TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG

BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI:

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH OUTBOUND Ở CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH INTERTOUR VIỆT NAM

Sinh viên thực hiện: Lý Quách Phàm

Mã số sinh viên: 201558

Lớp: DH20QTD01

Cần Thơ, tháng 4 năm 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG

BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI:

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH OUTBOUND Ở CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH INTERTOUR VIỆT NAM

Sinh viên thực hiện: Lý Quách Phàm

Mã số sinh viên: 201558

Lớp: DH20QTD01

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN:

Th.S Ngô Hồng Quân

Cần Thơ, tháng 4 năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan báo cáo về đề tài: “Thực Trạng Hoạt Động Kinh Doanh Du Lịch Outbound Ở Công Ty Cổ Phần Du Lịch Intertour Việt Nam” là một công trình nghiên cứu độc lập của cá nhân em trong thời gian vừa qua không sao chép từ người khác. Bài báo cáo là sản phẩm mà em đã nỗ lực nghiên cứu trong suốt thời gian học tập tại trường và thực tập tại công ty cổ phần du lịch Intertour Việt Nam.

Trong quá trình viết bài có sự tham khảo một số tài liệu có nguồn gốc rõ ràng. Tất cả tài liệu tham khảo đều có xuất xứ rõ ràng và được trích dẫn hợp pháp, phân tích một cách khách quan, trung thực và chưa được công bố trong bất kỳ công trình khoa học của cá nhân nào. Trong toàn bộ nội dung của bài báo cáo đều được trình bày là của cá nhân và được tổng hợp từ nhiều nguồn tài liệu.

Em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm nếu có vấn đề không trung thực trong thông tin sử dụng trong bài báo cáo này.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2024

Người thực hiện

LÝ QUÁCH PHÀM

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên, trong chín tuần thực tập tuy không ít nhưng cũng không nhiều nhưng có đủ thời gian để em có thể học hỏi, tiếp thu và tổng hợp lại những kiến thức đã được học tại trường, đồng thời được kết hợp và liên kết lại những kiến thức được học tại trường vào quá trình thực tập tại công ty để nâng cao được vốn kiến thức cơ bản và nâng cao trong lĩnh vực du lịch. Trong suốt thời gian thực tập tại công ty là cả một quá trình để em có thể va chạm trực tiếp với những kiến thức thực tế, những tình huống trực quan hơn trong môi trường du lịch, nó giúp cho em có thể xây dựng vốn kiến thức rộng và vững chắc được xây dựng từ nền tảng lý thuyết được tiếp thu tại trường.

Để hoàn thành bài báo cáo thực tập tốt nghiệp này, em xin chân thành cảm ơn đến trường Đại Học Nam Cần Thơ, Khoa Du Lịch & Quản Trị Khách Sạn – Nhà Hàng đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập tại trường. Cảm ơn nhà Trường đã hỗ trợ cho em một lượng kiến thức nhất định, những kỹ năng cần thiết và một bước quan trọng ban đầu để em có một cơ sở lý thuyết đủ vững để hoàn thành bài báo cáo này.

Tiếp theo, để có thể có lượng kiến thức ban đầu cho bài báo cáo này em xin chân thành cảm ơn đến các thầy, các cô và những giảng viên trong khoa Du Lịch, Khách Sạn – Nhà Hàng tại trường Đại học Nam Cần Thơ. Cảm ơn Th.S thầy Ngô Hồng Quân – người đã trực tiếp hướng dẫn em trong suốt quá trình thực tập tại công ty, hỗ trợ em và đưa ra những lời khuyên, những góp ý đáng giá để em có thể hoàn thành bài báo cáo đúng hạn.

Đồng thời em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến ban lãnh đạo Công ty cổ phần Du lịch Intertour Việt Nam – chi nhánh Cần Thơ, đã giúp em có một môi trường thực tập chuyên nghiệp, bài bản và một vốn kiến thức thực tế để em có thể hoàn thiện được bài báo cáo của mình. Em cũng xin cảm ơn các anh chị trong các phòng ban trong công ty đã giúp đỡ em, và em xin cảm ơn đến chị Lê Thúy Ân – người hướng dẫn trực tiếp cho em tại công ty đã tận tâm chỉ dẫn, hỗ trợ em trong suốt quá trình em thực tập tại công ty, những lời nhận xét, đánh giá, động viên và chia sẻ của chị là một nguồn động lực rất lớn để em có thể hoàn thiện được bài báo cáo cũng như hoàn thiện được bản thân mình hơn.

