

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỎ - ĐỊA CHẤT

BÁO CÁO SINH HOẠT HỌC THUẬT

Tên báo cáo:

Tiềm năng phát triển sản phẩm du lịch
đá quý ở Việt Nam

Cơ quan chủ trì: Trường Đại học Mỏ - Địa chất
Chủ nhiệm báo cáo: ThS. Phạm Thị Thanh Hiền

Hà Nội, 12/2023

MỞ ĐẦU

Lý do chọn đề tài

Sản phẩm là kết quả đầu ra của mọi ngành kinh tế. Sản phẩm là một đối tượng, hệ thống hoặc dịch vụ được cung cấp cho người tiêu dùng sử dụng dựa trên nhu cầu, nó là bất cứ thứ gì có thể được chào bán trên thị trường để đáp ứng mong muốn hoặc nhu cầu của khách hàng. Trong dịch vụ bán lẻ, sản phẩm được gọi là hàng hóa, sản phẩm được mua dưới dạng nguyên liệu thô và sau đó được bán dưới dạng thành phẩm sau quá trình sản xuất.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. (Khoản 5 Điều 3 Luật Du lịch 2017). Đứng ở vị trí của khách du lịch, “Sản phẩm du lịch là tất cả những gì khách được thụ hưởng trong chuyến du lịch”. Đối với nhà cung ứng du lịch, “Sản phẩm du lịch tập hợp những dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch” (Trần Đức Thanh và cs 2022, trang 356). Dưới góc độ của một địa phương, “Sản phẩm du lịch là những dịch vụ và hàng hóa phục vụ cho khách du lịch thực hiện loại hình du lịch đó” (Trần Đức Thanh và cs 2022, trang 359). Trong khi đó, theo Pirojnik I.I, (1985) du lịch là một ngành có định hướng tài nguyên rõ rệt (dẫn theo Trần Đức Thanh và Trần Thị Mai Hoa, 2017, trang 175). Như vậy sự hiện diện của sản phẩm du lịch ở một địa phương phụ thuộc rất nhiều vào tài nguyên ở đó. Việt Nam là một quốc gia có tài nguyên du lịch khá phong phú và đa dạng, từ các cảnh quan núi cao phía Bắc đến cảnh quan sông nước ở đồng bằng sông Cửu Long, từ địa hình cao nguyên đến địa hình ven biển suốt dọc 3260km đường bờ biển. Bên cạnh đó, với bề dày lịch sử, trên mảnh đất này còn có nhiều giá trị văn hóa do 53 tộc người cùng sinh sống tạo nên. Đây là tiền đề quan trọng tạo nên rất nhiều sản phẩm du lịch thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, trên thế giới nói chung, trong khu vực nói riêng, Việt Nam không phải là đất nước duy nhất có tài nguyên du lịch đa dạng và phong phú. Chính vì vậy, việc thu hút khách du lịch là một vấn đề rất được quan tâm của ngành du lịch nước nhà. Một trong những định hướng là phát triển sản phẩm du lịch. Đây cũng là một trong định hướng giải pháp trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 22 tháng 1 năm 2020.

Phát triển sản phẩm du lịch là việc gia tăng số lượng sản phẩm và nâng cao chất lượng của sản phẩm du lịch của địa bàn. Việc phát triển sản phẩm du lịch là rất quan trọng vì nó đóng góp vào nền kinh tế quốc gia. Việc phát triển sản phẩm du lịch không chỉ góp phần nâng cao thu nhập cho ngành du lịch mà còn kích thích các ngành kinh tế khác (như giao thông vận tải, thương mại, nông nghiệp, dịch vụ) phát triển theo.

Ngoài ra, phát triển sản phẩm du lịch còn giúp gia tăng giá trị văn hóa, lịch sử và giá trị thiên nhiên của một vùng đất. Việc thu hút du khách từ các quốc gia khác đến thăm quan và trải nghiệm sẽ giúp nâng cao nhận thức về văn hóa, lịch sử và bảo vệ môi trường của mỗi địa phương.

Dưới góc độ xã hội, phát triển sản phẩm du lịch tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân địa phương, giúp cải thiện đời sống và thu nhập của họ. Nếu được quản lý và phát triển đúng cách, du lịch cũng có thể góp phần vào phát triển bền vững của một khu vực.

Phát triển sản phẩm du lịch không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần vào việc bảo tồn và phát triển bền vững các giá trị văn hóa, lịch sử và thiên nhiên.

Bên cạnh đó phát triển du lịch còn góp phần nâng cao tính cạnh tranh của điểm đến du lịch Việt Nam trong bối cảnh du lịch các nước trong khu vực cũng có sức hút rất lớn đối với khách du lịch.

Trong xu thế đó, phát triển một loại hình sản phẩm mới như sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam là một hướng đi đúng đắn. Tuy nhiên cho đến nay, kể cả trong nghiên cứu và trong thực tiễn ở nước ta, chưa hình thành thành khái niệm sản phẩm du lịch đá quý. Chính vì vậy, nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam là một việc làm có tính cấp thiết, đáp ứng nhu cầu thực tế phát triển du lịch Việt Nam và cũng góp phần mở rộng khái niệm sản phẩm du lịch: sản phẩm du lịch đá quý

Chương 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÁ QUÝ

1.1. Tổng quan nghiên cứu về du lịch đá quý

Liên quan đến du lịch đá quý, đã rất phổ biến trên thế giới như ở Srilanka, Thái Lan, Trung Quốc hay một số quốc gia có nguồn tài nguyên đá quý phong phú và đa dạng. Tuy nhiên ở Việt Nam chưa có tác giả nào đề cập đến lĩnh vực này.

Theo Leila Gaafar và Michael Hess (2016), du lịch đá quý cần tập trung vào các vấn đề an sinh xã hội, đạo đức nghề nghiệp cho ngành công nghiệp đá quý để giúp khách du lịch sử dụng dịch vụ, mua sản phẩm đá quý được sản xuất và bán ra trên thị trường đều đáp ứng các tiêu chuẩn cho phép, phản ánh đúng giá trị thực của món hàng mà khách đã bỏ chi phí để sở hữu nó. Khi xã hội phát triển, đời sống con người được nâng cao thì nhu cầu làm đẹp cũng tăng lên. Tuy nhiên ngọc tự nhiên lại rất hiếm. Để đáp ứng nhu cầu này, con người đã tìm nhiều cách làm ra các chất giống ngọc tự nhiên để thay thế chúng. Các chất liệu này có thể là những chất được chế tạo hoàn toàn trong phòng thí nghiệm, mô phỏng theo các loại ngọc tự nhiên, nhưng cũng có thể là các sản phẩm kết hợp giữa hoạt động của tự nhiên và của con người. Một thực tế rằng, trên thị trường đá quý gặp rất nhiều hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Khách du lịch bỏ một số tiền rất lớn để được sở hữu viên đá mà họ yêu thích, mặc dù có chứng chỉ giám định nhưng vì lợi nhuận mà các nhà buôn bán đã nâng khống hoặc thổi phồng giá trị.

Đá quý thường có giá trị văn hóa và lịch sử đặc biệt. Chúng có thể liên kết với các truyền thống, tín ngưỡng và câu chuyện độc đáo của vùng đất nơi chúng được khai thác. Việc mua và sở hữu một món đá quý du lịch mang ý nghĩa văn hóa và lịch sử có thể tạo thêm sự kết nối và hiểu biết đối với địa điểm du lịch. Kết hợp du lịch đá quý với văn hóa vùng miền, bản sắc dân tộc tạo ra cơ hội kinh doanh và thu nhập cho các cộng đồng địa phương. Du khách không chỉ đến để khám phá cảnh quan thiên nhiên mà còn quan tâm đến văn hóa địa phương, giao lưu với cư dân địa phương, mua các sản phẩm và dịch vụ địa phương. Điều này thúc đẩy phát triển kinh tế và phát triển kinh tế của người dân.

Du lịch đá quý giúp tăng sự hiểu biết và sự đa dạng của trải nghiệm du lịch. (Arporn Wongnuch và Wanlapa Srirattanaphong, 2015). Một số minh chứng cho du lịch Thái Lan đó là sự gắn kết làm tăng cường giá trị của ngành công nghiệp du lịch tại Thái Lan, đồng thời đóng góp vào sự bảo tồn và phát triển của các khu vực khai thác đá quý và coi như là

điểm đến du lịch. Việc phát triển tuyến đường du lịch đá quý liên kết với văn hóa địa phương, bao gồm các hoạt động du lịch, các địa điểm tham quan danh lam thắng cảnh, lịch sử văn hóa và các sản phẩm du lịch được tạo ra từ đá quý là những thách thức và cơ hội mà việc phát triển du lịch mang lại cho cộng đồng khai thác đá quý tại Thái Lan, đặc biệt là trong việc xây dựng và quản lý tuyến đường du lịch đá quý. Du lịch đá quý sẽ không chỉ đóng góp vào sự phát triển kinh tế của cộng đồng địa phương mà còn giúp tăng cường nhận thức về giá trị văn hóa và lịch sử của địa phương, đồng thời thúc đẩy sự bảo tồn và phát triển của các di sản văn hóa tại Thái Lan.

