
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HOÁ HÀ NỘI

KHOA VĂN HOÁ DU LỊCH

=====***=====



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ ĐỊNH
HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY TNHH
DU LỊCH KHOA VIỆT

Giảng viên hướng dẫn : **Tiến sĩ Dương Văn Sáu**
Sinh viên thực hiện : **Nguyễn Thị Lan**
Lớp : **VHDL 13A**
Niên khóa : **2005 – 2009**

HÀ NỘI - 2009

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	6
1. Lý do chọn đề tài	8
2. Mục đích	9
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	10
4. Phương pháp nghiên cứu	10
5. Bố cục khoá luận	10
6. Lịch sử nghiên cứu vấn đề	10
Chương 1: KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY TNHH DU LỊCH KHOA VIỆT	12
1.1. Quá trình hình thành, chức năng nhiệm vụ của Công ty TNHH Du Lịch Khoa Việt	12
<i>1.1.1. Quá trình hình thành của Công ty TNHH Du Lịch Khoa Việt</i>	12
<i>1.1.2. Chức năng nhiệm vụ của công ty</i>	21
1.2. Cơ cấu tổ chức hoạt động của công ty	22
Chương 2: HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY DU LỊCH KHOA VIỆT	29
2.1. Những đặc trưng trong hoạt động kinh doanh của công ty du lịch Khoa Việt	29
2.2. Chiến lược kinh doanh của công ty	33
<i>2.2.1. Lựa chọn thị trường mục tiêu</i>	33
<i>2.2.2. Chính sách sản phẩm</i>	39
<i>2.2.3. Chính sách giá</i>	45
<i>2.2.4. Chính sách phân phối và quan hệ đối tác</i>	48
<i>2.2.5. Chính sách xúc tiến và hoạt động quảng cáo</i>	50
<i>2.2.6. Chính sách con người</i>	57
2.3. Kết quả kinh doanh của công ty TNHH Du Lịch Khoa Việt từ năm 2004 đến 2008	57

2.4. Đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty du lịch Khoa Việt.....	72
2.4.1. Những thành công cơ bản	72
2.4.2. Những mặt còn tồn tại.....	75
Chương 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH DU LỊCH KHOA VIỆT.....	76
3.1. Tình hình kinh doanh du lịch ở Việt Nam hiện nay.....	76
3.2. Các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh đối với công ty du lịch Khoa Việt.	79
3.2.1. Lựa chọn thị trường mục tiêu trong thời gian tới.	80
3.2.2. Chiến lược sản phẩm	82
3.2.3. Chính sách giá.	91
3.2.4. Chính sách phân phối.....	94
3.2.5. Chính sách xúc tiến, quảng cáo.....	95
3.2.6. Chính sách con người.....	97
KẾT LUẬN.....	99
PHỤ LỤC	
TÀI LIỆU THAM KHẢO	

LỜI MỞ ĐẦU

Ngày nay, trên phạm vi toàn thế giới, du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống văn hoá- xã hội. Hoạt động du lịch đang được phát triển một cách mạnh mẽ, trở thành một ngành kinh tế quan trọng ở nhiều nước trên thế giới.

Trong điều kiện kinh tế phát triển, du lịch là hoạt động thiết yếu trong cuộc sống bình thường của mỗi người dân. Ở các chuyến du lịch trong hoặc ngoài nước, con người không chỉ dừng lại ở việc nghỉ ngơi, giải trí, mà còn nhằm thoả mãn cả những nhu cầu to lớn về mặt tinh thần. Mỗi quốc gia, dân tộc đều có những đặc trưng riêng biệt về tự nhiên, lịch sử, văn hoá, truyền thống để thu hút khách du lịch. Du lịch không còn là hiện tượng lẻ loi, đặc quyền của cá nhân hay nhóm người nào đó. Hiện tượng du lịch là một tồn tại tất yếu khách quan của nhu cầu con người. Nó xuất phát từ nhu cầu nội tại của con người. Nó mang tính phổ cập trên một phạm vi rộng lớn. Sự bùng nổ du lịch ngày nay cũng là một tất yếu khách quan cùng sự tăng trưởng kinh tế, xu thế hoà nhập và nhu cầu tối thượng của con người muốn tìm hiểu chính mình. Hiểu xã hội và thiên nhiên, vũ trụ, để sống tốt hơn với chính mình, với xã hội, với thiên nhiên. Cũng chính bởi sự bùng nổ hiện tượng du lịch mà hiệu quả kinh doanh du lịch của nhiều quốc gia đã đạt đến con số kỷ lục, lượng khách quốc tế ngày càng đông. Du lịch được coi là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, ngành công nghiệp không khói, thậm chí còn được ví như là con gà đẻ trứng vàng, hay máy in tiền. Thực sự, du lịch là một ngành thời thượng.

