

Bài 31

VẤN ĐỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI, DU LỊCH

I – MỤC TIÊU CỦA BÀI HỌC

Sau bài học, HS cần :

1. Về kiến thức

- Hiểu được cơ cấu phân theo ngành của thương mại và tình hình hoạt động nội thương của nước ta.

- Biết được tình hình, cơ cấu giá trị xuất nhập khẩu và các thị trường chủ yếu của Việt Nam.
- Biết được các loại tài nguyên du lịch chính ở nước ta.
- Trình bày được tình hình phát triển và các trung tâm du lịch quan trọng.

2. Về kĩ năng

- Chỉ ra được trên bản đồ các thị trường xuất nhập khẩu chủ yếu ; các loại tài nguyên du lịch (tự nhiên, nhân văn) và các trung tâm du lịch có ý nghĩa quốc gia và vùng của nước ta.
- Phân tích số liệu, biểu đồ các loại liên quan đến thương mại, du lịch.

II – CÁC PHƯƠNG TIỆN DẠY HỌC

- Bản đồ Du lịch Việt Nam.
- Atlat Địa lí Việt Nam.
- Bảng số liệu, biểu đồ các loại về thương mại, du lịch.
- Tranh ảnh, băng hình về hoạt động thương mại và du lịch.

III – MỘT SỐ ĐIỂM CẨN LƯU Ý

1. Về nội dung

a) Ngày nay, thương mại của nước ta có vai trò to lớn trong nền kinh tế thị trường và hội nhập với khu vực và quốc tế.

– Về nội thương, các vùng có nền kinh tế phát triển, đồng thời cũng là các vùng có hoạt động nội thương diễn ra tấp nập như Đông Nam Bộ, Đồng bằng sông Hồng, Đồng bằng sông Cửu Long (GV có thể cho HS khai thác Atlat Địa lí Việt Nam, trang Thương mại).

– Từ khi đất nước bước vào công cuộc Đổi mới, hoạt động ngoại thương có những biến chuyển cơ bản.

+ Quy mô xuất khẩu tăng liên tục, từ 2,4 USD tỉ năm 1990 lên hơn 32,4 tỉ USD năm 2005 (khai thác hình 31.3 SGK). Đến năm 2006 đã có 21 mặt hàng chủ lực đạt kim ngạch trên 100 triệu USD/1 mặt hàng, trong số này có 9 mặt

hàng đạt kim ngạch hơn 1 tỉ USD/1 mặt hàng. Thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng với các bạn hàng lớn nhất là Hoa Kì, Nhật Bản, Trung Quốc, EU, Ôxtrâylia.

Tuy nhiên, một trong những hạn chế chính về xuất khẩu của nước ta là tỉ trọng hàng đã qua chế biến hoặc tinh chế còn thấp và tăng chậm. Tỉ lệ hàng gia công còn khá lớn.

+ Giá trị hàng nhập khẩu của nước ta tăng nhanh, từ hơn 2,8 tỉ USD năm 1990 lên 36,8 tỉ USD năm 2005. Mức tăng nhập khẩu phản ánh sự phục hồi và phát triển của sản xuất và tiêu dùng cũng như phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu.

Về cơ cấu thị trường, tuy thị phần châu Á giảm nhẹ, song vẫn chiếm hơn 80% kim ngạch nhập khẩu và còn cách khá xa so với mục tiêu giảm thị phần của châu lục này xuống 55%.

Giá trị nhập khẩu tăng và xu hướng tăng tỉ trọng tư liệu sản xuất là kết quả tất yếu của việc tăng cường xuất khẩu. Tuy vậy, tốc độ tăng cao của nhóm nguyên, nhiên, vật liệu lại chứng tỏ sự phụ thuộc nhiều của các mặt hàng xuất khẩu vào nguyên liệu nhập.

b) So với nhiều nước trong khu vực, tài nguyên du lịch của nước ta tương đối phong phú và đa dạng.

– Căn cứ vào sơ đồ các loại tài nguyên du lịch của nước ta để phân tích về các loại tài nguyên du lịch. Tuy nhiên cần lưu ý, nước ta đã có 5 di sản vật thể được UNESCO công nhận. Đó là Cố đô Huế (di sản văn hoá, được công nhận tháng 12 – 1993), vịnh Hạ Long (di sản thiên nhiên, 12 – 1994), Phố cổ Hội An và Di tích Mỹ Sơn (di sản văn hoá thuộc tỉnh Quảng Nam, cả hai đều được công nhận tháng 12 – 1999), VQG Phong Nha – Kẻ Bàng (di sản thiên nhiên ở tỉnh Quảng Bình, 7 – 2004). Về di sản văn hoá phi vật thể, đó là Nhã nhạc cung đình Huế và Không gian văn hoá cổng chiêng Tây Nguyên.

– Ngành du lịch của nước ta chính thức ra đời khi Công ty Du lịch Việt Nam được thành lập ngày 9 – 7 – 1960 theo Nghị định 26/CP của Chính phủ. Tuy nhiên, du lịch thật sự phát triển mạnh mẽ và trở thành một ngành quan trọng chỉ từ đầu thập kỉ 90 của thế kỉ XX cho đến nay. (GV có thể khai thác các hình 31.5, 31.6 trong bài).

– Về sự phân hoá lãnh thổ, nước ta hình thành 3 vùng du lịch : vùng Bắc Bộ, vùng Bắc Trung Bộ, vùng Nam Trung Bộ và Nam Bộ.