Du lịch là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, Thái Lan và một số nước trên thế giới trong giai đoạn phát triển mới. Chiến lược phát triển du lịch bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại. Phát triển du lịch bền vững cũng là một trong những trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nhiều địa phương, giúp khai thác hiệu quả tiềm năng phát triển kinh tế, thực hiện mục tiêu giảm nghèo, bảo vệ môi trường, giữ gìn các giá trị, bản sắc văn hóa, bảo đảm công bằng và tiến bộ xã hội. Du lịch đá quý cũng không nằm ngoài quy luật đó, cần gắn với phát triển du lịch bền vững là vấn đề mà các điểm đến du lịch đá quý phải quan tâm. Những vấn đề liên quan như việc quản lý môi trường, đảm bảo an toàn cho du khách và cộng đồng địa phương nơi mà có các mỏ đá quý, có các cửa hàng buôn bán giao thương. Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và tạo ra các sản phẩm du lịch mang tính địa phương. Giúp tạo ra các công ăn việc làm cho người dân bản địa, thúc đẩy phát triển các dịch vụ hỗ trợ và góp phần quảng bá văn hóa địa phương.

T.A. Weerasinghe 2010, Yanyong Inmuong 2019 đều cho rằng định hướng du lịch đá quý theo hướng bền vững cần thiết phải phát triển các chiến lược để tăng cường giá trị thương mại của sản phẩm đá quý và trang sức như nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển kỹ năng của người lao động, tăng cường quản lý sản xuất và tiếp thị sản phẩm. Việc phát triển ngành du lịch đá quý cần sự hợp tác giữa các bên liên quan, bao gồm chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương. Du lịch đá quý có rất nhiều tiềm năng nhưng cũng gặp không ít các thách thức bao gồm sự cạnh tranh ngành nghề trong nền kinh tế, việc quản lý và bảo tồn các di sản văn hóa và thiên nhiên, và sự ảnh hưởng của các hoạt động khai thác đá quý đến môi trường và sức khỏe con người. Từ các thách thức đó mà các giải pháp

đã được đưa ra như việc tạo ra các sản phẩm du lịch mang tính địa phương nơi mà có các mỏ đá quý, tăng cường giám sát và quản lý môi trường, đảm bảo an toàn cho du khách và cộng đồng địa phương, đồng thời xây dựng các chính sách và quy định để giảm thiểu tác động của hoạt động khai thác đá quý đến môi trường và sức khỏe con người.

Phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo từ đá quý cần tập trung vào việc nghiên cứu tiềm năng của việc sử dụng nguồn lợi đá quý sẵn có của địa phương để tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo và tăng cường truyền tải thông điệp ứng dụng, giá trị đá quý đối với con người. (Thipparat Jongsureyapart và Teeraporn Laohajatsang, 2020). Đá quý thường có vẻ đẹp tự nhiên và độc đáo. Chúng có thể được chế tác thành các món trang sức, tượng, đồ trang trí và các sản phẩm nghệ thuật khác. Sở hữu một sản phẩm từ đá quý du lịch có thể mang lại niềm vui và sự trân trọng vẻ đẹp thiên nhiên và nghệ thuật. Một số vật phẩm được tạo ra từ đá quý đá trang sức, đá trang trí, đá mỹ nghệ, nghệ thuật khắc trên đá, vật phẩm phong thủy... được khai thác, chế tác và buôn bán ngay tại địa phương. Điều này có thể tạo ra thu nhập và việc làm cho người dân địa phương, đồng thời thúc đẩy sự phát triển kinh tế và bền vững trong khu vực du lịch. Phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo từ nguồn tài nguyên sẵn có để thu hút khách du lịch và tạo ra lợi ích kinh tế cho cộng đồng địa phương.

Ngoài Thái Lan, Sri Lanka là một trong những nơi nổi tiếng trên thế giới về ngành du lịch đá quý, đặc biệt là với những loại đá quý như ngọc lục bảo, saphir và ruby. Các mỏ đá quý của Sri Lanka nằm chủ yếu ở miền nam của đất nước này, đặc biệt là ở các khu vực Ratnapura, Elahera và Balangoda.

Du khách đến Sri Lanka có thể tham gia vào các chuyến thăm quan và khai thác đá quý để tìm hiểu về quá trình khai thác và chế tác các loại đá quý này. Ngoài ra, du khách cũng có thể ghé thăm các cửa hàng bán đá quý ở các thành phố lớn như Colombo, Kandy và Galle để mua các sản phẩm đá quý đẹp và chất lượng.

Trong nghiên cứu xác định các tiềm năng để thúc đẩy du lịch đá quý ở Sri Lanka, quan điểm của Buddhika, H.L.C và cs 2014, cho rằng du lịch đá quý là một thị trường du lịch ngách phục vụ khách đi du lịch để mua đá quý, nhưng đã bị lãng quên và chưa khai thác đúng với tiềm năng của điểm đến du lịch.

Hiện nay nhu cầu đi du lịch để mua đá quý trong các khu vực có đá quý ngày càng tăng. Hiện tượng khách du lịch ưa thích mạo hiểm, trải nghiệm và giải phóng bản thân đang

tìm kiếm những địa điểm xa xôi, chưa được khám phá, hoang sơ và tìm hiểu các nền văn hóa bản địa. Toàn bộ hiện tượng này đã được phân tích bởi nhiều học giả, những người thường giải thích nguyên nhân của nó là sự không hài lòng với công nghiệp hóa, công nghệ và tính hiện đại nói chung, cũng như mong muốn nhìn thấy cái khác “đích thực” là cái tự nhiên hơn, con người hơn và văn hóa hơn (Booms, B. H., and M. J. Bitner 1981, Jacob Cohen 1988).

Một phần mong muốn của khách du lịch đá quý coi du lịch đá quý như một hàng hóa tiêu dùng địa vị. Đá quý có thể là những vật phẩm có giá trị cao. Mua sắm sản phẩm từ đá quý du lịch có thể mang lại lợi ích tài chính, đặc biệt nếu bạn đầu tư vào những loại đá quý quý hiếm hoặc độc đáo. Khách đi du lịch, mua sắm những sản phẩm đá quý có giá trị như kim cương có màu sắc riêng, rubi, saphir sao 4 cánh, sao 6 cánh có độ trong suốt và trọng lượng lớn, để khẳng định giá trị bản thân, hoặc bản thân du khách mong muốn thăm quan khu mỏ với phong cảnh tự nhiên và nền văn hóa bản địa và tự tay khai thác từng viên đá quý, sở hữu nó sẽ tăng tính hấp dẫn.

Tuy nhiên, sau khi đã sở hữu món trang sức mà mình mua sắm trong chuyến du lịch, một số khách du lịch cho rằng giá cả không phù hợp, chất lượng không tương xứng với giá trị mà họ kì vọng (D.H.S. Maithripala và N.R. Ratnayake, 2012). Nhận thức của khách du lịch về các sản phẩm đá quý, đánh giá chất lượng và độ độc đáo của các sản phẩm đá quý, đạo đức trong kinh doanh du lịch đá quý còn đối mặt với nhiều thách thức để du lịch đá quý cố gắng thu hút khách du lịch và phát triển thị trường.

Để du lịch đá quý phát triển mạnh hơn, khai thác đúng với tiềm năng mà những địa phương có nguồn tài nguyên đá quý, W.M.D.S. Wijesinghe và M.H.M. Rameez (2016), cho rằng cần tăng cường tiếp thị và quảng bá sản phẩm. Cụ thể thứ nhất là tăng cường tiếp thị trực tuyến và sử dụng các công nghệ tiên tiến để quảng bá du lịch đá quý đến khách hàng trên toàn cầu. Thứ hai là xây dựng thương hiệu đá quý và trang sức bằng cách đưa ra những sản phẩm độc đáo và chất lượng cao. Thứ ba là đẩy mạnh chương trình khách hàng thân thiết để giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới. Thứ tư là tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế để tìm kiếm cơ hội kinh doanh mới và mở rộng thị trường xuất khẩu. Thứ năm là phát triển đa dạng các gói du lịch đá quý và trang sức để thu hút khách du lịch và tăng doanh số bán hàng.

Với các chiến lược tiếp thị hiệu quả, ngành du lịch đá quý và trang sức tại Sri Lanka đã và đang phát triển, đạt được thành công trên thị trường quốc tế.