Vì thời gian và kiến thức còn hạn hẹp, chưa có nhiều kinh nghiệm nên bài báo cáo không thể tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong nhận được sự góp ý của công ty và quý thầy cô để em có thể rút kinh nghiệm và hoàn thiện bài báo cáo được tốt hơn.

Và cuối cùng em xin gửi lời đến thầy cô, các giảng viên của trường đại học Nam Cần Thơ một lời cảm ơn sâu sắc và tốt đẹp nhất.

Em xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày tháng năm 2024

Người thực hiện

LÝ QUÁCH PHÀM

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Đề tài: "THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH OUTBOUND Ở CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH INTERTOUR VIỆT NAM"

Do sinh viên: Lý Quách Phàm

Dưới sự nhận xét của **Th.S Ngô Hồng Quân**

Đơn vị: Khoa Du Lịch & Quản Trị Nhà Hàng – Khách Sạn, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

NỘI DUNG NHẬN XÉT

Về hình thức:

.....

.....

.....

Về nội dung:

.....

.....

.....

Về thái độ:

.....

.....

.....

Cần thơ, ngày….tháng….năm 2024

XÁC NHẬN CỦA GVHD

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN i

LỜI CẢM ƠN ii

PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP iv

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN vi

MỤC LỤC vii

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT xi

DANH MỤC CÁC BẢNG VÀ HÌNH xii

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CƠ SỞ THỰC TẬP 1

1.1. Thông tin chung về công ty cổ phần du lịch Intertour Việt Nam 1

1.1.1. Tên cơ sở: 1

1.1.2. Địa chỉ và thông tin liên hệ: 1

1.1.3. Chức năng, nhiệm vụ: 2

1.1.4. Thông điệp của Intertour Vietnam 3

1.1.5. Phương châm của công ty 3

1.2. Quá trình hình thành và phát triển 4

1.3. Cơ cấu tổ chức 5

1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại công ty 6

1.3.2. Nhiệm vụ & chức năng của các phòng ban 6

1.4. Định hướng phát triển trong tương lai 8

CHƯƠNG 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP 8

2.1. Nội dung thực tập 8

2.1.1. Nội dung công việc được phân công 8

2.1.2. Thuận lợi và khó khăn của bản thân trong thực tập 9

2.2. Kết quả thực tập 11

2.2.1. Những kết quả thực tập đã đạt được 11

2.2.2. Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập 11

2.2.3. Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập 12

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH OUTBOUND TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH INTERTOUR VIỆT NAM 13
3.1. Giới thiệu đề tài thực tập 13
3.1.1. Lý do chọn đề tài 13
3.1.2. Mục tiêu của đề tài 14
3.1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 14
3.1.4. Phương pháp nghiên cứu 14
3.2. Lược khảo tài liệu 15
3.2.1. Du lịch 15
3.2.1.1. Khái niệm về du lịch 15
3.2.1.2. Các loại hình du lịch 16
3.2.1.3. Khái niệm về khách du lịch 16
3.2.1.4. Nhu cầu du lịch 16
3.2.2. Lữ hành 18
3.2.2.1. Khái niệm 18
3.2.2.2. Sự ra đời của hoạt động kinh doanh lữ hành 19
3.2.2.3. Hãng lữ hành 20
3.2.3. Doanh nghiệp lữ hành 20
3.2.3.1. Khái niệm doanh nghiệp lữ hành 20
3.2.3.2. Phân loại doanh nghiệp lữ hành 20
3.2.3.3. Vai trò của doanh nghiệp lữ hành 22
3.2.4. Khái niệm, vai trò và đặc điểm của kinh doanh lữ hành 22
3.2.4.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành 22
3.2.4.2. Vai trò của kinh doanh lữ hành 23
3.2.4.3. Đặc điểm của kinh doanh lữ hành 25
3.2.5. Sản phẩm kinh doanh lữ hành 26
3.2.5.1. Khái niệm sản phẩm lữ hành 26
3.2.5.2. Hệ thống sản phẩm kinh doanh lữ hành 26
3.2.6. Hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty lữ hành 27
3.2.6.1. Hiệu quả kinh tế 27
3.2.6.2. Hiệu quả kinh doanh lữ hành 29

