận được hồ sơ đầy đủ đề nghị cấp thẻ, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh có trách nhiệm xem xét, cấp thẻ hướng dẫn viên cho người đề nghị; trường hợp từ chối thì phải trả lời cho người đề nghị bằng văn bản, nêu rõ lý do.

3. Cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh tổ chức cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế và thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa theo mẫu do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương quy định.

### **Điều 75. Đổi, cấp lại, thu hồi thẻ hướng dẫn viên**

1. Việc đổi thẻ hướng dẫn viên được quy định như sau:

a) Ba mươi ngày trước khi thẻ hết hạn, hướng dẫn viên phải làm thủ tục đề nghị đổi

thẻ hướng dẫn viên mới;

b) Hồ sơ đề nghị đổi thẻ hướng dẫn viên gồm đơn đề nghị đổi thẻ hướng dẫn viên; giấy chứng nhận đã qua lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên do cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền cấp và bản sao thẻ hướng dẫn viên cũ;

c) Người đề nghị đổi thẻ hướng dẫn viên nộp hồ sơ cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh.

2. Việc cấp lại thẻ hướng dẫn viên được quy định như sau:

a) Thẻ hướng dẫn viên được cấp lại trong trường hợp bị mất hoặc bị hư hỏng;

b) Người đề nghị cấp lại thẻ hướng dẫn viên nộp hồ sơ gồm đơn đề nghị cấp lại thẻ, giấy xác nhận bị mất thẻ hoặc thẻ bị hư hỏng kèm theo hai ảnh quy định tại điểm d khoản 1 Điều 74 của Luật này cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh.

3. Trong thời hạn mười lăm ngày, kể từ ngày nhận được hồ sơ đầy đủ, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh có trách nhiệm xem xét, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên cho người đề nghị; trường hợp từ chối thì phải trả lời cho người đề nghị bằng văn bản, nêu rõ lý do.

4. Việc thu hồi thẻ hướng dẫn viên được quy định như sau:

a) Hướng dẫn viên bị thu hồi thẻ nếu vi phạm một trong những nội dung quy định tại Điều 77 của Luật này;

b) Hướng dẫn viên du lịch bị thu hồi thẻ chỉ được xem xét cấp thẻ sau thời hạn sáu tháng, kể từ ngày bị thu hồi thẻ. Hồ sơ và thủ tục đề nghị cấp thẻ hướng dẫn viên trong trường hợp bị thu hồi được áp dụng như đối với trường hợp cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch mới.

## **Điều 76. Quyền và nghĩa vụ của hướng dẫn viên**

1. Hướng dẫn viên có các quyền sau đây:

a) Hướng dẫn khách du lịch theo nhiệm vụ được giao hoặc theo hợp đồng đã ký với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành;

b) Tham gia tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch;

c) Nhận lương, thù lao theo hợp đồng với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành;

d) Tham gia thi tuyển, công nhận cấp bậc nghề nghiệp hướng dẫn viên;

e) Trong trường hợp khẩn cấp hoặc bất khả kháng, được quyền thay đổi chương trình du lịch, điều chỉnh tiêu chuẩn, dịch vụ của khách du lịch nhưng phải báo cáo với người có thẩm quyền ngay khi điều kiện cho phép và chịu trách nhiệm về quyết định của mình.

2. Hướng dẫn viên có các nghĩa vụ sau đây:

a) Tuân thủ và hướng dẫn khách du lịch tuân thủ pháp luật Việt Nam, nội quy, quy chế nơi đến tham quan, du lịch và tôn trọng phong tục, tập quán của địa phương;

b) Thông tin về lịch trình, chương trình du lịch cho khách du lịch và các quyền lợi hợp pháp của khách du lịch;

c) Hướng dẫn khách du lịch theo đúng chương trình du lịch, có thái độ văn minh, tận tình và chu đáo với khách; trường hợp khách du lịch có yêu cầu thay đổi chương trình du lịch thì phải báo cáo người có thẩm quyền quyết định;

d) Có trách nhiệm trong việc bảo đảm an toàn tinh mạng, sức khoẻ, tài sản của khách du lịch;

đ) Hoạt động đúng quy định tại khoản 1 Điều 72 của Luật này; đeo thẻ hướng dẫn viên trong khi hướng dẫn du lịch;

e) Tham gia lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên do cơ quan nhà nước có thẩm quyền tổ chức;

g) Bồi thường cho khách du lịch, doanh nghiệp kinh doanh lễ hành về thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

#### **Điều 77. Những điều hướng dẫn viên du lịch không được làm**

1. Cung cấp thông tin làm phương hại chủ quyền quốc gia, an ninh, quốc phòng, trật tự, an toàn xã hội.

2. Có hành vi gây ảnh hưởng xấu đến hình ảnh, truyền thống, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc; làm sai lệch giá trị văn hoá, lịch sử Việt Nam.

3. Đưa khách du lịch đến khu vực cấm.

4. Thu lợi bất chính từ khách du lịch; nài ép khách du lịch mua hàng hóa, dịch vụ.

5. Tùy tiện thay đổi chương trình du lịch, cắt giảm tiêu chuẩn, dịch vụ của khách du lịch.

6. Phân biệt đối xử đối với khách du lịch.

7. Cho người khác sử dụng thẻ hướng dẫn viên của mình hoặc sử dụng thẻ hướng dẫn viên của người khác; sử dụng thẻ hướng dẫn viên đã hết hạn.

#### **Điều 78. Thuyết minh viên**

1. Thuyết minh viên là người thuyết minh tại chỗ cho khách du lịch trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch.

2. Thuyết minh viên 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.

3. 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.

### **Chương VIII XÚC TIẾN DU LỊCH**

#### **Điều 79. Nội dung xúc tiến du lịch**

Nhà nước tổ chức, hướng dẫn hoạt động xúc tiến du lịch với các nội dung chủ yếu sau đây:

1. Tuyên truyền, giới thiệu rộng rãi về đất nước, con người Việt Nam, danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, di tích cách mạng, di sản văn hoá, công trình lao động sáng tạo của con người, bản sắc văn hoá dân tộc cho nhân dân trong nước và cộng đồng quốc tế.

2. Nâng cao nhận thức xã hội về du lịch, tạo môi trường du lịch văn minh, lành mạnh, an toàn, phát huy truyền thống mến khách của dân tộc.

3. Huy động các nguồn lực để đầu tư phát triển các đô thị du lịch, khu du lịch, điểm du lịch đa dạng, độc đáo, có chất lượng cao, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc trong cả nước, từng vùng và từng địa phương; phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch, đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch;

4. Nghiên cứu thị trường du lịch, xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với thị hiếu khách du lịch; tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm du lịch.

#### **Điều 80. Chính sách xúc tiến du lịch**

1. Nhà nước quy định cơ chế phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương và địa phương với các tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch trong việc thực hiện hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch.

2. Bộ, ngành, cơ quan thông tin đại chúng trong phạm vi nhiệm vụ và quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương tổ chức hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch ở trong nước và nước ngoài.

3. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng chuyên gia, phương tiện thông tin đại chúng nước ngoài tham gia vào hoạt động tuyên truyền, quảng bá nhằm nâng cao hình ảnh đất nước, con người, du lịch Việt Nam.

4. Nhà nước khuyến khích và có biện pháp nhằm nâng cao nhận thức về du lịch cho các cấp, các ngành, các tầng lớp dân cư trong xã hội.

#### **Điều 81. Hoạt động xúc tiến du lịch của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan xây dựng chiến lược, kế hoạch, chương trình xúc tiến du lịch quốc gia; chủ trì, phối hợp với Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, có sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến du lịch ở trong nước và nước ngoài; điều phối các hoạt động xúc tiến du lịch liên vùng, liên địa phương.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương thiết lập các văn phòng đại diện du lịch Việt Nam ở nước ngoài tại các thị trường du lịch trọng điểm để đẩy mạnh công tác xúc tiến du lịch theo quy định của Chính phủ.

3. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương thành lập cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia và tổ chức thông tin du lịch tại các cửa khẩu quốc tế.

4. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xây dựng kế hoạch, chương trình xúc tiến du lịch của địa phương; tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương; phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương và ở địa phương khác trong hoạt động xúc tiến du lịch.

#### **Điều 82. Hoạt động xúc tiến du lịch của doanh nghiệp du lịch**

Các doanh nghiệp du lịch được quyền chủ động hoặc phối hợp với các tổ chức, cá nhân khác để tiến hành các hoạt động xúc tiến du lịch trong và ngoài nước, tham gia các chương trình xúc tiến du lịch quốc gia. Chi phí hoạt động xúc tiến quảng bá của doanh nghiệp được hạch toán vào chi phí của doanh nghiệp.

## Chương IX HỢP TÁC QUỐC TẾ VỀ DU LỊCH

### **Điều 83. Chính sách hợp tác quốc tế về du lịch**

Nhà nước đẩy mạnh hợp tác quốc tế về du lịch với các nước, các tổ chức quốc tế trên cơ sở bình đẳng, công có lợi; phù hợp với pháp luật mỗi bên, pháp luật và thông lệ quốc tế nhằm phát triển du lịch, gắn thị trường du lịch Việt Nam với thị trường du lịch khu vực và thế giới, góp phần tăng cường quan hệ hợp tác, hữu nghị và hiểu biết lẫn nhau giữa các dân tộc.

### **Điều 84. Quan hệ với cơ quan du lịch quốc gia của nước ngoài, các tổ chức du lịch quốc tế và khu vực**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương theo chức năng và trong phạm vi phân cấp thực hiện quyền và trách nhiệm đại diện cho Việt Nam trong hợp tác du lịch song phương, đa phương với cơ quan du lịch quốc gia của nước ngoài và trong các tổ chức du lịch quốc tế và khu vực.

2. Việc đặt văn phòng đại diện của cơ quan du lịch của nước ngoài, của tổ chức du lịch quốc tế và khu vực tại Việt Nam được thực hiện theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

## Chương X THANH TRA DU LỊCH, GIẢI QUYẾT YÊU CẦU, KIẾN NGHỊ CỦA KHÁCH DU LỊCH

### **Điều 85. Thanh tra du lịch**

1. Thanh tra du lịch thực hiện chức năng thanh tra chuyên ngành về du lịch.
2. Tổ chức và hoạt động của thanh tra chuyên ngành về du lịch được thực hiện theo quy định của pháp luật.

### **Điều 86. Giải quyết yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch**

1. Yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch phải được tiếp nhận và giải quyết kịp thời theo quy định của pháp luật để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của khách du lịch.
2. Tại đô thị du lịch, khu du lịch và nơi có lượng khách du lịch lớn thì cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh tổ chức việc tiếp nhận yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch.
3. Yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch được gửi đến tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch hoặc tổ chức tiếp nhận yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch quy định tại khoản 2 Điều này để giải quyết hoặc chuyển đến cơ quan nhà nước có thẩm quyền giải quyết. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, tổ chức tiếp nhận yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch quy định tại khoản 2 Điều này không giải quyết hoặc khách du lịch không đồng ý với việc giải quyết đó thì có quyền khiếu nại hoặc khởi kiện theo quy định của pháp luật.

## Chương XI ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

### **Điều 87. Điều khoản thi hành**

1. Luật này có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2006.
2. Pháp lệnh du lịch ngày 08 tháng 02 năm 1999 hết hiệu lực kể từ ngày Luật này có

hiệu lực.

3. Khu du lịch quốc gia, đô thị du lịch đã được công nhận, cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch đã được cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế, hướng dẫn viên du lịch đã được cấp thẻ hướng dẫn viên trước khi Luật này có hiệu lực thi hành mà không trái với quy định của Luật này thì vẫn có hiệu lực thi hành; trường hợp không có đủ các điều kiện theo quy định của Luật này thì phải điều chỉnh cho phù hợp.

**Điều 88. Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành**

Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật này.

---

*Luật này đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XI, kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 14 tháng 6 năm 2005.*

**CHỦ TỊCH QUỐC HỘI  
NGUYỄN VĂN AN**

**NGHỊ ĐỊNH SỐ 92/2007/NĐ-CP NGÀY 01-06-2007**

**CỦA CHÍNH PHỦ**

**Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch**

**CHÍNH PHỦ**

*Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;*

*Căn cứ Luật Du lịch ngày 14 tháng 6 năm 2005;*

*Xét đề nghị của Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch,*

**NGHỊ ĐỊNH:**

**Chương I**

**QUY ĐỊNH CHUNG**

**Điều 1. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng**

1. Phạm vi điều chỉnh: Nghị định này quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về tài nguyên du lịch; quy hoạch phát triển du lịch; khu du lịch, điểm du lịch, đồ thị du lịch; hướng dẫn du lịch; xúc tiến du lịch; kinh doanh du lịch và quản lý nhà nước về du lịch.

2. Đối tượng áp dụng:

a) Tổ chức, cá nhân Việt Nam, tổ chức, cá nhân nước ngoài hoạt động du lịch trên lãnh thổ Việt Nam;

b) Cơ quan, tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư có hoạt động liên quan đến du lịch.

**Điều 2. Chính sách thúc đẩy phát triển du lịch**

1. Các dự án đầu tư xây dựng khu du lịch quốc gia, khu du lịch sinh thái, khu công viên văn hoá có các hoạt động thể thao, vui chơi giải trí thuộc danh mục lĩnh vực ưu đãi đầu tư, địa bàn ưu đãi đầu tư theo quy định của Chính phủ được hưởng các ưu đãi sau:

a) Ưu đãi về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp theo quy định của Chính phủ;

b) Được miễn, giảm thuế sử dụng đất, tiền sử dụng đất, tiền thuê đất hoặc mặt nước đối với đất được giao hoặc cho thuê theo quy định của pháp luật về đất đai và pháp luật về thuế.

2. Dự án đầu tư mở rộng, nâng cấp, xây dựng mới các cơ sở đào tạo và dạy nghề du lịch; dự án đầu tư phát triển du lịch ở địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn, địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn được hưởng các loại hình ưu đãi tín dụng đầu tư của nhà nước theo quy định của Chính phủ.

3. Các chính sách khác theo quy định của pháp luật.

4. Căn cứ khả năng ngân sách nhà nước và yêu cầu phát triển du lịch trong từng thời kỳ, Nhà nước hỗ trợ kinh phí đối với các hoạt động sau:



a) Bảo vệ, tôn tạo tài nguyên du lịch và môi trường du lịch, phòng, chống và khắc phục sự cố môi trường đối với các khu du lịch, điểm du lịch;

b) Xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch tại các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia; các khu du lịch, điểm du lịch tại các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch thuộc các địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn, địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn.

5. Kinh phí cho hoạt động xúc tiến du lịch được quy định như sau:

a) Ngân sách trung ương bố trí kinh phí cho các hoạt động xúc tiến du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương thực hiện;

b) Ngân sách địa phương bố trí kinh phí cho các hoạt động xúc tiến du lịch do Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (sau đây gọi tắt là Ủy ban nhân dân cấp tỉnh) thực hiện.

## **Chương II**

### **TÀI NGUYÊN DU LỊCH, QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

#### **Điều 3. Điều tra, đánh giá tài nguyên du lịch**

1. Nội dung điều tra tài nguyên du lịch:

a) Vị trí địa lý của tài nguyên;

b) Đặc điểm của tài nguyên;

c) Giá trị của tài nguyên phục vụ mục đích du lịch;

d) Hiện trạng, khả năng bảo tồn, khai thác và sử dụng tài nguyên.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương chủ trì, phối hợp với cơ quan liên quan và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xây dựng, ban hành quy chế về điều tra, đánh giá, phân loại tài nguyên du lịch để làm cơ sở triển khai thực hiện thống nhất trong cả nước.

3. Tổ chức, cá nhân quản lý, sở hữu tài nguyên du lịch có trách nhiệm phối hợp với cơ quan nhà nước có thẩm quyền thực hiện nhiệm vụ điều tra tài nguyên du lịch.

#### **Điều 4. Quy hoạch phát triển du lịch**

1. Quy hoạch phát triển du lịch bao gồm quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và quy hoạch cụ thể phát triển du lịch.

2. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch phải được lập trên cơ sở chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, chiến lược phát triển du lịch quốc gia và phải phù hợp cả về nội dung và thời gian.

3. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch phải được bổ sung, điều chỉnh kịp thời để bảo đảm sự thống nhất và phù hợp với chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, chiến lược phát triển du lịch quốc gia.

#### **Điều 5. Công bố quy hoạch phát triển du lịch**

1. Quy hoạch phát triển du lịch phải được công bố công khai, chậm nhất là sau 30 ngày, kể từ ngày quy hoạch có hiệu lực thi hành.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương công bố quy hoạch phát triển du lịch do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

3. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh công bố quy hoạch phát triển du lịch thuộc thẩm quyền phê duyệt.

### **Chương III** **KHU DU LỊCH, ĐIỂM DU LỊCH, ĐÔ THỊ DU LỊCH**

#### **Điều 6. Công nhận khu du lịch quốc gia**

Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận khu du lịch quốc gia khi có đủ các điều kiện sau đây:

1. Có tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn với ưu thế về cảnh quan thiên nhiên, có khả năng thu hút nhiều khách du lịch.
2. Có diện tích tối thiểu là một nghìn héc ta.
3. Có khả năng bảo đảm phục vụ ít nhất một triệu lượt khách du lịch một năm.
4. Có quy hoạch phát triển khu du lịch được cấp có thẩm quyền phê duyệt.
5. Có mặt bằng, không gian đáp ứng yêu cầu của các hoạt động tham quan, nghỉ ngơi, giải trí trong khu du lịch.
6. Có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch và dịch vụ đạt tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật do cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành.
7. Có cơ sở lưu trú du lịch, khu vui chơi giải trí, thể thao và các cơ sở dịch vụ đồng bộ khác.

#### **Điều 7. Công nhận điểm du lịch quốc gia**

Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận điểm du lịch quốc gia khi có đủ các điều kiện sau đây:

1. Có tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn.
2. Có khả năng bảo đảm phục vụ tối thiểu một trăm nghìn lượt khách du lịch một năm.
3. Có đường giao thông thuận tiện đến điểm du lịch, có các dịch vụ: bãi đỗ xe, có khu vệ sinh công cộng, phòng cháy chữa cháy, cấp, thoát nước, thông tin liên lạc và các dịch vụ khác đáp ứng được yêu cầu của khách du lịch.
4. Đáp ứng các điều kiện về bảo đảm an ninh, an toàn, trật tự, vệ sinh môi trường theo quy định của pháp luật.

#### **Điều 8. Công nhận khu du lịch địa phương**

Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh công nhận khu du lịch địa phương khi có đủ các điều kiện sau đây:

1. Có tài nguyên du lịch hấp dẫn.
2. Có diện tích tối thiểu là hai trăm héc ta.
3. Có khả năng bảo đảm phục vụ tối thiểu một trăm nghìn lượt khách du lịch một năm.
4. Đáp ứng các quy định tại khoản 4, khoản 5 và khoản 6 Điều 6 Nghị định này.

#### **Điều 9. Công nhận điểm du lịch địa phương**

Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh công nhận điểm du lịch địa phương khi có đủ các

điều kiện sau đây:

1. Có tài nguyên du lịch hấp dẫn.
2. Có khả năng bảo đảm phục vụ tối thiểu mười nghìn lượt khách du lịch một năm.
3. Đáp ứng các quy định tại khoản 3 và khoản 4 Điều 7 Nghị định này.

#### **Điều 10. Quản lý khu du lịch**

1. Nội dung quản lý khu du lịch:

- a) Công khai quy hoạch tổng thể, quy hoạch cụ thể phát triển khu du lịch;
- b) Quản lý việc thực hiện quy hoạch và đầu tư theo quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;
- c) Kiểm tra, giám sát nội dung và tiến độ thực hiện các dự án đầu tư đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;
- d) Phát hiện, đề xuất, kiến nghị với cấp có thẩm quyền các dự án đầu tư không đúng với quy hoạch hoặc có tác động tiêu cực đến cảnh quan môi trường;
- đ) Quản lý hoạt động kinh doanh du lịch, dịch vụ theo quy định của pháp luật hiện hành đối với mỗi ngành nghề kinh doanh;
- e) Kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ của các cơ sở kinh doanh du lịch và của các cơ sở kinh doanh dịch vụ khác;
- g) Bảo vệ, tôn tạo tài nguyên và môi trường du lịch;
- h) Bảo đảm vệ sinh môi trường, phòng chống cháy nổ, an ninh, an toàn trong khu du lịch;
- i) Tổ chức cứu hộ, cứu nạn, bảo đảm an toàn cho khách du lịch;
- k) Đề xuất, kiến nghị với cơ quan có thẩm quyền xử lý các vi phạm đối với các cơ sở kinh doanh gây ô nhiễm môi trường, xâm hại tài nguyên du lịch;
- l) Thực hiện các nội dung khác theo quy định của pháp luật.

2. Ban Quản lý khu du lịch

- a) Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định thành lập Ban Quản lý khu du lịch trong phạm vi ranh giới hành chính thuộc thẩm quyền quản lý;
- b) Ban Quản lý khu du lịch thực hiện các nhiệm vụ quy định tại khoản 1 Điều này;
- c) Đối với khu du lịch thuộc phạm vi ranh giới hành chính hai tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trở lên, Ban Quản lý khu du lịch ngoài việc thực hiện quy định tại khoản 1 Điều này còn phải thực hiện quy chế quản lý khu du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương ban hành.

#### **Điều 11. Công nhận đô thị du lịch**

1. Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận đô thị du lịch khi có đủ các điều kiện sau đây:
  - a) Đáp ứng các quy định về đô thị theo quy định của pháp luật;
  - b) Có tài nguyên du lịch hấp dẫn trong ranh giới đô thị hoặc khu vực liền kề với ranh

giới đô thị;

- c) Có đường giao thông thuận tiện đến các khu du lịch, điểm du lịch;
- d) Có cơ sở hạ tầng kỹ thuật đáp ứng yêu cầu phục vụ khách du lịch;
- đ) Có hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật đồng bộ, tiện nghi đạt tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật do cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách du lịch trong nước và quốc tế.

2. Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận đô thị du lịch trên cơ sở kết quả thẩm định hồ sơ do Bộ trưởng Bộ Xây dựng trình Thủ tướng Chính phủ.

#### **Chương IV** **KINH DOANH DU LỊCH**

##### **Điều 12. Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành**

1. Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành phải có thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành ít nhất là ba năm (đối với kinh doanh lữ hành nội địa); bốn năm (đối với kinh doanh lữ hành quốc tế).

2. Thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành được xác định bằng tổng thời gian trực tiếp làm việc trong các lĩnh vực sau:

- a) Quản lý hoạt động lữ hành;
- b) Hướng dẫn du lịch;
- c) Quảng bá, xúc tiến du lịch;
- d) Xây dựng và điều hành chương trình du lịch;
- đ) Nghiên cứu, giảng dạy về lữ hành, hướng dẫn du lịch.

3. Thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành được xác định thông qua giấy xác nhận của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp nơi người đó đã hoặc đang làm việc; các giấy tờ hợp lệ khác xác nhận thời gian người đó làm việc trong lĩnh vực lữ hành.

##### **Điều 13. Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế có các quyền sau:

- a) Tự chủ kinh doanh và tự chịu trách nhiệm về hoạt động kinh doanh du lịch;
- b) Đề nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xét duyệt nhân sự về nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh cho khách du lịch;
- c) Được nhà nước bảo hộ hoạt động kinh doanh du lịch hợp pháp;
- d) Tham gia các hoạt động xúc tiến du lịch; tham gia hiệp hội nghề nghiệp;
- đ) Các quyền khác theo quy định của pháp luật.

2. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế có các nghĩa vụ sau:

- a) Thành lập doanh nghiệp, đăng ký, hoạt động kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật;
- b) Chỉ được sử dụng người có thể hướng dẫn viên quốc tế để hướng dẫn khách du lịch là

người nước ngoài và phải tuân thủ các quy định về sử dụng lao động;

c) Thông báo cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong thời hạn chậm nhất là 30 ngày, kể từ ngày thay đổi người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành;

d) Theo dõi, thống kê đầy đủ, đúng số khách du lịch mà doanh nghiệp trực tiếp thực hiện dịch vụ du lịch;

đ) Bảo đảm các điều kiện và quyền lợi của khách du lịch theo đúng nội dung đã ký kết;

e) Thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

#### **Điều 14. Bảo hiểm du lịch**

1. Khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài du lịch phải mua bảo hiểm du lịch.

2. Khuyến khích khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam du lịch mua bảo hiểm du lịch (nếu chưa mua bảo hiểm tại nước ngoài).

3. Khuyến khích khách du lịch nội địa mua bảo hiểm du lịch trong thời gian thực hiện chương trình du lịch.

4. Bảo hiểm du lịch cho khách du lịch phải được mua tại doanh nghiệp bảo hiểm được phép hoạt động tại Việt Nam.

5. Doanh nghiệp mua bảo hiểm cho khách du lịch có trách nhiệm phối hợp với doanh nghiệp nhận bảo hiểm thực hiện nghĩa vụ bảo hiểm kịp thời, đúng quy định khi khách du lịch gặp rủi ro phải chi trả bảo hiểm.

#### **Điều 15. Ký quỹ của kinh doanh lữ hành quốc tế**

1. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế phải ký quỹ theo đúng quy định.

2. Mức ký quỹ là hai trăm năm mươi (250) triệu đồng.

3. Tiền ký quỹ được sử dụng để bồi thường cho khách du lịch trong trường hợp doanh nghiệp vi phạm hợp đồng đối với khách du lịch; giải quyết các rủi ro đối với khách du lịch không phải mua bảo hiểm du lịch.

4. Ngân hàng Nhà nước quy định cụ thể về tiền ký quỹ sau khi thống nhất với Bộ Tài chính và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương.

#### **Điều 16. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài**

1. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài thực hiện theo quy định tại Điều 51 Luật Du lịch.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thương mại và các cơ quan liên quan quy định cụ thể về doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài.

#### **Điều 17. Cơ sở lưu trú du lịch**

1. Các loại cơ sở lưu trú du lịch bao gồm:

a) Khách sạn;

b) Làng du lịch;

c) Biệt thự du lịch;

- d) Căn hộ du lịch;
- đ) Bãi cắm trại du lịch;
- e) Nhà nghỉ du lịch;
- g) Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê;
- h) Các cơ sở lưu trú du lịch khác.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương quy định, công bố tiêu chí cụ thể đối với từng loại, hạng cơ sở lưu trú du lịch; bố sơ, thủ tục phân loại, xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch để áp dụng thống nhất trong phạm vi cả nước.

#### **Điều 18. Điều kiện chung kinh doanh lưu trú du lịch**

1. Cơ sở lưu trú du lịch không được xây dựng trong hoặc liền kề với khu vực thuộc phạm vi quốc phòng, an ninh quân lý, không được cản trở đến không gian của trận địa phòng không quốc gia; phải bảo đảm khoáng cách an toàn đối với trường học, bệnh viện, những nơi gây ô nhiễm hoặc có nguy cơ gây ô nhiễm.

Bộ Xây dựng chủ trì, phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và các cơ quan liên quan quy định cụ thể khoáng cách này.

- 2. Cơ sở lưu trú có cơ sở vật chất, trang thiết bị đạt tiêu chuẩn theo quy định.

**Điều 19. Kinh doanh hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện trong cơ sở lưu trú du lịch**

1. Khách sạn, làng du lịch được xếp hạng 1 sao, 2 sao, 3 sao, 4 sao, 5 sao, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch được xếp hạng cao cấp khi kinh doanh các hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện không bắt buộc phải xin giấy phép kinh doanh (trừ kinh doanh trò chơi có thưởng, mua, bán ngoại tệ, bán hàng miễn thuế, casino) nhưng phải đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trước khi thực hiện.

2. Người trực tiếp quản lý, điều hành, thực hiện dịch vụ có điều kiện tại các cơ sở lưu trú du lịch phải có đủ điều kiện, tiêu chuẩn theo quy định của pháp luật.

#### **Điều 20. Cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch**

1. Cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch thực hiện theo quy định tại Điều 70 Luật Du lịch.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương quy định cụ thể về tiêu chuẩn và mẫu biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

### **Chương V**

## **CHI NHÁNH, VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM**

**Điều 21. Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương cấp Giấy phép thành lập chi nhánh của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam (gọi tắt là chi nhánh) khi có đủ các điều kiện sau đây:

- a) Là doanh nghiệp du lịch được pháp luật nước sở tại nơi doanh nghiệp đó thành lập

hoặc đăng ký kinh doanh công nhận hợp pháp:

b) Đã hoạt động kinh doanh đủ lịch ít nhất 5 năm, kể từ khi được thành lập hoặc đăng ký kinh doanh hợp pháp theo pháp luật nước sở tại;

c) Có đủ hồ sơ hợp lệ theo quy định tại Điều 22 Nghị định này.

2. Cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh cấp Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam (gọi tắt là văn phòng đại diện) khi có đủ các điều kiện sau đây:

a) Đáp ứng quy định tại mục a khoản 1 Điều này;

b) Đã hoạt động kinh doanh du lịch ít nhất 1 năm, kể từ khi được thành lập hoặc đăng ký kinh doanh hợp pháp theo pháp luật nước sở tại;

c) Có hồ sơ hợp lệ theo quy định tại Điều 22 Nghị định này.

### **Điều 22. Hồ sơ để nghị cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Đơn đề nghị cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện do đại diện có thẩm quyền của doanh nghiệp du lịch nước ngoài ký.

2. Bản sao Giấy đăng ký kinh doanh, điều lệ hoạt động hoặc giấy tờ có giá trị pháp lý tương đương của doanh nghiệp du lịch nước ngoài được cơ quan có thẩm quyền nơi doanh nghiệp thành lập hoặc đăng ký kinh doanh xác nhận; trường hợp thành lập chi nhánh phải có giấy ủy quyền nêu rõ phạm vi ủy quyền cho người đứng đầu chi nhánh.

3. Báo cáo tài chính có kiểm toán hoặc tài liệu khác có giá trị pháp lý tương đương đối với các hoạt động của doanh nghiệp du lịch nước ngoài trong năm tài chính liền kề với năm xem xét cấp Giấy phép.

Các giấy tờ nêu tại khoản 1, khoản 2 và khoản 3 Điều này phải dịch ra tiếng Việt và được cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan lãnh sự của Việt Nam ở nước ngoài chứng thực và thực hiện việc hợp pháp hoá lãnh sự theo quy định của pháp luật Việt Nam.

### **Điều 23. Thủ tục cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Doanh nghiệp du lịch nước ngoài gửi một bộ hồ sơ đến cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương (đối với trường hợp đề nghị cấp Giấy phép thành lập chi nhánh) hoặc đến cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh (đối với trường hợp đề nghị cấp Giấy phép thành lập văn phòng đại diện).

2. Trong thời hạn 15 ngày làm việc, kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ do doanh nghiệp du lịch nước ngoài gửi đến, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương thẩm định, cấp Giấy phép thành lập chi nhánh cho doanh nghiệp và thông báo cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh, cơ quan thuế, cơ quan thống kê, cơ quan nhà nước liên quan nơi chi nhánh đặt trụ sở.

3. Trong thời hạn 15 ngày làm việc, kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ do doanh nghiệp du lịch nước ngoài gửi đến, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh thẩm định, cấp Giấy phép thành lập văn phòng đại diện cho doanh nghiệp và thông báo cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cơ quan thuế, cơ quan thống kê và cơ quan nhà nước liên quan nơi văn phòng đại diện đặt trụ sở.

4. Trường hợp hồ sơ chưa hợp lệ, trong thời hạn 3 ngày làm việc, kể từ ngày nhận hồ sơ, cơ quan có thẩm quyền cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện phải thông báo bằng văn bản để doanh nghiệp du lịch nước ngoài bổ sung, hoàn chỉnh hồ sơ.

5. Trường hợp không đủ điều kiện để cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện, trong thời hạn 15 ngày làm việc, kể từ ngày nhận hồ sơ, cơ quan có thẩm quyền cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện thông báo bằng văn bản cho doanh nghiệp du lịch nước ngoài biết và nêu rõ lý do.

6. Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện có thời hạn 5 năm nhưng không vượt quá thời hạn còn lại của Giấy đăng ký kinh doanh hoặc giấy tờ có giá trị pháp lý tương đương của doanh nghiệp du lịch nước ngoài.

#### **Điều 24. Sửa đổi, bổ sung Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải làm thủ tục sửa đổi, bổ sung Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện với cơ quan đã cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện trong thời hạn 10 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi như sau:

a) Thay đổi địa điểm đặt trụ sở của chi nhánh, văn phòng đại diện trong phạm vi một tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;

b) Thay đổi tên gọi hoặc nội dung hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện;

c) Thay đổi người đứng đầu của chi nhánh, văn phòng đại diện.

2. Hồ sơ đề nghị sửa đổi, bổ sung Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện gồm:

a) Đơn đề nghị sửa đổi, bổ sung Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện do đại diện có thẩm quyền của doanh nghiệp du lịch nước ngoài ký;

b) Bản gốc Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện đã được cấp.

Trong thời hạn 10 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ do doanh nghiệp gửi đến, cơ quan có thẩm quyền cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện sửa đổi, bổ sung Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện cho doanh nghiệp và gửi bản sao Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện đã được sửa đổi cho các cơ quan có liên quan quy định tại khoản 2 hoặc khoản 3 Điều 23 Nghị định này.

#### **Điều 25. Cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Trong những trường hợp sau đây, doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải làm thủ tục cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi:

a) Thay đổi tên gọi hoặc thay đổi nơi đăng ký thành lập của doanh nghiệp du lịch nước ngoài từ một nước sang một nước khác;

b) Thay đổi địa điểm đặt trụ sở của chi nhánh, văn phòng đại diện đến một tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương khác;

c) Thay đổi nội dung hoạt động của doanh nghiệp du lịch nước ngoài.

2. Hồ sơ đề nghị cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện gồm:

a) Đơn đề nghị cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện do đại diện có thẩm quyền của doanh nghiệp du lịch nước ngoài ký;



b) Bản sao Giấy đăng ký kinh doanh hoặc giấy tờ có giá trị pháp lý tương đương của doanh nghiệp du lịch nước ngoài được cơ quan có thẩm quyền nơi doanh nghiệp thành lập hoặc đăng ký kinh doanh xác nhận.

