

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình thực hiện và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp em luôn nhận được sự hỗ trợ và hướng dẫn nhiệt tình của các thầy cô! Qua đây em xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến

Th.s Lê Thành Công – Khoa văn hóa du lịch Đại học Dân lập Hải Phòng là thầy giáo trực tiếp hướng dẫn đề tài luận văn. Tuy hết sức bận rộn với nhiều công việc song thầy luôn tận tình chỉ bảo và giúp đỡ em trong suốt quá trình thực hiện đề tài khóa luận.

Em xin cảm ơn Ban giám hiệu Trường Đại học Dân lập Hải Phòng cùng các thầy cô giáo Khoa Văn hóa Du lịch Trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận.

MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Cùng với sự đổi mới của đất nước, sự phát triển giao lưu kinh tế, văn hóa với các quốc gia có chung đường biên giới với Việt Nam 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 được coi 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 quốc gia có chung biên giới ngày các đóng vai trò quan trọng trong sự nghiệp phát triển du lịch của đất nước.

Tiềm năng du lịch của Lào – “đất nước triệu voi” khá phong phú và đa dạng, mang nhiều yếu tố mới. Đất nước Lào với các di tích lịch sử, các danh lam thắng cảnh nổi tiếng ở hầu hết các địa phương, mà nổi bật 2 di sản văn hóa thế giới Wat Phu và cố đô Luông Phrabang, 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.

Bên cạnh đó, quan hệ hợp tác du lịch Việt Nam - Lào thời gian qua được triển khai trong các lĩnh vực: Quản lý nhà nước về quy hoạch, đầu tư phát triển du lịch, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến, quảng bá nhằm thu hút khách du lịch...theo tinh thần hợp tác hữu nghị, đoàn kết đặc biệt giữa hai Đảng và nhân dân 2 nước.

Thị trường khách du lịch Hải Dương ngày càng phát triển, trong những năm gần đây với nhu cầu đi du lịch nước ngoài đang tăng với số lượng ngày một lớn, đặc biệt trong vài năm trở lại đây. Những điểm đến du lịch quen thuộc trong khu vực Châu Á như: Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Singapore...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 du lịch Việt Nam nói chung và khách du lịch Hải Dương nói riêng.

Qua những lý do trên em đã lựa chọn đề tài: "*Xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào dành cho thị trường khách Hải Dương của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng*" làm đề tài khóa luận của mình, hy vọng sẽ giúp cho ban lãnh

đạo công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng có những chương trình du lịch mang tính mới lạ cho thị trường khách Hải Dương, đồng thời nâng cao lợi thế cạnh tranh của công ty.

2. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là xây dựng được một số chương trình du lịch đi Lào hấp dẫn và mang tính khả thi cao cho thị trường khách Hải Dương, đồng thời tổ chức được các hoạt động bán phù hợp cho Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng.

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 Dương cũng như tiềm năng du lịch Lào trong việc thu hút khách du lịch nói chung và khách du lịch Hải Dương nói riêng, từ đó đưa ra các phương án xây dựng chương trình du lịch đi Lào cho khách Hải Dương.

- Đánh giá khả năng khai thác kinh doanh của Công ty cổ phần Du lịch Nữ Hoàng, trên cơ sở đó tổ chức các hoạt động tiêu thụ sản phẩm chương trình du lịch đi Lào cho khách Hải Dương một cách phù hợp và hiệu quả.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu của đề tài là:* Việc xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của Công ty cổ phần Du lịch Nữ Hoàng.

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

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 thu thập thông tin thứ cấp:* Từ sách, báo, tạp chí, báo cáo của Tổng cục Du lịch, báo cáo của Tổng cục Thống Kê, báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng.

- *Phương pháp phân tích tổng hợp:* Đây là một phương pháp truyền thống trong nghiên cứu khoa học. Phương pháp này được sử dụng xuyên suốt trong quá trình giải quyết các nội dung nghiên cứu của đề tài.

- *Phương pháp chuyên gia*: Nhằm thu thập những số liệu, thông tin thực tế về nhận thức, suy nghĩ của những nhà hoạch định chính sách. Số liệu, thông tin thu thập được sẽ giúp hình thành bức tranh thực tế của vấn đề nghiên cứu mang tính thực tế, có khả năng thực thi.

5. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến tên đề tài

Những công trình nghiên cứu từ trước đến nay phần lớn tập trung vào lĩnh vực lịch sử cũng như ngoại giao. Có thể kể đến: Chính sách đối ngoại của Lào và tác động của nó đối với quan hệ Việt-Lào những năm đầu thế kỷ XXI; Vai trò và vị thế của Lào trong hợp tác Đông Á; Quan hệ Lào - Thái Lan.

Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ khoa học du lịch, “Xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào dành cho thị trường khách Hà Nội của Chi nhánh công ty cổ phần du lịch quốc tế Hữu Nghị”, Phạm Tiên Cường, 2011.

Tuy nhiên, cho đến nay chưa có công trình nghiên cứu nào về Tìm hiểu hoạt động xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào dành cho thị trường khách Hải Dương của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng. Vì vậy, việc nghiên cứu việc xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào dành cho thị trường khách Hải Dương trong thời gian tới có ý nghĩa rất thiết thực cho Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng.

6. 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 Lào

Về ý nghĩa thực tiễn, việc nghiên cứu xây dựng chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương, là cơ sở cho ban lãnh đạo của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng trong việc hoạch định chiến lược và tổ chức các hoạt động bán chương trình du lịch đi Lào đối với thị trường khách Hải Dương.

7. Bộ cục của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, khóa luận gồm 3 chương:

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

Chương 2: Xây dựng chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng

Chương 3: Tổ chức bán chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng

CHƯƠNG 1

MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ XÂY DỰNG VÀ BẢN CHẤT CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

1.1. Chương trình du lịch

1.1.1. Khái niệm

Theo David Wright trong cuốn: “Tur vãn 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]

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 “**Nghị định số 27/2001/NĐ-CP về kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch ở Việt Nam**” ban hành ngày 5 tháng 6 năm 2001: “Chương trình du lịch là lịch trình được định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán chương trình”

Theo PGS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, TS. Phạm Hồng Chương: “Chương trình du lịch trọn gói là những nguyên mẫu để căn cứ vào đó, người ta tổ chức các chuyến du lịch với mức giá đã được xác định trước. Nội dung của chương trình du lịch thể hiện lịch trình thực hiện chi tiết các hoạt động từ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí tới tham quan... Mức giá của chuyến bao gồm giá của hầu hết các dịch vụ và hàng hóa phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch”[5, tr. 34]

Theo mục 13, điều 4 của **Luật Du lịch Việt Nam**: “Chương trình du lịch là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được tính trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi”.

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 được xây dựng với nhiều điểm đến và các điểm tham quan du lịch được thực hiện trong một hành trình khép kín bắt đầu từ điểm xuất phát đến kết thúc

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

- 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 căn cứ vào giá những dịch vụ sử dụng trong chương trình du lịch đó.

1.1.2. Phân loại

Việc phân loại chương trình du lịch càng chi tiết cụ thể bao nhiêu thì càng có ý nghĩa trong hoạt động kinh doanh lữ hành bấy nhiêu. Để phân loại chương trình du lịch có rất nhiều tiêu thức khác nhau được sử dụng như:

Căn cứ vào mục đích của chuyến đi và loại hình du lịch

Mỗi mục đích của chuyến đi và mỗi loại hình du lịch có chương trình du lịch tương ứng. Ví dụ:

- Chương trình du lịch công vụ MICE (*Meeting - gặp gỡ, Incentive - khen thưởng, Conventions - hội thảo, Exhibition - triển lãm*).

- Chương trình du lịch tàu thủy (Cruise Line).

- Chương trình du lịch tôn giáo, tín ngưỡng.

- Chương trình du lịch sinh thái.

- Chương trình du lịch thể thao, khám phá và mạo hiểm: leo núi, lặn biển, đến các bản dân tộc.

- Chương trình du lịch đặc biệt: trở lại chiến trường xưa...

- Chương trình du lịch nghỉ ngơi, giải trí và chữa bệnh.
- Chương trình du lịch theo chuyên đề văn hóa, lịch sử, phong tục tập quán...

- Các chương trình du lịch tổng hợp: Là các chương trình tổng hợp các thể loại trên.

Căn cứ vào mức giá

- Giá trọn gói: Gồm hầu hết giá phát sinh trong quá trình du lịch, là hình thức chủ yếu cho các chương trình du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức.

- Giá bao gồm các dịch vụ cơ bản: Bao gồm các dịch vụ chủ yếu trong chuyến đi.

- Giá tự chọn: người tiêu dùng (khách du lịch) có thể chọn giá ở các cấp độ chất lượng khác nhau, phạm vi giá khác nhau phụ thuộc vào giá của khách sạn, của các phương tiện vận chuyển, chất lượng của các hàng hóa cụ thể. Hình thức giá tự chọn ít được sử dụng vì phức tạp trong công tác tổ chức đối với một chương trình du lịch.

Căn cứ vào hình thức tổ chức chuyến đi

- Chương trình du lịch ngắn ngày (< 7 ngày) hoặc dài ngày.

- Chương trình du lịch cuối tuần.

- City tour

- Chương trình du lịch cá nhân hoặc theo đoàn...

Căn cứ vào phương tiện vận chuyển

- Chương trình du lịch tàu thủy.

- Chương trình du lịch tàu hỏa.

- Chương trình du lịch xe đạp

- Chương trình du lịch ô tô...

Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh có ba loại chương trình du lịch:

- *Chương trình du lịch chủ động:* Đây là loại chương trình du lịch mà doanh nghiệp kinh doanh lữ hành chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng các chương trình du lịch, ấn định các ngày thực hiện, sau đó mới tổ chức bán và

thực hiện các chương trình du lịch. Chỉ có các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành lớn, có thị trường ổn định mới tổ chức các chương trình du lịch chủ động do tính mạo hiểm của chúng.

- *Chương trình du lịch bị động*: Đây là loại chương trình du lịch mà khách tự tìm đến với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, đề ra các yêu cầu và nguyện vọng của họ. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp lữ hành xây dựng chương trình. Hai bên tiến hành thỏa thuận và thực hiện sau khi đã đi đến sự nhất trí. Chương trình theo loại này thường ít tính mạo hiểm nhưng số lượng khách ít, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành thường bị động trong hoạt động kinh doanh.

- *Chương trình du lịch kết hợp*: Đây là sự kết hợp của chương trình du lịch chủ động và chương trình du lịch bị động. Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch nhưng không ấn định ngày thực hiện. Thông qua các hoạt động tuyên truyền quảng cáo, khách du lịch hoặc các doanh nghiệp lữ hành gửi khách sẽ tìm đến với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nhận khách. Trên cơ sở chương trình du lịch sẵn có, hai bên thỏa thuận và sau đó thực hiện chương trình. Loại chương trình này phù hợp với các doanh nghiệp lữ hành có thị trường khách không ổn định và dung lượng thị trường không lớn. Đa số các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành Việt Nam sử dụng loại chương trình du lịch này.

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

Các yếu tố 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 sung.

Các yếu tố cấu thành chương trình đều có vai trò quan trọng, tuy nhiên tùy thuộc vào mỗi chương trình du lịch cụ thể mà yếu tố cấu thành nào là quan trọng nhất. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch có thể hiểu rõ như sau :

- Dịch vụ vận chuyển là khâu quan trọng đầu tiên không thể thiếu ở bất cứ chương trình du lịch nào. Trong một chương trình du lịch, du khách có thể kết hợp rất nhiều phương tiện vận chuyển khác nhau. Chính vì thế để đáp ứng nhu cầu cũng như khả năng chi trả của khách, công ty lữ hành thường sắp xếp các phương tiện cho phù hợp. Ví dụ như để đưa du khách tỉnh này sang tỉnh khác có thể sử dụng phương tiện ô tô, tàu hỏa..., hay đưa khách sang nước ngoài có thể sử dụng máy bay, tàu hỏa, ô tô..., hoặc sử dụng kết hợp nhiều phương tiện khác nhau trong chương trình. Khi lựa chọn phương tiện vận chuyển thì cần căn cứ vào quỹ thời gian và khả năng chi trả của mình mà họ lựa chọn chương trình phù hợp nhất với mình.

- Thành phần quan trọng thứ hai phải kể đến ngay sau dịch vụ lưu trú. Khi đi du lịch du khách luôn quan tâm đến địa điểm lưu trú. Tuy nhiên, dịch vụ lưu trú rất phong phú, cùng một địa điểm của hành trình nhưng cũng có nhiều nơi lưu trú khác nhau. Lúc này, công ty lữ hành lại phải căn cứ vào khả năng chi trả, nhu cầu của du khách để cung cấp nơi lưu trú phù hợp với du khách. Những du khách có khả năng chi trả cao thì sử dụng dịch vụ lưu trú cao cấp như Villa, Resort, khách sạn 4-5 sao. Nhưng với khách có khả năng chi trả trung bình thì họ có thể sử dụng ngay cả những nhà nghỉ bình dân, hoặc khách sạn 1-2 sao.

Khi công ty lữ hành đặt dịch vụ lưu trú cho du khách thì mối quan hệ của công ty đó với nhà cung ứng dịch vụ cũng quyết định khá lớn đối với giá cả và chất lượng dịch vụ. Mối quan hệ càng lâu năm và thân thiết thì chất lượng dịch vụ tốt nhất của nhà cung ứng mà giá cả ưu đãi. Cho nên mối quan hệ của công ty

với các nhà cung ứng là rất quan trọng ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng của chương trình du lịch.

- Sau 2 dịch vụ trên, không thể không nói đến thứ 3 là dịch vụ ăn uống. Đây cũng là một dịch vụ rất quan trọng trong chương trình du lịch, quyết định phần lớn đến sự thành công của chương trình du lịch. Đây là dịch vụ đáp nhu cầu tất yếu của du khách. Dịch vụ ăn uống luôn rất phong phú, dịch vụ này còn giúp du khách nhớ hơn về chương trình nếu địa điểm du lịch có đặc sản, những món ăn đặc biệt. Cho nên công ty du lịch cần lựa chọn dịch vụ này cho phù hợp du khách. Thường các công ty du lịch luôn giới thiệu cho du khách trước về dịch vụ này như có bao nhiêu bữa ăn chính, bao nhiêu bữa ăn phụ, danh sách món ăn, ăn ở đâu, mức giá..., lựa chọn các điểm ăn uống khác nhau làm cho chất lượng chương trình phong phú hơn.

- Dịch vụ hướng dẫn: Không chỉ có những dịch vụ trên quan trọng, chương trình du lịch muốn đạt chất lượng tốt cần hoàn thiện về dịch vụ, dịch vụ hướng dẫn cũng là dịch vụ quan trọng để tạo nên sự hoàn thiện về chất lượng dịch vụ. Hướng dẫn viên là người trực tiếp đón tiếp và phục vụ khách trong suốt cuộc hành trình. Nói cách khác hướng dẫn viên là bộ mặt của công ty, đại diện cho công ty, nói rộng ra với các du khách Quốc tế thì hướng dẫn viên không chỉ đại diện cho công ty mà còn là đại diện cho cả Đất nước. Bên cạnh đó, hướng dẫn viên cũng là người đại diện cho du khách để đòi hỏi quyền lợi chính đáng mà thỏa thuận khi mua chương trình du lịch. Chính vì thế, lựa chọn hướng dẫn viên chuyên nghiệp, có chuyên môn cao thì đảm bảo khá lớn cho chất lượng một chương trình du lịch, cũng là cách khiến du khách muốn trở lại với công ty.

- Một chương trình du lịch hoàn thiện không chỉ có những dịch vụ trên mà còn cần một số dịch vụ khác như 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, giá 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 cần một số dịch vụ bổ xung nhằm hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ như: Mua bảo hiểm, nước uống, khăn lạnh, mũ...

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 sung 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. Nghiên cứu thị trường khách

Khi xây dựng chương trình du lịch thì ta phải hiểu xây dựng chương trình du lịch cho ai? Xây dựng chương trình du lịch đó để làm gì? Chính vì thế, khi tiến hành xây dựng chương trình du lịch trước hết cần nghiên cứu thị trường khách, bước này giúp doanh nghiệp tập trung khai thác được đúng thị trường tiềm năng, nâng cao hiệu quả và đáp ứng nhu cầu tối đa của chương trình. Xây dựng chương trình du lịch không thể không tiến hành bước đầu tiên, quan trọng là xác định thị trường mục tiêu.