Ở một số quốc gia, du lịch được coi là một ngành kinh tế mũi nhọn. Thu nhập từ du lịch đóng góp một phần quan trọng cho sự phát triển của các quốc gia này. Tại nhiều quốc gia nó đã trở thành đòn bẩy cho nền kinh tế quốc dân. Nếu như Thái Lan, ngành du lịch được coi là ngành kinh tế chủ đạo thì ở Việt Nam du lịch cũng là một ngành kinh tế mũi nhọn. Ngành

du lịch Việt Nam đã đạt được những thành tựu nhất định đóng góp một phần không nhỏ vào nền kinh tế quốc dân. Đó là sự phát triển vượt bậc về số lượng khách du lịch quốc tế, và lượng khách nội địa, cùng với đó là những nỗ lực hoàn thiện và đa dạng các sản phẩm và dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Hoà cùng với sự phát triển của nền kinh tế đất nước, hoạt động kinh doanh du lịch lữ hành trong những năm gần đây diễn ra hết sức sôi động. Mỗi doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch là một tế bào quan trọng làm nền tảng cơ sở nuôi dưỡng sức khoẻ của nền kinh tế du lịch nước nhà, làm cho guồng máy kinh doanh du lịch nước ta hoạt động không ngưng nghỉ.

Trong môi trường kinh doanh cạnh tranh, các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch phải tìm cho được một bí quyết kinh để tồn tại và phát triển. Hơn nữa, một thực trạng là du khách quốc tế có xu hướng đến Việt Nam một lần và ít trở lại. Doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là những doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp khá nhiều khó khăn để tồn tại và phát triển. Những doanh nghiệp mới thành lập thì càng cần có những chiến lược, bí quyết kinh doanh tốt mới có thể tồn tại và đứng vững được trong môi trường cạnh tranh gay gắt này.

Những doanh nghiệp như vậy tồn tại và đứng vững rất đáng để cho chúng ta tìm hiểu, nghiên cứu phương thức hoạt động, chiến lược, bí quyết kinh doanh của họ. Hơn nữa việc nhìn nhận lại chính mình của mỗi doanh nghiệp du lịch là cần thiết và có ý nghĩa vô cùng quan trọng cho chính sự phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp đó. Đồng thời cũng thấy được tầm quan trọng của các doanh nghiệp trong sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, cùng chung tay quảng bá một Việt Nam xinh đẹp trong mắt du khách quốc tế bằng chính trách nhiệm và uy tín của mình.

Phân tích tìm hiểu hoạt động kinh doanh của một trong số những doanh nghiệp du lịch mang lại nhiều ý nghĩa. Phân tích để tìm ra những mặt đáng ghi nhận và học tập, tìm ra những mặt còn hạn chế, yếu kém để khắc phục nhằm hướng tới một mục tiêu chung là nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, thay đổi xu hướng đến Việt Nam một lần và ít khi quay trở lại của du khách quốc tế.

Nhận thức được vấn đề trên, qua thời gian thực tập tại công ty TNHH Du Lịch Khoa Việt, được sự giúp đỡ nhiệt tình của Tiến sĩ Dương Văn Sáu_ Trưởng khoa Văn hoá Du lịch, trường Đại học Văn hoá Hà Nội, em đã chọn đề tài: “Thực trạng kinh doanh và định hướng phát triển của Công ty TNHH Du lịch Khoa Việt.” làm khoá luận tốt nghiệp ra trường của mình.