1.2. Cơ sở lý luận về phát triển sản phẩm du lịch đá quý

1.2.1. Sản phẩm du lịch đá quý

1.2.1.1. Khái niệm

Sản phẩm du lịch đá quý là các sản phẩm và hoạt động du lịch xoay quanh đá quý. Đá quý được coi là những sản phẩm có giá trị cao vì vẻ đẹp độc đáo, có tính bền vững và ở mức độ hiếm có. Biểu hiện sản phẩm du lịch đá quý thể hiện ở

- Chuyến tham quan đá quý: Các chuyến tham quan có hướng dẫn viên đưa du khách đến các địa phương có hoạt động khai thác, chế tác và buôn bán đá quý như mỏ đá quý, xưởng chế tác cắt và đánh bóng cũng như các trung tâm cửa hàng buôn bán đá quý. Những chuyến tham quan này giới thiệu đến du khách thông tin chi tiết về ngành công nghiệp đá quý, quy trình khai thác, tay nghề của thợ thủ công để tạo ra viên đá quý tinh xảo và đặc điểm ngọc học của các loại đá quý.

- Bảo tàng và khu triển lãm đá quý: Các bảo tàng và khu triển lãm dành riêng cho đá quý trưng bày bộ sưu tập các loại đá quý hiếm và có giá trị. ở đây cung cấp cho khách du lịch những trải nghiệm giáo dục và thưởng ngoạn sản vật tự nhiên trong lòng trái đất, tạo cho họ cơ hội tìm hiểu về lịch sử địa chất hình thành nên những viên đá quý và ý nghĩa văn hóa của đá quý.

- Trải nghiệm mua sắm đá quý: Các điểm đến có ngành công nghiệp đá quý phát triển mang đến cơ hội cho du khách mua các sản phẩm từ đá quý như đồ trang sức có gắn đá quý, những viên đá quý rời và quà lưu niệm. Kinh nghiệm mua sắm đá quý có thể bao gồm các chuyến thăm chợ đá quý, cửa hàng nhỏ hoặc cửa hàng chuyên dụng.

- Các lớp học và buổi hội thảo về đá quý: Các lớp học và buổi hội thảo là cơ hội để khách du lịch tham gia vào các hoạt động liên quan đến đá quý. Những hoạt động này có thể thực hiện tại các xưởng cắt và đánh bóng đá quý, các lớp học làm đồ trang sức hoặc các buổi giám định đá quý. khách tham gia có thể học các kỹ thuật chế tác đá quý cơ bản và tạo ra những viên đá quý độc đáo cho riêng mình.

- Hội nhập văn hóa: Du lịch đá quý có thể được đan xen với văn hóa, truyền thống và lịch sử địa phương. Các buổi biểu diễn văn hóa, triển lãm nghệ thuật và trình diễn nghề

thủ công truyền thống liên quan đến đá quý có thể được đưa vào trải nghiệm du lịch. Điều này cho phép du khách đánh giá cao di sản văn hóa và nghề thủ công liên quan đến đá quý ở điểm đến.

- Lễ hội và sự kiện đá quý: Việc tổ chức các lễ hội và sự kiện theo chủ đề đá quý có thể thu hút cả du khách trong nước và quốc tế. Những sự kiện này có thể có triển lãm đá quý, cuộc thi, hội thảo và biểu diễn văn hóa, tạo ra trải nghiệm đá quý sôi động và đắm chìm.

- Các hoạt động bền vững: Du lịch đá quý nên nhấn mạnh các hoạt động bền vững trong ngành công nghiệp đá quý, chẳng hạn như khai thác có trách nhiệm, tìm nguồn cung ứng có đạo đức và thương mại công bằng. Làm nổi bật những nỗ lực hướng tới sự bền vững có thể nâng cao khái niệm tổng thể về sản phẩm du lịch đá quý, quảng bá điểm đến như một trung tâm đá quý có trách nhiệm và có ý thức về môi trường.

Tóm lại, theo tác giả đề xuất khái niệm sản phẩm du lịch đá quý nhằm mục đích cung cấp những trải nghiệm độc đáo và phong phú cho khách du lịch đồng thời thể hiện ý nghĩa văn hóa, lịch sử và kinh tế của đá quý tại một điểm đến. Nó tạo cơ hội cho du khách tìm hiểu, tham gia và đánh giá cao vẻ đẹp cũng như giá trị của đá quý đồng thời hỗ trợ cộng đồng và ngành công nghiệp đá quý địa phương

1.2.1.2. Các đặc điểm của sản phẩm du lịch đá quý

Vì sản phẩm du lịch là đá quý bao gồm tất cả những gì khách được sử dụng trong chuyến đi, nó cũng có những đặc điểm chung của sản phẩm du lịch thông thường và có những đặc điểm riêng.

Tính vô hình và hữu hình: Trong hoạt động kinh doanh du lịch, sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ nên nó có tính vô hình. Đây là đặc điểm cơ bản của sản phẩm du lịch mà nó khác với sản phẩm của các ngành nghề khác. Tuy nhiên đối với sản phẩm du lịch đá quý nó vừa có tính vô hình vừa có tính hữu hình. Vì nó vừa là dịch vụ du lịch vừa là hàng hóa du lịch. Sản phẩm đá quý có tính hữu hình (hàng hóa) khi mang giá trị về chất lượng, được xác định bằng chỉ tiêu giám định đá quý, thường ở Việt Nam được xác định bằng tiêu chuẩn 4C (colour, carat, cut, clarity), căn cứ vào các chỉ tiêu giám định đó khách hàng sẽ quyết định sản phẩm phù hợp với mục đích và nhu cầu thanh toán, quan trọng là

tạo niềm tin và sự yên tâm cho du khách. Khi sản phẩm du lịch đá quý có tính vô hình (sản phẩm dịch vụ) thì việc đánh giá trở nên cảm tính và khó khăn. Vì lúc này du khách đặt niềm tin vào việc đặt mua các tour du lịch khai thác đá quý, tham quan các bảo tàng, khu trưng bày đá quý, hay một chuyến đi trải nghiệm nâng cao kiến thức về đá quý... đem đến cho họ một chuyến đi giá trị và trải nghiệm. Bản chất trong tính hữu hình lại có tính vô hình và ngược lại, trong các tour du lịch khai thác đá quý, cũng đã có những loại đá quý được khai thác có giá trị và được công bố trên thị trường, những sản phẩm được khai thác từ các mỏ đá quý đã được kiểm định về chất lượng và tài nguyên trữ lượng.

Tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng: Đây cũng là đặc điểm khác biệt của sản phẩm du lịch với các sản phẩm khác. Đối với các loại sản phẩm của ngành nghề khác kết thúc quá trình sản xuất, đến tay người tiêu dùng thì sản phẩm mới trở thành hàng hóa. Trong sản phẩm du lịch đá quý được nhà cung ứng tạo ra và ngay lúc đó đã trở thành sản phẩm tiêu thụ của du khách. Du khách mua tour khám phá và khai thác vùng mỏ đá quý Lục yên Yên Bái, quá trình tạo ra sản phẩm của hướng dẫn viên du lịch như quá trình thuyết minh về sản phẩm đá quý có đặc điểm gì, nguồn gốc và cơ chế thành tạo gắn với quá trình hình thành địa chất khu vực, tác dụng và ý nghĩa của đá quý đối với tâm linh, sức khỏe của con người, giá trị của loại đá quý gắn với lịch sử địa phương, đây chính là quá trình tiêu thụ sản phẩm của du khách. Khi sản phẩm đá quý đóng vai trò là hàng hóa thì lúc này nó có tính lưu kho. Đó chính là sản phẩm được lưu hành mua bán trên thương trường như kim cương, rubi, saphir, spinel...các sản phẩm này nhà cung ứng và khách du lịch có thể kiểm tra, giám định, thử trước sản phẩm. Điều này giúp cho khách du lịch có cơ hội chọn lựa phù hợp với mục tiêu và giá cả phù hợp.

Tính không lưu kho: Do sản xuất và tiêu dùng trong các tour du lịch khai thác đá quý là hai quá trình diễn ra cùng thời điểm nên sản phẩm du lịch đá quý không thể lưu kho được. Ví dụ tour du lịch đá quý Hà Nội – Yên Bái đi 4 ngày 3 đêm tuy không phải ngày nào cũng có khách đặt tour. Các sản phẩm dịch vụ cung cấp cho khách để thực hiện chuyến đi như hướng dẫn viên, cơ sở lưu trú, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ cung cấp trang thiết bị kỹ thuật phục vụ du khách thực hiện tour du lịch đá quý không thể lưu lại để cho

thuê vào những ngày sau đó vì trong mỗi tour sẽ có những yêu cầu, chế độ tùy vào từng đoàn khách.

Tính trọn gói: Sản phẩm du lịch đá quý còn có đặc điểm nữa đó là tính trọn gói. Sự hoàn hảo trong tất cả các khâu của một chuỗi quy trình sẽ tạo ra được sản phẩm du lịch có chất lượng. Sản phẩm này được hình thành phục vụ du khách theo một quy trình, nó bao gồm từ các dịch vụ chính như cơ sở lưu trú; dịch vụ vận chuyển; đến nhà hàng ăn uống, dịch vụ đặc trưng như thuyết minh viên, hướng dẫn viên, và các dịch vụ bổ sung để phục vụ tối đa sự thoải mái về nhu cầu của du khách. Mục tiêu chính của chuyến đi du lịch đá quý không phải là các dịch vụ chính và dịch vụ đặc trưng nhưng ở đây đối tượng phục vụ là khách du lịch, là con người, mà đã là con người thì phải đảm bảo được các nhu cầu ăn uống, nghỉ ngơi, đi lại, đem lại cho du khách sự thoải mái, an toàn và yên tâm nhất có thể.