Sau khi xác định thị trường mục tiêu, cần phân tích nhu cầu của khách ở giai đoạn thị trường đó. Vấn đề cần là xác định nhu cầu của khách là: khách du lịch là ai và họ cần gì ở công ty. Xác định được nhu cầu của khách du lịch giúp cho công ty xây dựng chương trình du lịch và đánh trúng tâm lí khách khi tiếp thị và bán chương trình du lịch. Muốn nghiên cứu thị trường thì phải tiến hành điều tra, điều tra bằng phỏng vấn, bằng phương pháp phát phiếu điều tra, qua truyền thông, hay qua các công trình nghiên cứu... Nhờ quá trình điều tra thu thập thông tin mà công ty xác định được mong muốn, nhu cầu của thị trường, dựa vào đó xây dựng chương trình phù hợp thu hút thị trường mục tiêu.

1.2.2. Nghiên cứu khả năng cung ứng

Xác định thị trường mục tiêu giúp xây dựng chương trình phù hợp với nhu cầu của thị trường đó, khả năng cung ứng phải kể đến khả năng cung ứng của công ty lữ hành, của tài nguyên du lịch và của các nhà cung ứng dịch vụ.

Về khả năng cung ứng của công ty lữ hành cần xem xét về nguồn vốn, nhân lực và mối quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ..., xác định được khả năng cung ứng của công ty giúp nhà điều hành xây dựng được chương trình khả thi mà vẫn đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Việc lựa chọn tài nguyên phù hợp nhằm xây dựng chương trình cũng là yếu tố quan trọng, khi đánh giá lựa chọn tài nguyên có thể căn cứ vào các yếu tố sau:

Giá trị của tài nguyên du lịch.

Sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch.

Mức độ phù hợp với chương trình du lịch đang xây dựng.

Các điều kiện kèm theo như an ninh, môi trường, cơ sở hạ tầng...

Yếu tố cuối cùng trong khả năng cung ứng là cần dựa vào mối quan hệ của công ty lữ hành với các nhà cung ứng dịch vụ. Khi chương trình sử dụng dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, mua sắm... có thể lựa chọn những nhà cung ứng nào để có dịch vụ tốt nhất cho khách hàng và hưởng giá thành cạnh tranh nhất. Muốn như thế, mối quan hệ của công ty lữ hành với các nhà cung cấp dịch vụ phải là mối quan hệ uy tín và hợp tác vì lợi ích của hai bên.

1.2.3. Xây dựng chủ đề của chương trình du lịch

Mỗi chương trình du lịch đều có chủ đề riêng và mọi thành phần của chương trình đều hướng tập trung theo chủ đề đó. Chủ đề của chương trình du lịch thường được người xây dựng chương trình đưa ra dựa trên một ý tưởng về sản phẩm, xuất phát từ mục đích đi du lịch của khách hay tiềm năng du lịch. Tên của chương trình phải ấn tượng, gợi cảm, dễ nhớ.

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

du lịch sẽ cảm thấy hấp dẫn, lôi cuốn ngay khi đọc tên gọi của chương trình đó [5, tr. 94,95]

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

Là khoảng thời gian rỗi trung bình dành cho khách du lịch của từng thị trường khách hàng mục tiêu căn cứ vào các đợt nghỉ, các ngày lễ trong năm. Độ dài của chương trình về mặt lý thuyết không nên vượt quá khoảng thời gian rỗi trung bình này. Trong thực tế, có thể tăng giảm một khoảng % nào đó cụ thể cho từng đối tượng khách khác nhau.

Các chỉ tiêu về thời gian dành cho du lịch, những thời điểm mà khách du lịch có thể đi du lịch. Có những điểm khác biệt lớn về quỹ thời gian giữa khách du lịch công vụ thường xuyên bận rộn, còn khách du lịch thuần túy thời gian chủ yếu để nghỉ ngơi, thư giãn và hưởng thụ...

1.2.5. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

Dựa vào nội dung chính mà chương trình du lịch muốn hướng tới để xây dựng tuyến hành trình cơ bản. Tuyến hành trình cần phải liên kết các điểm du lịch và các hoạt động tham quan du lịch theo một lộ trình nhất định và đảm bảo tính khoa học nhất. Tuyến hành trình được xây dựng dài hay ngắn tùy thuộc vào thời gian du lịch và mục đích chuyến đi của khách du lịch.

1.2.6. Xây dựng phương án vận chuyển

Sau khi nghiên cứu điều kiện giao thông, doanh nghiệp lữ hành sẽ xác định được các phương án có thể vận chuyển khách tham quan du lịch trên tuyến điểm.

Trên cơ sở đó, cán bộ 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 du lịch... Phương án vận chuyển tối ưu thông thường được hiểu là phương án có mức độ an toàn cao, mức chi phí thấp, tiết kiệm thời gian và đem lại sự tiện nghi nhất cho khách. Tuy nhiên, một số trường hợp cụ thể thì phương án được ưu tiên lại xuất phát từ những yêu cầu đặc biệt của đoàn khách và căn cứ chủ yếu vào hiệu quả tham quan, sự trải nghiệm những cảm giác mạnh, những trạng thái mới lạ...

Để chủ động trong quá trình thực hiện thì ngoài phương án tối ưu các doanh nghiệp lữ hành còn thường xuyên xây dựng sẵn một số phương án vận chuyển khác dự phòng và thay thế khi cần thiết. Các phương án dự phòng có thể xây dựng được phương án nhờ xây dựng căn cứ vào các tuyến đường khác nhau, vào mối quan hệ với đồng thời nhiều nhà cung cấp vận chuyển hay các loại hình phương tiện giao thông khác nhau trên tuyến du lịch.

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

**** Xây dựng phương án lưu trú***

Trên cơ sở những thông tin về tình hình các cơ sở lưu trú tại các điểm du lịch trên tuyến, doanh nghiệp lữ hành sẽ lựa chọn cơ sở lưu trú phù hợp nhất với đối tượng, khả năng thanh toán, tập quán tiêu dùng của khách. Phương án lưu trú tối ưu nhất thường được lựa chọn trên cơ sở cân đối các tiêu thức trong phân nghiên cứu điều kiện lưu trú đã trình bày ở trên. Tuy nhiên, cán bộ khảo sát căn cứ nhu cầu của từng đoàn khách cụ thể để lựa chọn cơ sở lưu trú. Những cán bộ xây dựng chương trình giàu kinh nghiệm thường thiết lập quan hệ với đồng thời một số nhà cung ứng khác nhau tại mỗi điểm du lịch để có nhiều phương án khác nhau và có phương án thay thế sẵn sàng khi cần thiết.

**** Xây dựng phương án ăn uống***

Trên cơ sở những thông tin nghiên cứu về khả năng phục vụ của các nhà hàng ở phần trên, doanh nghiệp lữ hành sẽ thiết lập quan hệ với một số nhà hàng. Từ danh mục các nhà hàng đã có quan hệ với cán bộ xây dựng chương trình sẽ lựa chọn cơ sở ăn uống phù hợp nhất cho chương trình du lịch. Phương án ăn uống sử dụng cho chương trình phải là phương án phù hợp nhất với khách du lịch được phục vụ trên cơ sở điều kiện thực tế của các cơ sở ăn uống trên tuyến điểm du lịch đó. Phương án ăn uống phải làm rõ thông tin về bữa ăn, số lượng thực khách, thực đơn, thời gian ăn, địa điểm, mức giá, yêu cầu đặc biệt.

1.2.8. Xây dựng lịch trình chi tiết

Lịch trình chi tiết của chương trình du lịch được xây dựng 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 là nhỏ nhất cũng được cân nhắc và hướng dẫn viên chỉ cần tiến hành theo đúng kịch bản khi tổ chức thực hiện chuyến du lịch.

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

Xác định giá thành và giá bán chính xác là một việc làm quan trọng, nó quyết định đến việc lỗ hay lãi khi bán và thực hiện một chương trình du lịch. Giá thành và giá bán của các chương trình du lịch vào từng thời điểm sẽ có sự khác nhau, giá của cùng một chương trình du lịch với từng đối tượng khách khác nhau cũng khác nhau, phụ thuộc vào nhiều yếu tố như nhu cầu sử dụng dịch vụ, thời điểm thực hiện chương trình...

1.3. Bán chương trình du lịch

1.3.1. Tổ chức hoạt động xúc tiến hỗn hợp bán các chương trình du lịch

Thực chất của xúc tiến hỗn hợp là quá trình kết hợp truyền thống 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 lữ hành 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 lữ hành 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 lữ hành 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.

1.3.1.1. 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 muốn 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 lữ hành phải bỏ ra nhưng khoản chi phí không nhỏ, song những ngôi sao hoặc những người lãnh đạo du 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 lữ hành không ngần ngại bỏ chi phí thực hiện các chuyến, chương trình khảo sát, 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 lữ hành.

1.3.1.2. 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 chúng (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 này doanh nghiệp lữ hành có thể đạt được các mục tiêu:

- Tạo ra sự biết đến 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 lữ hành.

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

Hoạt động khuyến khích thúc đẩy 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 mãi (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

1.3.2.1. Xác định nguồn khách

Để xây dựng được các chương trình du lịch, các doanh nghiệp lữ hành thường tiến hành nghiên cứu và xác định các thị trường mục tiêu chủ yếu cho sản phẩm của mình.

Theo đánh giá và kết quả nghiên cứu sơ bộ thì các nguồn khách quan trọng nhất tại thị trường du lịch trọn gói Việt Nam được sắp xếp như sau:

Khách du lịch quốc tế

- Các doanh nghiệp lữ hành gửi khách trong nước và quốc tế.
- Các tổ chức quốc tế tại Việt Nam.
- Các doanh nghiệp liên doanh hoặc quan hệ kinh doanh với nước ngoài.
- Các mối quan hệ cá nhân của cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp với khách du lịch quốc tế.

- Các đối tượng khách đi lẻ, khách tự đến...
- Khách quá cảnh (độc quyền của hàng không).

Khách du lịch nội địa

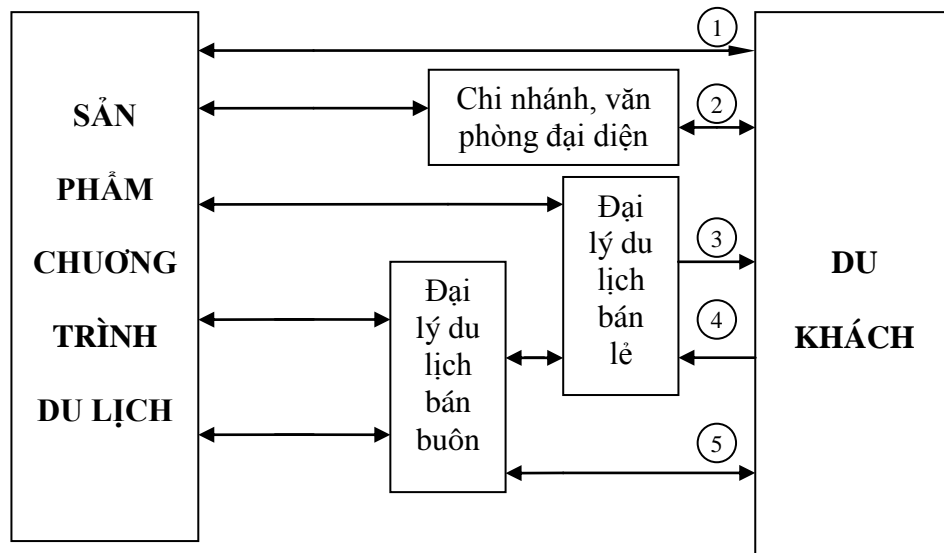
- Các doanh nghiệp lữ hành trong nước.
- Các tổ chức kinh tế.
- Các cơ quan hành chính.
- Các tổ chức sự nghiệp: viện nghiên cứu, trường học...
- Các tổ chức xã hội, đoàn thể.
- Các đối tượng khách trực tiếp đến với doanh nghiệp lữ hành.
- Các mối quan hệ thân quen khác.

1.3.2.2. Lựa chọn hệ thống kênh phân phối

Theo quan điểm tổng quát, kênh phân phối là một tập hợp các doanh nghiệp và cá nhân độc lập và phụ thuộc lẫn nhau tham gia vào quá trình đưa hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu dùng.

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

Thông thường có các kiểu kênh 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 được phân thành hai loại là kênh tiêu thụ trực tiếp và kênh tiêu thụ gián tiếp.

Kênh tiêu thụ trực tiếp gồm các kênh (1) và (2) là kênh phân phối mà doanh nghiệp trực tiếp với khách không qua một trung gian nào. Các kiểu tổ chức kênh như sau:

- Sử dụng nguồn lực của doanh nghiệp để chào và bán hàng trực tiếp cho khách du lịch, đặc biệt là 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 của doanh nghiệp.
- Sử dụng hệ thống thông tin liên lạc, đặc biệt là nổi mạng tổ chức bán chương trình du lịch cho du khách tại nhà (thương mại điện tử)

Kênh tiêu thụ gián tiếp gồm các kênh (3), (4) và (5). Đặc điểm của các 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 là doanh nghiệp lữ hành gửi khách. Doanh nghiệp sản xuất chương trình sẽ chịu trách nhiệm về sản phẩm mà mình ủy thác, về chất lượng các dịch vụ có trong chương trình đã bán cho khách.

1.3.2.3. 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 này 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.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 nghiên cứu một số lý luận cơ bản về xây dựng và bán chương trình du lịch. Chương 1 đề cập đến những vấn đề từ cơ bản nhất như khái niệm chương trình du lịch, đến những vấn đề phức tạp hơn như làm sao để xây dựng chương trình du lịch, cách thức tiến hành khi bán chương trình du lịch. Chương 1 là cơ sở về mặt lý thuyết để tiến hành những chương sau. Nội dung chương 1 có vai trò quan trọng không thể thiếu trong toàn bộ khóa luận.

CHƯƠNG 2

XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐI LÀO CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI DƯƠNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH NỮ HOÀNG

2.1. Khái quát về công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng đã có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực lữ hành Quốc tế và Nội địa. Có đội ngũ nhân viên năng động, nhiệt tình, giàu kinh nghiệm và phong cách phục vụ chuyên nghiệp. Sau đây, là một số thông tin về công ty từ khi hình thành đến nay.

Công ty thành lập với tên đầy đủ là: Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng.

Tên giao dịch: Queen Travelism Jont Stock Company

Tên viết tắt: Queen Travel J.S.C

Mã số doanh nghiệp: 0800357182

Địa chỉ: Số 1 đường Bà Triệu Phường Phạm Ngũ Lão – Tp Hải Dương

Email: queentravelvietnam@gmail.com

Website: www.queentour.com

Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng được thành lập năm 2006. Chức năng của công ty chuyên kinh doanh du lịch, khách sạn, thương mại và dịch vụ vận tải...Hiện nay công ty có hơn 30 nhân viên, cộng tác viên.

Từ khi thành lập cho đến nay, công ty đã trải qua nhiều biến động kinh tế trong nước cũng như sự ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế trong khu vực. Đến nay, công ty là một trong những đơn vị hoạt động có uy tín về hoạt động kinh doanh lữ hành trong nước và quốc tế. Ngoài ra, công ty còn kinh doanh các dịch vụ thương mại thế mạnh khác như:

- Dịch vụ cấp Visa, hộ chiếu
- Dịch vụ đặt phòng khách sạn
- Dịch vụ vé máy bay, tàu hỏa, tàu cao tốc
- Dịch vụ cho thuê xe du lịch từ 4 đến 45 chỗ

- Dịch vụ vận tải,...

2.1.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng được đặt trụ sở tại tầng số 1 – đường Bà Triệu - Phạm Ngũ Lão – Thành phố Hải Dương.

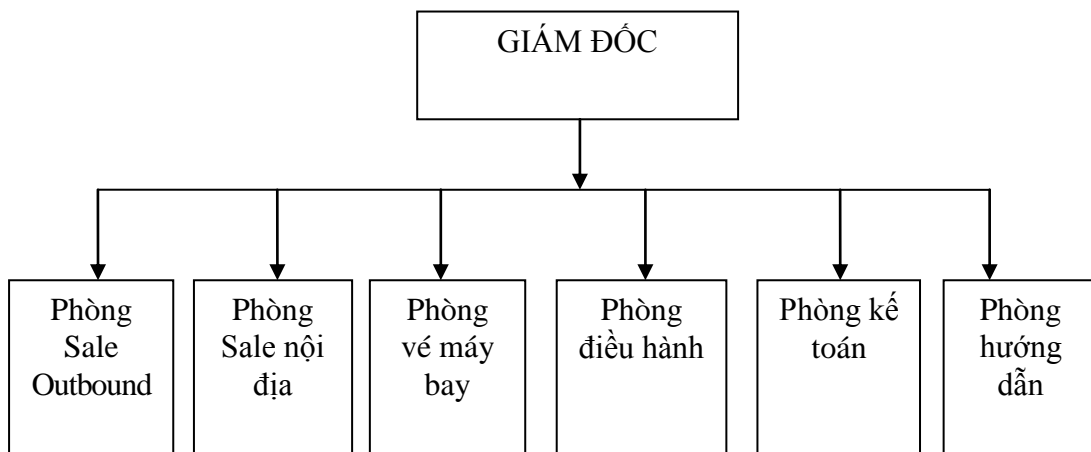
Công ty được trang bị thiết bị 3 máy tính văn phòng, 2 máy fax, điện thoại..., phục vụ công việc trao đổi thông tin với khách hàng.