Các giấy tờ quy định tại điểm a và điểm b khoản này phải dịch ra tiếng Việt và được cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan lãnh sự của Việt Nam ở nước ngoài chứng thực và thực hiện việc hợp pháp hoá lãnh sự theo quy định của pháp luật Việt Nam;

c) Bản gốc Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện đã được cấp.

3. Trường hợp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện bị mất, bị rách nát hoặc bị tiêu huỷ, doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải làm thủ tục đề nghị cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện. Hồ sơ đề nghị cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện gồm:

a) Đơn đề nghị cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện do đại diện có thẩm quyền của doanh nghiệp du lịch nước ngoài ký;

b) Bản gốc trong trường hợp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện bị rách nát; đơn khai báo của chi nhánh, văn phòng đại diện về việc bị mất hoặc bị tiêu huỷ Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện có xác nhận của cơ quan công an cấp phương, xã nơi chi nhánh, văn phòng đại diện đặt trụ sở.

4. Thời hạn của Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện được cấp lại không vượt quá thời hạn của Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện đã cấp. Thủ tục cấp lại Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện thực hiện theo quy định Điều 23 Nghị định này.

#### **Điều 26. Gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Doanh nghiệp du lịch nước ngoài được gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện khi có đủ các điều kiện sau:

a) Có nhu cầu tiếp tục hoạt động tại Việt Nam;

b) Doanh nghiệp đang hoạt động hợp pháp theo pháp luật nơi doanh nghiệp thành lập;

c) Không vi phạm các điều cấm quy định trong Luật Du lịch và các quy định pháp luật khác của Việt Nam trong thời gian hoạt động tại Việt Nam.

2. Gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện:

a) Trong thời hạn 30 ngày trước khi Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện hết hiệu lực, doanh nghiệp gửi đơn đề nghị gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện tới cơ quan có thẩm quyền được quy định tại khoản 1 Điều 23 Nghị định này;

b) Trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày nhận được đơn của doanh nghiệp, cơ quan có thẩm quyền xem xét, gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện; nếu được chấp thuận, doanh nghiệp gửi bản gốc Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện cho cơ quan có thẩm quyền để gia hạn. Trường hợp từ chối gia hạn, cơ quan có thẩm quyền thông báo bằng văn bản nêu rõ lý do cho doanh nghiệp.

3. Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện có thể được gia hạn nhiều lần. Thời gian gia hạn mỗi lần áp dụng theo quy định tại khoản 6 Điều 23 Nghị định này.

### **Điều 27. Quyền, nghĩa vụ của chi nhánh và người đứng đầu chi nhánh**

Chi nhánh, người đứng đầu chi nhánh thực hiện các quyền và nghĩa vụ theo các quy định sau:

1. Được kinh doanh các ngành, nghề quy định tại khoản 2, khoản 3, khoản 4 và khoản 5 Điều 38 Luật Du lịch.

2. Trong thời hạn 45 ngày, kể từ ngày được cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, chi nhánh phải chính thức hoạt động và thông báo bằng văn bản đến cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi chi nhánh đặt trụ sở về thời điểm bắt đầu hoạt động.

3. Khi thay đổi địa điểm đặt trụ sở, thay đổi người đứng đầu chi nhánh, trong thời hạn 10 ngày làm việc, doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải thông báo cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt chi nhánh.

4. Báo cáo định kỳ hàng năm hoặc đột xuất theo quy định hiện hành về hoạt động của chi nhánh với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt chi nhánh.

5. Chi nhánh không được thực hiện chức năng đại diện cho doanh nghiệp khác, không được cho thuê lại trụ sở chi nhánh.

6. Người đứng đầu chi nhánh của doanh nghiệp du lịch nước ngoài chịu trách nhiệm về các hoạt động của mình và của chi nhánh theo pháp luật Việt Nam và không được kiêm nhiệm các chức vụ sau:

- a) Đứng đầu văn phòng đại diện của cùng doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam;
- b) Đứng đầu văn phòng đại diện, chi nhánh của một doanh nghiệp nước ngoài khác tại Việt Nam.

### **Điều 28. Quyền, nghĩa vụ của Văn phòng đại diện và người đứng đầu Văn phòng đại diện**

Văn phòng đại diện, người đứng đầu văn phòng đại diện thực hiện các quyền và nghĩa vụ theo các quy định sau:

1. Trong thời hạn 45 ngày, kể từ ngày được cấp Giấy phép thành lập, văn phòng đại diện phải chính thức hoạt động và thông báo bằng văn bản tới cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi văn phòng đại diện đặt trụ sở về thời điểm bắt đầu hoạt động.

2. Khi thay đổi trụ sở, thay đổi người đứng đầu văn phòng đại diện, trong thời hạn 10 ngày làm việc, doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải thông báo cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt văn phòng đại diện.

3. Báo cáo định kỳ hàng năm hoặc đột xuất theo quy định hiện hành về hoạt động của văn phòng đại diện với cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt văn phòng đại diện.

4. Văn phòng đại diện không được thực hiện chức năng làm đại diện cho doanh nghiệp khác, không được cho thuê lại trụ sở văn phòng đại diện.

5. Người đứng đầu văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài chịu trách nhiệm về các hoạt động của mình và của văn phòng đại diện theo pháp luật Việt Nam và không được kiêm nhiệm các chức vụ sau:

a) Đứng đầu chi nhánh tại Việt Nam;

b) Đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp nước ngoài để kinh doanh du lịch;

c) Đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật của Việt Nam.

#### **Điều 29. Thu hồi Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Chi nhánh, văn phòng đại diện bị thu hồi Giấy phép thành lập trong các trường hợp sau đây:

a) Không chính thức đi vào hoạt động trong thời gian 6 tháng, kể từ ngày được cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện;

b) Ngừng hoạt động 6 tháng liên tục mà không thông báo với cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện;

c) Không báo cáo định kỳ về hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện trong 2 năm liên tiếp;

d) Không gửi báo cáo theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền trong thời hạn 6 tháng, kể từ ngày có yêu cầu bằng văn bản;

đ) Hoạt động không đúng chức năng của chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định của pháp luật.

2. Cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện là cơ quan có thẩm quyền thu hồi Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện.

#### **Điều 30. Chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Chi nhánh, văn phòng đại diện chấm dứt hoạt động trong các trường hợp sau:

a) Theo đề nghị của doanh nghiệp du lịch nước ngoài và được cơ quan có thẩm quyền chấp thuận;

b) Khi doanh nghiệp du lịch nước ngoài chấm dứt hoạt động theo pháp luật của nước nơi doanh nghiệp đó thành lập hoặc đăng ký kinh doanh;

c) Hết thời hạn hoạt động theo Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện mà doanh nghiệp du lịch nước ngoài không đề nghị gia hạn;

d) Hết thời hạn hoạt động theo Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện mà không được cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện chấp thuận gia hạn;

đ) Bị thu hồi Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại khoản 1 Điều 29 Nghị định này.

2. Trong thời hạn ít nhất 30 ngày, trước ngày dự kiến chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại điểm a, b và c khoản 1 Điều này, doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải gửi thông báo về việc chấm dứt hoạt động đến cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện, các chủ nợ, người lao động trong chi nhánh, văn phòng đại diện, người có quyền, nghĩa vụ, lợi ích liên quan khác. Thông báo này phải nêu rõ thời điểm dự kiến chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện và đăng báo viết hoặc báo điện tử được phép phát hành tại Việt Nam trong 3 số liên tiếp.

3. Trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày quyết định không gia hạn Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện hoặc ngày quyết định thu hồi Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại điểm đ và đ khoản 1 Điều này, cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện phải công bố trên báo viết hoặc báo điện tử được phép phát hành tại Việt Nam trong 3 số liên tiếp về việc chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện và nêu rõ thời điểm chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện.

4. Trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày doanh nghiệp du lịch nước ngoài và chi nhánh, văn phòng đại diện hoàn thành các nghĩa vụ quy định tại khoản 2 hoặc khoản 3 Điều 31 Nghị định này, cơ quan cấp Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện phải xoá tên văn phòng đại diện, chi nhánh trong Sổ đăng ký.

5. Trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày xoá tên chi nhánh, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương có trách nhiệm thông báo về việc chấm dứt hoạt động của chi nhánh cho Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh, cơ quan thuế, cơ quan thống kê, cơ quan nhà nước liên quan nơi chi nhánh đặt trụ sở.

Trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày xoá tên văn phòng đại diện, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh có trách nhiệm thông báo về việc chấm dứt hoạt động của văn phòng đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cơ quan thuế, cơ quan thống kê, cơ quan nhà nước liên quan nơi văn phòng đại diện đặt trụ sở.

### **Điều 31. Nghĩa vụ của doanh nghiệp du lịch nước ngoài đối với chi nhánh, văn phòng đại diện**

1. Doanh nghiệp du lịch nước ngoài phải chịu trách nhiệm trước pháp luật Việt Nam về toàn bộ hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện của mình tại Việt Nam.

2. Ít nhất 15 ngày, trước khi chi nhánh, văn phòng đại diện chấm dứt hoạt động theo quy định tại điểm a, điểm b, điểm c khoản 1 Điều 30 Nghị định này, doanh nghiệp du lịch nước ngoài, chi nhánh, văn phòng đại diện có nghĩa vụ thanh toán xong các khoản nợ và các nghĩa vụ khác với nhà nước, tổ chức, cá nhân liên quan theo quy định của pháp luật.

3. Trong thời hạn 60 ngày, kể từ ngày chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại điểm d, điểm đ khoản 1 Điều 30 Nghị định này, doanh nghiệp du lịch nước ngoài có nghĩa vụ thanh toán xong các khoản nợ và các nghĩa vụ khác với nhà nước, tổ chức, cá nhân liên quan theo quy định của pháp luật.

## **Chương VI HƯỚNG DẪN DU LỊCH**

### **Điều 32. Điều kiện cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa**

Người có đủ các điều kiện sau đây được cấp thẻ hướng dẫn viên nội địa:

1. Có quốc tịch Việt Nam, thường trú tại Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ.
2. Không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng các chất gây nghiện.
3. Có một trong các trình độ nghiệp vụ sau:
  - a) Có bằng tốt nghiệp trung cấp chuyên ngành hướng dẫn du lịch trở lên;
  - b) Có bằng tốt nghiệp trung cấp du lịch không thuộc chuyên ngành hướng dẫn du lịch

trở lên và có chứng chỉ bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

c) Có bằng tốt nghiệp trung cấp chuyên ngành khác trở lên và có chứng chỉ bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

### **Điều 33. Điều kiện cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế**

Người có đủ các điều kiện sau đây được cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế:

1. Đáp ứng các quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều 32 Nghị định này.

2. Có một trong các trình độ nghiệp vụ sau:

a) Có bằng tốt nghiệp đại học chuyên ngành hướng dẫn du lịch trở lên;

b) Có bằng tốt nghiệp đại học chuyên ngành khác trở lên và có thẻ hướng dẫn viên nội địa;

c) Có bằng tốt nghiệp đại học chuyên ngành khác trở lên và có chứng chỉ bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

3. Có một trong các trình độ ngoại ngữ sau:

a) Có bằng tốt nghiệp đại học chuyên ngành ngoại ngữ trở lên;

b) Có bằng tốt nghiệp đại học ở nước ngoài trở lên;

c) Có chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

4. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương chủ trì, phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Văn hoá - Thông tin quy định, công bố công khai điều kiện, nội dung, thời gian cụ thể bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch để thực hiện thống nhất trong cả nước.

### **Điều 34. Thủ tục cấp, cấp lại thẻ hướng dẫn viên**

1. Người đề nghị cấp, đổi thẻ hướng dẫn viên nộp hồ sơ theo quy định tại khoản 1 Điều 74; khoản 1, khoản 2 Điều 75 Luật Du lịch tại một trong các cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong toàn quốc.

2. Người đề nghị cấp lại thẻ hướng dẫn viên nộp hồ sơ tại cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đã được cấp thẻ hướng dẫn viên. Thời hạn của thẻ được cấp lại bằng thời gian còn lại của thẻ đã cấp.

### **Điều 35. Cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương:

a) Quản lý để bảo đảm việc cấp thẻ hướng dẫn viên đúng quy định, thống nhất trên cả nước;

b) Kiểm tra, giám sát việc tuân thủ các quy định về cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch.

2. Cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh:

a) Cấp, cấp lại, đổi, thu hồi thẻ hướng dẫn viên du lịch;

b) Định kỳ hàng năm tổng hợp báo cáo cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương về tình hình cấp, cấp lại, đổi, thu hồi thẻ hướng dẫn viên du lịch tại địa phương.

### **Điều 36. Thuyết minh viên**

1. Thuyết minh viên thực hiện theo quy định tại Điều 78 Luật Du lịch.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương phối hợp với Bộ Văn hoá - Thông tin quy định cụ thể về thuyết minh viên.

## **Chương VII XÚC TIẾN DU LỊCH**

### **Điều 37. Các hình thức xúc tiến du lịch**

1. Tuyên truyền, quảng bá du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và nước ngoài.
2. Xây dựng các sản phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch.
3. Công bố các sản phẩm du lịch mới.
4. Khảo sát điểm đến.
5. Tổ chức và thực hiện các chương trình, sự kiện, hội chợ, hội thảo, triển lãm, hoạt động thông tin du lịch (ở trong nước và nước ngoài) của quốc gia, khu vực và địa phương.
6. Hợp tác quốc tế về xúc tiến du lịch.
7. Lập văn phòng đại diện du lịch ở nước ngoài.
8. Các hình thức xúc tiến du lịch khác.

### **Điều 38. Nội dung xúc tiến du lịch**

1. Tuyên truyền, quảng bá về đất nước, con người, văn hoá Việt Nam; về các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, di tích cách mạng, di sản văn hoá; về các khu du lịch, tuyến du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch; về tiềm năng, thế mạnh về du lịch của cả nước; nâng cao nhận thức xã hội về du lịch, tạo môi trường du lịch văn minh, lành mạnh, an toàn.
2. Nghiên cứu, tìm hiểu thị trường trong nước và nước ngoài; xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia; xây dựng, quảng bá các sản phẩm du lịch.
3. Xây dựng các tiêu chí và tổ chức việc trao tặng các danh hiệu du lịch quốc gia cho các doanh nghiệp tiêu biểu trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.
4. Kết hợp với xúc tiến đầu tư, thương mại, giao lưu văn hoá và các lĩnh vực khác nhằm xúc tiến du lịch ở trong nước và nước ngoài.
5. Các nội dung xúc tiến du lịch khác.

### **Điều 39. Trách nhiệm thực hiện xúc tiến du lịch**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương:
  - a) Xây dựng chương trình xúc tiến du lịch quốc gia trình cấp có thẩm quyền phê duyệt để thực hiện trong từng thời kỳ;
  - b) Tổ chức thực hiện các chương trình, sự kiện, hội chợ, hội thảo, triển lãm du lịch cấp quốc gia.
2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh:
  - a) Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình, sự kiện, hội chợ, hội thảo, triển lãm du lịch của địa phương;
  - b) Phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương khác trong hoạt động xúc tiến du lịch.

3. Các doanh nghiệp du lịch, các tổ chức, cá nhân được tổ chức hoặc phối hợp với các tổ chức, cá nhân khác để tiến hành hoạt động xúc tiến du lịch trong và nước ngoài, tham gia các chương trình xúc tiến du lịch quốc gia.

#### **Điều 40. Văn phòng đại diện du lịch Việt Nam ở nước ngoài**

1. Văn phòng đại diện du lịch Việt Nam ở nước ngoài là tổ chức đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương tại nước tiếp nhận và các nước mà văn phòng đại diện du lịch Việt Nam ở nước ngoài được phân công phụ trách (gọi tắt là văn phòng).

2. Văn phòng được thành lập tại thị trường du lịch trọng điểm, trung tâm giao lưu quốc tế, có vị trí thuận lợi trong việc quan hệ, hợp tác phát triển du lịch giữa Việt Nam với nước tiếp nhận và các nước văn phòng được phân công phụ trách.

Việc thành lập và hoạt động của văn phòng do Thủ tướng Chính phủ quyết định theo đề nghị của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương.

3. Văn phòng chịu sự quản lý của cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan lãnh sự của Việt Nam tại nước tiếp nhận và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương theo quy định của pháp luật Việt Nam và pháp luật nước tiếp nhận.

### **Chương VIII ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

#### **Điều 41. Hiệu lực thi hành**

1. Nghị định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo. Những quy định trước đây trái Nghị định này đều bãi bỏ.

2. Nghị định này thay thế Nghị định số 27/2001/NĐ-CP ngày 05 tháng 6 năm 2001 của Chính phủ về kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch; Nghị định số 39/2000/NĐ-CP ngày 24 tháng 8 năm 2000 của Chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch; các quy định liên quan đến chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam quy định tại Nghị định số 45/2000/NĐ-CP ngày 06 tháng 9 năm 2000 của Chính phủ quy định về văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài và của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam.

#### **Điều 42. Quy định chuyển tiếp**

1. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam đã đăng ký kinh doanh, đã có Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế, đã có Giấy phép thành lập trước ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành được tiếp tục hoạt động theo đúng nội dung quy định trong Giấy phép đã được cấp và trong thời hạn 12 tháng, kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực phải bổ sung đầy đủ các điều kiện về kinh doanh, thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định của Nghị định này.

2. Hướng dẫn viên du lịch đã được cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch trước ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành được tiếp tục hướng dẫn du lịch và trong thời hạn 24 tháng, kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành, phải bổ sung đầy đủ các điều kiện theo quy định tại Nghị định này.

3. Cơ sở lưu trú du lịch đã đăng ký hoạt động kinh doanh trước ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành được tiếp tục hoạt động kinh doanh và trong thời hạn 12 tháng, kể từ

ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành, phải bổ sung đầy đủ các điều kiện theo đúng quy định tại Nghị định này.

**Điều 43. Tổ chức thực hiện**

1. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương hướng dẫn thi hành Nghị định này.
2. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này.

THỦ TƯỚNG  
NGUYỄN TẤN DŨNG



**NGHỊ ĐỊNH SỐ 149/2007/NĐ-CP NGÀY 09-10-2007  
CỦA CHÍNH PHỦ  
Về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch**

**CHÍNH PHỦ**

*Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;*

*Căn cứ Luật Du lịch ngày 14 tháng 6 năm 2005;*

*Căn cứ Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính ngày 02 tháng 7 năm 2002;*

*Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch,*

**NGHỊ ĐỊNH:**

**Chương I**

**QUY ĐỊNH CHUNG**

**Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

1. Nghị định này quy định về hành vi vi phạm hành chính, hình thức xử phạt, mức phạt, thẩm quyền xử phạt, thủ tục xử phạt và biện pháp khắc phục hậu quả trong lĩnh vực du lịch.

2. Vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch là hành vi vi phạm các quy định của pháp luật về quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch do cố nhân, tổ chức thực hiện một cách cố ý hoặc vô ý mà không phải là tội phạm và theo quy định của Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính và Nghị định này phải bị xử phạt hành chính.

3. Hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch quy định tại Nghị định này bao gồm:

- a) Vi phạm quy định về kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch, kinh doanh vận chuyển khách du lịch;
- b) Vi phạm quy định về kinh doanh lưu trú du lịch;
- c) Vi phạm quy định về xúc tiến du lịch;
- d) Vi phạm các quy định về hoạt động du lịch khác.

4. Các hành vi vi phạm hành chính khác trong lĩnh vực du lịch không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại các Nghị định khác của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực quản lý nhà nước có liên quan để xử phạt.

**Điều 2. Đối tượng áp dụng**

1. Cá nhân, tổ chức Việt Nam và cá nhân, tổ chức nước ngoài (gọi chung là cá nhân, tổ chức) có hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch trên lãnh thổ Việt Nam.

2. Người chưa thành niên có hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch bị xử phạt theo quy định tại Điều 7 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

3. Cán bộ, công chức thực hiện hành vi quy định tại Chương II Nghị định này trong khi thi hành công vụ thì không bị xử phạt vi phạm hành chính mà bị xử lý theo quy định của

pháp luật về căn bản, công chức.

### **Điều 3. Nguyên tắc xử phạt**

1. Mọi hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch phải được phát hiện kịp thời và phải bị đình chỉ ngay. Việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch phải được tiến hành nhanh chóng, công minh, triệt để theo đúng quy định của pháp luật; mọi hậu quả do hành vi vi phạm hành chính gây ra phải được khắc phục theo đúng quy định của pháp luật.

2. Cá nhân, tổ chức chỉ bị xử phạt vi phạm hành chính khi có hành vi vi phạm hành chính do pháp luật quy định.

3. Việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch phải do người có thẩm quyền quy định tại Chương III Nghị định này thực hiện theo đúng quy định của pháp luật.

4. Một hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch chỉ bị xử phạt một lần. Cá nhân, tổ chức thực hiện nhiều hành vi vi phạm hành chính thì bị xử phạt về từng hành vi vi phạm. Nhiều cá nhân, tổ chức cùng thực hiện một hành vi vi phạm hành chính thì mỗi cá nhân, tổ chức vi phạm đều bị xử phạt.

5. Việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch phải căn cứ vào tính chất, mức độ vi phạm, nhân thân người vi phạm và những tình tiết giảm nhẹ, tình tiết tăng nặng để quyết định hình thức xử phạt chính, hình thức xử phạt bổ sung và các biện pháp khắc phục hậu quả thích hợp. Tình tiết giảm nhẹ, tình tiết tăng nặng áp dụng theo quy định tại Điều 9 và Điều 9 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

6. Không xử phạt vi phạm hành chính trong các trường hợp thuộc tình thế cấp thiết, phòng vệ chính đáng, sự kiện bất ngờ hoặc vi phạm hành chính trong khi đang mắc bệnh tâm thần hoặc các bệnh khác làm mất khả năng nhận thức hoặc khả năng điều khiển hành vi của mình.

### **Điều 4. Thời hiệu xử phạt**

1. Thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch là một năm, kể từ ngày hành vi vi phạm hành chính được thực hiện. Nếu quá thời hạn nói trên thì không xử phạt vi phạm hành chính nhưng vẫn bị áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả theo quy định tại khoản 3 Điều 6 của Nghị định này.

2. Đối với cá nhân đã bị khởi tố, truy tố hoặc đã có quyết định đưa vụ án ra xét xử theo thủ tục tố tụng hình sự, nhưng sau đó có quyết định đình chỉ điều tra hoặc đình chỉ vụ án mà hành vi vi phạm có dấu hiệu vi phạm hành chính thì bị xử phạt hành chính. Trong trường hợp này, thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính là ba tháng, kể từ ngày người có thẩm quyền xử phạt nhận được quyết định đình chỉ và hồ sơ vụ vi phạm.

3. Trong thời hạn quy định tại khoản 1, khoản 2 Điều này mà cá nhân, tổ chức lại thực hiện hành vi vi phạm hành chính mới trong cùng lĩnh vực trước đây đã vi phạm hoặc cố tình trốn tránh, cản trở việc xử phạt thì không áp dụng thời hiệu quy định tại khoản 1, khoản 2 Điều này; thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính được tính lại kể từ thời điểm thực hiện hành vi vi phạm hành chính mới hoặc thời điểm chấm dứt hành vi trốn tránh, cản trở việc xử phạt.

4. Cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch, nếu qua một năm, kể từ ngày chấp hành xong quyết định xử phạt hoặc từ ngày hết thời hiệu thì hành

quyết định xử phạt mà không tái phạm thì được coi như chưa bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch.

#### **Điều 5. Thời hạn ra quyết định xử phạt**

1. Đối với vụ việc đơn giản, hành vi vi phạm rõ ràng, không cần xác minh thêm thì phải ra quyết định xử phạt trong thời hạn không quá 10 ngày, kể từ ngày lập biên bản về hành vi vi phạm hành chính. Quyết định xử phạt vi phạm hành chính phải đúng mẫu quy định do cơ quan có thẩm quyền ban hành.

2. Đối với vụ việc có nhiều tình tiết phức tạp như tang vật, phương tiện cần giám định, cần xác định rõ đối tượng vi phạm hành chính hoặc những tình tiết phức tạp khác thì thời hạn ra quyết định xử phạt là 30 ngày, kể từ ngày lập biên bản về hành vi vi phạm hành chính.

3. Trong trường hợp xét thấy cần có thêm thời gian để xác minh, thu thập chứng cứ thì chậm nhất là 10 ngày, trước khi hết thời hạn quy định tại khoản 2 Điều này, người có thẩm quyền xử phạt phải báo cáo thủ trưởng trực tiếp của mình bằng văn bản để xin gia hạn; việc gia hạn phải bằng văn bản, thời hạn gia hạn không quá 30 ngày.

4. Người có thẩm quyền không được ra quyết định xử phạt trong các trường hợp sau đây:

- a) Đã hết thời hạn quy định tại khoản 1 Điều này;
- b) Đã hết thời hạn ra quyết định xử phạt quy định tại khoản 2 Điều này mà không xin gia hạn hoặc xin gia hạn nhưng không được cấp có thẩm quyền cho phép gia hạn;
- c) Đã hết thời hạn được cấp có thẩm quyền gia hạn.

5. Trường hợp không ra quyết định xử phạt thì người có thẩm quyền vẫn có thể ra quyết định áp dụng các biện pháp khác phục hậu quả quy định tại khoản 3 Điều 6 Nghị định này.

#### **Điều 6. Hình thức xử phạt và các biện pháp khác phục hậu quả**

1. Đối với mỗi hành vi vi phạm hành chính, cá nhân, tổ chức vi phạm phải chịu một trong các hình thức xử phạt chính sau đây:

- a) Phạt cảnh cáo;
- b) Phạt tiền.

Mức phạt tiền tối đa đến 30.000.000 đồng. Khi áp dụng hình thức phạt tiền, mức tiền phạt cụ thể đối với một hành vi vi phạm hành chính là mức trung bình của khung tiền phạt quy định đối với hành vi đó; nếu vi phạm có tình tiết giảm nhẹ thì mức tiền phạt có thể giảm xuống thấp hơn mức trung bình nhưng không được giảm quá mức tối thiểu của khung tiền phạt; nếu vi phạm có tình tiết tăng nặng thì mức tiền phạt có thể tăng lên cao hơn mức trung bình, nhưng không được vượt quá mức tối đa của khung tiền phạt.

2. Tùy theo tính chất, mức độ vi phạm, cá nhân, tổ chức vi phạm hành chính còn có thể bị áp dụng một hoặc các hình thức xử phạt bổ sung sau đây:

- a) Tước quyền sử dụng có thời hạn hoặc không có thời hạn Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế, thẻ hướng dẫn viên du lịch;
- b) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính.

3. Biện pháp khác phục hậu quả:

Ngoài các hình thức xử phạt chính, xử phạt bổ sung quy định tại khoản 1, khoản 2

Điều này, tùy theo tính chất, mức độ vi phạm, có nhân, tổ chức vi phạm hành chính còn có thể bị áp dụng một hoặc nhiều biện pháp khắc phục hậu quả quy định cụ thể tại các điều của Chương II Nghị định này.

## Chương II

### HÀNH VI VI PHẠM HÀNH CHÍNH, HÌNH THỨC VÀ MỨC XỬ PHẠT

#### MỤC 1

#### HÀNH VI VI PHẠM QUY ĐỊNH VỀ KINH DOANH LỮ HÀNH, HƯỚNG DẪN DU LỊCH, VẬN CHUYỂN KHÁCH DU LỊCH

##### **Điều 7. Vi phạm quy định về thông báo hoạt động kinh doanh lữ hành**

Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 500.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

1. Không thông báo bằng văn bản về thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (sau đây gọi chung là cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh) nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày doanh nghiệp chính thức hoạt động kinh doanh.

2. Không thông báo bằng văn bản về việc thay đổi người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp, thay đổi loại hình doanh nghiệp, thay đổi tên doanh nghiệp, thay đổi địa điểm đặt trụ sở của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi.

3. Không thông báo bằng văn bản về việc thay đổi người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong thời hạn 30 ngày, kể từ ngày doanh nghiệp thay đổi người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành.

4. Không thông báo bằng văn bản về việc thành lập, thời điểm bắt đầu hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính và cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt chi nhánh, văn phòng đại diện trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày chi nhánh, văn phòng đại diện thành lập, chính thức hoạt động.

5. Không thông báo bằng văn bản về việc thay đổi người đồng đầu, thay đổi tên, thay đổi địa điểm của chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính và cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt chi nhánh, văn phòng đại diện trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi.

##### **Điều 8. Vi phạm quy định về kinh doanh lữ hành**

1. Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 200.000 đồng đến 500.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Sử dụng người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành nội địa không đủ ít nhất ba năm làm việc trong lĩnh vực lữ hành;

b) Sử dụng người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế không đủ ít nhất bốn năm làm việc trong lĩnh vực lữ hành;

c) Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành nội địa, lữ hành quốc tế không đủ thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành theo quy định pháp luật;

d) Không thông báo cho cơ quan cấp Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế trung thời hạn 7 ngày, kể từ ngày mất Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;

đ) Hợp đồng lữ hành thiếu một trong những nội dung quy định tại khoản 3 Điều 52 Luật Du lịch.

2. Phạt tiền từ 500.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không có chương trình du lịch bằng văn bản cho đại diện nhóm khách du lịch, khách du lịch;

b) Không có hợp đồng lữ hành bằng văn bản với khách du lịch hoặc đại diện của khách du lịch theo quy định;

c) Không giải quyết yêu cầu, kiến nghị chính đáng của khách du lịch theo quy định của pháp luật;

d) Sử dụng hướng dẫn viên để thực hiện chương trình du lịch mà không có hợp đồng lao động bằng văn bản với hướng dẫn viên;

đ) Không hướng dẫn, cung cấp thông tin liên quan đến chương trình du lịch khi bên nhận đại lý lữ hành yêu cầu;

e) Không thông tin rõ ràng, công khai, trung thực số lượng, giá cả các dịch vụ du lịch cho khách du lịch.

3. Phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành sử dụng giấy tờ xác nhận về thời gian làm việc không đúng với thực tế để điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành;

b) Không thực hiện hoặc thực hiện không đúng chế độ lập, lưu trữ hồ sơ, tài liệu theo quy định của pháp luật.

4. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 3.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Sử dụng tên doanh nghiệp, tên giao dịch, tên viết tắt không đúng với tên của doanh nghiệp đã đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền để hoạt động kinh doanh;

b) Không thông báo kịp thời với cơ quan có thẩm quyền về tai nạn, rủi ro hoặc các sự cố xảy ra đối với khách du lịch;

c) Sử dụng phương tiện, trang thiết bị không bảo đảm sức khỏe, an toàn tính mạng, tài sản của khách du lịch theo quy định của pháp luật;

d) Không thực hiện đúng chế độ báo cáo cho Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh theo quy định của pháp luật.

5. Phạt tiền từ 3.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế mà không có ít nhất ba hướng dẫn viên du lịch quốc tế;

b) Sử dụng người không có thẻ hướng dẫn viên để hướng dẫn cho khách du lịch;

c) Không mua bảo hiểm cho khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài trong thời gian thực hiện chương trình du lịch theo quy định.

6. Phạt tiền từ 7.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với một trong những hành vi

sau đây:

- a) Không báo đảm đủ số tiền ký quỹ đối với hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế theo quy định;
- b) Tẩy xóa, sửa chữa các nội dung trong Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- c) Thu tiền ngoài hợp đồng hoặc các hành vi thu lợi bất chính khác từ khách du lịch;
- d) Không tuân thủ các quy định của pháp luật về việc quản lý chi nhánh, văn phòng đại diện, đơn vị trực thuộc;
- đ) Không quản lý khách du lịch theo hợp đồng, chương trình du lịch đã ký kết;
- e) Không khai không trung thực các nội dung trong hồ sơ để nghị cấp, đổi Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- g) Không làm thủ tục đổi Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế theo quy định của pháp luật.

7. Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 15.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

- a) Hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế mà không có Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- b) Cho thuê, cho mượn Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- c) Sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế của doanh nghiệp khác để hoạt động kinh doanh;
- d) Sử dụng người nước ngoài làm hướng dẫn du lịch tại Việt Nam;
- đ) Hoạt động kinh doanh lữ hành sau khi đã thông báo tạm ngừng, chấm dứt hoặc bị cơ quan nhà nước có thẩm quyền đình chỉ hoạt động kinh doanh lữ hành.

8. Hình thức xử phạt bổ sung:

- a) Tước quyền sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế 06 tháng đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a, d khoản 4, điểm a, b khoản 5 Điều này;
- b) Tước quyền sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế 09 tháng đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm c khoản 5 Điều này từ ba lần trở lên hoặc không mua bảo hiểm cho 50 khách du lịch trở lên;
- c) Tước quyền sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế 01 năm đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a, c, d, e khoản 6, điểm d, đ khoản 7 Điều này;
- d) Tước quyền sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế không thời hạn đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm b, đ khoản 6, điểm b khoản 7 Điều này hoặc tái phạm hành vi quy định tại điểm a, d khoản 4, điểm a, b, c khoản 5, điểm a, c, d, e, g khoản 6, điểm d, đ khoản 7 Điều này;

đ) Tịch thu tang vật vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a khoản 3 và điểm e khoản 6 Điều này.

9. Biện pháp khắc phục hậu quả:

- a) Buộc bổ sung đủ phương tiện, trang thiết bị bảo đảm sức khỏe, an toàn tính mạng, tài sản của khách du lịch đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm c khoản 4 Điều này;

b) Buộc nộp đủ số tiền ký quỹ đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a khoản 6 Điều này;

c) Buộc hoàn trả khách du lịch hoặc sung quỹ nhà nước những tài sản đã thu bất chính của khách du lịch đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm c khoản 6 Điều này.

#### **Điều 9. Vi phạm quy định về kinh doanh đại lý lữ hành**

1. Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 200.000 đồng đến 500.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không thông báo bằng văn bản về thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh đại lý lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày đại lý lữ hành bắt đầu hoạt động kinh doanh;

b) Không thông báo bằng văn bản về việc thay đổi người đại diện theo pháp luật, thay đổi tên, địa chỉ của đại lý lữ hành cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi.

2. Phạt tiền từ 500.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Tẩy xóa, sửa chữa, sao chép làm sai lệch nội dung chương trình du lịch của bên giao đại lý lữ hành;

b) Bán chương trình du lịch với giá cao hơn giá của bên giao đại lý lữ hành.

