

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA VĂN HÓA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CHO
CÔNG TY THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LỮ HÀNH
TÂN VIỆT TRONG GIAI ĐOẠN 2009-2014

Giảng viên hướng dẫn : Th.s Nguyễn Văn Thắng

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Toàn Trung

Lớp: VHDL13B

Niên khóa 2006-2009

HÀ NỘI, 06/2009

Mục Lục

MỞ ĐẦU.....	5
1. Lý do chọn đề tài.....	5
2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề.....	7
3. Mục đích nghiên cứu của khóa luận.....	7
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	8
5. Phương pháp nghiên cứu.....	8
6. Bố cục của đề tài.....	8
Chương 1:.....	10
MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HẠNH	10
1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh lữ hành.....	10
1.1.1 Sơ lược về sự ra đời của hoạt động kinh doanh lữ hành.....	10
1.1.2 Định nghĩa, chức năng và các bước hoạt động kinh doanh của công ty lữ hành.....	13
Chương 2:.....	29
THỰC TẾ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HẠNH CỦA CÔNG TY TNHH VÀ THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LỮ HẠNH TÂN VIỆT	29
2.1 Công ty TNHH và Thương Mại và Dịch vụ lữ hành Tân Việt.....	29
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty.....	29
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của công ty.....	29
2.2 Thực tế hoạt động kinh doanh lữ hành của công ty 2008-2009.....	32
2.2.1 Sản phẩm.....	32
2.2.2 Thị trường khách du lịch.....	37
2.2.3 Hoạt động marketing của doanh nghiệp.....	37
2.2.4 Đánh giá về tổ chức, điều hành hoạt động của công ty.....	38
2.2.5 Các yếu tố tác động đến hoạt động và chiến lược phát triển của công ty.....	38
2.2.6 Đánh giá kết quả kinh doanh của công ty TNHH Thương Mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt trong năm 2008-2009.....	41
Chương 3:.....	44
XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CHO CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LỮ HẠNH TÂN VIỆT	44
3.1 Nội dung chiến lược.....	44
3.1.1 Cơ hội kinh doanh của công ty trong 5 năm tới.....	44
3.1.2 Những kế hoạch đã triển khai trong năm 2008:.....	44
3.1.3 Mục tiêu, nhiệm vụ triển khai trong giai đoạn 2009-2014.....	46
3.2 Giải pháp để thực hiện thành công những chiến lược đã đề ra.....	46
3.2.1 Nâng cao chất lượng sản phẩm.....	46
3.2.2 Đẩy mạnh hoạt động marketing.....	51
3.2.3 Xây dựng và phát triển thương hiệu Tân Việt.....	60
3.2.4 Nâng cao chất lượng điều hành, hướng dẫn.....	63
3.2.5 Thiết lập mối quan hệ với các nhà cung ứng dịch vụ.....	63
3.2.6 Chuyển hướng kinh doanh.....	64
KẾT LUẬN.....	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	68

**MỘT SỐ HÌNH ẢNH VÀ SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI
VÀ DỊCH VỤ LỮ HÀNH TÂN VIỆT 2**

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Đất nước Việt Nam với một dáng hình tuyệt đẹp uốn cong từ địa đầu Móng Cái đến mũi Cà Mau. Núi non trùng điệp với nhiều điểm du lịch khám phá hấp dẫn: Sapa, Điện Biên, Mai Châu, Thác Bà, Thác Mơ, Phong Nha - Kẻ Bàng, Bà Nà... Hơn 3000km bờ biển trải êm theo chiều dài đất nước với nhiều bãi biển đẹp: Nha Trang, Đà Nẵng, Bình Thuận... Không ít danh lam thắng cảnh, giá trị văn hóa được UNESCO xếp hạng di sản thiên nhiên, di sản văn hóa thế giới: Vịnh Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng, Thánh địa Mỹ Sơn, Phố cổ Hội An, Cố đô Huế, Văn hóa Công chiêng Tây Nguyên và Nhã nhạc Cung đình Huế. Chính những kho báu đó năm 2007 đã mang đến trên 19 triệu lượt khách du lịch nội địa và tổng cộng 4.171.564 lượt du khách du lịch quốc tế, tăng 16,0% so với năm 2006, tổng doanh thu từ du lịch 2007 đạt khoảng 56.000 tỷ đồng, và con số ấy không ngừng tăng trưởng theo từng quý, từng năm. Có thể nói du lịch ở Việt Nam hiện nay thực sự là một ngành kinh tế thời thượng, trên khắp đất nước và đặc biệt là ở các thành phố lớn, hàng loạt các công ty du lịch, trung tâm lữ hành ra đời như một mạng lưới rộng khắp cả nước. Sự bùng phát ấy một mặt thúc đẩy mở rộng sức cạnh tranh của thị trường du lịch Việt Nam, nhưng sự thiếu chuyên nghiệp trong quản lý và sự cạnh tranh khốc liệt trên thương trường cũng đã làm không ít đơn vị non trẻ nhanh chóng biến mất trên bản đồ doanh nghiệp lữ hành. Mặt khác không chỉ phát triển thị trường du lịch trong nước mà sự ra đời ồ ạt của các công ty du lịch cũng thúc đẩy sự phát triển chung của ngành du lịch. Nó đủ sức đáp ứng và thỏa mãn mọi đối tượng khách hàng du lịch trong nước, du lịch ra nước ngoài cũng như đón khách quốc tế vào Việt Nam. Vì thế để du lịch nước ta trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn thì có rất nhiều vấn đề lớn cần phải được nhà nước giải quyết triệt để trong đó có vấn đề quản lý chặt chẽ những doanh nghiệp lữ

