

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



**“KINH DOANH DU LỊCH QUỐC TẾ TẠI
CÔNG TY VIETRAVEL HÀ NỘI -
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP”**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giáo viên hướng dẫn : PGS.Ts Nguyễn Văn Cương
Sinh viên thực hiện : Lê Thị Loan
Lớp : VHDL16B

HÀ NỘI - 2012

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục đích, đối tượng, phạm vi nghiên cứu
3. Phương pháp nghiên cứu
4. Bố cục của luận văn

Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ KINH DOANH DU LỊCH QUỐC TẾ VÀ TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY VIETRAVEL

1.1	Cơ sở lý luận về kinh doanh du lịch quốc tế.....	8
1.1.1.	<i>Khái niệm và nội dung của kinh doanh du lịch quốc tế.....</i>	8
1.1.1.1.	<i>Du lịch quốc tế và kinh doanh du lịch quốc tế.....</i>	8
1.1.1.2.	<i>Nội dung của hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế.....</i>	1212
1.1.2.	<i>Vai trò của kinh doanh du lịch quốc tế.....</i>	13
1.1.2.1.	<i>Tạo điều kiện cho phát triển kinh tế.....</i>	13
1.1.2.2.	<i>Mở rộng và củng cố các mối quan hệ quốc tế.....</i>	14
1.1.3.	<i>Kinh nghiệm phát triển du lịch quốc tế của một số nước trên thế giới.....</i>	15
1.1.3.1.	<i>Xây dựng chiến lược phát triển du lịch.....</i>	15
1.1.3.2.	<i>Chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch.....</i>	16
1.1.3.3.	<i>Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù.....</i>	18
1.1.3.4.	<i>Tăng cường tiếp xúc tiếp thị du lịch.....</i>	19
1.1.3.5.	<i>Phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường tự nhiên và xã hội, đảm bảo phát triển bền vững.....</i>	21
1.2	Tổng quan về công ty Vietravel Hà Nội.....	21
1.2.1.	<i>Lịch sử hình thành và quá trình phát triển của Vietravel Hà Nội</i>	21
1.2.2.	<i>Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của Vietravel Hà Nội</i>	24
1.2.3.	<i>Cơ sở vật chất, tài chính của Vietravel Hà Nội</i>	2828
Chương 2. THỰC TRẠNG KINH DOANH DU LỊCH QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY VIETRAVEL HÀ NỘI		
2.1.	Các sản phẩm, dịch vụ du lịch của Vietravel Hà Nội.....	30
2.2	Vị trí và vai trò của phòng du lịch quốc tế của Vietravel Hà Nội.....	31
2.3.	Thị trường khách du lịch của Vietravel Hà Nội.....	33
2.3.1.	<i>Tình hình thị trường khách du lịch quốc tế tại Công ty Vietravel Hà Nội.....</i>	33
2.3.2.	<i>Mức độ đáp ứng của chi nhánh Vietravel đối với khách du lịch quốc tế.....</i>	41
2.4.	Kết quả kinh doanh du lịch quốc tế tại Công ty Vietravel Hà Nội ...	42
2.4.1.	<i>Doanh thu.....</i>	42

2.4.2. Lợi nhuận	46
2.5. Đánh giá hiệu quả kinh doanh du lịch của công ty Vietravel Hà Nội	
41	
2.5.1. Ưu điểm	48
2.5.2. Hạn chế	51
Chương 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH DU LỊCH QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY VIETRAVEL	
3.1. Phương hướng kinh doanh của công ty Vietravel Hà Nội	53
3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế tại Vietravel Hà Nội	53
3.2.1. Xây dựng lại cơ cấu tổ chức của phòng du lịch quốc tế	53
3.2.2. Chủ động xây dựng kế hoạch kinh doanh, khai thác và mở rộng thị trường	59
3.2.3. Vận dụng linh hoạt chính sách marketing hỗn hợp	60
3.2.3.1. Chính sách sản phẩm.....	61
3.2.3.2. Chính sách giá cả	65
3.2.3.3. Chính sách phân phối	66
3.2.3.4. Chính sách giao tiếp khuyến khích trương	67
3.2.4. Tăng cường mối liên hệ trực tiếp với các phòng ban, chi nhánh của công ty	70
3.2.5. Tiến hành tham gia liên doanh, liên kết trong kinh doanh du lịch	71

