

**The Saigon International
University**



**Khóa luận
tốt nghiệp**

Thành phố Hồ Chí Minh – 2023

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

QUẢN TRỊ KINH DOANH

Chuyên ngành

QUẢN TRỊ DU LỊCH

Đề tài:

**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO
HIỆU QUẢ KINH DOANH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META**

Giảng viên hướng dẫn: Ths. NGUYỄN DUY HÙNG

Sinh viên: CAO MỸ PHƯƠNG

MSSV: 74011901728

Lớp: 19DDL



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt 4 năm theo học tại trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn em đã được học hỏi biết bao điều thú vị, hiểu biết thêm được thật nhiều kiến thức và giúp em có thêm những hành trang tự tin bước vào đời. Để có được những điều ý nghĩa như vậy em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn, các quý thầy cô trong ban lãnh đạo, phòng đào tạo, các thầy cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh, cùng các giảng viên bộ môn Quản Trị Du Lịch đang công tác tại trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn đã trang bị cho em những kiến thức trong suốt khoá học.

Đó là cơ sở để em có thể chọn và hoàn thành luận văn tốt nghiệp của mình. Đề tài “Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh du lịch nội địa tại Công Ty Cổ Phần Sự Kiện Và Du Lịch META.” Là nội dung em chọn để nghiên cứu và làm luận văn tốt nghiệp sau 4 năm theo học chuyên ngành Quản Trị Du Lịch tại trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn.

Để hoàn thành quá trình nghiên cứu và hoàn thiện luận văn này, lời đầu tiên em xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc tới Thầy Nguyễn Duy Hưng - giảng viên khoa Du Lịch trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn. Thầy đã tận tình chỉ bảo, hướng dẫn em trong suốt quá trình nghiên cứu để em có thể hoàn thành tốt bài khoá luận này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn ban lãnh đạo, nhân viên đang làm việc tại công ty META EVENT & TRAVEL cũng như toàn bộ các anh, chị đồng nghiệp đã giúp đỡ tận tình chỉ bảo và tạo điều kiện cung cấp cho em thông tin trong thời gian em làm bài khoá luận này.

Trong thời gian có hạn và lượng kiến thức còn hạn chế nên bài khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của thầy cô và các bạn giúp cho em hoàn thiện bài khoá luận này hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

CAO MỸ PHƯƠNG

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và Tên sinh viên: CAO MỸ PHƯƠNG MSSV: 74011901728 Lớp: 19DDL

Nhận xét chung:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Điểm BCTN:.....(Điểm số)

Viết bằng chữ:

.....

TP. HCM, Ngày Tháng Năm

Giảng viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

NGUYỄN DUY HÙNG

MỤC LỤC

<i>LỜI CẢM ƠN</i>	3
<i>NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN</i>	4
<i>MỞ ĐẦU</i>	9
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài	10
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu	10
2.1. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn	10
2.2. Nhiệm vụ thực hiện của luận văn	11
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	11
4. Phương pháp nghiên cứu	11
5. Tổng quan tình hình nghiên cứu đề tài	12
6. Kết cấu luận văn	13
<i>CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH</i>	<i>14</i>
<i>DOANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH</i>	<i>14</i>
1.1. Du lịch và kinh doanh du lịch	14
1.1.1. Quan niệm về du lịch	14
1.1.1.1. Quan niệm về du lịch	14
1.1.1.2. Khái niệm du lịch, khách du lịch và kinh doanh du lịch	14
1.2. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	16
1.2.1. Khái niệm và phân loại doanh nghiệp du lịch	16
1.2.1.1. Khái niệm doanh nghiệp du lịch	16
1.2.1.2. Phân loại doanh nghiệp du lịch	16
1.2.1.3. Vai trò của doanh nghiệp du lịch	16
1.2.2. Bản chất hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	16
1.2.3. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	17
1.2.3.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp	17
1.2.3.2. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng các nguồn lực	17
1.2.3.3. Một số chỉ tiêu khác	17