hành cả những doanh nghiệp đã thành lập lâu năm, đã gây dựng được uy tín và thương hiệu trên thị trường cũng như các doanh nghiệp mới thành lập còn non trẻ. Từ đó tạo đà cho du lịch phát triển cũng như tạo nên một môi trường thuận lợi để các doanh nghiệp trẻ có thể vươn mình ra những thị trường lớn hơn.

Khủng hoảng kinh tế năm 2008 khiến đất nước nhỏ bé của chúng ta lao đao. Năm 2008, chúng ta phải đối mặt với hai cú sốc kinh tế liên tiếp: trong đó cuộc khủng hoảng thứ nhất là về nhiên liệu, giá lương thực, sắt thép và cú sốc kinh tế thứ hai là từ cuộc khủng hoảng địa ốc bùng phát tại Mỹ vào giữa tháng 9 năm 2008 đã lan nhanh ra các lĩnh vực tài chính, tiền tệ, kinh tế, lao động việc làm và lan nhanh sang các khu vực, các nước mà Việt Nam chính là một trong số đó. Kinh tế Việt Nam nhanh chóng suy giảm và lạm phát tăng nhanh mặc dù chính phủ đã đưa ra rất nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và kích cầu nhưng nền kinh tế vẫn chưa có dấu hiệu khả quan. Chỉ tính riêng trong ngành kinh tế du lịch, năm 2008 theo thống kê khách quốc tế đến từ nhiều thị trường trọng điểm tiếp tục giảm. Cụ thể khách du lịch Nhật Bản giảm 5,9%, Hàn Quốc giảm 3,5%... Tình hình này được Tổng cục Du lịch đánh giá là rất nghiêm trọng vì các thị trường Đông Bắc Á, Hoa Kỳ chiếm tới 40% tổng lượng khách đến Việt Nam. Tình trạng này dẫn đến kế hoạch đón khoảng 5 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2008 không hoàn thành.

Trong cơn bão khủng hoảng ấy, các doanh nghiệp lữ hành là những người chịu hậu quả nặng nề, từ lớn đến nhỏ tất cả đều lâm vào tình trạng khó khăn. Số lượng khách giảm trung bình từ 10-30% đối với từng doanh nghiệp dẫn tới hiệu quả kinh doanh không cao, doanh thu ít hoặc không tăng trong khi chi phí thì tăng cao dẫn tới lợi nhuận giảm sút nghiêm trọng.

Vì vậy những doanh nghiệp lữ hành cần phải làm gì trong cơn khủng hoảng để duy trì và phát triển nhất là những doanh nghiệp cỡ nhỏ và mới thành lập?

