BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Phạm Huy Hoàng

Giảng viên hướng dẫn: Th.S Lê Thành Công

HẢI PHÒNG - 2019

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

XÂY DỰNG VÀ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐI CAMPUCHIA DÀNH CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI PHÒNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Phạm Huy Hoàng
Giảng viên hướng dẫn: Th.S Lê Thành Công

HẢI PHÒNG - 2019

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Phạm Huy Hoàng **Mã SV**: 1412601082

Lớp: VH1801

Ngành: Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài: Xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia dành cho thị trường khách Hải Phòng của công ty du lịch Phương Đông

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn:

Họ và tên: Lê Thành Công

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Trường Đại học Dân Lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: " Xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia dành cho thị trường khách Hải Phòng của công ty du lịch Phương Đông "

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 15 tháng 10 năm 2018

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 31 tháng 12 năm 2018

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN	Đã giao nhiệm vụ ĐTTN
Sinh viên	*Người hướng dẫn*
Phạm Huy Hoàng	Th.S Lê Thành Công

Hải Phòng, ngày..... tháng .....năm 2018

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. **Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:**

……..

……..

……..

……..

……..

……..

……..

2. **Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu…):**

……..

……..

……..

……..

……..

…….

3. **Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):**

……..

……..

……..

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU **1**

Chương 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ XÂY DỰNG VÀ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH **5**

1.1. Chương trình du lịch **5**

1.1.1. Khái niệm chương trình du lịch **5**

1.1.2. Phân loại chương trình du lịch **6**

1.1.3. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch **9**

1.2. Xây dựng chương trình du lịch **11**

1.2.1. Quy trình xây dựng chương trình du lịch **11**

1.2.2. Nghiên cứu thị trường khách **13**

1.2.3. Nghiên cứu khả năng cung ứng **13**

1.2.4. Xây dựng chủ đề của chương trình du lịch **14**

1.2.5. Xác định giới hạn quỹ thời gian của chương trình **15**

1.2.6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản **15**

1.2.7.Xây dựng phương án vận chuyển **15**

1.2.8. Xây dựng phương án lưu trú,ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác **16**

1.2.9. Xây dựng lịch trình chi tiết **16**

1.2.10. Xác định giá thành và giá bán cho chương trình **17**

1.2.10.1. Xác định giá thành của một chương trình du lịch 17

1.2.10.2. Xác định giá bán của một chương trình du lịch 18

1.3. Bán chương trình du lịch **18**

1.3.1. Xúc tiến bán các chương trình du lịch **18**

1.3.2. Tổ chức bán chương trình du lịch **21**

TỔNG KẾT CHƯƠNG 1 ..... **25**

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG VÀ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐI CAMPUCHIA CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI PHÒNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG. **26**

2.1. Khái quát về công ty du lịch Phương Đông **26**

2.1.1. Khái quát về quá trình và hình thành phát triển **26**

2.1.2. Cơ sở vật chất kĩ thuật.....27
2.1.3. Tổ chức và nhân lực.....27
2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty du lịch Phương Đông từ năm 2016-2018.....30
2.2. Tình hình hợp tác du lịch Việt Nam - Campuchia.....30
2.2.1 Khái quát chung về đất nước và du lịch của Campuchia.....30
2.2.2. Hoạt động hợp tác du lịch giữa Việt Nam và Campuchia trong thời gian qua33
2.3. Phân tích thực trạng xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của công ty du lịch Phương Đông. 34
2.3.1. Nghiên cứu thị trường khách Hải Phòng.....34
2.3.1.1. Điều kiện kinh tế - chính trị - văn hóa – xã hội.....34
2.3.1.2. Trình độ dân trí 36
2.3.1.3. Thu nhập và mực sống của người dân Hải Phòng.....36
2.3.1.4. Thời gian rỗi 36
2.3.1.5. Xác định thị trường mục tiêu 37
2.3.2.1. Tiềm năng du lịch và định hướng phát triển không gian du lịch của Campuchia 39
2.3.2.2. Kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch.....43
2.3.3. Xây dựng chủ đề của chương trình du lịch Campuhia 50
2.3.4. Xác định giới hạn quỹ thời gian của chương trình.....50
2.3.5. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản.....50
2.3.6. Xây dựng phương án vận chuyển 50
2.3.7. Xây dựng phương án lưu trú, ăn uống.....54
2.3.8. Xây dựng lịch trình chi tiết.....57
2.3.9. Xác định giá thành giá thành và giá bán cho chương trình du lịch đi Campuchia 59
TỔNG KẾT CHƯƠNG 2 63
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KHUYẾN NGHỊ NHẰM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XÂY DỰNG VÀ BÁN CTDL ĐI CAMPUCHIA CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI PHÒNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG 64

3.1. Mục tiêu và hướng phát triển của công ty giai đoạn 2018-2020.....**64**
3.2. Đề xuất giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông.....**65**
3.2.1. Nâng cao nhận thức và năng lục cán bộ nhân viên tại Công ty 65
3.2.2. Áp dụng một hệ thống quản lý chất lượng chương trình du lịch phù hợp 65
3.2.3. Tổ chức và quản lý hệ thống tiêu thụ chương trình du lịch đi Campuchia của Công ty Du lịch Phương Đông.....**66**
3.2.4. Các nhóm giải pháp về hoạt động xây dựng và bán CTDL đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông **68**
3.3. Các nhóm giải pháp về hoạt động xây dựng và bán CTDL đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông **69**
3.3.1. Thiết lập cơ chế và tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đi Lào.....**69**
3.3.2. Tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ doanh nghiệp trong kinh doanh lữ hành.....**71**
KẾT LUẬN.....**72**
TÀI LIỆU THAM KHẢO **74**

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Những năm gần đây, cùng với sự đổi mới của đất nước, sự phát triển giao lưu kinh tế, văn hóa với các nước láng giềng có chung đường biên giới với nước ta đã ảnh hưởng sâu sắc tới sự phát triển kinh tế - xã hội của cả nước, cũng như của các tỉnh biên giới. Du lịch là một ngành kinh tế mang nhiều yếu tố kinh tế quốc tế, nên sự phát triển giao lưu kinh tế, văn hóa với các nước láng giềng có chung biên giới ngày các đòng vai trò quan trong trong sự nghiệp phát triển du lịch của đất nước.

Tiềm năng du lịch của Campuchia khá đa dạng và phong phú, cả về tự nhiên và nhân văn, mang nhiều yếu tố mới, hấp dẫn du khách Việt Nam nói chung và du khách Hải Phòng nói riêng. Đất nước Campuchia với các di tích, danh lam thắng cảnh nổi tiếng ở hầu hết các địa phương, mà nổi bật 3 di sản văn hóa thế giới là ***Quần thể Angkor***, ***Đền Preah Vihear*** và ***Khu vực đền Sambor Prei Kuk, di chỉ khảo cổ học của Ishanapura cổ***, với nhiều dân tộc có truyền thống văn hóa dân gian đặc sắc, có nền ẩm thực với những nét đặc trưng độc đáo, có vị trí giao thông đường bộ khá thuận tiện đối với du khách xuất phát từ Việt Nam, có đường vành đai hơn 1200 km giáp với Việt Nam, Campuchia có đầy đủ điều kiện để trở thành một điểm du lịch hấp dẫn đối với du khách Việt Nam.

Hợp tác du lịch với Campuchia thời gian qua được triển khai theo tinh thần hợp tác hữu nghị lâu bền giữa 2 nước, đoàn kết đặc biệt giữa hai Đảng và nhân dân 2 nước được khẳng định chặt chẽ từ cuộc chiến chống Khmer Đỏ từ năm 1975-1979,Việt Nam đã hết mình giúp đỡ người anh em láng giềng của mình và 1 lần nữa khẳng định tình đoàn kết giữa 2 dân tộc. Mặc dù điều kiện phát triển của ngành Du lịch hai nước còn thấp nhưng Du lịch Việt Nam trong khả năng của mình luôn hỗ trợ, chia sẻ kinh nghiệm với phía Bạn. Cùng nằm trong khu vực Đông Dương, với nhiều điểm tương đồng và quan hệ truyền thống tốt đẹp giữa hai nước là những điều kiện hết sức thuận lợi để ngành du lịch hai nước tăng cường hợp tác nhằm khai thác tối đa thế mạnh, tiềm năng của mỗi nước.

Quan hệ hợp tác hữu nghị Việt Nam – Campuchia là quan hệ hữu nghị truyền thống đặc biệt. Hiệp ước hữu nghị hợp tác, Hiệp ước bổ sung và hoạch định

biên giới giữa 2 nước, Hiệp định quy chế biên giới, Hiệp định hợp tác Kinh tế - Văn hóa – Khoa học kỹ thuật, Hiệp định thương mại, Nghị định thư về trao đổi hàng hóa. Bản thỏa thuận một số quy định chung về Hải Quan đối với phương tiện quá cảnh và đấu tranh chống buôn lậu. Thỏa thuận về việc mở 11 cặp chợ biên giới, Nghị định thư về quản lý phương tiện vận tải đường bộ, Hiệp định về Lãnh sự, Hiệp định về hợp tác lao động, Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần (2018), Hiệp định hợp tác năng lượng, Hiệp định kiều dân….mà hai bên đã ký kết là có cơ sở pháp lý chung cho hợp tác du lịch.

Thị trường khách Hải Phòng trong những năm gần đây với nhu cầu đi du lịch nước ngoài đang tăng với số lượng ngày một lớn, đặc biệt trong 10 năm trở lại đây. Giai đoạn 2008-2018 là giai đoạn bùng nổ nhu cầu đi du lịch ra nước ngoài của du khách Hải Phòng. Các điểm đến quen thuộc trong khu vực Châu Á với nhiều ưu điểm nổi trội về giá, về dịch vụ, về tài nguyên du lịch của điểm đến đã thu hút lượng lớn du khách Việt Nam nói chung và Hải Phòng nói riêng, đặc biệt là điểm đến Thái Lan, Trung Quốc, Singapore, Malaysia. Đến nay các điểm đến đó đã phần nào trở nên quen thuộc. Đứng ở vai trò của người công tác trong ngành kinh doanh lữ hành, tác giả thiết nghĩ cần khai thác điểm đến mang tính lạ cho du khách Hải Phòng.

Chuẩn bị đến năm 2023 chuẩn bị đăng cai Seagame 32 lần đầu tiên được tổ chức tại Campuchia. Vì thế sẽ giúp cho du khách Việt Nam biết đến đất nước con người Campuchia nhiều hơn, một đất nước dù còn nhiều khó khăn nhưng luôn giàu lòng hiếu khách, một đất nước đầy sức cuốn hút và hấp dẫn từ yếu tố con người, văn hóa, ẩm thực, danh thắng. Trong tương lai không xa, Campuchia sẽ trở thành một điểm đến mới mang đầy tính khám phá cho du khách Việt Nam nói chung và khách Hải Phòng nói riêng.

Chính vì vậy, tác giả đã tiến hành chọn đề tài: "**Xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia dành cho thị trường khách Hải Phòng của công ty du lịch Phương Đông".**

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài là xây dựng được một số chương trình du lịch đi Campuchia hấp dẫn và mang tính khả thi cao cho thị trường khách Hải Phòng, đồng thời tổ chức được các hoạt động bán phù hợp cho Công ty du lịch Phương Đông.

Để đạt được mục đích trên thì nhiệm vụ đặt ra được xác định là :

- Hệ thống và xây dựng những vấn đề lý thuyết mang tính cơ sở lý luận về xây dựng và bán chương trình du lịch.

- Nghiên cứu và đánh giá đặc điểm thị trường khách du lịch Hải Phòng cũng như tiềm năng du lịch Campuchia trong việc thu hút khách du lịch nói chung và khách du lịch Hải Phòng nói riêng, từ đó đưa ra các phương án xây dựng chương trình du lịch đi Campuchia cho khách Hải Phòng

- Đánh giá khả năng khai thác kinh doanh của Công ty du lịch Phương Đông, trên cơ sở đó tổ chức các hoạt động tiêu thụ sản phẩm chương trình du lịch đi Campuchia cho khách Hải Phòng một cách phù hợp và hiệu quả.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là: vấn đề lý luận và thực tiễn việc xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty Du lịch Phương Đông.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài là : thị trường khách Hải Phòng và tất cả các điều kiện có thể thỏa mãn nhu cầu đi du lịch Campuchia của thị trường khách Hải Phòng.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Trong quá trình thực hiện đề tài, các phương pháp sau đây được áp dụng để đảm bảo tính khoa học và thống nhất của đề tài: Phương pháp tổng hợp và phân tích thứ cấp, phương pháp chuyên gia và phương pháp thực địa.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài:

Trên cơ sở học hỏi và kế thừa những hướng nghiên cứu và lý luận nghiên cứu đi trước, đề tài bước đầu tổng hợp cơ sở khoa học của du lịch với điểm đến

Campuchia. Đây là đóng góp lý thuyết của đề tài nhằm khẳng định hướng nghiên cứu chương trình du lịch mới như một hướng nghiên cứu cần thiết với ngành học có ý nghĩa thực tiễn mạnh mẽ như du lịch học.

Khi thực hiện đề tài này, tác giả mong muốn đề tài của mình có thể giúp cho những người đọc, những người quan tâm có thể tìm hiểu kỹ lưỡng hơn về đất nước, con người Campuchia. Hy vọng đề tài có thể trở thành một tài liệu có ích cho người đọc có nhu cầu quan tâm, tìm hiểu sản phẩm du lịch Campuchia. Và hơn hết chương trình du lịch Campuchia khi đó, đề tài sẽ mang lại một ý nghĩa khác khi được áp dụng để nhận diện và ứng dụng trong thực tế nhằm khai thác điểm đến mới một cách có hiệu quả hơn.

6. Cấu trúc của luận văn:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bố cục luận văn được chia thành 3 chương như sau:

Chương 1: Một số lý luận cơ bản về xây dựng và bán chương trình du lịch

Chương 2: Thực trạng xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia dành cho thị trường khách du lịch Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông

Chương 3: Một số giải pháp và khuyến nghị nhằm hoàn thiện công tác xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông

Chương 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ XÂY DỰNG VÀ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

1.1. Chương trình du lịch

1.1.1. Khái niệm chương trình du lịch

Theo Luật Du Lịch của Việt Nam thì: ***"Chương trình du lịch là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trinh được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi"*** [6, tr.12]

Với khách du lịch thì chương trình du lịch là một hành trình khép kín bao gồm một hay nhiều nơi đến, điểm đến tham quan du lịch, và tất nhiên phải quay trở về nơi xuất phát.

Với người kinh doanh du lịch (Công ty lữ hành, đại lý du lịch….) thì chương trình du lịch cùng là hành trình du lịch khép kín trong đó quy định: nơi xuất phát (cũng như nơi kết thúc) của hành trình, những điểm đến trong chương trình, độ dài thời gian chuyến đi và các dịch vụ kèm theo nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách du lịch.

Với nhà quản lý du lịch thì theo Quy chế Quản lý Lữ hành của Tổng cục du lịch Việt Nam quy định: ***"Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ như xuất cảnh, lưu trú, ăn uống, phương tiện vận chuyển và chương trình tham quan"***. Quy định này nhằm giúp các doanh nghiệp lữ hành hiểu đúng phạm vi hoạt động và đặc điểm sản phẩm dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

Theo David Wright trong cuốn: "Tư vấn nghề nghiệp lữ hành" thì: "Chương trình du lịch là các dịch vụ trong lộ trình du lịch, thông thường bao gồm dịch vụ giao thông, nơi ăn ở, di chuyển và tham quan một quốc gia hay nhiều hơn, vùng lãnh thổ hay thành phố. Sự phục vụ này phải được đăng ký đầy đủ hoặc hợp đồng trước với một doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch phải thanh toán đầy đủ trước khi các dịch vụ được thực hiện". [2, tr. 11]

Từ các định nghĩa trên, có thể hiểu một cách tổng quát về bản chất của chương trình du lịch như sau:

- Chương trình du lịch là một hành trình khép kín bắt đầu từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc được xây dựng lên bao gồm nhiều điểm đến và các điểm tham quan du lịch.

- Chương trình du lịch là tập hợp của các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí….

- Mức giá của chương trình du lịch là một mức giá tổng hợp thường được xác định cụ thể theo các dịch vụ kèm theo trong chương trình.

- Một chương trình du lịch có thể được thực hiện nhiều lần và vào nhiều thời điểm khác nhau.

Khi doanh nghiệp lữ hành xây dựng một chương trình du lịch, ngoài các yếu tố chung là nơi xuất phát và điểm kết thúc (thường gắn với khu vực địa lý mà doanh nghiệp lữ hành đang hoạt động) thì còn có các yếu tố riêng như: Các điểm đến trong chương trình; Các hoạt động bổ sung tại điểm; Phương tiện vận chuyển; Dịch vụ lưu trú, ăn uống, bảo hiểm, hướng dẫn viên… Chính nhờ những yếu tố riêng này mà các doanh nghiệp lữ hành xây dựng được các chương trình du lịch phong phú đa dạng để đáp ứng và thỏa mãn nhu cầu của du khách. Đồng thời chính những chương trình du lịch này sẽ tạo ra bản sắc riêng cho các doanh nghiệp lữ hành để tạo thành những sản phẩm đặc trưng của mỗi doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tạo được vị thế và có khả năng cạnh tranh với các đối thủ khác.

1.1.2. Phân loại chương trình du lịch

Có rất nhiều tiêu chí để phân loại chương trình du lịch. Tuy nhiên, đơn giản nhất có thể phân loại theo một số tiêu chí cơ bản sau:

a. Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh.

- Chương trình du lịch chủ động:

Công ty lữ hành chủ động nghiên cứu nhu cầu thị trường, khảo sát tuyến điểm du lịch, xây dựng chương trình với bảng giá chi tiết và ấn định ngày thực hiện. Sau đó công ty lữ hành mới tiến hành khuếch trương, quảng cáo chương trình đến tay du khách, chào bán và thực hiện chương trình. Tuy nhiên, do tính rủi do cao nên không phải công ty lữ hành nào cũng có thể làm được điều này. Chỉ có các công ty lớn có thị trường khách ổn định, có khả năng liên kết chặt chẽ với các công

ty lữ hành vừa và nhỏ mới có khả năng thực hiện những chương trình du lịch chủ động này (khi công ty đó đã định ra ngày khởi hành thì dù có đủ khách hay không vẫn phải tiến hành thực hiện chương trình du lịch để giữ uy tín cho công ty. Vì vậy, nếu không có một nguồn khách ổn định hoặc không được các công ty khác hỗ trợ ghép khách thì nguy cơ lỗ là rất cao).

- Chương trình du lịch bị động

Chương trình này được thực hiện khi khách tự tìm đến với công ty lữ hành để đưa ra các yêu cầu và nguyện vọng của họ. Sau khi nắm bắt được nhu cầu của khách, nhà điều hành tiến hành xây dựng chương trình với mức giá cụ thể. Hai bên sẽ đi đến thỏa thuận và thực hiện chương trình du lịch sau khi đã đạt được sự nhất trí. Chương trình du lịch này ít mang tính mạo hiểm hơn song đòi hỏi công ty lữ hành phải có thương hiệu trên thị trường hoặc có khả năng quảng cáo để lượng khách tìm đến công ty đông, ổn định. Tuy nhiện nhược điểm lớn nhất của chương trình này là khiến cho công ty lữ hành rơi vào thế bị động.

- Chương trình du lịch kết hợp

Đây là chương trình du lịch kết hợp được ưu điểm của cả hai chương trình trên. Các công ty sẽ tiến hành nghiên cứu nhu cầu thị trường, khảo sát các điểm du lịch sau đó sẽ xây dựng các chương trình du lịch mở (tức là chưa ấn định ngày thực hiện). Thông qua chiến lược tuyên truyền, quảng cáo để khách biết đến chương trình và đăng ký tour. Sau đó 2 bên sẽ trao đổi, bổ xung và sửa đổi chương trình sao cho phù hợp nhất cho du khách và tiến hành ký kết, cố định ngày đi tour.

Loại chương trình này phù hợp với đại đa số các công ty du lịch hiện nay khi không có nguồn khách ổn định và dung lượng khách chưa thật lớn. Hầu hết các công ty lữ hành đang bán chương trình du lịch theo cách này vì nó khá linh hoạt, mềm dẻo và đáp ứng được tối đa nhu cầu của du khách lại tránh đặt các công ty lữ hành vào thế bị động.

b. Căn cứ vào nội dung và mục đích của chuyến du lịch

- Chương trình du lịch nghỉ ngơi, giải trí và chữa bệnh.

- Chương trình du lịch theo chuyền đề: văn hóa, lịch sử, phong tục tập quán, lễ hội, nghiên cứu.

- Chương trình du lịch tôn giáo, tín ngưỡng.

- Chương trình du lịch thể thao, khám phá, mạo hiểm, leo núi, lặn biển.

- Chương trình du lịch đặc biệt: tham quan chiến trường xưa, DMZ.

- Chương trình du lịch tổng hợp (như du lịch xuyên việt….)

c. Căn cứ vào mức giá

- *Chương trình du lịch trọn gói*

Đây là chương trình du lịch theo mức giá trọn gói đã bao gồm hầu hết các dịch vụ chính như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, hướng dẫn viên, vé thắng cảnh… trong quá trình thực hiện chương trình này, du khách sẽ không phải trả thêm khoản nào ngoài những chi tiêu cá nhân của họ. Hầu hết các công ty lữ hành để áp dụng thực hiện chương trình du lịch trọn gói này vì nó mang lại sự liền mạch, liên kết các dịch vụ đơn lẻ thành một hệ thống hoàn chỉnh. Đây cùng là chương trình du lịch được du khách mua nhiều nhất vì họ có thể sử dụng hết các dịch vụ trong chương trình do công ty lữ hành đã đặt mà không phải lo lắng gì cả.

- *Chương trình du lịch với mức giá phổ cập*

Đây là chương trình du lịch được áp dụng phổ biến với các hãng hàng không, khách sạn… Giá của chương trình này chỉ bao gồm một số dịch vụ chủ yếu như vận chuyển, lưu trú…. Và nó được áp dụng cho khách du lịch công vụ hoặc khách đi tuần trăng mật (Thường là khách lẻ, không đi vào một ngày cố định nào cả, không chiu sự gò ép về không gian và thời gian….).

- *Chương trình du lịch với mức giá tự chọn.*

Với loại chương trình du lịch này, khách du lịch có thể tùy ý lựa chọn tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ theo khả năng chi trả thực tế của mình, ví dụ như lựa chọn về thứ hạng của khách sạn, loại phương tiện vận chuyển, mức tiêu chuẩn về ăn uống…. Khách có thể lựa chọn đối với từng thành phần riêng lẻ của chương trình hoặc các mức khác nhau trong cả một chương trình tổng thể. Ưu điểm nổi bật của chương trình này là giúp công ty lữ hành phân loại ra được từng nhóm khách theo khả năng chi trả của họ. Từ đó, họ có thể phục vụ khách được tốt hợn và đáp ứng tối đa nhu cầu chính đáng của khách.

d. Căn cứ vào thị trường khách du lịch hay đối tượng khách.

