

**ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**

**KHOA VĂN HÓA DU LỊCH**

**ĐỀ TÀI**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG  
KHÁCH DU LỊCH MỸ TẠI CÔNG TY TNHH  
THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH AN TRAN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Giảng viên hướng dẫn: T.S.Nguyễn Anh Cường**

**Người thực hiện : Nguyễn Hồng Hà**

**Khoa : Văn hóa du lịch**

**Lớp : VHDL 14B**

**Năm 2010**

## MỤC LỤC

1. Lý do chọn đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu.....	7
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	7
4. Phương pháp nghiên cứu.....	8
5. Bố cục.....	8
<b>Chương 1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ KHÁCH DU LỊCH, THỊ TRƯỜNG DU LỊCH VÀ XU HƯỚNG VẬN ĐỘNG, ĐẶC ĐIỂM CHUNG CỦA THỊ TRƯỜNG KHÁCH MỸ .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1. Cơ sở lý luận chung về khách du lịch, thị trường du lịch.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.1. Khái niệm khách du lịch .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.2. Thị trường du lịch .....</b>	<b>10</b>
1.1.2.1. Khái niệm thị trường du lịch.....	10
1.1.2.1. Phân loại thị trường du lịch.....	11
<b>1.2. Giới thiệu khái quát về đất nước và con người Mỹ.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1. Đất nước.....</b>	<b>13</b>
1.2.1.1. Về lịch sử .....	13
1.2.1.2. Về chính trị.....	17
1.2.1.3. Về kinh tế .....	18
1.2.1.4. Chính sách đối ngoại .....	19
1.2.1.5. Một số đặc điểm khác .....	20
<b>1.2.2. Một số nét tính cách của người Mỹ .....</b>	<b>22</b>
<b>1.2.3. Về quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ.....</b>	<b>23</b>
<b>1.3. Xu hướng vận động và đặc điểm của thị trường khách Mỹ.....</b>	<b>25</b>
<b>1.3.1. Xu hướng vận động của thị trường khách Mỹ trong những         năm gần đây .....</b>	<b>26</b>
<b>1.3.2. Xu hướng vận động của thị trường khách Mỹ đến Việt Nam</b>	<b>29</b>
<b>1.3.3. Đặc điểm tâm lý và nhu cầu của du khách Mỹ.....</b>	<b>34</b>
1.3.3.1. Đặc điểm tâm lý du khách Mỹ.....	34
1.3.3.2. Nhu cầu của khách Mỹ: .....	37
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH MỸ CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH AN TRAN .....</b>	<b>46</b>
<b>2.1. Giới thiệu khái quát về công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du     lịch An Tran.....</b>	<b>46</b>
<b>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển .....</b>	<b>46</b>
<b>2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của công ty .....</b>	<b>51</b>
2.1.2.1. Mô hình tổ chức bộ máy .....	51
2.1.2.2. Chức năng của các bộ phận.....	52
<b>2.1.3. Điều kiện kinh doanh của công ty TNHH Thương mại và dịch         vụ du lịch An Tran .....</b>	<b>54</b>

2.1.3.1. Môi trường vĩ mô.....	54
2.1.3.2. Môi trường cạnh tranh trực tiếp .....	57
2.1.3.3. Môi trường vi mô.....	57
<b>2.2. Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch Mỹ .....</b>	<b>59</b>
<b>2.2.1. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty.....</b>	<b>60</b>
<b>2.2.2. Đặc điểm thị trường khách du lịch Mỹ của công ty.....</b>	<b>64</b>
2.2.2.1. Cơ cấu và số lượng khách .....	64
2.2.2.2. Thời gian đi du lịch.....	68
2.2.2.3. Cơ cấu chi tiêu .....	69
<b>2.2.3. Các hoạt động khai thác, mở rộng thị trường khách du lịch     Mỹ mà công ty du lịch Ann Tours đã và đang sử dụng.....</b>	<b>72</b>
2.2.3.1. Nghiên cứu thị trường khách du lịch Mỹ .....	72
2.2.3.2. Áp dụng các chính sách marketing hỗn hợp.....	73
<b>Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH MỸ .....</b>	<b>83</b>
<b>3.1. Xu hướng và triển vọng phát triển của du lịch Việt Nam .....</b>	<b>83</b>
<b>3.2. Phương hướng và mục tiêu của Công ty TNHH Thương mại và     dịch vụ du lịch trong thời gian tới .....</b>	<b>86</b>
3.2.1. Phương hướng .....	86
3.2.2. Mục tiêu .....	87
<b>3.3. Một số giải pháp dành cho công ty TNHH Thương mại và dịch vụ     du lịch An Tran.....</b>	<b>87</b>
3.3.1. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường .....	88
3.3.2. Một số giải pháp dành cho công ty Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran.....	89
3.3.2.1. Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm .....	89
3.3.2.2. Hoàn thiện chính sách giá .....	94
3.3.2.3. Chính sách phân phối.....	96
3.3.2.4. Tăng cường hoạt động xúc tiến, khuyến trương .....	98
3.3.2.5. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động .....	101
3.3.3. Một số kiến nghị khác .....	102
3.3.3.1. Đối với chính phủ .....	102
3.3.3.2. Đối với tổng cục du lịch.....	103
3.3.3.3. Đối với các địa phương có du khách đến thăm.....	106
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>108</b>
<b>Tài liệu tham khảo .....</b>	<b>109</b>