Tính không chuyển đổi quyền chủ sở hữu: Như đã nói ở trên, sản phẩm du lịch đá quý là dịch vụ hoặc hàng hóa nên khi khách hàng mua một chương trình du lịch khai thác sản phẩm đá quý tức là họ bỏ kinh phí ra mua dịch vụ trong suốt quá trình thực hiện chuyến đi. Họ đến khu mỏ khai thác đá quý không có nghĩa là họ mua quyền sở hữu toàn bộ nguồn tài nguyên tại mỏ, có thể trong việc xây dựng chương trình tour, hợp đồng giữa nhà cung ứng và khách du lịch của một số công ty lữ hành trên thế giới về chương trình du lịch khai thác đá quý có điều khoản hợp đồng du khách sẽ được toàn quyền sử dụng hợp pháp các sản phẩm đá quý mà du khách đã khai thác được trong quá trình thực hiện chuyến đi tùy theo chi phí du khách phải chi trả. Đây là điểm hấp dẫn lôi cuốn của sản phẩm du lịch đá quý ở nước ngoài người ta đã xây dựng như ở Srilanca, ở Ấn Độ, và các nước Nam Á.

Tính duy nhất: Sản phẩm du lịch đá quý là các dịch vụ cung cấp cho du khách vào thời gian, không gian và con người khác nhau, bản thân từng du khách đã là những cá thể riêng biệt, đến từ những nơi ở khác nhau và thực hiện chuyến đi vào thời gian khác nhau nên rõ ràng sản phẩm du lịch đá quý có tính duy nhất. Thời gian đẹp nhất ở miền Tây Bắc Việt Nam để du khách thực hiện chuyến đi khai thác sản phẩm du lịch đá quý là vào mùa hè hoặc mùa thu, thời tiết lúc này không bị mưa dầm ảm ướt hay rét cắt da cắt thịt. Tuy

nhiên có những ngày nắng đẹp thì sẽ có những đêm mưa rào, lúc đó nhu cầu sử dụng các dịch vụ phục vụ du khách sẽ đổi thay tùy vào điều kiện thực tế.

Tính địa lý: Sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam được tạo thành tại một số địa phương có nguồn tài nguyên đá quý như ở Yên Bái, Thanh Hóa, Nghệ An, các tỉnh thuộc Tây Nguyên như Gia lai, Kon Tum, ... tại mỗi địa phương này sẽ có phong tục tập quán riêng đặc trưng cho từng vùng miền, dân tộc. ở Yên Bái là tỉnh miền núi phía bắc, dân cư sống tại các làng bản ở huyện Lục yên chủ yếu là người dân tộc Tày, Nùng có những sắc thái văn hóa riêng khác biệt với cộng đồng dân cư sống ở Thanh Hóa, nghệ An hay ở đồng bào Tây Nguyên. Chính những phong tục tập quán, nơi ăn chốn ở, cách sống và sinh hoạt hàng ngày đã tạo ra cái đặc trưng riêng, mới lạ và hấp dẫn du khách mà không thể đem đi, vận chuyển hay đánh tráo tính địa lý của nó.

Tính thương hiệu: Sản phẩm du lịch đá quý là duy nhất, song tất cả các sản phẩm của nhà cung ứng phải đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định, đây chính là niềm tin của du khách.

Tính hợp tác của du khách trong quá trình sản xuất: Sản phẩm du lịch đá quý có thể gọi là sản phẩm mềm. nguồn tài nguyên đá quý ở Việt Nam rất phong phú và đa dạng, cũng vẫn quá trình sản xuất đó song du khách có thể hướng đến thị trường mục tiêu khác nhau tùy thuộc vào nhu cầu sở thích và khả năng chi trả kinh phí thực hiện chuyến đi. ở Lục Yên, Yên Bái có thể cung cấp cho du khách với sản phẩm đá quý ruby, đá bán quý spinel, thạch anh, turmalin với nhiều biến thể màu sắc khác nhau và tương ứng với nó cũng là giá trị thương phẩm khác nhau. Ở Gia lai, KonTum lại cung cấp cho du khách các sản phẩm du lịch đá quý saphir, đá mỹ nghệ.

1.2.2. Phát triển sản phẩm du lịch

"Phát triển" là thuật ngữ được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như phát triển kinh tế, phát triển xã hội, phát triển nguồn nhân lực, phát triển đội ngũ...Theo Từ điển tiếng Việt, "phát triển" là: "Biến đổi hoặc làm cho biến đổi từ ít đến nhiều, hẹp đến rộng, thấp đến cao, đơn giản đến phức tạp". Theo từ điển Hán - Việt, "phát triển" là mở rộng ra

hoặc lớn mạnh lên. Theo từ điển Oxford, "phát triển" là sự gia tăng dần của một sự vật theo hướng tiến bộ hơn, mạnh hơn. Theo từ điển Cambrige, "phát triển" là quá trình trong đó con người hay sự vật lớn lên hay thay đổi và trở lên tiến bộ hơn. Theo quan điểm triết học, phát triển là khái niệm biểu hiện sự thay đổi tăng tiến cả về chất, cả về không gian lẫn thời gian của sự vật, hiện tượng và con người trong xã hội. Như vậy, có thể hiểu phát triển là làm cho số lượng và chất lượng vận động theo hướng đi lên trong môi hỗ trợ, bổ sung cho nhau tạo nên một hệ thống nhất bền vững; sự tăng trưởng, là sự chuyển biến theo chiều hướng tích cực, tiến lên. Trong lĩnh vực du lịch, phát triển gắn với sự gia tăng số lượng và chất lượng tài nguyên du lịch, các nguồn lực lao động, cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, sản phẩm du lịch, thị trường du lịch và thu nhập từ du lịch. Theo Philip Kotler (2003), sự phát triển điểm đến thông qua các hoạt động tiếp thị điểm đến; đổi mới sản phẩm và năng lực quản lý điểm đến. Như vậy, phát triển điểm đến là một quá trình khai thác hiệu quả những giá trị tiềm năng của tài nguyên du lịch kèm theo các điều kiện về cơ sở hạ tầng, về cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động du lịch để tạo sản phẩm du lịch có chất lượng đáp ứng nhu cầu thị trường khách quốc tế; quản lý và tiếp thị điểm đến nhằm tạo ra hình ảnh điểm đến.

Nghiên cứu cầu khách du lịch có vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển sản phẩm du lịch đá quý, có mối quan hệ đối với chủ thể là địa phương hay quốc gia nhằm xác định phương hướng cho việc hình thành loại hình du lịch đá quý. Việc nghiên cứu cầu khách du lịch phụ thuộc vào sự am hiểu tường tận các điều kiện môi trường mà điểm đến du lịch đá quý.

Những khách hàng tiềm năng là những người trong tương lai sẽ quan tâm và sử dụng sản phẩm du lịch đá quý. Để sản phẩm du lịch đá quý có khả năng thu hút và nâng cao sức cạnh tranh, cần xác định rõ cung du lịch và cầu khách hàng, từ đó đề ra các chính sách tiếp thị và phát triển sản phẩm cho phù hợp. Chỉ có như vậy, sản phẩm du lịch đá quý mới có phát triển đồng thời thu hút thêm được các du khách mới trong tương lai.

Chương 2: TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH

ĐÁ QUÝ Ở VIỆT NAM

2.1. Điều kiện phát triển sản phẩm du lịch đá quý

2.1.1. Điều kiện kinh tế

Đây là một trong các điều kiện có tác động rất lớn đến phát triển du lịch đá quý ở Việt Nam. Trong nhóm các nhân tố kinh tế, trực tiếp ảnh hưởng đến chiến lược phát triển sản phẩm du lịch đá quý là tốc độ tăng trưởng kinh tế, kéo theo thu nhập của dân cư và cuối cùng tác động vào nhu cầu du lịch đá quý. Khi tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, dẫn đến thu nhập của dân cư tăng lên, những nhu cầu thiết yếu được thoả mãn, tầng lớp có thu nhập cao sẽ quan tâm nhiều hơn đến việc thoả mãn nhu cầu đi du lịch. Mức thu nhập của dân cư: khi thu nhập của người dân tăng lên, các nhu cầu thiết yếu đã được thoả mãn thì xuất hiện các nhu cầu cao cấp hơn trong đó có nhu cầu đi du lịch. Chính sách phát triển du lịch xác định rõ vị trí của ngành du lịch trong tổng thể các ngành kinh tế-xã hội và có định hướng, biện pháp đúng đắn để phát triển du lịch. Đây chính là nguồn lực - điều kiện tiên quyết để phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam. Du lịch là một ngành đòi hỏi đầu tư rất lớn. Những hạng mục đầu tư như khách sạn, khách sạn nghỉ dưỡng, tổ hợp khu vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng tiêu tốn hàng tỷ đô la Mỹ. Theo Đình Sơn, tính đến tháng 9.2020, Phú Quốc đã thu hút 276 dự án du lịch, trên diện tích gần 10.000 ha, tổng vốn đầu tư đăng kí 347.000 tỷ đồng (17-20 tỷ đô la Mỹ). Những khoản đầu tư lớn như vậy chỉ có thể xuất hiện khi điều kiện kinh tế phát triển. Bên cạnh nguồn vốn lớn phục vụ nhu cầu đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nền kinh tế phát triển còn tác động gián tiếp đến sự phát triển ngành du lịch thông qua phát triển các ngành kinh tế khác như nông nghiệp, công nghiệp chế biến lương thực thực phẩm, kiến trúc và xây dựng, dệt may, công nghệ thông tin và đặc biệt là giao thông vận tải.