- *Chương trình du lịch nội địa*

Là chương trình du lịch đưa người Việt nam, người nước ngoài định cư ở Việt Nam đi du lịch trong nước.

- *Chương trình du lịch inbound*

Là chương trình du lịch đưa người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch.

- *Chương trình du lịch Outbound*

Là chương trình du lịch đưa người Việt Nam, người nước ngoài định cư ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài.

1.1.3. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch

Như đã nói ở trên, chương trình du lịch là một tập hợp của tất cả các dịch vụ du lịch, có thể là dịch vụ trọn gói hoặc chỉ một vài dịch vụ đơn lẻ tùy thuộc vào từng hoàn cảnh cụ thể. Tuy nhiên cấu thành của một chương trình du lịch thông thường sẽ bao gồm các thành phần cơ bản: Vận chuyển, lưu trú, ăn uống, hướng dẫn, lịch trình và dịch vụ bổ xung.

Vai trò của các yếu tố cấu thành trên là ngang nhau, tùy thuộc vào mỗi chương trình du lịch cụ thể mà yếu tố cấu thành nào là quan trọng nhất. Có thể hiểu rõ hơn về các yếu tố cấu thành chương trình du lịch như sau:

- Thành phần đầu tiên quan trọng không thế thiếu trong tất cả các chương trình du lịch là dịch vụ vận chuyển - một khâu tất yếu cần phải có. Trong một chương trình du lịch, du khách có thể kết hợp rất nhiều phương tiện vận chuyển khác nhau. Ví dụ như khi du khách đi từ nước mình sang một đất nước khác thì có thể sử dụng máy bay, tàu hỏa, ô tô, tàu thủy… làm phương tiện vận chuyển và họ có thể sử dụng các phương tiện trên để đi lại trong chính quốc gia mà họ đến. Tùy theo quỹ thời gian và khả năng chi trả của mình mà họ sẽ lựa chọn một chương trình phù hợp nhất. Chính vì vậy mà các công ty du lịch thường phải thiết kế rất nhiều chương trình du lịch khác nhau để có thể đáp ứng được tối đa nhu cầu của du khách.

- Thành phần quan trọng thứ hai phải kể đến ngay sau dịch vụ vận chuyển là dịch vụ lưu trú. Theo lẽ thông thường, khi du khách rời khỏi nơi ở thường xuyên của mình thì họ sẽ phải được cung cấp một chỗ ở khác trong suốt chặng hành trình của mình. Tuy nhiên dịch vụ lưu trú thì rất đa dạng và phong phú nên đòi hỏi các công ty lữ hành phải giới thiệu và tư vấn cho du khách thật kỹ càng trước khi họ quyết định mua tour. Cùng một điểm đến nhưng sẽ có rất nhiều lựa chọn khác nhau về dịch vụ lưu trú cho du khách. Với du khách có khả năng chi trả cao, họ có thể lựa chọn cho mình một dịch vụ lưu trú cao cấp như khách sạn đạt tiêu chuẩn 4-5 sao hoặc các khu Villa, Resort sang trọng, còn với những khách ba lô thì họ thậm chỉ có thể qua đêm ở những khu nhà trọ bình dân nhất. Mối quan hệ giữa công ty du lịch và nhà cung ứng dịch vụ là rất quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng, giá cả của chương trình du lịch. Nếu đó là một mối quan hệ chặt chẽ, lâu bền thì các công ty du lịch sẽ được hưởng một chế độ ưu đãi và các điều kiện tốt nhất của nhà cung ứng dịch vụ lưu trú và còn nếu ngược lại thì có thể ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách hàng hoặc có thể làm cho mức giá của công ty lữ hành này sẽ bị cao hơn so với các công ty cạnh tranh khác.

- Tiếp ngay sau 2 dịch vụ trên là phải kể đến dịch vụ ăn uống. Đây cùng là một dịch vụ rất quan trọng trong chương trình du lịch, quyết định thành công hay thất bại cho chuyến đi của du khách. Thường thì các chương trình du lịch sẽ giới thiệu rất cụ thể về dịch vụ này như bao gồm tổng cộng mấy bữa ăn chính, mấy bữa ăn phụ, ăn ở đâu, mức giá mỗi bữa là bao nhiêu… tùy theo chương trình cụ thể mà người điều hành du lịch sẽ quyết định cho khách ăn ở đâu, trong cơ sở lưu trú như khách sạn hay nhà nghỉ, hay ăn ở ngoài nhà hàng, ăn trên tàu…. Để cho một chương trình du lịch được phong phú và hấp dẫn thì thường có sự kết hợp đan xen của các điểm ăn uống khác nhau trong chương trình.

- Dịch vụ hướng dẫn: Hướng dẫn viên sẽ là người đại diện cho doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ hướng dẫn, giới thiệu cho du khách về lịch trình, các điểm đến trong chương trình du lịch và phục vụ du khách trong suốt quá trình đi du lịch. Hướng dẫn viên sẽ là người đại điện cho cả một đất nước để đón tiếp những vị khách từ xa đến, đại diện cho công ty lữ hành để phục vụ du khách vì hướng dẫn viên sẽ là người đầu tiên gặp gỡ khách tại sân bay, nhà ga, là người cuối cùng tiễn

họ, và cũng là người theo suốt họ trong suốt chuyến đi du lịch. Hướng dẫn viên còn đại diện cho du khách để đòi hỏi quyền lợi chính đáng mà họ sẽ được hưởng theo thỏa thuận đã được ký kết…. Chính vì vậy, vai trò của hướng dẫn viên là rất quan trọng và đóng góp to lớn cho sự thành công của cả chương trình du lịch trọn gói.

- Ngoài các thành phần trên thì các chương trình du lịch còn cần phải có một lịch trình đầy đủ bao gồm số lượng ngày tham quan, các điểm tham quan của từng ngày, thời gian cụ thể dành cho các hoạt động tham quan mua sắm, gia cả, các dịch vụ bao gồm và không bao gồm trong giá bán…. Thông thường thì các lịch trình sẽ được làm sẵn, được bán ra và được thông qua ký kết giữa công ty du lịch và du khách trước khi thực hiện chuyến đi.

- Các chương trình du lịch còn có thể bao gồm thêm một số dịch vụ bổ xung để đáp ứng những nhu cầu tối thiểu nhất cho du khách như: Mua bảo hiểm, nước uống, khăn lạnh, mũ…. nhằm nâng cao chất lượng phục vụ cũng như góp phần nâng cao chất lượng chuyến đi của du khách.

Như đã phân tích, không phải chương trình du lịch nào cũng sẽ có được đầy đủ các thành phần như kể trên. Thông thường thì một chương trình du lịch trọn gói sẽ bao gồm tất cả các thành phần như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, hướng dẫn viên cho đến những dịch vụ bổ xung tối thiểu…Tuy nhiên đối với các chương trình du lịch khác như du lịch chuyên đề, du lịch hội thảo, du lịch thăm thân… thì người ta sẽ lược bỏ đi một số thành phần không cần thiết như hướng dẫn viên, dịch vụ lưu trú, ăn uống…..

1.2. Xây dựng chương trình du lịch

1.2.1. Quy trình xây dựng chương trình du lịch

Chương trình du lịch khi được xây dựng phải đảm bảo những yêu cầu chủ yếu như tính khả thi, phù hợp với như cầu của thị trường, đáp ứng những mục tiêu của công ty lữ hành, có sức lôi cuốn thúc đẩy khách du lịch ra quyết định mua chương trình. Để đạt được những yêu cầu đó, chương trình du lịch được xây dựng theo quy trình gồm các bước sau đây:

- Xác dịnh thị trường mục tiêu và nhu cầu của khách du lịch.

- Nghiên cứu khả năng đáp ứng nhu cầu.

- Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp lữ hành.

- Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình du lịch.

- Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa.

- Xây dựng tuyến hành trình cơ bản, bao gồm những điểm du lịch chủ yếu, bắt buộc của chương trình.

- Xây dựng phương án vận chuyển.

- Xây dựng phương án lưu trú ăn uống.

- Những điều chỉnh nhỏ, bổ sung tuyến hành trình. Chi tiết hóa chương trình với những hoạt động tham quan, nghỉ ngơi, giải trí.

- Xác định giá thành và giá bán của chương trình.

- Xây dựng những quy định của chương trình

Cần nhận thấy rằng không phải xây dựng chương trình du lịch nào cũng phải tuân thủ lần lượt theo các bước nói trên. Tùy thuộc vào tình hình thực tế của mỗi doanh nghiệp mà người xây dựng chương trình du lịch có thể bỏ qua hoặc đi sâu vào từng giai đoạn. [3, tr 172]

Xây dựng chương trình du lịch là công đoạn cực kỳ quan trọng đòi hỏi người làm có kinh nghiệm thực tiễn, có đầu óc và tư duy phân tích tốt. Từ kinh nghiệm thực tiễn, người thiết kế phải nắm được lịch bay, giờ tàu, giờ mở và đóng cửa của các điểm tham quan, nắm được vị trí, ưu điểm của từng khách sạn, nhà hàng… từ đó có thể bố trí thời gian và sắp xếp thứ tự của các điểm tham quan trong lịch trình một cách hợp lý nhất. Để có được điều này đòi hỏi người thiết kế chương trình du lịch phải trực tiếp đi khảo sát các điểm du lịch, các khách sạn nhà hàng…. Đồng thời phải thường xuyên tìm hiểu cập nhật những thông tin mới từ sách vở, báo chí và phương tiện truyền thông khác.

Ngoài ra, người xây dựng chương trình du lịch còn phải có đầu óc phân tích và tư duy phân tích tốt để có thể nắm bắt được tâm lý, nhu cầu, thị hiếu của thị trường khách tiềm năng và nhận biết được những điểm mạnh của công ty mình từ đó có thể phát huy được tối đa lợi thế đó trong quá trình xây dựng chương trình du lịch.

1.2.2. Nghiên cứu thị trường khách

Đây là bước đầu tiên và là bước đóng vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng và thực hiện chương trình du lịch. Cũng như các ngành kinh doanh khác, xác định thị trường mục tiêu là bước không thể thiếu nhằm giúp doanh nghiệp tập trung khai thác vào đúng thị trường tiềm năng từ đó có thể giúp doanh nghiệp sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực và đáp ứng tối đa nhu cầu chính đáng của khách hàng. Việc phân đoạn thị trường mục tiêu có thể dựa trên những tiêu chí khác nhau như nghề nghiệp, tuổi tác, giới tính, thu nhập, quốc tịch…

Sau khi xác định được thị trường mục tiêu, các doanh nghiệp sẽ tập trung phân tích nhu cầu của khách du lịch ở giai đoạn thị trường đó. Để xác định được nhu cầu của du khách thì cần được làm rõ 2 vấn đề chính đó là: khách du lịch là ai và họ mong chờ điều gì ở công ty du lịch. Việc xác định được mong muốn của du khách sẽ đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình xây dựng, tiếp thị và bán chương trình du lịch. Chính vì vậy, các công ty lữ hành cần tập trung vào việc phân tích và nghiên cứu thị trường, điển hình là quá trình điều tra. (Ví dụ điều tra trực tiếp là phỏng vấn và điều tra gián tiếp qua bảng hỏi, qua sách báo, qua các công trình nghiên cứu….). Sau khi thu thập được một lượng thông tin nhất định, các nhà điều hành sẽ dựa vào đó để xây dựng những chương trình cho phù hợp, thu hút được sự quan tâm của thị trường mục tiêu đó.

Ví dụ, nếu doanh nghiệp tập trung khai thác mảng khách hàng với đối tượng là sinh viên thì cần phải chú ý đến giá thành phải rẻ, độ dài chương trình thường là ngắn ngày, thời gian của chuyến đi (thường vào cuối tuần, cuối năm, dịp hè), mục đích tham gia chương trình du lịch (có thể là giao lưu, đốt lửa trại, thực tập, các ngày lễ….) .

1.2.3. Nghiên cứu khả năng cung ứng

Sau khi đã xác định được thị trường mục tiêu và nhu cầu của du khách, các công ty lữ hành cần tập trung vào việc nghiên cứu khả năng đáp ứng nhu cầu đó của công ty lữ hành, của tài nguyên du lịch và của các nhà cung ứng dịch vụ khác như lưu trú, vận chuyển, nhà hàng….

Về khả năng đáp ứng của các công ty lữ hành cần kể đến các yếu tố như vốn, nhân lực, mối quan hệ với những nhà cung cấp dịch vụ…. sau khi xác định được khả năng của mình, nhà điều hành sẽ xem xét và đưa ra quyết định để xây dựng và thiết kế các chương trình sao cho phù hợp và khả thi nhất.

Khi đã nhìn nhận ra khả năng đáp ứng của mình, nhà điều hành sẽ quyết định tìm kiếm, lựa chọn tài nguyên phù hợp để đưa ra chương trình du lịch của mình. Công đoạn đánh giá và lựa chọn tài nguyên sẽ dựa trên một số tiêu chí như sau:

- Sự hấp dẫn của tài nguyên du lịch.
- Giá trị của tài nguyên du lịch.
- Sự phù hợp của chương trình du lịch với thị trường mục tiêu.
- Các điều kiện khác như cơ sở hạ tầng, an ninh, môi trường văn hóa, xã hội của khu vực có tài nguyên….

Sau đó công ty lữ hành cần nghiên cứu khả năng đáp ứng của các nhà cung cấp dịch vụ khác nhưng vận chuyển, khách sạn, nhà hàng…. Để từ đó lựa chọn ra những nhà cung cấp có dịch vụ với giá thành cạnh tranh nhất. Để có thể làm được điều này đòi hỏi các công ty lữ hành có quan hệ rộng và tốt đối với các nhà cung cấp dịch vụ.

1.2.4. Xây dựng chủ đề của chương trình du lịch

Mỗi chương trình du lịch đều có 1 chủ đề riêng và mọi thành phần luận điểm đều hướng theo chủ đề đó. Chủ đề của chương trình du lịch thường được người xây dựng chương trình đưa ra dựa trên về ý tưởng của sản phẩm và nói lên ý nghĩa xây dựng sản phẩm. Xuất phát từ mục đích đi du lịch của khách hàng hay tiềm năng du lịch của khách hàng và công ty. Tên của chủ đề phải ấn tượng, gợi cảm hoặc dễ nhớ và in sâu vào trong trí nhớ của khách hàng. Khi nói đến tên của chương trình đó là khách hàng đã liên tưởng hoặc nhớ lại ngay sản phẩm của công ty.

Hiện nay, nhiều chương trình du lịch được các công ty lữ hành đặt tên gọi cho chương trình du lịch đã thể hiện được hết chủ đề của chương trình, thể hiện một cách sinh động nhất những gì mà công ty du lịch muốn truyền tải đến khách

hàng và đến chương trình du lịch đó. Khách du lịch sẽ cảm thấy hấp dẫn, lôi cuốn ngay sau khi đọc tên chương trình du lịch đó.

1.2.5. Xác định giới hạn quỹ thời gian của chương trình

Là khoảng thời gian rảnh rỗi trung bình của từng đối tượng khách du lịch và của từng thị trường khách hàng mục tiêu căn cứ vào các đợt nghỉ lễ tết trong năm. Độ dài của chương trình về lý thuyết không nên vượt quá khoảng thời gian rỗi trung bình này. Thực tế thì có thể giảm một số ngày đối với từng đối tượng khách khác nhau.

1.2.6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

Xây dưng tuyến hành trình cơ bản, bao gồm những điểm du lịch chủ yếu bắt buộc của chương trình.

Hệ thống tài nguyên du lịch tại điểm đến phải đa dạng và phong phú, tuy nhiên trong chương trình du lịch, doanh nghiệp lữ hành chỉ lựa chọn một số điểm đến du lịch và chuyến hành trình phải liên kết các điểm du lịch và hoạt động tham quan du lịch theo 1 lộ trình nhất định và đảm bảo 1 cách khoa học nhất. Để lựa chọn các điểm đến du lịch đưa vào khai thác, sử dụng trong các chương trình, doanh nghiệp lữ hành thường căn cứ vào các yếu tố sau đây:

- Tính chất, ý nghĩa của từng điểm tham quan du lịch.

- Giá trị đích thực của điểm tham quan du lịch.

- Sự nổi tiếng của điểm tham quan du lịch.

- Sự phù hợp của điểm tham quan du lịch đối với mục đích đi du lịch của du khách.

- Khả năng liên kết với các tuyến điểm du lich khác.

- Môi trường tự nhiên, xã hội của khu vực có tài nguyên du lịch: khí hậu;tình hình an ninh; trật tự xã hội; chủ trương chính sách, quy định của nhà nước về du lịch; dịch bệnh…

1.2.7.Xây dựng phương án vận chuyển

Xây dựng phương án vận chuyển Doanh nghiệp lữ hành xác định phương án có thể vận chyển khách tham quan du lịch trên tuyến hành trình đã được xây dựng.

Trên cơ sở đó, người xây dựng chương trình du lịch sẽ lựa chọn phương án vận chuyển tối ưu bao gồm lộ trình chi tiết, các điểm dừng, phương tiện giao thông sử dụng cho chương trình. Phương án vận chuyển tối ưu thông thường được hiểu là phương án có mức độ an toàn cao, chi phí thấp, tiết kiệm thời gian và đem lại sự tiện nghi nhất cho khách. Để chủ động trong quá trình thực hiện thì ngoài phương an vận chuyển tối ưu, các doanh nghiệp lữ hành cần xây dựng một số phương án vận chuyển dự phòng để thay thế khi cần thiết.

1.2.8. Xây dựng phương án lưu trú,ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác

Khi quyết định lựa chọn các cơ sở lưu trú để đưa vào chương trình du lịch, doanh nghiệp lữ hành căn cứ vào các yếu tố sau: Quy mô vị trí và thứ hạng; kiến trúc; mức giá; danh tiếng của khách sạn; mối quan hệ giữa doanh nghiệp lữ hành với khách sạn; đội ngũ nhân viên phục vụ; trang thiết bị và các dịch vụ; mức độ vệ sinh.

Khi lựa chọn phương án ăn uống cho các chương trình du lịch, doanh nghiệp lữ hành thường căn cứ vào các tiêu thức sau: Vị trí của nhà hàng; thực đơn (tính chất, sự phong phú, các món ăn đặc sản, tính ổn định của thực đơn); quy mô của nhà hàng; mức độ vệ sinh; phương thức phục vụ; thời gian phục vụ ăn uống; danh tiếng của nhà hàng; kiến trúc bài trí; giá cả; mối quan hệ giữa doanh nghiệp lữ hành với nhà hàng…

1.2.9. Xây dựng lịch trình chi tiết

Những điều chỉnh, bổ sung tuyến hành trình, chi tiết hóa chương trình với các hoạt động tham quan, nghỉ ngơi, giải trí. Lịch trình chi tiết của chương trình du lịch được xây dựng dựa trên cơ sở kết nối các phương án tham quan, vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các hoạt động khác. Lịch trình chi tiết của chương trình du lịch thể hiện một cách cụ thể nhất về thời gian, địa điểm, các hoạt động tham quan du lịch, nghỉ ngơi, giải trí, số lượng và chất lượng các dịch vụ có trong chương trình… Một lịch trình hoàn chỉnh phải đảm bảo yêu cầu mọi chi tiết dù nhỏ nhất cũng đã được cân nhắc và hướng dẫn viên chỉ cần tiến hành theo đúng kịch bản khi thực hiện chuyến du lịch.

1.2.10. Xác định giá thành và giá bán cho chương trình

1.2.10.1. Xác định giá thành của một chương trình du lịch

a. Khái niệm giá thành của một chương trình du lịch

Giá thành của một chương trình du lịch bao gồm toàn bộ những chi phí trực tiếp mà công ty lữ hành phải chi trả một lần thực hiện chương trình du lịch.

Nếu các chi phí này tính cho 1 khách thì gọi là giá thành cho một lần thực hiện chương trình du lịch.

Nếu các chi phí này tính cho cả đoàn khách thì gọi là tổng chi phí cho một lần thực hiện chương trình du lịch.

Trước hết cần nhận thấy rằng, giá thành của một lần thực hiện chương trình du lịch dù là xác định cho một khách cũng phụ thuộc vào số lượng khách du lịch trong đoàn. Vì vậy, người ta nhóm toàn bộ các chi phí vào hai loại cơ bản: chi phí cố định và chi phí biến đổi.

- Các chi phí cố định tính cho cả đoàn khách. Bao gồm tất các các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá của chúng được xác định cho cả đoàn khách, không phụ thuộc một cách tương đối vào số lượng khách trong đoàn. Nhóm này gồm các chi phí cho các dịch vụ và lượng hàng hóa mà mọi thành viên trong đoàn đều tiêu dùng chung, không tách bóc được cho từng thành viên một cách riêng rẽ.
- Các chi phí biến đổi tính cho một khách. Bao gồm chi phí tất cả các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá của chúng được quy định cho từng khách. Đây thường là các chi phí của các dịch vụ và hàng hóa gắn liền trực tiếp với sự tiêu dùng trực triếp với sự tiêu dùng riêng biệt của khách du lịch.
- Công thức tính giá thành

  Giá thành cho 1 khách: $z = VC + FC/Q$

  Tổng chi phí tính cho cả đoàn khách: $Z = VC*Q + FC$ hoặc = $z.Q$

  Trong đó:

z: giá thành cho một khách

Z: tổng chi phí cho cả đoàn khách

Q: số thành viên trong đoàn

FC: tổng chi phí cố định tính cho cả đoàn khách

VC: Tổng chi phí biến đổi tính cho một khách.

b. *Phương pháp tính giá thành*

Trên cơ sở hai loại chi phí cố định và biến đổi, tồn tại một số phương pháp xác định giá thành của các chương trình du lịch, chúng ta có hai phương pháp xác định giá thành cơ bản.

1.2.10.2. Xác định giá bán của một chương trình du lịch

Giá bán của một chương trình du lịch phụ thuộc vào những yếu tố sau đây:

- Mức giá phổ biến trên thị trường
- Vai trò, vị thế, thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường
- Mục tiêu của doanh nghiệp
- Giá thành của chương trình
- Thời vụ du lịch

Căn cứ vào những yếu tố trên, ta có thể xác định giá bản của một chương trình theo công thức sau đây:

$$\mathbf{G = Z + Cb + Ck + P + T}$$

Trong đó:

Z: giá thành tính cho 1 khách

P: khoản lợi nhuận dành cho doanh nghiệp lữ hành

Cb: Chi phí bán bao gồm hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuếch trương.