3. Phạt tiền từ 3.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Hoạt động đại lý lữ hành mà không có đăng ký kinh doanh đại lý lữ hành;

b) Kinh doanh đại lý lữ hành mà không có hợp đồng đại lý lữ hành bằng văn bản với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

4. Biện pháp khắc phục hậu quả:

Buộc hoàn trả khách du lịch hoặc sung quỹ nhà nước các khoản thu không đúng quy định đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm b khoản 2 Điều này.

#### **Điều 10. Vi phạm quy định về hướng dẫn du lịch**

1. Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 200.000 đồng đến 500.000 đồng đối với hướng dẫn viên du lịch có một trong những hành vi sau đây:

a) Không đeo thẻ hướng dẫn viên du lịch khi hành nghề;

b) Không mang theo chương trình du lịch khi hành nghề;

c) Không hướng dẫn cho khách du lịch đầy đủ các quy định của pháp luật Việt Nam về cư trú, nhập cảnh, xuất cảnh trong thời gian tham quan du lịch tại Việt Nam;

d) Không cung cấp đầy đủ thông tin về lịch trình, chương trình du lịch cho đại diện nhóm khách du lịch, khách du lịch.

2. Phạt tiền từ 500.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với hướng dẫn viên du lịch có một trong những hành vi sau đây:

a) Không có hợp đồng lao động với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành;

- b) Hành nghề hướng dẫn khách du lịch độc lập;
- e) Không phổ biến, hướng dẫn khách du lịch các biện pháp bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe, tài sản của khách du lịch trong khi thực hiện chương trình du lịch;
- d) Cho người khác sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch;
- d) Sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch của người khác để hành nghề;
- e) Sử dụng thẻ đã hết hạn.

3. Phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với hướng dẫn viên du lịch có một trong những hành vi sau đây:

- a) Tẩy xóa, sửa chữa nội dung thẻ hướng dẫn viên du lịch để hành nghề;
- b) Sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa để hướng dẫn cho khách du lịch là người nước ngoài.

4. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 3.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

- a) Hướng dẫn khách du lịch mà không có thẻ hướng dẫn viên du lịch theo quy định;
- b) Sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch giả để hành nghề;
- c) Tự ý thay đổi chương trình du lịch, tiêu chuẩn, dịch vụ của khách du lịch;
- đ) Giới thiệu sai lệch giá trị văn hóa, lịch sử, đất nước, con người Việt Nam, gây ảnh hưởng xấu tới hình ảnh, truyền thống, đạo đức, thuần phong mỹ tục dân tộc Việt Nam;
- đ) Lợi dụng hoạt động hướng dẫn du lịch để thuyết minh, cung cấp thông tin làm ảnh hưởng đến an ninh, trật tự và an toàn xã hội;
- e) Đua khách du lịch đến khu vực cấm;
- g) Thu tiền ngoài hợp đồng hoặc các hành vi thu lợi bất chính khác từ khách du lịch.

5. Người nước ngoài nếu hoạt động hướng dẫn du lịch tại Việt Nam thì áp dụng xử phạt theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực an ninh và trật tự, an toàn xã hội.

6. Hình thức xử phạt bổ sung:

- a) Tước quyền sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch 01 năm đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm b khoản 2, điểm b khoản 3, điểm c, d, d, e, g khoản 4 Điều này;
- b) Tước quyền sử dụng thẻ hướng dẫn viên du lịch không thời hạn đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm đ khoản 2 và điểm a khoản 3 Điều này hoặc tái phạm hành vi quy định tại điểm a, b, c khoản 2, điểm b khoản 3, điểm c, d, d, e, g khoản 4 Điều này;
- c) Tịch thu tang vật sử dụng để vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm e khoản 2 và điểm b khoản 4 Điều này.

7. Biện pháp khác phục hậu quả:

Buộc hoàn trả khách du lịch hoặc sung quỹ nhà nước những tài sản đã thu bất chính của khách du lịch đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm g khoản 4 Điều này.

**Điều 11. Vi phạm quy định về kinh doanh vận chuyển khách du lịch**

Hành vi vi phạm quy định về kinh doanh vận chuyển khách du lịch thì áp dụng theo



quy định tại các Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ, giao thông đường thủy nội địa, giao thông vận tải đường sắt, hàng hải và các Nghị định khác của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong các lĩnh vực quản lý nhà nước có liên quan để xử phạt.

**Điều 12. Vi phạm quy định về thành lập và hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam**

Hành vi vi phạm quy định về thành lập và hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam thì áp dụng theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại để xử phạt.

**MỤC 2**

**HÀNH VI VI PHẠM QUY ĐỊNH VỀ KINH DOANH LƯU TRÚ DU LỊCH**

**Điều 13. Vi phạm quy định về kinh doanh lưu trú du lịch**

1. Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 500.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không thông báo bằng văn bản về thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh nơi đặt cơ sở lưu trú trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày cơ sở lưu trú chính thức đi vào hoạt động;

b) Không thông báo bằng văn bản về việc thay đổi người đứng đầu cơ sở lưu trú du lịch, thay đổi tên cơ sở lưu trú du lịch cho cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày có sự thay đổi;

c) Không thông báo bằng văn bản khi áp dụng mức phụ thu cước viễn thông trong cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng cho cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong thời hạn 15 ngày, kể từ ngày thực hiện;

d) Không thực hiện đúng quy định về mẫu biển tên, hạng cơ sở lưu trú du lịch;

đ) Không gắn biển hạng cơ sở lưu trú du lịch sau khi đã được cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền xếp hạng;

e) Không ban hành, niêm yết nội quy, quy chế của cơ sở lưu trú du lịch;

g) Không thông tin rõ ràng, công khai về số lượng, chất lượng, giá cả các dịch vụ, hàng hoá cho khách du lịch.

2. Phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với hành vi không thực hiện hoặc thực hiện không đúng chế độ lập, lưu trữ hồ sơ, tài liệu về hoạt động kinh doanh của cơ sở lưu trú du lịch theo quy định của pháp luật.

3. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 3.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau:

a) Sử dụng phương tiện, trang thiết bị không bảo đảm sức khoẻ, an toàn tính mạng, tài sản của khách du lịch theo quy định của pháp luật;

b) Sử dụng tên doanh nghiệp, tên giao dịch, tên viết tắt không đúng với tên của cơ sở lưu trú du lịch đã đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền để hoạt động kinh doanh;

c) Không thực hiện đúng chế độ báo cáo cho Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh theo quy định của pháp luật.

4. Phạt tiền từ 3.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không đăng ký với cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền để thẩm định, xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch sau ba tháng, kể từ khi cơ sở lưu trú du lịch chính thức hoạt động kinh doanh;

b) Không đăng ký với cơ quan nhà nước về du lịch có thẩm quyền để thẩm định, công nhận lại hạng cơ sở lưu trú du lịch trước ba tháng, kể từ khi hết hạn công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch;

c) Không bảo đảm một trong những quy chuẩn kỹ thuật về trang thiết bị, chất lượng dịch vụ tương ứng với hạng cơ sở lưu trú du lịch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền công nhận theo quy định của pháp luật;

d) Không bảo đảm một trong những tiêu chuẩn về người quản lý và nhân viên phục vụ tương ứng với hạng cơ sở lưu trú du lịch đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền công nhận theo quy định của pháp luật;

đ) Thu phí dịch vụ không đúng quy định.

5. Phạt tiền 7.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Mạo nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch;

b) Thu tiền ngoài hợp đồng hoặc các hành vi thu lợi bất chính khác từ khách du lịch.

6. Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 15.000.000 đồng đối với hành vi hoạt động kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch sau khi đã thông báo tạm ngừng, chấm dứt hoặc bị cơ quan nhà nước có thẩm quyền đình chỉ hoạt động kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

7. Hành vi vi phạm hành chính trong các lĩnh vực: bầu chính, viễn thông, ngân hàng, văn hoá - thông tin, giá, phòng, chống cháy nổ, an ninh và trật tự, an toàn xã hội, y tế, vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường, thương mại và các lĩnh vực khác tại cơ sở lưu trú du lịch không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại các Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính đối với từng lĩnh vực để xử phạt.

8. Hình thức xử phạt bổ sung:

Tịch thu tang vật vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a khoản 5 Điều này.

9. Biện pháp khắc phục hậu quả:

a) Buộc bổ sung đủ phương tiện, trang thiết bị bảo đảm sức khỏe, an toàn tính mạng, tài sản của khách du lịch đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a khoản 3 Điều này;

b) Buộc hoàn trả khách du lịch hoặc sung quỹ nhà nước những tài sản đã thu bất chính của khách du lịch đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm đ khoản 4, điểm b khoản 5 Điều này.

**Điều 14. Vi phạm quy định về kinh doanh hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện trong cơ sở lưu trú du lịch**

1. Phạt tiền từ 3.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với hành vi không đăng ký bằng văn bản với cơ quan nhà nước có thẩm quyền khi kinh doanh hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện trong cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng.

2. Hành vi vi phạm quy định về kinh doanh hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện

không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại để xử phạt.

### MỤC 3

#### HÀNH VI VI PHẠM QUY ĐỊNH VỀ XÚC TIẾN DU LỊCH

##### Điều 15. Vi phạm quy định về hoạt động xúc tiến du lịch

1. Phạt tiền từ 3.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Lợi dụng hoạt động xúc tiến du lịch làm phương hại đến quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác;

b) Không thực hiện hoặc thực hiện không đúng chương trình khuyến mại du lịch đã thông tin, quảng bá;

c) Quảng bá sản phẩm du lịch không đúng với nội dung và chất lượng thực tế.

2. Hành vi vi phạm quy định về hoạt động xúc tiến du lịch không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại các Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong các lĩnh vực quản lý nhà nước có liên quan để xử phạt.

##### 3. Biện pháp khắc phục hậu quả:

Buộc tháo dỡ, tiêu hủy các vật phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch, chấm dứt các chương trình quảng bá đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm c khoản 1 Điều này.

Điều 16. Vi phạm quy định về tổ chức hội chợ, triển lãm, trưng bày, giới thiệu sản phẩm du lịch

Hành vi vi phạm quy định về hội chợ, triển lãm, trưng bày, giới thiệu sản phẩm du lịch thì áp dụng theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại để xử phạt.

### MỤC 4

#### HÀNH VI VI PHẠM QUY ĐỊNH VỀ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH KHÁC

Điều 17. Vi phạm quy định về tài nguyên du lịch, quy hoạch phát triển du lịch

1. Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 15.000.000 đồng đối với hành vi khai thác tài nguyên du lịch trái quy định của pháp luật trong khu du lịch, điểm du lịch hoặc trong khu vực đã được quy hoạch phát triển du lịch.

2. Hành vi vi phạm quy định về quản lý, khai thác, sử dụng tài nguyên du lịch, quy hoạch phát triển du lịch không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại các Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong các lĩnh vực quản lý nhà nước có liên quan để xử phạt.

##### Điều 18. Vi phạm quy định về bảo vệ môi trường du lịch

1. Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 100.000 đồng đến 500.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không niêm yết nội quy bảo vệ môi trường theo quy định tại nơi dễ quan sát trong cơ sở lưu trú du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, trên phương tiện vận chuyển khách du lịch;

b) Không bố trí phương tiện thu gom, xử lý chất thải tại cơ sở lưu trữ du lịch, trên phương tiện vận chuyển khách du lịch, trong khu du lịch, điểm du lịch;

c) Xâm hại đến môi trường sống của các loài động vật hoang dã nơi có tài nguyên du lịch;

d) Chặt phá, bẻ cành hoặc có hành vi khác làm thiệt hại cây xanh, thảm thực vật nơi có tài nguyên du lịch.

2. Đối với hành vi sử dụng trái phép thực vật, động vật hoang dã quý hiếm vào mục đích kinh doanh du lịch thì áp dụng theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực quản lý rừng, bảo vệ rừng và quản lý lâm sản để xử phạt.

3. Hành vi vi phạm quy định về bảo vệ môi trường không quy định tại Nghị định này thì áp dụng theo quy định tại Nghị định của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ môi trường để xử phạt.

4. Hình thức xử phạt bổ sung:

Tịch thu tang vật, phương tiện sử dụng để vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm d khoản 1 Điều này.

5. Biện pháp khắc phục hậu quả:

a) Buộc niêm yết nội quy bảo vệ môi trường theo quy định đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm a khoản 1 Điều này;

b) Buộc bố trí phương tiện thu gom, xử lý chất thải đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm b khoản 1 Điều này;

c) Buộc khôi phục tình ban đầu đã bị thay đổi đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm d khoản 1 Điều này.

**Điều 19. Vi phạm quy định về quản lý, hoạt động kinh doanh trong khu du lịch, điểm du lịch**

Phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 200.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

1. Không ban hành nội quy, quy chế quản lý khu du lịch, điểm du lịch.

2. Ban hành nội quy, quy chế của khu du lịch, điểm du lịch trái với quy định pháp luật.

3. Vi phạm quy chế của khu du lịch, điểm du lịch.

**Điều 20. Xử phạt đối với hành vi cản trở hoạt động thanh tra, kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính**

1. Phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Không xuất trình hoặc xuất trình không đầy đủ các giấy tờ và tài liệu có liên quan đến việc kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm theo yêu cầu của người, cơ quan có thẩm quyền;

b) Xuất trình giấy tờ không hợp pháp nhằm trốn tránh việc kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm.

2. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 4.000.000 đồng đối với một trong những hành vi sau đây:

a) Cố ý trì hoãn hoặc trốn tránh việc kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm của người, cơ quan có thẩm quyền;

b) Tự ý tháo gỡ niêm phong tang vật, phương tiện vi phạm hoặc tự ý làm thay đổi hiện trường vi phạm hành chính;

c) Tẩu tán, làm thay đổi, đánh tráo tang vật đang bị kiểm tra, thanh tra hoặc tạm giữ;

d) Lãng mạ, hành hung và chống đối người, cơ quan có thẩm quyền đang làm nhiệm vụ kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm.

3. Hình thức xử phạt bổ sung và biện pháp khắc phục hậu quả:

a) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm quy định tại điểm b, c khoản 2 Điều này.

b) Buộc thi hành quyết định của cơ quan, người có thẩm quyền đối với hành vi vi phạm quy định tại khoản 1 và điểm a khoản 2 Điều này.

### Chương III

## THẨM QUYỀN, THỦ TỤC XỬ PHẠT VI PHẠM HÀNH CHÍNH

**Điều 21. Thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính của Ủy ban nhân dân các cấp**

1. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp xã có thẩm quyền xử phạt theo quy định tại Điều 28 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm hành chính quy định tại Nghị định này thuộc địa bàn quản lý của địa phương.

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp huyện có thẩm quyền xử phạt theo quy định tại Điều 29 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm hành chính quy định tại Nghị định này thuộc địa bàn quản lý của địa phương.

3. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh có thẩm quyền xử phạt theo quy định tại Điều 30 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm hành chính quy định tại Nghị định này thuộc địa bàn quản lý của địa phương.

**Điều 22. Thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính của thanh tra chuyên ngành du lịch**

1. Thanh tra viên chuyên ngành du lịch đang thi hành công vụ có thẩm quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 200.000 đồng;

c) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính có trị giá đến 2.000.000 đồng;

d) Áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả quy định tại các điểm a, b và d khoản 3 Điều 12 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính;

đ) Thực hiện các quyền khác theo quy định của pháp luật về xử lý vi phạm hành chính.

2. Chánh Thanh tra cơ quan nhà nước về du lịch cấp tỉnh có thẩm quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 20.000.000 đồng;

c) Tước quyền sử dụng Giấy phép, chứng chỉ hành nghề thuộc thẩm quyền;

d) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính;

đ) Áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả quy định tại các điểm a, b và d khoản 3 Điều 12 của Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính;

e) Thực hiện các quyền khác theo quy định của pháp luật về xử lý vi phạm hành chính.

**3. Chánh Thanh tra Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch có thẩm quyền:**

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 30.000.000 đồng;

c) Tước quyền sử dụng Giấy phép, chứng chỉ hành nghề thuộc thẩm quyền;

d) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính;

đ) Áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả quy định tại các điểm a, b và d khoản 3 Điều 12 của Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính;

e) Thực hiện các quyền khác theo quy định của pháp luật về xử lý vi phạm hành chính.

**Điều 23. Thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính của cơ quan Công an nhân dân, Cảnh sát biển, Bộ đội biên phòng, Thanh tra chuyên ngành**

1. Người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính của cơ quan Công an nhân dân, Cảnh sát biển, Bộ đội biên phòng có quyền xử phạt theo quy định tại Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm hành chính quy định tại Nghị định này thuộc địa bàn, lĩnh vực ngành mình quản lý.

2. Người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính của Thanh tra chuyên ngành khác có quyền xử phạt theo quy định tại Điều 38 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm hành chính quy định tại Nghị định này thuộc địa bàn, lĩnh vực quản lý của ngành.

**Điều 24. Nguyên tắc xác định thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính và ủy quyền xử phạt vi phạm hành chính**

Nguyên tắc xác định thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính và việc ủy quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch được thực hiện theo quy định tại Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

**Điều 25. Thủ tục xử phạt vi phạm hành chính**

Thủ tục xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch được thực hiện theo quy định tại Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

**Điều 26. Thủ tục tước quyền sử dụng giấy phép, chứng chỉ hành nghề**

Thủ tục tước quyền sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế, thẻ hướng dẫn viên du lịch được thực hiện theo quy định tại Điều 59 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

**Điều 27. Thủ tục tịch thu, xử lý tang vật, phương tiện vi phạm**

Thủ tục tịch thu, xử lý tang vật, phương tiện vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch được thực hiện theo quy định tại Điều 60 và Điều 61 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

### **Điều 28. Chấp hành quyết định xử phạt vi phạm hành chính**

1. Trong thời hạn 10 ngày, kể từ ngày được giao quyết định xử phạt, cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch phải chấp hành quyết định xử phạt, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác. Quá thời hạn trên mà cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính không tự nguyện chấp hành quyết định xử phạt thì bị cưỡng chế theo quy định của pháp luật.

2. Cá nhân, tổ chức bị phạt tiền phải nộp số tiền được ghi trong quyết định xử phạt tại kho bạc nhà nước và nhận biên lai ghi tiền phạt hoặc nộp tiền phạt trực tiếp cho người ra quyết định xử phạt và nhận biên lai ghi tiền phạt theo quy định của Nhà nước.

3. Việc hoãn chấp hành quyết định xử phạt tiền được thực hiện theo quy định tại Điều 65 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

### **Điều 29. Cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt vi phạm hành chính**

1. Cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch không tự nguyện chấp hành quyết định xử phạt thì bị cưỡng chế thi hành theo quy định tại Điều 66 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

2. Khi áp dụng các biện pháp cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt vi phạm hành chính, cơ quan, người có thẩm quyền phải tuân thủ trình tự, thủ tục cưỡng chế theo quy định của pháp luật về thủ tục áp dụng các biện pháp cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt vi phạm hành chính.

3. Thẩm quyền ra quyết định cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt vi phạm hành chính được thực hiện theo quy định tại Điều 67 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

### **Điều 30. Quy định áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả**

1. Người có thẩm quyền xử phạt quy định tại Điều 21, Điều 22 và Điều 23 Nghị định này khi quyết định áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả phải căn cứ vào quy định của pháp luật, mức độ thiệt hại thực tế do hành vi vi phạm hành chính gây ra và phải chịu trách nhiệm trước pháp luật về quyết định của mình.

2. Cá nhân, tổ chức bị áp dụng các biện pháp khắc phục hậu quả phải thi hành các hình thức xử phạt đó trong thời hạn 10 ngày sau khi được giao quyết định xử phạt, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

3. Trong trường hợp tang vật, phương tiện vi phạm hành chính về du lịch phải tịch thu hoặc tiêu hủy thì thực hiện theo quy định tại Điều 60 và 61 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

### **Điều 31. Áp dụng biện pháp ngăn chặn vi phạm hành chính**

1. Để ngăn chặn kịp thời vi phạm hành chính và bảo đảm việc xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch, những người có thẩm quyền được áp dụng biện pháp ngăn chặn hành chính theo quy định tại Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

2. Thẩm quyền, trình tự, thủ tục áp dụng các biện pháp ngăn chặn vi phạm hành chính và bảo đảm việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch thực hiện theo quy định của Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

## Chương IV

### KHIẾU NẠI, TỐ CÁO, KHEN THƯỞNG VÀ XỬ LÝ VI PHẠM

#### Điều 32. Khiếu nại, tố cáo

1. Cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch hoặc người đại diện hợp pháp của họ có quyền khiếu nại quyết định xử phạt vi phạm hành chính theo quy định của pháp luật khiếu nại, tố cáo.

2. Công dân có quyền tố cáo với các cơ quan nhà nước có thẩm quyền về những hành vi vi phạm hành chính của tổ chức, cá nhân quy định tại Nghị định này hoặc tố cáo hành vi vi phạm pháp luật của người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch theo quy định của pháp luật.

3. Trong thời gian giải quyết khiếu nại, tố cáo của cơ quan có thẩm quyền, cá nhân, tổ chức bị xử phạt vẫn phải thi hành quyết định xử phạt.

4. Trình tự, thủ tục, thời hạn, thẩm quyền khiếu nại, tố cáo và việc giải quyết khiếu nại, tố cáo về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch thực hiện theo quy định của pháp luật về khiếu nại, tố cáo.

#### Điều 33. Khen thưởng

Cá nhân, tổ chức có thành tích trong đấu tranh, phòng chống vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch được khen thưởng theo quy định của pháp luật.

#### Điều 34. Xử lý vi phạm

1. Người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch có hành vi sách nhiễu, dung túng, bao che, không xử phạt hoặc xử phạt không kịp thời, không đúng mức, xử phạt vượt quá thẩm quyền quy định thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm sẽ bị xử lý kỷ luật hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

2. Cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch nếu không tự nguyện chấp hành quyết định xử phạt thì bị cưỡng chế thi hành; trường hợp thực hiện hành vi vi phạm hành chính mà có hành vi ngăn cản, chống đối người thi hành công vụ hoặc dùng các thủ đoạn gian dối, hối lộ hoặc thủ đoạn khác để trì hoãn, trốn tránh việc chấp hành quyết định xử phạt của người có thẩm quyền thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm sẽ bị xử lý vi phạm hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

## Chương V

### ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

#### Điều 35. Hiệu lực thi hành

1. Nghị định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

2. Nghị định này thay thế Nghị định số 50/2002/NĐ-CP ngày 25 tháng 4 năm 2002 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch.

#### Điều 36. Trách nhiệm thi hành

1. Bộ trưởng Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch có trách nhiệm tổ chức thi hành Nghị định này.



2. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này.

TM. CHÍNH PHỦ  
THỦ TƯỚNG  
NGUYỄN TẤN DŨNG

## **II. CÁC QUY ĐỊNH VỀ KINH DOANH LỮ HÀNH DU LỊCH**

**THÔNG TƯ SỐ 89/2008/TT-BVHTTDL NGÀY 31-12-2008  
CỦA BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**

Hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01-6-2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về kinh doanh lữ hành, chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam, hướng dẫn du lịch và xúc tiến du lịch

*Căn cứ Luật Du lịch số 44/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005; Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch;*

*Căn cứ Nghị định số 185/2007/NĐ-CP ngày 25 tháng 12 năm 2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;*

*Căn cứ Quyết định số 63/2008/QĐ-TTg ngày 19 tháng 5 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Du lịch;*

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn thi hành Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về kinh doanh lữ hành, chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam, hướng dẫn du lịch và xúc tiến du lịch như sau:

### **I. KINH DOANH LỮ HÀNH**

1. Hồ sơ và thủ tục cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế thực hiện theo quy định tại Điều 48 Luật Du lịch. Mẫu đơn đề nghị cấp, đổi, cấp lại giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế theo quy định tại Phụ lục số 1; mẫu phương án kinh doanh lữ hành quốc tế theo quy định tại Phụ lục số 2; mẫu giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế quy định tại Phụ lục số 3.

2. Cấp lại giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế

a) Trường hợp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bị mất, cháy hoặc tiêu hủy, doanh nghiệp phải khai báo với cơ quan công an nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính và Tổng cục Du lịch trong thời hạn bảy ngày kể từ ngày phát hiện giấy tờ bị mất, cháy hoặc bị tiêu hủy.

Trong thời hạn ba mươi ngày, kể từ ngày khai báo, doanh nghiệp gửi đơn đề nghị Tổng cục Du lịch cấp lại giấy phép kèm theo xác nhận của cơ quan công an về việc đã khai báo, trừ trường hợp giấy phép bị mất mà sau đó được tìm thấy trước khi hết thời hạn gửi đơn đề nghị cấp lại.

b) Trường hợp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế bị rách, nát, doanh nghiệp gửi đơn đề nghị cấp lại giấy phép kèm theo bản gốc giấy phép bị rách, nát đến Tổng cục Du lịch.

c) Trong thời hạn mười ngày làm việc kể từ ngày nhận được đơn đề nghị cấp lại giấy phép quy định tại điểm a và b khoản này, Tổng cục Du lịch xem xét, cấp lại giấy phép cho doanh nghiệp.

3. Người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành quy định tại Điều 12 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 là giám đốc, phó giám đốc doanh nghiệp lữ hành hoặc người đứng đầu đơn vị trực thuộc doanh nghiệp lữ hành chuyên kinh doanh lữ hành. Mẫu bản kê khai thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành quy định tại Phụ lục số 4.

4. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa gửi thông báo về thời điểm bắt đầu hoạt động trong thời hạn mười lăm ngày kể từ thời điểm doanh nghiệp bắt đầu hoạt động kinh doanh đến Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính.

5. Báo cáo hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

a) Lập hồ sơ đoàn khách theo quy định tại Phụ lục số 5.

b) Báo cáo định kỳ sáu tháng và hàng năm về kết quả kinh doanh lữ hành cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính và Tổng cục Du lịch đối với doanh nghiệp lữ hành quốc tế theo quy định tại Phụ lục số 6.

6. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài

a) Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài được thành lập dưới hình thức liên doanh giữa các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài với đối tác Việt Nam, không hạn chế phần góp vốn của phía nước ngoài.

b) Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài được cung cấp dịch vụ đưa khách quốc tế vào Việt Nam du lịch và chỉ được sử dụng hướng dẫn viên là công dân Việt Nam, có địa chỉ thường trú ở Việt Nam.

c) Trong thời hạn mười lăm ngày kể từ thời điểm bắt đầu hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có vốn đầu tư nước ngoài phải gửi thông báo đến Tổng cục Du lịch kèm theo các giấy tờ sau:

- Bản sao hợp lệ giấy chứng nhận đầu tư;

- Phương án kinh doanh lữ hành và chương trình du lịch cho khách quốc tế vào Việt Nam;

- Giấy tờ chứng minh thời gian hoạt động của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành;

- Bản sao hợp lệ thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế và hợp đồng lao động của ba hướng dẫn viên;

- Bản sao hợp lệ giấy chứng nhận tiên ký quỹ kinh doanh lữ hành quốc tế.

## **II. CHI NHÁNH, VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM**

1. Cơ quan cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam (sau đây gọi tắt là cơ quan cấp giấy phép):

a) Tổng cục Du lịch là cơ quan cấp giấy phép thành lập chi nhánh của doanh nghiệp du

Lịch nước ngoài tại Việt Nam (sau đây gọi tắt là chi nhánh).

b) Sở Văn hóa, Thể Thao và Du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương là cơ quan cấp giấy phép thành lập văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam (sau đây gọi tắt là văn phòng đại diện) trong phạm vi quản lý của địa phương.

## 2. Trách nhiệm của cơ quan cấp giấy phép

a) Cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện cho doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam theo quy định tại Nghị định số 92/2007/NĐ-CP.

b) Xem xét việc chấm dứt hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại Nghị định số 92/2007/NĐ-CP và hướng dẫn tại Thông tư này.

c) Thu, quản lý và sử dụng lệ phí cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo hướng dẫn của Bộ Tài chính.

d) Thực hiện đầy đủ chế độ lưu trữ hồ sơ cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo đúng quy định của pháp luật về lưu trữ.

đ) Chủ trì, phối hợp với các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền tiến hành kiểm tra, giám sát quá trình tổ chức, hoạt động của chi nhánh, văn phòng đại diện; phát hiện và xử lý theo thẩm quyền hoặc đề nghị cơ quan có thẩm quyền xử lý theo pháp luật các vi phạm của chi nhánh, văn phòng đại diện.

e) Tổng cục Du lịch công khai thông tin về chi nhánh, văn phòng đại diện trên trang web của Tổng cục Du lịch; triển khai xây dựng phần mềm quản lý chi nhánh, văn phòng đại diện và hướng dẫn sử dụng phần mềm quản lý, cập nhật thông tin về chi nhánh, văn phòng đại diện cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

g) Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cập nhật thông tin về việc cấp mới, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi giấy phép thành lập văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại địa phương một tháng một lần theo phần mềm quản lý thông tin quy định tại điểm e, khoản 2, mục II Thông tư này và gửi báo cáo về Tổng cục Du lịch.

h) Các trách nhiệm khác theo quy định của pháp luật.

3. Điều kiện chung về hồ sơ cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn giấy phép thành lập của chi nhánh, văn phòng đại diện

a) Các giấy tờ do cơ quan nước ngoài có thẩm quyền cấp hay xác nhận đối với hồ sơ chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại Nghị định số 92/2007/NĐ-CP và hướng dẫn tại Thông tư này phải được hợp pháp hóa lãnh sự theo quy định của pháp luật Việt Nam và dịch ra tiếng Việt; bản dịch, bản sao phải được công chứng theo quy định của pháp luật Việt Nam.

b) Bản sao các giấy tờ do cơ quan có thẩm quyền Việt Nam cấp hay xác nhận đối với hồ sơ chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại Nghị định số 92/2007/NĐ-CP và hướng dẫn tại Thông tư này phải được công chứng theo quy định của pháp luật Việt Nam.

4. Hồ sơ đề nghị cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện

a) Đơn đề nghị cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo mẫu quy

định tại Phụ lục số 7.

b) Trường hợp doanh nghiệp du lịch nước ngoài đề nghị gia hạn, sửa đổi, bổ sung giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện tại Việt Nam, gửi đơn đề nghị theo quy định tại Phụ lục số 8.

c) Tài liệu khác có giá trị pháp lý tương đương theo quy định tại khoản 3 Điều 22 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP bao gồm: văn bản xác nhận tình hình thực hiện nghĩa vụ thuế hoặc tài chính trong năm tài chính gần nhất do cơ quan có thẩm quyền nơi doanh nghiệp du lịch nước ngoài thành lập cấp hoặc các văn bản khác được tổ chức độc lập, có thẩm quyền xác nhận sự tồn tại và hoạt động của doanh nghiệp du lịch nước ngoài trong năm tài chính gần nhất.

#### 5. Mẫu và số giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện

a) Mẫu giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại Phụ lục số 9a và 9b.

b) Số giấy phép thành lập chi nhánh gồm chữ CN và mã số thứ tự của chi nhánh có bốn ký tự, từ 0001 đến 9999;

c) Số giấy phép thành lập văn phòng đại diện gồm chữ VP, mã số tỉnh và mã số thứ tự của văn phòng đại diện. Các nhóm số được viết cách nhau bằng dấu gạch ngang, trong đó:

- Mã số tỉnh gồm hai ký tự theo quy định của Tổng cục Thống kê tại Phụ lục số 10;

- Số thứ tự của văn phòng đại diện gồm bốn ký tự, từ 0001 đến 9999;

d) Số giấy phép ghi trên giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện không thay đổi khi cấp lại, sửa đổi, bổ sung và gia hạn giấy phép.

#### 6. Cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện

a) Giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện được cơ quan cấp giấy phép gửi cho người đứng đầu chi nhánh, văn phòng đại diện hoặc đại diện được ủy quyền hợp pháp của doanh nghiệp du lịch nước ngoài.

b) Cơ quan cấp giấy phép thu lệ phí cấp, cấp lại, sửa đổi, bổ sung, gia hạn giấy phép trước khi cấp giấy phép cho doanh nghiệp du lịch theo hướng dẫn của Bộ Tài chính.

#### 7. Các trường hợp không cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện

Cơ quan cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện không cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện cho doanh nghiệp du lịch nước ngoài trong các trường hợp sau:

a) Doanh nghiệp du lịch nước ngoài không đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại các khoản 1 và 2 Điều 21 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP.

b) Nộp hồ sơ không hợp lệ và không bổ sung đủ hồ sơ theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp giấy phép.

c) Các trường hợp khác theo quy định của pháp luật.

8. Doanh nghiệp du lịch nước ngoài bị thu hồi giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại khoản 1 Điều 29 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP được đề nghị cấp lại giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện sau hai năm kể từ ngày có quyết định thu hồi.

9. Mẫu thông báo thời điểm bắt đầu hoạt động, thay đổi trụ sở, thay đổi người đứng đầu chi nhánh, văn phòng đại diện theo quy định tại Phụ lục số 11; mẫu báo cáo hoạt động định kỳ của chi nhánh, văn phòng đại diện doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam theo quy định tại Phụ lục số 12, 13; mẫu thông báo chấm dứt (độ kiểm chấm dứt) theo quy định tại Phụ lục số 14.

10. Nội dung hoạt động của chi nhánh

Chi nhánh được đại diện cho doanh nghiệp tiến hành các hoạt động ghi trong giấy phép thành lập và phù hợp với quy định tại khoản 1 Điều 27 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP.

11. Nội dung hoạt động của văn phòng đại diện

a) Thực hiện chức năng văn phòng liên lạc.

b) Xác tiến xây dựng các dự án hợp tác của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam.

c) Nghiên cứu thị trường để thúc đẩy cơ hội mua bán, cung ứng và tiêu dùng các dịch vụ du lịch của doanh nghiệp mà mình đại diện.

d) Theo dõi, đôn đốc việc thực hiện các hợp đồng đã ký kết với các đối tác Việt Nam hoặc liên quan đến thị trường Việt Nam của doanh nghiệp nước ngoài mà mình đại diện.

đ) Các hoạt động khác theo quy định của pháp luật.

