

Sản phẩm du lịch đặc thù: Cơ sở khoa học và thực tiễn

TRẦN VĂN THÔNG

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM

Nhận bài: 15/01/2019 - Duyệt đăng: 08/03/2019

Tóm tắt:

Chiến lược phát triển du lịch VN thời kỳ 2001 - 2010 và tầm nhìn đến năm 2020 đã xác định: “Phát triển du lịch bền vững, theo định hướng du lịch sinh thái và văn hóa - lịch sử, ...xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trong khu vực và thế giới”. Như vậy việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù đã được đặt ra như một nội dung chiến lược quan trọng của du lịch VN. Chính từ vấn đề thực tế đó tác giả đi sâu phân tích khái niệm, đặc điểm; cấu trúc; các yêu cầu; các nguyên tắc và các điều kiện xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù; phân tích thực tiễn phát triển sản phẩm du lịch đặc thù ở TP.HCM và ở TP.HCM nhằm tạo cơ sở khoa học cho xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù đúng hướng, phát huy hiệu quả và nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời gian tới.

Từ khóa: Sản phẩm du lịch đặc thù, điểm đến du lịch, phát triển du lịch bền vững.

Abstract:

In the National Strategy on Vietnam's tourism development in the period of 2001-2010, vision to 2020, formulated in 2002, the Government insisted that the tourism sector should focus on sustainable development, with the orientation of eco-tourism and cultural - historical travel, forming specific products with a high quality and competitiveness in the region and international market. In this regard, the mission of developing specific tourism products has been recognized as an important strategy in Vietnam's tourism sector. Taking that practical issue into consideration, the author of this article aims to find out the definition and structure, as well as the requirements, principles and conditions to build up a specific product; by analysing the current situation and development of this type of product in Ho Chi Minh City and some provinces in Mekong Delta in order to create a reliable foundation for scientific researches to develop the product properly, effectively and improve the competitiveness in the upcoming time.

Keywords: Specific tourism products, tourist destination, the tourism sustainable development.