1. Lý do chọn đề tài

Mỗi sinh viên khoa Văn hoá Du lịch sau bốn năm học tập nghiên cứu trên giảng đường, đều mong muốn được làm khoá luận tốt nghiệp. Vượt lên trên sự toan tính về lợi hay thiệt giữa hai hình thức thi hay làm khóa luận tốt nghiệp, với tôi làm khóa luận có ý nghĩa cao cả hơn. Khóa luận không còn dừng lại là một hình thức tốt nghiệp mà nó là cơ hội to lớn cho mỗi sinh viên thể hiện niềm đam mê nghiên cứu của mình ở một đề tài thuộc một lĩnh vực nào đó. Nó là cơ hội để mỗi sinh viên nghiên cứu khoa học một cách nghiêm túc, thể hiện những chính kiến, năng lực sức sáng tạo của bản thân ở những đề tài tâm huyết của mình.

Mỗi sinh viên kiếm lựa cho mình một đề tài mà mình thấy say mê, dưới sự theo sát của giảng viên hướng dẫn cùng sự nỗ lực hết mình của bản thân, đề tài đó sẽ trở thành tài sản là đứa con tinh thần là kết quả nghiên cứu khoa học trong thời gian lao động nghiêm túc của mỗi sinh viên.

Có rất nhiều đề tài thuộc nhiều mảng nghiên cứu khác nhau thu hút sự chú ý sinh viên, có bạn sẽ chọn cho mình những đề tài thuộc mảng

nghiên cứu về tài nguyên, tiềm năng phát triển du lịch hay một hiện tượng du lịch,.. Cũng như nhiều bạn sinh viên khác, tôi cũng lựa chọn cho mình một đề tài cho khoá luận tốt nghiệp của mình.

Đề tài “Thực trạng kinh doanh và định hướng phát triển của công ty TNHH Du lịch Khoa Việt”, là một đề tài được lựa chọn trên cơ sở niềm đam mê tìm hiểu kinh doanh của tác giả về các công ty du lịch kinh doanh hiệu quả. Những bí quyết kinh doanh, các phương thức kinh doanh hiệu quả luôn là những đáng ghi nhận, nghiên cứu và học tập. Hơn nữa tìm hiểu hoạt động kinh doanh của các công ty du lịch có ý nghĩa quan trọng cho cả phía công ty du lịch và các cơ sở đào tạo chuyên cung cấp nguồn nhân lực du lịch cho thị trường. Công ty du lịch sẽ có cơ hội nhìn lại chặng đường kinh doanh của mình một cách hệ thống, có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới. Về phía các cơ sở đào tạo, qua việc phân tích sẽ thấy được các công ty du lịch cần tuyển nhân viên có trình độ như thế nào, từ đó điều chỉnh cho phù hợp với yêu cầu khách quan của thị trường nguồn nhân lực. Qua thời gian thực tập tại công ty TNHH Du lịch Khoa Việt, nhận thấy đây là một doanh nghiệp có chiến lược kinh doanh khá mới và rất hiệu quả đồng thời dưới sự giúp đỡ gợi ý của giảng viên Tiến sĩ Dương văn Sáu – trưởng khoa văn hoá du lịch, tôi đã lựa chọn đề tài “Thực trạng kinh doanh và định hướng phát triển của công ty TNHH Du lịch Khoa Việt” làm khoá luận tốt nghiệp ra trường của mình.

2. Mục đích

Phân tích thực trạng, dự đoán định hướng phát triển của doanh nghiệp để tìm ra những mặt đáng ghi nhận và học tập, tìm ra những mặt còn hạn chế, yếu kém để khắc phục nhằm hướng tới mục tiêu nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mình. Đồng thời, các cơ sở đào tạo hay mỗi sinh viên du lịch nhận thức được những yêu cầu của thị trường nguồn

nhân lực du lịch. Từ đó, có cách trau dồi, học tập nghiên cứu đáp ứng những yêu cầu đó.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu tìm hiểu tình hình kinh doanh du lịch tại công ty du lịch Khoa Việt trong thời gian từ khi thành lập cho đến nay (2004_ 2009)

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình thực hiện đề tài, em đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- + Phương pháp điều tra
- + Phương pháp thống kê
- + Phương pháp tổng hợp
- + Phương pháp suy luận