### III. HƯỚNG DẪN DU LỊCH

1. Điều kiện về trình độ nghiệp vụ của hướng dẫn viên du lịch

a) Đối với hướng dẫn viên du lịch nội địa quy định tại các điểm b và c khoản 3 Điều 32 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP được cụ thể như sau:

- Người có bằng tốt nghiệp đại học ngành du lịch trở lên nhưng không thuộc chuyên ngành hướng dẫn du lịch phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khóa một tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

- Người có bằng tốt nghiệp trung học, cao đẳng ngành du lịch không phải chuyên ngành hướng dẫn du lịch hoặc có bằng tốt nghiệp đại học trở lên thuộc khối kinh tế, khoa học xã hội và nhân văn phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khóa hai tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

- Người có bằng tốt nghiệp trung học, cao đẳng chuyên ngành khác hoặc có bằng tốt nghiệp đại học trở lên thuộc khối khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật công nghệ phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khóa ba tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

b) Đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế quy định tại điểm c khoản 2 Điều 33 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP được cụ thể như sau:

- Người có bằng tốt nghiệp đại học ngành du lịch trở lên nhưng không thuộc chuyên ngành hướng dẫn du lịch phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khóa một tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

- Người có bằng đại học trở lên thuộc khối kinh tế, khoa học xã hội phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khóa hai tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp;

- Người có bằng đại học trở lên thuộc khối khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật công

nghe phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch khác ba tháng do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

c) Những người có kinh nghiệm và kiến thức về hướng dẫn du lịch nhưng không có điều kiện tham dự các khóa bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch quy định tại điểm a và b khoản này sau khi tham dự kỳ kiểm tra và đạt yêu cầu về nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền tổ chức sẽ được cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch.

d) Chương trình đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch

Chương trình đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch chi tiết được xây dựng trên cơ sở chương trình khung đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành, phù hợp với thời gian và đối tượng đào tạo đã quy định.

đ) Tổ chức đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch

- Các cơ sở đào tạo có đào tạo chuyên ngành lễ hành, hướng dẫn du lịch đăng ký với Tổng cục Du lịch tổ chức các khóa đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, tổ chức các kỳ kiểm tra và cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch. Hồ sơ đăng ký gồm: bản sao giấy phép được đào tạo do cơ quan có thẩm quyền cấp theo quy định của pháp luật; chương trình đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch chi tiết; danh sách giảng viên tham gia giảng dạy nghiệp vụ hướng dẫn du lịch; công văn đăng ký đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch;

- Tổng cục Du lịch kiểm tra quá trình đào tạo, cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch của các cơ sở đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch;

- Sau mỗi khóa đào tạo, kỳ kiểm tra và cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, các cơ sở đào tạo có trách nhiệm gửi báo cáo kết quả đào tạo, kiểm tra và cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch về Tổng cục Du lịch.

e) Chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch có giá trị hai năm kể từ ngày cấp.

2. Điều kiện về trình độ ngoại ngữ đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế

a) Chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ quy định tại điểm c khoản 3 Điều 33 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP bao gồm các loại sau:

- Chứng chỉ tiếng Anh TOEFL 500 điểm hoặc IELTS 5.5 điểm hoặc TOEIC 650 điểm trở lên, hoặc chứng chỉ tương đương đối với các ngoại ngữ khác;

- Chứng nhận đã qua kỳ kiểm tra trình độ ngoại ngữ do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

b) Tổ chức kiểm tra và cấp chứng nhận trình độ ngoại ngữ

- Các cơ sở đào tạo ngoại ngữ bậc đại học đăng ký với Tổng cục Du lịch tổ chức các kỳ kiểm tra, cấp chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ của hướng dẫn viên du lịch quốc tế. Hồ sơ đăng ký gồm: bản sao giấy phép được đào tạo do cơ quan có thẩm quyền cấp theo quy định của pháp luật, bộ đề kiểm tra đáp ứng quy định về trình độ ngoại ngữ đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành, công văn đăng ký tổ chức kiểm tra trình độ ngoại ngữ đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế;

- Các cơ sở đào tạo ngoại ngữ đủ điều kiện tổ chức các kỳ kiểm tra và cấp chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ của hướng dẫn viên du lịch quốc tế có trách nhiệm gửi báo cáo kết quả các kỳ kiểm tra và cấp chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ của hướng dẫn viên du lịch quốc tế về Tổng cục Du lịch trong thời hạn mười lăm ngày kể từ ngày quyết định cấp giấy

chứng nhận.

3. Đối với hướng dẫn viên của một số thị trường có tính đặc thù, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ có hướng dẫn riêng.

4. Bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên du lịch

a) Tổng cục Du lịch xây dựng chương trình, nội dung bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên để cập nhật thông tin về chủ trương, chính sách phát triển kinh tế-xã hội, du lịch của đất nước và địa phương; các sản phẩm du lịch mới.

b) Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với các cơ sở đào tạo quy định tại điểm d, khoản 1, mục III Thông tư này tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ và cấp giấy chứng nhận cho hướng dẫn viên.

c) Giấy chứng nhận đã qua lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ có giá trị một năm kể từ ngày cấp.

d) Kinh phí tổ chức lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ do học viên đóng góp theo hướng dẫn của Bộ Tài chính.

5. Cấp, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch

a) Mẫu đơn đề nghị cấp, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch theo quy định tại Phụ lục số 15.

b) Khi nhận được hồ sơ hợp lệ đề nghị cấp, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thẩm định hồ sơ, nhập dữ liệu về hướng dẫn viên vào hệ thống theo hướng dẫn tại trang web quản lý hướng dẫn viên của Tổng cục Du lịch.

- Trường hợp đủ điều kiện cấp, đổi, cấp lại thẻ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ra quyết định cấp, đổi, cấp lại và gửi báo cáo qua mạng về Tổng cục Du lịch.

- Trường hợp không đủ điều kiện cấp, đổi, cấp lại thẻ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch trả lời bằng văn bản, nêu rõ lý do cho người đề nghị cấp thẻ biết.

c) Việc thu, nộp lệ phí cấp, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch thực hiện theo hướng dẫn của Bộ Tài chính.

d) Mỗi hướng dẫn viên được cấp một mã số thẻ. Mã số thẻ hướng dẫn viên có chín số bao gồm số hiệu hướng dẫn viên quốc tế (1) hoặc hướng dẫn viên nội địa (2), hai số tiếp theo là mã tỉnh, sáu số còn lại là thứ tự của thẻ hướng dẫn viên. Mã số thẻ do Tổng cục Du lịch quản lý và không thay đổi trong trường hợp đổi hoặc cấp lại thẻ.

đ) Mẫu thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế quy định tại phụ lục số 16; mẫu thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa quy định tại phụ lục số 17.

6. Thuyết minh viên

a) Thuyết minh viên phải đeo giấy chứng nhận thuyết minh viên trong khi làm nhiệm vụ.

b) Điều kiện cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên:

- Có quốc tịch Việt Nam, thường trú ở địa phương hoặc làm việc tại khu du lịch, điểm du lịch;

- Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

- Có đủ sức khỏe khi hành nghề thuyết minh viên;



- Đã tham dự lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch;
- Có cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các quy định của khu, điểm du lịch và của ngành du lịch.

c) Bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch và cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên

- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với cơ quan quản lý khu du lịch, điểm du lịch tổ chức bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch, cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch cho thuyết minh viên;

- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch có trách nhiệm báo cáo Tổng cục Du lịch định kỳ sáu tháng một lần về tình hình cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch.

#### IV. XÚC TIẾN DU LỊCH

##### 1. Cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia

a) Cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia bao gồm thông tin, tư liệu về văn bản quy phạm pháp luật du lịch; danh mục tài nguyên du lịch, khu du lịch, điểm du lịch; danh sách và địa chỉ doanh nghiệp du lịch, cơ sở lưu trú du lịch; danh sách, thời gian, địa điểm tổ chức các sự kiện du lịch, lễ hội; danh mục dự án kêu gọi đầu tư du lịch; hệ thống trường đào tạo du lịch; kết quả nghiên cứu thị trường, số liệu thống kê du lịch và thông tin, tư liệu liên quan khác.

b) Tổng cục Du lịch tổ chức xây dựng, cập nhật, quản lý, quy định phần cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia được khai thác, sử dụng miễn phí và phần cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia được khai thác, sử dụng có điều kiện.

c) Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch địa phương, định kỳ sáu tháng một lần cập nhật, cung cấp dữ liệu du lịch địa phương cho Tổng cục Du lịch.

##### 2. Chương trình xúc tiến du lịch

a) Chương trình xúc tiến du lịch bao gồm các hoạt động xúc tiến du lịch được xây dựng cho giai đoạn năm năm và hàng năm, phù hợp với chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch, nhằm tập trung tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu về đất nước, con người Việt Nam, nâng cao nhận thức về du lịch, thúc đẩy du lịch phát triển, thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

b) Chương trình xúc tiến du lịch quốc gia do Tổng cục Du lịch chủ trì xây dựng, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

c) Chương trình xúc tiến du lịch địa phương do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì xây dựng, trình Ủy ban nhân dân cấp tỉnh phê duyệt.

d) Tổng cục Du lịch chủ trì tổ chức lựa chọn những sự kiện du lịch địa phương, liên vùng tiêu biểu, phù hợp với kế hoạch phát triển sản phẩm du lịch để đưa vào chương trình xúc tiến du lịch quốc gia.

##### 3. Tổ chức thông tin du lịch tại các cửa khẩu quốc tế

a) Thông tin du lịch tại các cửa khẩu quốc tế được tổ chức dưới hình thức quầy thông tin, bảng thông tin điện tử, giá để ấn phẩm ở những địa điểm thuận lợi để cung cấp những thông tin cần thiết cho khách du lịch.

b) Tổng cục Du lịch phối hợp với các cơ quan nhà nước có liên quan tổ chức hình thức thông tin du lịch phù hợp tại các cửa khẩu quốc tế đường bộ, đường thủy và đường hàng

không; hướng dẫn, cung cấp thông tin, ấn phẩm cần thiết để tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch quốc gia.

#### 4. Sản phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch

a) Sản phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch bao gồm tranh, ảnh, biển quảng cáo, sách, tờ rơi, tập gấp, bản đồ, băng đĩa hình, CDM thanh, băng rôn, cờ phướn và đồ lưu niệm được sản xuất, phát hành nhằm tuyên truyền, quảng bá du lịch Việt Nam.

Nội dung sản phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch phải phù hợp với cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia đã được công bố và phù hợp với các quy định của pháp luật chuyên ngành về quảng cáo, xuất bản phẩm.

b) Sản phẩm tuyên truyền, quảng bá du lịch phải sử dụng tiêu đề, biểu tượng chung do Tổng cục Du lịch quy định.

#### 5. Năm Du lịch quốc gia

a) Năm Du lịch quốc gia là sự kiện du lịch - văn hóa tổng hợp, gồm các hoạt động du lịch được tổ chức tại nhiều địa phương trên toàn quốc, nhằm mục đích quảng bá, giới thiệu điểm đến, sản phẩm du lịch mới, tài nguyên du lịch đã và đang khai thác để thu hút khách du lịch.

b) Tổng cục Du lịch chủ trì, phối hợp với Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh xây dựng đề án tổ chức Năm Du lịch quốc gia theo chủ đề, mục tiêu phù hợp với chiến lược phát triển du lịch.

c) Các sự kiện du lịch tại địa phương không nằm trong đề án Năm Du lịch quốc gia đã được phê duyệt thì không được sử dụng cụm từ "Năm Du lịch quốc gia".

#### 6. Hội chợ, triển lãm du lịch

a) Hội chợ được tổ chức các hội chợ, triển lãm du lịch gồm doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh hội chợ, triển lãm; tổ chức xác tiến thuộc các bộ, ngành, địa phương; hiệp hội ngành nghề.

##### b) Đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch

- Đơn vị tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch tại Việt Nam đăng ký với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch nơi dự kiến tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch;

- Đơn vị tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch Việt Nam tại nước ngoài đăng ký với Tổng cục Du lịch;

- Thời điểm đăng ký chậm nhất trước ngày 01 tháng 10 của năm trước năm tổ chức và tối thiểu sáu tháng trước khi diễn ra sự kiện.

##### c) Hồ sơ đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch gồm:

- Đơn đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch quy định tại Phụ lục số 18;

- Kế hoạch tổ chức, trong đó thể hiện rõ tên, chủ đề, thời gian, địa điểm, quy mô dự kiến, cách thức tổ chức, nguồn kinh phí;

- Bản sao hợp lệ giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp;

- Tài liệu chứng minh năng lực, kinh nghiệm tổ chức hội chợ, triển lãm;

d) Trong thời gian mười lăm ngày kể từ khi nhận hồ sơ đăng ký, cơ quan tiếp nhận hồ sơ có văn bản trả lời, trường hợp không đồng ý phải nêu rõ lý do.

d) Đơn vị tổ chức hội chợ, triển lãm liên ngành có nội dung du lịch được quyền đăng ký với cơ quan quy định tại điểm b khoản này hoặc cơ quan quản lý chuyên ngành. Cơ quan tiếp nhận hồ sơ trả lời bằng văn bản, sau khi có ý kiến của cơ quan quản lý liên quan có thẩm quyền.

e) Trong trường hợp thay đổi nội dung đã đăng ký, đơn vị tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch phải thông báo bằng văn bản cho cơ quan tiếp nhận đăng ký tối thiểu ba mươi ngày trước ngày dự kiến diễn ra sự kiện.

g) Trách nhiệm của đơn vị tổ chức hội chợ, triển lãm du lịch:

- Lựa chọn địa điểm phù hợp với tính chất và quy mô của hội chợ, triển lãm du lịch;
- Bảo đảm trật tự, an ninh, an toàn xã hội, an toàn giao thông và vệ sinh môi trường, các điều kiện phòng, chống cháy, nổ;
- Ban hành quy định, hướng dẫn các đối tượng tham gia về trưng bày, giới thiệu sản phẩm, ấn phẩm, vật phẩm phù hợp với chủ đề, tên gọi của hội chợ, triển lãm du lịch.

#### 7. Chương trình khảo sát điểm đến

a) Chương trình khảo sát điểm đến được tổ chức cho các cơ quan thông tấn báo chí, hãng lữ hành, nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam nhằm mục đích tuyên truyền, quảng bá và tìm kiếm cơ hội thúc đẩy phát triển du lịch Việt Nam.

b) Tổng cục Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch trực tiếp tổ chức hoặc chỉ định đơn vị tổ chức chương trình khảo sát điểm đến; lựa chọn đối tượng tham gia chương trình khảo sát điểm đến phù hợp với kế hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt; theo dõi kết quả phản hồi sau chuyến khảo sát.

c) Trách nhiệm của đơn vị tổ chức chương trình khảo sát điểm đến:

- Xây dựng chương trình khảo sát phù hợp với mục tiêu, chiến lược, kế hoạch, chương trình xúc tiến du lịch;
- Triển khai các nội dung chương trình khảo sát theo quy định của pháp luật hiện hành;
- Gửi báo cáo kết quả chuyến khảo sát tới cơ quan chỉ định thực hiện chậm nhất mười ngày sau khi kết thúc chương trình khảo sát.

d) Các doanh nghiệp du lịch, các địa phương liên quan có trách nhiệm tạo điều kiện thuận lợi cho đoàn khảo sát.

đ) Chi phí đón đoàn khảo sát nước ngoài được quy định tại Thông tư số 57/2007/TT-BTC ngày 11 tháng 6 năm 2007 của Bộ Tài chính theo định mức khách hạng C.

#### 8. Công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch trong trường hợp đặc biệt

a) Trường hợp đặc biệt gồm:

- Những cơ hội: sự kiện quốc tế, quốc gia trọng đại sẽ được tổ chức ở Việt Nam; chuyển tham của nhân vật nổi tiếng thế giới;
- Những thách thức: thiên tai, dịch bệnh nghiêm trọng; khủng bố và đe dọa khủng bố.

b) Tổng cục Du lịch đề xuất với Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với các bộ, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xây dựng kế hoạch, tổ chức thực hiện

tuỳ truyền, quảng bá du lịch khi xuất hiện cơ hội, thích thời đặc biệt nhằm tranh thủ tối đa cơ hội thuận lợi, hoặc giảm thiểu những tác động tiêu cực đối với du lịch Việt Nam.

## V. TÓ CHỨC THỰC HIỆN

### 1. Hiệu lực thi hành

Thông tư này có hiệu lực sau mười lăm ngày, kể từ ngày đăng Công báo. Những quy định trước đây trái với Thông tư này đều bãi bỏ.

### 2. Quy định chuyển tiếp

a) Đối với doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh lý hành nội địa, có giấy phép kinh doanh lý hành quốc tế, giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam từ trước ngày Thông tư này có hiệu lực vẫn được hoạt động nhưng phải bổ sung các điều kiện về kinh doanh, thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện và làm thủ tục đổi lại giấy phép trong thời hạn sáu tháng kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực thi hành.

b) Đối với người có thẻ hướng dẫn viên chính thức từ trước ngày Thông tư này có hiệu lực vẫn được hoạt động nhưng phải làm thủ tục đổi lại thẻ hướng dẫn viên trong thời hạn mười hai tháng kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực.

c) Người có thẻ hướng dẫn viên tạm thời từ trước ngày Thông tư này có hiệu lực phải làm thủ tục cấp mới thẻ hướng dẫn viên trong thời hạn ba tháng kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực.

d) Sau ba tháng kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực, các cơ sở đào tạo trước đây được Tổng cục Du lịch ủy quyền bồi dưỡng và cấp chứng chỉ ngoại ngữ du lịch đứng tổ chức bồi dưỡng và cấp chứng chỉ ngoại ngữ du lịch; các chứng chỉ ngoại ngữ du lịch do các cơ sở đó cấp còn thời hạn (trong mười hai tháng) vẫn được sử dụng để cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế.

### 3. Tổng cục Du lịch hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện Thông tư này.

4. Trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc, các đơn vị phản ánh kịp thời về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để nghiên cứu hướng dẫn, sửa đổi.

**BỘ TRƯỞNG**  
**HOÀNG TUẤN ANH**

**Phụ lục số 1**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL*

*ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

TÊN DOANH NGHIỆP:..... CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

..... ngày tháng năm.....

**ĐƠN ĐỀ NGHỊ  
CẤP, ĐỔI, CẤP LẠI GIẤY PHÉP KINH DOANH LỮ HÀNH QUỐC TẾ**

*Kính gửi:* Tổng cục Du lịch (trong trường hợp đề nghị cấp, đổi  
hoặc cấp lại giấy phép)  
Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh/thành  
phố...(trong trường hợp đề nghị cấp giấy phép)

1. Tên doanh nghiệp (*ghi bằng chữ in hoa*):.....

Tên giao dịch:.....

Tên viết tắt:.....

2. Địa chỉ trụ sở chính :.....

Điện thoại :..... - Fax :.....

Website :..... - Email :.....

3. Họ tên người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp:.....

Giới tính :.....

Chức danh:.....

Sinh ngày :...../...../..... Dân tộc :..... Quốc tịch :.....

Giấy chứng minh thư nhân dân (hoặc hộ chiếu) số :.....

Ngày cấp :...../...../..... Nơi cấp :.....

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú :.....

Chỗ ở hiện tại :.....

4. Tên, địa chỉ chi nhánh :.....

5. Tên, địa chỉ văn phòng đại diện :.....

6. Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh: Số..... ngày cấp .../.../.....  
nơi cấp .....  
Giấy phép kinh doanh lưu hành quốc tế số ..... do..... cấp  
ngày.....tháng.....năm.....(trong trường hợp đổi, cấp lại Giấy phép)

7. Tài khoản tiền đồng số..... tại ngân hàng.....  
Tài khoản tiền ngoại tệ số..... tại ngân hàng.....  
Tài khoản ký quỹ số..... tại ngân hàng.....

8. Lý do đề nghị đổi, cấp lại giấy phép:.....  
.....  
.....

Căn cứ vào các quy định hiện hành, kính đề nghị Tổng cục Du lịch cấp, đổi, cấp lại giấy phép kinh doanh lưu hành quốc tế cho doanh nghiệp.

Chúng tôi xin chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực của nội dung hồ sơ đề nghị cấp, đổi, cấp lại giấy phép kinh doanh lưu hành quốc tế.

**NGƯỜI ĐẠI DIỆN**  
**THEO PHÁP LUẬT CỦA DOANH NGHIỆP**  
(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**Phụ lục số 2**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**TÊN DOANH NGHIỆP:..... CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

....., ngày tháng năm.....

**PHƯƠNG ÁN KINH DOANH LỮ HÀNH**

**1. Phạm vi kinh doanh lữ hành**

**2. Kế hoạch kinh doanh trong ba năm đầu**

- a. Thị trường mục tiêu theo phạm vi kinh doanh;
- b. Loại hình du lịch dự kiến phục vụ khách;
- c. Biện pháp đảm bảo trật tự, an ninh, an toàn cho khách du lịch trong quá trình thực hiện chương trình du lịch;
- d. Biện pháp bảo vệ môi trường, bản sắc văn hoá và thuần phong mỹ tục của dân tộc khi thực hiện chương trình du lịch.

**3. Tổ chức bộ máy hoạt động kinh doanh**

- Sơ đồ bộ máy tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận cấu thành;
- Số lượng cán bộ, nhân viên trong đó tỷ lệ cán bộ, nhân viên có nghiệp vụ lữ hành;
- Số lượng và danh sách hướng dẫn viên đã có thẻ hướng dẫn viên du lịch.

**4. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh (trang thiết bị văn phòng, phương tiện vận chuyển và các trang thiết bị khác)**

**5. Dự kiến kết quả kinh doanh trong ba năm đầu:**

- Lượng khách (chứa theo đối tượng khách);
- Doanh thu;
- Lợi nhuận trước thuế;
- Lợi nhuận ròng (sau thuế);
- Nộp ngân sách;

**NGƯỜI ĐẠI DIỆN  
THEO PHÁP LUẬT CỦA DOANH NGHIỆP**  
*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Phụ lục số 3**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

**MẪU GIẤY PHÉP KINH DOANH LỮ HÀNH QUỐC TẾ**

*1. Trang bìa (trang thứ nhất)<sup>1</sup>:*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**BỘ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**  
**TỔNG CỤC DU LỊCH**



**GIẤY PHÉP**  
**KINH DOANH LỮ HÀNH**  
**QUỐC TẾ**  
**International Tour Operator Licence**

**Số GP :**            /20...../TCDL - GP LHQT

<sup>1</sup> Bìa cứng, kích thước khổ A3 gấp đôi, nền màu đỏ, chữ và quốc huy vàng



## 2. Trang bìa (trang thứ ba)

### DOANH NGHIỆP CẦN BIẾT

#### I. Quy định sử dụng Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế (KD LHQT)

1. Xuất trình giấy phép KD LHQT khi cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu;
2. Nghiêm cấm sửa chữa, tẩy xóa nội dung giấy phép KD LHQT;
3. Nghiêm cấm cho thuê, cho mượn giấy phép KD LHQT;
4. Khi mất phải khai báo với cơ quan công an, cơ quan cấp giấy phép KD LHQT và làm thủ tục cấp lại giấy phép KD LHQT theo quy định.

#### II. Các hành vi vi phạm về kinh doanh lữ hành quốc tế

*(Các quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch được quy định tại Nghị định 149/2007/NĐ-CP ngày 09/10/2007 của Chính Phủ)*

1. Vi phạm các quy định về ký quỹ KD LHQT;
2. Vi phạm các quy định về người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp;
3. Vi phạm các quy định về người điều hành hoạt động KD LHQT của doanh nghiệp;
4. Vi phạm các quy định về hướng dẫn viên, hướng dẫn du lịch;
5. Vi phạm các quy định về sử dụng giấy phép KD LHQT;
6. Kinh doanh LHQT mà không có giấy phép; hoặc hoạt động KD LHQT sau khi đã thông báo tạm dừng hoặc bị cơ quan nhà nước có thẩm quyền đình chỉ hoạt động kinh doanh lữ hành;
7. Vi phạm các quy định về tên doanh nghiệp, tên giao dịch, tên viết tắt;
8. Vi phạm các quy định về hồ sơ đề nghị cấp, đổi, cấp lại giấy phép KD LHQT;
9. Vi phạm các quy định về chế độ báo cáo của doanh nghiệp;
10. Vi phạm các quy định về hợp đồng lữ hành;
11. Vi phạm các quy định về đại lý lữ hành;
12. Vi phạm các quy định về thông báo thời điểm bắt đầu hoạt động KD LHQT của doanh nghiệp;
13. Vi phạm các quy định về chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp;
14. Các hành vi vi phạm khác theo quy định của pháp luật.

#### III. Các trường hợp thu hồi giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế (trích khoản 3 Điều 47 Luật Du lịch 2005)

1. Doanh nghiệp chấm dứt hoạt động;
2. Doanh nghiệp không kinh doanh LHQT trong 18 tháng liên tục;
3. Doanh nghiệp vi phạm nghiêm trọng các quy định của Luật Du lịch;
4. Doanh nghiệp có hành vi vi phạm mà pháp luật quy định phải thu hồi giấy phép.

#### IV. Các quy định của nhà nước về KD LHQT:

Doanh nghiệp tìm hiểu các quy định của pháp luật trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành tại trang web: [www.vietnamtourism.gov.vn](http://www.vietnamtourism.gov.vn).



**Phụ lục số 4**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**BẢN KÊ KHAI**

*Thời gian hoạt động trong lĩnh vực lữ hành  
của người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành*

Họ và tên:.....  
Sinh ngày:..... tại.....  
Giấy chứng minh nhân dân (hoặc hộ chiếu) số:.....  
Ngày cấp..... nơi cấp.....  
Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú:.....  
Chỗ ở hiện tại : .....

Đã có quá trình làm việc trong lĩnh vực lữ hành như sau:

<i>Thời gian</i>	<i>Cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp</i>	<i>Chức vụ</i>	<i>Nhiệm vụ công tác</i>
Từ ..... đến.....			
Từ ..... đến.....			
Từ ..... đến.....			

Trong thời gian làm việc tại các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp trên tôi đã nghiêm chỉnh chấp hành các quy định của đơn vị và pháp luật.

Tôi xin chịu trách nhiệm trước pháp luật về tính chính xác và trung thực của lời khai trên.

**XÁC NHẬN CỦA CƠ QUAN, TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP NƠI NGƯỜI ĐỀ NGHỊ** ..... ngày tháng năm.....  
**ĐÃ/ĐANG LÀM VIỆC**  
*(Ký tên, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**NGƯỜI KÊ KHAI**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

**Ghi chú:** - Trường hợp cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp đã giải thể, người đã sử dụng lao động có thể xác nhận thời gian làm việc cho người đề nghị nhưng phải có chứng thực của cơ quan, chính quyền nơi người đã sử dụng lao động đang công tác hoặc sinh sống.

- Trường hợp có một hoặc một số giấy tờ hợp pháp chứng minh thời gian làm việc trong lĩnh vực lữ hành sau thì không cần phải có xác nhận của cơ quan:

- + Hợp đồng lao động
- + Quyết định thôi việc
- + Bảo hiểm xã hội

## **Phụ lục số 5**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

### **HỒ SƠ ĐOÀN KHÁCH**

**Mã đoàn:.....**

**Thời gian thực hiện: từ ngày .../.../.....đến ngày ..... tháng.....năm .....**

Hồ sơ đoàn khách gồm:

1. Hợp đồng và thanh lý hợp đồng du lịch
2. Các tài liệu liên quan đến thủ tục xuất nhập cảnh cho đoàn khách du lịch
3. Chứng từ liên quan đến phí bảo hiểm cho khách du lịch
4. Chương trình du lịch
5. Danh sách khách du lịch (tên, tuổi, quốc tịch, số hộ chiếu hoặc số chứng minh nhân dân...)
6. Chứng từ, hoá đơn quyết toán đoàn khách du lịch
6. Báo cáo thực hiện chương trình của hướng dẫn viên
7. Phiếu nhận xét chất lượng dịch vụ của khách du lịch (nếu có)

#### Ghi chú:

1. Hồ sơ được lập sau khi kết thúc chương trình cho đoàn khách du lịch (bao gồm cả khách lẻ)
2. Lập bảng tổng hợp các đoàn khách du lịch hàng tháng.

**Phụ lục số 6***(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL**ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

Tên doanh nghiệp/đơn vị chủ quản :

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

Địa chỉ :

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Điện thoại :

Fax :

Email :

....., ngày..... tháng..... năm.....

**BÁO CÁO****KẾT QUẢ KINH DOANH LỮ HÀNH****I/ Khách du lịch chia theo thị trường**

Loại khách	Số lượng khách (người)			Ngày khách trung tính (ngày)	Giá tour /khách (VND hoặc USD)	Giới tính		Độ tuổi			
	Khách đi lẻ	Khách đi theo đoàn	Tổng số khách			Nam	Nữ	Dưới 18	Từ 18 - 30	Từ 31 - 60	Trên 60
<b>1. Khách nội địa</b>											
Người VN											
Người NN thường trú tại VN											
Cộng (1)											
<b>2. Khách quốc tế vào Việt Nam (Inbound)</b>											
Châu Á											
Châu Âu											
Châu Mỹ											
Châu Úc											
Châu Phi											
Cộng (2)											
<b>3. Khách Việt Nam ra nước ngoài (Outbound)</b>											
Châu Á											
Châu Âu											
Châu Mỹ											
Châu Úc											
Châu Phi											
Cộng (3)											
Tổng cộng (1+2+3)											

\*Chú thích: Các doanh nghiệp ghi cụ thể các thị trường cho doanh nghiệp theo hướng dẫn trên

**II/ Khách du lịch chia theo phương tiện vận chuyển:**

Phương tiện	NỘI ĐỊA		INBOUND		OUTBOUND	
	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)
Đường không						
Đường bộ						
Đường thủy						

**III/ Khách du lịch chia theo mục đích chuyến đi**

Mục đích	NỘI ĐỊA		INBOUND		OUTBOUND	
	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)	Lượng khách	So cùng kỳ năm trước (%)
Du lịch nghỉ ngơi						
Công việc						
Thăm thân nhân						
Mục đích khác						

**IV/ Kết quả kinh doanh lễ hành:**

Đơn vị: 1.000 đồng

STT	Danh mục	Nội dung	Số tiền	So cùng kỳ năm trước (%)
1.	Doanh thu	a. Nội địa		
		b. Inbound		
		c. Outbound		
		Tổng (a+b+c)		
		Bình quân/khách		
2.	Chi phí	Tổng chi phí		
3.	Lợi nhuận	a. Trước thuế		
		b. Lợi ròng		
		Lợi ròng bình quân/khách		
4.	Nợ ngắn sách	a. Phải nộp		
		b. Đã nộp		
		Còn phải nộp (a-b)		
		Bình quân/khách		

**V/ Lao động trong doanh nghiệp:**

Đơn vị tính: người

<i>STT</i>	<i>Vị trí</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Ghi chú</i>
<i>1</i>	Quản lý, điều hành		
<i>2</i>	Chuyên môn, nghiệp vụ		
<i>3</i>	Hướng dẫn viên		
<i>4</i>	Lao động khác		
	Tổng cộng		

**VI/ Đề xuất, kiến nghị:**

.....  
.....  
.....  
.....

**NGƯỜI LẬP BIỂU**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

**NGƯỜI ĐẠI DIỆN**  
**THEO PHÁP LUẬT CỦA DOANH NGHIỆP**  
*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Phụ lục số 7**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL*

*ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Địa điểm, ngày..... tháng..... năm.....*

**ĐƠN ĐỀ NGHỊ CẤP GIẤY PHÉP THÀNH LẬP  
CHI NHÁNH/VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN**

Kính gửi: Cơ quan cấp giấy phép<sup>1</sup>

Tên Doanh nghiệp: (ghi bằng chữ in hoa, tên trên giấy phép thành lập/dăng ký kinh doanh):.....

Địa chỉ trụ sở chính: (địa chỉ trên giấy phép thành lập/dăng ký kinh doanh)  
.....

Giấy phép thành lập/dăng ký kinh doanh số:.....

Đo:..... cấp ngày..... tháng..... năm..... tại.....

Lĩnh vực hoạt động chính:.....

Điện thoại:..... Fax:.....

Email:..... Website:.....

Đại diện theo pháp luật:

Họ và tên:.....

Chức vụ:.....

Quốc tịch:.....

**Đề nghị cấp giấy phép thành lập chi nhánh/văn phòng đại diện tại Việt Nam với nội dung cụ thể như sau:**

Tên chi nhánh/văn phòng đại diện<sup>2</sup>:.....

Tên viết tắt: (nếu có):.....

Tên giao dịch bằng tiếng Anh:.....

Địa điểm đặt trụ sở chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi rõ số nhà, đường/phố, phường/xã, quận/huyện, tỉnh/thành phố).....

<sup>1</sup> Tổng cục Du lịch (trong trường hợp đề nghị thành lập chi nhánh), Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (trong trường hợp đề nghị thành lập văn phòng đại diện)

<sup>2</sup> Tên chi nhánh/văn phòng đại diện ghi như sau: Tên chi nhánh/văn phòng đại diện + Tỉnh, thành phố nơi dự kiến đặt chi nhánh/văn phòng đại diện (trong trường hợp doanh nghiệp có từ 02 chi nhánh/văn phòng đại diện trở lên) hoặc Tên chi nhánh/văn phòng đại diện + tại Việt Nam (trong trường hợp doanh nghiệp chỉ có 01 chi nhánh/văn phòng đại diện tại Việt Nam).



Nội dung hoạt động của chi nhánh/văn phòng đại diện: (nếu cụ thể lĩnh vực hoạt động).....

Người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện:

Họ và tên:.....Giới tính:.....

Quốc tịch:.....

Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số :.....

Do:.....cấp ngày.....tháng.....năm.... tại.....

### **Chúng tôi xin cam kết:**

1. Chịu trách nhiệm hoàn toàn về sự trung thực và sự chính xác của nội dung đơn đề nghị và hồ sơ kèm theo.

2. Chấp hành nghiêm chỉnh mọi quy định của pháp luật Việt Nam liên quan đến chi nhánh/văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam và các quy định của giấy phép thành lập chi nhánh/văn phòng đại diện.