3.3. Tình hình hoạt động của doanh nghiệp _____30
3.3.1. Sản phẩm du lịch outbound của Intertour Vietnam _____30
3.3.1.1. Xây dựng sản phẩm du lịch outbound _____30
3.3.1.2. Các sản phẩm du lịch outbound tiêu biểu của Intertour Vietnam _31
3.3.1.3. Tổ chức thực hiện _____35
3.3.2. Chính sách giá _____37
3.3.3. Kênh phân phối _____38
3.3.3.1. Kênh phân phối trực tiếp _____38
3.3.3.2. Kênh phân phối gián tiếp _____38
3.3.4. Hoạt động xúc tiến _____39
3.3.4.1. Các chương trình khuyến mại _____39
3.3.4.2. Quảng cáo bằng website, báo, đài _____40
3.4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận _____40
3.4.1. Thị trường khách _____40
3.4.1.1. Nguồn khách _____40
3.4.1.2. Cơ cấu số lượng khách _____41
3.4.2. Doanh thu và lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh Outbound của Intertour Vietnam _____45
3.5. Một số đề xuất giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh du lịch outbound của Intertour _____50
3.5.1. Nhận xét về hoạt động kinh doanh du lịch outbound của Intertour Vietnam _____50
3.5.1.1. Thành công _____50
3.5.1.2. Những mặt còn tồn tại _____51
3.5.2. Phương hướng _____52
3.5.3. Một số giải pháp để phát triển hoạt động outbound của công ty _____52
3.5.3.1. Mở rộng kênh phân phối cho khách lẻ _____53
3.5.3.2. Xây dựng các chương trình du lịch outbound mới _____53
3.5.3.3. Đầu tư tạo sự khác biệt trong chất lượng sản phẩm _____53
3.5.3.4. Đầu tư và chăm sóc khách hàng trước và sau bán hàng _____55
3.5.3.5. Áp dụng chính sách giá linh hoạt _____55
3.5.3.6. Đẩy mạnh hoạt động truyền thông _____56

3.5.3.7. Về tổ chức, quản lý và nhân sự _____56
3.6. Kết luận và kiến nghị _____57
3.6.1. Kết Luận chung về đợt thực tập_____57
3.6.2. Kiến nghị _____57
3.6.2.1. Kiến nghị với doanh nghiệp _____57
3.6.2.2. Kiến nghị với Khoa, Trường _____58
TÀI LIỆU THAM KHẢO _____60
PHỤ LỤC _____1

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

GPKD	:	Giấy phép kinh doanh
GPLHQT	:	Giấy phép lữ hành quốc tế
TCDL	:	Tổng cục Du Lịch
MICE	:	Viết tắt của Meetings (hội họp), Incentives (khen thưởng), Conferences (hội nghị, hội thảo) và Exhibitions (triển lãm).
TNHH	:	Trách nhiệm hữu hạn
CSKH	:	Chăm sóc khách hàng
CTDL	:	Chương trình du lịch
VND	:	Việt Nam đồng
VHTT	:	Văn hóa thể thao
TP.HCM	:	Thành phố Hồ Chí Minh
UBND	:	Ủy ban nhân dân

DANH MỤC CÁC BẢNG VÀ HÌNH

Danh mục bảng:

Bảng 3.1 Số lượng khách outbound của Intertour 2021 – 2023 41

Bảng 3.2 So sánh lượng khách outbound với lượng khách nội địa của Intertour năm 2023 43

Bảng 3.3 So sánh số lượng khách outbound phân theo thị trường của Intertour năm 2023 44

Bảng 3.4 Doanh thu, lợi nhuận và tốc độ tăng trưởng của kinh doanh outbound tại Intertour từ 2021 – 2023 45

Bảng 3.5 Kết quả hoạt động kinh doanh của Intertour 2023 46

Bảng 3.6 Doanh thu outbound 2023 47

Bảng 3.7 So sánh tỷ lệ lợi nhuận so với doanh thu outbound theo thị trường năm 2023 48

Danh mục hình:

Hình 1.1: Logo của công ty 1

Hình 1.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty 6

Hình 3.1: Số lượng khách outbound của Intertour (2021-2023) 42

Hình 3.2: So sánh lượng khách outbound và khách nội địa của Intertour 2023 43

Hình 3.3: So sánh lượng khách outbound phân theo thị trường của Intertour năm 2023 44

Hình 3.4: So sánh doanh thu, lợi nhuận của hoạt động kinh doanh lữ hành của Intertour năm 2023 46

Hình 3.5: So sánh doanh thu outbound theo thị trường năm 2023 48

Hình 3.6: Các thành quả mà công ty đã đạt được 51