Ck: các chi phí khác: chi phí quản lý, chi phí thiết kế chương trình, chi phí khấu hao, chi phí dự phòng, marketing, thuê văn phòng…

T: các khoản thuế

1.3. Bán chương trình du lịch

1.3.1. Xúc tiến bán các chương trình du lịch

a. Khái niệm

Thực chất của xúc tiến hỗn hợp là quá trình kết hợp truyền thông trong kinh doanh du lịch cho người tiêu dùng trên thị trường mục tiêu. Một mặt giúp họ nhận

thức được các chương trình du lịch của doanh nghiệp, mặt khác dẫn dụ, thu hút người tiêu dùng mục tiêu mua sản phẩm của doanh nghiệp và trung thành với sản phẩm bao gồm quảng cáo tuyên truyền và quan hệ công chúng, thúc đẩy tiêu thụ, chào hàng trực tiếp. Việc lựa chọn các hoạt động xúc tiến hỗn hợp cần phải phân tích các yếu tố ảnh hưởng sau đây: bản chất, đặc điểm của từng loại chương trình du lịch mà doanh nghiệp đưa ra thị trường, mục tiêu mà tham vọng truyền thông hướng tới, các giai đoạn trong chu kỳ sống của sản phẩm (tính thời vụ du lịch), tình hình mà doanh nghiệp phải đối mặt và xác định vị trí của mình trên thị trường mục tiêu, ngân quỹ có thể dành cho hoạt động xúc tiến hỗn hợp.

b. Hoạt động quảng cáo chương trình du lịch

Tất cả các hoạt động quảng cáo đều nhằm khơi dậy nhu cầu của du khách đối với các sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành . Các sản phẩm quảng cáo phải tạo ra sự phù hợp giữa các chương trình du lịch với nhu cầu, mong muôn và nguyện vọng của khách du lịch.

Tổ chức các chiến dịch quảng cáo cho các chương trình du lịch đang ngày càng trở nên đa dạng, phong phú và tốn kém hơn. Để thu hút khách du lịch, các doanh nghiệp lữ hành mời các ngôi sao nghệ thuật, các nhân vật nổi tiếng, các nhà báo…. Thực hiện chuyến đi miễn phí theo các chương trình du lịch của doanh nghiệp. Mặc dù doanh nghiệp phải bỏ ra nhưng khoản chi phí không nhỏ, song những ngôi sao hoặc nhừng người lãnh đạo dư luận này là những nam châm kỳ diệu để thu hút khách du lịch mua tour của doanh nghiệp. Để tạo uy tín hoặc gây tiếng vang cho một sản phẩm mới, các doanh nghiệp không ngần ngại bỏ chi phí thực hiện các chuyến, chương trình khảo sát (FAM TRIP), có sự tham gia của các trực tiếp các khách hàng, hoặc của các đơn vị truyền thông báo chí…. Hình thức quảng cáo hữu hiệu chính là chất lượng của mỗi lần thực hiện đạt được sự thỏa mãn cao của khách du lịch trên thị trường mục tiêu. Chất lượng cao dẫn đến tiếng lành đồn xa làm cho thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành trở nên nổi tiếng và đặc biệt xây dựng được lòng trung thành của du khách đối với sản phẩm của doanh nghiệp.

c. Hoạt động tuyên truyền và quan hệ công chúng

Hoạt động tuyên truyền là việc tác động một cách gián tiếp nhằm khơi dậy nhu cầu du lịch hay làm tăng uy tín của doanh nghiệp lữ hành bằng cách đưa những thông tin về điểm, tuyến du lịch mới thông qua việc sử dụng các phương tiện truyền thông đại chùng (báo hình, báo nói, báo viết, tạp chí, báo điện tử) với sự hỗ trợ của các phóng viên.

Trong kinh doanh lữ hành hiện đại, tuyên truyền là một hình thức rất quan trọng của doanh nghiệp lữ hành đạt được mục tiêu của mình. Thông qua hình thức tuyên truyền doanh nghiệp lữ hành có thể đạt được các mục tiêu:

- Tạo ra sự biết đên dịch vụ du lịch mới.
- Tạo dựng được uy tín
- Tạo điều kiện tốt cho người bán hàng và các kênh phân phối.
- Chi phí thấp hơn quảng cáo.

Xuất bản ấn phẩm, tổ chức sự kiện đặc biệt, cung cấp thông tin cho các nhà báo tham gia trả lời phỏng vấn, thuyết trình, tham gia vào các hoạt động xã hội – từ thiện xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp.

d. Hoạt động khuyến khích, thúc đẩy tiêu thụ, khuyến mãi

Hoạt động khuyến khích thúc đẩu tiêu thụ của doanh nghiệp lữ hành là việc sử dụng các biện pháp kích thích trực tiếp vào đội ngũ bán chương trình du lịch của đại lý lữ hành, các doanh nghiệp lữ hành, nhằm tạo động lực cho người bán hàng tích cực chủ động đẩy nhanh tiến độ bán các chương trình du lịch. Các hình thức khuyến mại mà doanh nghiệp lữ hành có thể áp dụng: tăng mức hoa hồng cơ bản, hoa hồng thưởng… Tạo điều kiện thuận lợi và các chính sách ưu đãi cho nhân viên bán và các đại lý.

Hoạt động khuyến mại (kích thích khách du lịch) là việc sử dụng các biện pháp, hình thức trực tiếp vào khách du lịch (người tiêu dùng cuối cùng) làm cho khách sẵn sàng mua chương trình du lịch. Các biện pháp, hình thức cơ bản nhất có

thể áp dụng trong kinh doanh lữ hành là tặng quà, tham gia vào các cuộc thi, phiếu mua chương trình du lịch, phiếu lĩnh thưởng, nhận hoàn lại tiền, bán giá theo ưu đãi….

Để tiến hành hai hoạt động khuyến mại và khuyến mãi, nhà quản lý cần xác định rõ: cường độ kích thích, điều kiện tham gia, các phương tiện phổ biến về chương trình kích thích, thời gian kéo dài của chương trình kích thích, lựa chọn thời gian để thực hiện, ngân sách cho việc kích thích người bán và người mua. Phải lập kế hoạch cụ thể cho hoạt động kích thích và đánh giá kết quả của chương trình kích thích tiêu thụ.

Chào bán chương trình du lịch trực tiếp là sử dụng các biện pháp, hình thức tiếp cận đến tận địa chỉ của khách du lịch. Các biện pháp, hình thức mà doanh nghiệp lữ hành sử dụng trong kinh doanh chương trình du lịch, giá của chương trình và các thủ tục đăng ký qua điện thoại, bưu điện, truyền hình…

1.3.2. Tổ chức bán chương trình du lịch

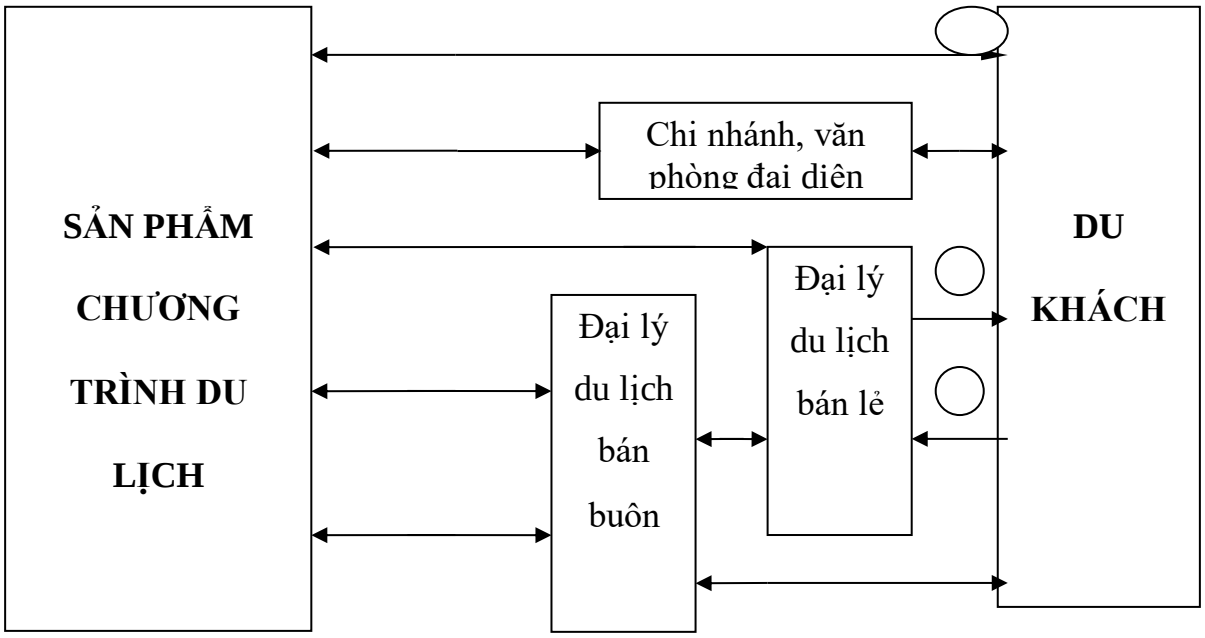
a. Xác định nguồn khách

Khi xây dựng các chương trình du lịch, các doanh nghiệp lữ hành thường đã xác định thị trường mục tiêu chủ yếu cho sản phẩm của mình. Đây là một trong nhưng giai đoạn cơ bản và đóng vai trò quyết định để đạt được mục đích kinh doanh chương trình du lịch của doanh nghiệp lữ hành. Vì vậy cần lựa chọn các phương pháp và phương tiện tới ưu nhằm tiêu thụ được lượng sản phẩm tối đa chỉ với chi phí tối thiểu. Giai đoạn này bao gồm các công việc chính như là lựa chọn kênh tiêu thụ, và quản lý các kênh tiêu thụ trong chương trình du lịch.

Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có thể lựa chọn các kênh tiêu thụ sản phẩm cho phù hợp với từng thị trường mục tiêu.

Kênh tiêu thụ trong du lịch được hiểu như là một hệ thống tổ chức dịch vụ nhằm tạo ra các điểm bán hoặc cách tiếp cận sản phẩm thuận tiện cho khách du lịch, ở ngoài địa điểm diễn ra quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm. Tùy thuộc và đặc điểm nguồn khách chính của doanh nghiệp mà lựa chọn kênh tiêu thụ cho phù hợp.

Thông thường có các kiểu kênh phân phối chủ yếu sau:



Hình 1.1: Hệ thống kênh phân phối là chương trình du lịch

Căn cứ vào mối quan hệ với du khách mà các kênh tiêu thụ trên chia thành 2 loại:

Kênh tiêu thụ sản phẩm trực tiếp: bao gồm kênh (1) và kênh (2).

Trong đó doanh nghiệp giao dịch trực tiếp với khách không qua bất kỳ một trung gian nào. Các kiểu tổ chức kênh như sau:

- Sử dụng nguồn nhân lực của doanh nghiệp để chào và bán hàng trực tiếp cho khách du lịch. Trong đó đặc biệt chú ý tới bán hàng cá nhân.
- Trực tiếp sử dụng văn phòng hoặc các chi nhánh trong và ngoài nước để làm cơ sở bán chương trình du lịch.
- Mở các văn phòng đại diện, các đại diện bán lẻ chương trình du lịch.
- Sử dụng hệ thống thông tin liên lạc, đặc biệt là hệ thống tổ chức nối mạng tổ chức bán chương trình du lịch cho du khách tại nhà (thương mại điện tử)

Kênh tiêu thụ sản phẩm gián tiếp: từ kênh (3) và kênh (5)

Đặc điểm của loại hình kênh này là quá trình mua – bán sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành được ủy nhiệm cho các doanh nghiệp lữ hành khác làm đại lý tiêu thụ hoặc với tư cách của doanh nghiệp lữ hành gửi khách. Doanh nghiệp lữ hành

sản xuất chương trình du lịch sẽ hoàn toàn chịu trách nhiệm về sản phẩm mình ủy thác, về chất lượng dịch vụ trong chương trình đã bán cho khách.

Bên cạnh việc tổ chức các kênh tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp còn phải đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền để bổ trợ thêm cho quá trình bán hàng như tuyên truyền trên báo hình, báo nói, báo viết về các điểm du lịch mới, các chương trình du lịch mới….

Đối với các kênh tiêu thụ gián tiếp, chủ thể hoạt động với tư cách là người mua cho khách hàng của họ. Họ là những doanh nghiệp kinh doanh độc lập, họ có quyền hạn và chiến lược kinh doanh riêng, trong nhiều trường hợp quan điểm của các doanh nghiệp lữ hành gửi khách, các đại lý lữ hành rất khác với quan điểm của doanh nghiệp lữ hành nhận khách. Vì vậy, để tiêu thụ được nhiều chương trình du lịch trọn gói, doanh nghiệp lữ hành nhận khách cần dành nhiều ưu đãi cho doanh nghiệp lữ hành gửi khách, các đại lý lữ hành.

Để quản lý các kênh tiêu thụ, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nhận khách cần sử dụng ba phương pháp phổ biến là hợp tác, thiết lập quan hệ thành viên, xây dựng kế hoạch tiêu thụ và đặt định mức tiêu thụ cho các doanh nghiệp lữ hành gửi khách và các đại lý lữ hành độc lập. Đánh giá hoạt động của các kênh tiêu thụ theo nhưng tiêu chuẩn như số chuyến du lịch, số lượt khách, số ngày khách, doanh thu đạt được, độ chính xác của các hợp đồng, mức độ hợp tác trong các chương trình xúc tiến và các thông tin thị trường mà họ cung cấp.

Tổ chức bán có tác động trực tiếp tới mức tiêu thụ sản phẩm của bất cứ doanh nghiệp nào. Thực chất đó là quá trình xác lập các kênh phân phối, xác định các điều kiện bán cũng như các công cụ hỗ trợ bán hàng. Với các đặc điểm của mình, quá trình tổ chức của các doanh nghiệp lữ hành có những thuận lời và khó khăn riêng khác với hàng hóa thông thường. Do sản phẩm lữ hành tồn tại dưới dạng dịch vụ nên trong các kênh phân phối chỉ có các dòng lưu chuyển tiền, thông tin và xúc tiến bán hàng mà không có dòng lưu chuyển của hàng hóa do vậy việc tổ chức và điều hành thường đơn giả và ít tốn kém hơn so với hàng hóa vật chất. Tuy nhiên, do đặc điểm cầu du lịch phân tán nên việc kênh phân phối trong kinh doanh lữ hành đòi hỏi phải có phạm vi bao phủ rộng hơn cũng như hiệu quả của từng kênh đơn lẻ

thường thấp hơn. Bên cạnh đó, cũng do đặc điểm tồn tại dưới dạng dịch vụ nên việc bán hàng thường diễn ra khó khăn và vì vậy, yêu cầu về kiến thức cũng như kỹ năng bán hàng của các đại lý, các điểm bán hay nhân viên bán hàng trực tiếp phải rất cao.

b. Quan hệ giữa các công ty lữ hành với nhau và với khách du lịch

Hợp tác giữa các công ty lữ hành bao giờ cũng đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Đối với công ty lữ hành tại Việt Nam, khi điều kiện tiếp xúc và khai thác trực tiếp các nguồn khách quốc tế tại nơi lưu trú của họ là vô cùng hạn chế thì việc nhận khách thông qua các công ty lữ hành gửi khách gần như là một tất yếu. Giữa các công ty gửi khách và nhận khách thường có một bản hợp đồng thỏa thuận.

Đối với khách du lịch tự đến với các doanh nghiệp (chủ yếu là khách lẻ), khi họ mua chương trình của doanh nghiệp lữ hành, nếu chương trình có giá trị tương đối lớn thì giữa doanh nghiệp và khách hàng thường có 1 bản hợp đồng về việc thực hiện chương trình du lịch.

Khi doanh nghiệp lữ hành tổ chức thu hút khách trực tiếp cho các chương trình du lịch chủ động thì hoạt động xúc tiến bán các chương trình đóng một vai trò đặc biệt quan trọng. Các doanh nghiệp thường tận dụng hầu hết các kênh phân phối sản phẩm trong du lịch.

Công việc tổ chức bán các chương trình du lịch có thể được chuẩn bị trước với một thời gian dài. Ngày nay, với hệ thống máy tính được ứng dụng rộng rãi, người ta đã lưu giữ những tập hồ sơ về khách hàng trong đó ghi rõ sở thích, thị hiếu cũng như những dịch vụ, hàng hóa mà khách hàng đã sử dụng. Đó là một trong những biểu hiện rõ nét nhất của sự quan tâm tới khách hàng – một bước quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 là chương nghiên cứu về các vấn đề cơ bản nhất về xây dựng và bán chương trình du lịch. Nó đề cập đến từ những thứ cơ bản nhất khái niệm chương trình du lịch và nghiên cứu để làm sao xây dựng được một chương trình du lịch hoàn hảo. Các cách thức bán một chương trình du lịch và các cách tiếp cận khách hàng một cách tốt nhất. Chương 1 là cơ sở về mặt lý thuyết là tiền đề để nghiên cứu và phát triển những chương sau. Nội dung của chương 1 có vai trò rất quan trọng trong nghiên cứu của toàn bộ khóa luận.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG VÀ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐI CAMPUCHIA CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI PHÒNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG.

2.1. Khái quát về công ty du lịch Phương Đông

2.1.1. Khái quát về quá trình và hình thành phát triển

Công ty du lịch Phương Đông là một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực lữ hành tại Hải Phòng với nhiều năm kinh nghiệm trong nghề. Có đội ngũ nhân viên năng động, nhiệt tình, kinh nghiệm và phong cách phục vụ chuyên nghiệp mang lại sự an tâm cho khách hàng trong và ngoài nước. Sau đây là một số thông tin về công tin từ khi hành thành đến nay :

Với cái tên đầy đủ từ khi thành lập đến này là: Công ty du lịch Phương Đông

Tên giao dịch: Phương Đông Hải Phòng

Địa chỉ: Số 546 - Lô 22 - Lê Hồng Phong, Ngô Quyền , Hải Phòng

Email: Ceo@phuongdongtravelhp.com

Website: www.Phuongdongtravel.com

Nhiệm vụ: Triển khai hoạt động kinh doanh lữ hành tại Hải Phòng.

CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG – Đơn vị tổ chức Lữ hành hàng đầu tại Hải Phòng. Với hơn 12 năm kinh nghiệm trong ngành du lịch, tự hào được phục vụ các cơ quan Sở ban ngành của Hải Phòng và các tỉnh lân cận cùng hơn 5000 lượt khách mỗi năm. Công ty luôn Ưu tiên cho công tác phục vụ chu đáo nhất trong mỗi chuyến hành trình để làm hài lòng tất cả Quý khách hàng sử dụng dịch vụ của công ty.

Ngành, nghề kinh doanh của công ty: Kinh doanh lữ hành nội địa và quốc tế; Kinh doanh lưu trú du lịch; Kinh doanh vận chuyển khách du lịch; Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch; Kinh doanh dịch vụ du lịch khác; Kinh doanh xuất nhập khẩu; In ấn, Quảng cáo, truyền thông.

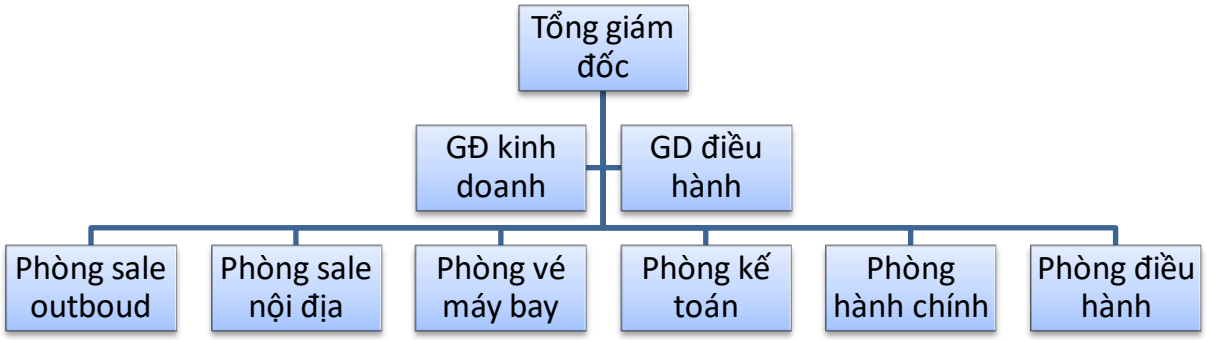
2.1.2. Cơ sở vật chất kĩ thuật

Công ty du lịch Phương Đông được đặt trụ sở tại Số 546 - Lô 22 – Lê Hồng Phong, Ngô Quyền , Hải Phòng. Đây là một trong những con đường sầm uất bậc nhất Hải Phòng.

Công ty được trang bị với rất nhiều máy móc hiện đại và đầy đủ tiện nghi như là 5 máy tính văn phòng, 2 máy fax, điện thoại, bàn ghê tiếp khách để phục vụ để trao đổi thông tin và ký kết hợp đồng với các khách hàng.

Căn nhà của công ty đang tọa lạc hiện tại có 3 tầng, đường vào công ty rộng rãi thoáng mát rất thuận tiện cho việc khách hàng muốn tìm đến tận công ty để ký kết và bàn bạc hợp đồng.

2.1.3. Tổ chức và nhân lực



Hình 2.1: Sơ đồ hoạt động công ty du lịch Phương Đông

a. Phòng sale Outbound

- Tổ chức các hoạt động hợp tác, liên kết với các nhà cung cấp dịch vụ ở nước ngoài như các hãng lữ hành ở Trung Quóc, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Hồng Kông....

- Xây dựng và marketing các chương trình tham quan du lịch nước ngoài đặc sắc tới những người có nhu cầu.

- Tư vấn và bán các chương trình du lịch Outbound và các sản phẩm đơn lử như đặt Phòng khách sạn, vé máy bay, làm thủ tục visa, giấy thông hành cho khách có nhu cầu đi du lịch nước ngoài.

b. Phòng sale Nội địa

- Tổ chức hoạt động liên kết và hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ du lịch đơn lẻ như lưu trú, vận chuyển, ăn uống ở các vùng du lịch, điểm đến du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

- Xây dựng và marketing các chương trình du lịch tới khách dulịch.

- Tư vấn và bán các sản phẩm du lịch tới khách du lịch.

- Tư vấn và bán các sản phẩm du lịch nội địa trọn gói hay các dịch vụ du lịch đơn lẻ tới tay khách hàng.

c. Phòng vé máy bay

Là công ty chủ yếu kinh doanh về lữ hành nhưng công ty cũng phân phối và đặt hộ vé máy bay của nhiều hãng hàng không trong nước và cũng như quốc tế của các hãng hàng đang được khai thác tại thị trờng Việt Nam như Vietnam Airlines, Pacific Airlines, Japan Airlines, Korean Air, Asiana Airlines, China Airlines, China Southern Airlines, All Nippon Airways... và cả một số hãng vẫn chưa có đường bay tới Việt Nam như United Airlines, American Airlines, Bristish Airways...

- Triển khai thị trường cung cấp vé máy bay nội địa và quốc tế cho các đơn vị trong và ngoài tỉnh.

- Book vé (giữ chỗ), báo giá (theo giá gốc bán tại hãng hàng không) và tư vấn đường bay cho khách hàng miễn phí. Tư vấn cho khách về giá cả các chuyến bay tốt nhất theo nhu cầu và khả năng tài chánh của khách.

- Xuất vé trong thời gian nhanh nhất, giao vé tận nơi và xuất chứng từ thanh toán hợp lý theo quy định của Nhà nước.