Vùng du lịch Bắc Bộ bao gồm 29 tỉnh thành từ Hà Giang đến Hà Tĩnh với thủ đô Hà Nội là trung tâm của vùng và có tam giác tăng trưởng du lịch : Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh. Sản phẩm du lịch tiêu biểu là du lịch văn hoá kết hợp với du lịch sinh thái, tham quan, nghỉ dưỡng.

Vùng du lịch Bắc Trung Bộ gồm 6 tỉnh, thành phố (Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên – Huế, Tp. Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi) với 2 trung tâm đồng vị có ý nghĩa quốc gia là Huế và Đà Nẵng. Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là du lịch tham quan các di tích văn hoá – lịch sử kết hợp với du lịch biển, hang động và du lịch quá cảnh.

Vùng du lịch Nam Trung Bộ và Nam Bộ bao gồm 29 tỉnh, thành phố còn lại với TP. Hồ Chí Minh là trung tâm du lịch và tam giác tăng trưởng du lịch : TP. Hồ Chí Minh – Nha Trang – Đà Lạt. Các sản phẩm du lịch quan trọng là du lịch tham quan, nghỉ dưỡng ở biển và núi, du lịch sông nước và du lịch sinh thái.

2. Về phương pháp

Đặc điểm của bài 31 là nhiều kiến thức (thương mại, du lịch). Do vậy việc đổi mới phương pháp có vai trò rất quan trọng. GV nên sử dụng một số phương pháp dạy học tích cực, đồng thời triệt để khai thác kênh hình (các sơ đồ, biểu đồ, bản đồ) trong SGK cũng như bản đồ giáo khoa treo tường và Atlat Địa lí Việt Nam.

IV – TIẾN TRÌNH DẠY HỌC

1. Mở đầu, GV nên giới thiệu thương mại và du lịch là hai ngành thuộc khu vực dịch vụ đang ngày càng có vai trò quan trọng trong nền kinh tế nước ta.

2. Về thương mại, trọng tâm là hoạt động ngoại thương.

– GV yêu cầu HS phân tích hình 31.1 để làm rõ nội thương được phát triển mạnh một phần quan trọng là do chính sách nhiều thành phần kinh tế.

– Về sự thay đổi cơ cấu trị giá xuất nhập khẩu, GV yêu cầu HS nhận xét hình 31.2 và làm nổi bật tình trạng nhập siêu. Sau đó, GV giúp HS tái hiện kiến thức đã học ở lớp 9 và biểu đồ trong bài để làm rõ tình hình và thị trường xuất nhập khẩu của nước ta.

3. Về du lịch, GV dựa vào sơ đồ tài nguyên du lịch để làm rõ 2 nhóm là tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn. GV yêu cầu HS trả lời câu hỏi giữa bài,

sau đó hệ thống hoá các tài nguyên du lịch chính của nước ta kết hợp với việc sử dụng hình 31.5 trong SGK, bản đồ giáo khoa treo tường Du lịch Việt Nam và Atlat Địa lí Việt Nam.

– Dựa vào hình 31.6 SGK, HS có thể hiểu được tình hình phát triển du lịch với một số tiêu chí chính như số lượt khách (quốc tế, nội địa), doanh thu và cơ sở lưu trú (khách sạn). Nếu sử dụng bản đồ giáo khoa treo tường hoặc Atlat Địa lí Việt Nam còn có thể có thêm một vài tiêu chí khác.

– Về các trung tâm, chỉ yêu cầu nhớ được các trung tâm có ý nghĩa quốc gia và một số trung tâm tiêu biểu có ý nghĩa vùng. GV nên tận dụng các kiến thức có trong hình 31.5 hoặc Atlat Địa lí Việt Nam.

V – THÔNG TIN BỔ SUNG

1. Nội thương

TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HOÁ VÀ DOANH THU DỊCH VỤ TIÊU DÙNG TÍNH THEO GIÁ THỰC TẾ

(Đơn vị : tỉ đồng)

Vùng, thành phố	Năm 2000	Năm 2005
Cả nước	220411	480292
Đồng bằng sông Hồng	43120	96422
– Hà Nội	21973	44823
Trung du và miền núi Bắc Bộ	13392	35099
Bắc Trung Bộ	14858	30021
Duyên hải Nam Trung Bộ	20575	46707
Tây Nguyên	7599	17398
Đông Nam Bộ	77361	157144
– TP. Hồ Chí Minh	57988	107977
Đồng bằng sông Cửu Long	43506	97501

Nguồn : Niên giám thống kê Việt Nam 2006

2. Ngoại thương

CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU TRÊN 1 TỶ USD NĂM 2006

STT	Mặt hàng	Kim ngạch (triệu USD)
1	Dầu thô	8323
2	Dệt may	5802
3	Giày dép	3555
4	Thuỷ sản	3364
5	Sản phẩm gỗ	1904
6	Điện tử, máy tính	1770
7	Gạo	1306
8	Cao su	1273
9	Cà phê	1101

Nguồn : Kinh tế Việt Nam và thế giới (2005 – 2006)

12 mặt hàng xuất khẩu khác có kim ngạch hơn 100 triệu USD/mặt hàng gồm có than đá (927 triệu USD), dây và cáp điện (701 triệu USD), hạt điều (505 triệu USD), túi xách – ví – vali (490 triệu USD), sản phẩm nhựa (478 triệu USD), gốm sứ (264 triệu USD), rau quả (263 triệu USD), mây – tre – cói – thảm (195 triệu USD), hạt tiêu (190 triệu USD), đá quý và kim loại quý (169 triệu USD), chè (111 triệu USD), xe đạp và phụ tùng xe đạp (110 triệu USD).