1.3. Nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	17
1.3.1. Vai trò của nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	17
1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	17
1.3.2.1. Nhóm các yếu tố khách quan	17
1.3.2.2. Nhóm các yếu tố chủ quan	18
1.4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh thường áp dụng trong doanh nghiệp du lịch	18
 <i>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META</i>	
<i>SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META</i>	<i>20</i>
2.1. Khái quát về Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META và các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.	20
2.1.1 Giới thiệu chung về công ty CP SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META	20
2.1.1.1 Tên giao dịch và logo của công ty	20
2.1.1.2 Ý nghĩa tên và logo Công Ty	20
2.1.2 Địa chỉ, điện thoại, email, website	21
2.2 Lịch sử hình thành, phát triển của Công Ty CP Sự kiện & Du Lịch META	21
2.3 Tầm nhìn và sứ mệnh của Công Ty CP Sự kiện & Du Lịch META	22
2.3.1 Tầm nhìn:	22
2.3.2 Sứ mệnh:	23
2.3.3 Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Meta Event & Travel	23
2.4 Cơ cấu tổ chức trong công ty	23
2.4.1 Sơ đồ tổ chức	23
2.4.2 Chức năng và nhiệm vụ của phòng ban	24
2.5 Phương thức kinh doanh	26
2.5.1. Các dịch vụ chính của công ty	26
2.5.2 Các dịch vụ khác:	27
2.5.3 Các sản phẩm chủ yếu:	27
2.6 Thị trường hoạt động	27
2.6.1 Đối tượng khách hàng	28

2.6.2	Khách lẻ:	28
2.6.3	Khách Đoàn:	28
2.6.4	Phương thức triển khai các hoạt động thiết kế, tiếp thị, bán và thực hiện các chương trình du lịch của công ty	29
2.6.4.1	Thiết kế:	29
2.6.4.2	Tiếp thị:	30
2.6.4.3	Bán sản phẩm:	30
2.6.4.4	Thực hiện chương trình du lịch:	31
2.7	Sơ lược về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian qua	31
2.7.1	Hoạt động kinh doanh của Meta Event & Travel trong năm 2022	31
	Tháng Doanh Thu Năm 2022	31
2.7.2	Định hướng phát triển trong tương lai	33
2.7.3	Chương trình du lịch của công ty	34
2.7.3.1	Đặc điểm tour, các bước xây dựng tour trọn gói	34
2.7.3.2	Phương pháp xây dựng, thiết kế sản phẩm du lịch của công ty Meta Event & Travel.	35
2.7.3.3	Công tác tuyên truyền quảng cáo	37
2.8	Đánh giá hoạt động kinh doanh lữ hành nội địa tại Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META	38
2.8.1	Điểm Mạnh	38
2.8.2	Hạn chế	39
<i>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CÔNG TY META EVENT & TRAVEL.</i>		40
3.1.	Mục tiêu và phoịơng hịơng kinh doanh của Ocean Tours	40
3.2.	Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của	40
3.3.	Một số kiến nghị với Nhà nịơc và các cơ quan hữu quan	43
	Tiêu kết chịơng 3	43
<i>KẾT LUẬN</i>		44
<i>TÀI LIỆU THAM KHẢO</i>		45

MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.7 1: Thống kê hoạt động kinh doanh của Công Ty Meta Event & Travel giai đoạn 2022 – 2023	29
Bảng 2.7 2: Thống kê số lượng khách phục vụ năm 2021 - 2023	30

MỤC HÌNH ẢNH

Bảng 2.7.1

Tháng	Tháng Doanh Thu Năm 2022
Tháng 1	984.625.830
Tháng 2	765.596.000
Tháng 3	596.448.158
Tháng 4	79.438.498
Tháng 5	41.852.930
Tháng 6	1.918.468.527
Tháng 7	2.189.632.290
Tháng 8	2.461.585.400
Tháng 9	795.415.400
Tháng 10	45.846.800
Tháng 11	58.814.780
Tháng 12	79.212.492

Bảng 2.7.2

Năm	Khách Du Lịch Nội Địa	Khách Việt Nam Du Lịch Nước Ngoài
2022	9825	383

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài

Sự kiện Việt Nam tham gia vào WTO đã và đang tạo ra một môi trường cạnh tranh khắc nghiệt cho tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế nói chung và du lịch - một lĩnh vực kinh tế tổng hợp nói riêng. Kinh doanh du lịch liên quan đến hầu hết các ngành kinh tế - xã hội do vậy áp lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch là vô cùng to lớn.

Trong đường lối, chính sách phát triển kinh tế đất nước, tạo điều kiện thúc đẩy cho ngành du lịch phát triển là một nội dung được Nhà nước đặc biệt chú trọng. Xác định được những điểm yếu còn tồn tại, điểm mạnh hiện có, Nhà nước đã và đang tìm ra những chính sách hợp lý để phát triển ngành du lịch quốc gia. Trong đó, nhiệm vụ hàng đầu được đặt ra là làm sao để các doanh nghiệp du lịch trong nước phát huy được nguồn lực của mình để hoạt động kinh doanh được diễn ra hiệu quả nhất.