## MỞ ĐẦU

### **1. Lý do chọn đề tài**

Theo đánh giá của tổ chức du lịch thế giới thì du lịch trở thành một hiện tượng quan trọng nhất trong đời sống hiện đại. Cùng với sự tiến bộ trên các mặt đời sống kinh tế, chính trị, xã hội, văn hoá, du lịch dần trở thành một trong những nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống tinh thần của mỗi người. Ngày nay, nền văn minh công nghiệp phát triển không ngừng, con người luôn phải sống và làm việc với cường độ căng thẳng thì du lịch là một trong những lối thoát để giúp họ thư giãn nhằm tái tạo sức lao động.

Sự phát triển của nền kinh tế thế giới đã tác động thuận lợi đến sự phát triển du lịch và xu hướng phát triển đầu tiên là quốc tế hoá du lịch. Du lịch đã trở thành ngành kinh tế mang tính tổng hợp, một ngành công nghiệp không khói, ngành xuất khẩu vô hình, xuất khẩu tại chỗ mang lại hiệu quả kinh tế cao. Ngày nay hầu hết quốc gia đều phát huy thế mạnh của loại hình kinh doanh này và đặt nó vào vị trí kinh tế mũi nhọn.

Ở Việt Nam, phát triển du lịch là một hướng quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Đại hội VII Đảng Cộng Sản Việt Nam đã chỉ rõ là phải “Khai thác sự hấp dẫn của thiên nhiên, di sản văn hoá phong phú, các lợi thế của đất nước, mở rộng hợp tác với nước ngoài để phát triển du lịch”. Dựa trên những tiềm năng sẵn có của du lịch Việt Nam Đại Hội Đảng VII đã khẳng định: “phát triển nhanh du lịch, từng bước đưa nước ta trở thành trung tâm du lịch và thương mại có tầm cỡ”.

Trong Pháp lệnh du lịch điều 1 đã khẳng định “Nhà nước Việt Nam xác định du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp quan trọng, mang nội dung văn hoá sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và có tính xã hội hoá cao, phát triển du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng của nhân

dân và khách du lịch quốc tế, góp phần nâng cao dân trí, tạo việc làm và phát triển kinh tế xã hội của đất nước”. Cũng nhờ có chính sách đối ngoại, chính sách mở cửa và quá trình phát triển kinh tế trong thế ổn định về chính trị, việc mở rộng giao lưu và thắt chặt mối quan hệ với bạn bè quốc tế, tạo nên một hình ảnh đất nước Việt Nam đổi mới đã thu hút rất nhiều khách quốc tế đến Việt Nam. Nhờ đó mà đời sống của nhân dân Việt Nam cũng được nâng cao và nhu cầu đi du lịch tăng, khiến cho nguồn khách nội địa cũng tăng theo, đó là một trong những lợi thế cho các công ty du lịch trong nước khai thác một cách triệt để và có hiệu quả kinh tế nhất.

Hoà nhập với đà phát triển du lịch trong toàn quốc, việc khai thác khách du lịch của công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran cũng có những bước tiến đáng kể. Như mọi người đều biết, Mỹ là một trong những thị trường đi du lịch nước ngoài lớn nhất thế giới, hàng năm có hàng chục triệu người Mỹ đi du lịch nước ngoài với thời gian trung bình hành tuần và có mức chi trả tương đối cao. Những năm gần đây Việt Nam đã trở thành điểm đến du lịch tương đối hấp dẫn với khách du lịch Mỹ. Đặc biệt là sau khi hãng hàng không Mỹ United Airlines mở tuyến bay thẳng đầu tiên đến Việt Nam (tuyến TP.Hồ Chí Minh - Hongkong - San Francisco/Chicago) với tần suất 7 chuyến/tuần bằng Boeing 747-400.), từ tháng 6 năm 2005 tạo điều kiện thuận lợi và tâm lý an tâm cho du khách Mỹ. Ngoài United Airlines, các hãng hàng không của Hàn Quốc, Pháp cũng có tuyến đường bay trực tiếp đến Việt Nam. Nhiều khách sạn, khu nghỉ sang trọng, các công ty lữ hành Việt Nam và Mỹ chuyên tổ chức các chuyến du lịch đến Việt Nam với những dịch vụ chất lượng cao hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu của du khách.