Trụ sở đặt tại căn nhà 3 tầng 2 mặt tiền, rất thuận lợi cho việc tiếp đón cung cấp chương trình hay kí kết hợp đồng với khách của công ty.

2.1.3. Tổ chức và nhân lực

Để đảm bảo tính linh hoạt cao yêu cầu hoạt động kinh doanh có hiệu quả thì phải tổ chức bộ máy hoạt động với quy mô hợp lý nhất, tối ưu nhất, mọi khó khăn sai lầm trong kinh doanh phải được khắc phục kịp thời. Các phòng ban phải có sự liên kết hỗ trợ lẫn nhau để thực hiện các mục tiêu đặt ra. Phương pháp quản lý theo phương pháp trực tuyến. Giám đốc quản lý toàn bộ hoạt động của công ty có kế hoạch điều chỉnh kịp thời và các bộ phận chức năng chịu sự chỉ đạo trực tuyến từ giám đốc. Môi quan hệ quản lý này có ưu điểm là gọn nhẹ về tổ chức thông tin được đảm bảo thông suốt, đường đi của thông tin là ngắn do đó sai lệch của thông tin là không lớn phù hợp với chế độ một thủ trưởng lãnh đạo. Nhiệm vụ được quy định theo nguyên tắc tập trung dân chủ trong quản lý. Cơ cấu này đảm bảo nguồn lực để giải quyết các vấn đề trọng tâm. Bộ máy tổ chức được thể hiện qua sơ đồ sau:

Hình 2.1. Sơ đồ hoạt động của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng



Giám đốc

Giám đốc hiện là ông Hoàng Văn Dũng, là người trực tiếp quản lý và lãnh đạo Công ty. Ngoài ra, giám đốc còn có chức năng đề ra các chương trình và chiến lược kinh doanh.

Phòng sale Outbound

Nhiệm vụ của phòng sale Outbound là 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 lẻ 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.

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 Quốc, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Hồng Kông....

Phòng sale Nội địa

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

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.

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.

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

Phòng vé máy bay

Phòng vé máy bay của công ty có vai trò cung cấp vé máy bay cho khách hàng, không chỉ là khách du lịch mà còn cả khách có nhu cầu mua vé. Phòng vé máy bay khá độc lập song cũng đóng vai trò trợ giúp cho phòng điều hành khi xây dựng phương tiện đi lại cho khách.

Phòng vé máy bay của công ty là đại lý cho hãng hàng không Vietnam Airline.

Phòng điều hành

Vai trò của phòng điều hành là chịu trách nhiệm xây dựng các chương trình du lịch Nội địa và Quốc tế.

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.

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)

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.

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.

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 hợp đồng và lưu trữ tài liệu công ty. (Khi hợp đồng được ký kết yêu cầu cung cấp số hợp đồng 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.

Kê toán tiền lương và bảo hiểm xã hội, 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.

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

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

Phòng hướng dẫn

Phòng hướng dẫn là bộ phận qua trọng của công ty, luôn đại diện cho công ty chăm sóc khách du lịch trực tiếp.

Phòng hướng dẫn chịu trách nhiệm lựa chọn hướng dẫn viên phù hợp với chương trình du lịch mà khách lựa chọn.

Hướng dẫn viên có trách nhiệm chăm sóc khách hàng và đòi hỏi đầy đủ dịch vụ từ các nhà cung ứng đúng với hợp đồng đã kí kết giữa hai bên. Và giữ trách nhiệm cho đến khi hành trình kết thúc, trả khách an toàn.

Hướng dẫn cũng có trách nhiệm cung cấp mọi thông tin cho phòng điều hành về chương trình du lịch đang thực hiện.

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng trong năm 2009 đến 2011

Năm 2010, doanh thu của công ty tăng 31,5% so với năm 2009 và năm 2011 doanh thu tăng 43% so với năm 2010. Sở dĩ có tốc độ tăng trưởng như vậy là do trước năm 2010, Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng chủ yếu tập trung kinh doanh lữ hành nội địa và chưa có giấy phép hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế của Tổng cục du lịch. Tháng 2/2010, sau cuộc họp hội đồng quản trị, Công ty

du lịch Nữ Hoàng quyết định mở rộng kinh doanh, đăng kí hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế.

2.2. Tình hình hợp tác du lịch Việt Nam – Lào

2.2.1. Khái quát chung về đất nước và hoạt động du lịch của Lào

- Lào có diện tích 236.800km², chia thành 16 tỉnh, 1 thành phố (Thủ đô Viêng-chăn) và 1 đặc khu (Xay-xôm-bun).

- Dân số: 6,3 triệu người; thủ đô Viêng Chăn (2009)

- GDP đầu người: 841 USD/người/năm (2008).

- Nhịp độ tăng trưởng trung bình GDP: năm 2005 7,2%; 2006 đạt 7,4%; 2007: 8%; 2008: 7,9%.

- Lào có quan hệ thương mại với 60 nước, ký hiệp định thương mại với 19 nước, 39 nước cho Lào hưởng quy chế GSP.

- *Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch*: Tổng cục Du lịch Lào, cơ quan thuộc Phủ Thủ tướng. Ông Somphong Mongkhonvilay, Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Phủ Thủ tướng, kiêm Tổng cục trưởng TCDL Lào.

- *Đã thành lập cảnh sát du lịch tại các tỉnh*: Viêng Chăn, Luông Phrabang, Savanakhet, Champasắc, Luông Nậm Tha, Khăm Muộn, Xiêng Khoảng.

- *Các hiệp hội ngành nghề*: Hiệp hội Lữ hành Lào, Hiệp hội Khách sạn và Nhà hàng Lào và Cục Xúc tiến và Marketing Du lịch.

- *Điểm du lịch*: có hơn 1.000 điểm du lịch, trong đó: 579 điểm du lịch thiên nhiên, 257 điểm du lịch văn hoá, 162 điểm du lịch lịch sử.

- *Vùng du lịch*: 3 vùng du lịch chính: thủ đô Viêng Chăn, tỉnh Cham Pa Sắc và tỉnh Luông Phrabang.

- *Di sản thế giới*: 2 di sản là đô thị lịch sử Luông Phrabang và Wat Phu thuộc tỉnh Cham Pa Sắc.

- *Các sự kiện du lịch lớn đã được tổ chức tại Lào trong khuôn khổ hợp tác ASEAN*: Diễn đàn Du lịch ASEAN năm 2004 (ATF 2004), Năm Du lịch Quốc gia Lào 1999 – 2000.

- **Đơn vị kinh doanh du lịch:** 60 khách sạn, 902 nhà khách nhà nghỉ, 612 nhà hàng và 98 công ty du lịch.

- **Nhân lực du lịch:** 950 hướng dẫn viên, 3.564 nhân viên làm việc trực tiếp trong các khách sạn, nhà khách – nhà nghỉ, khách sạn và 825 lao động du lịch được các tổ chức quốc tế hỗ trợ đào tạo.

- **Tạo điều kiện đi lại:**

+ Đã miễn visa cho công dân 8 nước ASEAN và Nhật Bản. Thị thực cấp tại ĐSQ Lào ở các nước có thời hạn là 30 ngày, thị thực cấp tại cửa khẩu có hiệu lực 15 ngày.

+ Có 16 cửa khẩu quốc tế, trong đó 13 cửa khẩu được phép cấp thị thực tại cửa khẩu:

Đường không: tại các sân bay quốc tế Wat thay, Luông Phrabang và Cham Pa Sắc.

Đường sông: cầu hữu nghị nối 2 tỉnh Viêng Chăn (Lào) và Noong Khai (Thái Lan).

Đường bộ: Bo ten (với Trung Quốc); Na Mèo, Nậm khan, Nậm Phao, Na Phao, Hủa Xai, Đen Sa Vẳn (với Việt Nam), Thà Khệt, Dan Savanh (với Thái Lan), Vang Tao (với Campuchia).

Các hãng hàng không bay tới Lào: HKQG Lào, HKQG Thái Lan, Hàng không Băng Cốc, HKQG Việt Nam, Hàng không Vân Nam (TQ).

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

Việt Nam và Lào luôn chủ trương quan hệ hữu nghị, đoàn kết đặc biệt và hợp tác toàn diện giữa hai Đảng và hai Nhà nước.

- Các hiệp hội ngành nghề: Hiệp hội Lữ hành Lào, Hiệp hội Khách sạn và Nhà hàng Lào và Cục Xúc tiến và Marketing Du lịch.

- Hiệp định Hợp tác Du lịch song phương cấp chính phủ ngày 11/02/1991. Thể hiện sự hợp tác về du lịch cũng nói lên mối quan hệ phát triển theo đúng chủ trương của hai nước.

- Về vấn đề trao đổi khách Năm 2004, Việt Nam trở thành thị trường gửi khách quan trọng của Lào, đứng thứ 6 trong 10 thị trường nguồn đầu bảng của Lào.

Hoạt động xúc tiến quảng bá: các hoạt động xúc tiến thúc đẩy du lịch đường bộ được tổ chức thường xuyên hàng năm nhằm quảng bá cho tuyến du lịch caravan dọc theo Hành lang Đông Tây.

- Về đào tạo nhân lực Việt Nam đã hỗ trợ đào tạo ngắn hạn (3 tháng) cho Lào 45 cán bộ về quản lý du lịch, quy hoạch, quản lý khách sạn.

- Hai nước đã thực hiện việc miễn visa cho khách du lịch trong thời hạn 15 ngày từ 01/7/2004

- Đẩy mạnh hợp tác giữa các địa phương:

10 tỉnh của Lào và Việt Nam có ký thoả thuận hợp tác chung.

Hợp thường niên cấp cao 7 tỉnh biên giới Việt – Lào – Thái bàn về phát triển du lịch đường 8 (tuyến hành lang kinh tế Đông – Tây)

- Các tuyến du lịch liên hoàn: hai tuyến du lịch đang triển khai hiệu quả:

Tuyến đường bộ: Mukdahan (Đông Bắc Thái Lan) qua Savanakhet (Nam Lào) đến Quảng Trị và các tỉnh miền Trung Việt Nam.

Tuyến di sản dài 1.500km nối Vịnh Hạ Long (Việt Nam), Cố đô Luông Phrabang (Lào) và Udon Thani (Thái Lan)

2.3. Hoạt động xây dựng chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của Công ty Cổ phần Du lịch Nữ Hoàng

2.3.1. Nghiên cứu thị trường khách Hải Dương:

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

Hải Dương là một tỉnh nằm ở Đồng Bằng sông Hồng, thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc. Trung tâm hành chính của tỉnh là thành phố Hải Dương nằm cách thủ đô Hà Nội 57km về phía đông, cách thành phố Hải Phòng 45km về phía tây.

Hải Dương là một trong 7 tỉnh, thành thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc, tiếp giáp với các vùng sau:

+ Phía đông giáp Thành phố Hải Phòng

- + Phía tây giáp tỉnh Hưng Yên
- + Phía nam giáp tỉnh Thái Bình
- + Phía bắc giáp tỉnh Bắc Giang

Hải Dương được chia làm 2 vùng: vùng đồi núi và vùng đồng bằng. Vùng đồi núi nằm ở phía bắc tỉnh, chiếm 11% diện tích tự nhiên. Vùng đồng bằng còn lại chiếm 89% diện tích tự nhiên do phù sa sông Thái Bình bồi đắp.

Dân số hơn 1.703.492 người (theo điều tra dân số năm 2009).

Trong đó:

- + Mật độ dân số trung bình: 1.044,26 người/km².
- + Dân số thành thị: 324.930 người
- + Dân số nông thôn: 1.378.562 người

Kinh tế

Tổng sản phẩm trong tỉnh đạt khoảng 8.350 tỷ đồng (theo chỉ số giá năm 1994), đến năm 2010, tổng sản phẩm trong tỉnh đạt 30.732 tỷ đồng (theo giá thực tế) và 13.436 tỷ đồng (theo chỉ số giá năm 1994).

Tổng vốn đầu tư toàn xã hội của tỉnh trong năm 2010 đạt 18.835 tỷ đồng, trong đó, vốn Nhà nước 9.214 tỷ đồng, vốn ngoài nhà nước 7.467 tỷ đồng, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài là 2.154 tỷ đồng.

Tổng thu ngân sách nhà nước trên địa bàn năm 2010 đạt khoảng 4.342 tỷ đồng, tăng 5,8% so với cùng kỳ năm trước.

Tổng kim ngạch nhập khẩu trên địa bàn năm 2010 đạt 1.077 triệu USD; trong đó, nhập khẩu địa phương đạt 40 triệu USD, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt 1.037 triệu USD. Các mặt hàng có xu hướng nhập khẩu cao: Ô tô các loại, phụ liệu giày dép, vải may mặc...

Văn hóa – xã hội

Ước tính năm 2010, dân số trung bình của tỉnh Hải Dương là 1.715.989 người; trong đó, dân số thành thị là 374.429 người (chiếm 21,8%), dân số nông thôn là 1341.560 người (chiếm 78,2%).

Chất lượng giáo dục của các cấp học luôn được củng cố, tích cực đổi mới phương pháp, nâng cao chất lượng dạy học. Công tác phổ cập tiểu học đúng độ tuổi, phổ cập THCS được giữ vững, các mục tiêu phổ cập bậc trung học đang từng bước 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.

Toàn tỉnh có 351 trường đạt chuẩn quốc gia, tăng 6 trường so với năm học trước. Trên địa bàn tỉnh Hải Dương có 11 trường chuyên nghiệp, trong đó khối trực thuộc địa phương có 7 trường (1 trường Đại học, 2 trường cao đẳng, 4 trường trung học chuyên nghiệp) khối trung ương có 4 trường (2 trường đại học, 2 trường cao đẳng).

Công tác y tế và chăm sóc sức khỏe cộng đồng được chú trọng, tỉnh đã đạt và vượt hầu hết các chỉ tiêu kế hoạch về khám chữa bệnh. Các hoạt động văn hóa nghệ thuật cũng diễn ra sôi nổi ở hầu hết các lĩnh vực trên địa bàn tỉnh tạo lên không khí vui tươi, phấn khởi trong cán bộ, nhân dân. Năm 2011, toàn tỉnh có 85% gia đình văn hóa, 65,5% làng, khu dân cư văn hóa.

Tình hình an ninh chính trị cơ bản 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

Hải Dương là tỉnh có vị trí địa lý thuận lợi cho giao lưu và phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Là nơi có truyền thống hiếu học nên nhìn chung trình độ dân trí của Hải Dương khá cao cũng chính vì thế Hải Dương hoàn thành phổ cập trung học cơ sở khá sớm so với các tỉnh thành trong cả nước.

Hiện nay, do nhịp độ phát triển mà ngày càng nhiều khu công nghiệp được xây dựng, các trường cao đẳng, đại học ngày càng nhiều đáp ứng nhu cầu học tập nâng cao tri thức của người dân Hải Dương.

Bên cạnh đó, với vị trí thuận lợi trong giao lưu văn hóa, kinh tế, chính trị trong cả nước, gần với Thủ đô Hà Nội, người dân Hải Dương có điều kiện tiếp xúc với nhiều nguồn tri thức và thông tin khác nhau. Đây 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 Dương, góp phần hình thành nhu cầu đi du lịch của người dân Hải Dương, đảm bảo yếu tố “cầu” trong du lịch của người dân ở địa bàn Hải Dương cho công ty khai thác.

Tình hình an ninh chính trị cơ bản được giữ vững. Thực hiện có chất lượng các mặt công tác quốc phòng quân sự địa phương. Hoàn thành tốt chỉ tiêu giao quân đợt I năm 2012.

2.3.1.3. Thu nhập và mức sống của người dân Hải Dương

Thu nhập luôn là yếu tố quan trọng đối với người dân Việt Nam khi lựa chọn đi du lịch. Sau khi Việt Nam ra nhập WTO(World Trade Organization) thì nền kinh tế nước nhà ngày càng ra tăng, nhiều nguồn đầu tư vào Việt Nam nói chung và Hải Dương nói riêng làm ra tăng sự phát triển kinh tế, nâng cao mức sống của người dân.