### **Tài liệu gửi kèm bao gồm:**

1. Bản sao giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hoặc giấy tờ có giá trị tương đương;

2. Báo cáo tài chính có kiểm toán hoặc tài liệu khác có giá trị tương đương;

3. Bản sao hộ chiếu hoặc giấy chứng minh nhân dân (nếu là người Việt Nam); bản sao hộ chiếu (nếu là người nước ngoài) của người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện;

4. Bản hợp đồng thuê địa điểm đặt trụ sở chi nhánh/văn phòng đại diện.

**ĐẠI DIỆN CÓ THẨM QUYỀN  
CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI**  
*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Phụ lục số 8**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Địa điểm, ngày:..... tháng..... năm*

**ĐƠN ĐỀ NGHỊ GIA HẠN, SỬA ĐỔI, BỔ SUNG, CẤP LẠI  
GIẤY PHÉP THÀNH LẬP CHI NHÁNH/VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN**

Kính gửi: Cơ quan cấp giấy phép<sup>1</sup>

Tên Doanh nghiệp: (ghi bằng chữ in hoa, tên trên giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh):.....

Địa chỉ trụ sở chính: (địa chỉ trên giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh)  
.....

Giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh số:.....

Do:..... cấp ngày..... tháng..... năm..... tại.....

Lĩnh vực hoạt động chính:.....

Điện thoại:..... Fax:.....

Email:..... Website: (nếu có).....

Đại diện theo pháp luật:

Họ và tên:.....

Chức vụ:.....

Quốc tịch:.....

Tên chi nhánh/văn phòng đại diện (ghi theo tên trên giấy phép thành lập).....

Tên viết tắt: (nếu có).....

Tên giao dịch bằng tiếng Anh:.....

Địa điểm đặt trụ sở chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi rõ số nhà, đường/phố,  
phường/xã, quận/huyện, tỉnh/thành phố).....

Giấy phép thành lập số:.....

Do..... cấp ngày..... tháng..... năm..... tại.....

Điện thoại:..... Fax:.....

Email:..... Website: (nếu có).....

Nội dung hoạt động của chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi cụ thể lĩnh vực hoạt  
động theo giấy phép).....

Người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện:

<sup>1</sup> Tổng cục Du lịch (trong trường hợp đề nghị thành lập chi nhánh), Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (trong trường hợp đề nghị thành lập văn phòng đại diện)

Họ và tên:.....Giới tính:.....  
Quốc tịch:.....  
Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số :.....  
Do:.....cấp ngày.....tháng.....năm.....tại.....

Chúng tôi đề nghị gia hạn, sửa đổi, bổ sung, cấp lại giấy phép thành lập với các nội dung cụ thể như sau:

Nội dung điều chỉnh:.....  
Lý do điều chỉnh:.....

#### **Chúng tôi xin cam kết:**

1. Chịu trách nhiệm hoàn toàn về sự trung thực và sự chính xác của nội dung đơn đề nghị và hồ sơ kèm theo.

2. Chấp hành nghiêm chỉnh mọi quy định của pháp luật Việt Nam liên quan đến chi nhánh/văn phòng đại diện của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam và các quy định của giấy phép thành lập chi nhánh/văn phòng đại diện.

#### **Tài liệu gửi kèm bao gồm:**

1. Bản gốc giấy phép thành lập chi nhánh/văn phòng đại diện đã được cấp;  
2. Giấy tờ chứng minh người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện sắp mãn nhiệm đã thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế, tài chính với Nhà nước Việt Nam (trong trường hợp sửa đổi, bổ sung giấy phép quy định tại điểm c khoản 1 Điều 24 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007);

3. Bản sao hộ chiếu, thị thực nhập cảnh (nếu là người nước ngoài) hoặc hộ chiếu hoặc giấy chứng minh nhân dân (nếu là người Việt Nam) của người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện sắp kế nhiệm (trong trường hợp sửa đổi, bổ sung giấy phép quy định tại điểm c khoản 1 Điều 24 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007);

4. Bản sao tài liệu pháp lý chứng minh sự thay đổi địa điểm của doanh nghiệp du lịch nước ngoài trong phạm vi nước nơi doanh nghiệp thành lập (trong trường hợp sửa đổi, bổ sung giấy phép quy định tại điểm a khoản 1 Điều 24 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007);

5. Bản sao hợp đồng thuê địa điểm mới của chi nhánh/văn phòng đại diện (trong trường hợp sửa đổi, bổ sung giấy phép quy định tại điểm a khoản 1 Điều 24 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007).

**ĐẠI DIỆN CÓ THẨM QUYỀN  
CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI**

*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Phụ lục số 9a**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**MẪU GIẤY PHÉP THÀNH LẬP CHI NHÁNH  
DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM**

**1. Trang bìa<sup>1</sup>**

**BỘ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH  
TỔNG CỤC DU LỊCH**



**GIẤY PHÉP  
THÀNH LẬP CHI NHÁNH  
DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM  
LICENCE FOR BRANCH OFFICE**

**Số : CN-0000**

<sup>1</sup> Bìa cứng, kích thước khổ A3 gấp đôi, nền màu đỏ, chữ và quốc huy vàng

## 2. Trang thứ nhất<sup>1</sup>

BỘ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH  
TỔNG CỤC DU LỊCH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

### GIẤY PHÉP THÀNH LẬP CHI NHÁNH DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM

Số:.....

Cấp lần đầu:

Cấp lại lần thứ .....

Sau đó, bổ sung lần thứ .....

Già hạn lần thứ .....

ngày .. tháng .. năm ..

ngày .. tháng .. năm ..

ngày .. tháng .. năm ..

ngày .. tháng .. năm ..

**1. Tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài** ..... (ghi bằng chữ in hoa theo tên doanh nghiệp trong giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh).....

- Nơi đăng ký thành lập/đăng ký kinh doanh: .....

- Địa chỉ trụ sở chính: .....

- Lĩnh vực hoạt động chính: .....

được thành lập chi nhánh tại Việt Nam.

#### **2. Tên chi nhánh:**

- Tên chi nhánh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên chi nhánh trong đơn đề nghị) .....

- Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa, đậm theo tên giao dịch bằng tiếng Anh) .....

- Địa chỉ trụ sở chi nhánh  
(ghi địa điểm đặt chi nhánh theo đơn đề nghị) .....

- Người đứng đầu chi nhánh  
Họ và tên: (ghi bằng chữ in hoa) .....Giới tính: .....

Quốc tịch: .....

Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số: .....

Do: ..... cấp ngày .. tháng .. năm .. tại .....

**3. Nội dung hoạt động của chi nhánh** (ghi cụ thể trên cơ sở đề nghị của doanh nghiệp du lịch nước ngoài và phù hợp với các Điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên, Luật Du lịch, Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007,

<sup>1</sup> Bìa cứng, kích thước khổ A4, nền hoa văn chìm màu vàng, chữ đen; in hai mặt

Thông tư số...../2008/TT-BVHTTDL ngày..... tháng.....năm..... hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 06 năm 2007 của Chính phủ và các quy định pháp luật có liên quan).

- a. ....
- b. ....

**4. Thời hạn hiệu lực của giấy phép**

Giấy phép này có hiệu lực từ ngày.....tháng.....năm.....đến hết ngày ..... tháng ..... năm.....

**5. Giấy phép này được lập thành 02 (hai) bản gốc: 01 (một) bản cấp cho: ..... (tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài theo đơn đề nghị); 01 (một) bản lưu tại Tổng cục Du lịch./.**

*Hà Nội, ngày.....tháng.....năm .....*

**TỔNG CỤC TRƯỞNG**

**Phụ lục số 9b**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**MẪU GIẤY PHÉP THÀNH LẬP VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN  
DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM**

**1. Trang bìa<sup>1</sup>**

**ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH/THÀNH PHỐ...  
SỞ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**



**GIẤY PHÉP**

**THÀNH LẬP VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN  
DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM  
LICENCE FOR REPRESENTATIVE OFFICE**

**Số : VP-00-0000**

<sup>1</sup> Bìa cứng, kích thước khổ A3 gấp đôi, nền màu đỏ, chữ và quốc huy vàng

2. *Trang thứ nhất*

UBND TỈNH/THÀNH PHỐ ...  
SỞ VĂN HOÁ, THỂ THAO  
VÀ DU LỊCH

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

**GIẤY PHÉP  
THÀNH LẬP VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN  
DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM**

Số:.....

Cấp lần đầu:	ngày ..tháng .. năm ..
Cấp lại lần thứ ..:	ngày ..tháng .. năm ..
Sửa đổi, bổ sung lần thứ ..:	ngày ..tháng .. năm ..
Gia hạn lần thứ ..:	ngày ..tháng .. năm ..

**1. Tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài** ..... (ghi bằng chữ in hoa theo tên doanh nghiệp trong giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh).....

- Nơi đăng ký thành lập/đăng ký kinh doanh: .....

- Địa chỉ trụ sở chính: .....

- Lĩnh vực hoạt động chính: .....

được thành lập văn phòng đại diện tại (tỉnh/ thành phố) .....

**2. Tên văn phòng đại diện**

- Tên văn phòng đại diện: (ghi bằng chữ in hoa, đậm theo tên văn phòng đại diện trong đơn đề nghị) .....

- Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên giao dịch bằng tiếng Anh trong đơn đề nghị) .....

- Tên viết tắt: (nếu có) .....

**3. Địa chỉ trụ sở văn phòng đại diện**

(Ghi địa điểm đặt văn phòng đại diện theo đơn đề nghị) .....

**4. Người đứng đầu văn phòng đại diện**

Họ và tên: (ghi bằng chữ in hoa) ..... Giới tính:.....

Quốc tịch: .....

Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số: .....

Do:..... cấp ngày .. tháng .. năm .. tại .....

<sup>1</sup> Bìa cứng, kích thước khổ A4, nền hoa văn chìm màu vàng, chữ đen; in hai mặt



**5. Nội dung hoạt động của văn phòng đại diện** (ghi cụ thể trên cơ sở đề nghị của doanh nghiệp du lịch nước ngoài và phù hợp với các Điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên, Luật Du lịch, Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 và các quy định pháp luật có liên quan).

- a. ....
- b. ....

**6. Thời hạn hiệu lực của giấy phép**

Giấy phép này có hiệu lực từ ngày ..... tháng ..... năm.....đến hết ngày..... tháng ... năm.....

**7. Giấy phép này được lập thành 02 (hai) bản gốc:** 01 (một) bản cấp cho: .... (tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài theo đơn đề nghị); 01 (một) bản lưu tại Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch) tỉnh/thành phố...../.

**GIÁM ĐỐC**

**Phụ lục số 10**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

**MÃ SỐ CÁC ĐƠN VỊ HÀNH CHÍNH VIỆT NAM**

Số TT	Mã số	Tên đơn vị hành chính
1	01	Thành phố Hà Nội
2	02	Tỉnh Hà Giang
3	04	Tỉnh Cao Bằng
4	06	Tỉnh Bắc Kạn
5	08	Tỉnh Tuyên Quang
6	10	Tỉnh Lào Cai
7	11	Tỉnh Điện Biên
8	12	Tỉnh Lai Châu
9	14	Tỉnh Sơn La
10	15	Tỉnh Yên Bái
11	17	Tỉnh Hoà Bình
12	19	Tỉnh Thái Nguyên
13	20	Tỉnh Lạng Sơn
14	22	Tỉnh Quảng Ninh
15	24	Tỉnh Bắc Giang
16	25	Tỉnh Phú Thọ
17	26	Tỉnh Vĩnh Phúc
18	27	Tỉnh Bắc Ninh
19	30	Tỉnh Hải Dương
20	31	Thành phố Hải Phòng
21	33	Tỉnh Hưng Yên
22	34	Tỉnh Thái Bình
23	35	Tỉnh Hà Nam
24	36	Tỉnh Nam Định
25	37	Tỉnh Ninh Bình
26	38	Tỉnh Thanh Hoá
27	40	Tỉnh Nghệ An
28	42	Tỉnh Hà Tĩnh
29	44	Tỉnh Quảng Bình
30	45	Tỉnh Quảng Trị

31	46	Tỉnh Thừa Thiên Huế
32	48	Thành phố Đà Nẵng
33	49	Tỉnh Quảng Nam
34	51	Tỉnh Quảng Ngãi
35	52	Tỉnh Bình Định
36	54	Tỉnh Phú Yên
37	56	Tỉnh Khánh Hoà
38	58	Tỉnh Ninh Thuận
39	60	Tỉnh Bình Thuận
40	62	Tỉnh Kon Tum
41	64	Tỉnh Gia Lai
42	66	Tỉnh Đắk Lắk
43	67	Tỉnh Đắk Nông
44	68	Tỉnh Lâm Đồng
45	70	Tỉnh Bình Phước
46	72	Tỉnh Tây Ninh
47	74	Tỉnh Bình Dương
48	75	Tỉnh Đồng Nai
49	77	Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu
50	79	TP. Hồ Chí Minh
51	80	Tỉnh Long An
52	82	Tỉnh Tiền Giang
53	83	Tỉnh Bến Tre
54	84	Tỉnh Trà Vinh
55	86	Tỉnh Vĩnh Long
56	87	Tỉnh Đồng Tháp
57	89	Tỉnh An Giang
58	91	Tỉnh Kiên Giang
59	92	Thành phố Cần Thơ
60	93	Tỉnh Hậu Giang
61	94	Tỉnh Sóc Trăng
62	95	Tỉnh Bạc Liêu
63	96	Tỉnh Cà Mau

**Phụ lục số 11**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Địa điểm, ngày..... tháng.....năm*

**THÔNG BÁO HOẠT ĐỘNG CỦA CHI NHÁNH/VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN**  
.....(ghi tên theo giấy phép)

Chi nhánh/văn phòng đại diện của (ghi bằng chữ in hoa tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài ghi trên giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh): .....  
Địa chỉ trụ sở chính: (địa chỉ trên giấy phép thành lập/đăng ký kinh doanh).....  
thông báo chính thức hoạt động kể từ ngày ...tháng ...năm..... với nội dung như sau:

**I. Chi nhánh/văn phòng đại diện:**

Tên chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi bằng chữ in hoa, dậm theo tên chi nhánh/văn phòng đại diện trong giấy phép) .....  
Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên giao dịch bằng tiếng Anh trong giấy phép) .....  
Do..... cấp ngày: .... tháng.. năm.....  
Thời hạn hoạt động: từ ngày...tháng...năm...đến ngày...tháng...năm.....  
Địa chỉ trụ sở chi nhánh/văn phòng đại diện (ghi theo giấy phép).....  
.....  
Điện thoại: .....Fax:.....  
Email: .....  
Số tài khoản ngoại tệ tại Việt Nam:.....tại ngân hàng: (nếu có).....  
Số tài khoản tiền Việt Nam:.....tại ngân hàng: (nếu có).....

**II. Nhân sự của Chi nhánh/văn phòng đại diện**

**I. Người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện**

Họ và tên: (ghi bằng chữ in hoa) .....Giới tính:.....  
Quốc tịch: .....  
Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số:.....  
Do: ..... cấp ngày:...tháng.....năm.....tại.....  
Nơi đăng ký lưu trú (đối với người nước ngoài)/nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (đối với người Việt Nam):.....

## 2. Lao động làm việc tại chi nhánh/văn phòng đại diện

- Lao động nước ngoài làm việc tại chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi rõ họ và tên, giới tính, quốc tịch, số hộ chiếu, ngày và nơi cấp, chức danh tại chi nhánh/văn phòng đại diện của từng người);

- Lao động Việt Nam làm việc tại chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi rõ họ và tên, giới tính, số chứng minh nhân dân, ngày và nơi cấp, chức danh tại chi nhánh/văn phòng đại diện của từng người)

### III. Nội dung hoạt động của chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi cụ thể theo giấy phép)

.....  
.....

Chi nhánh/văn phòng đại diện (tên theo giấy phép) đã làm thủ tục đăng tin thông báo hoạt động trên báo (nếu tên tờ báo viết hoặc báo điện tử) số ra ngày.....tháng.....năm.....

#### Các tài liệu kèm theo:

1. Giấy biên nhận của cơ quan báo viết hoặc báo điện tử về việc nhận đăng thông báo hoạt động của chi nhánh/văn phòng đại diện hoặc các giấy tờ khác chứng minh việc đã đăng báo;

2. Bản sao giấy chứng nhận đăng ký mẫu dấu của chi nhánh/văn phòng đại diện do cơ quan công an cấp;

3. Bản sao giấy đăng ký mở tài khoản của chi nhánh/văn phòng đại diện tại ngân hàng được phép hoạt động tại Việt Nam;

4. Bản sao các tài liệu bao gồm: thị thực nhập cảnh, hợp đồng lao động của người đứng đầu chi nhánh/văn phòng đại diện; sơ yếu lý lịch (có xác nhận của địa phương), hợp đồng lao động của lao động Việt Nam làm việc tại chi nhánh/văn phòng đại diện; hộ chiếu, thị thực nhập cảnh, hợp đồng lao động của lao động nước ngoài làm việc tại chi nhánh/văn phòng đại diện.

#### Nơi nhận:

- Tổng cục Du lịch, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch (trong trường hợp chi nhánh thông báo hoạt động);

- Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh/TP....(trong trường hợp văn phòng đại diện thông báo hoạt động);

- Lưu VT.

#### NGƯỜI ĐỨNG ĐẦU CHI NHÁNH / VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

## Phụ lục số 12

(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

### CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Địa điểm, ngày..... tháng..... năm

### BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG CỦA CHI NHÁNH (Năm \_\_\_ )

Chi nhánh (ghi rõ tên theo Giấy phép) xin báo cáo hoạt động của chúng tôi trong thời gian từ ngày...tháng...năm..... đến ngày...tháng...năm....., với nội dung cụ thể như sau:

#### I. Chi nhánh:

Tên chi nhánh: (ghi bằng chữ in hoa, đậm theo tên chi nhánh trong giấy phép)

Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên giao dịch bằng tiếng Anh trong giấy phép) .....

Do..... cấp ngày .... tháng... năm.....

Thời hạn hoạt động: từ ngày...tháng...năm...đến ngày...tháng...năm.....

Địa chỉ trụ sở chi nhánh: (ghi theo giấy phép).....

Điện thoại: .....Fax:.....

Email: .....

Số tài khoản ngoại tệ tại Việt Nam:..... tại ngân hàng:.....

Số tài khoản tiền Việt Nam:..... tại ngân hàng: .....

#### II. Nhân sự của chi nhánh

##### 1. Người đứng đầu chi nhánh

Họ và tên: (ghi bằng chữ in hoa) .....Giới tính:.....

Quốc tịch: .....

Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số:.....

Do: ..... cấp ngày:... tháng..... năm..... tại.....

Nơi đăng ký lưu trú (đối với người nước ngoài)/nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (đối với người Việt Nam):.....

## 2. Lao động làm việc tại chi nhánh

- Lao động nước ngoài làm việc tại chi nhánh: (ghi rõ họ và tên, giới tính, quốc tịch, số hộ chiếu, ngày và nơi cấp, chức danh tại chi nhánh của từng người);
- Lao động Việt Nam làm việc tại chi nhánh: (ghi rõ họ và tên, giới tính, số chứng minh nhân dân, ngày và nơi cấp, chức danh tại chi nhánh của từng người)

## 3. Tình hình thay đổi nhân sự trong năm (báo cáo chi tiết về):

- Thay đổi người đứng đầu chi nhánh (nếu có)
- Thay đổi số lao động nước ngoài làm việc tại chi nhánh: (nếu có)
- Thay đổi số lao động Việt Nam làm việc tại chi nhánh: (nếu có)

4. Tình hình thực hiện chế độ đối với người lao động làm việc tại chi nhánh: lương, thưởng, bảo hiểm, các hoạt động khác...

## III. Hoạt động của Chi nhánh

1. Nội dung hoạt động của chi nhánh (ghi cụ thể theo giấy phép):
2. Tình hình hoạt động thực tế trong năm:

STT	Nội dung hoạt động	Đổi tác	Mức hàng	Giá trị (USD)		Dự báo năm tiếp theo	Thị trường (nước)	Ghi chú
				Ký kết	Thực hiện			

(Chi nhánh chỉ báo cáo các nội dung trong bảng trên nếu có)

3. Các hoạt động khác: khuyến mại, quảng cáo, hội chợ, triển lãm, trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ, triển lãm,... theo quy định của pháp luật, các hoạt động xã hội (nếu có) .....

## IV. Đánh giá chung về tình hình hoạt động trong năm của chi nhánh và kiến nghị, đề xuất:

1. Đánh giá chung:
2. Kiến nghị, đề xuất:

Chúng tôi xin chịu trách nhiệm hoàn toàn về sự trung thực và tính chính xác của nội dung báo cáo./.

### Nơi nhận:

- Tổng cục Du lịch
- Lưu VT

### NGƯỜI ĐỨNG ĐẦU CHI NHÁNH

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**Phụ lục số 13**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Địa điểm, ngày..... tháng..... năm....*

**BẢO CÁO HOẠT ĐỘNG CỦA VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN  
(Năm .... )**

Văn phòng đại diện (ghi rõ tên theo giấy phép) xin báo cáo hoạt động của chúng tôi trong thời gian từ ngày...tháng...năm đến ngày...tháng...năm..., với nội dung cụ thể như sau:

**I. Văn phòng đại diện:**

Tên văn phòng đại diện: (ghi bằng chữ in hoa, đậm theo tên văn phòng đại diện trong giấy phép).....

Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên giao dịch bằng tiếng Anh trong giấy phép).....

Do.....cấp ngày..... tháng... năm.....

Thời hạn hoạt động: từ ngày...tháng...năm...đến ngày...tháng...năm.....

Địa chỉ trụ sở văn phòng đại diện: (ghi theo giấy phép).....

.....

Điện thoại: .....Fax:.....

Email: .....

Số tài khoản ngoại tệ tại Việt Nam:.....tại ngân hàng:.....

Số tài khoản tiền Việt Nam:.....tại ngân hàng:.....

**II. Nhân sự của văn phòng đại diện**

**1. Người đứng đầu văn phòng đại diện**

Họ và tên: (ghi bằng chữ in hoa) .....Giới tính:.....

Quốc tịch: .....

Hộ chiếu/Giấy chứng minh nhân dân số:.....

Do: .....cấp ngày... tháng..... năm..... tại.....

Nơi đăng ký lưu trú (đối với người nước ngoài)/nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (đối với người Việt Nam):.....

**2. Lao động làm việc tại văn phòng đại diện**



- Lao động nước ngoài làm việc tại văn phòng đại diện: (ghi rõ họ và tên, giới tính, quốc tịch, số hộ chiếu, ngày và nơi cấp, chức danh tại văn phòng đại diện của từng người);
- Lao động Việt Nam làm việc tại văn phòng đại diện: (ghi rõ họ và tên, giới tính, số chứng minh nhân dân, ngày và nơi cấp, chức danh tại văn phòng đại diện của từng người)

3. Tình hình thay đổi nhân sự trong năm (báo cáo chi tiết về):

- Thay đổi người đứng đầu văn phòng đại diện (nếu có)
- Thay đổi số lao động nước ngoài làm việc tại văn phòng đại diện: (nếu có)
- Thay đổi số lao động Việt Nam làm việc tại văn phòng đại diện: (nếu có)

4. Tình hình thực hiện chế độ đối với người lao động làm việc tại văn phòng đại diện: lương, thưởng, bảo hiểm, các hoạt động khác...

**III. Hoạt động của văn phòng đại diện**

1. Nội dung hoạt động của văn phòng đại diện (ghi cụ thể theo giấy phép):
2. Tình hình hoạt động thực tế trong năm:

STT	Nội dung hoạt động	Đối tác Việt Nam	Dịch vụ cung cấp	Giá trị (USD)		Dự báo năm tiếp theo	Thị trường (ước)	Ghi chú
				Ký kết	Thực hiện			

(Văn phòng đại diện chỉ báo cáo các nội dung trong bảng trên nếu có)

3. Các hoạt động khác: quảng cáo, hội chợ, trưng bày, triển lãm ...theo quy định của pháp luật, các hoạt động xã hội (nếu có) .....

**IV. Đánh giá chung về tình hình hoạt động trong năm của văn phòng đại diện và kiến nghị, đề xuất:**

1. Đánh giá chung:
2. Kiến nghị, đề xuất:

Chúng tôi xin chịu trách nhiệm hoàn toàn về sự trung thực và tính chính xác của nội dung báo cáo./.

**NGƯỜI ĐỨNG ĐẦU VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN**  
(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**Nơi nhận:**

- Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh/thành phố...;
- Lưu VT.

**Phụ lục số 14**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL*

*ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Địa điểm, ngày:..... tháng.....năm.....*

**THÔNG BÁO CHẤM DỨT (DỰ KIẾN CHẤM DỨT) HOẠT ĐỘNG  
CỦA CHI NHÁNH /VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN.....(ghi tên theo giấy phép)**

Tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài: (ghi bằng chữ in hoa, tên trên giấy phép thành lập/dăng ký kinh doanh):.....

Tên doanh nghiệp du lịch nước ngoài viết tắt (nếu có):.....

Địa chỉ trụ sở chính: (địa chỉ trên giấy phép thành lập/dăng ký kinh doanh)  
.....

Giấy phép thành lập (dăng ký kinh doanh) số:.....

Do:.....cấp ngày.....tháng.....năm.....tại.....

**Thông báo chấm dứt (dự kiến chấm dứt) hoạt động của:**

Tên chi nhánh/văn phòng đại diện: (ghi bằng chữ in hoa, đậm theo tên chi nhánh/văn phòng đại diện trong giấy phép) .....

Tên giao dịch bằng tiếng Anh: (ghi bằng chữ in hoa theo tên giao dịch bằng tiếng Anh trong đơn đề nghị) .....

Do.....cấp ngày: .... tháng .. năm.....

Thời hạn hoạt động: từ ngày...tháng...năm...đến ngày...tháng...năm.....

Địa chỉ trụ sở chi nhánh/văn phòng đại diện (ghi địa điểm đặt chi nhánh/văn phòng đại diện theo giấy phép) .....

Điện thoại: .....Fax:.....

Email: (nếu có).....

**Thời điểm chấm dứt (dự kiến chấm dứt) hoạt động:** ngày.....tháng.....năm...

**Lý do chấm dứt hoạt động:**.....

Chúng tôi xin cam kết về tính chính xác, trung thực và hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung thông báo này.

**ĐẠI DIỆN CÓ THẨM QUYỀN  
CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH NƯỚC NGOÀI**  
*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Nơi nhận:**

- Tổng cục Du lịch (trong trường

hợp chi nhánh không báo)

- Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch

trình/TP (trong trường hợp văn

phòng đại diện thông báo)

**Phụ lục số 15**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**ĐƠN ĐỀ NGHỊ**

**Cấp, đổi, cấp lại thẻ hướng dẫn viên du lịch**

Kính gửi: Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Họ và tên (viết in hoa): .....
- Ngày sinh: ...../...../.....
- Dân tộc: .....
- Giấy CMND số : .....
- Hộ khẩu thường trú: .....
- Địa chỉ liên lạc: .....
- Điện thoại: ..... - Fax: .....
- Email: .....
- Đã được cấp thẻ hướng dẫn viên: *(trường hợp đổi, cấp lại)*  
Loại:  Nội địa  Quốc tế  
Số thẻ: ..... - Nơi cấp: ..... - Ngày hết hạn: ...../...../.....
- Giới tính:  Nam  Nữ
- Tôn giáo: .....
- Nơi cấp: .....

Đề nghị Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh/TP: ..... thẩm  
định và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch cho tôi theo quy định của Luật Du lịch.

*Kèm theo:*

- Phiếu thông tin hướng dẫn viên du lịch

..... ngày .. tháng ... năm .....

**NGƯỜI ĐỀ NGHỊ CẤP THẺ**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

## PHIẾU THÔNG TIN HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

### I. Thông tin chung:

Họ và tên (viết in hoa): .....

Ngày sinh: ...../...../..... Giới tính: Nam  Nữ

Dân tộc: ..... Tôn giáo: .....

Giấy CMND số: ..... Nơi cấp: .....

Hộ khẩu thường trú: .....

Địa chỉ liên lạc: .....

Điện thoại: ..... Fax: .....

Email: .....

### 2. Thông tin về trình độ chuyên môn:

Chuyên ngành	Hướng dẫn du lịch	Du lịch khác	Kinh tế/Khoa học xã hội	Kỹ thuật/Khoa học tự nhiên
Trình độ				
Trung học				
Cao đẳng				
Đại học				
Trên Đại học				

Đánh dấu ✓ vào ô thích hợp; kèm theo bản sao có công chứng các văn bằng

Hình thức	Khóa bồi dưỡng nghiệp vụ 1 tháng	Khóa bồi dưỡng nghiệp vụ 2 tháng	Khóa bồi dưỡng nghiệp vụ 3 tháng	Kiểm tra nghiệp vụ hướng dẫn
Chứng chỉ				
Chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn				

Đánh dấu ✓ vào ô thích hợp; kèm theo bản sao có công chứng các chứng chỉ

Thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa Số: ..... Cấp ngày: ...../...../.....

### 3. Thông tin về trình độ ngoại ngữ

Trình độ	Ngoại ngữ		
	Ngoại ngữ 1	Ngoại ngữ 2	Ngoại ngữ 3
Dại học ngoại ngữ			
Trên đại học ngoại ngữ			
Dại học chuyên ngành khác bằng tiếng nước ngoài			
Trên đại học chuyên ngành khác bằng tiếng nước ngoài			
Chứng nhận đạt trình độ ngoại ngữ do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp			

Bản sao có công chứng các văn bằng, chứng chỉ kèm theo

### 4. Thông tin về quá trình hành nghề hướng dẫn

TT	Tên doanh nghiệp đã và đang công tác	Hình thức hợp đồng		Thời gian (Từ ... đến ...)
		Công tác	Chính thức	
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Đánh dấu ✓ vào ô hình thức hợp đồng thích hợp; bản sao có công chứng HDLD kèm theo

### 5. Sở trường hướng dẫn:

Loại hình	Quy mô đoàn	Số khách			
		Từ 01 đến 10 khách	Từ 11 đến 20 khách	Từ 21 đến 30 khách	Trên 30 khách
Du lịch sinh thái					
Du lịch văn hóa - lịch sử					
Du lịch thể thao - mạo hiểm					
Du lịch MICE					
Du lịch nghiên cứu - học tập					
Du lịch nghỉ dưỡng - chữa bệnh					
Loại hình khác					

Đánh dấu ✓ vào ô thích hợp

**6. Thông tin khác:**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 Tôi xin cam đoan những thông tin trên là sự thật và chịu trách nhiệm về tính pháp lý của những thông tin đó. Đề nghị Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh/ thành phố ..... thẩm định và cấp thẻ hướng dẫn viên cho tôi theo quy định của Luật Du lịch.

..... ngày ..... tháng ..... năm .....  
**NGƯỜI ĐỀ NGHỊ CẤP THẺ**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

**PHẦN GHI ĐÀNH CHO SỞ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**

TT	THÔNG TIN THẺ	
1	Họ và tên hướng dẫn viên	.....
2	Số CMND	.....
3	Ngoại ngữ	.....
4	Số thẻ	.....
5	Ngày hết hạn	.....
6	Loại thẻ	Nội địa <input type="checkbox"/> Quốc tế <input type="checkbox"/>

**CÁN BỘ PHỤ TRÁCH  
 BỘ PHẬN CẤP THẺ**  
*(Ký và ghi rõ họ tên)*

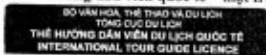
..... ngày ... tháng ... năm .....  
**LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ  
 THẨM ĐỊNH VÀ CẤP THẺ**  
*(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)*

**Phụ lục số 16**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**MẪU THẺ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH QUỐC TẾ**

**Mẫu thẻ hướng dẫn viên quốc tế – mặt trước**

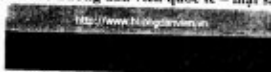


Họ và tên .....  
Name  
Số CMT .....  
ID  
Ngôn ngữ .....  
Language

Chức vụ .....  
Job

1

**Mẫu thẻ hướng dẫn viên quốc tế – mặt sau**



Cơ sở Hướng dẫn viên



**QUY CÁCH THẺ:**

a) *Ứng dụng:*

- Hướng dẫn viên du lịch quốc tế

b) *Chi tiết kỹ thuật của thẻ:*

- Kích thước: 85,6mm x 54mm (đài x rộng);
- Chất liệu: PVC;
- Độ dày: 0,87mm.

c) *Mặt trước của thẻ:*

- Màu sắc: Thẻ hướng dẫn viên quốc tế màu xanh nước biển, trắng;
- In hình ảnh theo công nghệ in off-set: Logo ngành du lịch (in chìm), ảnh hướng dẫn viên, loại thẻ, thông tin về hướng dẫn viên, thông tin về giá trị sử dụng thẻ;
- Mã số thẻ hướng dẫn viên được dập nổi, phủ nhũ bạc.

d) *Mặt sau của thẻ:*

- Dải băng từ, dải băng chữ ký của hướng dẫn viên;
- Quy định nghĩa vụ của hướng dẫn viên;
- Địa chỉ website: <http://www.huongdanvien.vn>;
- Tên cơ quan chủ quản: Tổng cục Du lịch.

## Phụ lục số 17

(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

### MẪU THẺ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH NỘI ĐỊA

#### Mẫu thẻ hướng dẫn viên nội địa – mặt trước

ĐO VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH	
TỔNG CỤC DU LỊCH	
THẺ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH NỘI ĐỊA	
DOMESTIC TOUR GUIDE LICENCE	
Họ và tên Name	.....
Số CMT ID	.....
Giá trị đến: / /	2 - - - - -

#### Mẫu thẻ hướng dẫn viên nội địa – mặt sau

Chữ ký hướng dẫn viên
.....

### QUY CÁCH THẺ:

#### a) Ứng dụng:

- Hướng dẫn viên du lịch nội địa

#### b) Chi tiết kỹ thuật của thẻ:

- Kích thước: 85.6mm x 54mm (dài x rộng);
- Chất liệu: PVC;
- Độ dày: 0.87mm.

#### c) Mặt trước của thẻ:

- Màu sắc: Thẻ hướng dẫn viên nội địa màu hồng cánh sen, trắng;
- In hình ảnh theo công nghệ in off-set: Logo ngành du lịch (m chìm), ảnh hướng dẫn viên, loại thẻ, thông tin về hướng dẫn viên, thông tin về giá trị sử dụng thẻ;
- Mã số thẻ hướng dẫn viên được dập nổi, phủ nhũ bạc.

#### d) Mặt sau của thẻ:

- Dài bằng tờ, dài bằng chữ ký của hướng dẫn viên;
- Quy định nghĩa vụ của hướng dẫn viên;
- Địa chỉ website: <http://www.huongdanvien.vn>;
- Tên cơ quan chủ quản: Tổng cục Du lịch.