- Hỗ trợ khách hàng đăng ký với các hãng hàng không các yêu cầu dịch vụ miễn phí khác như: Xe đẩy dành cho người bệnh; hành khách không thể giao tiếp bằng tiếng nước ngoài; suất ăn chay, suất ăn đặc biệt trên máy bay...

d. Phòng điều hành

- Chịu trách nhiệm xây dựng các chương trình du lịch Nội địa và Quốc tế.

- Báo giá chương trình du lịch, đảm bảo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm của công ty và mức lợi nhuận tối thiểu cho chương trình được ký kết lớn hơn 10%. (Ngoại trừ một số hợp đồng đặc biệt được ban giám đốc đồng ý)

- Nhiệm vụ của phòng điều hành là tổ chức thực hiện chương trình du lịch cho khách. Thông qua bản hợp đồng giữa khách và Công ty, bộ phận điều hành có nhiệm vụ đặt các dịch vụ cần thiết như khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển và hướng dẫn viên.

- Quan hệ với các cơ quan hữu quan như Cục xuất nhập cảnh, Bộ ngoại giao trong việc làm thủ tục hộ chiếu, visa cho khách.

- Theo dõi, kiểm tra quá trình thực hiện chương trình du lịch của hướng dẫn viên, kiểm tra các nhà hàng cung cấp dịch vụ du lịch

- Xử lý các tình huống bất thường có thể xảy ra trong quá trình thực hiện chương trình du lịch.

- Bồi thường vi phạm vật chất: Làm lỗi tour, ký và thỏa thuận các điều khoản với khách hàng mà công ty không đủ điều kiện để thực hiện, không được sự đồng ý của ban giám đốc công ty. Làm hỏng và mất mát các cơ sở vật chất tại công ty, những đồ dùng được công ty giao cho khi HDV đi tour.

- Sau khi chương trình tour kết thúc yêu cầu chuyển danh sách khách hàng và thông tin chi tiết yêu cầu bộ phận văn phòng làm thư cảm ơn và đề nghị chi hoa hồng và quà tặng cho khách hàng.

- Yêu cầu có bản báo cáo về lãi suất và phương án tổ chức chương trình trước khi tour khởi hành.

- Sau khi tour kết thúc, hoàn thành hồ sơ, chứng từ, bản kê bàn giao cho kế toán, có trách nhiệm kiểm soát công tác thanh toán với khách hàng.

e. Phòng kế toán

- Theo dõi các hợp đồng vận chuyển và hợp đồng cung cấp dịch vụ đơn lẻ và hợp đồng du lịch trọn gói, và tiến trình thanh toán đến khi kết thúc hợp đồng.

- Đảm bảo các quy trình và thủ tục kế toán được thực hiện đúng theo quy định của công ty. (Bao gồm : Hợp đồng, Thanh lý hợp đồng, phiếu thu chi, đề xuất chi, thu…)

- Theo dõi số HĐ và lưu trữ tài liệu công ty. (Khi hợp đồng được ký kết yêu cầu cung cấp số HĐ chuẩn xác để hoạch toán và tiện cho việc theo dõi kê khai cuối Quý, Năm)

- Chuẩn bị báo cáo ngân sách hàng tháng, hàng quý, hàng năm cho công ty.

- Thực hiện các nhiệm vụ kế toán, tài chính phát sinh.

- Kế toán tiền lương và BHXH, lên bảng lương, thưởng cho nhân viên công ty theo hợp đồng và quyết định của Giám đốc điều hành.

- Thanh toán tiền lương cuối tháng theo đúng thời hạn từ ngày 1 đến ngày 5 hàng thàng

- Thanh toán các khoản chi phí khi được Giám đốc điều hành cho phép và có phiếu thu chi đầy đủ.

- Kế toán theo dõi các nội dung liên quan đến ngân hàng, trách nhiệm báo cáo và thông qua giám đốc điều hành.

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty du lịch Phương Đông từ năm 2016-2018

Năm 2017 doanh thu công ty tăng 23,3% so với năm 2016 cho đến năm 2018 doanh thu công ty tăng 38,9% so với năm 2017. Sở dĩ doanh thu công ty có bước tăng trưởng vượt trội như vậy là vì hoạt động kinh doanh lữ hành của công ty trước đây chủ yếu tập trung vào du lịch nội địa, nhưng theo đà phát triển kinh tế của thành phố, đẩy cao hội nhập thì du lịch nước ngoài thì không còn là điều quá xa lạ với khách hàng. Dựa vào điều tất yếu đó công ty đã có bước chuyển biến mạnh mẽ và tập trung thêm mảng du lịch nước ngoài đặc biệt là các nước ASIAN và biến nó trở thành thế mạnh của công ty trong thời gian tiếp theo.

2.2. Tình hình hợp tác du lịch Việt Nam - Campuchia

2.2.1 Khái quát chung về đất nước và du lịch của Campuchia

Tên nước: Vương quốc Campuchia (The Kingdom of Cambodia)

- Quốc khánh: 09/11/1953 (ngày Pháp trao trả độc lập)

- Diện tích: 181.035 km2

- Thủ đô: Phnôm Pênh (Phnom Penh)

- Vị trí địa lý: nằm ở Tây Nam bán đảo Đông Dương, phía Tây và Tây Bắc giáp Thái Lan (2.100 km), phía Đông giáp Việt Nam (1.137km), phía Đông Bắc giáp Lào (492 km), phía Nam giáp biển (400 km). Sông ngòi: tập trung trong 3 lưu vực chính (Tôn-lê Thom, Tôn-lê Sap và Vịnh Thái Lan). Phân bố địa hình: đồng bằng chiếm 1/2 diện tích tập trung ở hướng Nam và Đông Nam, còn lại là núi, đồi bao quanh đất nước.

- Khí hậu: nhiệt đới với hai mùa rõ rệt (mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 10, mùa khô từ tháng 11 đến tháng 4). Nhiệt độ dao động từ 21^{o}C đến 35^{o}C.

- Dân số: 14.676.591 người (số liệu công bố sơ bộ ngày 15/8/2013 của Bộ Kế hoạch Campuchia).

- Dân tộc: Người Khmer chiếm đa số, khoảng 90%. Ngoài ra còn có các dân tộc thiểu số khác.

- Tôn giáo: Đạo Phật được coi là Quốc đạo (90% dân số Campuchia theo Phật giáo), ngoài ra có các tôn giáo khác như đạo Thiên chúa, đạo Hồi, …

Campuchia là nước nông nghiệp với 20% diện tích đất nông nghiệp và khoảng 80% dân số làm nghề nông. Kinh tế Campuchia bắt đầu phát triển từ trong những năm 1990 khi tình hình chính trị dần đi vào ổn định và đất nước đi theo nền kinh tế thị trường. Tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và liên tục khoảng 7-8% một năm, có năm đạt trên 10% (riêng trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế thế giới GDP tăng trưởng thấp năm 2008 chỉ đạt 5,5%, năm 2009 đạt 0,1%, năm 2010 đạt 5,9%). Năm 2012, GDP của Campuchia đạt 7,3% và năm 2013 đạt 7,6%, năm 2014 đạt 7 %, năm 2015 ước đạt 7,3%.

Nông nghiệp, dệt may, du lịch và xây dựng là những lĩnh vực trụ cột chính của nền kinh tế Campuchia. Thị trường xuất khẩu chính của Campuchia là Mỹ, EU, Trung Quốc, Thái Lan và Việt Nam

- **Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch***:* Tổng cục du lịch Campuchia do ông Thong Khon giữ chức vụ đảm nhiệm bộ trưởng, Vụ Thống kê và Kế hoạch Bộ Du lịch Campuchia do ông Kong Sopheareak làm giám đốc

- **Các hiệp hội ngành nghề**: Hiệp hội lữ hành Campuchia, Hiệp hội khách sạn và nhà hàng Campuchia và cục xúc tiến và quảng bá về du lịch.
- **Điểm du lịch và vùng du lịch:** Những điểm du lịch hấp dẫn nhất của Vương quốc Campuchia là đền Angkor Wat và những ngôi đền thuộc quần thể Angkor thuộc tỉnh Siem Reap, cũng như các địa điểm văn hoá hấp dẫn thuộc thủ đô Phnom Penh và những bãi biển thuộc tỉnh Sihanoukville.

Các điểm tham quan khác có thể phải kể đến vùng đồi núi thuộc tỉnh Ratanakiri và tỉnh Mondulkiri, những ngôi đền nằm biệt lập thuộc tỉnh Preah Viherd và Banteay Chhmar và các khu vực kinh tế quan trọng như Battambang, Kep và Kampot là những địa danh mới được khám phá gần đây.

Campuchia là vùng đất của những cái đẹp, các ngôi đền cổ kính thuộc quần thể Angkor, đền Bayon và sự sụp đổ của đế chế Khmer luôn mang dấu ấn của sự trang trọng, hùng vĩ và chiếm vị trí trung tâm trong các kỳ quan thế giới – có thể so sánh với Machu Picchu, Kim tự tháp Ai Cập hay Vạn lý trường thành. Nhưng sự hùng vĩ này lại trái ngược với Cánh đồng chết và bảo tàng diệt chủng Toul Sleng, cũng như trái ngược với những chứng tích lịch sử cận đại của Campuchia, thời gian mà lực lượng Polpot và chế độ cực đoan Khmer Đỏ cai trị cuối những năm 1970, gây nên một trong những tội ác ghê rợn và tàn bạo nhất của thế kỷ XX.

Ngày nay, người Khmer vốn chiếm 95% dân số Campuchia đã tạo ra những ấn tượng sâu đậm cho khách du lịch, họ chính là những người thân thiện và hạnh phúc nhất mà du khách từng gặp. Nụ cười người Khmer có ở khắp nơi, như trong chuyện cổ tích và truyền thống đậm đà bản sắc riêng của dân tộc này. Campuchia vì vậy thật sự là vùng đất của sự tương phản: giữa ánh sáng và bóng tối, giữa những bản hùng ca và những bi kịch, giữa sự quặn đau tuyệt vọng và nguồn cảm hứng tương lai. Dường như đó là một đặc điểm vô song của đất nước Campuchia. Điều đó thúc đẩy bất cứ du khách nào cũng khát khao một lần đặt chân lên mảnh đất này.

Du lịch tại Campuchia tập trung chia làm 4 vùng trọng điểm.

-Di sản thế giới: Quần thể Angkor, Đền Preah Vihear, Khu vực đền Sambor Prei Kuk và di chỉ khảo cổ học của Ishanapura cổ.

-Các sự kiện du lịch lớn đã được tổ chức tại Campuchia trong khuôn khổ hợp tác giữa các nước: Hội chợ du lịch năm 2018 được tổ chức tại thủ đô Phnom Penh có các nước trong khu vực tham gia trong đó có Việt Nam. Cũng trong năm nay 15/12 Campuchia đã bắt đầu tổ chức Festival Biển lần thứ 7 tại tỉnh

Koh Kong quảng bá với thế giới hình ảnh du lịch biển của Campuchia. Diễn đàn du lịch ASIAN 30 – năm 2011.

-Đơn vị kinh doanh du lịch: Hơn 1000 khách sạn 5 sao và 3 sao trên toàn quốc, hơn 500 nhà hàng chất lượng cao và gần 200 công ty du lịch lớn nhỏ.

-Nhân lực du lịch: Với số lượng lao động du lịch đông đảo luôn đáp ứng đầy đủ các nhu cầu của những khách hàng khó tính nhất, hiện tại Campuchia có hơn 1000 hướng dẫn viên, và gần 5000 nhân viên làm việc trực tiếp tại các khách sạn – nhà hàng

-Tạo điều kiện đi lại:

Đã miễn Visa cho công dân 8 nước Asian và những người sở hữu ngoại giao hoặc công vụ của các nước Belarcus, Brasil, Brunei, Bulgaria, Trung Quốc, Cuba, Ecuador, Hungary, India, Indonesia, Iran, Nhật Bản, Lào, Malaysia, Mông Cổ, Myanmar, Peru, Philippines, Nga, Seychelles, Singapore, Slovakia, Hàn Quốc, Thái Lan và Việt Nam không cần thị thực.

Có 33 cửa khẩu Campuchia – Việt Nam vì có đường đất liền giáp nhau tới 1137 km nên Campuchia – Việt Nam có số cửa khẩu lên tới 33.

2.2.2. Hoạt động hợp tác du lịch giữa Việt Nam và Campuchia trong thời gian qua

Trong lĩnh vực du lịch, hai nước đã ký nhiều văn bản hợp tác, trong đó có Hiệp định hợp tác du lịch năm 1995, Bản ghi nhớ về hợp tác du lịch năm 2015… và Việt Nam - Campuchia đã hợp tác chặt chẽ trong nhiều diễn đàn khu vực như Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Hợp tác Tiểu vùng Mê Công mở rộng (GMS), Chiến lược hợp tác kinh tế Ayeyarwady - Chao Phraya - Mê Công (ACMECS), Hợp tác Bốn quốc gia - Một điểm đến (CLMV)… Đây là cơ sở quan trọng để hai nước thúc đẩy hợp tác du lịch thời gian qua và trong những năm tới.

Bộ Du lịch Campuchia dự báo sẽ có khoảng 6,2 triệu lượt du khách nước ngoài đến Campuchia trong năm 2018, tăng 12% so với năm 2017. Với nhiều điểm đến hấp dẫn mang đậm dấu ấn văn hóa, lịch sử và tự nhiên cùng dịch vụ du lịch ngày càng được nâng cao, Campuchia hy vọng sẽ đón 7 triệu lượt khách du lịch nước ngoài vào năm 2020 và 15 triệu lượt du khách vào năm 2030. Ngoài ra, phải kể đến số lượng lớn khách du lịch từ nước thứ ba như các nước châu Âu, Mỹ, Úc, Nhật Bản… tới Campuchia và Việt Nam theo hành trình du lịch kết nối các điểm đến Phnôm Pênh, Siêm Riệp, Battambang của Campuchia với Hà Nội, Hạ Long, Huế, Hội An, Tp. Hồ Chí Minh, các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long… của Việt

Nam và Việt Nam hiện tại đang là quốc gia có lượng khách lớn thứ 2 tới xứ sở Chùa Tháp.

Hiện tại hợp tác chung Việt Nam – Thái Lan – Campuchia, các bên thống nhất thúc đẩy liên kết sản phẩm du lịch đường biển kết nối Phú Quốc, các điểm đến tại bờ biển phía Nam Campuchia và Thái Lan. Ngoài ra, tuyến du lịch đường sông kết nối TP.HCM, qua đồng bằng sông Cửu Long, sang Phnôm Pênh, đến Siem Riep cũng là một trong những trọng tâm hợp tác giữa hai bên.

2.3. Phân tích thực trạng xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của công ty du lịch Phương Đông.

2.3.1. Nghiên cứu thị trường khách Hải Phòng

2.3.1.1. Điều kiện kinh tế - chính trị - văn hóa – xã hội

Hải Phòng là thành phố cảng quan trọng, trung tâm công nghiệp, cảng biển lớn nhất phía Bắc Việt Nam, đồng thời cũng là trung tâm kinh tế, văn hoá, y tế, giáo dục, khoa học, thương mại và công nghệ của Vùng duyên hải Bắc Bộ. Đây là thành phố lớn thứ 3 Việt Nam, là thành phố lớn thứ 2 miền Bắc sau Hà Nội và là một trong 5 thành phố trực thuộc trung ương, đô thị loại 1 trung tâm cấp quốc gia, cùng với Đà Nẵng và Cần Thơ.

Hải Phòng có diện tích đất liền: 1.561,8 km2; dân số: 1,963 triệu người (tính đến tháng 12/2016), là thành phố đông dân thứ 3 ở Việt Nam, sau Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Thành phố Hải Phòng gồm 7 quận nội thành, 6 huyện ngoại thành và 2 huyện đảo; (223 đơn vị cấp xã gồm 70 phường, 10 thị trấn và 143 xã).

Là một thành phố ven biển, phía Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh, phía Tây giáp tỉnh Hải Dương, phía Nam giáp tỉnh Thái Bình, phía Đông giáp Vịnh Bắc Bộ thuộc Biển Đông - cách huyện đảo Bạch Long Vĩ khoảng 70 km. Thành phố cách thủ đô Hà Nội 120 km về phía Đông Đông Bắc. Điểm cực Bắc của thành phố là xã Lại Xuân thuộc huyện Thủy Nguyên; cực Tây là xã Hiệp Hòa, huyện Vĩnh Bảo; cực Nam là xã Vĩnh Phong, huyện Vĩnh Bảo; và cực Đông là đảo Bạch Long Vĩ.

- **Kinh tế**

Hải Phòng là một "trung tâm kinh tế quan trọng" của miền bắc nói riêng và của cả Việt Nam nói chung. Dưới thời Pháp thuộc, Hải Phòng là thành phố cấp 1, ngang hàng với Sài Gòn và Hà Nội. Những năm cuối thế kỷ XIX, người Pháp đã có những đề xuất xây dựng Hải Phòng thành "thủ đô kinh tế" của Đông Dương.

Ngày nay, Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế quan trọng nhất của Việt Nam, từ năm 2005 đến nay luôn đứng trong top 5 các tỉnh thành phố đóng

góp ngân sách nhiều nhất cả nước, cụ thể là luôn đứng ở vị trí thứ 3 sau Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội.. Năm 2015, tổng thu ngân sách của thành phố đạt 56 288 tỷ đồng.Năm 2016 thu ngân sách 62640 tỷ đồng. Thu ngân sách năm 2017 đạt 72100 tỷ đồng. Trong bảng xếp hạng về Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2013, thành phố Hải Phòng xếp ở vị trí thứ 15/63 tỉnh thành.

Thu nội địa của Hải Phòng trong nhiệm kỳ Bí thư Lê Văn Thành giai đoạn 2014 – 2017 tăng trưởng một cách ấn tượng, cụ thể là tăng 2.4 lần chỉ sau 3 năm (2014 - 2017), và đạt trước kế hoạch 3 năm (Hải Phòng chủ trương thu nội địa 20 nghìn tỷ vào năm 2020 nhưng năm 2017 đã đạt 22 nghìn tỷ).

- **Văn hóa – Xã hội**

Với lợi thế là một thành phố trực thuộc trung ương, Hải Phòng là một trung tâm giáo dục lớn của Việt Nam. Các trường của Hải Phòng đều có cơ sở vật chất rất tốt và toàn diện.

Hiện nay (2018), trên địa bàn thành phố có 5 trường Đại học và học viện, 16 trường Cao đẳng, 26 trường Trung cấp chuyên nghiệp, 56 trường Trung học phổ thông và hàng trăm trường học từ bậc học cơ sở tới ngành học mầm non. Trường Trung học Phổ Thông chuyên Trần Phú của Hải Phòng giữ Kỉ lục Việt Nam vì là trường duy nhất 21 năm liên tục có học sinh đạt giải quốc tế.

Chất lượng giáo dục của các cấp học luôn được củng cố, tích cực đổi mới phương pháp nâng cao chất lượng giảng dạy học. Công tác phổ cập tiêu học đúng độ tuổi, phổ cập THCS được giữ vững, các mục tiêu phổ cập bậc trung học đang được thực hiện; chất lượng giáo dục toàn diện đảm bảo tốt, chất lượng giáo dục mũi nhọn phát triển bền vững, thành tích học sinh giỏi quốc gia, quốc tế, học sinh thi vào các trường đại học, cao đẳng luôn ở tốp dẫn đầu cả nước.

Tại Hải Phòng, hiện có 15 bệnh viện và viện y phục vụ nhu cầu khám chữa bệnh cho nhân dân thành phố và các tỉnh lân cận như Quảng Ninh, Thái Bình,... vì vậy công tác y tế và chăm sóc sức khỏe cộng đồng được chú trọng, thành phố đã đạt và vượt hết các chỉ tiêu kế hoạch về khám chữa bệnh. Các hoạt động văn hóa nghệ thuật cũng được diễn ra sôi nổi ở hầu hết các lĩnh vực trên địa bàn thành phố tạo lên không khí vui tươi, phấn khởi trong cán bộ, nhân dân.

Tình hình an ninh chính trị cơ bản tại thành phố được giữ vững. thực hiện có chất lượng các mặt công tác quốc phòng quân sự địa phương.

2.3.1.2. Trình độ dân trí

Là một trong những thành phố trực thuộc Trung Ương. Hải Phòng là một nơi thuận lợi để đặt các văn phòng đại diện kinh tế thương mại, ngoại giao, quốc phòng, nơi giao dịch của các tổ chức quốc tế, các công ty nước ngoài, các viện nghiên cứu, các trường đại học… do đó Hải Phòng có trình độ dân trí cao hơn mặt bằng chung của cả nước. Đây là nơi tập trung nhiều trí thức và đội ngũ cán bộ có trình độ cao chiếm phần trăm lớn trên cả nước. Hải Phòng cũng là một trong những nơi đầu tiên hoàn thành phổ cập trung học sơ sở. Điều đó nảy sinh các nhu cầu khám phá, giao lưu của người dân Hải Phòng lớn hơn các địa phương khác trong cả nước.

Bên cạnh đó, với vị trí thuận lợi trong giao lưu văn hóa, kinh tế, chính trị của cả nước, người dân Hải Phòng có điều kiện tiếp thúc với nhiều luồng tri thức và thông tin khác nhau, nhiều nền văn hóa khác nhau. Đấy là yếu tố tự thân do trình độ dân trí tăng cao, có ý nghĩa trực tiếp về mặt tâm lý làm nảy sinh các nhu cầu giao lưu, trao đổi đi lại. Đây cũng là yếu tố trực tiếp hình thành mong muốn đi du lịch của người dân Hải Phòng, góp phần hình thành nhu cầu đi du lịch của người dân Hải Phòng, đảm bảo yếu tố "cầu" trong du lịch của người dân ở địa bàn Hải Phòng luôn cao hơn các địa phương khác trong cả nước.

2.3.1.3. Thu nhập và mực sống của người dân Hải Phòng

Đối với người dân Việt Nam đây là một trong những yếu tố quyết định đến việc hình thành nhu cầu du lịch. Tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh cùng với chính sách đổi mới kinh tế của Nhà nước ta trong thời gian vừa qua đã tạo điều kiện tăng thu nhập thực tế của một bộ phận dân cư nhất là dân cư đô thị, đặc biệt tại các thành phố lơn như Hải Phòng, Hà Nội và TP Hồ Chí Minh.

Các chỉ tiêu kinh tế bình quân GDP tăng khoảng 7-7,5%; tổng kim ngạch xuất khẩu tăng 10%; tổng thu ngân sách Nhà nước 588,5 nghìn tỷ đồng; tỷ lệ bội chi so với GDP là 5,5%.... Với điều kiện thu nhập thực tế của người dân Hà Nội tăng lên dẫn đến đời sống vật chất đảm bảo cho việc người dân Hà Nội được cải thiện. Đây là điều kiện vật đảm bao cho người dân Hà Nội biến mong muốn đi du lịch trở thành hiện thực. Sự gia tăng thu nhập dẫn đến cải thiện khả năng tài chính của người dân Hà Nội đã thúc đẩy nhu cầu du lịch xa hơn và cải thiện tốt hơn khả năng chi trả cho các chi phí liên quan đến chương trình du lịch.