KẾT LUẬN
TÀI LIỆU THAM KHẢO
PHỤ LỤC ẢNH

PHẦN MỞ ĐẦU

1.LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Ngày nay, cùng với xu hướng quốc tế hoá và toàn cầu hoá, du lịch nói chung và du lịch quốc tế nói riêng đã và đang trở thành một ngành dịch vụ quan trọng ,chiếm tỉ trọng ngày càng lớn trong GDP của mỗi quốc gia. Đây là hoạt động kinh doanh mang lại nhiều lợi nhuận có triển vọng phát triển trong xã hội hiện đại. Cùng với đó là sự phát triển kinh tế, mức sống của con người ngày càng được nâng cao đã khiến cho hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế phát triển nhanh chóng.

Trong hơn 50 năm hình thành và phát triển, đặc biệt từ năm 1990, Du lịch Việt Nam đã có bước phát triển vượt bậc, nhanh chóng thu hẹp khoảng cách với các nước trong khu vực, trở thành ngành kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội, góp phần tích cực vào quá trình đổi mới và hội nhập quốc tế của đất nước. Tuy nhiên bên cạnh những thành tựu đã đạt được, Du lịch Việt Nam còn có những khó khăn, hạn chế, phát triển chưa tương xứng với tiềm năng du lịch to lớn của đất nước.

Việt Nam cũng được đánh giá là một đất nước rất an toàn, ổn định về chính trị xứng đáng là “Điểm đến của thiên niên kỷ mới”. Lượng khách du lịch trong nước và quốc tế ngày càng gia tăng. Nếu như năm 1990 du lịch Việt Nam mới đón được 250 ngàn lượt khách quốc tế thì đến năm 2011 toàn ngành đã đón được hơn 5,4 triệu lượt khách quốc tế, thu nhập xã hội từ du lịch đạt 110.000 tỷ đồng.

Công ty du lịch và tiếp thị giao thông vận tải (Vietravel: Vietnam Travel and Marketing transports Company) là một công ty du lịch quốc tế,

một doanh nghiệp nhà nước trực thuộc bộ GTVT cũng đã tổ chức những hoạt động du lịch quốc tế ở Hà Nội từ nhiều năm nay. Tuy nhiên những tour du lịch quốc tế của công ty còn chưa đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch. Hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế tại công ty còn gặp không ít khó khăn: Công tác tổ chức phục vụ du lịch quốc tế còn mang tính chất trì trệ, thiếu đội ngũ hướng dẫn viên du lịch quốc tế, hệ thống khách sạn và chất lượng phục vụ còn bất cập. Việc đưa người Việt Nam sang nước ngoài cũng gặp nhiều khó khăn. Nhận thức được kinh doanh du lịch là một trong các hoạt động kinh doanh mang lại hiệu quả cao với chi phí thấp hơn nhiều so với hiệu quả mang lại, không ít các công ty, xí nghiệp thuộc các ngành, ban chức năng khác nhau kể cả khu vực Nhà nước và tư nhân đã xâm nhập vào thị trường kinh doanh du lịch quốc tế, khai thác một cách tối đa những lợi thế trong lĩnh vực kinh doanh này.

Đứng trước những khó khăn trên, hoạt động kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh lữ hành nói riêng của công ty Vietravel Hà Nội cần phải nhận thức lại công việc đầy triển vọng nhưng lại đang thực hiện thiếu hiệu quả của mình. Chính vì thế, tác giả khóa luận đã chọn đề tài: “ Kinh doanh du lịch quốc tế tại công ty Vietravel Hà Nội – Thực trạng và giải pháp”.

2. MỤC ĐÍCH, NHIỆM VỤ, PHẠM VI NGHIÊN CỨU

2.1. MỤC ĐÍCH

Để tiến hành nghiên cứu thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế của công ty Vietravel tại Hà Nội. Từ đó, đề tài đưa ra phương hướng và giải pháp cụ thể để phát triển hoạt động du lịch quốc tế và hiệu quả kinh doanh du lịch, đáp ứng lòng mong mỏi của tập thể ban lãnh đạo công ty là tăng lợi nhuận cho công ty, tăng thu nhập cho cán bộ công nhân viên.