**Phụ lục số 18**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 89/2008/TT-BVHTTDL  
ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

TÊN ĐƠN VỊ.....

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hà Nội, ngày tháng năm 20....

**ĐƠN ĐĂNG KÝ**  
**TỔ CHỨC HỘI CHỢ - TRIỂN LÃM DU LỊCH**

Kính gửi:.....

Căn cứ Luật Du lịch, ngày 01 tháng 01 năm 2006 và Nghị định số 92/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Du lịch; căn cứ Thông tư số...../2008/TT-BVHTTDL ngày tháng năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về kinh doanh lữ hành, chi nhánh, văn phòng đại diện của nước ngoài, hướng dẫn du lịch và xúc tiến du lịch; căn cứ vào yêu cầu và điều kiện thực tế, khả năng tổ chức Hội chợ (Triển lãm) du lịch, sự kiện du lịch quốc gia (quốc tế),

Chúng tôi xin đăng ký tổ chức Hội chợ (Triển lãm) du lịch, sự kiện du lịch quốc gia (quốc tế), cụ thể như sau:

- 1- Tên doanh nghiệp:.....
- 2- Trụ sở đặt tại:.....
- 3- Điện thoại cơ quan:..... Fax:.....
- 4- Ngành nghề kinh doanh ( hoặc chức năng, nhiệm vụ tại quyết định thành lập của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền).....
- 5- Giấy phép đăng ký kinh doanh số:...../ngày...../tháng...../năm 200.....
- 6- Vốn điều lệ:.....
- 7-Tài khoản tiền Việt số:..... tại ngân hàng.....  
Tài khoản ngoại tệ số:..... tại ngân hàng.....
- 8- Số lần đăng cai tổ chức Hội chợ (Triển lãm) du lịch, sự kiện du lịch quốc gia quốc tế:.....(có xác nhận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền)
- 9- Địa điểm dự kiến tổ chức:.....
- 10- Thời gian dự kiến:.....
- 11- Đề án tổ chức:.....

Nếu được tổ chức, chúng tôi cam kết thực hiện nghiêm túc quy định của pháp luật và các quy định của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch./

**THỦ TRƯỞNG ĐƠN VỊ**  
(ký tên, đóng dấu)

**THÔNG TƯ SỐ 107/2002/TT-BTC NGÀY 02-12-2002  
CỦA BỘ TÀI CHÍNH**

**Hướng dẫn chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng lệ phí cấp giấy phép kinh doanh du lịch lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch**

Căn cứ Pháp lệnh Phí và Lệ phí ngày 28 tháng 8 năm 2001 và Nghị định số 57/2002/NĐ-CP ngày 6/3/2002 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh phí và lệ phí;

Căn cứ Nghị định số 27/2001/NĐ-CP ngày 5/6/2001 của Chính phủ về kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch;

Bộ Tài chính hướng dẫn chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng lệ phí cấp giấy phép kinh doanh lữ hành và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch như sau:

**I- ĐỐI TƯỢNG THU VÀ MỨC THU**

1. Tổ chức, cá nhân khi được cơ quan quản lý nhà nước cấp giấy phép về kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch quy định tại khoản 1, Điều 6 và Điều 10 Nghị định số 27/2001/NĐ-CP ngày 5/6/2001 của Chính phủ về kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch thì phải nộp lệ phí quy định tại Thông tư này

2. Mức thu lệ phí cấp giấy phép về kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn du lịch như sau:

- Kinh doanh lữ hành quốc tế: 1.200.000 đồng/giấy phép.
- Cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch: 200.000 đồng/thẻ.

3. Lệ phí kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn du lịch thu bằng đồng Việt Nam.

**II- TỔ CHỨC THU, NỘP VÀ QUẢN LÝ SỬ DỤNG**

1. Tổng cục du lịch thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế theo quy định điểm đ, khoản 2, Điều 7 và Sở Du lịch hoặc Sở Thương mại - Du lịch, Sở Du lịch - Thương mại tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch theo quy định tại khoản 3, Điều 15 Nghị định số 27/2001/NĐ-CP ngày 5/6/2001 của Chính phủ về kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch.

Cơ quan thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn du lịch có trách nhiệm:

a) Năm yết công khai tại nơi thu lệ phí: đối tượng thu, mức thu lệ phí kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch theo đúng quy định tại Thông tư này. Khi thu tiền phải cấp biên lai thu lệ phí. (loại biên lai do Bộ Tài chính phát hành) cho người nộp tiền. Biên lai nhận tại Cục Thuế địa phương nơi cơ quan cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch đóng trụ sở và phải quản lý, sử dụng theo đúng quy định của Bộ Tài chính.

b) Mở tài khoản tạm giữ tiền thu lệ phí cấp giấy phép về kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch tại Kho bạc Nhà nước nơi đóng trụ sở chính. Hàng ngày

hoặc chậm nhất là mỗi tuần một lần phải lập bảng kê, gửi toàn bộ tiền lệ phí đã thu được vào tài khoản mở tại Kho bạc nhà nước và phải quản lý chặt chẽ theo đúng chế độ tài chính hiện hành.

c) Đăng ký kê khai, nộp lệ phí với cơ quan Thuế nơi đóng trụ sở, thực hiện thanh toán, quyết toán biên lai thu lệ phí và quyết toán thu, nộp tiền thu lệ phí với cơ quan Thuế trực tiếp quản lý theo đúng quy định tại Thông tư số 63/2002/TT-BTC ngày 24/7/2002 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện các quy định pháp luật về phí và lệ phí.

2. Cơ quan thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính quốc tế được trích 30% và cơ quan cấp thẻ hướng dẫn du lịch được trích 50% trên tổng số tiền phí thực thu được trước khi nộp vào ngân sách nhà nước để chi phí phục vụ công tác thu lệ phí theo nội dung cụ thể sau đây:

a) Chi cho lao động thuê ngoài trực tiếp thu lệ phí về các khoản tiền lương hoặc tiền công, các khoản phụ cấp, các khoản đóng góp theo tiền lương, tiền công theo chế độ hiện hành (kể cả thời gian căn hộ, công chức cơ quan thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính, cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch thực tế làm thêm ngoài giờ hành chính theo chế độ quy định).

b) Chi phí trực tiếp phục vụ cho việc thu lệ phí như văn phòng phẩm, vật tư văn phòng, điện thoại, điện, nước, công tác phí, công vụ phí theo tiêu chuẩn, định mức hiện hành.

c) Chi sửa chữa thường xuyên, chi sửa chữa lớn tài sản, máy móc, thiết bị phục vụ trực tiếp cho công tác thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch.

d) Mua sắm vật tư, nguyên liệu và các khoản chi khác liên quan trực tiếp đến việc thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch.

đ) Chi trích quỹ phúc lợi, quỹ khen thưởng cho cán bộ, công chức, nhân viên trực tiếp thực hiện thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch trong đơn vị. Mức trích lập 2 (hai) quỹ khen thưởng và quỹ phúc lợi, bình quân một năm, một người tối đa không quá 3 (ba) tháng lương thực hiện nếu số thu cao hơn năm trước và bằng 2 (hai) tháng lương thực hiện nếu số thu thấp hơn hoặc bằng năm trước.

Toàn bộ số tiền lệ phí cấp giấy phép kinh doanh du lịch là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch được tạm trích theo quy định trên đây, cơ quan thu phải sử dụng đúng mục đích, có chứng từ hợp pháp theo chế độ quy định.

3. Tổng số tiền lệ phí cấp giấy phép kinh doanh du lịch là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch thực thu được (bao gồm số thu bằng tiền mặt, séc hoặc chuyển khoản), sau khi trừ số trích để lại theo tỷ lệ quy định tại điểm 2 mục này, số còn lại phải nộp vào ngân sách nhà nước (chương, loại, khoản tương ứng, mục 046 Mục lục ngân sách nhà nước hiện hành) theo thời hạn và thủ tục quy định của Pháp lệnh phí và lệ phí và các văn bản hướng dẫn thi hành Pháp lệnh này. Số nộp ngân sách nhà nước do Tổng cục Du lịch nộp được điều tiết toàn bộ cho ngân sách trung ương, Sở Du lịch, Sở Du lịch - Thương mại, Sở Thương mại - Du lịch nộp được điều tiết toàn bộ cho ngân sách địa phương.

4. Việc lập và chấp hành dự toán thu - chi, quyết toán thu - chi tiền thu lệ phí cấp giấy phép kinh doanh là hành chính quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch được thực hiện theo hướng dẫn

tại Thông tư số 63/2002/TT-BTC ngày 24/7/2002 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện Nghị định số 57/2002/NĐ-CP ngày 3/8/2002 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh phí và lệ phí.

### **III- TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

1. Thông tư này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày kể từ ngày ký. Các quy định trước đây về lệ phí cấp giấy phép kinh doanh du lịch lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch trái Thông tư này đều hết hiệu lực thi hành.

2. Sở Tài chính Vật giá, Cục Thuế các tỉnh, thành phố, các cơ quan cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế và cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch và đối tượng nộp lệ phí có trách nhiệm thực hiện đúng quy định tại Thông tư này.

Trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân phản ánh kịp thời về Bộ Tài chính để nghiên cứu, hướng dẫn bổ sung.

**KT. BỘ TRƯỞNG BỘ TÀI CHÍNH**

**THỦ TRƯỞNG**

**(đã ký) TRƯỞNG CHỈ TRUNG**

## THÔNG TƯ SỐ 03/2002/TT-NHNN NGÀY 05-4-2002

### Hướng dẫn về quản lý tiền ký quỹ của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

Thực hiện Điều 4 và Điều 6 Nghị định số 27/2001/NĐ-CP ngày 05/6/2001 của Chính phủ "Về việc kinh doanh lữ hành, hướng dẫn du lịch", Ngân hàng Nhà nước hướng dẫn cụ thể về quản lý tiền ký quỹ của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành gửi tại các Ngân hàng thương mại như sau:

#### I- ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI ĐIỀU CHỈNH

1. Thông tư này áp dụng đối với các Ngân hàng thương mại hoạt động tại Việt Nam (sau đây gọi tắt là Ngân hàng).

2. Việc mở tài khoản và nộp tiền ký quỹ của các doanh nghiệp để được phép kinh doanh lữ hành hoạt động tại Việt Nam phải chấp hành đúng các quy định của Thông tư này và các thủ tục gắn, thanh toán tiền theo quy định của Ngân hàng phù hợp với pháp luật hiện hành.

#### II- MÔ, SỬ DỤNG VÀ QUẢN LÝ TÀI KHOẢN TIỀN KÝ QUỸ KINH DOANH LỮ HÀNH

3. Tiền ký quỹ của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành phải được gửi vào tài khoản (phong tỏa) tại Ngân hàng (nơi doanh nghiệp mở tài khoản giao dịch chính) và doanh nghiệp không được sử dụng số tiền ký quỹ này trong suốt thời gian hoạt động kinh doanh lữ hành.

4. Trách nhiệm của doanh nghiệp (chủ tài khoản)

4.1- Không được sử dụng sai mục đích số tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành, doanh nghiệp chỉ được sử dụng số tiền ký quỹ để thanh toán, bồi thường cho khách du lịch trong trường hợp doanh nghiệp vi phạm hợp đồng với khách du lịch hoặc có rủi ro đột xuất xảy ra với khách du lịch trong khi tổ chức thực hiện chương trình du lịch.

4.2- Luôn phải duy trì đủ mức số dư trên tài khoản theo đúng quy định; trong trường hợp số dư trên tài khoản này thấp hơn mức qui định, doanh nghiệp phải nộp bổ sung tiền cho đủ mức ký quỹ qui định.

4.3- Chấp hành đầy đủ và đúng các quy định hiện hành có liên quan đến việc sử dụng tài khoản ký quỹ này: mở, nộp tiền, nộp bổ sung tiền ký quỹ...

5. Trách nhiệm của Ngân hàng

5.1 - Hướng dẫn doanh nghiệp kinh doanh lữ hành thực hiện đúng các quy định về mở tài khoản, nộp tiền ký quỹ vào tài khoản, sử dụng tài khoản và các quy định có liên quan đến tài khoản này.

5.2- Phong tỏa khoản tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành và thực hiện tính trả lãi cho số dư tiền ký quỹ theo mức lãi suất tiền gửi không kỳ hạn gửi tại Ngân hàng. Cuối tháng, tính trả lãi cho doanh nghiệp và hạch toán vào tài khoản tiền gửi hay trả bằng tiền mặt.

5.3- Cấp giấy chứng nhận Tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành cho doanh nghiệp (theo Phụ lục số 1 đính kèm Thông tư này)

5.4- Trường hợp doanh nghiệp vi phạm hợp đồng hoặc có rủi ro đột xuất xảy ra với khách du lịch và có quyết định của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền (cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch hoặc của tòa án) hoặc doanh nghiệp phải bồi thường thiệt hại, Ngân hàng được quyền trích tài khoản tiền ký quỹ để thực hiện việc thanh toán đó, sau khi trừ chi phí dịch vụ Ngân hàng.

5.5- Yêu cầu doanh nghiệp nộp bổ sung đầy đủ số tiền phải ký quỹ trong thời hạn 01 tháng (kể từ ngày tiền được trích từ tài khoản tiền ký quỹ để thanh toán, bồi thường cho khách du lịch). Sau thời hạn trên, doanh nghiệp không bổ sung đầy đủ số tiền ký quỹ, Ngân hàng thông báo cho Tổng cục Du lịch hoặc Sở du lịch nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính để có biện pháp xử lý.

5.6- Hoàn trả tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành cho doanh nghiệp trong những trường hợp sau đây:

- Có thông báo của Tổng cục du lịch về việc doanh nghiệp không được cấp giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế;
- Có quyết định của Tổng cục du lịch về việc thu hồi giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế của doanh nghiệp;
- Có quyết định của Cơ quan đăng ký kinh doanh về việc thu hồi đăng ký kinh doanh hoặc xóa ngành nghề kinh doanh lữ hành trong giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp.

### **III. THÔNG TIN BÁO CÁO VÀ XỬ LÝ VI PHẠM**

6. Hàng quý, chậm nhất vào ngày 15 của tháng đầu quý sau, các Ngân hàng thương mại có nhận tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành phải lập và gửi báo cáo đầy đủ cho Ngân hàng Nhà nước (Thanh tra Ngân hàng nhà nước) về tình hình nhận tiền ký quỹ kinh doanh lữ hành của hệ thống Ngân hàng mình (theo Phụ lục số 2 đính kèm Thông tư này).

7. Các Ngân hàng và doanh nghiệp có hành vi vi phạm các quy định của Thông tư này thì tùy theo mức độ vi phạm sẽ bị xử lý theo các quy định hiện hành của pháp luật.

### **IV. ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

8. Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

9. Thủ trưởng các đơn vị trực thuộc Ngân hàng Nhà nước, Chủ tịch Hội đồng quản trị và Tổng giám đốc (Giám đốc) Ngân hàng thương mại chịu trách nhiệm tổ chức, hướng dẫn triển khai thực hiện Thông tư này.

**KT. THỐNG ĐỐC NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC**

**PHÓ THỐNG ĐỐC**

**(đã ký) NGUYỄN THỊ KIM PHỤNG**

### **III. CÁC QUY ĐỊNH VỀ CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH, QUẢN LÝ KINH DOANH NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN**

**THÔNG TƯ SỐ 88/2008/TT-BVHTTDL NGÀY 31-12-2008  
CỦA BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**

Hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01-6-2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch

*Căn cứ Luật Du lịch số 44/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005; Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch;*

*Căn cứ Nghị định số 185/2007/NĐ-CP ngày 25 tháng 12 năm 2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;*

*Căn cứ Quyết định số 63/2008/QĐ-TTg ngày 19 tháng 5 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Du lịch trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;*

*Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch như sau:*

#### **I. QUY ĐỊNH CHUNG**

##### **1. Phạm vi điều chỉnh**

Thông tư này hướng dẫn về tiêu chí phân loại, xếp hạng, hồ sơ đăng ký hạng, thủ tục xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch; kinh doanh hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện trong cơ sở lưu trú du lịch và cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

##### **2. Đối tượng áp dụng**

###### **2.1. Đối tượng áp dụng**

Thông tư này áp dụng đối với tổ chức, cá nhân Việt Nam, tổ chức, cá nhân nước ngoài hoạt động kinh doanh lưu trú du lịch tại Việt Nam; kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch.

###### **2.2. Đối tượng không áp dụng**

Thông tư này không áp dụng đối với:

a) Nhà khách hoạt động theo quy định của Chính phủ;

b) Chung cư, ký túc xá, nhà trọ, nhà cho các đối tượng không phải là khách du lịch thuê.

## II. TIÊU CHÍ PHÂN LOẠI, XẾP HẠNG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

### 1. Tiêu chí phân loại cơ sở lưu trú du lịch

1.1. Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch, có quy mô từ mười 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:

a) Khách sạn thành phố (city hotel) là khách sạn được xây dựng tại các đô thị, chủ yếu phục vụ khách thương gia, khách công vụ, khách tham quan du lịch;

b) Khách sạn nghỉ dưỡng (hotel resort) là khách sạn được xây dựng thành khối hoặc thành quần thể có biệt thự, căn hộ, bungalow (bungalow) ở khu vực có cảnh quan thiên nhiên đẹp, phục vụ nhu cầu nghỉ dưỡng, giải trí, tham quan của khách du lịch;

c) Khách sạn nổi (floating hotel) là khách sạn di chuyển hoặc neo đậu trên mặt nước;

d) Khách sạn bên đường (motel) là khách sạn được xây dựng gần đường giao thông, gắn với việc cung cấp nhiên liệu, bảo dưỡng, sửa chữa phương tiện vận chuyển và cung cấp các dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch.

1.2. 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 (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.

1.3. Biệt thự du lịch (tourist villa) 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.

1.4. Căn hộ du lịch (tourist apartment) 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.

1.5. Bãi cắm trại du lịch (tourist camping) 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.

1.6. Nhà nghỉ du lịch (tourist guest house) 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.

1.7. 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.

1.8. Các cơ sở lưu trú du lịch khác gồm tàu thủy du lịch, tàu hỏa du lịch, ca-ru-van (caravan), lều du lịch.

### 2. Xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch

Việc xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch thực hiện theo Tiêu chuẩn quốc gia về xếp hạng các loại cơ sở lưu trú du lịch do Bộ Khoa học và Công nghệ công bố theo quy định của Luật Tiêu



chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật.

### III. HỒ SƠ ĐĂNG KÝ HẠNG, THỦ TỤC XẾP HẠNG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

#### 1. Hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch

1.1. Hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch gồm:

- a) Đơn đề nghị xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch quy định tại Phụ lục 1;
- b) Biểu đánh giá chất lượng cơ sở lưu trú du lịch quy định trong Tiêu chuẩn quốc gia về xếp hạng các loại cơ sở lưu trú du lịch;
- c) Danh sách người quản lý và nhân viên phục vụ trong cơ sở lưu trú du lịch quy định tại Phụ lục 2;
- d) Bản sao có giá trị pháp lý:
  - Đăng ký kinh doanh của cơ sở lưu trú du lịch, quyết định thành lập doanh nghiệp (nếu có);
  - Văn bằng, chứng chỉ, giấy chứng nhận bồi dưỡng nghiệp vụ và thời gian làm việc trong lĩnh vực du lịch đối với người quản lý;
  - Giấy cam kết hoặc giấy xác nhận đủ điều kiện về an ninh trật tự và an toàn xã hội;
  - Giấy xác nhận đủ điều kiện về phòng chống cháy nổ;
  - Xác nhận báo cáo tác động môi trường hoặc xác nhận cam kết bảo vệ môi trường của cấp có thẩm quyền;
  - Giấy chứng nhận đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm (đối với cơ sở lưu trú du lịch có cung cấp dịch vụ ăn uống);

đ) Biên lai nộp lệ phí thẩm định cơ sở lưu trú du lịch theo quy định hiện hành.

1.2. Hồ sơ đăng ký hạng từ 1 đến 5 sao hoặc hạng cao cấp, ngoài các giấy tờ quy định tại khoản 1.1 mục 1 Phần III Thông tư này, thêm bản sao có giá trị pháp lý văn bằng, chứng chỉ về trình độ chuyên môn, ngoại ngữ của trưởng các bộ phận lễ tân, buồng, bàn, bar, bếp, bảo vệ.

#### 2. Thủ tục xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch

2.1. Trong thời hạn ba tháng kể từ khi bắt đầu hoạt động kinh doanh, các cơ sở lưu trú du lịch phải gửi hai bộ hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch đến Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch sở tại để thẩm định, xếp hạng theo quy định hiện hành.

2.2. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tiếp nhận hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch.

Đối với hồ sơ đăng ký hạng cơ sở lưu trú du lịch từ 3 sao trở lên hoặc hạng cao cấp, trong thời hạn bảy ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch gửi Tổng cục Du lịch một bộ.

#### 2.3. Tổ chức thẩm định

a) Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành lập Tổ thẩm định gồm ba cán bộ, công chức am hiểu chuyên môn nghiệp vụ quản lý lưu trú du lịch của Sở để xem xét hồ sơ,

thẩm định dựa trên căn cứ tiêu chuẩn xếp hạng cơ sở lưu trữ du lịch và tư vấn giúp Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ra quyết định công nhận hạng theo thẩm quyền.

b) Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch thành lập Tổ thẩm định gồm năm cán bộ, công chức am hiểu chuyên môn nghiệp vụ quản lý lưu trú du lịch của Tổng cục Du lịch và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để xem xét hồ sơ, thẩm định dựa trên căn cứ tiêu chuẩn xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch và tư vấn giúp Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch ra quyết định công nhận hạng theo thẩm quyền.

#### 2.4. Báo cáo kết quả thẩm định

Tổ thẩm định báo cáo Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch kết quả thẩm định, nội dung gồm:

- Trình bày kết quả thẩm định và đề xuất xếp hạng quy định tại Phụ lục 3;
- Biên bản thẩm định cơ sở lưu trú du lịch quy định tại Phụ lục 4;
- Biên bản làm việc của Tổ thẩm định quy định tại Phụ lục 5;
- Hồ sơ đăng ký hạng do cơ sở lưu trú du lịch nộp theo quy định tại mục 1 Phần III Thông tư này.

#### 2.5. Thời hạn xếp hạng

a) Trong thời hạn một tháng đối với hồ sơ thuộc thẩm quyền xếp hạng của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và hai tháng đối với hồ sơ thuộc thẩm quyền xếp hạng của Tổng cục Du lịch kể từ ngày nhận hồ sơ, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch có trách nhiệm tổ chức thẩm định, xem xét, ra quyết định công nhận hạng theo thẩm quyền.

b) Trên cơ sở kết quả thẩm định của Tổ thẩm định, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch xem xét, ra quyết định công nhận hạng phù hợp cho cơ sở lưu trú du lịch theo thẩm quyền. Trường hợp không ra quyết định công nhận hạng phải thông báo bằng văn bản nêu rõ lý do.

2.6. Ít nhất ba tháng trước khi hết thời hạn theo quyết định công nhận hạng, cơ sở lưu trú du lịch phải gửi hồ sơ đăng ký lại hạng đến Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Hồ sơ và thủ tục đăng ký thẩm định, xếp hạng lại như thẩm định, xếp hạng lần đầu.

#### 2.7. Nâng hạng hoặc hạ hạng

Cơ sở lưu trú du lịch đã xếp hạng, trong quá trình hoạt động kinh doanh có sự thay đổi về chất lượng:

a) Đối với cơ sở lưu trú du lịch sau khi nâng cấp đủ điều kiện nâng hạng, gửi hồ sơ đăng ký hạng mới đến Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Hồ sơ và thủ tục thẩm định, xếp hạng như thẩm định, xếp hạng lần đầu.

b) Đối với cơ sở lưu trú du lịch không duy trì đạt hạng như đã xếp, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Tổng cục Du lịch tổ chức thẩm định lại và hạ hạng cơ sở lưu trú du lịch.

### 3. Treo biển hạng và quyết định công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch

3.1. Chất liệu, màu sắc, kích thước và mẫu biển hạng của cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng quy định tại Phụ lục 6.

3.2. Bốn hạng được gán tại khu vực cửa chính của cơ sở lưu trú du lịch.

3.3. Quyết định công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch được treo ở vị trí dễ thấy tại quầy lễ tân.

3.4. Chỉ những cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng từ 1 sao đến 5 sao mới được sử dụng hình ngôi sao để trang trí, quảng cáo theo hạng đã được xếp.

#### **IV. KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ KINH DOANH CÓ ĐIỀU KIỆN TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

1. Ngoài các loại, hạng cơ sở lưu trú du lịch quy định tại khoản 1 Điều 19 Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch, các cơ sở lưu trú du lịch khác khi kinh doanh các hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện phải thực hiện theo quy định của pháp luật liên quan.

2. Đối với hàng hóa, dịch vụ mà pháp luật chỉ quy định điều kiện kinh doanh không cần giấy phép thì cơ sở lưu trú du lịch phải bảo đảm các điều kiện tương ứng đối với từng loại hàng hóa, dịch vụ trong quá trình kinh doanh.

#### **V. BÁO CÁO VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

1. Trong thời hạn mười lăm ngày kể từ ngày bắt đầu hoạt động kinh doanh hoặc thay đổi chủ sở hữu, tên doanh nghiệp, tên cơ sở lưu trú du lịch, cơ sở lưu trú du lịch phải thông báo với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định tại Phụ lục 7.

2. Định kỳ ba tháng, cơ sở lưu trú du lịch báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

3. Định kỳ sáu tháng và hàng năm, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch báo cáo danh mục cơ sở lưu trú du lịch và kết quả hoạt động kinh doanh lưu trú du lịch của địa phương với Tổng cục Du lịch quy định tại Phụ lục 8.

#### **VI. CẤP BIẾN HIỆU ĐẠT TIÊU CHUẨN PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH**

##### **1. Đăng ký cấp biến hiệu**

Các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm đồ nghỉ cấp biến hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch trên cơ sở tự nguyện.

##### **2. Điều kiện cấp biến hiệu**

2.1. Đăng ký kinh doanh và thực hiện các điều kiện kinh doanh theo quy định của pháp luật.

2.2. Đảm bảo tiêu chuẩn quy định tại mục 3 Phần VI Thông tư này đối với từng dịch vụ tương ứng.

2.3. Bố trí nơi gửi phương tiện giao thông của khách.

##### **3. Tiêu chuẩn cấp biến hiệu**

3.1. Đối với cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm du lịch

a) 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 đối, nhận lại hoặc bồi hoàn cho khách đối với hàng hóa không đúng chất lượng

cam kết;

b) 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;

c) 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 của hàng và khu vực trưng bày hàng hóa; có hộp thư hoặc sổ góp ý của khách đặt ở nơi thuận tiện; có nơi thờ đố cho khách đối với hàng hóa là quần áo; có phòng vệ sinh;

d) Chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng.

**3.2. Đối với cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống du lịch**

a) Vị trí dễ tiếp cận, có quầy bar;

b) 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

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

d) Đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm;

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

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

g) Có phòng vệ sinh riêng cho khách;

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

#### **4. Hồ sơ cấp biển hiệu**

4.1. Đơn đề nghị cấp biển hiệu quy định tại Phụ lục 9.

4.2. Báo cáo của cơ sở kinh doanh về tình hình hoạt động, cơ sở vật chất kỹ thuật, lao động, an ninh trật tự, phòng chống cháy nổ, phòng chống tệ nạn xã hội, vệ sinh an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường.

#### **5. Thẩm định, xem xét cấp và cấp lại biển hiệu**

5.1. Trong thời hạn mười lăm ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thẩm định, xem xét và ra quyết định cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch. Quyết định cấp biển hiệu có giá trị trong hai năm. Trường hợp không đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thông báo bằng văn bản nêu rõ lý do.

5.2. Ít nhất ba tháng trước khi hết thời hạn ghi trong quyết định cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch, cơ sở kinh doanh phải gửi hồ sơ đăng ký đến Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để thẩm định, xem xét và ra quyết định cấp lại biển hiệu.

#### **6. Thu hồi quyết định cấp biển hiệu**

Trong quá trình kinh doanh, nếu cơ sở dịch vụ du lịch đã được cấp biển hiệu không đảm bảo điều kiện, tiêu chuẩn quy định tại mục 2 và mục 3 Phần VI Thông tư này, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ra quyết định thu hồi biển hiệu.

## **7. Mẫu biển hiệu**

Mẫu biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch quy định tại Phụ lục 10.

## **8. Báo cáo của cơ sở được cấp biển hiệu**

Định kỳ sáu tháng, cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm được cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

## **VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

1. Thông tư này có hiệu lực sau mười lăm ngày kể từ ngày đăng Công báo và thay thế Thông tư số 01/2001/TT-TCDL ngày 27 tháng 4 năm 2001 của Tổng cục Du lịch hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/NĐ-CP ngày 24 tháng 8 năm 2000 của Chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch.

2. Các cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng trước ngày Thông tư này có hiệu lực chưa đến thời hạn thẩm định, xếp hạng lại thì vẫn giữ nguyên hạng đã xếp.

3. Các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm đã được cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch trước ngày Thông tư này có hiệu lực tiếp tục hoạt động và được Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thẩm định, cấp lại biển hiệu trong thời hạn sáu tháng kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực.

4. Trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc, các đơn vị phản ánh kịp thời về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để hướng dẫn, nghiên cứu, sửa đổi/.

**BỘ TRƯỞNG**  
**HOÀNG TUẤN ANH**

## PHỤ LỤC 1

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

TÊN DOANH NGHIỆP

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Tên cơ sở lưu trú du lịch

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

... ngày ... tháng ... năm .....

### ĐƠN ĐỀ NGHỊ XẾP HẠNG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

- Kính gửi:**
- Tổng cục Du lịch (đối với hạng 3 sao trở lên hoặc hạng cao cấp)
  - Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP)...

Thực hiện Thông tư số .../TT-BVHTTDL ngày .../.../... của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, sau khi nghiên cứu Tiêu chí xếp hạng các loại cơ sở lưu trú du lịch, chúng tôi làm đơn này đề nghị (\*) ..... xem xét, xếp hạng cho cơ sở lưu trú du lịch.

#### 1. Thông tin chung về cơ sở lưu trú du lịch

- Loại, tên cơ sở lưu trú du lịch:
  - Địa chỉ:
  - Điện thoại: Fax: Email: Website:
  - Thời điểm bắt đầu kinh doanh:
  - Loại, hạng đã được xếp (nếu có): ..... theo Quyết định số: ..... ngày .../.../.....
- .....
- Có cam kết, giấy chứng nhận về:

STT	Điều kiện	Cam kết thực hiện	Giấy chứng nhận của cơ quan có thẩm quyền
1	An ninh trật tự		
2	Phòng chống cháy nổ		
3	Phòng chống tệ nạn xã hội		
4	Bảo vệ môi trường		
5	Vệ sinh an toàn thực phẩm		

#### 2. Cơ sở vật chất kỹ thuật

- Tổng vốn đầu tư ban đầu:

- Tổng vốn đầu tư nâng cấp:
- Tổng diện tích mặt bằng ( $m^2$ ):
- Tổng diện tích mặt bằng xây dựng ( $m^2$ ):
- Tổng số buồng: Công suất buồng bình quân (%):

STT	Loại buồng	Số lượng buồng	Giá buồng	
			VND	USD
1				
2				
...				

- Dịch vụ có trong cơ sở lưu trú du lịch:

### 3. Người quản lý và nhân viên phục vụ:

- Tổng số:
- Trong đó:
- Trực tiếp: Lễ tân: Bếp:
- Gián tiếp: Buồng: Khác:
- Ban giám đốc: Bàn, bar:
- Trình độ:
- Trên đại học: Đại học: Cao đẳng:
- Trung cấp: Sơ cấp: THPT:
- Được đào tạo nghiệp vụ (%):
- Ngoại ngữ (%):

### 4. Tình hình khách

- Tổng số khách lưu trú: Quốc tế: Nội địa:
- Tổng số ngày khách: Quốc tế: Nội địa:

### 5. Kết quả kinh doanh

- Tổng doanh thu:
- Lưu trú: Nhà hàng: Khác:
- Lợi nhuận:
- Trước thuế: Sau thuế:
- Nộp ngân sách:
- Chính sách trong tổ chức hoạt động kinh doanh:

#### **6. Công tác khác**

- Đào tạo, bồi dưỡng
- Vệ sinh an toàn thực phẩm
- Bảo vệ môi trường
- An ninh trật tự
- Phòng chống cháy nổ
- Hoạt động khác.

#### **7. Đề xuất, kiến nghị**

- -----  
-----
- Hạng đề nghị:

Chúng tôi xin thực hiện nghiêm túc và đảm bảo chất lượng theo đúng tiêu chuẩn quy định.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu:.....

**GIÁM ĐỐC DOANH NGHIỆP  
HOẶC CHỦ CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH**  
(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

Ghi chú: (\*) Thủ trưởng cơ quan nhà nước về du lịch theo thẩm quyền xếp hạng.



**PHỤ LỤC 2**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

**TÊN DOANH NGHIỆP**

Tên cơ sở lưu trú du lịch

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

... ngày... tháng... năm...

**DANH SÁCH NGƯỜI QUẢN LÝ VÀ NHÂN VIÊN PHỤC VỤ  
TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

**Kính gửi:** - Tổng cục Du lịch (đối với hạng 3 sao trở lên hoặc hạng cao cấp)  
- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP)...

Số TT	Họ và tên	Năm sinh		Chức danh	Trình độ			
		Nam	Nữ		Văn hóa	Chuyên môn	Nghiệp vụ du lịch	Ngoại ngữ (*)
1								
2								
...								

Ghi chú:

Ngoại ngữ (\*) kê khai như sau:

A (tiếng Anh); P (tiếng Pháp); T (tiếng Trung Quốc); K (ngoại ngữ khác)

GTCB: giao tiếp cơ bản (tương đương bằng A, B)

GTT: giao tiếp tốt (tương đương bằng C)

TT: thông thạo (tương đương bằng đại học)

Ví dụ:

TT (A, P): thông thạo tiếng Anh, tiếng Pháp

GTT (T): giao tiếp tốt tiếng Trung Quốc

GTCB (K): giao tiếp cơ bản ngoại ngữ khác

Nơi nhận:

- Như trên;

- Lưu:.....