2.1.2. Điều kiện kỹ thuật

Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là một yếu tố tiên đề không thể thiếu tạo nên sản phẩm du lịch đá quý.

- Cơ sở hạ tầng bao gồm tải hệ thống giao thông vận, hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống điện, nước, du lịch gắn với việc di chuyển con người trên phạm vi nhất định. Điều này phụ thuộc chặt chẽ vào hệ thống giao thông vận tải. Giao thông là một bộ phận của

cơ sở hạ tầng kinh tế, tuy nhiên hiện nay đã có một số phương tiện giao thông được sản xuất với mục đích chủ yếu phục vụ du lịch. Thông tin liên lạc là một bộ phận quan trọng của cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch. Nó là điều kiện cần để đảm bảo giao lưu cho khách du lịch trong nước và quốc tế. Trong hoạt động du lịch, nếu mạng lưới giao thông và phương tiện giao thông vận tải phục vụ cho việc đi lại của con người thì thông tin liên lạc đảm nhiệm việc chuyển tải tin tức một cách nhanh chóng và kịp thời, góp phần thực hiện các giao dịch giữa du khách và nhà cung cấp dịch vụ. Đặc biệt, trong thời đại hiện nay, phương tiện thông tin liên lạc không thể tách rời trong mọi hoạt động kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng. Khách du lịch là những người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên. Khi rời khỏi nơi cư trú thường xuyên đến một địa điểm khác, ngoài các nhu cầu về ăn, uống, ở, đi lại... du khách còn có nhu cầu đảm bảo về điện, nước để cho quá trình sinh hoạt được diễn ra bình thường. Cho nên yếu tố điện, nước cũng là một trong những nhân tố quan trọng phục vụ trực tiếp việc nghỉ ngơi giải trí của khách.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đóng một vai trò hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra và thực hiện sản phẩm du lịch đá quý cũng như quyết định mức độ khai thác tiềm năng du lịch đá quý nhằm thoả mãn nhu cầu của khách du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch bao gồm hệ thống cơ sở lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thể thao, trung tâm mua sắm, y tế... Cơ sở lưu trú như khách sạn, motel, làng du lịch, camping (lều trại), bungalow, biệt thự, nhà trọ. Các cơ sở ăn uống với hệ thống các phòng ăn, phòng trà, nhà kho, nhà bếp, các trang thiết bị, dụng cụ phục vụ cho việc chế biến và các trang thiết bị, dụng cụ phục vụ cho khách ăn uống. Các công trình thể thao, trung tâm thể thao với nhiều loại thiết bị chuyên dùng như: bể bơi, xe đua, sân quần vợt, sân golf, trường đua ngựa,... Các cơ sở y tế và chăm sóc sức khỏe phục vụ du lịch chữa bệnh và cung cấp dịch vụ bổ sung tại các điểm đến. Các công trình phục vụ chiếu phim, câu lạc bộ, phòng triển lãm là nơi tổ chức các sự kiện, chiếu phim, xem kịch, sinh hoạt câu lạc bộ chuyên đề... Các cơ sở dịch vụ bổ sung khác bao gồm: trạm xăng dầu, thiết bị cấp cứu, xưởng sửa chữa dụng cụ thể thao, phòng rửa.

2.1.3. Điều kiện an ninh an toàn

Du lịch là một hiện tượng và ngành kinh tế rất nhạy cảm với điều kiện an ninh an toàn. Khi xã hội ổn định, các ngành kinh tế có điều kiện thuận lợi để phát triển, mức sống của người dân tăng cao, cuộc sống thanh bình, thân thiện, an toàn là những yếu tố quan

trọng thúc đẩy người dân quyết định đi du lịch thường xuyên hơn. Các điểm đến có xã hội ổn định, có điều kiện đáp ứng được nhiều nhu cầu của khách du lịch hơn (Trần Đức Thanh và cs, 2022, trang 69).

Vì đây là yếu tố chi phối tổng thể và toàn diện đến phát triển hoạt động kinh doanh du lịch nói chung cũng như đến phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam. Sự ổn định về chính trị quốc gia là cơ sở thuận lợi để đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách lựa chọn các sản phẩm du lịch. Điều này rất có ý nghĩa đối với khách quốc tế. Thông thường nhân tố chính trị tác động đến sự phát triển kinh tế nói chung, trong đó có du lịch đá quý thông qua các đường lối, chính sách. Tại các quốc gia có chiến tranh, khủng bố hoặc có nhiều vấn đề về trật tự, an toàn xã hội, môi trường như: trộm cắp, cướp giết, gây gỗ, đặc biệt là bệnh dịch... sẽ tác động rất lớn đến nhu cầu, động cơ từ phía khách du lịch, đồng thời ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị của sản phẩm du lịch đá quý. Theo các chuyên gia, an toàn là yếu tố quyết định quan trọng đến khả năng cạnh tranh sản phẩm du lịch đá quý và cảm nhận về hình ảnh du lịch đá quý ở Việt Nam là mối quan tâm chính của khách du lịch khi lựa chọn du lịch, nhất là trong bối cảnh quốc tế có nhiều biến động hiện nay.

Việt Nam hiện nay có sự ổn định chính trị xã hội đáng kể. Đất nước ta đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng trong các lĩnh vực kinh tế, xã hội, giáo dục, y tế và an ninh quốc phòng.

Trong lĩnh vực chính trị, Việt Nam là đất nước chủ nghĩa xã hội với một chính phủ đại diện cho nhân dân. Việc quản lý chính quyền đã và đang thể hiện tốt vai trò là đất nước của dân, do dân và vì dân.

Về mặt xã hội, Việt Nam đang trải qua quá trình phát triển nhanh chóng, đặc biệt là ở các đô thị lớn. Tuy nhiên, một số vấn đề như bất bình đẳng thu nhập, phân hoá vùng miền, thiếu nhân lực và sự gia tăng các vấn đề môi trường đang coi như thách thức, từ đó lại chính là cơ hội để các địa phương nơi có thu nhập quân đầu người thấp thể hiện tiềm năng du lịch, cải thiện cuộc sống nhân dân

Trong thời đại toàn cầu hóa, tội phạm quốc tế gây hại đến du khách đang ảnh hưởng và có thể phá hủy các điểm du lịch trong thời gian ngắn, ngành du lịch và du khách rất nhạy cảm với các cuộc khủng hoảng. An toàn các sản phẩm du lịch đá quý là câu chuyện cần được thực hiện nhằm đảm bảo cho du khách tránh xa mọi yếu tố nguy hiểm để bảo toàn tính mạng và tài sản cho họ trong quá trình trải nghiệm sản phẩm du lịch đá quý ở

Việt Nam. Hệ thống pháp luật là công cụ quản lý của Nhà nước, liên quan trực tiếp đến quyền và nghĩa vụ cũng như lợi ích của các doanh nghiệp du lịch trong phát triển sản phẩm du lịch đá quý. Nó trực tiếp hoặc gián tiếp ảnh hưởng đến mỗi du khách trong quá trình tiêu dùng hoặc sử dụng sản phẩm du lịch đá quý. Vì vậy yếu tố pháp luật chi phối rất lớn đến việc phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam, nó có thể thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của du lịch đá quý ở Việt Nam trên cả hai phương diện cung và cầu. Để thực sự thúc đẩy khả năng phát triển sản phẩm du lịch đá quý, hệ thống pháp luật nước ta cần phải ổn định, đồng bộ, nhất quán và hướng vào những bức xúc đặt ra trong quá trình phát triển.