2.3.1.4. Thời gian rỗi

Hà Nội là nơi tập trung một lượng dân cư lớn trong đó đội ngũ cán bộ, công nhân, viên chức, học sinh, sinh viên, chiếm một tỷ lệ cao. Bên cạnh đó với những điều kiện mới bổ xung trong luật lao động về việc tăng thời gian nghỉ cho người lao động…. Đây là quỹ thời gian rỗi tương đối lớn mà nhà nước dành cho đối tượng cán bộ, công nhân, viên chức, học sinh, sinh viên. Bênh cạnh thời gian nghỉ cuối tuần, thời gian nghỉ lễ, tết, hầu hết các doanh nghiệp, các cơ quan đoàn thể tại Hà Nội đều dành một khoảng thời gian nhất định dành cho nghỉ ngơi, du lịch của cán bộ công nhân viên (thường vào mùa hè). Như vậy thời gian rỗi của những đối tượng này là khá cao. Điều này mang đến chob các công ty du lịch Hà Nội rất nhiều cơ hội trong một thị trường khách du lịch Hà Nội rộng lớn.

Với những điều kiên riêng có của mình, Hà Nội đã, đang và sẽ luôn giữ vai trò là một trung tâm gửi khách lớn nhất của miền Bắc, một thị trường khách du lịch nội địa với quy mô lớn và nhiều tiềm năng phát triển. Điều này đã lý giải tại sao Hà Nội tập trung một số lượng lớn các doanh nghiệp, các chi nhánh, văn phòng đại diện….. hoạt động kinh doanh lữ hành . Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp lữ hành nhưng đồng thời cũng là những thách thức lớn đối với các doanh nghiệp này trong chiến lược cạnh tranh và phát triển của mình.

2.3.1.5. Xác định thị trường mục tiêu

Thị trường du lịch Việt Nam đang ngày phát triển nói chung và Hải Phòng nói riêng, người dân có khả năng chi trả cao cho những chương trình du lịch ra nước ngoài hàng năm. Loại hình này vẫn được xem là mới, các doanh nghiệp ít đầu tư khai thác. Thêm nữa, công ty du lịch Phương Đông là một trung tâm hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực Inbound. Phương Đông đang có nhu cầu đổi mới, làm phong phú thêm hệ thống sản phẩm hiện tại.

Định hướng kinh doanh cho giai đoạn 2017 đến 2020 của công ty du lịch Phương Đông trong việc khai thác thi trường khách Hải Phòng đó là việc phát triển sản phẩm mới, ở đây là sản phẩm chương trình du lịch. Nhằm mục tiêu lợi nhuận, chiếm thị phần lớn về đưa du khách Hải Phòng nói riêng và du khách Việt đi du lịch Campuchia, và trở thành công ty dẫn đầu trong khai thác sản phẩm dịch vụ du lịch Campuchia.

Các chương trình du lịch đi Campuchia không phải là sản phẩm hoàn toàn mới đối với du khách Việt Nam. Các chương trình này đã được các doanh nghiệp Miền Trung và Miền Nam khai thác trong 2 năm trở lại đây, đặc biệt là doanh nghiệp lữ hành tại Miền Trung, tiêu biểu là Công ty du lịch Việt Nam tại Đà Nẵng (Vitour). Thông qua các hoạt động quảng bá, PR, tổ chức FAM TRIP, Vitour tại Đà

Nẵng đã trở thành doanh nghiệp trung chuyển và cung cấp dịch vụ tại Campuchia, liên tuyến Campuchia, Thái phục vụ cho du khách 2 đầu đất nước.

Tại Hải Phòng, các chương trình du lịch đi Campuchia của các doanh nghiệp lữ hành hiện mang tính đơn điệu, chủ yếu copy và phục vụ cho đối tượng các nhóm khách đoàn, các tổ chức tập thể…. Sau khi thỏa thuận với khách hàng, các đơn vị kinh doanh lữ hành tại Hải Phòng chuyển và bán chương trình lại cho các doanh nghiệp bắc miền Trung tại Nghệ An hoặc Hà Tĩnh tổ chức, thực hiện chương trình. Và gần như các chương trình được rao bán hiện nay mang tính Copy, quá trình bán, khai thác thị trường gần như không có. Khi cầu của du khách nảy sinh, các đơn vị tìm và xin chương trình, giá và bắt đầu quá trình tư vấn cho khách hàng khi mà các thông tin cung cấp thường không đảm bảo tính chính xác.

Việc xác định thị trường mục tiêu của công du lịch Phương Đông với điểm đến là du lịch Campuchia là một sản phẩm mới, nhằm khai thác được tính mới và tiềm năng, triển vọng trong phát triển sản phẩm, cũng như các khả năng điều kiện của công ty, điều kiện về cơ sở vật chất, nhân lực, pháp lý, quan hệ đối tác của doanh nghiệp. Xác định mục tiêu trong việc xây dựng chương trình du lịch mới, công ty du Phương Đông xác định các yếu tố đổi mới, hoàn thiện từ tuyến điểm, chất lượng, thời gian, mức giá, tới phương thức, hình thức của các chương trình du lịch đi Campuchia hiện nay đang được các doanh nghiệp lữ hành tại Hải Phòng khai thác.

Với đặc thù của một sản phẩm mới, các điểm đến của Campuchia mang nhiều yếu tố tự nhiên, các chương trình du lịch là sản phẩm mục tiêu sẽ mang nhiều tính khám phá, nên trong việc xác định nguồn khách và nhóm khách, công ty du lịch Phương Đông cần xác định rõ đối tượng khách tiềm năng, để từ đây xây dựng kênh quảng bá, phương pháp quản lý kênh nhằm đem lại hiệu quả cao trong khai thác. Với những điều kiện thực tế hiện nay của Phương Đông tại Hải Phòng, đối tượng khách hàng cần nhắm tới sẽ chia thành 2 nhóm:

- Nhóm khách đoàn: Các doanh nghiệp, các hội đoàn thể (hội phụ nữ, hội cựu chiến binh…)

- Nhóm khách lẻ: Thanh niên, và trung niên có nhu cầu khám phá.

Trong đó đối tượng khách lẻ cần được quan tâm trước, và xây dựng kênh bán qua các đại lý lữ hành, các đơn vị gom khách lẻ tại Hải Phòng.

2.3.2. Nghiên cứu khả năng cung ứng của Campuchia

2.3.2.1. Tiềm năng du lịch và định hướng phát triển không gian du lịch của Campuchia

Campuchia có vị trí rất thuận lợi trong việc mở mang phát triển du lịch quốc tế với đầy đủ các điều kiện để xây dựng một hệ thống giao thông toàn diện như đường bộ, đường thuỷ, đường hàng không. Campuchia giao lưu với các nước láng giềng và các nước trong khu vực chủ yếu bằng đường bộ và đường hàng không. Khách du lịch quốc tế đến Campuchia chủ yếu bằng đường hàng không và cửa khẩu quan trọng để đón khách và giao lưu hàng hoá với các nước trên thế giới. Ngoài ra hệ thống giao thông đường bộ, đường biển và đường sông cũng có vai trò nhất định.

Hình 2.2: Bản đồ vệ tinh Campuchia và các nước lân cận

Campuchia nằm ở Tây Nam bán đảo Đông Dương, phía Tây và Tây Bắc giáp Thái Lan với đường biên giới dài 2,100 km, phía Đông giáp Việt Nam (biên giới 1,137km), phía Đông Bắc giáp Lào (492 km), phía Nam giáp biển (400 km).Theo số liệu của Bộ Ngoại giao Việt Nam, tổng diện tích của Campuchia là 181,035 km2 (bằng 54.57% diện tích Việt Nam), với 1/2 diện tích là đồng bằng, 39% diện tích là đồi núi và 10% còn lại là duyên hải.

Campuchia có tiềm năng du lịch phong phú, đa dạng về mặt tự nhiên, giàu bản sắc dân tộc và văn hoá lịch sử, có nền kinh tế đang phát triển. Đó là những điều

kiện thuận lợi để du lịch Campuchia phát triển với tất cả các loại hình du lịch khác nhau trong tương lai. Tài nguyên du lịch của Campuchia chưa thể sánh với Việt Nam nhưng toàn hàng độc, chủ yếu là nhân tạo. Cả nhân tạo và tự nhiên đều được bảo tồn và phát triển bền vững. Quần thể Angkor; đền thờ Preah Vihear; dòng sông ngàn Linga, các cố đô Sambor Preikuk; biển Campuchia… tất cả đều hoang sơ, dân dã nhưng khách vẫn nườm nượp.

Campuchia chỉ có mỗi cao nguyên Thansur Bokor là phức hợp nghỉ dưỡng và giải trí cao cấp nhưng giá rẻ, lúc nào cũng nhộn nhịp khách nước ngoài và khách Việt. Bokor sang trọng, vẫn cho dân và khách lẻ vào tham quan mà không hề thu phí. Đến Siem Reap, du khách nào cũng đòi phải được ăn buffet và xem ca múa cung đình Khmer, giá rẻ như một bữa ăn thường ở Việt Nam. Lẩu băng chuyền ở Phnom Penh cũng vậy, cực rẻ. Còn Smile of Angkor show quá hoành tráng, chi hoa hồng cho hướng dẫn viên rất cao nên khách lúc nào cũng kín chỗ. Chợ đêm Siem Reap, lớn nhất ASEAN, với đủ thứ dịch vụ, luôn tấp nập như festival. Mua sắm ở Campuchia, chỗ quen thường không nói thách, hàng mua rồi có thể trả lại. Chỗ lạ, trả giá vô tư, không sợ bị mắng, nguýt, đốt phong long. Chợ Mới (Phsar Thmey) cuối tuần khách nước ngoài và khách Việt đông hơn… quân Nguyên, hối hả mua đồ như sợ hết, nghĩ mà tủi cho chợ Việt Nam. Campuchia là tour duy nhất mà một số công ty du lịch Việt Nam dám cam kết : An ninh – Ăn ngon – Không đưa khách vào shop – Không hài lòng hoàn lại tiền…

Về khí hậu Campuchia thì Có thể chia khí hậu tại Campuchia thành 4 mùa như sau:

1.Từ tháng 11 dến tháng 2 năm sau là mùa lạnh khô.

2.Từ tháng 3 đến tháng 5 là mùa nóng khô

3.Từ tháng 6 đến thang 8 là mùa nóng ẩm.

4.Từ tháng 9 đến tháng 10 là mùa lạnh ẩm

Về địa lý tự nhiên và địa hình lãnh thổ Campuchia được chia làm khu vực theo yếu tố phát triển du lịch như sau:

Vùng đồng bằng đông Nam:

Khu vực này chiếm diện tích 25,069 km2, dân số 5,898,305 người chiếm 51.6% tổng dân số Campuchia, mật độ dân cư 235 người/1km2 (thống kê năm 1998). Khu vực này bao gồm 6 tỉnh, thành phố: Phnom Penh, Kandal, Kom Pong Cham, Svay Rieng, Prey Veng và Takeo, gồm 63 quận huyện, 700 xã với 6,414 xóm, làng. Vùng đồng bằng là nơi có mật độ dân cư cao nhất Campuchia với nhiều

dân tộc như: Khmer, Hoa, Việt, Chăm, Thái, Lào… Tại Kom Pong Cham còn có các nhóm dân tộc thiểu số sinh sống như: người Kuoy và người Steang ở huyện Krek và huyện Memut.

Vùng trung bộ bao quanh Biển Hồ:

Khu vực này chiếm diện tích 67,668 km2, dân số 3,505,448 người, chiếm 30.7% tổng dân số Campuchia, mật độ dân cư 57 người/1km2 (thống kê năm 1998). Khu vực này bao gồm 8 tỉnh: Kom Pong Thom, Siem Reap, Banteay Meanchey, Battambang, Pousat, Kom Pong Chnang, Oddar Meanchey và Pailin, gồm 60 huyện, 488 phường xã với 4,041 xóm, làng. Tại đây, cư dân chủ yếu là người Khmer, Việt và Chăm, một vài nhóm thiểu số sống trên các khu vực đồi núi như Sa Och, Steang và Samre.

Vùng duyên hải Tây Nam:

Khu vực duyên hải của Campuchia có diện tích 17,237 km2, dân số 845,000 người, mật độ dân cư 49 người/km2 (thống kê năm 1998). Khu vực này gồm 4 tỉnh: Sihanoukville, Kampot, Koh Kong và Kep năm dọc theo bờ biển phía Tây Nam, kéo dài 440 km. Sihanoukville là tỉnh trung tâm của khu vực, cách Phnom Penh 232 km. Khoảng 80% dân số tại vùng này là người Khmer, mặc dù người Chăm, Việt, Hoa, Thái và các dân tộc thiểu số cũng sinh sống tại đây. Dân cư tại vùng duyên hải có cuộc sống khá sung túc do thu nhập cao từ nghề đánh bắt và nuôi trồng hải sản. Địa hình vùng duyên hải Campuchia bao gồm cả núi, đồng bằng, bờ biển và vịnh biển với rất nhiều bãi biển cát trắng.

Dầu cọ, dừa, tiêu, sầu riêng và nhiều loại cây trồng khác rất phát triển tại đây, kể cả loại cây nước lợ như đước. Bờ biển Campuchia bị xâm thực và rút ngắn dần qua từng năm, khảo sát năm 1997 chỉ còn 435 km, tuy nhiên con số 440 km vẫn được chấp nhận rộng rãi.

Vịnh Thái Lan nằm sát duyên hải Campuchia, ngăn cách Campuchia với tiểu lục địa Malacca của Malaysia. Đây là một vịnh khá lớn, độ sâu chỉ từ 50m đến 81m với đáy biển bằng phẳng. Campuchia có 60 hòn đảo lớn nhỏ nằm trong khu vực này, bao gồm: 23 hòn đảo thuộc tỉnh Koh Kong, 2 hòn đảo thuộc Kampot, 22 hòn đảo thuộc Sihanoukville và 13 hòn đảo thuộc Kep.

Vùng núi và cao nguyên Đông Bắc:

Khu vực này có diện tích 68,061 km2, dân số 1,189,042 chiếm 10.3% tổng dân số, mật độ dân cư 17 người/1km2 (số liệu năm 1998). Bao gồm 6 tỉnh: Kom Pong Speu, Kratie, Stung Treng, Preah Vihear, Rattanakiri và Mondolkiri, 39 huyện, 283 phường, xã với 2,246 xóm, làng.

Đây và vùng có nhiều các dân tộc sinh sống nhất Campuchia, bao gồm: người Khmer, Hoa, Việt, Lào, Thái và 18 dân tộc thiểu số khác như: Pnong, Steang, Kraol, Ro Oung, Tumpun, Tmuon, Bruv, Smil, Kuoy, Ar Norng, Charay, Kreung, Roder, Kha, Sa Och, Kachok, Kavet and Lun. Người Pnong là chủng tộc đông nhất trong số các dân tộc thiểu số nói trên, chiếm khoảng 45% dân số của nhóm các dân tộc thiểu số.

Các điểm du lịch chủ yếu:

1. Thành phố Siem Reap
2. Quần thể Angkor
3. Quần thể Chùa Vàng - Chùa Bạc
4. Thành phố Sihanoukville
5. Nhà ga Bokor Hill.
6. Đền thờ Preah Vihear
7. Thủ đô Koh Ker.
8. Đền thờ Banteay Srei
9. Thị trấn nhỏ Karatie
10. Hồ nước ngọt Tonle Sap

Du lịch tại Campuchia tập trung chia làm 5 vùng trọng điểm.

Thủ đô Phnôm Pênh:

- Cung điện Hoàng gia Campuchia
- Chùa Bạc, Chùa Vàng
-
- Bảo tàng Quốc gia Phnom Penh
- Tượng đài Độc lập Phnôm Pênh (*Vimean Akareach*)
- Tượng đài Hữu nghị Việt Nam - Campuchia
- Bảo tàng diệt chủng Tuol Sleng
- Chùa Wat Phnom
- Trung tâm Diệt chủng Choeung Ek

Cố đô Oudong

- Phnom Đa/Angkor Borei
- Tháp Bà Đen - Prasat Neang Khmau
- Tonle Bati/Ta Prohm
- Núi Ta Mao và Vườn thú Ta Khmau
- Đảo Mekong - làng thủ công Koh Okhna Tey

Siêm Riệp:

- Toàn bộ quần thể di tích Angkor
- Tonlé Sap
- Prasat Preah Vihear
- Núi Kulen và sông ngàn Linga

Ratanakiri

- Banlung
- Stung Treng
- Sen Monorom
- Thành phố Sihanouk
- Kok Kong
- Kep
- Pailin

Batambang

- Poipet
- Sisophon

2.3.2.2. Kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch

Kết cấu hạ tầng có vai trò đặc biệt đối với phát triển du lịch. Kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch chủ yếu bao gồm hệ thống giao thông vận tải; mạng lưới thông tin liên lạc; khả năng cung cấp điện, nước. Trong thời gian gần đây, kết cấu hạ tầng của Campuchia đã được đầu tư từng bước và ngày càng có nhiều thay đổi theo chiều hướng tích cực.

a. Giao thông vận tải

- ***Hệ thống giao thông đường bộ***

Thủ đô của Campuchia là Phnôm Pênh (Phnom Penh). Các tỉnh, thành phố lớn khác gồm có: Battambang, Kampong Cham, Sihanouk Ville, Seam Reap.

Campuchia không phải là quốc gia có cơ sở hạ tầng tốt, do hậu quả của nội chiến và xung đột kéo dài nhiều thập kỷ trước. Hiện chỉ có một hệ thống đường sắt chạy tới Kampong Cham và tới miền Tây Bắc giáp Thái Lan, tổng chiều dài đường sắt là 603 km. Campuchia đang có kế hoạch cùng với Việt Nam xây dựng tuyến đường sắt nối TPHCM – Phnom Penh như một phần của tuyến đường sắt Xuyên Á.

Chỉ có khoảng gần 12% trong số 35,769 km đường bộ của Campuchia được trải nhựa. Con đường tốt nhất là nối thủ đô Phnom Penh với cảng biển Sihanouk Ville. Đây là lý do có rất nhiều nhà máy được đặt dọc con đường này.

Quốc lộ 1 của Campuchia dài 167,1 km nối thủ đô Phnôm Pênh với tỉnh Svay Rieng, chạy đến tận cửa khẩu Bavet ở biên giới với Việt Nam. Nó vượt sông Mekong ở Neak Leung. Hiện tại, các phương tiện phải vượt sông bằng phà. Cầu Neak Leung đang được xây dựng với sự giúp đỡ của Nhật Bản. Đoạn từ Neak Loeang đến Phnom Penh chạy dọc bờ phải sông Mekong. Ở Phnôm Pênh, tuyến này giao cắt với Quốc lộ 2 gần cầu Monivong.

Quốc lộ 1 của Campuchia nối với quốc lộ 22 của Việt Nam (qua cặp cửa khẩu Bavet/Mộc Bài). Cả hai tuyến quốc lộ này đều thuộc tuyến Xuyên Á AH1. Dự án phát triển các hành lang kinh tế tiểu vùng sông Mekong của ADB xác định cả hai tuyến thuộc tiểu hành lang trung tâm của Hành lang Kinh tế phía Nam, nối Bangkok-Phnom Penh-thành phố Hồ Chí Minh-Vũng Tàu.

Trong chiến tranh, đoạn nối Phnom Penh với Bavet bị hư hỏng nặng. Năm 1981, công việc sửa chữa đoạn này hoàn thành.

Quốc lộ 2 của Campuchia dài 120 km, nối Phnôm Pênh với tỉnh Kandal và Takéo tới tận biên giới với Việt Nam. Tại Phnôm Pênh, tuyến này giao cắt với quốc lộ 1 gần cầu Monivong. Qua cặp cửa khẩu Phnom Den / Tịnh Biên, quốc lộ 2 Campuchia nối với quốc lộ 91 Việt Nam.

Quốc lộ 3 (10003) là một tuyến quốc lộ của Campuchia. Với chiều dài 202 km, tuyến này nồi thủ đô Phnom Penh với Veal Rinh.[1] Tuyến đường này đã

được nâng cấp khá lớn trong nănm 2008 và tạo thành một "hành lang kinh tế Nam-Bắc" quốc tế từ Côn Minh Trung Quốc đến Bangkok ở Thái Lan[2].

Quốc lộ 4 hay đường 4 (10004) là một quốc lộ của Campuchia. Tuyến đường này dài 226 km nối thủ đô Phnom Penh với Sihanoukville ở tây nam.[1]

Vườn quốc gia Kirirom nằm dọc theo quốc lộ này

Quốc lộ 5 (10005) là một tuyến đường bộ ở Campuchia. Tuyến đường này có tổng chiều dài 407,45 km. Tuyến đường này nối thủ đô Phnôm Pênh của Campuchia với Thái Lan ở phía tây. Các thị xã trên tuyến đường này gồm Pouthisat, Battambang, Sisophon.

Quốc lộ 6 (10006) là một tuyến đường bộ ở Campuchia. Với chiều dài 416 km, tuyến đường này nối Phnom Penh với Banteay Meanchey

Quốc lộ 7 (10007) là một tuyến quốc lộ ở Campuchia. Với tổng chiều dài 509,17 km, tuyến đường này nối thị trấn Skuon thuộc huyện Cheung Prey tỉnh Kampong Cham với cửa khẩu quốc tế Trapeang Kriel (tỉnh Stung Treng) ở biên giới với Lào.[1]

Tháng 11 năm 2004, người ta thông báo chính quyền Trung Quốc sẽ viện trợ giúp Campuchia xây lại tuyến đường này, với tổng thầu là công ty Shanghai Construction (Group) General Co của Trung Quốc. Tổng mức đầu tư khoảng 600 tỷ nhân dân tệ (hơn 73 triệu USD) và hoàn thành trong 44 tháng.

Quốc lộ 11 hay đường 11 (10008) là một tuyến giao thông đường bộ cấp quốc gia của Campuchia. Tuyến đường này có chiều dài 90 km chạy từ Neak Leung trên Quốc lộ 1 đến Thnal Totoung ở trên Quốc lộ 7 gần Kampong Cham

Quốc lộ 78 là một tuyến đường bộ của Campuchia. Tuyến đường bộ này nối cửa khẩu Lệ Thanh thuộc tỉnh Gia Lai của Việt Nam với thị xã Ban Lung, tỉnh Ratanakiri. Tuyến đường đã được xây dựng bằng nguồn vốn tín dụng ưu đãi của chính phủ Việt Nam. Thời gian khởi công vào tháng 5 năm 2007, khánh thành ngày 18/3/2010 với sự hiện diện của Thủ tướng Chính phủ Vương quốc Campuchia Samdec Hunsen và Phó Thủ tướng Chính phủ Việt Nam Trương Vĩnh Trọng. Tuyến đường dài 70 km. Quốc lộ 78 được thiết kế và thi công theo tiêu chuẩn cấp III miền núi (Tiêu chuẩn đường bộ Việt Nam), với chiều rộng 9m láng nhựa (mặt đường 7m, nền 2m)

AH1 là tuyến đường bộ dài nhất của hệ thống xa lộ xuyên Á với tổng chiều dài 12.845 dặm (20.557 km) từ Tokyo qua Triều Tiên, Trung Quốc, Đông Nam

Á và Ấn Độ đến biên giới giữa Iran,Thổ Nhĩ Kỳ và Bulgaria tây Istanbul và cắt đường Đường 5: Bavet - Phnom Penh Đường 1: Phnom Penh - Poipet

Đại lộ Sihanouk là một đại lộ ở thủ đô Phnôm Pênh của Campuchia, cắt ngang thành phố theo hướng đông - tây. Theo hướng đông tây, nó cắt đại lộ Norodom ở tượng đài Độc lập Phnôm Pênh gần Wat lanka. Nó cắt đại lộ mới Samdec Hun Sen.