Kết quả kinh doanh có lãi và tối đa hoá lợi nhuận luôn luôn là mục tiêu sống còn của các doanh nghiệp. Lợi nhuận đạt được khi và chỉ khi hoạt động kinh doanh diễn ra hiệu quả. Chú trọng vào nghiên cứu các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là hoạt động mấu chốt để doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả.

Bắt đầu khởi nghiệp năm 1999, trong hơn 12 năm tham gia vào thị trường du lịch, tuy đã đạt được một số thành tích nhất định, nhưng hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META còn nhiều hạn chế. Qua nghiên cứu thực tiễn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, tác giả nhận thấy việc đưa ra những giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp là việc làm quan trọng và cần thiết đối với doanh nghiệp.

Do vậy tác giả mạnh dạn chọn đề tài “Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META” để thực hiện luận văn thạc sỹ.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn

- Nêu nên được hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và khách sạn, các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch.

- Tìm ra được những ưu điểm, hạn chế trong hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần sự kiên và du lịch META. Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. Nhiệm vụ thực hiện của luận văn

- Phân tích hệ thống các chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch.
- Đánh giá tầm quan trọng của nâng cao hiệu quả kinh doanh trong một doanh nghiệp cụ thể.
- Triển khai áp dụng vào Công ty cổ phần sự kiên và du lịch META. cùng với việc nghiên cứu thực trạng và đưa ra giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Dưới góc độ nghiên cứu khoa học du lịch, đối tượng nghiên cứu của đề tài là hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch. Cụ thể Luận văn nghiên cứu thực tiễn kinh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, rút ra đánh giá ưu điểm và nhược điểm của doanh nghiệp, từ đó nêu ra được những giải pháp cụ thể để nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp đó.

Về phạm vi nghiên cứu bao gồm:

Phạm vi về nội dung: Luận văn chú trọng tìm hiểu hiệu quả kinh doanh của hai lĩnh vực chính trong hoạt động kinh doanh du lịch là kinh doanh lữ hành và kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Phạm vi về không gian: Nghiên cứu thực tiễn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch có quy mô vừa và nhỏ về vốn cũng như số lượng nhân viên. Nghiên cứu hai lĩnh vực kinh doanh chính của doanh nghiệp là kinh doanh lữ hành và kinh doanh khách sạn.

Phạm vi về thời gian: Luận văn chỉ tiến hành nghiên cứu dựa trên số liệu của các năm từ năm 2022 đến 2023. Nhưng đây cũng là giai đoạn rất quan trọng trong chặng đường phát triển của doanh nghiệp.

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn đã vận dụng cơ sở lí luận của phương pháp duy vật biện chứng và lịch sử trong quá trình triển khai nghiên cứu đề tài. Ngoài ra, tác giả còn sử dụng một số phương pháp cụ thể khác: phương pháp tiếp cận hệ thống; phương pháp thu thập số liệu thông qua

các tài liệu tham khảo sách, báo, bài viết trên mạng, tài liệu của Sở Văn hóa Thể thao và du lịch Hà Nội; ngoài ra còn sử dụng phương pháp thống kê, phân tích, so sánh và suy luận logic để tổng hợp số liệu, dữ kiện đồng thời kết hợp với phương pháp khảo sát thực tế và thu thập ý kiến chuyên gia.

5. Tổng quan tình hình nghiên cứu đề tài

Nghiên cứu vấn đề hiệu quả kinh doanh du lịch, nước ta đã có rất nhiều công trình nghiên cứu lớn đặc biệt chuyên sâu và được coi như là cẩm nang cho những nhà nghiên cứu sau này. Trong nhiều công trình nghiên cứu phải kể đến cuốn sách Giáo trình kinh tế du lịch của hai tác giả đồng chủ biên và cũng là hai chuyên gia hàng đầu về Kinh tế du lịch của Việt Nam là GS.TS Nguyễn Lâm Đỉnh và PGS.TS Trần Minh Hòa. Ngoài ra, cuốn sách giáo trình kinh tế du lịch – khách sạn của tác giả Đinh Thị Thu cũng góp phần cụ thể hóa vấn đề lý luận và áp dụng vào lĩnh vực cụ thể là kinh doanh khách sạn.