Thu nhập thực tế của người dân Hải Dương tăng, đời sống vật chất được cải thiện. Điều này cũng góp phần làm tăng nhu cầu du lịch của người dân Hải Dương và cải thiện tốt hơn khả năng chi trả cho các chi phí liên quan đến các chương trình du lịch.

2.3.1.4. Thời gian rỗi

Hải Dương là nơi tập trung một lượng dân cư lớn 1.723319 triệu người (2008) cho đến nay lượng dân cư đông đúc hơn, 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 dồi dào tương đối lớn mà nhà nước dành cho đối tượng cán bộ, công nhân, viên chức, học sinh, sinh viên. Bên cạnh thời gian nghỉ cuối tuần, thời gian nghỉ lễ, tết, hầu hết các doanh nghiệp, các cơ quan đoàn thể tại Hải Dương 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 dồi

của những đối tượng này là khá cao. Điều này mang đến cho các công ty du lịch Hải Dương có rất nhiều cơ hội trong một thị trường khách du lịch Hải Dương.

Những điều kiện trên tạo nên cơ hội cho doanh nghiệp lữ hành khai thác thị trường xong cũng mang lại những thách thức trong chiến lược cạnh tranh và phát triển của bản thân mỗi công ty.

2.3.1.5. Xác định thị trường mục tiêu

Nhận thấy thị trường Hải Dương 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 cổ phần du lịch Nữ Hoàng là một trung tâm hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực Outbound với tour đi Singapore, Malaysia, Thái Lan,... đang có nhu cầu đổi mới, làm phong phú thêm hệ thống sản phẩm hiện tại.

Du lịch đi Lào hoàn toàn không phải chương trình mới, chưa bao giờ được khai thác. 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.

Tại Hải Dương, các chương trình du lịch đi Lào của các doanh nghiệp lữ hành hiện mang tính đơn điệu, chủ yếu sao chép và phục vụ cho đối tượng các nhóm khách đoàn, đôi khi không thể thực hiện được tự đưa khách mà chỉ gửi hoặc ghép khách cho công ty lớn ở địa phương khác. Và gần như các chương trình được rao bán hiện nay mang tính sao chép, 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 chi nhánh công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng với điểm đến là du lịch Lào là một sản phẩm mới, với mục đích khai thác hết khả năng của công ty trong việc phục vụ khách hàng. Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng cần 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 Lào hiện nay đang được các doanh nghiệp lữ hành tại Hải Dương khai thác.

Xây dựng một chương trình mới, với các điểm đến của Lào 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 cổ phần du lịch Nữ Hoàng 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 tại Hải Dương, 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 Dương.

2.3.2. Nghiên cứu về khả năng cung ứng du lịch của Lào

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

Lào có vị trí giữa bán đảo Đông Dương và ở khu vực Đông Nam Á nên 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. Khách du lịch quốc tế đến Lào chủ yếu bằng đường hàng không thông qua sân bay quốc tế Vạt Thay, 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 sông cũng có vai trò nhất định.

Tiềm năng du lịch của Lào rất phong phú, đa dạng về mặt tự nhiên, giàu bản sắc dân tộc và văn hoá lịch sử. Với những điều kiện thuận lợi đó đủ để du lịch Lào phát triển với tất cả các loại hình du lịch khác nhau trong tương lai. Các tài nguyên du lịch tự nhiên đầy đủ đến xây dựng du lịch núi, du lịch đồng bằng, và ngay cả du lịch ven hồ thành nhưng tổ hợp du lịch vô cùng hấp dẫn và hệ thống. Trong đó tổ hợp du lịch đồng bằng, đòi có vai trò quan trọng nhất hiện

nay. Trong các tài nguyên nhân văn, các di tích lịch sử văn hoá có sức hấp dẫn và lôi cuốn khách du lịch nhiều nhất. Trong mấy năm vừa qua Lào chủ yếu phát triển du lịch tham quan và trong tương lai gần có thể phát triển loại hình du lịch nhận thức để mở rộng khả năng thu hút nhiều loại khách.

Về mặt địa lý tự nhiên, như phần trên đã trình bày, lãnh thổ Lào được phân chia thành 4 vùng: vùng Đông Bắc, vùng Tây Bắc, vùng Trung và vùng Nam Lào.

Về mặt hành chính nước Lào được chia thành 17 tỉnh và thành phố, 126 huyện, 11.883 bản, thủ đô là Viêng Chăn.

Đất nước Lào có nền văn hoá lâu đời bởi ba thành phần dân tộc lớn (Lào Lùm, Lào Thong, Lào Xung) bao gồm nhiều các bộ tộc khác nhau có phong tục tập quán, tiếng nói, cách ăn mặc riêng.

Tất cả những điều nêu trên ít nhất đã ảnh hưởng đến sự phân hoá lãnh thổ du lịch của Lào.

Nghiên cứu sự phân hoá lãnh thổ và xác định các vùng du lịch của Lào là vấn đề phức tạp, khó khăn bởi vì một mặt, chưa có công trình nào đề cập và mặt khác, ngành du lịch còn non trẻ, sự phân hoá theo lãnh thổ chưa biểu hiện rõ ràng.

Dựa trên hai chỉ tiêu: tài nguyên du lịch (tự nhiên, nhân văn) và sức thu hút của một số trung tâm du lịch có ý nghĩa tạo vùng, có thể xác định 2 vùng du lịch ở Lào là vùng du lịch phía Bắc; vùng du lịch Trung và Hạ Lào.

Vùng du lịch phía Bắc

Về mặt lãnh thổ, vùng du lịch phía Bắc bao gồm cả 3 vùng tự nhiên là vùng đồi núi Đông Bắc, Tây Bắc và một phần Trung Lào (vùng đồng bằng trù phú của tỉnh Viêng Chăn và thủ đô).

Vùng du lịch phía Bắc giống hình rẻ quạt có chiều ngang rộng nhất nước Lào, đường kính tới 500km, phong phú về tài nguyên du lịch, bao gồm cả vùng núi cao, cao nguyên thung lũng và đồng bằng. ở đây có các đỉnh núi cao nhất của nước Lào là đỉnh núi Phu Bía 2820m, Phu Xam Xun 2620m. Hai đỉnh núi này ở ngay cao nguyên Xiêng Khoảng. Vùng này có rõ đặc điểm đặc trưng về

mặt văn hoá dân tộc và sức hút lớn của các cực - các trung tâm du lịch. Vùng du lịch phía Bắc có diện tích 132.652km² bao gồm 10 tỉnh: Phong Xa Ly, Luông Pha Bang, Hủa Phăn, Xiêng Khoảng, Viêng Chăn, Xay Nha Bu Li, U Đôm Xay, Bo Kẹo, Luông Nặm Tha và thủ đô Viêng Chăn.

Vùng du lịch phía Bắc có cả núi cao, cao nguyên và đồng bằng. ở đây còn nhiều khu rừng nguyên sinh con người chưa bao giờ bước chân tới. Trong điều kiện hiện nay, các tài nguyên này hầu như còn ở dạng tiềm năng.

Vùng du lịch Trung và Hạ Lào

Vùng du lịch này bắt đầu từ tỉnh Bo Ly Khăm Xay kéo dài đến cực Nam của Lào. Phía Đông có đường biên giới với Việt Nam, phía Nam giáp Campuchia, phía Tây giáp Thái Lan. Theo tuyến đường số 13, chạy dọc quãng đường dài 610km du khách sẽ đi hầu hết các điểm du lịch bắt đầu từ thủ đô Viêng Chăn đến tận biên giới Campuchia.

Vùng du lịch Trung và Hạ Lào núi non tập trung đa phần ở phía Đông chạy theo sườn dãy Trường Sơn và thấp dần về phía Tây. Trong vùng có hai cao nguyên lớn là cao nguyên Na Cay và cao nguyên Bolavên. Có hai đồng bằng lớn là đồng bằng Xa Va Na Khệt và đồng bằng Chăm Pa Sắc.

Trên lãnh thổ vùng du lịch Trung và Hạ Lào có 8 phụ lưu của sông Mê Kông: Nặm Nghiệp, Nặm Xăn, Nặm Ka Đỉnh, Nặm Hìn Bun, Xê Băng Phay, Xê Băng Hiêng, Xê Đôn, và Xê Koong.

Khí hậu ở vùng cao nguyên Trung và Hạ Lào có chế độ mưa thường kéo dài 7-8 tháng trong năm. Lượng mưa trung bình 2.500-3.000mm với nhiệt độ trung bình 20°C, biên độ nhiệt giữa các mùa cũng thấp (4-5°C). Điển hình ở cao nguyên Bolavên khí hậu mát mẻ, nhiệt độ trung bình trong năm 15°C, biên độ nhiệt thấp. Khí hậu ở vùng đồng bằng lớn dọc theo ven bờ sông Mê Kông là khí hậu nhiệt đới gió mùa Nam á. ở đây hội tụ đầy đủ các điều kiện của kiểu khí hậu này như lượng mưa, nhiệt độ, lượng bốc hơi... đến sự phân mùa khí hậu. Nhiệt độ trung bình 25-26 °C. Tháng lạnh nhất không quá 18 °C, lượng mưa lớn (1.500-2.000mm), độ ẩm cao (70-80%).

Thảm thực vật nói chung còn khá nhiều, có rừng nguyên sinh, rừng hỗn hợp, rừng gỗ tếch. Động vật còn có nhiều loại thú rừng quý hiếm như: Hổ, gấu, vượn, voi, khỉ, trăn, rắn và ở dưới sông còn có nhiều loại cá quý hiếm như Pa Kha (cá Lô ma nước ngọt)...

Các điểm du lịch chủ yếu

- Trung tâm du lịch Chăm Pa Sắc
- Pha Xạt Vạt Phu Chăm Pa Sắc (Chùa Vạt Phu)
- Nặm Tộc Tạt Khon Pha Phênh (Thác nước Khon Pha Phênh)
- Nặm Tộc Tạt Phan (thác nước Tạt Phan)
- Bản Xa Phai
- Bản Phạ Phô
- Trung tâm bảo vệ cá Lô Ma nước ngọt (Pa Kha)
- Các điểm du lịch Xa La Vãn
- Các điểm du lịch Xa Va Na Khệt
- Các điểm du lịch Khăm Muội
- Các điểm du lịch Bo Ly Khăm Xay

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 Lào đã được đầu tư từng bước và ngày càng có nhiều thay đổi theo chiều hướng tích cực.

Giao thông vận tải

Nhìn chung, mạng lưới giao thông vận tải của Lào chủ yếu là đường bộ và đường thủy. Từ năm 1975, sau khi giải phóng đất nước, cùng với nhịp độ phát triển kinh tế - xã hội, ngành giao thông vận tải Lào khá phát triển, đặc biệt là đường bộ, đường thủy và đường hàng không.

Hệ thống giao thông đường bộ

Lào có khoảng 3.543 km đường nhựa, 6.051km đường đá, và 12.026 km đường đất. Tổng cộng đường bộ ở Lào dài tới 21.620 km. Những tuyến đường chính bao gồm:

- Hệ thống giao thông đường bộ ở thủ đô Viêng Chăn đã được đầu tư nâng cấp toàn bộ những trục đường chính, đáp ứng nhu cầu đi lại của người dân và khách du lịch.

- Đường số 13, từ tỉnh Udômxay tới biên giới Lào - Campuchia có chiều dài 1.448km. Đi lên theo đường số 1 khoảng 70km nữa qua đỉnh Udômxay sẽ đến biên giới Lào - Trung Quốc.

- Đường số 13 Nam (Viêng Chăn - Chămpasăc), là tuyến đường rất quan trọng và dài nhất, dẫn khách du lịch từ Viêng Chăn qua các điểm du lịch: Bolykhămxay, Khăm Muộn, Xavanakhét, Xalavăn (trên tuyến này có các nhánh đi tỉnh Xê Khoong, Attapur) đi thẳng đến Chămpasăc. Đồng thời, tuyến đường này song song với dòng sông Mê Kông từ thủ đô Viêng Chăn đến cực Nam của Lào.

- Từ thủ đô Viêng Chăn có một tuyến đường ven sông Mê Kông gọi là đường Tha Đưa nối sang tỉnh Noọng Khai - Thái Lan. Nếu đi theo đường quốc lộ số 13 Nam đến giữa tỉnh Bolykhămxay và Khăm Muộn có ngã ba Bản Lâu, đường số 8 đến biên giới Việt Nam (qua cửa khẩu Keo Nưa) có chiều dài 132 km, con đường này đi qua vùng núi đá vôi đẹp, đồ sộ rộng lớn suốt theo dọc đường, có gặp đập thủy điện Nậm Ngum, rồi qua đèo Phù Hay. Qua đó mới đến các điểm du lịch vùng Lặc Xao, qua biên giới xuyên sang vùng Hà Tĩnh (Việt Nam). Ở thành phố Pắc Xan (trung tâm tỉnh Bolykhămxay), giáp với sông Mê Kông có bến cảng để vận chuyển hàng hoá.

- Quốc lộ số 12 xuất phát từ Thà Khếch (Khăm Muộn) đi qua nhiều điểm du lịch đến biên giới Lào - Việt xuyên sang Quảng Bình (Việt Nam). Quốc lộ 12 dài khoảng 200 km, đây là tuyến đường quan trọng đối với ngành du lịch của Lào và là tuyến đường xuyên lục địa của các nước Đông Nam Á. Theo kế hoạch

5 năm sẽ hoàn thành đường bộ, đường sắt nối tỉnh Noọng Khai - Thái Lan, qua cầu Hữu Nghị đến Viên Chăn, xuống Khăm Muộn sang Việt Nam. Ngay ở Thạ Khách có cảng - phà qua sông Mê Kông sang Thái Lan và có kế hoạch xây dựng cầu tại đây.

- Đường số 9 từ Xavanakhet đi đến Lao Bảo (Việt Nam) có chiều dài tới 240 km, đi qua nhiều điểm du lịch trong đó có các di tích lịch sử kháng chiến chống Pháp - Mỹ (chiến dịch Lam Sơn) xuyên sang tỉnh Quảng Trị. Con đường này do nước ngoài trợ giúp, một phần là do Việt Nam giúp đỡ và vận chuyển hàng hóa từ ngay sau ngày giải phóng nước Lào. Ngoài ra đường số 9 còn thông thương giữa Việt Nam - Lào - Thái Lan qua phà Xavanakhet sang Mục Đa Hán (Thái Lan). Hiện nay đang lập kế hoạch xây dựng cầu.

- Đường số 18 đi từ Pắc Xê (tỉnh Chămpasắc) đi đến tỉnh Xê Kong - Attapur, xuyên sang vùng Tây Nguyên Việt Nam.

- Đường số 10 từ Pắc Xê đi dọc sông Mê Kông qua biên giới Lào - Thái đến tỉnh Ubônlatxathay của Thái Lan (ở đây có cửa khẩu quốc tế).

- Đường số 13 Bắc, từ thủ đô Viên Chăn lên tới tỉnh Uđôxay là tuyến đường quan trọng, đi qua nhiều điểm du lịch có ý nghĩa quốc gia và quốc tế, bao gồm:

Ngã ba Phù Khun là điểm ngăn cách giữa tỉnh Viên Chăn và Luông Pha Bang, nơi diễn ra trận đánh ác liệt giữa quân nguy và lực lượng vũ trang cách mạng Lào trước năm 1975.

Từ ngã ba Phù Khun đến trung tâm tỉnh Xiêng Khoảng (đường số 7) dài 132 km đi qua Cánh Đồng Chum và các sông Nậm Ngừm, Nậm Nghiệp, Nậm Xăn... Từ trung tâm tỉnh đến biên giới Lào - Việt dài khoảng 136 km thông sang Nghệ An (Việt Nam). Toàn bộ đường 7 từ ngã ba Phù Khun đến biên giới Việt - Lào dài 268 km. Đây cũng là tuyến đường quan trọng cho việc phát triển du lịch trong tương lai.

Từ ngã ba Xiêng Ngân tỉnh Luông Pha Bang rẽ tay trái đi theo con đường số 2 qua phà Pắc Khon - Tha Đưa đến trung tâm tỉnh Xaynhabuly có chiều dài 92 km. Bên phải sông Mê Kông có thác nước "Tạt Chậu" chảy từ trên đỉnh núi

cao xuống, đây là một điểm du lịch tự nhiên tuyệt đẹp, từ đó đi dọc ven đường từ bắc - nam của tỉnh còn gặp nhiều điểm du lịch tự nhiên và nhân văn khác và có cửa khẩu thông sang Thái Lan tại huyện Bo Ten.

Lên đến tỉnh Uđômxay lại có một ngã ba theo đường số 1 đi phía Đông nối tiếp đường số 6 qua trung tâm tỉnh Hòa Phăn qua biên giới Lào - Việt đến ngã ba Mộc Châu (Việt Nam). Tuyến đường này qua địa phận của ba tỉnh, qua rất nhiều điểm du lịch với hàng loạt di tích lịch sử cách mạng của các vị lãnh tụ như: Chủ tịch Cay Sôn Pôm Vi Hân; hang ở của Hoàng thân Xu Va Nô Vông thời kháng chiến chống Mỹ cứu nước...