**GIÁM ĐỐC DOANH NGHIỆP  
HOẶC CHỦ CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**  
(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**PHỤ LỤC 3**

(Được ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

TCĐL/SỞ VHVTDL TỈNH (TP)  
TỔ THẨM ĐỊNH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

.....  
..... ngày .. tháng ..... năm ..

**TỔ TRÌNH****Về kết quả thẩm định và đề xuất xếp hạng**

Kính gửi: .....(\*)

Trong thời gian từ ngày ...../...../..... trên địa bàn tỉnh (TP)..... sau khi tiến hành thẩm định, Tổ thẩm định báo cáo..... (\*) như sau:

**I. Tổng hợp, đánh giá cơ sở lưu trú du lịch:**

STT	Tên, địa chỉ cơ sở lưu trú du lịch	Tổng số buồng	Tổng số người quản lý và nhân viên phục vụ	Nhận xét						Ghi chú
				Đánh giá chung	Vệ vị trí, kiến trúc	Vệ trang thiết bị tiện nghi	Vệ dịch vụ	Vệ lao động	Vệ vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn	
1										
2										
...										

**II. Kết quả thẩm định và đề xuất xếp hạng:**

1. Đề nghị xếp hạng đối với các cơ sở lưu trú du lịch sau:

1.1. Tên cơ sở lưu trú du lịch, địa chỉ..... Hạng:..... sao

1.2. Tên cơ sở lưu trú du lịch, địa chỉ..... Hạng:..... sao

1.3. Tên cơ sở lưu trú du lịch, địa chỉ..... Hạng:..... sao

1.4. ....

2. Đề xuất đối với các cơ sở lưu trú du lịch chưa đạt hạng như đề nghị

.....

Tổ thẩm định chịu trách nhiệm trước pháp luật về mặt pháp lý toàn bộ nội dung và kết quả thẩm định trên./.

**TM TỔ THẨM ĐỊNH**

(Ký và ghi rõ họ tên)

Ghi chú: (\*) Thủ trưởng cơ quan nhà nước về du lịch theo thẩm quyền xếp hạng

## PHỤ LỤC 4

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

### CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày .....tháng..... năm .....

#### BIÊN BẢN THẨM ĐỊNH CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH

Hôm nay, vào hồi... giờ... ngày...../...../..... Tổ thẩm định đến làm việc tại:

- Loại, tên cơ sở lưu trữ du lịch:

- Địa chỉ:

- Điện thoại: Fax: Email: Website:

#### I. Thành phần:

- Tổ thẩm định:

1.

2.

...

- Đại diện cơ sở lưu trữ du lịch:

1.

2.

...

#### II. Nội dung:

Sau khi được đại diện cơ sở lưu trữ du lịch báo cáo tình hình cụ thể và cung cấp thông tin cần thiết, Tổ thẩm định ghi nhận:

##### I. Thông tin chung:

a) Tổng số người quản lý và nhân viên phục vụ:

Trực tiếp:                      Lễ tân:                      Bếp:

Gián tiếp:                      Buồng:                      Khác:

Ban giám đốc:                      Bàn, bar:

- Trình độ:

Trên đại học:                      Đại học:                      Cao đẳng:

Trung cấp:                      Sơ cấp:                      THPT:

- Được đào tạo nghiệp vụ (%):

- Ngoại ngữ (%):

b) Tổng vốn đầu tư đến thời điểm thẩm định:

c) Thời gian bắt đầu hoạt động:

d) Diện tích mặt bằng (m<sup>2</sup>):

đ) Diện tích mặt bằng xây dựng (m<sup>2</sup>):

e) Doanh thu (năm trước liền kề năm thẩm định - nếu có):

Trong đó:

Lưu trú: Nhà hàng: Khúc:

g) Công suất buồng (năm trước liền kề năm thẩm định - nếu có) (%):

## 2. Cơ sở vật chất kỹ thuật:

a) Tổng số buồng:

b) Các loại buồng:

STT	Loại buồng	Số lượng buồng	Giá buồng	
			VND	USD
1				
2				
...				

c) Dịch vụ trong cơ sở lưu trú du lịch:

.....  
.....

## III. Đánh giá của Tổ thẩm định:

.....  
.....

Trên cơ sở thực tế, căn cứ quy định tại Thông tư số /TT-BVHTTDL ngày /././ của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Tiêu chuẩn quốc gia xếp hạng các loại cơ sở lưu trú du lịch của Bộ Khoa học và Công nghệ, Tổ thẩm định đã tiến hành rà soát, đánh giá về chất lượng cơ sở lưu trú du lịch. Kết quả thẩm định là cơ sở trình (\*) ..... xem xét, ra quyết định công nhận hạng cho cơ sở lưu trú du lịch.

Buổi làm việc kết thúc vào hồi ..giờ...ngày /./..

**ĐẠI DIỆN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**TM. TỔ THẨM ĐỊNH**

(Ký và ghi rõ họ tên)

Ghi chú: (\*) Thủ trưởng cơ quan nhà nước về du lịch theo thẩm quyền xếp hạng.

**PHỤ LỤC 5**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

..... ngày ..... tháng ..... năm .....

**BIÊN BẢN LÀM VIỆC CỦA TỔ THẨM ĐỊNH**

Từ ngày .../.../... đến ngày .../.../..., Tổ thẩm định gồm đại diện Tổng cục Du lịch (nếu có) và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP)..... tiến hành thẩm định cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn.

**I. Thành phần Tổ thẩm định:**

Đại diện Tổng cục Du lịch (nếu có):

1.

..

Đại diện Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP) .....

1.

..

**II. Nội dung:**

Danh sách cơ sở lưu trú du lịch đã thẩm định:

Số TT	Loại, tên CSLTDL	Địa chỉ	Quy mô	Hạng đề nghị	Ghi chú
1					
2					
...					

Trên cơ sở thực tế và căn cứ quy định tại Thông tư số .../TT-BVHTTDL ngày .../.../... của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tiêu chuẩn quốc gia xếp hạng các loại cơ sở lưu trú du lịch của Bộ Khoa học và Công nghệ, Tổ thẩm định thống nhất đề nghị (\*) ..... ra quyết định công nhận hạng cho các cơ sở lưu trú du lịch sau:

Số TT	Loại, tên CSLTDL	Hạng	Ghi chú
1			
2			
...			

Biên bản này làm xong vào hồi.....giờ.....ngày...../...../....., đã đọc lại toàn bộ, Tổ Thẩm định thống nhất và ký tên.

**CÁC THÀNH VIÊN**  
(nếu có)

**TỔ TRƯỞNG**

Ghi chú: (\*) Thủ trưởng cơ quan nhà nước về du lịch theo thẩm quyền xếp hạng.

**PHỤ LỤC 6**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**MẪU BIẾN HẠNG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

**LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH (TIẾNG VIỆT)**

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH (TIẾNG ANH)

**ĐẠT TIÊU CHUẨN KINH DOANH LƯU TRÚ DU LỊCH**

STANDARD TOURIST ACCOMODATION

**SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH TỈNH (TP)..**

**TỈNH (TP)..DEPARTMENT OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM**

**LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH (TIẾNG VIỆT)**

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH (TIẾNG ANH)

**HẠNG CAO CẤP**

LUXURY

**TỔNG CỤC DU LỊCH**

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH (TIẾNG VIỆT)

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH (TIẾNG ANH)



TỔNG CỤC DU LỊCH

VIETNAM NATIONAL ADMINISTRATION OF TOURISM

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH (TIẾNG VIỆT)

LOẠI, TÊN CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH (TIẾNG ANH)



SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH TỈNH (TP)...  
TỈNH (TP). DEPARTMENT OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM

I. Chất liệu: bằng đồng thau, sáng, bóng.

II. Kích thước: dài 47,5cm; rộng 32,5cm (xem hình minh họa)

III. Hình thức trang trí: chữ và đường viền dập chìm, phủ sơn màu xanh dương.

IV. Kích thước chữ:

1. Đường viền: đậm 0,2cm.

2. Dòng thứ nhất:

- Loại, tên cơ sở lưu trữ du lịch (tiếng Việt).

- Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

3. Dòng thứ hai:

- Tên cơ sở lưu trữ du lịch (tiếng Anh).

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 1cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

#### 4. Dòng thứ ba:

- Đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch hoặc hạng cao cấp. Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

- Hình ngôi sao (đối với hạng từ 1 sao đến 5 sao). Chiều cao sao, chiều ngang sao 5,5cm; khoảng cách từ tâm sao đến đỉnh sao 3cm; chiều dày sao 0,7cm. Khoảng cách giữa các sao tùy thuộc vào thứ hạng sao được xếp mà trang trí cho cân đối, thẳng hàng.

#### 5. Dòng thứ tư:

- Standard tourist accommodation (đối với hạng đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch) hoặc Luxury (đối với hạng cao cấp)

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 1cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

#### 6. Dòng thứ năm:

- Tổng cục Du lịch hoặc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP).

- Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,8cm.

#### 7. Dòng thứ sáu:

- Vietnam National Administration of Tourism hoặc Tỉnh (TP).+ Department of Culture, Sports and Tourism.

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 0,9cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

#### V. Khoảng cách giữa các dòng:

- Từ mép trên đường viền đến dòng thứ nhất: 2,5cm.

- Từ mép dưới dòng thứ nhất đến mép trên dòng thứ hai: 1,5cm.

- Từ mép dưới dòng thứ hai đến mép trên dòng thứ ba: 4,2cm.

- Từ mép dưới dòng thứ ba đến mép trên dòng thứ tư: 1,2cm.

- Từ mép dưới dòng thứ tư đến mép trên dòng thứ năm: 3,8cm.

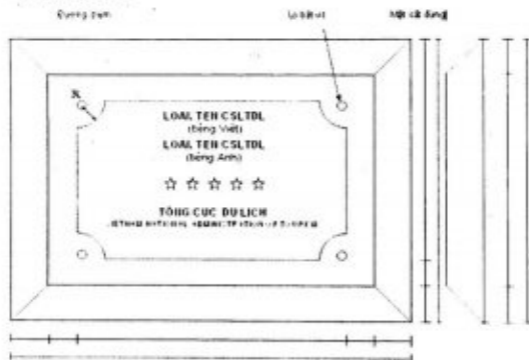
- Từ mép dưới dòng thứ năm đến mép trên dòng thứ sáu: 1,2cm.

- Từ mép dưới dòng thứ sáu đến mép trên đường viền: 2,5cm.



## HÌNH MINH HỌA

Hình 1: Mặt trước



Hình 2: Mặt cắt ngang



Ghi chú:

1. Lỗ bắt vít: 0.5

2. R: 1.0

3. Kích thước tính theo đơn vị cm

## PHỤ LỤC 7

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

TÊN DOANH NGHIỆP

Tên cơ sở lưu trú du lịch

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

... ngày... tháng ... năm.....

### THÔNG BÁO

Về thời điểm bắt đầu kinh doanh

Hoặc thay đổi chủ sở hữu, tên doanh nghiệp, tên cơ sở lưu trú du lịch

Kính gửi: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP).....

1. Tên doanh nghiệp:

2. Loại, tên cơ sở lưu trú du lịch:

3. Địa chỉ:

4. Điện thoại:

Fax:

Email:

Website:

5. Số giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh:

Ngày cấp:

Nơi cấp:

6. Tên giám đốc (chủ) cơ sở lưu trú du lịch:

Điện thoại:

Fax:

Email:

7. Tổng số vốn đầu tư:

8. Tổng số buồng:

Công suất buồng bình quân (%):

9. Tổng số người quản lý và nhân viên phục vụ:

10. Dịch vụ:

.....  
.....  
.....

11. Thời điểm bắt đầu kinh doanh (hoặc thay đổi chủ sở hữu, tên doanh nghiệp, tên cơ sở lưu trú du lịch):

Nơi nhận:

- Như trên;

- Lưu:

GIÁM ĐỐC DOANH NGHIỆP HOẶC CHỦ

CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**PHU LỤC 8**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

UBND TỈNH (TP)  
SỞ VH-TTDL

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

... ngày ... tháng ... năm .....

**BÁO CÁO**

Kính gửi: Tổng cục Du lịch

**DANH SÁCH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH**

Số TT	Loại, tên CSLTDL	Địa chỉ, điện thoại, fax	Quy mô	Tổng số cán bộ nhân viên	Loại, hạng	
					Được xếp	Chưa được xếp
01						
...						

Kết quả hoạt động kinh doanh lưu trú du lịch

Số TT	Nội dung	Đơn vị tính	Thực hiện
01	Tổng số cơ sở lưu trú du lịch		
02	Tổng số buồng	buồng	
03	Công suất buồng bình quân	%	
04	Tổng số khách lưu trú	khách	
	Quốc tế	"	
	Nội địa	"	
05	Tổng số ngày khách lưu trú	ngày khách	
	Quốc tế	"	
	Nội địa	"	
06	Tổng doanh thu	triệu đồng	
	Lưu trú	"	
	Nhà hàng	"	
	Khác	"	
07	Lợi nhuận	"	
	Trước thuế	"	
	Sau thuế	"	
08	Nộp ngân sách	"	
09	Tổng số người quản lý và nhân viên phục vụ	Người	
	Người quản lý	"	
	Nhân viên phục vụ	"	
	Nghề nghiệp	%	
10	T thu nhập bình quân	triệu đồng	

Nơi nhận:

- Như trên;

- Lưu:.....

**GIÁM ĐỐC**

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

## PHỤ LỤC 9

(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

TÊN DOANH NGHIỆP

Tên cơ sở dịch vụ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

... ngày ... tháng ... năm .....

### ĐƠN ĐỀ NGHỊ CẤP BIẾN HIỆU ĐẠT TIÊU CHUẨN PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH

Kính gửi: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh (TP).....

- Tên cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống hoặc mua sắm:
- Địa chỉ:
- Điện thoại:                      Fax:
- Email:                              Website:
- Số giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh:  
  Ngày cấp:                      Nơi cấp:
- Thời gian bắt đầu kinh doanh:
- Tổng số người quản lý và nhân viên phục vụ:
- Có cam kết, giấy chứng nhận về:

STT	Điều kiện	Cam kết thực hiện	Giấy chứng nhận của cơ quan có thẩm quyền
1	An ninh trật tự		
2	Phòng chống cháy nổ		
3	Phòng chống tệ nạn xã hội		
4	Bảo vệ môi trường		
5	Vệ sinh an toàn thực phẩm		

- Đề nghị cấp biến hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

Chúng tôi xin thực hiện nghiêm túc và đảm bảo chất lượng theo đúng tiêu chuẩn quy định.

Nơi nhận:  
- Như trên;  
- Lưu:.....

GIÁM ĐỐC HOẶC CHỦ CƠ SỞ  
(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

**PHỤ LỤC 10**

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

**MẪU BIẾN HIỆU ĐẠT TIÊU CHUẨN PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH**

**TÊN CƠ SỞ KINH DOANH DỊCH VỤ (TIẾNG VIỆT)**  
**TÊN CƠ SỞ KINH DOANH DỊCH VỤ (TIẾNG ANH)**

**ĐẠT TIÊU CHUẨN PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH**  
**STANDARD TOURIST SERVICE**

**SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH TỈNH (TP)...**  
**TỈNH (TP)...DEPARTMENT OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM**

**I. Chất liệu, kích thước, hình thức trang trí, khoảng cách giữa các dòng:**

Như biến dạng cơ sở lưu trú du lịch

**II. Kích thước chữ:**

**1. Đường viền: đậm 0,2cm.**

**2. Dòng thứ nhất:**

- Tên cơ sở kinh doanh dịch vụ (tiếng Việt).

- Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

**3. Dòng thứ hai:**

- Tên cơ sở kinh doanh dịch vụ (tiếng Anh).

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 1cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

**4. Dòng thứ ba:**

- Đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch

- Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

### **5. Dòng thứ tư:**

- Standard tourist service

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 1cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

### **6. Dòng thứ năm:**

- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chữ in hoa đậm, có chân. Chiều cao chữ 1,2cm; chiều ngang chữ 1,2cm; đậm chữ 0,3cm; khoảng cách giữa các từ 0,8cm.

### **7. Dòng thứ sáu:**

- Tỉnh (TP).+ Department of Culture, Sports and Tourism

- Chữ in hoa, không chân. Chiều cao chữ 0,9cm; chiều ngang chữ 0,7cm; đậm chữ 0,2cm; khoảng cách giữa các từ 0,5cm.

# **LUẬT DU LỊCH (BẢN TIẾNG ANH)**

LAW NO. 44/2005/QH11 ON 14 JUNE 2005  
ON TOURISM

*Pursuant to the 1992 Constitution of the Socialist Republic of Vietnam as amended by Resolution 51-2001-QH10 passed by Legislature X of the National Assembly at its 10th Session on 25 December 2001;*

*This Law regulates tourism.*

## **CHAPTER I General Provisions**

### **Article 1** *Governing scope*

This Law regulates tourism resources and tourism activities; and the rights and obligations of tourists, of organizations and individuals engaged in tourism business, and of other organizations and individuals engaged in activities related to tourism.

### **Article 2** *Applicable entities*

1. Vietnamese and foreign organizations and individuals engaged in tourism activities in the territory of Vietnam.
2. Bodies, organizations, individuals and local communities engaged in activities related to tourism.

### **Article 3** *Application of law on tourism*

1. The subjects stipulated in article 2 of this Law must comply with the provisions of this Law and other relevant laws of Vietnam.
2. Where an international treaty of which the Socialist Republic of Vietnam is a member contains provisions which differ from those in this Law, such international treaty shall apply. In the case where the law of Vietnam or an international treaty of which the Socialist Republic of Vietnam is a member does not contain any provision, the parties engaged in tourism activities shall be permitted to agree on application of international customary practice provided that it is not contrary to the fundamental principles of the law of Vietnam.

### **Article 4** *Interpretation of terms*

In this Law, the following terms shall be construed as follows:

1. *Tourism* means activities connected with trips for a specific period of time taken by

people outside their habitual place of residence aimed at satisfying their requirements for sightseeing, experience, leisure and recreation.

2. *Tourist* means a person who travels either for tourism or for other purposes including tourism, but not a person who travels to study, work or practice a profession to earn income at a destination.

3. *Tourism activities* means activities of tourists, organizations and individuals engaged in tourism business, and of bodies, organizations, individuals and local communities engaged in activities related to tourism.

4. *Tourism resources* mean natural landscape, natural elements, historical or cultural relics, creative works and other works with humanist merit which can be used in order to satisfy tourism requirements and which constitute the basis for formation of tourist resorts, tourist destinations, tourist routes and tourist cities.

5. *Sightseeing* means activities of tourists when they visit areas containing tourism resources in order to experience and appreciate the merits of such tourism resources.

6. *Tourist city* means a city or urban area with advantages for the development of tourism and where tourism plays an important role in the activities of such city or urban area.

7. *Tourist resort* means a place with attractive tourism resources and the advantage of natural tourism resources which has been zoned and in which investment has been made for development with the aim of satisfying the diverse requirements of tourists and which brings about socio-economic and environmental benefits.

8. *Tourist destination* means a place with attractive tourism resources which services the sightseeing requirements of tourists.

9. *Tourist route* means a route linking various tourist resorts, tourist destinations and establishments providing tour services which is associated with road, rail, waterway or air routes.

10. *Tour product* means a combination of services necessary to satisfy the requirements of tourists on trips.

11. *Tourist services* means the provision of services regarding travel, transportation, accommodation, food and beverages, entertainment, information, guidance and other services aimed at satisfying the requirements of tourists.

12. *Tourist accommodation establishment* means an establishment, for example an hotel, which rents rooms and beds and provides other related services for overnight guests.

13. *Tour program* means a pre-determined itinerary for a tour outlining the services and cost of the program from the beginning until the end of the tour.

14. *Travel business* means the formulation, sale and organization of a part or the whole of a tour program for tourists.

15. *Tourist guidance* means the activity of guiding tourists in accordance with a tour program.

A person engaged in tourist guidance activities shall be referred to as a *tourist guide* and shall be paid for such services.



16. *Specialized means of tourist transportation* means any vehicle or facility which satisfies the conditions for catering to tourists and which is used to transport tourists in accordance with a tour program.

17. *Tourism promotion* means the activities of disseminating information, advertising or marketing aimed at seeking and promoting opportunities for the development of tourism.

18. *Sustainable tourism* means the development of tourism which satisfies present needs without harming the ability to satisfy the future needs of tourism.

19. *Eco-tourism* means a type of tourism based on nature and connected with local cultural identity and the participation of local communities aimed at sustainable development.

20. *Cultural tourism* means a type of tourism based on the national cultural identity with the participation of local communities in order to preserve and display traditional cultural values.

21. *Tourist environment* means both the natural environment and the sociohumanist environment where tourism activities take place.

#### **Article 5 Principles of development of tourism**

1. To develop sustainable tourism in accordance with master plans and specific plans, ensuring harmony between socio-economic development and the environment; developing cultural and historical tourism and ecotourism in prioritized and key regions; and conserving, enhancing and displaying the merits of tourism resources.

2. To ensure national sovereignty, national defense and security, social order and safety.

3. To ensure the national interest, community interests and other legitimate interests; the security and safety of tourists; and the lawful rights and interests of organizations and individuals engaged in tourism business.

4. To ensure the participation of all economic sectors and of citizens at all levels in the development of tourism.

5. To contribute to the expansion of foreign relations and international exchange in order to promote the image of the country of Vietnam and its people.

6. To develop simultaneously both domestic and international tourism with a view to attracting increasing numbers of foreign tourists to Vietnam.

#### **Article 6 Policies for development of tourism**

1. The State shall create mechanisms and adopt policies to mobilize all resources for increased investment in the development of tourism in order to make tourism a cutting edge industry in Vietnam.

2. The State shall adopt policies of encouragement and incentives regarding land, finance and credit applicable to both domestic and foreign organizations and individuals investing in the following fields:

- (a) Protection and enhancement of tourism resources and the tourism environment;
- (b) Tourism publicity and advertising;
- (c) Training and development of human resources in tourism;
- (d) Research into and investment and development of new tour products;
- (dd) Modernization of tourism activities;
- (e) Construction of tourism infrastructure, material and technical facilities; import of high-quality facilities for transportation of

tourists and modern specialized equipment for high-grade tourist accommodation establishments and national tourist resorts;

(g) Development of tourism in remote and isolated areas and in areas with socio-economic difficulties where there is potential for tourism activities in order to use the local labour force and goods and services, thereby contributing to raising the intellectual level of the people and eliminating hunger and reducing poverty.

3. The State shall allocate State Budget funds for master planning work; for supporting investment in infrastructure construction in tourist cities, tourist resorts and tourist destinations; for supporting tourism publicity and advertising; for the protection and enhancement of tourism resources and the tourism environment; for researching and applying science and technology; and for training and developing human resources in tourism.

4. The State shall facilitate foreigners and Vietnamese residing overseas to visit Vietnam for tourist purposes; and Vietnamese citizens and foreigners residing in Vietnam to travel both inside Vietnam and abroad for tourist purposes. The State shall protect the lawful rights and interests of tourists.

5. The State shall facilitate organizations and individuals from all economic sectors and citizens at all levels to participate in tourism activities and shall extend international exchange and co-operation in tourism between Vietnam and other countries in the region and throughout the world.

6. The State shall encourage and facilitate the establishment of a Tourism Development Assistance Fund funded by contributions from subjects benefiting from tourism activities and by voluntary contributions from both domestic and foreign organizations and individuals.

The Government shall issue specific regulations on the policies for development of tourism stipulated in this article.

#### **Article 7** *Participation of local communities in development of tourism*

1. Local communities shall have the right to participate in and enjoy lawful benefits from tourism activities. Local communities shall be responsible for preserving tourism resources, for nurturing their local cultural identity, for maintaining social security, safety and order; and for keeping the environment hygienic in order to make tourism attractive.

2. Local communities shall be provided with conditions to invest in the development of

tourism and in the restoration and promotion of their various traditional cultures, folklore arts, crafts and artefacts in order to service tourists and to raise the standard of the material and spiritual lives of the local inhabitants.

#### **Article 8** *Tourism associations*

1. Tourism associations shall be established on the basis of voluntary participation by organizations and individuals engaged in tourism business and for the protection of the lawful rights and interests of members and for contribution to the development of members.

2. Tourism associations shall participate in organization of tourism publicity and advertising activities, in promotion of tourism, and in the formulation and dissemination of the law on tourism.

3. The organization and operation of tourism associations shall be implemented in accordance with the law on associations.

#### **Article 9** *Protection of tourism environment*

1. The natural environment and the socio-humanist environment shall be protected, enhanced and developed with the aim of ensuring a green, clean, beautiful, safe, secure, wholesome and civilized tourism environment.

2. Ministries and ministerial equivalent bodies shall, within the scope of their respective duties and powers, issue regulations aimed at protecting, enhancing and developing the tourism environment.

3. People's committees at all levels shall take measures to protect, enhance and develop the tourism environment in conformity with local conditions.

4. Organizations and individuals engaged in tourism business shall be responsible to collect and treat waste discharged during their business operations; to remedy any negative impact on the environment caused by their business operations; and to take measures to prevent and fight against social evils within their business establishments.

5. Tourists, local communities and other organizations and individuals shall be responsible to protect and preserve the landscape, environment, national cultural identity and fine customs and to behave in a polite and civilized way in order to promote the image of the country of Vietnam, the Vietnamese people, and tourism in Vietnam.

#### **Article 10** *Contents of State administration of tourism*

1. To formulate strategies, master plans, other plans and policies for development of tourism and to organize their implementation.

2. To formulate and promulgate legal instruments and eco-technical norms and standards for tourism activities and to organize their implementation.

3. To propagate, disseminate and teach the law on tourism and to provide information on tourism.

4. To organize and manage the training of human resources; to research and apply

science and technology.

5. To conduct surveys and evaluations of tourism resources in order to formulate master plans for development of tourism and to identify tourist resorts, tourist destinations, tourist routes and tourist cities.

6. To undertake international co-operation in tourism and to conduct tourism promotional activities both inside and outside Vietnam.

7. To provide the staffing for State administration of tourism and to coordinate with other relevant State bodies to exercise State administration of tourism.

8. To issue and withdraw licences and certificates for tourism activities.

9. To check, inspect and resolve complaints and denunciations and to deal with breaches of the law on tourism.

#### **Article 11 Responsibility for State administration of tourism**

1. The Government shall exercise uniform State administration of tourism.

2. The State administrative body for tourism at the central level shall be responsible before the Government for the exercise of State administration of tourism; and shall preside over co-ordination with other State bodies in exercising State administration of tourism.

3. Ministries and ministerial equivalent bodies shall, within the scope of their respective duties and powers and the authority delegated to them by the Government, be responsible to co-ordinate with the State administrative body for tourism at the central level in exercising State administration of tourism.

4. People's committees of provinces and cities under central authority (hereinafter referred to as provincial people's committees) shall, within the scope of their respective duties and powers and the authority delegated to them by the Government, exercise State administration of tourism within their respective localities; shall formulate documents detailing the strategies, master plans, specific plans, regimes and policies for development of tourism in conformity with local conditions; and shall take measures to ensure security, social order and safety, and a hygienic environment in tourist resorts, tourist destinations, tourist routes and tourist cities.

#### **Article 12 Conduct which is strictly prohibited**

1. Causing harm to national sovereignty, national interest, national defense and security, social order and safety, cultural traditions, national ethics and fine customs.

2. Construction of tourism project works which fail to comply with the master plan as announced.

3. Causing loss and damage to tourism resources or to the tourism environment.

4. Discriminating as between tourists, gaining unlawful profit from tourists.

5. Touting for customers, coercing customers to purchase goods or services.

6. Conducting tourism business without a business licence or business registration, or conducting business outside the scope of the registered business line or scope of business.

7. Using the legal entity status of another organization or allowing others to use one's own legal entity status in order to conduct business illegally.

8. Abusing one's position and powers in order to take bribes, to harass for bribes, or to cause difficulties for organizations and individuals engaged in tourism business or for tourists.

## CHAPTER II Tourism Resources

### **Article 13** *Categories of tourism resources*

1. Tourism resources comprise natural and humanist tourism resources, both those which are currently being exploited and those which are as yet unexploited. Natural tourism resources comprise elements of geology, topography, geomorphology, climate, hydrography, ecosystems and natural landscape which are capable of being used for tourism purposes. Humanist tourism resources comprise cultural traditions, cultural factors, folk literature, historical, revolutionary, archaeological, and architectural relics, creative works by human beings, and other tangible and intangible cultural heritage which is capable of being used for tourism purposes.

2. Tourism resources may fall under the ownership of the State or may be owned by organizations and individuals.

### **Article 14** *Surveys of tourism resources*

The State administrative body for tourism at the central level shall preside over co-ordination with other relevant State administrative bodies and with provincial people's committees in conducting surveys, evaluation and classification of tourism resources in order to form the basis for formulation of master plans for tourism development and in order to identify and promulgate tourist resorts, tourist destinations, tourist routes and tourist cities.

### **Article 15** *Principles of protection, enhancement and development of tourism resources*

1. Tourism resources shall be protected in a proper manner, enhanced and exploited reasonably for effective use and sustainable development of tourism.

2. The State shall administer uniformly tourism resources throughout the whole country and shall implement policies and take measures to protect, enhance and exploit reasonably tourism resources.

### **Article 16** *Responsibility for administration, protection, enhancement and development of tourism resources*

1. The State administrative body for tourism at the central level and ministries,

ministerial equivalent bodies and people's committees at all levels shall be responsible for administering tourism resources and for coordinating with one another in protecting, exploiting, using reasonably, and developing tourism resources.

2. State bodies, organizations and individuals owning or administering tourism resources shall be responsible for protecting, investing in and enhancing tourism resources and for creating conditions in accordance with law for tourists to visit and appreciate the merits of tourism resources.

3. Tourists, organizations and individuals engaged in tourism business and local communities shall be responsible for protecting tourism resources.

4. Organizations and individuals owning or administering tourism resources shall be responsible for coordinating with the competent State body for tourism to use and exploit tourism resources for various economic purposes, ensuring that these activities do not lessen the attractiveness of tourism resources.

### **CHAPTER III** **Master Plans for Development of Tourism**

#### **Article 17** *Types of master plans for development of tourism*

1. Master plans for development of tourism means master plans for the industry, comprising an overall master plan for development of tourism and specific master plans for development of tourism.

2. Overall master plans for development of tourism shall be formulated for the whole country, tourist zones, key tourist areas, provinces and cities under central authority, and national tourist resorts.

3. Specific master plans for development of tourism shall be formulated for functional areas within national tourist resorts, local tourist resorts and national tourist destinations which contain natural tourism resources.

#### **Article 18** *Principles for formulation of master plans for development of tourism*

1. Compliance with the national strategy and master plan for socio-economic development and with the strategy for development of tourism.

2. Ensuring national sovereignty, national defense and security, social order and safety.

3. Protection and development of tourism resources and the tourism environment and preservation and promotion of the national cultural identity.

4. Feasibility, balance between supply and demand in tourism.

5. Promotion of the strengths of each region and locality in order to create unique tour products for the purpose of reasonable and efficient use of tourism resources.

6. Public disclosure during the process of formulation and announcement of master

#### **Article 19** *Contents of master plans for development of tourism*

1. Overall master plans for development of tourism shall contain the following particulars:

(a) Determination of the position, role and advantages of tourism in the socio-economic development of localities, regions and the nation;

(b) Analysis and evaluation of the potential and current status of tourism resources and tourism markets and of resources for the development of tourism;

(c) Determination of the viewpoint, objectives, nature and scale of development for the area covered by the master plan; and the forecast criteria and justification for other options for tourism development;

(d) Organization of the tourism air space; and of the infrastructure and material and technical facilities for tourism;

(dd) List of prioritized areas and projects for investment; requirements for land use, investment capital and manpower in tourism;

(e) Assessment of environmental impact and solutions for protection of both tourism resources and the environment;

(g) Proposed mechanisms, policies and solutions for administration and development of tourism according to the master plan.

2. Specific master plans for development of tourism shall, in addition to the particulars stipulated in clause 1 of this article, include the following principal items:

(a) Functional areas, ground scheme, infrastructure works, material and technical facilities for tourism, and land use options;

(b) Determination of list of investment projects and investment schedules thereof;

(c) Analysis of socio-economic and environmental benefits;

(d) Recommendations on measures for administration and implementation of the detailed plan.

**Article 20** *Authority to formulate, approve and issue decisions on master plans for development of tourism*

1. The State administrative body for tourism at the central level shall preside over formulation of overall master plans for development of the industry, tourist zones, key tourist areas and national tourist resorts for submission to the Prime Minister of the Government for approval in accordance with his authority.

2. Provincial people's committees shall organize formulation of overall master plans for development of tourism in provinces and cities under central authority for submission to the people's council at the same level to make a decision, after obtaining an opinion from the State administrative body for tourism at the central level. Provincial people's committees shall make decisions on specific master plans for functional areas in national tourist resorts, local tourist resorts and national tourist destinations containing natural tourism resources, after obtaining an opinion from the State administrative body for tourism at the central level.

3. The body which is authorized to approve and make a decision on any master plan for development of tourism shall also be the body authorized to approve and make a decision on any amendment of such master plan.

**Article 21** *Administration and organization of implementation of master plans for development of tourism*

1. After a master plan for development of tourism has been approved and decided, the body which formulated such master plan shall be responsible to announce the plan and to provide information about the plan to the organizations and individuals concerned in order for the latter to commence implementation and to participate in supervision of implementation of the master plan.

2. The formulation and implementation of tourism development projects and projects which impact on tourism resources and any other projects related to tourism must comply with the master plan for development of tourism which has been approved and decided by the competent State body, and there must be an opinion from the competent State body for tourism.

3. Provincial people's committees shall allocate land from the land fund for tourism infrastructure, project works and material and technical facilities in tourist cities, tourist resorts and tourist destinations in accordance with master plans as approved, decided and announced; and shall not allocate or lease land to investment projects which are contrary to master plans or to investment projects with a negative impact on tourism resources and the environment.

4. All organizations and individuals shall be responsible to implement strictly the master plans for development of tourism which have been approved and decided; and shall not encroach on or use illegally any land zoned for tourism development.

#### **CHAPTER IV**

#### **Tourist Resorts, Tourist Destinations, Tourist Routes and Tourist Cities**

##### **SECTION 1**

##### ***TOURIST RESORTS, TOURIST DESTINATIONS AND TOURIST ROUTES***

**Article 22** *Classification of tourist resorts, tourist destinations and tourist routes*

Tourist resorts, tourist destinations and tourist routes shall be classified at the national or local level based on their scale, attractiveness to tourists, capacity to provide services, and quality of services.