2.2. Tiềm năng cung để phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam

2.2.1. Nguồn lực tài nguyên

Trong tiếng Việt, những yếu tố của bản thân sự kiện, sự vật, hiện tượng, không gian được gọi là nguồn lực. Nếu các điều kiện là yếu tố khách quan thì nguồn lực là yếu tố chủ quan. Theo tác giả để phát triển sản phẩm du lịch đá quý thì mỗi một điểm đến, một khu vực, một địa phương hay một quốc gia cấu thành từ 3 nguồn lực chủ yếu là nguồn tài nguyên đá quý đây chính là nguồn lực cốt lõi, sau đó đến các nhà cung ứng du lịch và nguồn nhân lực. Du lịch là ngành có định hướng tài nguyên rõ rệt, tài nguyên du lịch có vai trò quan trọng trong tổ chức du lịch của đất nước, trong việc tạo nên vùng du lịch, tiểu vùng du lịch, điểm đến du lịch. Tài nguyên du lịch đá quý là những thành tạo tự nhiên, những tính chất, đặc điểm của đá quý, bao gồm quá trình hình thành đá quý, các quá trình địa chất nội sinh và ngoại sinh, cùng các giá trị thẩm mỹ, lịch sử, văn hóa, giải trí, kinh tế... của đá quý có sức hấp dẫn với khách du lịch và được khai thác đáp ứng nhu cầu du lịch, tận hưởng và thám hiểm, khám phá khoa học của khách du lịch. Những tài nguyên này thu hút khách du lịch quan tâm đến đá quý, ngọc, khoáng vật hoặc đồ trang sức, trang trí, mỹ nghệ. Du lịch đá quý tạo cơ hội cho du khách khám phá các mỏ đá quý, tìm hiểu về quá trình hình thành, quy trình khai thác và tham gia vào các hoạt động như trải nghiệm chế tác đá quý hoặc mua sắm trang sức đá quý.

Những tài nguyên du lịch đá quý này mang lại trải nghiệm độc đáo cho du khách quan tâm đến đá quý, cho phép họ tìm hiểu sâu hơn về quy trình khai thác, chế tác và buôn bán đá quý. Việt Nam được xếp vào những nước có tiềm năng về đá quý, đặc biệt là đá quý nhóm corindon. Ruby, saphir có chất lượng ngọc khá cao, nhiều viên đá có chất lượng tương tự ngọc vùng Mogok của Myanmar, là nơi cung cấp ruby đẹp nhất thế giới. Trong số

đó, có hai viên ruby kích thước lớn (nặng 2,58 và 1,96 kg), chất lượng ngọc cao, được phát hiện năm 1997, tại mỏ Tân Hương (Yên Bái) được coi là bảo vật quốc gia. Các mỏ và điểm quặng ruby, saphir nằm rải rác khắp đất nước. Theo một số kết quả nghiên cứu đã công bố thì ở Việt Nam đã phát hiện được 50 mỏ, 42 điểm quặng và 106 điểm khoáng hoá ruby, saphir với nhiều kiểu nguồn gốc phong phú. Tuy nhiên các mỏ lớn tập trung ở ba vùng: Yên Bái, Nghệ An và Tây Nguyên với 2 kiểu nguồn gốc nguyên sinh chính là biến chất và magma phun trào, ngoài ra nhiều mỏ trong vỏ phong hoá và sa khoáng. Mỏ ruby, saphir nguyên sinh ở Yên Bái và Nghệ An chủ yếu nằm trong đá hoa và đá metapelite với tuổi biến chất khoảng 21 - 22 triệu năm. Các mỏ saphir ở Tây Nguyên (Kon Tum, Đăk Nông, Lâm Đồng), Đồng Nai, Bình Thuận... nằm trong vỏ phong hoá Basalt kiềm với tuổi phun trào từ 7,7 đến 1,3 triệu năm. Ngoài ruby, saphir chất lượng ngọc được chế tác cho đồ trang sức, rất nhiều corindon chất lượng thấp được dùng để làm tranh mỹ thuật.

Ngọc beryl được tìm thấy ở Thạch Khoán (Phú Thọ), Thường Xuân (Thanh Hoá) và Hà Giang, bao gồm beryl màu xanh lục, lục phớt vàng, lục phớt lam và lam (aquamarin). Trong các thân pegmatit ở Thạch Khoán gặp nhiều đơn tinh thể beryl có trọng lượng xấp xỉ 100kg (cao 40 - 50cm, đường kính 25 - 30cm). Aquamarin được phát hiện ở Thạch Khoán và Thường Xuân. Tinh thể thường có màu lam nhạt với độ trong cao.

Loại ngọc emerald cũng đang được điều tra nghiên cứu về khả năng xuất hiện ở Hà Giang. Ngoài ruby, saphir và ngọc beryl, nhiều loại đá quý khác được tìm thấy ở Việt Nam, trong số đó có thể kể đến spinel, turmalin, Zircon, topaz, peridot, jad, thạch anh pha lê, amethyst, opal, tectit...

Dựa trên cơ sở tổng hợp, nghiên cứu đánh giá tiềm năng tài nguyên du lịch đá quý và phát triển sản phẩm du lịch đá quý ở Việt Nam kết hợp ý kiến các chuyên gia, các nhà khoa học địa chất và du lịch, tác giả giới thiệu một số hành trình du lịch đá quý:

Tuyến số 1: Chợ đá quý Lục Yên – Bình nguyên xanh Khai Trung

Tuyến số 2: Chợ đá quý Lục Yên – Hồ Thác Bà – Đền mẫu Âu Cơ

Tuyến số 3: Yên Bái – suối Giàng – Trạm Tàu

Tuyến số 4: Nghĩa Lộ - Mù Cang Chải – Tú lệ

Một số tuyến du lịch sinh thái ở Quỳnh Châu, Quỳnh Hợp Nghệ An kết hợp với du lịch đá quý. Một số tuyến du lịch khu vực Tây Nguyên, nơi có chứa đá quý saphir và một số đá bán quý như tuyến du lịch đá quý kết hợp thăm quan công viên địa chất DakNong.

2.2.2. Nguồn lực nhà cung ứng

Để tham gia hoạt động du lịch, khách du lịch phải đi đến các điểm đến, phải nghỉ ngơi và cần ăn uống trong suốt chuyến đi. Du khách cần kết nối các dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú sao cho hợp lý và thoải mái nhất. Ngoài ra tại các điểm đến du lịch đá quý, để hiểu biết hơn về quà tặng của thiên nhiên và văn hóa địa phương khách du lịch cần có người hướng dẫn thuyết minh.

Tài nguyên du lịch đá quý Việt Nam dù rất có giá trị, song nó chỉ ở dạng tiềm năng nếu không được khai thác, phục vụ khách du lịch. Các doanh nghiệp hoạt động trong ngành đá quý là đơn vị đứng ra tổ chức, giới thiệu giá trị của tài nguyên, kết nối và đưa những người có nhu cầu thưởng ngoạn các giá trị đá quý đến với địa điểm có tài nguyên du lịch đá quý ở Việt Nam. Nhà cung ứng du lịch đá quý là những doanh nghiệp, chủ cửa hàng, công ty khai thác, hoạt động liên quan đến đá quý và du lịch. Những nhà cung ứng này phục vụ cho du khách quan tâm đến đá quý, ngọc, đến cảnh quan tự nhiên đồng thời cung cấp nhiều dịch vụ khác nhau để nâng cao trải nghiệm du lịch. Các nhà cung ứng đóng một vai trò quan trọng trong việc quản lý và tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tìm hiểu các tài nguyên liên quan đến đá quý, cơ hội giáo dục và trải nghiệm độc đáo trong suốt hành trình của du khách. Có thể bằng cách hợp tác với các chuyên gia và doanh nghiệp địa phương, các nhà cung ứng dịch vụ du lịch đá quý cung cấp các dịch vụ toàn diện phù hợp với sở thích của những người đam mê và sưu tập đá quý.

Các doanh nghiệp lữ hành trực tiếp kết nối các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, hướng dẫn... để đáp ứng nhu cầu tham quan giải trí của khách tại điểm du lịch đá quý. Các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ lưu trú, nghỉ dưỡng đáp ứng các dịch vụ chính như ăn nghỉ cho khách du lịch tại các điểm du lịch đá quý. Ngoài ra, còn có các doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ vui chơi giải trí, góp phần thu hút và kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

Việc các doanh nghiệp kinh doanh du lịch hoạt động tại địa phương sẽ mang lại những thuận lợi nhất định, có hiểu biết sâu sắc về văn hoá bản địa. Hơn nữa, các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch còn nhận được hiệu ứng lan toả lớn hơn gấp nhiều lần từ sự ủng hộ của người dân địa phương. Như vậy, việc thu hút sự tham gia của các tổ chức vào hoạt động kinh doanh du lịch không chỉ tăng cường đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của du khách mà đặc biệt còn đem lại lợi ích trực tiếp và gián tiếp cho cộng đồng dân cư địa phương.

2.2.3. Nguồn nhân lực

Trong bối cảnh du lịch đá quý còn mới mẻ ở Việt Nam, nguồn nhân lực tiềm năng để tham gia vào du lịch đá quý là những người đã và đang hoạt động liên quan đến các khía

cạnh khác nhau của ngành công nghiệp đá quý, bao gồm công nhân khai thác đá quý, những người thợ chế tác mài, cắt và đánh bóng đá quý, những người buôn bán đá quý, cộng đồng dân cư địa phương nơi có các mỏ đá quý và những người tham gia các dịch vụ liên quan đến ngành du lịch. Nguồn nhân lực đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển và thành công của các điểm đến và doanh nghiệp du lịch đá quý.