- ***Hệ thống giao thông đường thủy***

Bên cạnh các tuyến đường bộ, Campuchia còn có hệ thống giao thông vận tải đường thuỷ lớn. Hiện nay đường thuỷ giữ vị trí quan trọng không thể thiếu để vận chuyển hàng hoá trong nước. Trước đây khi đường bộ chưa phát triển, phần lớn việc vận chuyển hàng hoá phải dùng thuyền bè, thuyền chống… theo sông Mê Kông và các sông suối khác để vận chuyển hàng hóa tới tất cả các nơi trên đất nước và giao lưu với một số nước trong khu vực.

Campuchia có rất nhiều cảng sông ngòi và có cả biển giao thoa trực tiếp giữa Thái Lan, Việt Nam, Singapore. Và có dòng sông lớn Mê Kông chảy qua 6 nước Lào, Trung Quốc, Myanmar, Thái Lan và Việt Nam. Vì vậy đọc theo dòng sông Mê Kông Campuchia cho xây dựng nhiều nơi vừa là cảng, vừa là cửa khẩu quốc tế. Do đó Campuchia có nhiều cảng lớn ví dụ như : Cảng Phnom Penh, cảng Kampong som, cảng Koh Kong, cảng biển nước sâu Sihanoukville,…

- ***Đường hàng không***

Đường hàng không được Đảng và Nhà nước Campuchia quan tâm đầu tư nâng cấp theo yêu cầu cần thiết của phát triển kinh tế - xã hội và vận chuyển hành khách. Ngày nay Hàng không Campuchia đã mở nhiều chuyến bay trong nước và quốc tế để đáp ứng kịp thời nhu cầu đi lại của khách du lịch cũng như trong vận chuyển hàng hóa.

Hiện tại hàng không của Campuchia rất phát triển và đã có tất cả chuyến bay đến các nước trên thế giới. Hiện tại Campuchia có 3 sân bay quốc tế đó là sân bay quốc tế Siem Reap, sân bay quốc tế Sihanoukville và hiện tại sân bay quốc tế Phnom Penh là sân bay chính tại Campuchia nằm tọa lạc tại thủ đô của đất nước này, với công suất lớn 400.000khách/năm và 300khách/giờ công suất sảnh nội địa. Những số liệu có thể cho chúng ta thấy hàng không của Campuchia phát triển đến thế nào.

Đây là danh sách các hãng hàng không lớn tại Campuchia:

- Air Cambodia
- Angkor Airlines
- Cambodia Airlines
- Kampuchea Airlines
- President Airlines
- PMTair
- Royal Khmer Airlines
- Royal Phnom Penh Airways
- Siem Reap Airways

- ***Đường biển***

Campuchia là quốc gia có vùng biển Vịnh Thái Lan chung với Việt Nam và Thái Lan. Vì vậy mà việc vận chuyển hàng hóa hay thăm quan du lịch của những du khách trở nên thuận lợi hơn. Đường biển Campuchia dài 440km cho nên có rất nhiều cảng biển được mở ra với quy mô lớn để luân chuyển hàng hóa trong khu vực và chính tại quốc gia.

Nhìn chung với sự đa dạng về giao thông vận tải, cho nên du khách nước ngoài khi đến Campuchia có thể lựa chọn cho mình phương án vận chuyển tốt nhất và hợp với sở thích của mình nhất. Gia tăng sự đa dạng và phong phú cho chuyến đi, vì vậy đất nước Campuchia một năm đón hàng triệu lượt khách du lịch quốc tế.

- ***Thông tin liên lạc***

Công ty truyền thông nhà nước của chính phủ là Telecom Cambodia, được thành lập vào năm 2006 như là sự mở rộng của bộ phận điều hành viễn thông của Bộ bưu chính viễn thông. Dịch vụ điện thoại cố định phổ biến ở Phnom Penh và các tỉnh thành khác; vùng phủ sóng của điện thoại di động đang được mở rộng nhanh chóng ở khu vực nông thôn.

Hệ thống điện thoại di động được sử dụng rộng rãi ở khu vực thành thị để vượt qua thiếu sót trong các mạng cố định; các kết nối cố định đứng cũng ít hơn 1 trên 100 người; sử dụng mobile-cellular, được hỗ trợ bởi sự cạnh tranh ngày càng tăng giữa các nhà cung cấp dịch vụ, đang gia tăng và đứng ở mức gần 20 trên 100 người.

Truy cập quốc tế gọi là phù hợp nhưng đắt tiền. Dịch vụ điện thoại cố định và di động có thể gọi đến tất cả các nước từ Phnom Penh và các thành phố chính cấp tỉnh.

- Tổng chiều dài đường dây: 54,200 (2009)
- Mobile cellular: 5,593,000 (2009)
- Trạm vệ tinh mặt đất - 1 Intersputnik (vùng Ấn Độ dương)
- Mã truy cập quốc tế: 855

- ***Hệ thống cung cấp điện***

Với sự hỗ trợ của Ngân hàng Thế giới và vốn tự đầu tư của người dân, đến nay Campuchia có tổng số 50 ngàn hệ thống điện mặt trời gia đình được lắp đặt.

Hiện nay giá điện mặt trời tại Campuchia đang thấp hơn giá điện lưới là hơn 20%. Trong mấy năm gần đây ở Campuchia, điện mặt trời phát triển khá mạnh. Một trong những lí do là tỉ lệ điện khí hoá ở nông thôn còn thấp, với khoảng 6 triệu người Campuchia chưa có điện lưới sử dụng. Và khai thác năng lượng mặt trời, do vậy, đang là giải pháp rất ý nghĩa cho đời sống, kinh tế, xã hội ở nhiều vùng của nước này.

Các nhà làm chính sách tại Campuchia đang cố hỗ trợ ngành điện mặt trời như là nguồn bổ trợ cho điện than, thủy điện. Hiện tại phân nửa dân số trong tổng 16 triệu dân Campuchia có thể tiếp cận nguồn điện ổn định, và dự báo tiêu thụ điện tăng 18% mỗi năm. Chính phủ Campuchia đặt mục tiêu 70% số gia đình có thể tiếp cận nguồn điện ổn định trước năm 2020 và đạt 100% vào năm 2030.

- ***Hệ thống cung cấp nước***

Việc cấp nước và thoát nước ở các thành phố lớn và các khu du lịch nhìn chung tương đối tốt. Mạng lưới sông ngòi dày đặc, kể cả mùa khô, nguồn nước các sông suối ít khi bị cạn. Với địa hình núi cao và hệ thống sông ngòi dày đặc nên đã tạo ra nhiều thác ghềnh, là những điểm tham quan lý tưởng cho du khách.

Nhờ hệ thống nước sạch nhiều cung cấp cho các đô thị ít khi bị thiếu nước. Còn ở các miền trung du và miền núi nơi chưa có hệ thống nước sạch chủ yếu dùng giếng khoan để phục vụ cho nhu cầu sử dụng của người dân và khách du lịch. Tuy nhiên, việc kiểm soát nguồn nước và chống ô nhiễm môi trường là một vấn đề Nhà nước Campuchia đang quan tâm trong mọi lĩnh vực hoạt động và sản xuất…

Lượng mưa trung bình tại Campuchia thường dao động từ 1.000 và 1.500 milimét (39,4 và 59,1 in). Lượng mưa trung bình từ tháng 4 đến tháng 9 ở bồn địa Tonle Sap và vùng đất thấp Mê Kông là 1.300 đến 1.500 milimét (51,2 đến 59,1 in), song thay đổi đáng kể giữa các năm. Lượng mưa xung quanh bồn địa tăng theo độ cao. Lượng mưa lớn nhất là ở dãy núi dọc theo bờ biển tây nam, với từ

2.500 milimét (98,4 in) đến hơn 5.000 milimét (196,9 in) hàng năm do ảnh hưởng của gió mùa tây nam. Khu vực này có lượng mưa rất lớn tuy nhiên do địa hình nên hầu hết lượng nước chảy ngay ra biển; chỉ có một phần nhỏ đổ vào các con sông chảy trong bồn địa. Độ ẩm vào ban đêm tương đối cao trong suốt năm; thường vượt quá 90%. Vào ban ngày mùa khô, độ ẩm trung bình chỉ khoảng 50% hoặc thấp hơn, nhưng lên mức 60% vào mùa mưa.

Ở các thành phố lớn, việc giải quyết và xử lý hệ thống nước thải, rác thải luôn được coi trọng.

Nhìn chung hệ thống nước sạch và nguồn nước ngọt ở Campuchia đủ cung cấp và đáp ứng cho nhu cầu của của người dân và khách du lịch. Các nguồn nước mặt và nước ngầm phần lớn chưa bị ô nhiễm do con người gây nên còn nằm trong trạng thái tự nhiên. Nếu biết khai thác hợp lý nguồn nước thì trong tương lai các nguồn nước của Campuchia đủ để đáp ứng nhu cầu.

- ***Đánh giá chung***

Kết cấu hạ tầng của Cộng hoà nhân dân Campuchia hiện nay nhìn chung còn thấp kém. Muốn thúc đẩy nền kinh tế quốc dân phát triển, trước hết phải đầu tư nâng cao cơ sở hạ tầng. Từ năm 1995 trở lại đây, các ngành thông tin liên lạc, giao thông vận tải, xây dựng được nhập lại thành một Bộ gọi là: "Bộ giao thông vận tải - thông tin liên lạc và xây dựng". Trong những năm gần đây, một số tuyến giao thông cũ được nâng cấp thành tuyến đường giao thông quốc gia nối với các nước xung quanh và đạt tiêu chuẩn quốc tế như Quốc lộ 1,2,7,8 … Và đã xây dựng chiếc cầu đầu tiên qua sông Mêkông gọi là cầu Tsubasa.

Bên cạnh đó giao thông đường sông cũng có sự quan tâm của Nhà nước, đặc biệt là sông Mê Kông (đóng mốc dòng chảy: mốc đỏ để bên phải, mốc xanh để bên trái khi xuống; có kế hoạch và vốn đầu tư chống sự sụt lở của bở, nạo vét lòng sông v.v...)

Ngoài ra còn đầu tư vào việc xây dựng những sân bay mới ở các tỉnh chưa có và sân bay quốc tế được nâng cấp ngày càng đảm bảo nhu cầu vận chuyển và hiện đại hơn.

Thông tin liên lạc từ năm 1995 trở lại đây phát triển rất nhanh đáp ứng nhu cầu cho khách du lịch và kịp thời cho những nhà kinh doanh và các lĩnh vực khác. Mạng lưới cung cấp điện, nước cũng đang dần được hoàn thiện.

2.3.3. Xây dựng chủ đề của chương trình du lịch Campuhia

Chủ đề xây dựng nổi bật được những điều công ty du lịch muốn gửi đến khách du lịch, hơn thế chủ đề của chương trình du lịch phải xúc tích dễ hiểu và ấn tượng khiến cho khách dễ nhớ. Một điềucầnđảm bảo là chủ đề phải xuyên suốt hành trình. Chính vì thế, có thể lấy tên chủ đề căn cứ vào những nội dung cơ bản mà chương trình xây dựng. Ví dụ như: Khám phá Angkor huyền bí…

2.3.4. Xác định giới hạn quỹ thời gian của chương trình

Thời gian là yếu tố vô cùng quan trọng khi tiến hành xây dựng chương trình du lịch. Đối với những chương trình đã khai thác trên thị trường thì yếu tố thời gian vẫn chưa thực sự hợp lí. Khách du lịch vẫn cảm thấy mệt mỏi khi đi tham quan hành trình dài mà thời gian nghỉ ngơi lại ít, cũng có những chương trình thì nhịp độ tham quan lại quá giãn cách khiến cho du khách nhàm chán.

Chính vì thế, cần căn cứ vào tuyến hành trình và nhu cầu của khách trước khi kí kết hợp đồng để xác định quỹ thời gian cho hợp lí, tạo hiểu quả cao nhất cho chương trình du lịch được xây dựng. Nhìn chung, chương trình du lịch đi Campuchia giao động từ 4-7 ngày là khoảng thời gian hợp lí. Tuy nhiên, điều chỉnh quỹ thời gian luôn phải linh hoạt với tùy từng chương trình.

2.3.5. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

Hiện nay vấn đề du lịch ở Campuchia ngày càng sôi động, ngành du lịch đang dần dần chiếm vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Vì vậy Đảng và Nhà nước Campuchia đã quan tâm và tạo mọi điều kiện thúc đẩy cho ngành du lịch phát triển đồng thời củng cố những ngành liên quan, tạo ra sự phát triển đồng bộ nhằm đảm bảo cho ngành du lịch hoạt động một cách thuận lợi.

2.3.6. Xây dựng phương án vận chuyển

**** Tuyến đường bộ***

Các chương trình du lịch đi Campuchia dành cho du khách Hải Phòng với điểm khởi hành từ Hải Phòng được tác giả đề xuất trên được vận dụng trên cơ sở sử dụng phương pháp nghiên cứu thực địa, căn cứ trên thực tế của 1 số chương trình các doanh nghiệp Miền bắc và miền Trung đang thực hiện. Hiện Campuchia và Việt Nam có đường biên giới trên đất liền giữa Việt Nam và Campuchia khởi đầu từ ngã ba biên giới Việt Nam – Lào – Campuchia (thuộc tỉnh Kon Tum) kéo dài đến sát mép biển Hà Tiên, tỉnh Kiên Giang, đi qua 10 tỉnh biên giới miền Tây Nam của Việt Nam (Kon Tum, Gia Lai, Đăk Lăk, Đăk Nông, Bình Phước, Tây Ninh, Long An, Đồng Tháp, An Giang và Kiên Giang), tiếp giáp với 9 tỉnh biên giới của

Campuchia (Ratarakiri, Môndunkiri, CôngpôngChàm, Carachê, Sveyriêng, Prâyveng, Kândan, Tàkeo và Kămpốt) với chiều dài khoảng 1.137km.

Thường thường các chương trình du lịch Việt Nam – Campuchia xuất phát từ Hải Phòng thường áp dụng cả đường hàng không lẫn đường bộ tùy vào hành trình của tour du lịch đó.

Hầu hết các tour từ Hải Phòng đi Campuchia thường thường bay từ sân bay Cát Bi đến Thành phố Hồ Chí Minh và tiếp đó sử dụng đường bộ. Nếu sử dụng hết bằng đường bộ thì tuyến đường của tour rất dài và mất khá nhiều ngày. Sau đây là các phương án vận chuyển từ Hải Phòng – Hồ Chí Minh đến Campuchia:

Tuyến 1: TP.Hải Phòng – TP.Hồ Chí Minh – Tây Ninh – Cửa khẩu Mộc Bài – Svey Rieng - Prey Veng - Thủ đô Phnom Penh – tỏa ra các điểm du lịch khác (hoặc đi Siem Reap)

Tuyến 2: TP.Hải Phòng – TP.Hồ Chí Minh – Tây Ninh – Cửa khẩu Mộc Bài - Kompong Cham - Siem Reap – Phnom Penh - tỏa ra các điểm du lịch khác (hoặc đi Sihanoukville)

Tuyến 3: TP. Hải Phòng – TP.Hồ Chí Minh – Cửa khẩu Mộc Bài – Cao nguyên Bokor – Sihanouville – Đảo Kohrong – Phnom Penh

Tuyến 4: TP. Hải Phòng – TP.Hồ Chí Minh - TP. Tân An – TP.Cao Lãnh – TP. An Giang – Cửa khẩu Tịnh Biên – Takeo - Thủ đô Phnom Penh – tỏa ra các điểm du lịch khác (hoặc đi Siem Reap)

Các tuyến du lịch dành cho du khách khởi hành từ Hải Phòng căn cứ trên đặc thù của giao thông và sư thuận tiện của ăn uống, lưu trú… Phương án vận chuyển đường bộ cho du khách được chia thành 2 đối tượng khách như sau:

Khách du lịch đi theo nhóm nhỏ, đi đơn lẻ hoặc tự tổ chức theo dạng ba lô.

Đối với các dòng khách đi theo dạng này, doanh nghiệp có thể vận dụng các tuyến xe đã được khai thác từ lâu cho chặng hành trình Hải Phòng – Hồ Chí Minh đến Phnom Penh.

Hiện nay có một số công ty tại Việt Nam và Campuchia tổ chức chuyến xe bus chạy thẳng từ Thành phố Hồ Chí Minh sang Campuchia.

Dưới đây là một số hãng xe bus và giá thành chạy từ Thành phố Hồ Chí Minh đi Campuchia hoặc từ các thành phố lân cận đi Campuchia

Sorya – Tuyến xe buýt từ Sài Gòn đi Campuchia

Địa điểm: 301 Phạm Ngũ lão, Quận 1.

Thời gian xuất bến: 6h30, 7h30, 9h30, 13h30, 15h00 tuyến Sài Gòn – Phnom Penh. 6h30, 7h30 tuyến Sài Gòn – Siem Riep; 7h00 tuyến Sài Gòn – Sihanouk Ville.

Giá vé: 230.000đ/khách/chiều tuyến Sài Gòn – Phnom Penh, 399.000đ/khách/chiều tuyến Sài Gòn – Siem Riep và tuyến Sài Gòn – Sihanouk Ville.

Điện thoại đặt vé: 083.9209.438, 086.6701.898.

Long Phượng – Xe bus chất lượng đi Campuchia từ Sài Gòn

Địa điểm: 313 Phạm Ngũ Lão, Quận 1.

Thời gian xuất bến: 6h30, 8h30, 11h30, 11h30, 15h30.

Giá vé: 190.000đ/khách chiều tuyến Sài Gòn – Phnom Penh, nếu đặt vé khứ hồi tuyến này thì chỉ còn 170.000đ/khách.

Điện thoại đặt vé: 08.3837.0969, 08.6651.1115.

Sapaco – Hãng xe bus đi Campuchia từ Sài Gòn nổi tiếng

Địa điểm: 325 Phạm Ngũ Lão, Quận 1.

Thời gian xuất bến: 6h00, 8h00, 9h00, 10h00, 11h30, 14h00.

Giá vé: 230.000đ/khách/chiều tuyến Sài Gòn – Phnom Penh, 470.000đ/khách/chiều tuyến Sài Gòn – Siem Riep

Điện thoại đặt vé: 083.9203.623.

Hiện nay vận chuyển liên vận Việt Nam Campuchia hành trình khứ hồi Hải Phòng Phnom Penh rất phổ biến với chất lượng phương tiện khá tốt chủ yếu do các doanh nghiệp, các chủ xe Việt Nam đầu tư phục vụ cho việc vận chuyển hàng hóa cũng như việc đi lại của du khách. Các phương tiện vận chuyển hiện nay chủ yếu là các dòng xe 45 chỗ của Hàn Quốc Huyndai Space mang biển số Campuchia, được đăng kiểm tại Campuchia, nhưng vốn đầu tư lại của người Việt. Bởi Campuchia có chính sách thông thoáng trong việc nhập khẩu xe ô tô, thuế xuất nhập khẩu thường rất thấp, thập chí có những loại hình phương tiện, thuế nhập khẩu của Campuchia là 0%, mua một chiếc xe tại Việt Nam có thể mua được 2 chiếc xe có chất lượng tương đương tại Campuchia.

Bên cạnh đó do nhu cầu ngày càng lớn, người Việt sinh sống và buôn bán tại Phnom Penh lớn, nên việc vận chuyển hàng hóa, hành khách nhiều. Mỗi ngày lượng xe khách chất lượng cao xuất phát từ Hồ Chí Minh đi Phnom Penh và ngược lại từ Phnom Penh về Hồ Chí Minh có số lượng cao.

Giá của chuyến đi từ Việt Nam sang Campuchia giao động từ 190k – 400k/khách tùy thuộc vào điểm đến và hành trình của chuyến đi.

Cùng với đó là các hãng vận chuyển chuyên nghiệp, các doanh nghiệp lữ hành tại Campuchia, đội xe du lịch đang dần chuyển sang chuyên nghiệp hơn, đầy đủ các phương tiện từ 4 đến 45 chỗ, chất lượng tốt, cho thuê theo hành trình, đã đáp ứng được nhu cầu cho du khách đến Phnom Penh, tham quan Phnom Penh và các điểm du lịch khác.

**** Đường hàng không***

Hiện tại cảng hàng không quốc tế Hải Phòng chưa có chuyến bay trực tiếp từ Hải Phòng tới Campuchia. Cho nên chúng ta có thể bay từ Hải Phòng chung chuyển qua Thành phố Hồ Chí Minh rồi bay tiếp tới các sân bay quốc tế tại Phnom Penh,Siem Reap. Chúng ta cũng có thể tới sân bay Nội Bài rồi bay thẳng tới các sân bay quốc tế tại Phnom Penh, Siem Reap. Tất cả các chuyến bay di chuyển từ Việt Nam tới Campuchia đều được vận hành bởi hãng hàng không nội địa Vietnam Airlines phối hợp với Cambodia Angkor Air.

Tại Campuchia, đường hàng không được Đảng và Nhà nước Campuchia quan tâm đầu tư nâng cấp theo yêu cầu cần thiết của phát triển kinh tế - xã hội và vận chuyển hành khách. Ngày nay Hàng không Campuchia đã mở nhiều chuyến bay trong nước và quốc tế để đáp ứng kịp thời nhu cầu đi lại của khách du lịch cũng như trong vận chuyển hàng hóa.

Từ thủ đô Phnom Penh còn có các tuyến đường không nội địa do hãng hàng không Campuchia đảm nhiệm với 17 sân bay đi đến các tỉnh trong cả nước và 3 sân bay Quốc tế với quy mô lớn. Với điều kiện thuận tiện đó du khách có thể thực hiện hành trình của mình, đơn giản và hiệu quả hơn đến với đất nước Chùa Tháp. Mặc dù so với các nước trong khu vực và trên thế giới điều kiện của sân bay cũng như máy bay chưa thực sự tốt và giá thành của hành trình còn khá cao.