Thị trường khách Mỹ là một trong những thị trường trọng điểm của thị trường du lịch Việt Nam trong thời gian qua và trong thời gian tới. Có thể

nói thị trường khách du lịch Mỹ là một trong những thị trường mục tiêu của du lịch Việt Nam nói chung và công ty Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran nói riêng. Đã xác định là thị trường mục tiêu thì phải tìm mọi chính sách, giải pháp để khai thác thị trường đó hay nói cách khác là phải tập chung nỗ lực marketing vào thị trường đó để thu hút ngày càng nhiều khách.

Qua nghiên cứu khảo sát thực tế, được sự hướng dẫn của T.S Nguyễn Anh Cường cùng sự giúp đỡ, tạo điều kiện của cán bộ công nhân viên các phòng tổ chức hành chính và phòng lễ hành của công ty TNHH Ann Tours (tên viết tắt của công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran) trên địa bàn Hà Nội. Tôi mạnh dạn viết đề tài: ***“Một số giải pháp phát triển thị trường khách du lịch Mỹ tại công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran”***.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

- Đưa ra các cơ sở lí luận chung về khách du lịch, thị trường du lịch
- Những giới thiệu được cơ bản về đất nước và con người Mỹ cũng như nghiên cứu cơ bản về xu hướng vận động của thị trường khách, đặc điểm tâm lý, nhu cầu của du khách Mỹ.
- Thực trạng khách du lịch Mỹ của công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran và một số giải pháp nhằm phát triển thị trường này.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

**Đối tượng nghiên cứu:** khách du lịch Mỹ và thị trường khách du lịch Mỹ tại công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran.

**Phạm vi nghiên cứu:** Công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Để phục vụ việc nghiên cứu đề tài, tác giả đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

- Tổng hợp, thu thập, sưu tầm tài liệu từ nhiều nguồn
- Phân tích, tổng hợp các số liệu nghiên cứu liên ngành
- Thống kê và đánh giá

#### **5. Bố cục**

Ngoài lời nói đầu, nội dung chính, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục; phần nội dung chính gồm có 3 chương:

- Chương 1. Lý luận chung về khách du lịch, thị trường du lịch và Xu hướng vận động, đặc điểm chung của thị trường khách Mỹ
- Chương 2: Thực trạng tình hình khách Mỹ tại công ty TNHH Thương mại và dịch vụ du lịch An Tran
- Chương 3: Một số giải pháp nhằm phát triển thị trường khách du lịch Mỹ.

### **Tài liệu tham khảo**

1. Giáo trình Kinh tế du lịch, GS.TS. Nguyễn Văn Đính, TS. Trần Thị Minh Hoà, NXB Lao động- xã hội, 2004.
  2. Giáo trình tâm lí du khách , Phan Thị Dung, NXB ĐH Quốc gia Hà Nội, 2010
  3. Kinh tế du lịch và du lịch học, Đồng Ngọc Minh – Vương Lôi Đình, NXB Trẻ, 2002
  4. Luật du lịch, NXB Hồng Đức Hà Nội, 2008.
  5. Marketing căn bản, Philip Kotter, NXB Thống kê, Hà Nội, 1994.
  6. Marketing du lịch, Thạc sỹ Trần Ngọc Nam, Trần Huy Khang, NXB Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nhập môn khoa học du lịch
7. Nhu cầu của du khách trong quá trình du lịch, Đinh Thị Vân Chi, NXB Văn hóa thông tin, 2004
  8. Quản trị kinh doanh Lữ hành, TS. Nguyễn Văn Mạnh, NXB Khoa học và kỹ thuật, 2005.
  9. Sổ tay hướng dẫn du khách đến thăm Hoa Kỳ, Thanh Danh, NXB TP Hồ Chí Minh
  10. Tâm lí học du lịch, GS Nguyễn Văn Lê, NXB Trẻ, 1997
  11. Tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch, PGS – TS Nguyễn Văn Đính, Nguyễn Văn Mạnh, NXB Thống Kê năm 1998.
  12. Thị trường du lịch, TS Nguyễn Văn Lưu, NXB đại học Quốc Gia Hà Nội, 1998.



13. Tuyển điểm du lịch Việt Nam, Bùi Thị Hải Yến, NXB Giáo dục, 2005.