Nguồn nhân lực là thể trạng sức khỏe và trí tuệ con người. Nó đóng vai trò quan trọng trong mọi hoạt động, là yếu tố được các công ty chú ý cả về chất lượng và số lượng. Trong lĩnh vực du lịch đá quý, một ngành vừa mang tính chất kinh tế vừa mang tính dịch vụ, nguồn cung nhân lực lại càng quan trọng. Một mỏ đá quý có tiềm năng, tạo ra nhiều viên đá màu sắc đẹp, trọng lượng lớn, có đặc điểm riêng biệt cũng không thể trở thành viên đá có giá trị đến tay khách hàng nếu đội ngũ lao động từ khai thác, chế tác sản phẩm không có kiến thức, tay nghề non kém.

Nguồn nhân lực du lịch đá quý là những người đang làm việc hoặc tìm kiếm việc làm trong lĩnh vực du lịch và lĩnh vực đá quý. Nguồn nhân lực du lịch đá quý gián tiếp gồm lực lượng lao động làm việc ở các lĩnh vực khác có liên quan đến hoạt động du lịch. Để có sản phẩm du lịch tốt, đòi hỏi nguồn nhân lực đảm bảo về số lượng, cơ cấu và chất lượng; có kiến thức, năng lực và thái độ tốt đáp ứng tiêu chuẩn kỹ năng nghề khu vực và thế giới. Lao động trong các doanh nghiệp trực tiếp cung ứng dịch vụ du lịch cũng như cộng đồng dân cư tham gia các hoạt động du lịch đá quý cần đáp ứng yêu cầu về sức khỏe, kiến thức, kỹ năng quản lý, kỹ năng nghề nghiệp; trình độ ngoại ngữ hướng tới đạt chuẩn; phong cách, đạo đức đạt mức độ tinh tế và nhạy cảm trong phục vụ và giao tiếp. Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, khi tự động hóa thay thế con người trong hầu hết các hoạt động dịch vụ. Tuy nhiên, đối với dịch vụ du lịch, chất lượng phục vụ của nguồn nhân lực là yếu tố góp phần tạo nên giá trị của sản phẩm du lịch đá quý

2.3. Tiềm năng cầu du lịch đá quý ở Việt Nam

2.3.1. Nhu cầu và sở thích

“Rừng vàng biển bạc” là câu nói quen thuộc của người xưa, chỉ sự giàu có, quý giá của thiên nhiên đất nước. Danh nhân Nguyễn Công Trứ đã có dụng ý khi đặt tên hai vùng đất mới do ông tổ chức khai khẩn lập nên là Tiền Hải (biển bạc) và Kim Sơn (núi vàng). Việt Nam là đất nước có đường bờ biển dài gần 3260 km, hàng triệu km² thềm lục địa, hàng ngàn con sông, với rất nhiều sản vật, diện tích núi rừng chiếm đến 40% với những cánh rừng nguyên sinh, hệ động vật và thực vật vô cùng phong phú. Nguồn tài nguyên khoáng sản của chúng ta cũng phong phú, nhiều chủng loại, trải dài từ Bắc chí Nam. Trong đó đá

quý là nguồn tài nguyên giàu tiềm năng. Du lịch đá quý ở Việt Nam mở ra con đường thăng thang và nhiều triển vọng, do đó cần có đường lối, chính sách mang tính định hướng, hỗ trợ, tạo điều kiện kịp thời để bắt nhịp với nhu cầu khách du lịch. Phát triển sản phẩm du lịch đá quý có tính chất liên ngành nên chỉ có thể phát triển bền vững nếu chính sách phát triển du lịch được tích hợp vào các chính sách tổng thể phát triển kinh tế-xã hội của quốc gia, địa phương. Ngoài các cơ chế, chính sách tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch đá quý, sự tham gia của cộng đồng cũng như sự hỗ trợ của chính phủ, các tổ chức phi chính phủ về nhân lực, tài lực, kinh nghiệm quản lý phát triển điểm đến du lịch đá quý như ở một số địa danh có hoạt động khai thác, chế tác đá quý (Yên Bái, Thanh Hóa, Nghệ An, các tỉnh tây nguyên), hai thành phố lớn có hoạt động buôn bán, giao thương đá quý (Hà Nội, Sài Gòn). Tuyên truyền quảng bá thu hút khách du lịch thì cần có chính sách hòa bình, hợp tác với các quốc gia trên thế giới. Cho phép mở rộng cho các mối quan hệ kinh tế, chính trị, văn hóa giữa các dân tộc; việc xóa bỏ các rào chắn, sự can thiệp của nhà nước qua những quy định xuất nhập cảnh thuận lợi là điều kiện cho hoạt động du lịch phát triển.

Đá quý đã được sử dụng từ rất lâu để trang trí và làm đẹp. Trong lịch sử, đá quý được coi là một biểu tượng của quyền lực, giàu có và thường được sử dụng làm đồ trang sức và vật phẩm trang trí quý giá. Ngày nay, đá quý vẫn được coi là một sản phẩm thẩm mỹ quý giá và là một phần của ngành công nghiệp trang sức toàn cầu. Nhu cầu về đá quý thường tăng cao trong các dịp đặc biệt như lễ tết, đám cưới hay các sự kiện quan trọng h một món quà có giá trị để lưu giữ kỉ niệm.

Đối với nhiều người dân, đá quý có giá trị tâm linh và văn hóa. Nhiều nền văn hóa truyền thống coi đá quý là một biểu tượng của sự may mắn và tài lộc và sử dụng chúng trong các nghi lễ tôn giáo hoặc trong các sự kiện đặc biệt. Ngoài ra, đá quý cũng được sử dụng trong y học cổ truyền, với nhiều loại đá quý được cho là có tính chất chữa bệnh và làm giảm căng thẳng.

Có thể nói rằng đá quý không chỉ là một vật phẩm thẩm mỹ quý giá mà còn là một phần của văn hóa và tâm linh của nhiều quốc gia trên thế giới. Các sản phẩm đá quý cũng tạo ra công ăn việc làm cho nhiều người, đóng góp vào phát triển kinh tế của các quốc gia sản xuất đá quý.

Tuy nhiên, nhu cầu về đá quý cũng phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như tình trạng kinh tế của mỗi du khách, trào lưu thị trường, xu hướng thời trang và cảm hứng sáng tạo của các nhà thiết kế. Một số loại đá quý như kim cương, ruby, sapphir và emerald luôn được coi là quý giá và có nhu cầu cao trên thị trường toàn cầu. Các loại đá quý khác như topaz, amethyst, aquamarine, peridot và tanzanit cũng được ưa chuộng và có thể có giá trị

cao tùy vào chất lượng và độ hiếm của chúng. Với sự phát triển của ngành công nghiệp trang sức nhu cầu về đá quý dường như sẽ không giảm sút trong tương lai gần.

2.3.2. Nhu cầu về du lịch đá quý

Trong thời kì hội nhập, tiếp cận với các nền văn hóa và kinh tế của phương tây, quan niệm xê dịch đã trở thành một nhu cầu phổ biến trong cộng đồng. Vì con người đã dần nhận ra giá trị du lịch mang lại, du lịch làm cho người ta mở rộng hiểu biết, nâng cao dân trí như nhận thức về du lịch của Viện sĩ Nguyễn Khắc Viện “ du lịch là sự mở rộng không gian văn hóa của con người”.

Nhu cầu về du lịch đá quý cũng giống như các loại hình du lịch khác, là cần có thời gian rảnh rỗi. Cho dù muốn trải nghiệm chuyến đi du lịch đá quý, cho dù có điều kiện kinh tế chi trả cho chuyến đi, song một số người không thực hiện được chuyến đi do họ không có thời gian rảnh. Phát triển sản phẩm du lịch đá quý được thực hiện trong thời gian rảnh của họ. Những chuyến đi vì mục đích khác như học tập, hội họp, thể thao, công tác...không nhất thiết là chuyến du lịch. Tuy nhiên nếu trong thời gian chuyến đi đó, họ có những khoảng thời gian rảnh để nâng cao sự hiểu biết, sự trải nghiệm, sự nhận thức tại chỗ về thế giới xung quanh thì chuyến đi đó được coi là chuyến du lịch kết hợp (Trần Đức Thanh và cộng sự, 2022). Ví dụ như trong thời gian công tác tại Yên Bái, con người có thể sắp xếp thời gian rảnh để đi chợ đá quý Lục Yên, mua sắm đá quý tại chợ, hay đi trải nghiệm vào các mỏ đá quý đã và đang khai thác. Lúc đó hình thành nhu cầu về du lịch đá quý ở Lục Yên, Yên Bái. Hay như trong chuyến học tập, hội họp tại thủ đô Hà Nội, con người có thể sắp xếp thời gian rảnh đi tham quan Bảo tàng đá quý DOJI, họ sẽ được trải nghiệm một không gian đặc biệt, mô phỏng từng hoạt động của việc khai thác và chế tác đá quý được minh họa sống động, hiểu được quá trình địa chất thành tạo ra các viên đá quý thô sơ, kết tinh vẻ đẹp của lòng đất, các sản phẩm trang sức đá quý kỳ công từ bàn tay thô sơ của các nghệ nhân, tham quan khu trưng bày và chiêm ngưỡng hàng trăm mẫu đá quý hiếm của Việt Nam cũng như thế giới, được tận mắt chiêm ngưỡng nhiều bảo vật vàng bạc đá quý đạt kỷ lục của Việt Nam. Đây là những bảo vật tự nhiên hiếm có, được lưu giữ tại bảo tàng mang giá trị văn hóa cũng như giá trị kinh tế khó có thể đong đếm. Bảo Hồng Ngọc đạt kỷ lục "Khối ruby sao nặng nhất Việt Nam", với trọng lượng 18,8 kg sở hữu sắc đỏ huyết bô cầu hiếm thấy trên thế giới, đạt chất lượng hoàn hảo với 6 cánh sao sắc nét bao trùm khối ngọc là vật phẩm rất có giá trị ở bảo tàng.