5. Bố cục khoá luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận, khoá luận được chia thành ba chương:

Chương 1: Khái quát về Công ty TNHH Du lịch Khoa Việt

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh tại Công Ty TNHH Du lịch Khoa Việt

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động đối với Công ty TNHH Du lịch Khoa Việt

6. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Từ lâu, nghiên cứu, tìm hiểu hoạt động kinh doanh của các công ty du lịch nhà nước nói chung và các công ty du lịch tư nhân nói riêng rất được quan tâm. Chúng ta bắt gặp khá nhiều những khoá luận nghiên cứu về các công ty du lịch dưới những góc độ nghiên cứu khác nhau. Có thể kể đến các đề tài như: Phân tích hoạt động kinh doanh lữ hành tại Công ty du lịch FIDITOURIST, công ty du lịch Tre Xanh, tìm hiểu các doanh nghiệp tư nhân trên địa bàn phố cổ dưới góc độ nghiên cứu marketing của sinh

viên Lê Thị Thanh Thuý_ VHDL 9A... Sở dĩ em chọn mảng đề tài này là vì đây là mảng đề tài không phải là mới nhưng chưa bao giờ cũ. Kinh doanh được và đạt được hiệu quả tốt bằng uy tín, thương hiệu là điều không phải là dễ. Doanh nghiệp làm được điều đó phải có những bí quyết chiến lược kinh doanh riêng, không doanh nghiệp nào giống doanh nghiệp nào. Nếu một doanh nghiệp không có bí quyết, không có nghệ thuật kinh doanh riêng, sớm hay muộn họ cũng sẽ bị đào thải, bị loại ra khỏi cuộc chơi. Do vậy em đã mạnh dạn chọn mảng đề tài không phải là mới mẻ này, với mong muốn trên cơ sở phân tích hoạt động kinh doanh của công ty sẽ khơi mở được nghệ thuật kinh doanh. Từ đó, chúng ta thấy được những điều cần học tập, những vấn đề cần phải cải thiện...

Trong quá trình thực hiện và hoàn thành khoá luận này, em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ của các thầy cô giáo trong khoa Văn Hoá Du Lịch. Đặc biệt em xin có lời cảm ơn chân thành và sâu sắc đến Thầy giáo Tiến sĩ Dương văn Sáu - Trưởng khoa Văn Hoá Du Lịch - Trường Đại học Văn Hoá Hà Nội là người đã theo sát giúp đỡ nhiệt tình trong suốt thời gian em làm khoá luận. Em cũng muốn gửi lời đồng cảm ơn đến Giám Đốc, các anh chị trong công ty đã giúp đỡ em trong suốt quá trình thực tập và làm khoá luận.

Khoá luận chắc chắn sẽ gặp nhiều thiếu sót vì kiến thức và thời gian có hạn, em rất mong nhận được sự đóng góp từ phía các thầy cô và các bạn đọc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Thương Mại: *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2005, 2006, 2007.*
2. Dương Văn Sáu: *Giáo trình Di tích lịch sử-văn hoá và danh lam thắng cảnh Việt Nam*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2008.
3. Ma Quỳnh Hương: *Các bài giảng bộ môn marketing du lịch*
4. Nguyễn Văn Thoan: *Thương mại điện tử.*
5. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương: *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2006
6. Trần Nhoãn: *Các bài giảng bộ môn Công nghệ lễ hành*
7. Trần Nhoãn: *Giáo trình Tổng quan du lịch*, NXB Đại học Văn hoá Hà Nội, 2005
8. *Tạp chí Du lịch*, số 2, tháng 1/2009
9. *Tạp chí Marketing và Doanh nghiệp*, số 2, tháng 12/2009.

Nguồn internet:

1. <http://www.vinamap.vn/forum/showthread.php?t=4933>
2. http://www.vietnambiz.com/marketing_truc_tuyen/hieu_qua_hon_voi_online_marketing.html
3. http://www.advertising/marketing_cho_website_voi_congcu_tim_kiem.html
4. <http://www.vietnamtourism.com>
5. <http://www.vnexpress.net>
6. <http://www.google.com>