**Article 23** *Conditions for recognition as tourist resort*

1. A tourist resort which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a national tourist resort:

(a) Having especially attractive tourism resources with the advantage of natural landscape and capable of attracting large numbers of tourists;



(b) Having an area of at least one thousand (1,000) hectares, including necessary areas for construction of tourist service buildings and facilities in conformity with the landscape and environment of the tourist resort; in special cases of smaller areas, the State administrative body for tourism at the central level shall submit a proposal to the Prime Minister of the Government for his consideration and decision;

(c) Having comprehensive tourism infrastructure, material and technical facilities which are capable of providing services for at least one million (1,000,000) tourist arrivals per annum, including necessary accommodation and tourism service facilities appropriate for the special characteristics of such tourist resort.

2. A tourist resort which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a local tourist resort:

(a) Having interesting tourism resources capable of attracting tourists;

(b) Having an area of at least two hundred (200) hectares, including necessary areas for construction of tourist service buildings and facilities;

(c) Having tourism infrastructure, material and technical facilities, and necessary accommodation and tourism service facilities appropriate for the special characteristics of such locality which are capable of providing services for at least one hundred thousand (100,000) tourist arrivals per annum.

#### **Article 24** *Conditions for recognition as tourist destination*

1. A tourist destination which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a national tourist destination:

(a) Having especially interesting tourism resources which satisfy the sightseeing requirements of tourists;

(b) Having the necessary tourism infrastructure and tourist service facilities which are capable of providing services for at least one hundred thousand (100,000) tourist arrivals per annum.

2. A tourist destination which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a local tourist destination:

(a) Having interesting tourism resources which satisfy the sightseeing requirements of tourists;

(b) Having the necessary tourism infrastructure and tourist service facilities which are capable of providing services for at least fifty thousand (50,000) tourist arrivals per annum.

#### **Article 25** *Conditions for recognition as tourist route*

1. A tourist route which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a national tourist route:

(a) It links various tourist resorts and tourist destinations, including national, inter-regional and inter-provincial tourist resorts and tourist destinations, and is linked to international border gates;

(b) It has measures to preserve the landscape and environment and there are service establishments for tourists along the route.

2. A tourist route which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a local tourist route:

(a) It links various tourist resorts and tourist destinations within the locality;

(b) It has measures to preserve the landscape and environment and there are service establishments for tourists along the route.

**Article 26** *Application file for recognition as tourist resort, tourist destination or tourist route*

1. An application file for recognition as a tourist resort shall comprise:

(a) Written submission from the competent State body for tourism requesting recognition as a tourist resort;

(b) Report on the overall master plan or specific master plan for development of tourism, enclosing a decision from the competent State administrative body as stipulated in article 20 of this Law.

2. An application file for recognition as a tourist destination shall comprise:

(a) Written submission from the competent State body for tourism requesting recognition as a tourist destination;

(b) Explanatory document on the tourist destination proposed for recognition.

3. An application file for recognition as a tourist route shall comprise:

(a) Written submission from the competent State body for tourism requesting recognition as a tourist route;

(b) Map of the tourist route on a scale of 1/1,500,000 for a national tourist route or on a scale of 1/100,000 for a local tourist route; and explanatory document on the proposed tourist route.

**Article 27** *Authority to recognize tourist resorts, tourist destinations or tourist routes*

1. The Prime Minister of the Government shall make decisions on the recognition of national tourist resorts, national tourist destinations and national tourist routes on the proposal of the State administrative body for tourism at the central level.

2. Chairmen of provincial people's committees shall make decisions on the recognition of local tourist resorts, local tourist destinations and local tourist routes on the proposal of the State administrative body for tourism at the provincial level.

3. The State administrative body for tourism at the central level shall announce national tourist resorts, national tourist destinations and national tourist routes after there is a decision on their recognition. Provincial people's committees shall announce local tourist resorts, local tourist destinations and local tourist routes after there is a decision on their recognition.

## **Article 28 Management of tourist resorts**

1. The contents of management of tourist resorts shall comprise:

- (a) Management of the work of master planning for and investment in development;
- (b) Management of business service activities;
- (c) Protection of tourism resources and ensuring environmental hygiene and social order and safety;
- (d) Implementation of other relevant laws.

2. Management of tourist resorts shall be regulated as follows:

(a) A management board must be established for a tourist resort, except where a tourist resort is assigned to an investor being an enterprise in which case the investor shall be responsible to manage the tourist resort in accordance with the items stipulated in clause 1 of this article;

(b) Chairmen of provincial people's committees shall make decisions on the establishment of the management board of any tourist resort located within the administrative boundaries of their province. Where a tourist resort is located within the administrative boundaries of two or more provinces and cities under central authority, the chairman of the people's committee of each province or city shall establish a management board of the tourist resort within the administrative boundary of the province or city administered by such people's committee. Management boards shall co-ordinate their activities in accordance with the regulations on management of tourist resorts issued by the State administrative body for tourism at the central level and the overall master plan for development of tourist resorts as approved by the competent State body. Where a tourist resort is associated with an area endowed with natural tourism resources or historical and cultural relics for which a specialized management board has been established, the management board of the tourist resort must include a representative from the specialized management board.

3. In the case of a tourist resort with tourism resources which are managed by another State body by way of a specialized management board, such specialized management board shall be responsible to co-ordinate with the management board of the tourist resort in order to facilitate the reasonable exploitation and use of the tourism resources for visitors and tourists.

## **Article 29 Management of tourist destinations**

Ministries and ministerial equivalent bodies in charge of State administration of natural resources and provincial people committees shall regulate the form of organization of management of tourist destinations based on the scale and characteristics of any one tourist destination, ensuring the following matters:

1. Protection and development of tourism resources, ensuring an hygienic environment.
2. Creation of favourable conditions for sightseeing visits by tourists.
3. Ensuring participation by local communities in tourism activities.

4. Maintaining social security, order and safety; and ensuring the safety of tourists.

#### **Article 30** *Management of tourist routes*

Provincial people's committees shall, within the scope of their respective duties and powers, co-ordinate with the Ministry of Transport and Communications in managing local tourist routes and the section of national tourist routes within the territory of the respective provinces and cities under central authority, ensuring the following matters:

1. Protection of social security, order and safety and of the landscape and environment along the tourist routes.
2. Creation of favourable conditions for traffic circulation by specialized means of tourist transportation.
3. Management of investment and construction of tourist service facilities along the tourist routes in accordance with master plans approved and decided by the competent State bodies.

### **SECTION 2** **TOURIST CITIES**

#### **Article 31** *Conditions for recognition as tourist city*

A city which satisfies all of the following conditions shall be recognized as a tourist city:

1. Having interesting tourism resources within the boundary of the city, or within the boundary of the city and adjacent areas.
2. Having comprehensive tourism infrastructure, material and technical facilities; satisfying the diverse requirements of tourists; and having a labour structure suitable for the requirements for development of tourism.
3. The tourism industry plays an important role in the economic structure and achieves the ratio of tourism revenue over total services revenue stipulated by the Government.

#### **Article 32** *Application files, procedures and authority for recognition as tourist city*

1. An application file for recognition as a tourist city shall comprise:
  - (a) Written request for recognition as a tourist resort from a provincial people's committee for submission to the Prime Minister of the Government;
  - (b) Copy of the overall master plan for development of tourism in the province or city under central authority;
  - (c) Proposal for recognition as a tourist city made in accordance with the conditions stipulated in article 31 of this Law.

2. The provincial people's committee shall submit the application file for recognition as a tourist city to the Prime Minister of the Government and shall send copies to the Ministry of Construction and to the State administrative body for tourism at the central

level.

The Ministry of Construction shall preside over co-ordination with the State administrative body for tourism at the central level and other relevant bodies in evaluating the application file and shall submit the evaluation to the Prime Minister.

3. The Prime Minister of the Government shall consider and make a decision on the recognition of a tourist city; and the State administrative body for tourism at the central level shall announce such decision.

#### **Article 33** *Management of development of tourist cities*

1. Management of development of tourist cities must ensure the following matters:

(a) Management of the construction master plan of the tourist city in conformity with the orientation for development of tourism as approved by the competent State administrative body;

(b) Management of investment projects for development of tourism in conformity with the approved master plan;

(c) Protection of tourism resources, landscape and environment; ensuring security, social order and safety;

(d) Ensuring quality of the goods and services provided to tourists;

(dd) Co-ordination of all resources of the city for the purpose of servicing the objectives of development of tourism.

2. The provincial people's committee in which a tourist city is located shall formulate regulations on the management of the tourist city and shall submit them to the Prime Minister of the Government for promulgation.

These regulations must conform with the requirements for protection of tourism resources, landscape and environment and with the orientation for development of tourism in such city.

### **CHAPTER V** **Tourists**

#### **Article 34** *Tourists*

1. Tourists comprise domestic tourists and international tourists.

2. *Domestic tourist* means a Vietnamese citizen or a foreign person permanently residing in Vietnam who travels for tourism purposes within the territory of Vietnam.

3. *International tourist* means a foreign person or a Vietnamese residing overseas who visits Vietnam for tourism purposes, or a Vietnamese citizen or foreign person permanently residing in Vietnam who travels abroad for tourism purposes.

#### **Article 35** *Rights of tourists*

1. To select the form of travel either as an individual or in a group; to select a part of

the whole of a tour program or tourist services provided by any organization or individual engaged in tourism business.

2. To request organizations and individuals engaged in tourism business to supply essential information on their tour programs and tourist services.

3. To be facilitated in the conduct of procedures for entry, exit and transit, customs and temporary residence; to be permitted to travel within the territory of Vietnam, except in prohibited areas, for sightseeing and tourism purposes.

4. To enjoy all tourist services in accordance with contracts between tourists and organizations and individuals engaged in tourism business; to be covered by tourism insurance and other types of insurance in accordance with law.

5. To be granted equal treatment; to request organizations and individuals engaged in tourism business to take measures to ensure the safety of the lives, health and property of the tourists during their use of tourism services; to be provided with relief and rescue in cases of emergency during their travel within the territory of Vietnam.

6. To be compensated in accordance with law for loss and damage caused by the fault of any organization or individual engaged in tourism business.

7. To lodge a complaint or denunciation or to institute proceedings regarding any act in breach of the law on tourism.

#### **Article 36** *Obligations of tourists*

1. To comply with the law of Vietnam on security, social order and safety; to respect and preserve the natural landscape, places of scenic beauty, the environment, tourism resources, and the traditional fine customs and practices at places being tourist destinations.

2. To abide by the rules and regulations of tourist resorts, tourist destinations, tourist cities and tourist accommodation establishments.

3. To pay services charges in accordance with contracts and other fees and charges in accordance with law.

4. To compensate in accordance with law for loss and damage to any organization or individual engaged in tourism business arising due to the fault of the tourist.

#### **Article 37** *Ensuring safety of tourists*

1. State bodies shall, within the scope of their respective duties and powers, be responsible to take necessary measures to prevent risks to tourists and to ensure the safety of the lives, health and property of tourists and to prevent conduct aimed at gaining unlawful profit from tourists.

2. In cases of emergency, the competent State bodies shall take prompt and necessary relief and rescue measures in order to minimize loss and damage to tourists.

3. Tourist resorts, tourist destinations and tourist cities shall take preventive measures against risks and shall organize units to guard tourists and to provide relief, rescue and

emergency aid to tourists.

4. Organizations and individuals engaged in tourism business shall be responsible to inform tourists of any emergency situation, epidemic or other danger to tourists; and to take necessary measures and to co-ordinate with the relevant bodies in providing relief, rescue and emergency aid to tourists.

## **CHAPTER VI** **Tourism Business**

### *SECTION 1*

#### *GENERAL PROVISIONS ON TOURISM BUSINESS*

##### **Article 38** *Tourism business lines*

*Tourism business* means a service business and comprises the following lines:

1. Travel business.
2. Tourist accommodation business.
3. Tourist transportation business.
4. Business of development of tourist resorts and tourist destinations.
5. Business in other tourist services.

##### **Article 39** *Rights of organizations and individuals engaged in tourism business*

1. To select tourism business lines and to register for one or more tourism business lines.
2. To be protected by the State in the conduct of lawful tourism business activities.
3. To organize and take part in tourism promotion activities and to be included in the general advertising list of the tourism industry.
4. To join domestic and international tourism associations and professional organizations.

##### **Article 40** *Obligations of organizations and individuals engaged in tourism business*

1. To establish enterprises and to register for tourism business in accordance with law.
2. To conduct tourism business in accordance with the provisions stipulated in business registration certificates or tourism business licenses as applicable to business lines which must be licensed.
3. To provide written notice to the competent State body for tourism regarding the time of commencement of business or of any change in the contents of business registration certificates or tourism business licenses.
4. To disclose publicly and clearly the details regarding the quantity, quality and price of goods and services to be supplied to tourists; to discharge all obligations to tourists as undertaken and to compensate for loss and damage caused to tourists due to the fault of

such organization or individual.

5. To take measures to ensure the safety of the lives, health and property of tourists; to inform promptly the competent bodies of any accident or of any risk which may occur or of any danger to tourists.

6. To comply with the regimes on reporting, statistics, and archiving of files and data in accordance with law.

**Article 41** *Overseas branches and representative offices of Vietnamese tourist enterprises*

The establishment of overseas branches and representative offices of Vietnamese tourist enterprises shall be implemented in accordance with the law of Vietnam, with the law of the host country, and with international treaties of which the Socialist Republic of Vietnam is a member.

Any Vietnamese tourist enterprise which has a branch or representative office overseas shall be responsible before the law of Vietnam and before the law of the host country for the operation of such branch or representative office.

**Article 42** *Branches and representative offices of foreign tourist enterprises in Vietnam*

The establishment and operation of branches and representative offices of foreign tourist enterprises in Vietnam shall be implemented in accordance with regulations of the Government.

**SECTION 2**  
**TRAVEL BUSINESS**

**Article 43** *Travel business enterprises*

1. Any organization or individual wishing to conduct travel business must establish an enterprise.

2. Travel business enterprises shall comprise domestic travel business enterprises and international travel business enterprises.

3. International travel business enterprises shall be permitted to conduct domestic travel business. Domestic travel business enterprises shall not be permitted to conduct international travel business.

**Article 44** *Conditions for conducting domestic travel business*

1. Having business registration for domestic travel business at a competent business registration office.

2. Having a business plan for domestic tourist operations and having tour programs prepared for domestic tourists.



3. Managerial personnel in domestic travel business operations must have at least three years experience in the travel business sector.

**Article 45** *Rights and obligations of enterprises conducting domestic travel business*

In addition to the rights and obligations of organizations and individuals engaged in tourism business as stipulated in articles 39 and 40 of this Law, enterprises conducting domestic travel business shall have the following rights and obligations:

1. To formulate tour programs for domestic tourists; and to advertise, sell and implement such tour programs.

2. To purchase tourism insurance for domestic tourists during the period of their tour when the tourists so request.

3. To comply with, to disseminate and to guide tourists to comply with the laws and regulations of the State on security, social order and safety, cultural traditions, national ethics and fine customs and the rules at places being tourist destinations.

4. To employ tourist guides to accompany tourists when the tourists so request; to be responsible for the activities of tourist guides in accordance with their contracts with the enterprise during the period they act as guides.

**Article 46** *Conditions for conducting international travel business*

1. Having an international travel business licence issued by the State administrative body for tourism at the central level.

2. Having a business plan for travel business operations; having tour programs prepared for international tourists within the scope of business stipulated in clause 1 of article 47 of this Law.

3. Managerial personnel in international travel business operations must have at least four years experience in the travel business sector.

4. Having at least three tourist guides who have been issued with international tourist guide cards.

5. Having lodged the security deposit as stipulated in the regulations of the Government.

**Article 47** *International travel business licences*

1. International travel business licences shall be issued according to the scope of business, comprising:

(a) Travel business for inbound tourists into Vietnam;

(b) Travel business for outbound tourists travelling abroad;

(c) Travel business for inbound tourists into Vietnam and for outbound tourists travelling abroad.

2. International travel business licences shall not be issued in the following cases:

(a) An enterprise has been dealt with administratively for conducting unlawful travel business activities within a period up to twelve (12) months prior to the date on which it applies for a licence;

(b) An enterprise has had its international travel business licence withdrawn within a period up to twelve (12) months prior to the date on which it applies for re-issuance of a licence.

3. International travel business licences shall be withdrawn in the following cases:

(a) An enterprise terminates its operations;

(b) An enterprise does not conduct any international travel business activities for eighteen (18) consecutive months;

(c) An enterprise commits a serious breach of this Law;

(d) An enterprise commits a breach for which the law stipulates the licence of the enterprise shall be withdrawn.

4. The collection and payment of fees for issuance of international travel business licences shall be implemented in accordance with the law on fees and charges.

#### **Article 48** *Application files and procedures for issuance of international travel business licences*

1. An application file for issuance of an international travel business licence shall comprise:

(a) Request for issuance of an international travel business licence;

(b) Copies of business registration certificate, business plan for international travel business operations, papers proving the operational experience of managerial personnel of the business, copies of tourist guide cards and of labour contracts between tourist guides and the enterprise, and certificate of security deposit payment.

2. Procedures for issuance of an international travel business licence shall be regulated as follows:

(a) The enterprise shall submit the application file for issuance of a licence to the State administrative body for tourism at the provincial level for the place where the enterprise has its head office;

(b) Within ten (10) working days from the date of receipt of a valid file, the State administrative body for tourism shall complete its evaluation and forward a proposal together with the file to the State administrative body for tourism at the central level for consideration and issuance of a licence; in the case of failure to satisfy the criteria for issuance of a licence, the State administrative body for tourism at the provincial level shall issue a written reply to the enterprise, specifying the reasons therefor;

(c) Within ten (10) working days from the date of receipt of the file and proposal from the State administrative body for tourism at the provincial level, the State administrative body for tourism at the central level shall consider the application and issue an international travel business licence to the enterprise; in the case of refusal, it shall issue a

written reply to the State administrative body for tourism at the provincial level and to the enterprise, specifying the reasons therefor.

**Article 49** *Change of international travel business licence*

1. An international travel business licence must be changed in the following cases:

- (a) Change of scope of international travel business;
- (b) Change of legal representative of the enterprise;
- (c) Change of name, transaction name or abbreviated name of the enterprise;
- (d) Change of form of the enterprise.

2. An application file for change of an international travel business licence shall comprise:

- (a) Request to change the international travel business licence;
- (b) International travel business licence already issued;
- (c) Documents relating to the change as stipulated in clause 1 of this article.

3. Procedures for change of an international travel business licence shall be regulated as follows:

(a) Within thirty (30) days from the date of the change in one of the items stipulated in clause 1 of this article, the enterprise shall submit an application file for change of its international travel business licence to the State administrative body for tourism at the central level;

(b) Within fifteen (15) working days from the date of receipt of a valid file as stipulated in clause 2 of this article, the State administrative body for tourism at the central level shall be responsible to consider the application and change the international travel business licence for the enterprise and notify the State administrative body for tourism at the provincial level for its information.

**Article 50** *Rights and obligations of enterprises conducting international travel business*

In addition to the rights and obligations of organizations and individuals engaged in tourism business as stipulated in articles 39 and 40 of this Law, enterprises conducting international travel business shall have the following rights and obligations:

1. Travel business for inbound tourists into Vietnam:

(a) To formulate tour programs for inbound tourists into Vietnam and for domestic tourists; and to advertise, sell and implement such tour programs;

(b) To assist tourists in the conduct of procedures for entry, exit and transit and for customs;

(c) To comply with, to disseminate, and to guide tourists to comply with the laws and regulations of the State on security, social order and safety, cultural traditions, national ethics and fine customs and the rules at places being tourist destinations;

(d) To employ tourist guides to accompany foreign tourists; to be responsible for the activities of tourist guides in accordance with their contracts with the enterprise during the period they act as guides.

2. Travel business for outbound tourists travelling abroad:

(a) To formulate tour programs for outbound tourists travelling abroad and for domestic tourists; and to advertise, sell and implement such tour programs;

(b) To purchase tourism insurance for Vietnamese tourists travelling abroad during the period of their tour;

(c) To assist tourists in the conduct of procedures for entry, exit and transit and for customs;

(d) To comply with, to disseminate, and to guide tourists to comply with the laws and regulations of the countries they visit;

(dd) To be responsible for managing tourists in accordance with the tour program signed with them.

**Article 51 Enterprises with foreign owned capital conducting travel business**

1. Foreign enterprises shall be permitted to conduct travel business in Vietnam in the form of a joint venture or other forms in accordance with the provisions of and the specific schedules stipulated in international treaties of which the Socialist Republic of Vietnam is a member.

In the case of a joint venture, it must be a joint venture with a Vietnamese enterprise which has an international travel business licence.

2. Enterprises with foreign owned capital which conduct travel business must satisfy the conditions on international travel business stipulated in clauses 2, 3, 4 and 5 of article 46 of this Law; and they shall have the rights and obligations of enterprises conducting international travel business stipulated in articles 39, 40 and 50 of this Law consistent with the scope of international travel business stipulated in their investment licences.

**Article 52 Contracts for travel**

1. *Contract for travel* means an agreement between an enterprise conducting travel business and a tourist or his or her representative for the performance of a tour program.

2. Contracts for travel must be made in writing.

3. In addition to the contents of a contract as required by the civil law, a contract for travel shall contain the following particulars:

(a) Description of the quantity, quality, time, and method of provision of services set out in the tour program;

(b) Clause on exemption of liability for events of *force majeure*;

(c) Conditions on financial responsibility and liability for any change of, addition to and cancellation of the contract;

(d) Clause on insurance for the tourist.

4. When a tourist purchases a tour program through a travel agent, the contract for travel shall be a contract between the tourist and the principal enterprise and must state the name and address of the travel agent.

#### **Article 53** *Conditions for conducting travel agency business*

1. *Travel agency business* means an organization or individual sells on commission a tour program designed by an enterprise conducting travel business to a tourist. Travel agents shall not be permitted to operate tours.

2. Organizations and individuals conducting travel agency business must satisfy the following conditions:

(a) Having business registration for travel agency business at a competent business registration office;

(b) Having a contract of agency signed with an enterprise conducting travel business.

#### **Article 54** *Contracts of travel agency*

1. A contract of travel agency must be made in writing between a principal being an enterprise conducting travel business and a travel agent being an individual or organization satisfying the condition stipulated in clause 2(a) of article 53 of this Law.

2. A contract of travel agency shall contain the following main items:

(a) Names and addresses of the principal and agent;

(b) Tour programs and prices of tour programs to be assigned to the agent;

(c) Rate of agency commission and timing of payment by the principal to the agent;

(d) Duration of effectiveness of the contract.

#### **Article 55** *Responsibilities of principals of travel agents*

1. To check and supervise the performance of the contract by the agent.

2. To operate the tour programs which are sold by the travel agent; to be liable to tourists for tour programs sold by the travel agent.

3. To provide the travel agent with guidelines and information relating to the tour programs.

#### **Article 56** *Responsibilities of travel agents*

1. Not to copy in any form the tour programs of their principal.

2. To formulate and retain files on the tour programs sold to tourists.

3. Not to sell tour programs at prices higher than the price offered by their principal.

4. To display a travel agency signboard at an easily accessible position at the office of

the agent.

5. To provide notice of the time of commencement of business to the State administrative body for tourism at the provincial level.

### *SECTION 3* *TOURIST TRANSPORTATION BUSINESS*

#### *Article 57 Tourist transportation business*

1. *Tourist transportation business* means the provision of transportation services for tourists along tourist routes in accordance with a tour program and at tourist resorts, tourist destinations and tourist cities.

2. Organizations and individuals engaged in tourist transportation business must have business registration and must satisfy the conditions stipulated by law for conducting the business of carriage of passengers.

#### *Article 58 Conditions for conducting tourist transportation business*

1. Having specialized means of tourist transportation which satisfy the standards and having an individual logo which was issued pursuant to article 59 of this Law.

2. Employing drivers and other service staff on the specialized means of transportation who have professional qualifications, who are physically fit and who have been trained in tourism services.

3. Taking measures to ensure the safety of the lives, health and property of tourists during the process of transportation; and having passenger insurance for tourists on board the means of transportation.

#### *Article 59 Issuance of logos for specialized means of tourist transportation*

1. Specialized means of tourist transportation must satisfy the standards on technical safety, environmental protection and service quality; and they must have been issued with an individual logo in the standard uniform form issued by the Ministry of Transport and Communications after consultation with the State administrative body for tourism at the central level.

2. The Ministry of Transport and Communications shall organize the issuance of individual logos for specialized means of tourist transportation after obtaining the opinion of the State administrative body for tourism at the central level.

3. Means of tourist transportation with individual logos shall be given priority in places to stop and park in order to collect and discharge tourists at bus stations, railway stations, airports, seaports, tourist resorts, tourist destinations and tourist accommodation establishments.

*Article 60 Rights and obligations of organizations and individuals engaged in tourist transportation business*

In addition to the rights and obligations of organizations and individuals engaged in tourism business as stipulated in articles 39 and 40 of this Law, organizations and individuals engaged in tourist transportation business shall have the following rights and obligations:

1. To select means of tourist transportation.
2. To transport tourists along tourist routes pursuant to contracts signed with tourists or with travel business enterprises.
3. To ensure that the conditions stipulated in article 58 of this Law are satisfied during the process of conducting business.
4. To purchase passenger insurance for tourists on board the means of tourist transportation.
5. To display the logo of a specialized means of tourist transportation in an easily accessible position on such means of transportation.

#### *SECTION 4* *TOURIST ACCOMMODATION BUSINESS*

##### *Article 61 Organizations and individuals engaged in tourist accommodation business*

1. Organizations and individuals satisfying all of the conditions stipulated in article 64 of this Law shall be permitted to conduct tourist accommodation business.
2. Individuals and organizations may conduct tourist accommodation business at one or more tourist accommodation establishments concurrently.

##### *Article 62 Types of tourist accommodation establishments*

Tourist accommodation establishments shall comprise:

1. Hotels.
2. Tourist villages.
3. Tourist villas.
4. Tourist apartments.
5. Tourist campsites.
6. Tourist guest houses.
7. Houses with rooms for rent to tourists.
8. Other tourist accommodation.

##### *Article 63 Classification of tourist accommodation establishments*

1. The tourist accommodation establishments stipulated in article 62 of this Law shall be classified according to quality standards as follows:
  - (a) Hotels and tourist villages shall be classified in five categories, namely "1 star", "2

star", "3 star", "4 star" and "5 star";

(b) Tourist villas and tourist apartments shall be classified in two business standard categories, namely "standard" and "high standard";

(c) Tourist campsites, tourist guest houses, houses with rooms for rent to tourists and other tourist accommodation establishments shall be classified in one category as satisfying the standard on tourist accommodation business.

2. The State administrative body for tourism at the central level shall promulgate the criteria for classifying tourist accommodation establishments, which criteria shall be applicable uniformly nationwide.

3. The State administrative body for tourism at the central level shall appraise and classify "3 star", "4 star" and "5 star" hotels and tourist villages and shall appraise and classify tourist villas and tourist apartments in the "high standard" category.

State administrative bodies for tourism at the provincial level shall appraise and classify "1 star" and "2 star" hotels and tourist villages; shall appraise and classify tourist villas and tourist apartments in the "standard" business category; and shall appraise and classify campsites, tourist guest houses, houses with rooms for rent to tourists and other tourist accommodation establishments in the "standard" business category.

4. The collection, payment and use of fees for classification of tourist accommodation establishments shall be implemented in accordance with the law on fees and charges.

5. Every three years after having been classified, a tourist accommodation establishment shall be re-appraised for recognition of its appropriate classification depending on the status of its current physical facilities and services.

#### **Article 64** *Conditions for conducting tourist accommodation business*

Organizations and individuals must satisfy all of the following conditions in order to conduct tourist accommodation business:

##### **1. General conditions:**

(a) Having business registration for tourist accommodation business;

(b) Taking measures to ensure security and order, hygienic environment, safety, fire prevention and fire fighting in accordance with the law on tourist accommodation establishments.

##### **2. Specific conditions:**

(a) Hotels and tourist villages must satisfy the minimum standards stipulated for each type and grade of establishment on construction, facilities and equipment, services, and professional and foreign language skills of managerial and service staff;

(b) Tourist villas and tourist apartments must satisfy the minimum standards stipulated for each type and grade of establishment on facilities, equipment and services;

(c) Tourist campsites, tourist guest houses, houses with rooms for rent to tourists and other tourist accommodation establishments must satisfy the minimum standards stipulated on facilities.



**Article 65** *Registration of classification of tourist accommodation establishments*

1. Within three months from the date of commencement of business operations, the owner of a tourist accommodation establishment must submit a file applying for registration of classification of such tourist accommodation establishment to the competent State body for tourism in order for the latter to appraise and classify the establishment.

2. The State administrative body for tourism at the central level shall issue regulations on procedures and application files for classification of tourist accommodation establishments.

**Article 66** *Rights and obligations of organizations and individuals conducting tourist accommodation business*

1. In addition to the rights stipulated in article 39 of this Law, organizations and individuals conducting tourist accommodation business shall have the following rights:

(a) To hire domestic or foreign organizations and individuals to manage, operate and work in the tourist accommodation establishment;

(b) To issue internal rules and regulations of the tourist accommodation establishment;

(c) To refuse to receive tourists or to cancel accommodation contracts of tourists who breach the law or the internal rules and regulations of the tourist accommodation establishment, or where the establishment is no longer capable of satisfying the needs of a tourist or where the needs of a tourist exceed the capability of the establishment;

(d) To select types of services and products not contrary to law in order to trade such services and products at the tourist accommodation establishment.

2. In addition to the obligations stipulated in article 40 of this Law, organizations and individuals conducting tourist accommodation business shall have the following obligations:

(a) To comply with the law on tourist accommodation business activities and to conduct business operations strictly in accordance with the line of business as registered;

(b) To display the name, type and class of the tourist accommodation establishment as recognized and only to advertise that the tourist accommodation establishment is of the type and class recognized by the competent State body for tourism;

(c) To list publicly the sale prices of goods and services and the internal rules and regulations of the tourist accommodation establishment in Vietnamese and in a foreign language; to inform tourists clearly of any sale promotion campaigns being offered by the tourist accommodation establishment in any one period of time;

(d) To guarantee the quality and stability of services and facilities and to maintain the standards of the tourist accommodation establishment stipulated for the appropriate type and class of establishment as recognized by the competent State body for tourism;

(dd) To take measures to ensure hygienic environment, hygiene and safety of foodstuffs, and safety of equipment; to comply strictly with regulations on fire prevention and fire fighting; and to ensure the safety of the lives, health and property of tourists;

(e) To implement strictly the regulations of the State administrative body for health in

the case of detection that a tourist has an infectious disease;

(g) To declare the temporary stay of tourists as required by law;

(h) To compensate tourists for loss and damage caused due to the fault of the tourist accommodation business.

3. The types of tourist accommodation establishment stipulated in clauses 1, 2, 3 and 4 of article 62 of this Law which have been classified with one or more stars or as high standard shall not be required to obtain business licences to conduct business in each type of goods and services on the list of goods and services for which business is subject to conditions, but they must register with the competent State body before conducting business in such goods and services.

#### SECTION 5

### BUSINESS OF DEVELOPMENT OF TOURIST RESORTS AND TOURIST DESTINATIONS

#### **Article 67** *Business of development of tourist resorts and tourist destinations*

1. Business in development of tourist resorts and tourist destinations shall include investment in conserving and upgrading existing tourism resources; exploitation of potential tourism resources; development of new tourist resorts and tourist destinations; construction and commercial operation of tourism infrastructure, material and technical facilities.

2. Organizations and individuals conducting business in development of tourist resorts and tourist destinations shall formulate projects in accordance with the master plan for development of tourism and shall submit their projects to the competent State body for approval.

3. Procedures for approval of projects shall be implemented in accordance with the law on investment and other relevant laws.

#### **Article 68** *Rights and obligations of organizations and individuals conducting business of development of tourist resorts and tourist destinations*

In addition to the rights and obligations stipulated in articles 39 and 40 of this Law, organizations and individuals engaged in business of development of tourist resorts and tourist destinations shall have the following rights and obligations:

1. To be granted investment incentives and to be allocated land with tourism resources suitable for the projects approved by competent State bodies in accordance with law.

2. To collect charges in accordance with the law on fees and charges.

3. To manage and protect tourism resources and the environment; to ensure security, social order and safety.

4. To manage services businesses in accordance with this Law and other relevant laws.

**SECTION 8**  
**TOURIST SERVICES BUSINESSES IN TOURIST RESORTS, TOURIST**  
**DESTINATIONS AND TOURIST CITIES**

**Article 69** *Tourist services businesses in tourist resorts, tourist destinations and tourist cities*

Tourist services businesses in tourist resorts, tourist destinations and tourist cities shall comprise travel businesses, tourist accommodation businesses, tourist transportation businesses, restaurants, shops, sports and entertainment, information and other services catering for tourists.

**Article 70** *Issuance of signboards certifying satisfaction of tourist service standards*

1. The State administrative body for tourism at the central level shall regulate the criteria and sample form for signboards certifying satisfaction of tourist service standards to be issued to establishments conducting business in tourist resorts, tourist destinations and tourist cities.

2. State administrative bodies for tourism at the provincial level shall appraise and issue signboards of satisfaction of tourist service standards to establishments which provide tourist services in tourist resorts, tourist spots and tourist cities under their administration.

**Article 71** *Rights and obligations of organizations and individuals conducting tourist services businesses in tourist resorts, tourist destinations and tourist cities*

1. Organizations and individuals conducting travel businesses, tourist accommodation businesses and tourist transportation businesses shall have the rights and obligations stipulated in articles 39 and 40 and the rights and obligations stipulated in articles 45, 50, 60 and 66 of this Law.

2. Organizations and individuals conducting tourist services businesses other than those stipulated in clause 1 of this article in tourist resorts, tourist destinations and tourist cities shall, in addition to the rights and obligations stipulated in articles 39 and 40 of this Law, have the following rights and obligations:

- (a) To erect signboards certifying satisfaction of tourist service standards;
- (b) To be selected by travel business enterprises to provide goods and services for the clients thereof;
- (c) To ensure they maintain tourist service standards throughout the course of conducting business;
- (d) To comply with the regulations of tourist resorts, tourist destinations and tourist cities as issued by competent bodies.