Dưới đây là trung bình giá thành (khứu hồi) cũng như thời gian bay từ Hà Nội và Hồ Chí Minh sang Phnom Penh và Siem Reap:

- Đường bay TP. HCM – Phnom Penh: từ 5.500.000đ đến 9.500.000đ/vé.
  Thời gian bay: *40 - 50 phút.*
- Đường bay TP. HCM – Siem Reap: từ 8.000.000đ đến 10.000.000đ/vé
  Thời gian bay: *1 tiếng 15 phút.*
- Đường bay Hà Nội – Phnom Penh: từ 7.000.000đ đến 12.000.000đ
  Thời gian bay: *3 tiếng 15 phút.*

- Đường bay Hà Nội – Siem Reap: từ 9.000.000đ đến 12.000.000đ
  Thời gian bay: *2 tiếng.*

* ***Đường biển***

Việt Nam và Campuchia có chung đường bờ biển với nhau đó chính là Vịnh Thái Lan do đó sự giao thoa giữa hai nước trên biển khá là thuận lợi và phát triển.

Bên cạnh vận chuyển đường bộ, vận chuyển hàng đường biển đi campuchia cũng chiếm thị phần khá lớn cho việc vận chuyển hàng từ Việt Nam qua Campuchia vì lợi thế chi phí thấp, thủ tục đơn giản hơn so với đường bộ.

Để đến Campuchia bằng đường thủy, chúng ta có cung đường gần như là duy nhất và đang được hầu hết các khách du lịch áp dụng khá nhiều: từ TP.HCM, các bạn di chuyển đến Châu Đốc (An Giang) và từ đây có thể đi tàu qua Campuchia ở cửa khẩu Vĩnh Xương.

Một số công ty hiện đang khai thác tuyến Châu Đốc - Phnompenh với giá vé dao động từ 17 - 35$ (tùy nội thất và tốc độ của tàu).

Dưới đây là một số công ty mà các bạn có thể liên lạc để biết thêm thông tin về thời gian khởi hành cũng như giá cả và đặt vé (nếu có nhu cầu):

Công ty Phương Trang: SĐT: 0710.3752.436
Blue Cruiser: SĐT: 08.6294.5766 - 6294.5766
Hàng Châu: SĐT: 076.386.8891.

2.3.7. Xây dựng phương án lưu trú, ăn uống

* *Xây dựng phương án lưu trú*

Mặc dù hiện tại về chất lượng và số lượng các sơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch còn nghèo nàn, chủ yếu tập trung tại các trung tâm lớn như Phnom Penh, Siem Reap, Sihanoukville , nhưng đã đáp ứng được phần nào nhu cầu của du khách khi đến tham quan đất nước Campuchia.

Trong quá trình xây dựng chương trình du lịch đi Campuchia, đối với các chương trình du lịch khởi hành từ Hải Phòng, thông qua khảo sát thực địa tác giả đã trực tiếp thị sát và đề xuất một số phương án trong tổ chức lưu trú cho du khách khi đến tham quan đất nước Campuchia – xứ sở Chùa Tháp.

Chương khởi hành tuyến 2 là tuyến được phổ biến nhất tại công ty: TP.Hải Phòng – TP.Hồ Chí Minh – Tây Ninh – Cửa khẩu Mộc Bài - Kompong Cham - Siem Reap – Phnom Penh - tỏa ra các điểm du lịch khác (hoặc đi Sihanoukville)

Các điểm lưu trú tại các điểm dừng chân trong chương trình:

+ **Tại TP.Hồ Chí Minh**

- **Khách sạn Lief Mojo Saigon**

  Địa chỉ: 8A3C1, Thái Văn Lung, Bến Nghé, Quận 1, Hồ Chí Minh

  Điện thoại: 028 3821 4219

- **Huong Sen Annex Hotel**

  Địa chỉ: 4-6-8 Mạc Thị Bưởi, Bến Nghé, Quận 1, Hồ Chí Minh

  Điện thoại: 028 3934 9468

- **The Hammock Hotel Ben Thanh**

  Địa chỉ: 47-49 Lê Thị Riêng, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, Hồ Chí Minh

  Điện thoại: 028 5448 8888

- **Khách Sạn InterContinental Sài Gòn**

  Địa chỉ: St. & Le Duan Bl, Corner, Hai Bà Trưng, Hồ Chí Minh

  Điện thoại: 028 3520 9999

- **Hotel Nikko Saigon**

  Địa chỉ: 235 Đường Nguyễn Văn Cừ, Phường Nguyễn Cư Trinh, Quận 1, Hồ Chí Minh

  Điện thoại: 028 3925 7777

  + Tại Siem Reap

- **Chronivada Residence**

  Địa chỉ: Steung Thmei Villa, Svay Dangkum Commune, Campuchia

  Điện thoại: +855 63 210 210

- **Siem Reap Pub Hostel**

  Địa chỉ: Xiêm Riệp, Cam-pu-chia

  Điện thoại: +855 87 876 600

- **Borei Angkor Resort & Spa**

  Địa chỉ: Banteay Chas, NR6, Krong Siem Reap 17252, Cam-pu-chia

Điện thoại: +855 63 969 300

- **Primefold Hotel**

  Địa chỉ: Wat Damnak Village Salakomrouk Krong Siem Reap, 17254, Campuchia

  Điện thoại: +855 63 765 799

- **Udaya Residence**

  Địa chỉ: #125, Sala Kamreuk Village, Sala Kamreuk Commune, Krong Siem Reap, Campuchia

  Điện thoại: +855 69 764 111

+ Tại Phnom Penh

TeaHouse Asian Urban Hotel

Địa chỉ: 32 Street 242, Phnom Penh, Cam-pu-chia

Điện thoại: +855 23 212 789

- **Okay Boutique Hotel**

  Địa chỉ: 174 St 19z, Phnom Penh, Cam-pu-chia

  Điện thoại: +855 23 979 666

- **Sarina Boutique Hotel**

  Địa chỉ: Sangkat Phnom Penh Tmei, Khan Sen Sok,, 327 St 1013, Phnom Penh 12101, Campuchia

  Điện thoại: +855 96 354 5577

- **Balconitel Boutique Hotel**

  Địa chỉ: Sangkat Boeung Keng Kang I, Khan Chamkarmon, A36 Street 278, Phnom Penh 00855, Campuchia

  Điện thoại: +855 23 727 278

- **Le Grand Palais Boutique Hotel**

  Địa chỉ: St 49, Phnom Penh, Cam-pu-chia

  Điện thoại: +855 23 966 699

**** Xây dựng phương ăn uống***

Về dịch vụ nhà hàng, phục vụ ăn uống tại các điểm du lịch của Campuchia tại các điểm du lịch và tại các điểm trên tuyến bây giờ đã mang quy mô nhà hàng lớn, đặc biệt đã phản ảnh được về văn hóa ẩm thực của quốc gia. Ẩm thực

Campuchia khá đa dạng, nhưng nếu bạn có cơ hội được thưởng thức những món ăn đặc sắc ở bản xứ thấy rất ngon. Món ăn Campuchia cũng đa dạng nhiều món từ đồ bún nước, các món cơm ăn với nước sốt, cari…

Trên tuyến hành trình của chúng ta, mọi nơi đều có các dịch vụ ăn uống phục vụ cho du khách, từ các nhà hàng chuyên nghiệp cho đến các nhà hàng mang đậm tính chất ẩm thực đường phố.

Nhưng trong quá trình tổ chức thực hiện chương trình, chúng ta vẫn có công tác chuẩn bị kỹ càng và chuẩn mực về các điểm đến phục vụ ăn uống trong chương trình, đặc biệt là chương trình khởi hành bằng đường bộ có các điểm dừng chân dọc đường, nhằm đảm bảo về thời gian và chất lượng của nhà hàng.

Với các chương trình đường bay, tour sẽ dừng chân ở các sân bay quốc tế tại các thành phố lớn của Campuchia trong đó có thủ đô Phnom Penh, Siem Reap và Sihanoukville. Số lượng nhà hàng khá đảm bảo, đầy đủ phong cách, đáp ứng được nhu cầu của du khách về khẩu vị và phong phú của các bữa ăn trong hành trình.

2.3.8. Xây dựng lịch trình chi tiết

**** Đường bay***

Do Hải Phòng không có chuyến bay quốc tế bay thẳng đến Campuchia, cho nên tour chúng ta phải kết hợp đường bộ di chuyển lên Sân bay quốc tế Nội Bài (Hà Nội) để bay thẳng sang Campuchia.

Chương trình 1: Hải Phòng – Hà Nội - Siem Reap – Phnom Penh

Thời gian: 4 ngày 3 đêm

Phương tiện di chuyển: Máy bay VietnamAirline – Oto máy lạnh suốt tuyến

Ngày 1: Hải Phòng – Hà Nội – Siem Reapm

Ngày 2: Tham quan quần thể Angkor (Cổng nam Angkor Thom, đền Bayon, quảng trường đấu Voi, Angkor Wat, Ta Pruhm)

Ngày 3: Siem Reap – Phnom Penh (tham quan Hoàng cung campuchia, Chùa Vàng chùa Bạc, Tượng đài tưởng niệm Việt Nam – Campuchia, tham quan và thử vận may tại Casino Naga World 5 Sao)

Ngày 4: Phnom Penh (Tham quan chợ Mới mua đặc sản của Campuchia) – TP.Hồ Chí Minh – Hà Nội – Hải Phòng

Chương trình 2: Hải Phòng – Phnom Penh – Siem Reap

Thời gian: 4 ngày 3 đêm

Phương tiện di chuyển: Máy bay VietnamAirline – Oto máy lạnh suốt tuyến

Ngày 1: Hải Phòng – Hà Nội – Phnom Penh (Thăm Cây Cầu Cổ Kopong Kdei và chợ Skun, Bảo tàng Hoàng Gia Toul Sleng, thăm sòng bạc Naga)

Ngày 2: Phnom Penh – Siem Reap – Bakheng(ngắm hoàng hôn trên đỉnh Phnom Bakheng)

Ngày 3: Thăm quan quần thể Angkor (Cổng Nam đền Angkor Thom, Đền Phimean Akas, Trường đấu Voi, Đền Takeo, Đền Ta Prohm, chiêm ngưỡng Kỳ quan Thế Giới Angkor Wat)

Ngày 4: Siem Reap – Hà Nội – Hải Phòng

* *Đường bộ*

Nếu muốn đi bằng đường bộ từ Hải Phòng đến Campuchia chúng ta sẽ phải mất rất nhiều ngày, do vậy để xây dựng 1 tour Hải Phòng – Campuchia phải xây dựng sao cho hợp lý nhất về thời gian và kinh phí. Vì vậy thường thường 1 tour Campuchia bằng đường bộ xuất phát từ Hải Phòng thì phải đi đường hàng không vào Thành phố Hồ Chí Minh để đi tiếp tục di chuyển bằng đường bộ tới Campuchia.

Tuyến 1: Hải Phòng – Hồ Chí Minh – Siem Reap – Phnom Penh

Thời gian: 5 ngày 4 đêm

Phương tiện di chuyển: Máy bay Vietjet Air – Oto máy lạnh suốt tuyến

Ngày 1: Hải Phòng – Hồ Chí Minh

Ngày 2: Hồ Chí Minh – Cửa Khẩu Mộc Bài – Kongpong Thong - Siem Reap

Ngày 3: Tham quan cổng Nam Angkor Thom – Đền Bayon – Quảng trường đấu Voi – Cung điện của đức Vua – Angkor Wat – Ta Prohm (phế tích kinh thành Khmer) – Chinh phục đỉnh đồi Bakheng

Ngày 4: Siem Reap – Phnom Penh – Tham quan Hoàng Cung – Chùa Vàng, Chùa Bạc – Đài tưởng niệm Việt Nam _ Cambodia – Tham quan Naga World Resort

Ngày 5: Phnom Penh – Phsa Thmey (chợ Lớn Mới) để mua sắm đồ lưu niệm – tham quan phà NeakLuong – TP.Hồ Chí Minh – Hải Phòng

Tuyến 2: Cao nguyên Bokor – Shihanoukville – Kohrong Saloem – Phnom Penh

Thời gian: 5 ngày 4 đêm

Phương tiện di chuyển: Máy bay Vietjet Air – Oto máy lạnh suốt tuyến

Ngày 1: Hải Phòng – TP. Hồ Chí Minh

Ngày 2: TP.Hồ Chí Minh – Cửa khẩu Mộc Bài – Cao Nguyên Bokor – Bokor

Ngày 3: Bokor – Tham quan nơi nghỉ và sinh hoạt của Vua Shihanouk từng đi săn bắn tại nơi đây, chụp hình Cung điện - viếng Chùa Năm Thuyền, nghe kể truyền thuyết của Hoàng Tử Preah Thom và Công chúa Thủy Cung Nagani, nơi khởi đầu của nền văn minh Khmer – Thành phố biển Shihanouk Ville - đảo Koh Rong Saloem, được mệnh danh là bãi biển đẹp nhất Đông Nam Á.

Ngày 4: Shihanouk Ville – Mua sắm tại chợ Campot – Thủ đô Phnom Penh - tham quan và thử vận may tại Casino Naga World 5 Sao

Ngày 5: Phnom Penh – Chợ Mới – TP. Hồ Chí Minh

2.3.9. Xác định giá thành giá thành và giá bán cho chương trình du lịch đi Campuchia

**** Xác định giá thành của chương trình du lịch đi Campuchia***

Với phương án đề xuất một số chương trình du lịch trên, và trong thực tế, hiện nay các chương trình du lịch đang được các doanh nghiệp lữ hành của Campuchia và Việt Nam khai thác phục vụ cho du khách khởi hành từ Hải Phòng, chọn 1 chương trình tiêu biểu và phổ biến hiện nay để tìm phương pháp trong xây dựng giá thành cho các chương trình du lịch đi Campuchia.

Chương trình phổ biến đi theo **Tuyến 1: Hải Phòng – Hồ Chí Minh – Siem Reap – Phnom Penh** (Thời gian : 5 ngày /4 đêm, phương tiện: Máy bay Vietjet Air – ô tô máy lạnh suốt tuyến) Trên cơ sở hai loại chi phí cố định và biến đổi, có 2 phương pháp để tính giá thành của một chương trình du lịch như phần 1 đã nêu

Phương pháp 1: Xác định giá thành theo khoản mục chi phí.

Phương pháp 2: Xác định giá thành theo lịch trình.

Ở đây với chương trình này, tác giả áp dụng phương pháp xác định giá thành theo khoản mục chi phí.

Phương pháp này xác định giá thành bằng cách nhóm toàn bộ các chi phí phát sinh vào một số khoản mục chủ yếu. Chúng ta lập bảng để xác định giá thành của chương trình trên áp dụng cho đoàn 20 khách khởi hành từ Hải Phòng.

TT	Nội dung chi phí	Phí biến đổi (VC)	Phí cố định (FC)
1	Vé máy bay		32.580.000
2	Vận chuyển (ô tô)		22.000.000
3	Khách sạn (ngủ)	28.800.000	
4	Ăn uống	22.000.000	
5	Vé tham quan	16.280.000	
6	Phí hướng dẫn		3.000.000
7	Visa – hộ chiếu	-	
8	Lệ phí xuất nhập cảnh	1.100.000	
9	BHDL	1.200.000	
10	Chi phí khác	1.500.000	
	Tổng chi phí	103.460.000	25.000.000

Đơn vị: Đồng

Ghi chú:

- Tổng chi phí dịch vụ trong nước: **57.580.000đ**

Tổng chi phí dịch vụ trong nước tính cho 1 khách

= (Vận chuyển thuê trong nước + HDV người Việt + Vé máy bay)/20khách + vé máy bay = (22.000.000đ + 3.00.000đ + 32.580.000đ)/20 khách ≈ **2.879.000đ**

- Tổng chi phí dịch vụ tại nước ngoài: **70.880.000đ**

Áp dụng công thức tính giá thành

Giá thành cho 1 khách: **z = VC + FC/Q**

Tổng chi phí tính cho cả đoàn khách: **Zcd = VC x Q + FC** hoặc **= z.Q**

Trong đó:

z: giá thành cho một khách

Z: tổng chi phí cho cả đoàn khách

Q: số thành viên trong đoàn

FC: tổng chi phí cố định tính cho cả đoàn khách

VC: Tổng chi phí biến đổi tính cho một khách.

Qua bảng tính trên ta có

Tổng chi phí cho cả đoàn: **Zcd** = 103.460.000 + 25.000.000 **= 128.460.000đ**

z khách = Zcd/Q = **128.460.000đ** / 20 = **6.423.000đ**

(Bằng chữ: Bốn triêu chín trăm mười hai ngàn đồng)

Quy đổi ra đô la Mỹ, áp dụng cho xây dựng giá thành của một chương trình du lịch ra nước ngoài, theo quy định của nhà nước ta có :

z khách = **292 USD** *(Áp dụng tính tỷ giá USD, 22.000 đ/1 USD)*

**** Xác định giá bán của chương trình du lịch đi Campuchia***

Để xác định giá bán của một chương trình theo công thức:

G = Z + Cb + Ck + P + T

Trong đó:

Z: giá thành tính cho 1 khách

Cb: Chi phí bán bao gồm hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuếch trương.

Ck: các chi phí khác: chi phí quản ký, chi phí thiết kế chương trình, chi phí khấu hao, chi phí dự phòng, marketing, thuê văn phòng.

P: khoản lợi nhuận dành cho doanh nghiệp lữ hành

T: các khoản thuế

Xác định các khoản chi phí tạm ước tính cho chương trình bao gồm:

-Cb = 10% giá thành = 10% x **292**USD ≈ **29,2 USD** *(Chi phí bán bao gồm hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuếch trương)*

-Ck = 10% giá thành = 15% x **292** USD ≈ **43,8 USD** *(các chi phí khác: chi phí quản ký, chi phí thiết kế chương trình, chi phí khấu hao, chi phí dự phòng, marketing, thuê văn phòng)*

- P = 15% giá thành = 15% x **292** USD ≈ **43,8 USD** *(lợi nhuận)*

T = 10% dịch vụ trong nước + 0% dịch vụ tại nước ngoài = 10% x **2.879.000đ** + 0 **= 288.000đ ≈ 13 USD** *(Thuế GTGT tạm tính)*

Ta có giá bán 1 khách cho chương trình **Tuyến 1: Hải Phòng – Hồ Chí Minh – Siem Reap – Phnom Penh** (05 ngày /4 đêm)

G = Z + Cb + Ck + P + T

= **292USD + 29,2 USD + 43,8USD** + **43,8 USD + 13USD**

= **421,8 USD** ***(Bốn trăm hai mốt phẩy tám đô la mỹ)***

Trong thực tế hiện nay, trong việc xây dựng chương trình du lịch Outbound nói chung và chương trình du lịch đi Campuchia nói riêng của các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam đều có sự hợp tác bắt buộc giữa các doanh nghiệp gửi khách Việt Nam và doanh nghiệp lữ hành gửi khách tại nước ngoài. Về lịch trình có thể căn cứ trên nhu cầu của khách hàng, sau đó được các đối tác tại Lào xây dựng trên cơ sở

thực tế và báo giá trên tiêu chuẩn dịch vụ. Trong lữ hành chương trình được thực hiện tại nước ngoài gọi là Land tour.

Land tour là dịch vụ mặt đất, chi phí được tính từ khi đón khách tại điểm của quốc gia đến, có thể là cửa khẩu hàng không (sân bay), hoặc cửa khẩu đường bộ, hoặc đường thủy….

Từ đây, doanh nghiệp lữ hành xây dựng giá thành cho chương trình du lịch bao gồm các khoản mục chi phí:

Bảng 2.5. Bảng thống kê các khoản mục chi phí cho một Chương trình du lịch

TT	Khoản mục chi phí	Ghi chú
1	Land tour	
2	Chi phí trong nước : xe, vé máy bay, HDV…..	
3	Thủ tục nhập cảnh (visa, lệ phí XNC)	
4	Chi phí quảng cáo, PR	
5	Thuế các khoản	
6	Chi phí hậu mãi , hoa hồng cho khách	
7	Lợi nhuận	

Từ việc tổng hợp các chi phí trên, doanh nghiệp sẽ xây dựng được giá bán cho 1 khách và cho mỗi chương trình thực tế trên thị trường (xem phụ lục 5, tr x). Về xác định giá bán cho chương trình du lịch Lào, doanh nghiệp cần mềm dẻo và có các phương án dự phòng căn cứ trên một số yếu tố:

- Mức giá phổ biến trên thị trường
- Vai trò, vị thế, thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường
- Mục tiêu của doanh nghiệp
- Giá thành của chương trình
- Thời vụ du lịch

Đặc biệt với một sản phẩm du lịch mới là các chương trình du lịch đi Campuchia, với công ty du lịch Phương Đông, một thương hiệu còn non trẻ trên thị trường du lịch Hải Phòng.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 tiến hành nghiên cứu nhằm xây dựng chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng. Nội dung nghiên cứu của chương 2 mang tính sát thực, đi từ thực lực của công ty du lịch Phương Đông cho đến nhu cầu của khách hàng tại Hải Phòng. Chương trình được xây dựng sát với nhu cầu của khách hàng và phù hợp với thị trường khách nghiên cứu. Chương trình được công ty du lịch Phương Đông đặt nhiều kỳ vọng để giúp công ty tạo ra một sản phẩm du lịch mới mà còn khẳng định được thương hiệu của mình trên thị trường.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KHUYẾN NGHỊ NHẰM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XÂY DỰNG VÀ BÁN CTDL ĐI CAMPUCHIA CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI PHÒNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH PHƯƠNG ĐÔNG

3.1. Mục tiêu và hướng phát triển của công ty giai đoạn 2018-2020

*** Mục tiêu**

Ra đời trong nhiều năm trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành, để tạo ra những lợi thế cho mình, Công ty Du lịch Phương Đông sẽ hướng tới các thị trường nhỏ nhưng tiềm năng vì chưa có nhiều doanh nghiệp khai thác. Đối với thị trường Inbound và Outbound, Công ty sẽ từng bước thâm nhập để đảm bảo chất lượng dịch vụ cho khách hàng Việt Nam nói chung và khách hàng Hải Phòng nói riêng.

Mục tiêu chất lượng: là mục tiêu hàng đầu và cũng chính là chiến lược của Công ty, mọi dịch vụ cung cấp cho khách hàng phải đảm bảo có được chất lượng cao nhất có thể.

Mục tiêu lợi nhuận: Chỉ dùng những phương cách mà chuẩn mực đạo đức xã hội cho phép để đạt được lợi nhuân và lợi nhuận sau bán hàng sẽ được chia sẻ theo các tỷ lệ thích hợp nhằm: Đảm bảo cuộc sống cho các thành viên; đảm bảo cho tương lai lâu dài và các rủi ro trong cuộc sống con người; Có một quỹ phúc lợi cho các hoạt động tái tạo sức lao động; Có quỹ phát triển (Các khoá học nâng cao trình độ cho các thành viên, kinh phí nâng cấp, thay đổi công nghệ, kinh phí cho các hoạt động nghiên cứu, dự đoán); Có tích luỹ tài sản trong Công ty.

Mục tiêu ngắn hạn: tới năm 2018 công ty đã có được chỗ đứng vững chắc trong ngành du lịch; xây dựng được hình ảnh tốt trong con mắt đồng nghiệp và khách hàng.