2.2. NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU

Đề tài tập trung vào phân tích, nghiên cứu cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế, phân tích thực trạng hoạt động của kinh doanh du lịch quốc tế, đề xuất một số phương hướng và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh du lịch quốc tế tại công ty Vietravel Hà Nội

2.3. PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Mặc dù Công ty còn có các chi nhánh tại các tỉnh, thành phố trong cả nước như chi nhánh tại Đà Nẵng, chi nhánh tại Quy Nhơn, chi nhánh tại Nha Trang....nhưng do thực tế khách quan cũng như thời gian nghiên cứu có hạn nên tác giả luận văn chỉ đề cập trong phạm vi hoạt động của công ty Vietravel tại Hà Nội và thời gian nghiên cứu tính từ năm 2008 cho đến nay.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đề tài sử dụng phương pháp tổng hợp tài liệu; Phương pháp điều tra thực địa; Phương pháp quan sát, phỏng vấn; Phương pháp so sánh...

4. BỐ CỤC CỦA LUẬN VĂN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn được trình bày trong ba chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về kinh doanh du lịch quốc tế và tổng quan về công ty Vietravel Hà Nội

Chương 2: Thực trạng kinh doanh du lịch quốc tế tại công ty Vietravel Hà Nội

Chương 3: Phương hướng và giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh du lịch quốc tế tại công ty Vietravel Hà Nội

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo về tình hình kinh doanh lữ hành quốc tế ở Việt Nam năm 2008 – 2011, Tổng cục du lịch Việt Nam
2. Báo cáo kết quả kinh doanh du lịch chi nhánh Vietravel Hà Nội qua các năm
3. TS Trần Nhoãn , *Tổng quan du lịch* , Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
4. Ngô Minh Cách, Phạm Minh Thắng , *Marketing*, Nxb Thống kê, 1994
5. PTS. Đỗ Đức Bình, *Giáo trình kinh doanh quốc tế*, Nxb Giáo Dục, 1997
6. Khoa du lịch khách sạn ĐHKQTĐ, *Giáo trình kinh tế du lịch*
7. Tạp chí du lịch Việt Nam từ 2008 đến 2011
8. Nguyễn Tấn Sỹ, *Sổ tay du lịch của người lữ hành*, Nxb Trẻ, 1998
9. Quyết định và giấy phép kinh doanh của Công ty du lịch và tiếp thị giao thông vận tải Vietravel Hà Nội qua các năm
10. PTS Nguyễn Minh Tuệ, *Địa lý du lịch*, Nxb TP Hồ Chí Minh
11. Alastair Morrison *Marketing trong lĩnh vực du lịch và khách sạn*, Nxb Thế giới
12. Quyết định số 4962/QĐ/TCCB-LĐ
13. Nguyễn Văn Lưu, *Thị trường du lịch*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 1998.
14. PGS.TS. Nguyễn Văn Đính, TS. Nguyễn Văn Mạnh, *Giáo trình tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch*, Nxb Thống kê, 2006
15. *Pháp lệnh du lịch* năm 1999 11/1999/PL – UBTVQH10
16. *Luật du lịch Việt Nam* năm 2005
17. Thông tư hướng dẫn thực hiện nghị định 09/CP của chính phủ về tổ chức và quản lý các doanh nghiệp du lịch TCLD – số 715/TCLD ngày 09/07/1999).

18. Nguyễn Văn Dung, *Marketing du lịch*, Nxb Giao thông vận tải
19. *Tạp chí Conde Nast Traveller*, tạp chí của Anh
20. *Tạp chí The Luxury Travel*, tạp chí của Úc
21. Nguyễn Trùng Khánh, ận án tiến sĩ Kinh tế với đề tài: “*Phát triển dịch vụ lữ hành du lịch trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế: kinh nghiệm của một số nước Đông Á và gợi ý chính sách cho Việt Nam*”
22. Tổng cục du lịch, *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*
23. *Chiến lược kinh doanh du lịch của Vietravel từ năm 2012 – 2013*
24. *Tạp chí Borneo của Malaysia*
25. Tổ chức du lịch thế giới (UNWTO), *Báo cáo thống kê năm 2005 - 2010*