Đến trung tâm tỉnh UĐômxay là điểm cuối cùng của đường số 13 (cực Bắc số 13). Nếu rẽ tay trái dọc theo dòng sông Nặm Bêng tới sông Mê Kông ở địa điểm của Nặm Bêng Mường Pắc Bênh, đây cũng là điểm du lịch được khách nước ưa thích.

Theo tuyến đường số 4 từ Mường Khủa (Phôngxaly) qua biên giới Việt - Lào đến Điện Biên Phủ (Việt Nam). Từ Mường Khủa có một nhánh đi thẳng lên Mường Nhọt ù qua biên giới Lào - Trung Quốc (Lan Tuy), có chiều dài là 142km.

. Từ trung tâm tỉnh UĐômxay đi theo đường số 1 qua cửa khẩu Bo Tên trên biên giới Lào - Trung Quốc có chiều dài khoảng 117km. Nếu rẽ tay trái là đến điểm du lịch nổi tiếng của hai tỉnh: Luông Nam Thà và tỉnh Bo Kẹo. Hai tỉnh này thuộc khu vực tam giác vàng.

Hệ thống giao thông đường thủy

Bên cạnh các tuyến đường bộ, Lào còn có hệ thống giao thông vận tải đường thủy. Hiện nay đường thủy giữ vị trí thứ 2 của 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 chông... theo sông Mê Kông và các sông suối khác từ Bắc đến Nam, từ đồng bằng lên miền núi và ngược lại.

Lào có rất nhiều cảng sông. Theo dòng sông Mê Kông có nhiều nơi vừa là cảng, vừa là cửa khẩu quốc tế như; cảng Bo Kẹo, Thanaleng (Viêng Chăn), Khăm Muộn, Xavanakhet và Chămpasắc. Ngoài ra còn có cảng khác như: Pắc

Beng, Luông Pha Bang, Tha Đưa và Pắc Lai (hai cảng thuộc tỉnh Xaynhabuly), cảng Bản Vãng, Cầu Liệu, Lắc Xi (Viên Chăn), Pắc Xăn, Hạp Xai Khun và cuối cùng là cảng Mường Khổng ở biên giới Cămpuchia...

Đường hàng không

Đường hàng không được Đảng và Nhà nước Lào 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 Lào 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.

Đặc biệt tuyến bay Vạt Thay - Băng Cốc được tổ chức thường xuyên. Hiện tại sân bay Đôn Muong (Thái Lan) trở thành đầu mối tiếp nối giữa Lào với các nước trên thế giới.

Năng lực vận chuyển của sân bay quốc tế Vạt Thay (Viêng Chăn) đạt số lượng khách khoảng 295.000 người/năm. Ở các thành phố lớn như Xavannakhét, Chămpasắc, Luông Pha Bang đều có sân bay. Đặc biệt sân bay Luông Pha Bang được nâng cấp hiện đại do Thái Lan giúp đỡ được hoàn thành vào năm 1997. Theo hiệp ước máy bay từ Thái Lan có quyền bay thẳng xuống sân bay Luông Pha Bang, không qua sân bay quốc tế Vạt Tay.

Từ thủ đô Viên Chăn còn có các tuyến đường không nội địa do hãng hàng không Lào đảm nhiệm với 14 sân bay đi đến các tỉnh trong cả nước.

Đường biển

Lào là một nước nằm sâu trong lục địa không biển. Tuy nhiên Lào có thể thông ra biển phần lớn nhờ sự giúp đỡ của Việt Nam qua nhiều cảng ở miền Trung và miền Nam. Trong thời gian gần đây lại nhờ được sự giúp đỡ ở phía Tây được vận chuyển hàng hoá qua cảng Thái Lan để tiếp nhận vận chuyển hàng hoá với các nước trên thế giới, đặc biệt các nước Đông Nam Á.

Nhìn chung khách du lịch quốc tế vào Lào phần lớn bằng đường bộ, tiếp theo là đường hàng không, cuối cùng là đường thủy. Mạng lưới giao thông trong nước đã góp phần phục vụ đắc lực cho việc đi lại, thăm viếng của du khách.

Thông tin liên lạc

Đến năm 1997 toàn quốc có 132.112 bưu cục tổng đài điện thoại, 36 trung tâm điện thoại với 24.714 buồng gọi. Có 2 trạm bưu chính viễn thông với 102 kênh và nối tiếp được 115 nước trên thế giới. Hiện nay Lào đang củng cố xây dựng mạng lưới thông tin liên lạc cấp tỉnh - huyện - bản - phố - phường - với các trung tâm kinh tế, văn hoá.

Hệ thống cung cấp điện

Lào có nguồn điện rất dồi dào với hệ thống các nhà máy thủy điện. Có nhiều sông suối, lắm thác ghềnh đủ cung cấp cho nhu cầu phát triển thủy điện. Ngoài việc cung cấp điện cho vùng đồng bằng Viên Chăn và các nơi khác như tỉnh Luông Pha Bang, Xaynhabuly...Lào còn bán điện cho khu vực Đông Bắc Thái Lan nhờ nhà máy thủy điện Nậm Ngum... Còn ở miền Trung có tỉnh Bo Li Khăm Xay, Khăm Muộn...bắt đầu sử dụng nhà máy thủy điện Nậm Thom. Trong năm 1995 chỉ riêng thủy điện Xê Xết có công suất 95.891.780kw/h, hiện tại đang sử dụng phục vụ cho tỉnh Xalavăn, Chămpasắc và bán cho Thái Lan 88.235.613kw/h. Thủy điện Nậm Đồng sử dụng trong tỉnh Luông Pha Bang có công suất 236.410kw/h.

Các con số nói trên thể hiện rằng ở các thành phố lớn là đủ nhu cầu về điện. Còn các tỉnh lẻ nơi chưa có các đường dây tải điện phải dùng máy nổ tạm thời hoặc dùng thủy điện, máy phát điện nhỏ. Ở một số nơi như ở tỉnh Hủa Phăn và phần phía đông của tỉnh Xavanakhét lại dùng nguồn điện sông Đà Việt Nam. Trong tương lai Lào sẽ thúc đẩy ngành điện lực phát triển mạnh hơn nữa để tăng thu nhập quốc gia và tạo điều kiện cho ngành khác phát triển, đặc biệt là ngành du lịch.

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 do Công ty Nặmpapa Lào cung cấp, ở 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 Lào đang quan tâm trong mọi lĩnh vực hoạt động và sản xuất.

Lào là một nước nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa ẩm, lượng mưa cao. Có năm mưa sớm bắt đầu từ tháng 4, 5; lượng mưa tăng dần cho đến tháng 10. Vì thế cho nên mùa mưa trông thấy nước phun lên thành nguồn, nước chảy lên mặt nước tạo thành dòng chảy của sông suối. Đến mùa khô mực nước ngầm phun lên ít dần, nơi nào có điều kiện sẽ có dòng ngáy quanh năm gọi là sông suối bình thường và ngoài ra cũng có những suối nước nóng, nước khoáng ở nhiều nơi như: Xiêng Khoảng, Lạc Xao... Mặc dù như vậy, các cơ quan chức năng rất coi trọng việc bảo vệ môi trường sống của con người, đặc biệt là bảo vệ các khu rừng bảo tồn quốc gia, các nguồn nước và hồ ao. Trong đó ở Xiêng Khoảng nghiêm cấm việc phá rừng. Vì cao nguyên Xiêng Khoảng có núi Phù Bija cao nhất nước Lào và nhiều đỉnh núi cao nổi tiếng khác là nơi tập trung các nguồn nước (sông suối lớn) quan trọng đã góp phần tích cực vào hoạt động sản xuất và đời sống hàng ngày của người dân.

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 Lào 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 Lào đủ để đáp ứng nhu cầu.

Đánh giá chung

Kết cấu hạ tầng của Cộng hoà dân chủ nhân dân Lào 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 1990 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 đường 13, 9, 8 ... Và đã xây dựng chiếc cầu đầu tiên qua sông Mê Kông sang Thái Lan gọi là cầu Hữu Nghị.

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

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

Thông tin liên lạc từ năm 1993 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 đi Lào

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 điều nữa cần đảm 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: Mùa hè sôi động cùng nước bạn Lào, Viêng – chăn hoa trắng tháp vàng...

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

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 lý. 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 hiệu quả cao cho chương trình du lịch được xây dựng. Nhìn chung, chương trình du lịch đi Lào giao động từ 5 đến 7 ngày là khoảng thời gian hợp lí. Tuy nhiên, điều chỉnh quỹ thời gian luôn phải linh hoạt với tùy từng chương trình.

2.4.5. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

Ở Lào, ngành du lịch đang dần dần chiếm vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Vì vậy Đảng và Nhà nước Lào 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.

Tuyến du lịch số 13 Bắc

Tuyến du lịch 13 Bắc là tuyến đường hết sức quan trọng, có chiều dài 397 km nối liền hai trung tâm du lịch lớn là thủ đô Viêng Chăn đến cố đô Luông Pha Bang.

Trung tâm du lịch đồng bằng Viêng Chăn tương đối rộng lớn, vừa là thủ đô vừa là trung tâm về kinh tế, chính trị, văn hoá của cả nước. Riêng nội thành thủ đô Viêng Chăn là nơi tập trung dân cư đông đúc nhất (136 người/km²) vì vậy nơi đây cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật được nâng cấp nhanh và hiện đại hơn những nơi khác. Do sự phát triển của xã hội và nhu cầu ngày một cao của con người, ngành du lịch Lào cũng ngày một phát triển.

UNESCO(United Nations Educational Scientific) đã công nhận Cố đô Luông Pha Bang là di sản văn hoá thế giới, là thành phố có nhiều di tích lịch sử cổ có giá trị.

Luông Pha Bang đã xứng đáng là thủ đô từ rất sớm của đất nước triệu voi (Lạn Xạng) đầu tiên (năm 1357 - 1560).

Từ trung tâm du lịch đồng bằng Viêng Chăn theo con đường số 13 Bắc qua nhiều điểm du lịch quan trọng như thủy điện Nặm Ngru, các điểm du lịch của huyện Văng Viêng đi qua vùng núi non hiểm trở, cây cối um tùm, đường đi

có khi lên vút tận đỉnh núi, có khi xuống sâu dưới thung lũng, ven theo bờ sông. Thỉnh thoảng ta lại gặp một khu nhà của các dân tộc Lào Thong, Lào Xung, đặc biệt là bản Mèo (H'Mông), Kiu Ka Chăm thuộc địa phận tỉnh Luông Pha Bang, gần ranh giới của tỉnh Viêng Chăn, nằm ngay hai bên đường hai bên đỉnh núi, bất cứ mùa nào cũng có sương mù. Nếu hành khách nhớ đường và lưu lại nơi đây một đêm thì tiếng khèn và tiếng hát của trai gái Hmông sẽ để lại trong lòng họ một niềm lưu luyến khó phai. Khi đến miền trung du Xiêng Ngân mới bắt đầu xuống thấp dần theo thung lũng Nặm Khan qua nhiều làng xóm và các ngôi nhà cổ (nhà sàn) làm bằng những loại gỗ quý giá...

Đọc theo đường đi du khách sẽ gặp rất nhiều bản làng của các dân tộc thiểu số và đặc biệt đến đường này là nơi cung cấp lương thực thực phẩm cho hai thành phố lớn của cố đô Luông Pha Bang và thủ đô. Vì ở đây, chính phủ Lào khuyến khích nhân dân chăn nuôi, trồng trọt để cung cấp thức ăn cho các vùng lân cận, chủ yếu là thủ đô Viêng Chăn.

Trước đây, khách du lịch quốc tế đến Lào ít khi đi thẳng tỉnh Luông Pha Bang vì Luông Pha Bang chỉ có biên giới giáp vùng Sơn La - Lai Châu (Việt Nam). Khách quốc tế thường vào các tỉnh khác trước tùy vào điều kiện của chuyến đi. Chủ yếu khách vào thủ đô Viêng Chăn (thủ đô có cầu hữu nghị Lào - Thái và có sân bay quốc tế Vạt Tay) sau đó khách đến Luông Pha Bang, ít khi khách quốc tế đến Viêng Chăn mà không thăm Luông Pha Bang.

Bên cạnh đó, Luông Pha Bang có một ưu thế nằm giữa các tỉnh khác, nơi đây tập trung nhiều nguồn tài nguyên du lịch có sức hấp dẫn khách mạnh mẽ hơn các vùng khác. Một khi khách du lịch đã đến các tỉnh xung quanh thì họ sẽ cố gắng đến thăm Luông Pha Bang. Vì vậy Luông Pha Bang trở thành trung tâm du lịch lý thú nhất.

Luông Pha Bang là một đầu mối cực kỳ quan trọng đối với các tỉnh miền bắc Lào, từ đây ta có thể đi khắp mọi nơi theo hệ thống đường giao thông tỏa ra các hướng. Từ Luông Pha Bang ta có thể đi theo con đường số 2 qua các điểm du lịch của tỉnh Xay Nha Bu Li khoảng 200km. Một nhánh song song với sông

Mê Kông xuyên qua tỉnh Lôi Thái Lan qua cửa khẩu Bo Ten. Nhánh thứ hai đi lên theo hướng Tây Bắc, qua các điểm du lịch của tỉnh Bo Kẹo, có con đường thông sang Thái Lan, qua phà sông Mê Kông có cửa khẩu Huôi Xai. Đi tiếp theo con đường 1 lên tỉnh Luông Nặm Tha thông qua Trung Quốc qua cửa khẩu Bo Tê, hay từ Luông Nặm Tha theo đường số 1 về phía Đông sẽ qua các điểm du lịch U Đôm Xay rồi trở về Luông Pha Bang và ngược lại.

Đó là một tuyến du lịch khép kín qua 5 tỉnh có sản phẩm du lịch và nguồn tài nguyên phong phú, đa dạng. Muốn đến thăm tỉnh Phong Sa Ly đi theo con đường số 4, có thể theo 2 nhánh: Một nhánh thông sang Trung Quốc và một nhánh thông sang tỉnh Lai Châu (Việt Nam) qua cửa khẩu Tây Trang.

Từ Luông Pha Bang xuống theo con đường 13 đi tiếp đường số 7 qua các điểm du lịch của Xiêng Khoảng xuyên qua tỉnh Nghệ Tĩnh (Việt Nam) bằng cửa khẩu Nam Cấn có chiều dài 102km. Qua cánh đồng Chum Xiêng Khoảng một đoạn gặp ngã ba phải bắc theo con đường số 6 rẽ vào tỉnh Hòa Phấn, rồi qua các điểm du lịch của Hòa Phấn thông sang vùng Thanh Hoá (Việt Nam) qua cửa khẩu Na Mèo hay ngược lại lên phải Tây gặp con đường số 1 vào tỉnh U Đôm Xay và quay trở về Luông Pha Bang.

Ở vùng du lịch phía Bắc còn có một tuyến du lịch khép kín nữa trong phạm vi trung tâm du lịch Viêng Chăn. Từ thủ đô Viêng Chăn đi theo quốc lộ 13 Nam đến Nặm Ngum lên đến thủy điện Nặm Nguru, rồi tới Phôn Hông theo con đường 13 Bắc xuống thủ đô Viêng Chăn và ngược lại. Có một tuyến đường đi Tha Đưa dọc theo sông Mê Kông sang Noong Khai (Thái Lan) bằng cầu Hữu Nghị hoặc đi theo bến phà Tha Na Leng.

Tuyến đường số 13 Nam

Đoạn đường từ thủ đô Viêng Chăn, chạy dọc theo sông Mê Kông đến cực Nam Lào có chiều dài 881 Km, đi qua các tỉnh, thành phố có nhiều điểm du lịch quan trọng (5 điểm) tới trung tâm du lịch Chăm Pa Sắc. Đây là một tỉnh có thành phố lớn ở Nam Lào, dân cư tập trung đông đúc (33 người/ km²) đứng

hàng thứ hai sau thủ đô Viêng Chăn, ở đây có nhiều nguồn tài nguyên du lịch đặc sắc, nhiều động thực vật quý hiếm.

Nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên có rừng bảo tồn Đồng Hòa Xao, là nơi sinh sống của voi rừng, hổ, trăn, rắn, cá, chim... Thực vật cũng phong phú không kém, có nhiều loài cây khác nhau có giá trị trong việc xây dựng, bào chế dược liệu...Đất đai ở đây màu mỡ, phù hợp cho việc trồng lúa, cà phê (một trong những sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Lào). Ngoài ra còn có thác Không Chăm Pa Sắc, thác nước to nhất trong khu vực, một địa điểm du lịch lý tưởng ngăn cách địa phận giữa Lào và Campuchia.