Mục tiêu dài hạn: tới năm 2020 xây dựng được thương hiệu mạnh trên thương trường cả trong và ngoài nước.

*** Định hướng phát triển**

- Mở rộng việc tiếp thị tới các thị trường còn bỏ ngỏ
- Khai thác các thế mạnh của thương mại điện tử
- Duy trì chất lượng dịch vụ tốt

Mô hình phát triển Công ty sẽ không phải là một Công ty lớn mà là một sự liên kết giữa nhiều thực thể kinh doanh.Những người hội đủ những phẩmchaats,

năng lực cần thiết sẽ lạnh đạo, chịu trách nhiệm về hoạt động của các thực thể đó. Các thực thể này sẽ hoạt động độc lập nhưng bổ trợ giúp đỡ nhau trong hoạt đônggj thông qua định hướng phát triển đã vạch ra.

3.2. Đề xuất giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông

3.2.1. Nâng cao nhận thức và năng lực cán bộ nhân viên tại Công ty

Với thế kỉ hội nhập của du lịch hiện nay, nhận thức của cán bộ nhân viên tại công ty là rất quan trọng. Có thể nói du lịch là một ngành khái quát nhất về văn hóa – xã hội của từng nước trên thế giới. Dần dần du lịch trở thành thế mạnh và là bộ mặt của từng quốc gia trong đó có Việt Nam. Và du lịch mang lại cho đất nước ta một lợi nhuận không hề nhỏ. Vì vậy để đáp ứng lại nhu cầu về chất lượng thì nhận thức và năng lực của nhân viên tại công ty phải càng ngày càng được nâng cao.

Vì thế cán bộ nhân viên trong công ty ngày một trau dồi và nâng cao về nhận thức và năng lực nghề nghiệp để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và theo kịp với tốc độ phát triển xã hội.

Hiện nay công ty du lịch Phương Đông có hình thức hoạt động độc lập, được xây dựng bộ máy hoạt động riêng, cơ cấu tổ chức hoạt động theo mô hình trực tuyến chức năng.

Với mô hình kinh doanh hiện tại, công ty du lịch Phương Đông là một doanh nghiệp lữ hành quy mô nhỏ, và với nguồn nhân lực hiện nay khá hạn chế về số lượng: 6 nhân viên đều có trình độ đại học, được đào tạo bài bản và có kinh nghiệm trong công tác thị trường và công tác điều hành. Trong giai đoạn 2014 – nay, công ty du lịch Phương Đông với mục tiêu xây dựng thương hiệu tại thị trường Hải Phòng và mở rộng thị trường khách, về sản phẩm chủ yếu dừng lại ở các sản phẩm phổ thông với điểm đến trong nước (du lịch nội địa) và các chương trình outbound Đông Nam Á: Thái – Mã - Sing và Trung Quốc.

Để có thể triển khai hiệu quả việc xây dựng và khai thác chương trình du lịch đi Campuchia tại thị trường Hải Phòng Công ty cần bổ xung thêm nguồn nhân lực có chuyên môn về sản phẩm mới, chương trình du lịch Campuchia cũng như bố trí lại cơ cấu bộ máy hoạt động một cách nhuần nhuyễn hơn nữa.

3.2.2. Áp dụng một hệ thống quản lý chất lượng chương trình du lịch phù hợp

Quản lý chất lượng các chương trình du lịch là một hệ thống các biện pháp và quy định về kinh tế, kỹ thuật, hành chính… nhằm sử dụng đạt hiệu quả cao nhất mọi tiềm năng của doanh nghiệp, đảm bảo và nâng cao dần chất lượng của sản

phẩm chất lượng thiết kế và thực hiện nhằm thỏ mãn tối ưu nhu cầu của khách dulichj với chi phí thấp nhất, đem lại lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp. Quản lý chất lượng là một quá trình liên thục, được thực hiện bắt đầu từ khâu thiết kế, xây dựng đến sử dụng chương trình du lịch cho đến khi hoàn toàn kết thúc chuyến đi. Chất lượng chương trình du lịch bao gồm mức độ phù hợp của những đặc điểm được thiết kế của chương trình với chức năng và phương thức sử dụng nó, là mức độ phù hợp giữa mong đợi của khách hàng mục tiêu với sự cảm nhận được khi tiêu dùng chương trình du lịch. Để nâng cao chất lượng chương trình du lịch, đảm bảo và liên tục cải tiến chất lượng sản phẩm, nhằm làm cho khách hàng hoàn toàn tin tưởng khi mua và hài lòng khi sử dụng. Với chương trình du lịch đi Campuchia như trên chúng ta cần một hệ thống quản lý theo quá trình Management By Process.

Phương pháp quản lý này gồm 4 giai đoạn sau:

Giai đoạn 1: Lập kế hoạch chất lượng gồm các nội dung:

- Nghiên cứu thị trường
- Đề ra các mục tiêu và chính sách về chất lượng
- Thiết kế và xây dựng chương trình du lịch hoàn chỉnh

Giai đoạn 2: Đánh giá mức độ thực hiện gồm các nội dung:

- Xác định các yếu tố cấu thành giá của chất lượng
- Xây dựng và đánh giá đội ngũ nhân viên qua các khâu và các mặt tuyển chọn, đào tạo, huấn luyện và tinh thần làm việc tập thể

Giai đoạn 3: Tiến hành kiểm tra và kiểm soát quá trình với các nội dung:

- Xây dựng hệ thống kiểm tra thường xuyên
- Phát hiện sai sót bằng các công cụ thống kê như: Phiếu kiểm tra, biểu đồ phân tán….

Giai đoạn 4: Hành động khắc phục và phòng ngừa, nội dung:

- Xem xét và giải quyết khiếu nại của khách hàng
- Điều chỉnh lại kế hoạch, thiết kế lại chương trình nhằm giảm bớt nội dung sai về chất lượng

3.2.3. Tổ chức và quản lý hệ thống tiêu thụ chương trình du lịch đi Campuchia của Công ty Du lịch Phương Đông

* Hệ thống tiêu thụ sản phẩm trực tiếp

Công ty sử dụng nguồn nhân lực của chính mình để chào và bán hàng trực tiếp cho khách du lịch. Các hình thức chào bán có thể là: chào bán trực tiếp, qua Internet, chào bán qua điện thoại….

Ngoài việc bán hàng trực tiếp cho đối tượng khách tự tìm đến thì Công ty phải chủ động tiếp cận với khách hàng trước.

Công ty cần cho thu thập các thông tin chi tiết về thị trường mục tiêu (danh sách, địa chỉ, số điện thoại, email, người liên hệ của các đơn vị, các cá nhân thường có nhu cầu đi du lịch).

Dựa trên nguồn nhân lực hiện có và các thông tin thu thập được, phân chia thị trường khai thác cho các nhân viên bán hàng của Công ty. Thúc đẩy hoạt động bán hàng trực tiếp bằng mức lương ổn định và tăng % doanh số cho nhân viên bán hàng.

* Hệ thống tiêu thụ sản phẩm gián tiếp

Khi hình thành kênh phân phối phải luôn luôn gắn cái mong muốn với cái khả thi. Công ty Du lịch Phương Đông là một công ty được thành lập 12, hoạt động chủ yếu trên địa bàn Hải Phòng và các tỉnh lân cận. Do khả năng tài chính có hạn nên Công ty phải sử dụng dịch vụ của những đại lý du lịch sẵn có. Chiến lược liên kết ngang cùng ngành được áp dụng dưới nhiều hình thức khác nhau để đạt được hiệu quả bán cao nhất.

Các quyết định về quản lý kênh:

- Lựa chọn người tham gia kênh: Công ty phải tiến hành tìm kiếm các đại lý du lịch tham gia vào việc phân phối các chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng. Thỏa thuận các điều khoản hợp tác (kế hoạch tiêu thụ, doanh số, phần trăm triết khấu, trách nhiệm của mỗi bên …).

- Đôn đốc những người tham gia kênh: Các đại lý phải được thường xuyên đôn đốc để thực hiện các thỏa thuận. Để có được sự hợp tác của các đại lý có thể sử dụng chính sách kích thích, cụ thể là chiết khấu bán lẻ cao hơn, những hợp đồng với điều kiện ưu đãi, đưa ra các mức thưởng khi vượt chỉ tiêu hoặc tặng các xuất nội bộ cho đại lý…

- Đánh giá hoạt động của những người tham gia kênh: Công ty định kỳ đánh giá việc tiêu thụ sản phẩm của các nhà phân phối theo các chỉ tiêu như số lượng đoàn đã đi, tổng giá trị các hợp đồng du lịch đã thực hiện. Khi hết thời gian kế hoạch thường kỳ, Công ty có thể gửi cho tất cả các nhà phân phối bản chi tiết về

kết quả kinh doanh của từng người. Bản thông báo này phải khách lệ những người chưa đạt chỉ tiêu làm việc tốt hơn, những người khá giữ vững thành tích đạt được.

- Công ty phải đối xử chu đáo với đại lý của mình. Nếu Công ty không có sự quan tâm đúng mức đối với những người trung gian sẽ có nguy cơ mất sụ ủng hộ của họ và vi phạm quy định đã được thỏa thuận.

3.2.4. Các nhóm giải pháp về hoạt động xây dựng và bán CTDL đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông

Chính sách giá linh hoạt và hợp lý được sử dụng để khuyến khích và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm chương trình du lịch Campuchia tại Hải Phòng:

- Chính sách phân biệt giá được áp dụng cho từng đoạn thị trường. Do thu nhập ở mỗi khu vực địa lý cũng như của mỗi đối tượng khách là rất khác nhau nên không có một giá nhất định cho tất cả thị trường. Cùng một chương trình đi Campuchia nhưng có thể bán với các mức giá khác nhau. Điều này giúp cho Công ty vẫn ổn định và phát triển được nguồn khách mà không làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh chung. Việc phân biệt giá này giúp cho Công ty có thể đưa các chương trình du lịch Campuchia đến được với khách du lịch có thu nhập thấp, đồng thời cũng tránh được tình trạng người tiêu dùng có thu nhập cao e ngại về chất lượng sản phẩm của Công ty (do người tiêu dùng thường có xu hướng đánh giá chất lượng sản phẩm trước khi sử dụng thông qua giá của bản thân sản phẩm).

- Chính sách giá linh hoạt được áp dụng tại các thời điểm trong năm. Do tính mùa vụ trong kinh doanh lữ hành nội địa cao nên việc sử dụng một cách linh hoạt các chính sách giá giúp Công ty có thể tận dụng một cách hiệu quả các nguồn nhân lực, duy trì và ổn định hoạt động kinh doanh. Vào mùa cao điểm. giá của các nhà cung cấp tăng cao dẫn đến giá của các chương trình du lịch đi Lào cũng tăng cao. Tuy nhiên, vào thời kỳ trái vụ, giá của các nhà cung cấp thường giảm mạnh, điều này cho phép Công ty có nhiều cơ hội giảm giá và tiếp cận với các đoạn thị trường có thu nhập thấp.

- Sử dụng đa dạng các loại giá. Để khai thác tối đa thị trường, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch cũng như khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng mua chương trình du lịch, Công ty sử dụng đa dạng các lọa giá như: Giá từng phần, giá trọn gói, giá theo đoàn, giá đặt trước, giá tự chọn….

Ngoài ra, cần có các hoạt động khuyến mãi cho khách hàng khi mua sản phẩm chương trình du lịch đi Campuchia. Hình thức khuyến mãi có thể là tặng quà cho khách du lịch. Các món quà gắn với hình ảnh đất nước và con người

Campuchia (mũ, áo in hình du lịch Campuchia, tranh truyền thống của Campuchia, sách hướng dẫn du lịch Campuchia …). Khuyến mại giảm giá đối với khách đoàn, giảm giá cho một thời điểm nhất định… Những hoạt động này giúp thu hút khách du lịch, đặc biệt là vào những thời điểm trái vụ.

Quyết định về lựa chọn kênh phân phối là một trong những quyết định phức tạp mà ban lãnh đạo Công ty phải thông qua. Các kênh được công ty lựa chọn sẽ ảnh hưởng trực tiếp nhất đến tất cả những quyết định khách trong lĩnh vực marketing. Chính sách giá cả phụ thuộc vào chỗ công ty đã lựa chọn những đại lý buôn bán nhỏ, đại lý lớn hay vừa và bình dân. Các quyết định về nhân viên bán hàng của mình phụ thuộc vào quy mô của công việc thương mại và huấn luyện à công ty sẽ phải xúc tiến với các đại lý. Ngoài ra, các quyết định về kênh phân phối đòi hỏi phải giao trách nhiệm lâu dài cho các công ty khác.

Lựa chọn kênh phân phối đồng nghĩa là trong chừng mực nào đó Công ty sẽ mất quyền kiểm soát đối với việc người ta bán chương trình cho ai và bán như thế nào. Tuy nhiên, việc sử dụng những trung gian sẽ đem lại những lợi ích nhất định.

Với tình hình hiện tại, Công ty Du lịch Phương Đông không có đủ nguồn tài chính để tiến hành việc marketing và bán hàng trực tiếp. Ngay cả trong trường hợp, Công ty có thể xây dựng cho mình những kênh phân phối riêng thì việc tiến hành bán lẻ cũng không đem lại lợi nhuận lớn hơn nếu tăng vốn đầu tư vào chính doanh nghiệp của mình. Nguyên do chủ yếu của việc sử dụng những người trung gian là họ có hiệu quả cao nhất trong việc đảm bảo phân phối chương trình du lịch rộng lớn và đưa các chương trình du lịch đến các thị trường mục tiêu. Nhờ quan hệ tiếp xúc, kinh nghiệm, việc chuyên môn hóa và quy mô hoạt động, những người trung gian sẽ đem lại cho công ty nhiều cái lợi hơn nếu tự làm một mình.

Sử dụng các kênh phân phối để bán chương trình du lịch đi Lào là một trong những quyết định mang lại nhiều lợi ích cho Công ty. Tuy nhiên, hoạt động tiêu thụ các chương trình du lịch đi Campuchia không nên chỉ dựa trên các trung gian (đại lý du lịch) mà cần thiết phải có kênh tiêu thụ trực tiếp của Công ty. Việc bán trực tiếp giúp cho Công ty chủ động trong sản xuất và việc hoạch định các chính sách hợp tác với các đối tác du lịch (khách sạn, nhà hàng, nhà xe…).

3.3. Các nhóm giải pháp về hoạt động xây dựng và bán CTDL đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty du lịch Phương Đông

3.3.1. Thiết lập cơ chế và tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đi Lào

- Đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh

Để tạo thuận lợi cho khách du lịch đi Campuchia thì việc đơn giản hóa các thủ tục xuất nhập sang Campuchia là yếu tố rất quan trọng. Do các chương trình du lịch đi Campuchia không chỉ gói gọn trong khuôn khổ Campuchia mà thường mở rộng sang cả Thái Lan và Lào, vì vậy cần có các chính sách hợp tác nhằm miễn thị thực cho công dân Việt Nam đến các nước này. Theo tinh thần của Hiệp định Du lịch ASEAN thì trong thời gian tới cần mở rộng thỏa thuận miễn thị thực cho công dân các nước là thành viên ASEAN đi lại trọng khu vực trên cơ sở ký kết và triển khai các hiệp định miễn thị thự song phương vừa đảm bảo tạo điều kiện thuận lợi cho công dân các nước đi lai lẫn nhau vừa đảm bảo quản lý được.

- Đơn giản hóa thủ tục hải quan

Hiện nay ở các cửa khẩu quốc tế của Việt Nam và Campuchia phần nào đã được cải tiến, tuy nhiên cần thực hiện đồng bộ và theo hướng đơn giản hóa hơn nữa. Chính phủ cần có thỏa thuận cụ thể hơn để Chính phủ và cơ quan nước bạn tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch Việt Nam được mang theo phương tiện giao thông phục vụ du lịch. Nghiên cứu thực hiện thống nhất thời gian làm việc tại các cửa khẩu quốc tế đường bộ của hai nước.

- Tăng cường trang thiết bị để hỗ trợ công tác làm thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan

Để hỗ trợ cho việc làm các thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan cho khách du lịch cần tăng cường trang thiết bị tại các cửa khẩu quốc tế. Tiến hành việc xuất cảnh cho khách đi Campuchia và nhập cảnh vào Việt Nam một cách nhanh chóng và thuận lợi. Tránh tính trạng để khách du lịch phải chờ đợi, ảnh hưởng đến lịch trình cũng như chất lượng chương trình du lịch.

- Tạo thuận lợi cho khách du lịch đi Campuchia bằng đường không, đường thủy, đường bộ

Hiện nay, liên kết hàng không giữa hai nước Việt Nam và Campuchia đã được triển khai khá tốt thông qua việc mở thêm các tuyến bay nối liền thủ đô và các thành phố lớn của hai nước. Để đáp ứng nhu cầu đi lại ngày càng lớn của khách du lịch thì các cơ quan chức năng cần nghiên cứu khả năng tăng tần xuất của các chuyến này.

Giao thông trên các tuyến đường bộ và đường thủy đến Campuchia còn gặp nhiều khó khăn do cơ sở hạ tầng còn hạn chế. Trong thời gian tới, bên cạnh việc nâng cấp cơ sở hạ tầng đường bộ đến Campuchia, có thể nghiên cứu phát triển

mạng lưới giao thông đường thủy dọc sông Mê Kông phục vụ du lịch với các đội tàu du lịch cỡ lớn.

3.3.2. Tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ doanh nghiệp trong kinh doanh lữ hành

- Chính phủ giảm thuế giá trị gia tăng áp dụng cho ngành du lịch ở mức thuế xuất của ngành kinh doanh xuất khẩu. Hỗ trợ cho doanh nghiệp du lịch về vốn bằng việc cho phép thành lập ngân hàng đầu tư phát triển du lịch, quyết định quỹ phát triển ngành du lịch.

- Tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát hoạt động kinh doanh lữ hành. Kiên quyết xử lý nghiêm minh các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành chui, làm "hàng giả", trốn thuế trong lĩnh vực du lịch.

- Các cơ quan hữu quan cần có cơ chế phối nhịp nhàng, hành động thống nhất tạo điệu kiện thuận lợi, dễ dàng cho các doanh nghiệp lữ hành triển khai các chương trình du lịch nói chung và chương trình du lịch đi Campuchia nói riêng.

KẾT LUẬN

Thị trường khách Hải Phòng là một thị trường khách đầy tiềm năng đối với các công ty lữ hành. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế và sự gia tăng của nhu cầu nâng cao sự hiểu biết thì nhu cầu đi du lịch của thi trường khách Hải Phòng ngày càng trở nên đa dạng. Không chỉ dừng lại ở các điểm du lịch trong nước, trong những năm gần đây nhu cầu đi du lịch nước ngoài của khách Hải Phòng đang tăng với số lượng ngày một lớn, đặc biệt trong 5 năm trở lại đây. Giai đoạn 2013 – 2018 là giai đoạn bùng nổ nhu cầu đi du lịch ra nước ngoài của du khách Hải Phòng. Các điểm đến quen thuộc trong khu vực Châu Á với nhiều ưu điểm nổi trội về giá, về dịch vụ, về tài nguyên du lịch của điểm đến đã thu hút lượng lớn du khách Việt Nam nói chung và Hải Phòng nói riêng, đặc biệt là điểm đến Thái Lan, Trung Quốc, Singapore, Malaysia. Tuy nhiên cho đến nay các điểm đến đó đã phần nào trở nên quen thuộc, đòi hỏi những người làm du lịch phải khai thác những điểm đến mới lạ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách Hải Phòng.

Campuchia là một đất nước có tiềm năng du lịch lớn. Một đất nước luôn giàu lòng hiếu khách, đầy sức cuốn hút, hấp dẫn từ yếu tố con người, văn hóa, ẩm thực và danh thắng. Lựa chọn Campuchia như là điểm đến mới cho các chương trình du lịch hứa hẹn sẽ đem đến cho khách Hải Phòng những khám phá mới lạ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Với mục đích xây dựng được các chương trình du lịch đi Lào hấp dẫn và mang tính khả thi cao dành cho thị trường khách Hải Phòng, sau một quá trình nghiên cứu và khảo sát nghiêm túc, đề tài đã đạt được những kết quả sau:

- Hệ thống và xây dựng được những vấn đề lý thuyết mang tính cơ sở lý luận về xây dựng và bán chương trình du lịch.

- Phân tích và đánh giá được đặc điểm thị trường khách du lịch Hải Phòng

- Nghiên cứu, khảo sát và đánh giá được tiềm năng du lịch Campuchia trong việc thu hút khách du lịch nói chung và khách du lịch Hải Phòng nói riêng.

- Trên cơ sở các nghiên cứu lý thuyết và thực tế, đề tài đã xây dựng được các chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng. Đồng thời đề

tài cũng đã đưa ra được các hoạt động bán nhằm tiêu thụ chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng trên thực tế.

Tuy đã có nhiều cố gắng nhưng do quy mô đề tài còn hạn chế nên đề tài mới chỉ nghiên cứu việc xây dựng và bán chương trình du lịch đi Campuchia cho thị trường khách Hải Phòng của Công ty Du lịch Phương Đông, chưa đặt trong sự phát triển chung của hoạt động kinh doanh lữ hành cả nước. Bên cạnh đó, đề tài cũng chưa có điều kiện nghiên cứu sâu hơn nhu cầu của du khách Hải Phòng cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu của các điểm du lịch ở hai nước lân cận là Lào và Thái Lan trong việc tổ chức xây dựng và bán các chương trình du lịch đi Campuchia kết hợp với các điểm đến hấp dẫn khác. Với những hạn chế này, tác giả rất mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp và sự hỗ trợ nhằm mở rộng phạm vi nghiên cứu để đề tài được hoàn thiện hơn.

Hải Phòng, 1/2019

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân..

2. Kotler, Philip (1994), *Marketing căn bản*, Lược dịch: Phan Thăng, Vũ Thị Phượng, Giang Văn Chiến, Nxb Thống kê..

3. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình quản trị và kinh doanh lữ hành,* Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân.

4. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam khóa XI (2005), *Luật du lịch,* Nxb Chính trị Quốc gia.

5. Thủ tướng Chính Phủ (2007), *Hiệp định về hợp tác kinh tế, văn hóa, Khoa học kỹ thuật giữa Chính phủ nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào và Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam năm 2007*.

6. Tổng cục Du lịch (2010): *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*

7. Tổng cục Du lịch (2003), *Đề án hợp tác 3 nước Campuchia – Lào – Việt Nam "Ba quốc gia – một điểm đến"*.

8. Nguyễn Minh Tuệ (Chủ biên) (1997), *Địa lý du lịch,* Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.

9. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch – Tổng cục Du lịch (2010), *Đề án phát triển du lịch các tỉnh biên giới Việt Nam – Lào và Việt Nam – Campuchia đến năm 2020*, Hà Nội.

PHỤ LỤC

Một số hình ảnh về địa danh và điểm thăm quan nổi tiếng tại Campuchia

Angkor Wat

Chùa Vàng, Chùa Bạc

Thủ đô Phnom Penh

Thành phố Siem Reap