Theo Phan Trường Thị (2016), bên cạnh đó, đặc biệt với văn hóa người Á Đông, việc thực hiện nhu cầu về du lịch đá quý còn thể hiện ý nghĩa tâm linh. Việt Nam gần đây rất

thịnh hành phong trào phong thủy và vật phẩm phong thủy. Đó cũng là cách tiếp cận với thế giới tâm linh, mặt khác còn có ý nghĩa về địa lý học, tìm hiểu mối quan hệ giữa thiên nhiên (phương hướng, khí hậu, nước ngầm và địa chất) với đời sống con người và cộng đồng.

2.3.3. Khả năng chi trả

Khả năng chi trả của khách hàng đối với các sản phẩm du lịch đá quý là mức độ mà du khách có thể đủ khả năng để tham gia vào các trải nghiệm du lịch liên quan đến đá quý và mua các sản phẩm liên quan. Khả năng chi trả là một yếu tố quan trọng trong việc xác định khả năng tiếp cận và sự hấp dẫn của các dịch vụ du lịch đá quý. Để thực hiện chuyến du lịch đá quý thuần túy hay chuyến du lịch đá quý kết hợp thì du khách phải có kinh tế, tức là họ phải có khả năng chi trả cho chuyến đi vì khi nói đến đá quý là nói đến những đồ trang sức, trang trí, mỹ nghệ có giá trị. Khi đi du lịch đá quý, khách du lịch phải chi cho việc ăn, ở, ngủ nghỉ với mức chi cao hơn mức chi hàng ngày khi ở nhà. Ngoài ra họ còn phải chi cho đi lại, bên cạnh đó, khách thường sẽ chi cho nhu cầu mua sắm quà lưu niệm. Và chính quà lưu niệm bằng đá quý sẽ tiêu tốn một khoản kinh phí. Tùy thuộc vào loại đá quý, tùy thuộc vào màu sắc, kích thước và kỹ thuật chế tác mà khoản kinh phí này lớn nhỏ khác nhau.

Khả năng chi trả phụ thuộc vào từng đối tượng khách du lịch như: độ tuổi, nghề nghiệp, giới tính và nguồn gốc của khách du lịch... Mỗi một khách du lịch có nhu cầu chi tiêu khác nhau, nhưng đến các nơi có đá quý thì những sản phẩm được khách du lịch lựa chọn là những dịch vụ cho nhu cầu mua sắm đá quý, thăm quan đá quý, khai thác đá quý, những loại đá quý riêng biệt đặc trưng từng khu vực khác nhau là những sản phẩm thu hút khách du lịch chi tiêu nhiều nhất khi đến với du lịch đá quý

KẾT LUẬN

Việt Nam là quốc gia có tiềm năng cung sản phẩm du lịch đá quý thể hiện ở nguồn lực tài nguyên đá quý phong phú và chất lượng đặc biệt là đá quý nhóm corindon và nhiều loại đá quý khác. Đá quý phân bố nhiều ở các tỉnh Yên Bái, Thanh Hóa, Nghệ An, và các tỉnh thuộc Tây Nguyên. Nguồn lực nhà cung ứng du lịch đá quý chất lượng chính là những doanh nghiệp, chủ cửa hàng, công ty khai thác, hoạt động liên quan đến đá quý và du lịch. Những nhà cung ứng này phục vụ cho những du khách quan tâm đến đá quý, đồng thời cung cấp nhiều dịch vụ khác nhau để nâng cao trải nghiệm du lịch nhưng tập trung vào đá quý của họ. Nguồn nhân lực du lịch đá quý tiềm năng là những người đang làm việc hoặc tìm kiếm việc làm trong lĩnh vực du lịch và lĩnh vực đá quý, bao gồm nguồn nhân lực trực tiếp và gián tiếp. Nguồn nhân lực du lịch đá quý gián tiếp gồm lực lượng lao động làm việc ở các lĩnh vực khác có liên quan đến hoạt động du lịch.

Về tiềm năng cầu thì đá quý vẫn được coi là một sản phẩm thẩm mỹ quý giá và là một phần của ngành công nghiệp trang sức ở Việt Nam. Nhu cầu về đá quý thường tăng cao trong các dịp đặc biệt hay các sự kiện quan trọng như một món quà có giá trị để lưu giữ kỉ niệm. Đối với nhiều người dân, đá quý có giá trị tâm linh và văn hóa. Người dân Việt có văn hóa truyền thống Á Đông coi đá quý là một biểu tượng của sự may mắn và tài lộc và sử dụng chúng trong các nghi lễ tôn giáo hoặc trong các sự kiện đặc biệt. Để thực hiện chuyến du lịch đá quý thì du khách phải có kinh tế, tức là họ phải có khả năng chi trả cho chuyến đi vì khi nói đến đá quý là nói đến những đồ trang sức, trang trí, mỹ nghệ có giá trị. Khả năng chi trả phụ thuộc vào từng đối tượng khách du lịch như: độ tuổi, nghề nghiệp, giới tính và nguồn gốc của khách du lịch. Phát triển sản phẩm du lịch đá quý, khách du lịch sử dụng các dịch vụ phục vụ cho việc ăn, ở, ngủ nghỉ, với mức chi cao hơn mức chi hàng ngày khi ở nhà. Ngoài ra họ còn phải chi cho đi lại, bên cạnh đó, khách thường sẽ chi cho nhu cầu mua sắm quà lưu niệm. và chính quà lưu niệm bằng đá quý sẽ tiêu tốn một khoản kinh phí.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ariyaratne, M.M., (2014); [http://erepo.lib.uwu.ac.lk/bitstream/handle/123456789/1165/Porotov G.X. \(1977\).](http://erepo.lib.uwu.ac.lk/bitstream/handle/123456789/1165/Porotov%20G.X.%20(1977).)
2. Elisa Backer và Anja Hergesell, (2017); Tourism Product Innovation and Development through Co-creation; <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2013.06.001>
3. Harmony K. Musiyarira, Mallikarjun Pillalamarry, Ditend Tesh, Namate Nikowa, (2019); Formulating strategic interventions for the coloured gemstone industry in Namibia by utilising the logical framework approach; Department of Mining and Process Engineering, Namibia University of Science and Technology, Windhoek, Namibia; journal homepage: www.elsevier.com/locate/exis
4. Khoản 5 Điều 3 Luật Du lịch 2017
5. Ngụy Tuyết Nhung, (2008); Giáo trình ngọc học, NXB Trường Đại học Mở - Địa Chất
6. Ngụy Tuyết Nhung, Nguyễn Ngọc Khôi, Hoàng Thị Tuyết, (1995); Địa chất, khoáng sản và dầu khí Việt nam. Tập 2; Báo cáo Hội Nghị Khoa Học Địa chất Việt Nam
7. Nguyễn Kinh Quốc, (1995); Nguồn gốc, quy luật phân bố và đánh giá tiềm năng đá quý - đá kỹ thuật Việt Nam (Báo cáo đề tài KT.01.09); Lưu trữ TTTT & TLĐC
8. Phan Trường Thị, (2016); Đá quý và thế giới tâm linh; Đá quý Việt Nam; NXB thông tin và truyền thông
9. Reynard, Emmanuel, & Brilha, J, (2007); Geoheritage: A Multidisciplinary and Applied
10. Research Topic (Emmanuel Reynard & J. B. T.-G. Brilha (Eds.); pp. 3-9); Elsevier, [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809531-7.00030-7](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809531-7.00030-7).
11. Richard S. Aquino, Heike A. Schänzel, Kenneth F. Hyde, (2017); Analysing Push and Pull Motives for Volcano Tourism at Mount Pinatubo, Philippines; Geoheritage volume 11, pages 177–191.
12. Schutte, I. C, (2009); A strategic management plan for the sustainable development of geotourism in South Africa; North-West University.
13. Stephen L.J. Smith ([https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X))
14. Trần Đức Thanh và cs, (2022); Nhập môn du lịch; NXB Đại học Quốc gia Hà Nội