Nguồn tài nguyên du lịch nhân văn cũng rất phong phú, hấp dẫn, đặc trưng nhất là Vạt Phu Chăm Pa Sắc. Nơi đây có nhiều di tích lịch sử văn hoá, có chợ sáng lớn để trao đổi hàng hoá, tiền tệ nằm ngay trung tâm thành phố Pắc Xê. Ngoài ra còn có khách sạn lớn, đây vốn là nhà cũ xưa Bun Ứm (còn gọi là nhà của vua Bun ứm ở Chăm Pa Sắc trước thời giải phóng). Hiện nay Bun Ứm đã ra đi và ngôi nhà của ông được dùng làm khách sạn tương đối hiện đại cho du khách thuê.

Nhân dân ở đây có tính sáng tạo, cần cù không kém những nơi khác trên lãnh thổ Lào. Bản Xa Phai nổi tiếng về ngành dệt, vùng cao nguyên Bô Lô Ven với bốn mùa cây trái xanh tốt đặc biệt là sầu riêng, măng cụt...Riêng bắp cải thì có thể trồng được quanh năm kể cả mùa mưa và tiêu thụ trong cả nước. Chăm Pa Sắc là nơi cung cấp thực phẩm thường xuyên cho cả nước đặc biệt là các loại hoa quả xứ nóng như chôm chôm, măng cụt...

Qua những đặc điểm đã nêu ở trên cho thấy rõ ràng vùng du lịch Trung và Hạ Lào có nguồn tài nguyên phong phú đa dạng nhưng các điểm du lịch hiện nay đa số tập trung ở Chăm Pa Sắc vì nơi đây có nền văn hoá văn minh lâu đời.

Đoạn đường từ thủ đô Viêng Chăn đến tỉnh Bo Ly Khăm Xay đi qua nhiều điểm du lịch nổi tiếng. Từ trung tâm thành phố Pắc Xăn đi khoảng 80 km đến ngã ba Bản Lâu rẽ trái theo đường số 8 qua khu vực núi đá vôi đến đô thị

mới Lạc Xào (km 20). Tại đây có những điểm du lịch mới được khai thác thông sang Nghệ An (Việt Nam) qua cửa khẩu Keo Nứa.

Đường số 8 có chiều dài 132 km từ ngã ba Bản Lâu đến thành phố Thà Khẹt tỉnh Khăm Muộn. Từ Khăm Muộn rẽ trái sẽ đến các điểm du lịch như động Nang Eng một hang động đẹp tựa lưng vào dãy Trường Sơn.

Từ thành phố Thà Khẹt đến trung tâm Xa Na Va Khet khoảng 106 km qua nhiều điểm du lịch của tỉnh Xa Van Na Khet, rẽ trái theo đường số 9 chừng 240km sẽ đến Quảng Trị (Việt Nam) qua cửa khẩu Lao Bảo.

Chiều dài con đường từ Xa Van Na Khet đến thành phố Pắc Xê của tỉnh Chăm Pa Sắc có chiều dài 231 km, đi về phía trái có nhiều con đường dẫn đến các tỉnh Xa La Vãn, Xê Kông theo đường 23, 16 lùi về phía Nam có đường 18B qua tỉnh A Tô Pư Thông qua vùng Kon Tum (Việt Nam).

Từ thành phố Pắc Xê đến biên giới Lào - Campuchia đi qua rất nhiều điểm du lịch của Chăm Pa Sắc. Đoạn đường này có chiều dài 160 km, rẽ phải theo đường số 10 thông sang U Bôn (Thái Lan).

Tuyến đường thủy

Ngoài tuyến đường bộ phục vụ cho du lịch còn có hệ thống giao thông thủy dọc theo sông Mê Kông. Tuyến giao thông đường sông đóng vai trò quan trọng cho hoạt động du lịch từ Bắc đến Nam Lào. Những ngã rẽ từ sông Mê Kông sẽ đưa khách du lịch từ đồng bằng lên miền trung du, miền núi.

Trên sông Mê Kông có các cảng chính như cảng Luông Pha Bang, Tha Đưa và Pác Lai (Xay Nha Bu Ly), Bản Văng (tỉnh Viêng Chăn), Pác Xăn (Bo Ly Kham Xay), Tha Khəc (Khăm Muộn), Xa Van Na Khet, cảng Pắc Xê và Mương Không.

Các tuyến du lịch quốc tế:

Các tuyến đường thông sang phía Đông Việt Nam từ Bắc xuống Nam có những đường đi qua các cửa khẩu như sau:

- Đường số 4 qua cửa khẩu Tây Trang,
- Đường số 6 qua cửa khẩu Na Mèo,

- Đường số 7 qua cửa khẩu Nặm Căn,
- Đường số 8 qua cửa khẩu Keo Nửa,
- Đường số 12 qua cửa khẩu Mu Gia
- Đường số 9 qua cửa khẩu Lao Bảo
- Đường số 18B qua cửa khẩu A Tô Pư - Kon Tum.

Các tuyến đường thông sang phía Tây (Thái Lan) từ Bắc xuống Nam có những đường đi qua các cửa khẩu như sau:

- Bến Phà Huôi Xai (Bo Kẹo),
- Cửa khẩu Bo Ten (Xay Nha Bu Ly),
- Cầu hữu nghị Lào - Thái và bến phà Tha Na Leng (Thủ đô Viêng Chăn)
- Bến cảng Pắc Xăn (Bo Ly Khăm Xay),
- Bến phà -cảng Tha Khệc (Khăm Muộn),
- Bến phà - cảng Xa Va Na Khệt
- Đường số 10 (Chăm Pa Sắc)

Các tuyến đường thông sang phía Bắc (Trung Quốc):

Qua cửa khẩu Bo Tên (Luông Nam Tha)

Qua cửa khẩu Lan Tuy (Phông Xa Ly)

Tuyến đường thông sang phía Nam (Căm pu chia) có cửa khẩu Vươn Khăm.

Ngoài ra còn có sân bay quốc tế "Vạt Tay" có thể giao lưu với nhiều nước trong khu vực và thế giới.

2.3.6 Xây dựng phương án vận chuyển

**** Xây dựng phương án vận chuyển đường bộ***

Các chương trình du lịch đi Lào dành cho du khách Hải Dương với điểm khởi hành từ Hải Dương 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 Lào có các tuyến đường thông sang phía Đông Việt Nam từ Bắc xuống Nam có những đường đi qua các cửa khẩu như sau:

- Đường số 4 qua cửa khẩu Tây Trang,

- Đường số 6 qua cửa khẩu Na Mèo,
- Đường số 7 qua cửa khẩu Nặm Cắn,
- Đường số 8 qua cửa khẩu Keo Nửa,
- Đường số 12 qua cửa khẩu Mu Gia
- Đường số 9 qua cửa khẩu Lao Bảo
- Đường số 18B qua cửa khẩu A Tô Pư - Kon Tum.

Điểm xuất phát của các chương trình du lịch đường bộ khởi hành từ Hải Dương có thể khai thác từ tính thuận lợi của các tuyến đường giao thông sau:

- Tuyến đường 7: Hải Dương → Thanh Hoá → Diễn Châu (Nghệ An) → Cửa khẩu Nặm Cắn – Xiên Khoảng (Thị trấn Phong Sa Li) → Thủ đô Viêng Chăn và tỏa đến các điểm du lịch khác (hoặc Cố đô Luông Phrabang).

- Tuyến đường 8: Hải Dương → Thanh Hoá → Diễn Châu (Nghệ An) → Hương Sơn → Cửa khẩu Cầu Treo (Hà Tĩnh) → Lạc Xao → Thủ đô Viêng Chăn và đến các điểm du lịch phụ cận.

- Tuyến đường 9: Hải Dương → Thanh Hoá → Vinh → Hà Tĩnh → Quảng Bình → Quảng Trị → Cửa khẩu Lao Bảo → Savanakhet → Thà Khẹt → Thủ đô Viêng Chăn và các điểm du lịch phụ cận.

Các tuyến du lịch dành cho du khách khởi hành từ Hải Dương căn cứ trên đặc thù của giao thông và sự 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. Ta có thể sử dụng dịch vụ vận dụng các tuyến xe Open đã được khai thác từ lâu cho chặng hành trình Hải Dương – Viêng Chăn

Hiện nay vận chuyển liên vận Việt Lào hành trình khứ hồi Hải Dương – Viêng Chăn 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 Hyundai Space mang biển số Lào, được đăng kiểm tại Lào, nhưng vốn đầu tư lại của người Việt. Bởi Lào có chính

sách thông thoáng trong việc nhập khẩu xe ô tô, thuế xuất nhập khẩu thường rất thấp, thậm chí có những loại hình phương tiện, thuế nhập khẩu của Lào là 0%, mua một chiếc xe tại Việt Nam có thể mua được 2 chiếc xe có chất lượng tương đương tại Lào.

Đồng thời, nhu cầu người Việt sinh sống và buôn bán tại Viêng Chăn lớn, nên việc vận chuyển hàng hóa, hành khách nhiều. Mỗi ngày lượng xe khách chất lượng cao xuất phát từ Hải Dương đi Viêng Chăn và ngược lại từ Viêng Chăn về Hải Dương có số lượng từ 5 – chuyên, chủ yếu xuất phát từ bến xe nước ngầm và đi theo đường quốc lộ 8, qua cửa khẩu Quốc tế Cầu Treo.

Giá của việc vận chuyển khá rẻ cho hành trình Hải Dương – Viên Chăn (khoảng ~ 800 km) là 400.000 – 450.000 đ/hành trình.

Thời gian vận chuyển cho hành trình này là 18h, du khách khởi hành từ Hải Dương vào 16h00 hôm trước, khoảng 2 – 3h chiều ngày hôm sau có mặt tại thủ đô Viêng Chăn và có thể khởi động cho các chương trình du lịch từ thủ đô Viêng Chăn của Lào đi Luông Phrabang, Udonthani, Vang Viêng.....

Du khách đi lẻ đường bộ có thể đi theo đường 7, hoặc đường 9 với các phương tiện giao thông công cộng khởi hành từ Hải Dương. Theo đường 7, vào tối thứ 6 hàng tuần, xe của xí nghiệp vận chuyển hành khách số 14 khởi hành từ bến xe nước Ngầm đi theo đường 7 qua cửa khẩu Nậm Cắn, đến thị xã Phong Sa Vẳn, tỉnh Xiêng Khoảng. Từ đây du khách có thể đi tham quan di tích lịch sử Cánh Đồng Chum 1, 2, 3 và đi cố đô Luông Phrabang, đi Vang Viêng, và về thủ đô Viêng Chăn.....

Theo đường quốc lộ số 9 khởi hành từ Hải Dương, du khách có thể sử dụng các xe Open tour của các công ty Hưng Thành, Hưng Long, Hoàng Long..., đi Đông Hà (Quảng Trị) hoặc Huế và từ đây khởi hành đi theo đường 9, qua cửa khẩu Lao Bảo đến Thà Khẹt, Sanavakhet, Viêng Chăn... Và thực hiện các chương trình du lịch từ Viêng Chăn.

Tại thủ đô Viêng Chăn của Lào, phương tiện vận chuyển đường bộ khá phát triển, có sự đầu tư của các doanh nghiệp vận chuyển của Thái Lan và Việt

Nam, có sự ưu đãi của chính phủ Lào trong vấn đề nhập khẩu, giá phương tiện vận chuyển rẻ nên chất lượng vận chuyển khá tốt. Hàng ngày có các hành trình từ Viêng Chăn đi các địa phương, các điểm du lịch của Lào và Thái Lan. (Qua cửa khẩu Hữu Nghị Lào – Thái, qua Udonthani và về Bangkok)

Cùng với đó là các hãng vận chuyển chuyên nghiệp, các doanh nghiệp lữ hành tại Viêng Chăn, 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 Viêng Chăn, tham quan Viêng Chăn và các điểm du lịch khác.

** Xây dựng phương án vận chuyển đường hàng không*

Từ Hải Dương di chuyển lên Hà Nội sau đó vận chuyển bằng đường hàng không từ Hà Nội đi Viêng Chăn và Luông Phrabang, có 2 hãng hàng không có chuyến bay khởi hành hàng ngày là Vietnamairline và Laoairline.

Đường hàng không tại Lào được Đảng và Nhà nước Lào 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 Lào 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 Viêng Chăn còn có các tuyến đường không nội địa do hãng hàng không Lào đảm nhiệm với 14 sân bay đi đến các tỉnh trong cả nước. 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 Triệu Voi. 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.

2.3.7. Xây dựng phương án lưu trú, ăn uống

** Xây dựng phương án lưu trú*

Hiện nay, mặc dù về số lượng và chất lượng và số lượng các cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch còn nghèo nàn, chủ yếu tập trung tại các trung

tâm lớn như Viên Chăn, Luông Phrabang, nhưng đã đáp ứng được phần nào nhu cầu của du khách khi đến tham quan đất nước Lào.

Trong quá trình xây dựng chương trình du lịch đi Lào, đối với các chương trình du lịch khởi hành từ Hải Dương, 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 Lào – xứ sở Triệu Voi.

Chương trình khởi hành qua tuyến đường 7: Hải Dương → Thanh Hoá → Diễn Châu (Nghệ An) → Cửa khẩu Nậm Cắn – Xiêng Khoảng (Thị trấn Phong Sa Lì) → Thủ đô Viêng Chăn và tỏa đến các điểm du lịch khác (hoặc Cố đô Luông Phrabang)

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

Tại Xiêng Khoảng

Phonesavan Hotel

Ban Phonsavan Nua, tỉnh Xiêng Khoảng

Điện thoại: (856-61) 312 206.

Phouxang Hotel

Ban Phonsavan, tỉnh Xiêng Khoảng.

Điện thoại: (856-61) 312 097.

Phouphadeng Hotel

Ban Phonsavan, tỉnh Xiêng Khoảng.

Điện thoại: (856-61) 312 897.

Mali Hotel

Ban Phonsavan, Pak Quận, tỉnh Xiêng Khoảng

Điện thoại: (856-61) 312 031. Fax: (856-61) 312 395.

* Chương trình khởi hành tuyến đường 8: Hải Dương → Thanh Hoá → Diễn Châu (Nghệ An) → Hương Sơn → Cửa khẩu Cầu Treo (Hà Tĩnh) → Lạc Xao → Thủ đô Viêng Chăn và đến các điểm du lịch phụ cận.

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

Tại Lạc Xao

Khammouan Hotel

Setthathirath Street, Quận Thakhek, Lạc Xao.

Điện thoại: (856-51) 212 216. - Fax: (856-51) 212 370.

* Chương trình khởi hành tuyến đường 9: Hải Dương → Thanh Hoá → Vinh → Hà Tĩnh → Quảng Bình → Quảng Trị → Cửa khẩu Lao Bảo → Savanakhet → Thà Khẹt → Thủ đô Viêng Chăn và các điểm du lịch phụ cận.

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

Tại Savanakhet

Nam Hải Phật Hotel

Latsavongseuk Street, Khanthabuly huyện, tỉnh Savannakhet.

Điện thoại: (856-41) 212 371. Fax: (856-41) 212 916.

Dokpheksavanh Hotel

Chaimuong Street, Khanthabuly huyện, tỉnh Savannakhet.

Điện thoại: (856-41) 212 189.

Hungthip Hotel

Phetsarath Street, Khanthabuly huyện, tỉnh Savannakhet.

Điện thoại: (856-41) 212 262. Fax: (856-41) 212 860.

Phonepaseuth Hotel

Santisouk Street, Khanthabuly huyện, tỉnh Savannakhet.

Điện thoại: (856-41) 212 158. Fax: (856-41) 212 916.

Phonevilay Hotel

Phetsalath Street, Khanthabuly huyện, tỉnh Savannakhet.

Điện thoại: (856-41) 212 284.

Đối với phương án vận chuyển và đờng bộ và cả đờng hàng không, 2 điểm du lịch chính của Lào hiện nay đang đờng nhiều du khách quan tâm là thủ đô Viêng Chăn và Cố đô Luông Phrabang, cơ sở lưu trú tại 2 trung tâm du lịch đã đáp ứng đờng nhu cầu của du khách quốc tế và du khách Hải Dương về chất lượng và số lượng.

Cơ sở lưu trú tại Viêng Chăn:

Châu Á Pavilion Hotel

379 Samsenthai Road, Chanthabouly Quận, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 212 430-2, 222 890. - Fax: (856-21) 213 085.

E-mail: reservations@asianpavillionlao.com

Website: www.asianpavillionlao.com

Aroon Hotel

Saylom Road, Hatsadi Village, Chanthabouly Quận, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 263 023, 263 024. - Fax: (856-21) 263 025.