Xuất phát từ thực tế đó, trong khóa luận tốt nghiệp này tôi đã chọn đề tài nghiên cứu về thực trạng kinh doanh lữ hành của một công ty du lịch trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế. Sau thời gian thực tập và trực tiếp làm việc như một nhân viên chính thức của công ty, tôi đã tìm hiểu cụ thể những hoạt động kinh doanh của công ty cùng với việc kết hợp với những kiến thức đã được học và cũng nhằm góp một phần nhỏ bé của mình cùng công ty tìm ra những giải pháp đẩy mạnh hoạt động kinh doanh lữ hành hơn nữa nên tôi đã cố gắng hoàn thành đề tài nghiên cứu có tên : ***“Xây dựng chiến lược phát triển cho Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt”*** cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Từ trước đến nay đã có rất nhiều bài khóa luận tìm hiểu về hoạt động kinh doanh của các đơn vị lữ hành và đưa ra những đề xuất nhằm phát triển doanh nghiệp. Tuy nhiên vẫn chưa có một đề tài nào nghiên cứu về các đơn vị lữ hành trong cơn khủng hoảng kinh tế 2008-2009 đặc biệt là với những đơn vị còn rất non trẻ được thành lập ngay trong cơn khủng hoảng. Chính vì vậy những bước đi đầu tiên cũng như những chiến lược được đưa ra trong giai đoạn 5 năm tới đều quyết định đến tính sống còn của một doanh nghiệp trẻ như công ty Tân Việt. Trước tình hình ấy tôi đã chọn viết về đề tài này.

3. Mục đích nghiên cứu của khóa luận

- Khóa luận tìm hiểu thực trạng kinh doanh lữ hành của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt.
- Qua đó phân tích hoạt động kinh doanh lữ hành của công ty

- Trên cơ sở đó đưa ra một số giải pháp nhằm duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2009 -2014.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là Công ty Thương Mại và Dịch Vụ Lữ Hành Tân Việt.

- Phạm vi nghiên cứu: Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của Công ty Thương mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt từ khi thành lập đến nay. Đồng thời phân tích, đánh giá hoạt động kinh doanh lữ hành của công ty. Từ đó đưa ra một số giải pháp thiết thực nhằm giúp công ty duy trì và phát triển trong giai đoạn 2009-2014.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu trên internet, sách báo và tài liệu tham khảo: Thu thập tài liệu trên internet đã giúp ích rất nhiều cho việc hoàn thành đề tài này. Ngoài ra việc nghiên cứu sách báo, tài liệu cũng giúp bổ sung cho phần lí luận và thực tế của đề tài. Góp phần nhìn nhận rõ hơn về thực trạng cũng như hiệu quả của những chiến lược đề ra.

- Phương pháp thống kê toán học: thống kê và phân tích các số liệu thu thập được từ đó rút ra nhận xét và kết luận.

- Ngoài ra tôi đã dành thời gian cho việc nghiên cứu thực tế tại công ty, trao đổi với lãnh đạo, các anh chị trong văn phòng công ty về những vấn đề khóa luận quan tâm.

6. Bố cục của đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung chính của khóa luận được chia thành 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lí luận chung về hoạt động kinh doanh lữ hành

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh lữ hành ở Công ty Thương mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt

Chương 3: Xây dựng chiến lược phát triển cho công ty Thương mại và Dịch vụ Lữ hành Tân Việt trong giai đoạn 2009-2014.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Đính (Chủ biên): *Quản trị kinh doanh lữ hành*, Nhà xuất bản Thống Kê Hà Nội, 2000 - 258tr.
2. Robert Lanquar: *Marketing du lịch*, Nhà xuất bản Thế Giới, 1992
3. Nguyễn Văn Lưu : *Thị trường du lịch*, Nhà xuất bản Thanh Niên Hà Nội, 2003 - 217tr.
4. Trần Văn Mậu : *Lữ hành du lịch*, Nhà xuất bản Giáo Dục, 1998 - 231tr.
5. Trần Nhoãn : *Nghiệp vụ kinh doanh lữ hành*, Nhà xuất bản Chính Trị Quốc Gia, 2002 - 224tr.
6. Trần Nhoãn : *Du lịch và kinh doanh du lịch*, Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin, 1998 - 225tr.
7. Bùi Thanh Thủy : *Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch*, Trường Đại Học Văn Hóa Hà Nội, 2000 - 365tr.
8. Nguyễn Quang Vinh : *Quản trị kinh doanh lữ hành*, Trường Đại học Khoa Học Xã Hội và Nhân Văn.
9. *Báo cáo tổng kết tình hình kinh doanh lữ hành trong năm 2008 - 2009* của Công ty TM&DVLH Tân Việt
10. Báo tuần du lịch
11. Tạp chí du lịch
12. Báo Kinh tế
13. Báo điện tử *dantri.com.vn*; *vietnamnet.vn*; *vnexpress.net*; *vneconomy.vn*; *vietbao.vn*..