Aroon Residence Hotel

Saylom Road, Hatsady Nua, Chanthabouly Quận, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 263 023-4. Fax: (856-21) 263 025.

E-mail: booking@aronnresidence.com - www.aronnresidencehotel.com

B & P Hotel

Khounboulom Road, Chùa Long Village, Chanthabouly Quận, Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 241 694, 241 066. Fax: (856-21) 240 916.

E-mail: b&photel@hotmail.com

Boutchadakhm Hotel

Dongpalane đường, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 452 053-4. Fax: (856-21) 412 729.

Chaleunxay Hotel

P. O. Box 1099, Khouvieng Road, Chanthabouly Quận, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 243 350, 243 376. Fax: (856-21) 243 345.

Beau Rivage Mekong Hotel

Fa Ngum Road, Ban Seetarn Nua, P. O. Box 9.015, Thủ đô Viêng Chăn.

Điện thoại: (856-21) 243 350, 243 376. Fax: (856-21) 243 345.

E-mail: contact@hbrm.com - Website: www.hbrm.com

Cơ sở lưu trú tại Luông Phrabang:

Lê Phouvao Residence Hotel

P.O. Box: 50, Phouvao Street, Ban Naviengkham, Luang Prabang.

Điện thoại: (856-71) 212 194. Fax: (856-71) 212 534.

E-mail: lao@pansea.com Website: www.pansea.com

Manoluck Hotel

P. O. Box: 761, Phouvao Road, Pongkham Village, Luang Prabang.

Điện thoại: (856-71) 212 250, 212 509. Fax: (856-71) 212 508.

E-mail: booking@manoluckhotel.com - www.manoluckhotel.com

Luangprabang Hotel

P. O. Box: 774, Sisavangvong Road, Pakham Village, Luang Prabang.

Điện thoại: (856-71) 212 264. Fax: (856-71) 212 804.

E-mail: info@ancientluangprabang.com

- www.ancientluangprabang.com

Mouangluang Hotel

779, Bounkhong Street, Ban Thatluang, Quận Luangprabang, Luang Prabang.

Điện thoại: (856-71) 212 791. Fax: (856-71) 212 790.

Mekong View Hotel

183, Mekong Riverside Road, Xieng Thong Village, Luang Prabang.

Điện thoại: (856-71) 254 900, 254 910. Fax: (856-71) 254 890.

E-mail: mekongview@gmail.com Website: www.mekong-view.com

Muongxua Hotel

Phouvao Street, Ban Pongkham, Quận Luangprabang, Luang Prabang tỉnh.

Điện thoại: (856-71) 212 263. Fax: (856-71) 212 263.

**** Xây dựng phương án ăn uống***

Tại các điểm du lịch của Lào dịch vụ ăn uống, vẫn mang tính nhỏ lẻ, quy mô nhà hàng chưa lớn, và đặc biệt chưa phản ánh được về văn hóa ẩm thực của Lào.

Hiện nay, các nhà hàng tại các điểm du lịch phục vụ cho du khách tại Lào trên các chặng hành trình chủ yếu mang tính chất nhỏ lẻ của các hộ kinh doanh,

chưa có những nhà hàng lớn đáp ứng được nhu cầu của du khách. Các điểm dừng trên đối với các chương trình đường bộ trên quốc lộ 7, 8, 9 như Lạc Xao, Pạc xan, Sanavakhet, Phong Xa Vắn... dịch vụ ăn uống phục vụ cho du khách vô cùng thiếu, các nhà hàng chuyên nghiệp chỉ có ở 2 trung tâm du lịch chính của Lào là Viêng Chăn và Luông Phrabang.

Chính vì thế, cần 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 tại 2 sân bay quốc tế là Wattay và Luông Phrabang, là 2 trung tâm du lịch của Lào, số lượng nhà hàng khá đảm bảo, đầy đủ phong cách, sẽ 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

Do Hải Dương không có sân bay quốc tế nên khách di lịch sẽ đi ô tô lên Hà Nội và khởi hành bằng đường bay từ Hà Nội, kết hợp đường bộ một lượt

Chương trình 01: Hải Dương – Cố đô Luông Phrabang – Xiêng Khoảng –Cánh đồng Chum

Thời gian : 05 ngày 04 đêm

Phương tiện : Máy bay Laoairline + ô tô máy lạnh suốt tuyến

Ngày 01: Hải Dương - Cố đô Luông Phrabang

Ngày 02: Tham quan Cố đô Luông Phrabang

Ngày 03: Cố đô Luông Phrabang – Xiêng Khoảng

Ngày 04: Tham quan Xiêng Khoảng – Cánh đồng Chum

Ngày 05: Xiêng Khoảng – Luông Phrabang – Hải Dương

Chương trình 02: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai – Udonthani –BangKok –Pattaya (Liên tuyến Lào Thái, đi về đường bay)

Thời gian: 6 ngày 5 đêm

Phương tiện: Máy bay Bangkok – Hải Dương; Hà Nội – Viêng Chăn

Ngày 01: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn

Ngày 02 : Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai

Ngày 03: Tham quan Bangkok

Ngày 04: Bangkok – Pattaya

Ngày 05: Pattaya – Coral Island - Bangkok

Ngày 06: Bangkok – Hải Dương

Chương trình 03: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai

Thời gian: 3 ngày 2 đêm

Phương tiện: Máy bay + Ô tô máy lạnh suốt tuyến

Ngày 01: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn

Ngày 02 : Tham quan Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai

Ngày 03: Thủ đô Viêng Chăn – Hải Dương

Chương trình 04: Hải Dương - Cố đô Luông Phrabang

Thời gian : 03 ngày 02 đêm

Phương tiện: Máy bay Laoairline hoặc Vietnamairline+ô tô máy lạnh suốt tuyến

Ngày 01: Hải Dương - Cố đô Luông Phrabang

Ngày 02: Tham quan Luông Phrabang

Ngày 03: Bảo tàng cung đình cố đô Luông Phrabang – Hải Dương

Chương trình 05: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai –

Luông Phrabang

Thời gian: 5 ngày 4 đêm

Phương tiện: Máy bay + Ô tô máy lạnh suốt tuyến

Ngày 01: Hải Dương – Thủ đô Viêng Chăn

Ngày 02: Tham quan Thủ đô Viêng Chăn – Nong Khai

Ngày 03: Thủ đô Viêng Chăn – Vang Viêng –Luông Phrabang

Ngày 04: Tham quan Luông Phrabang

Ngày 05: Bảo tàng cung đình cố đô Luông Phrabang – Hải Dương

B. Các chương trình khởi hành bằng đường bộ từ Hải Dương.

Tour đường 7

Chương trình 06: Hải Dương – Nậm Cắn – Xiêng Khoảng – Cảnh đồng Chum - Viêng Chăn – Udonthani – Bangkok – Pattaya

Thời gian : 08 ngày /09 đêm

Phương tiện : ô tô máy lạnh suốt tuyến, Chặng Udonthani - Bangkok xe giường nằm

Đêm 01: Hải Dương – Diễn Châu

Ngày 01: Diễn Châu – Xiêng Khoảng

Ngày 02: Tham quan Xiêng Khoảng

Ngày 03: Xiêng Khoảng – Viêng Chăn

Ngày 04: Viêng Chăn – Udonthani – Bangkok

Ngày 05: Tham quan Bangkok

Ngày 06: Bangkok – Pattaya

Ngày 07: Pattaya – Bangkok – Mukdahan

Ngày 08: Mukdahan – Lao Bảo – Đông Hà

Ngày 09: Đông Hà – Hải Dương

Chương trình 07: Hải Dương – Nậm Cắn – Xiêng Khoảng – Cảnh đồng Chum

Thời gian : 03 ngày /03 đêm

Phương tiện : ô tô máy lạnh suốt tuyến

Đêm 01: Hải Dương – Diễn Châu

Ngày 01: Diễn Châu – Xiêng Khoảng

Ngày 02: Tham quan Xiêng Khoảng

Ngày 03: Xiêng Khoảng – Vinh – Hải Dương

Tour đường 8

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

Với các chương trình du lịch đưa vào phục vụ khách du lịch tác giả sử dụng chương trình tiêu biểu để tìm phương pháp xây dựng giá thành cho chương trình du lịch đi Lào.

Chương trình phổ biến đi theo đường quốc lộ 8: Hải Dương - Vinh – Hà Tĩnh - Cầu Treo - Lạc Xao – Viêng Chăn – Udonthani (Thời gian : 06 ngày /05 đêm, phương tiện: 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 Dương

Bảng 2.1. Bảng tính chi phí theo các khoản mục của chương trình du lịch Hải Dương – Vinh – Hà Tĩnh – Cầu Treo – Lạc Xao – Viêng Chăn – Udonthani (6 ngày, 5 đêm)

Đơn vị tính: Nghìn đồng

TT	Nội dung chi phí	Phí biến đổi (VC)	Phí cố định (FC)
1	Vận chuyển (Ô tô)		24,840.00
2	Khách sạn (Ngủ)	22,900.00	
3	Ăn uống	21,320.00	
4	Vé tham quan	4,400.00	
5	Phí hướng dẫn		4,300.00
6	Visa – hộ chiếu	-	
7	Lệ phí XNC	1,408.00	
8	Phí đập đất Lào	2,200.00	
9	BHDL	1,200.00	
10	Chi phí khác	2,400.00	
	Tổng chi phí	55,828.00	29,140.00

Ghi chú:

- Tổng chi phí dịch vụ trong nước: **38.500.000đ**

Tổng chi phí dịch vụ trong nước tính cho 1 khách

= vận chuyển thuê trong nước + HDV tiếng việt = (21.000.000đ + 2.100.000đ)/20 khách \approx **1.150.000 đ**

- Tổng chi phí dịch vụ tại nước ngoài: **46.468.000đ**

Áp dụng công thức tính giá thành

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

Tổng chi phí tính cho cả đoàn khách: $Zcd = VC \times Q + FC$ 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: $Zcd = 55.828.000đ + 29.140.000 = 84.968.000đ$

z khách = $Zcd/Q = 84.968.000đ / 20 = 4.248.000đ$

(Bảng chữ: Bốn triệu hai trăm bốn mươi tám 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 = **223 USD** (Áp dụng tính tỷ giá USD, 19.000 đ/1 USD)

2.4.9. Xác định giá bán của chương trình du lịch đi Lào

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 lý, 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:

- $C_b = 10\%$ giá thành = $10\% \times 223 \text{ USD} \approx \mathbf{23 \text{ USD}}$ (*Chi phí bán bao gồm hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuếch trương*)

- $C_k = 10\%$ giá thành = $15\% \times 223 \text{ USD} \approx \mathbf{23 \text{ USD}}$ (*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*)

- $P = 15\%$ giá thành = $15\% \times 223 \text{ USD} \approx \mathbf{33 \text{ USD}}$ (*lợi nhuận*)

$T = 10\%$ dịch vụ trong nước + 0% dịch vụ tại nước ngoài = $10\% \times 1.150.000đ + 0 = \mathbf{115.000 đ} \approx \mathbf{6 \text{ USD}}$ (*Thuế GTGT tạm tính*)

Ta có giá bán 1 khách cho chương trình **Hà Nội – Vinh – Hà Tĩnh – Cầu Treo – Lạc Xao – Viên Chăn – Udonthani** (06 ngày /05 đêm)

$$\begin{aligned} G &= Z + C_b + C_k + P + T \\ &= \mathbf{223 \text{ USD} + 23 \text{ USD} + 23 \text{ USD} + 33 \text{ USD} + 6 \text{ USD}} \\ &= \mathbf{308 \text{ USD}} \text{ (*Ba trăm linh tám đô la mỹ*)} \end{aligned}$$

Trong thực tế hiện nay, trong việc xây dựng chương trình du lịch Outbound nói chung và chương trình du lịch đi Lào 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....

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 tiến hành nghiên cứu nhằm xây dựng chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương. Nội dung nghiên cứu sát thực đi từ nghiên cứu thực lực của công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng đến nhu cầu của thị trường Hải Dương, Chương trình được xây dựng phù hợp với thị trường khách nghiên cứu, kì vọng giúp cho công ty cổ phần Du lịch Nữ Hoàng không chỉ tạo ra sản phẩm du lịch mới mà còn khẳng định thương hiệu của mình trên thị trường.

CHƯƠNG 3

TỔ CHỨC BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐI LÀO DÀNH CHO THỊ TRƯỜNG KHÁCH HẢI DƯƠNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH NỮ HOÀNG

3.1. Đảm bảo các điều kiện để khai thác chương trình du lịch đi Lào.

3.1.1. Điều kiện về các thủ tục pháp lý

Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng được thành lập tại Hải Dương với số giấy phép 0800357182. Hình thức hoạt động độc lập với công ty có trách nhiệm báo cáo thuế với cơ quan quản lý địa phương và tuân thủ các thủ tục pháp lý của các cơ quan quản lý về chức năng, nhiệm vụ.

Về ngành nghề kinh doanh của công ty bao gồm:

- Kinh doanh khách sạn và dịch vụ Du lịch, vận chuyển hành khách
- Kinh doanh vận tải, du lịch lữ hành nội địa và quốc tế
- Dịch vụ tư vấn giới thiệu việc làm.
- Vận tải hành khách du lịch, vận tải hành khách theo hợp đồng
- Dịch vụ du lịch, nhà vườn, khu sinh thái và các dịch vụ phục vụ khách

du lịch khác.

Về lĩnh vực kinh doanh chính hiện nay của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng là kinh doanh vận chuyển du lịch, kinh doanh lữ hành, Công ty đã được Tổng cục Du lịch Việt Nam – Bộ Văn Hóa – Thể Thao – Du Lịch cấp giấy phép, lữ hành quốc tế số giấy phép 0800357182.

Như vậy trên thực tế với điều kiện trên, chi nhánh công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng đầy đủ các điều kiện về pháp lý trong việc triển khai, khai thác các chương trình du lịch dành cho du khách Việt Nam đi nước ngoài, ở đây xây dựng và khai thác kinh doanh chương trình du lịch đi Lào dành cho khách Hải Dương.

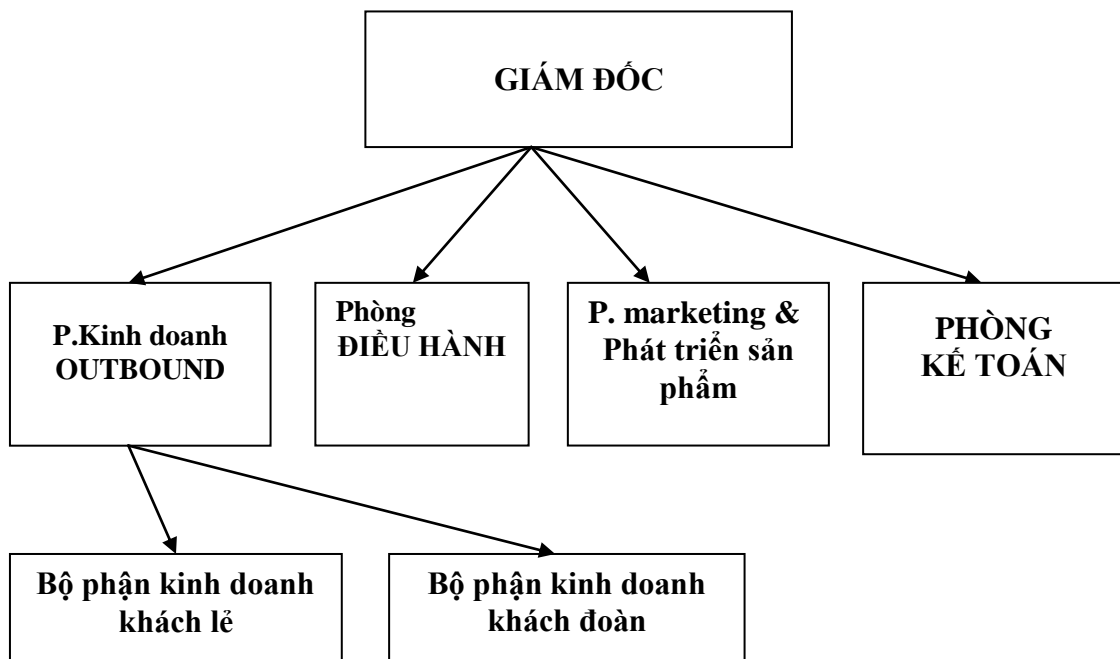
3.1.2. Điều kiện về tổ chức và nhân lực

Hiện nay chi nhánh công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng có hình thức hoạt động độc lập được xây dựng bộ máy hoạt động riêng. Với mô hình kinh doanh hiện tại, công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng 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 2009 – nay, chi nhánh công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng với mục tiêu xây dựng thương hiệu tại thị trường Hải Dương 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 Nữ Hoàng đi Lào tại thị trường Hải Dương chi nhánh công ty cổ phần du lịch cần bổ sung thêm nguồn nhân lực có chuyên môn về sản phẩm mới, chương trình du lịch Lào cũng như bố trí lại cơ cấu bộ máy hoạt động như sau:

Hình 3.1. Sơ đồ tổ chức bộ máy Công ty cổ phần Du lịch Nữ Hoàng



3.2. Tổ chức hoạt động xúc tiến hỗn hợp bán các chương trình du lịch đi Lào

3.2.1. Xác định ngân sách xúc tiến

Trước khi quyết định thực hiện hoạt động xúc tiến ở mức độ nào và thực hiện ra sao thì Công ty cần xác định rõ nguồn ngân quỹ có thể sử dụng cho hoạt động đó. Có thể sử dụng nhiều cách xác định chi phí dành cho hoạt động xúc tiến hỗn hợp.

- Phương pháp tính “bằng tỷ lệ phần trăm tổng doanh số bán”: Sử dụng phương pháp này thì ngân sách cho xúc tiến hỗn hợp sẽ được tính bằng tỷ lệ phần trăm nhất định của tổng doanh số bán (trong năm hay dự kiến), hoặc của giá bán chương trình du lịch. Đối với chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng (chương trình mới, thương hiệu mới) thì tỷ lệ phần trăm giành cho xúc tiến hỗn hợp được xác định là khá cao (5- 6 % tổng doanh số bán). Với phương pháp này, ngân sách giành cho xúc tiến hỗn hợp gắn chặt với mức bán của công ty trong những thời kỳ khác nhau, ở đây hạn chế được tình trạng làm ăn thua lỗ mà chi phí cho xúc tiến vẫn ở mức cao hoặc chi phí xúc tiến quá thấp trong khi chương trình du lịch đang tiêu thụ được nhiều. Phương pháp này cũng cho thấy được mối liên hệ giữa chi phí xúc tiến, giá bán hàng với tổng lợi nhuận tính trên một chương trình du lịch. Theo đó, chi phí xúc tiến cho mỗi chương trình du lịch ở mức thấp thì giá bán chương trình du lịch đó có thể hạ xuống hoặc lợi nhuận có thể tăng lên và ngược lại.

Tuy nhiên, sự phụ thuộc của ngân sách xúc tiến vào những biến động của các chỉ tiêu tiêu thụ hàng năm sẽ gây trở ngại cho việc lập kế hoạch dài hạn. Phương pháp này không tạo ra những căn cứ logic để lựa chọn chỉ tiêu phần trăm cụ thể, chỉ trừ những trường hợp quyết định dựa trên sở kinh nghiệm quá khứ hay những hành động hiện tại của đối thủ cạnh tranh.

- Phương pháp tính “căn cứ vào quỹ tiền mặt”: Công ty trích một khoản tiền mặt để sử dụng cho hoạt động xúc tiến hỗn hợp. Tuy nhiên, nhận thấy nếu lượng tiền mặt của công ty thì hoạt động được thực hiện chủ động song bên cạnh

đó tiền mặt bỏ ra sử dụng thì không để ý đến ảnh hưởng của khuyến mãi đến khối lượng các chương trình du lịch được tiêu thụ. Kết quả là từ năm này qua năm khác mức ngân sách vẫn không được xác định, gây trở ngại cho việc lập kế hoạch kinh doanh dài hạn.

- Phương pháp tính “căn cứ vào mục tiêu và nhiệm vụ: Phương pháp này trước tiên nhận thấy là mang lại hiệu quả khi đánh giá, vì khi sử dụng nó xác định ngân quỹ thì sẽ bám sát vào mục tiêu và nhiệm vụ. Khi thực hiện đòi hỏi Công ty dựa trên cơ sở xác định những mục tiêu cụ thể; xác định những nhiệm vụ cần giải quyết để đạt được mục tiêu đó và đánh giá chi phí cho việc giải quyết những nhiệm vụ đó. Tổng tất cả các những chi phí đó là con số định hướng cho kinh phí dành cho xúc tiến. Việc thực hiện là rất khó khăn nhưng nếu thực hiện được thì nó là phương pháp đáng tin cậy.

Nhìn chung, các phương pháp xác định ngân quỹ đều có những ưu điểm và nhược điểm riêng, cho nên lựa chọn phương pháp phù hợp để ứng dụng cho từng giai đoạn và mang lại hiệu quả xúc tiến cao cho các chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương phụ thuộc vào sự nhạy bén cũng như chiến lược trong kinh doanh của những người đứng đầu công ty.

Hoạt động xúc tiến không chỉ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố về ngân sách, tính mới của chương trình du lịch đi Lào, mục tiêu và tham vọng truyền thông của công ty mà còn chịu ảnh hưởng bởi các hình thức thực tế tính thời vụ trong du lịch, mà công ty phải đổi mới cũng như việc xác định vị thế của công ty trên thị trường mục tiêu.

- Phương pháp cân bằng cạnh tranh: Nếu số tiền công ty bỏ ra nhiều hơn đối thủ cạnh tranh thì cũng là điều không mong muốn của công ty, nhất là những công ty nhỏ, lượng vốn đầu tư không cao, như vậy sử dụng phương pháp này là xác định mức ngân sách cho xúc tiến ngang bằng với mức chi phí của các đối thủ cạnh tranh. Nhưng mỗi doanh nghiệp sẽ hành khác nhau lại có các mức ngân sách giành cho xúc tiến khác nhau nên việc xác định là khó khăn và không ai có thể đảm bảo là mức ngân sách mà họ xác định là hợp lý và đáng tin cậy.

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

Cần áp dụng chính sách giá linh hoạt và hợp lí trong quá trình xúc tiến tiêu thụ sản phẩm.

- Một trong những chiến lược khi xúc tiến bán chương trình là các doanh nghiệp luôn áp dụng linh hoạt chính sách giá 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.

- Công ty cần đa dạng các loại giá. Nhu cầu của khách trên thị trường vô cùng phong phú nên cần đa dạng các loại giá 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 loại giá như: Giá từng phần, giá trọn gói, giá theo đoàn, giá đặt trước, giá tự chọn...

- 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 Lào 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 Lào 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).

Ngoài ra, cần sử dụng thêm các hoạt động khuyến mãi cho khách hàng khi mua sản phẩm chương trình du lịch đi Lào. 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 Lào (mũ, áo in hình du lịch Lào, tranh truyền thống của Lào, sách hướng dẫn du lịch Lào...). 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.

3.3. Tổ chức bán chương trình du lịch Lào

3.3.1. Lựa chọn kênh tiêu thụ

Trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm “chương trình du lịch Lào” chủ yếu thông qua hai loại kênh: kênh tiêu thụ trực tiếp và kênh tiêu thụ gián tiếp (kênh phân phối). Trên cơ sở nghiên cứu thị trường khách mục tiêu, việc kết hợp cả hai loại kênh trên được Công ty sử dụng để tiêu thụ sản phẩm là chương trình du lịch đi Lào dành cho khách tại thị trường Hải Dương.

Việc lựa chọn kênh phân phối là một trong những quyết định phức tạp mà ban lãnh đạo công ty phải tìm hiểu, nghiên cứu, xem xét, đánh giá thông qua, về nhu cầu khách hàng, tiềm lực công ty phải có sự thích ứng kịp thời. 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, huấn luyện và công ty sẽ phải xúc tiến với các đại lý. Ngoài ra, các quyết định về kênh phân phối đòi hỏi phải giao phó trách nhiệm lâu dài cho các công ty khác.

Trong chừng mực nào đó việc lựa chọn các kênh phân phối sẽ làm Công ty mất quyền kiểm soát đối với việc người ta bán chương trình cho ai và bán như thế nào. Vấn đề đặt ra là uy tín công ty sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng nếu như ta lựa chọn đối tác thiếu tin cậy, và quản lý không tốt. Tuy nhiên, việc sử dụng những trung gian sẽ đem lại những lợi ích nhất định.

Với tình hình hiện tại, công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng chưa có đủ nguồn tài chính để tiến hành việc marketing và bán hàng trực tiếp một cách đơn

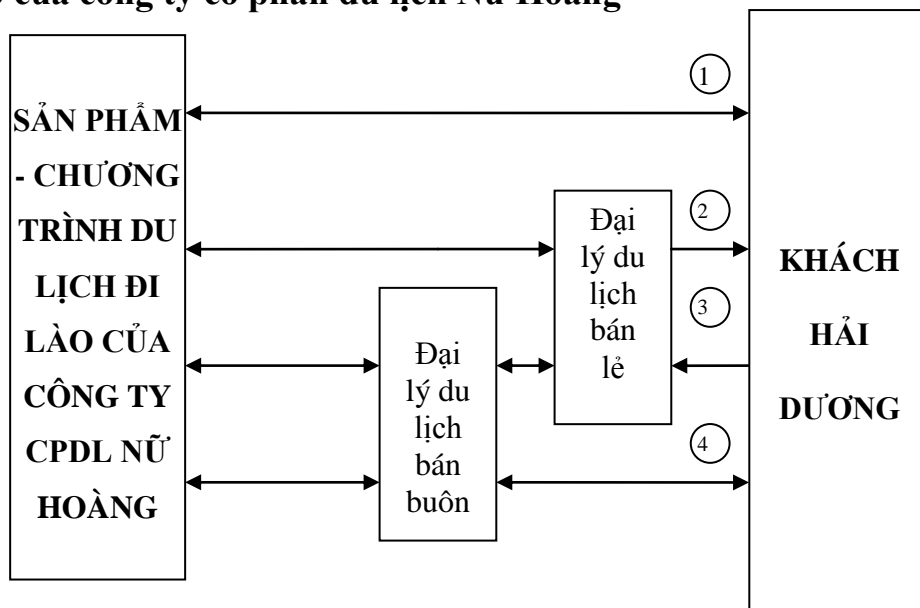
lẻ, độc lập. Ngay cả trong trường hợp, công ty có thể xây dựng cho mình những kênh phân phối riêng thì việc tiến hành bán lẻ cũng không đem lại lợi nhuận lớn hơn nếu tăng vốn đầu tư vào chính doanh nghiệp của mình.

Nguyên nhân thứ nhất là 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.

Nguyên nhân thứ hai là nhu cầu du lịch của người dân còn phụ thuộc nhiều vào vấn đề tài chính (thu nhập bình quân trên đầu người còn thấp: 735usd/người/năm), và nhu cầu đi du lịch chủ yếu theo mùa vụ (kì nghỉ, lễ tết). Nên Công ty chưa đủ nguồn lực để đầu tư dài hơi, đối với thị trường du lịch còn non trẻ như nước bạn Lào.

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 Lào 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...). Để công ty có kế hoạch dài hơi trong vấn đề chuẩn bị nguồn vốn, xây dựng cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp bài bản, đáp ứng nhu cầu phục vụ không chỉ khách hàng trong nước và quốc tế.

Hình 3.2. Hệ thống phân phối sản phẩm là chương trình du lịch đi Lào của công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng



Hoạt động tiêu thụ sản phẩm là chương trình du lịch đi Lào của Công ty được tiến hành kết hợp cả tiêu thụ trực tiếp và tiêu thụ qua các đại lý du lịch.

3.3.2. Tổ chức và quản lý hệ thống tiêu thụ chương trình du lịch đi Lào của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng:

*** Hệ thống tiêu thụ sản phẩm trực tiếp**

Tiêu thụ sản phẩm trực tiếp là sử dụng nguồn nhân lực của chính Công ty 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....

Không chỉ bán hàng cho khách tự khách tự tìm đến công ty mà cần phải chỉ động tiếp cận 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**

Xác định tính khả thi trước khi tiến hành xây dựng kênh phân phối. Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng là một công ty mới, hoạt động chủ yếu trên địa bàn Hải Dương 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. Để mang lại hiệu quả cao nhất thì Công ty đã đề ra chiến lược liên kết ngang cùng ngành.

Các quyết định về quản lý kênh:

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

- Đôn đốc những người tham gia kênh: Đây là việc làm thường xuyên của Công ty đối với các đại lý du lịch. Hơn hết, muốn đôn đốc là đại lý làm việc nghiêm túc cho mình Công ty cần đưa ra chính sách kích thích, ưu đãi trong hợp

đồng, chiết khấu % bán lẻ cao hơn, đưa ra những mức thưởng hấp dẫn khi vượt chỉ tiêu bán hàng.

- Đánh giá hoạt động của những người tham gia kênh: Tiến hành hoạt động này định kì giúp Công ty 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 sự ủng hộ của họ và vi phạm quy định đã được thỏa thuận.

3.4. Một số đề xuất đối với ban ngành quản lý trong việc hỗ trợ doanh nghiệp

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

- Đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh

Khi thủ tục xuất nhập cảnh được đơn giản hóa sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đi Lào. Chính vì vậy yếu tố này vô cùng quan trọng. Do các chương trình du lịch đi Lào không chỉ gói gọn trong khuôn khổ Lào mà thường mở rộng sang cả Thái Lan và Campuchia, 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 thực song phương vừa đảm bảo tạo điều kiện thuận lợi cho công dân các nước đi lại 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 Lào 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 Lào và nhập cảnh vào Việt Nam một cách nhanh chóng và thuận lợi. Tránh tình 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 Lào bằng đường không, đường thủy, đường bộ

Hiện nay, liên kết hàng không giữa hai nước Việt Nam và Lào đã được triển khai khá tốt thông qua việc mở thêm các tuyến bay nội liên 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 suất của các chuyến này.

Giao thông trên các tuyến đường bộ và đường thủy đến Lào 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 Lào, 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.

3.4.2. 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 điều 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 Lào nói riêng.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3 là chương cuối cùng của luận văn. Cũng chính là bước cuối cùng sau khi xây dựng chương trình du lịch, đó là tiến hành hoạt động bán chương trình du lịch đã xây dựng trước đó. Chương 3 chỉ ra những cách thức, hoạt động cần thiết và hữu ích để tiêu thụ chương trình du lịch một cách hiệu quả, đồng thời tạo được thương hiệu của Công ty cổ phần du lịch Nữ Hoàng trên thị trường Hải Dương nói riêng và trên cả nước nói chung.

KẾT LUẬN

Thị trường khách Hải Dương 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 thị trường khách Hải Dương 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 Dương đang tăng với số lượng ngày một lớn, đặc biệt trong vài năm trở lại đây. 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 Dương 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 Dương.

Lào 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 Lào như là điểm đến mới cho các chương trình du lịch hứa hẹn sẽ đem đến cho khách Hải Dương 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 Dương, 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 Dương

- Nghiên cứu, khảo sát và đánh giá được tiềm năng du lịch Lào trong việc thu hút khách du lịch nói chung và khách du lịch Hải Dương 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 Lào cho thị trường khách Hải Dương. Đồng thời đề

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

Tuy đã có nhiều cố gắng nhưng do quy mô luận văn còn hạn chế nên khóa luận mới chỉ nghiên cứu việc xây dựng và bán chương trình du lịch đi Lào cho thị trường khách Hải Dương của công ty cổ phần du Hải Dương 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 Dương cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu của các điểm du lịch ở hai nước lân cận là Campuchia và Thái Lan trong việc tổ chức xây dựng và bán các chương trình du lịch đi Lào kết hợp với các điểm đến hấp dẫn khác. Với những hạn chế này, em 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.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Hồng Chương (2003), Luận án Tiến sỹ Kinh tế, *Khai thác và mở rộng thị trường du lịch Quốc tế của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội*, Hà Nội.
2. Nguyễn Văn Đính (2000), *Một số giải pháp triển nguồn khách du lịch Hà Nội*, Đề tài khoa học cấp bộ, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
3. Nguyễn Văn Đính(2007),*Giáo trình nghiệp vụ lữ hành*,Nxb Đại học kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
4. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
5. Kotler, Philip (1994), *Marketing căn bản*, Lược dịch: Phan Thăng, Vũ Thị Phương, Giang Văn Chiến, Nxb Thống kê, Hà Nội.
6. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình quản trị và kinh doanh lữ hành*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
7. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam khóa XI (2005), *Luật du lịch*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
8. 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*, Hà Nội.
9. Tổng cục Du lịch (2001), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2010*, Hà Nội.
10. Tổng cục Du lịch (2003), *Đề án hợp tác 3 nước Campuchia – Lào – Việt Nam “Ba quốc gia – một điểm đến”*, Hà Nội.
11. 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.

VƯỜN TƯỢNG PHẬT



DU LỊCH ĐẠC – TRUNG



THAT LUÔNG



CÁNH ĐỒNG CHUM



VIENG – CHAN