Triển khai cơ sở lý luận từ hai công trình nêu trên, rất nhiều thế hệ tác giả đã áp dụng vào nghiên cứu các phạm vi nhỏ lẻ của lĩnh vực du lịch, vào một đơn vị kinh doanh cụ thể và có những đóng góp mang tính thực tiễn cho chính đơn vị kinh doanh cụ thể.

Đối với một doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh hiệu quả là vấn đề sống còn. Luận văn đi vào nghiên cứu lý luận trên cả hai lĩnh vực của du lịch là lữ hành và cơ sở lưu trú, và phạm vi nghiên cứu lại là ở trong một doanh nghiệp cụ thể kinh doanh cả hai lĩnh vực này.

Dù chỉ nghiên cứu trong phạm vi không gian hẹp tại một doanh nghiệp nhưng luận văn cũng có những đóng góp khoa học nhất định, cụ thể là:

- Thống kê một cách khoa học các vấn đề lý luận liên quan đến đối tượng nghiên cứu của đề tài.
- Giải thích và trình bày một cách rõ ràng và dễ hiểu nội dung các vấn đề nghiên cứu và giúp tác giả nghiên cứu khác có thể sử dụng như một tài liệu tham khảo.
- Về ý nghĩa thực tiễn, luận văn có thể được sử dụng như một tài liệu tham khảo và đóng góp vào việc đưa ra những quyết định, những chính sách ngắn hạn và chiến lược dài hạn cho Công ty cổ phần sự kiên và du lịch META. Hơn nữa, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch khác cũng có thể tham khảo nghiên cứu để áp dụng những ý kiến hữu ích vào thực tiễn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình.

6. Kết cấu luận văn

Ngoài phần các phần Lời mở đầu; Kết thúc; Danh mục tham khảo; Phụ lục, kết cấu luận văn được thực hiện như sau:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận về nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch.

Chương 2: Thực trạng hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

1.1. Du lịch và kinh doanh du lịch

1.1.1. Quan niệm về du lịch

1.1.1.1. Quan niệm về du lịch

Bởi sự bùng nổ nhanh chóng trong thời gian ngắn, sự tác động lan tỏa đến mọi lĩnh vực của đời sống, xã hội, du lịch ngày nay được quan niệm là một hiện tượng xã hội, một ngành kinh tế và là một ngành công nghiệp mang tính xã hội sâu sắc.

1.1.1.2. Khái niệm du lịch, khách du lịch và kinh doanh du lịch

a) Khái niệm du lịch

- Du lịch là sự di chuyển và lưu trú qua đêm tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú nhằm mục đích phục hồi sức khỏe, nâng cao tại chỗ nhận thức về thế giới xung quanh, có hoặc không kèm theo việc tiêu thụ một số giá trị tự nhiên, kinh tế, văn hóa và dịch vụ do các cơ sở chuyên nghiệp cung ứng.
- Du lịch là một lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu nảy sinh trong quá trình di chuyển và lưu trú qua đêm tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú với mục đích phục hồi sức khỏe, nâng cao nhận thức tại chỗ về thế giới xung quanh.

b) Khái niệm khách du lịch

Các định nghĩa về khách du lịch luôn tồn tại một số điểm tương đồng và những điểm khác nhau nhưng nhìn chung chúng đề cập đến 3 khía cạnh :

- Thứ nhất, đề cập đến động cơ khởi hành (có thể là đi tham quan, nghỉ dưỡng, thăm người thân, kết hợp kinh doanh... trừ động cơ lao động kiếm tiền).
- Thứ hai, đề cập đến yếu tố thời gian (đặc biệt chú trọng đến sự phân biệt giữa khách tham quan trong ngày và khách du lịch là những người nghỉ qua đêm hoặc có sử dụng một tối trọ).
- Thứ ba, đề cập đến những đối tượng được liệt kê là khách du lịch như dân di cư, khách quá cảnh...

c) Khái niệm kinh doanh du lịch

Kinh doanh là quá trình tổ chức sản xuất lưu thông mua bán hàng hóa trên thị trường nhằm đảm bảo hiệu quả kinh tế và xã hội.

Kinh doanh du lịch cũng được coi như mọi loại hình kinh doanh khác thực hiện hợp đồng, thanh quyết hợp đồng.

Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 quy định các lĩnh vực kinh doanh du lịch gồm: Kinh doanh lữ hành, kinh doanh cơ sở lưu trú, kinh doanh vận chuyển khách du lịch, kinh doanh dịch vụ thông tin du lịch, kinh doanh các dịch vụ khác. Do phạm vi nghiên cứu của đề tài chỉ tập trung vào hai lĩnh vực kinh chính là kinh doanh lữ hành và kinh doanh cơ sở lưu trú nên ở phần lý luận này, luận văn cũng chỉ đề cập đến một số vấn đề liên quan đến hai lĩnh vực này.

- Khái niệm kinh doanh lữ hành

Kinh doanh lữ hành (Tour operators business) là việc thực hiện các hoạt động nghiên cứu thị trường, thiết lập các chương trình du lịch trọn gói hay từng phần, quảng cáo và bán các chương trình này trực tiếp hay gián tiếp qua các trung gian hay văn phòng đại diện, tổ chức thực hiện chương trình và hướng dẫn du lịch. Các doanh nghiệp lữ hành đương nhiên được phép tổ chức mạng lưới lữ hành.

- Khái niệm kinh doanh cơ sở lưu trú

Kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch là loại hình kinh doanh làm nhiệm vụ tổ chức, đón tiếp, phục vụ nội trú, ăn uống, vui chơi, giải trí và bán hàng cho khách du lịch.

Đặt trong tổng thể kinh doanh du lịch, kinh doanh cơ sở lưu trú là công đoạn phục vụ khách du lịch để họ hoàn thành chương trình du lịch đã lựa chọn.

1.1.2. Đặc điểm kinh doanh du lịch

- Đặc điểm về sản phẩm du lịch
- Đặc điểm khách hàng trong kinh doanh du lịch
- Đặc điểm hoạt động kinh doanh du lịch
- Đặc điểm về mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng trong kinh doanh du lịch
- Đặc điểm về nguồn nhân lực trong kinh doanh du lịch

1.2. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

1.2.1. Khái niệm và phân loại doanh nghiệp du lịch

1.2.1.1. Khái niệm doanh nghiệp du lịch

Theo luật doanh nghiệp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, doanh nghiệp du lịch là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh

doanh theo quy định của pháp luật Việt Nam nhằm mục đích thực hiện hoạt động kinh doanh du lịch.

1.2.1.2. Phân loại doanh nghiệp du lịch

- a. Phân loại theo hình thức sở hữu
- b. Phân loại theo lĩnh vực kinh doanh
- c. Phân loại theo quy mô

1.2.1.3. Vai trò của doanh nghiệp du lịch

- a. Vai trò đối với khách hàng
 - Tiết kiệm được thời gian, tiền bạc, công sức, có nghĩa là chi phí thấp hơn nhưng kết quả lại cao hơn so với việc du khách tự tổ chức một chuyến đi du lịch, một kỳ nghỉ cho họ.
 - Tăng cường giao lưu, mở rộng các mối quan hệ. Cung cố tri thức, học hỏi được thêm nhiều kinh nghiệm trong cuộc sống.
 - Chủ động trong chi tiêu du lịch.
- b. Vai trò đối với nhà cung ứng

Thông qua các doanh nghiệp du lịch, các nhà sản xuất hàng hóa dịch vụ như các hãng vận chuyển, kinh doanh khách sạn, nhà hàng, các khu vui chơi giải trí, cơ sở dưỡng bệnh tiêu thụ được khối lượng lớn các sản phẩm dịch vụ, đảm bảo được việc tiêu thụ sản phẩm một cách có kế hoạch, thường xuyên và ổn định. Từ đó giúp các nhà sản xuất chủ động hơn trong kế hoạch của các hoạt động kinh doanh sản xuất, tập trung nguồn lực đúng lúc, đúng thời điểm, tránh lãng phí và đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như hàng hóa sản xuất ra.

1.2.2 Bản chất hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

Bản chất của hiệu quả kinh doanh nói chung, hiệu quả kinh doanh du lịch nói riêng là trình độ sử dụng các nguồn lực trong hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp du lịch hay nói cách khác là sử dụng một cách tiết kiệm nhất các nguồn lực trong kinh doanh của doanh nghiệp du lịch.

1.2.3. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

Để đánh giá hiệu quả kinh tế trong du lịch có thể sử dụng rất nhiều chỉ tiêu. Để tạo tính logic, luận văn sẽ nghiên cứu một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế chung cho mọi loại hình kinh doanh, sau đó trình bày một số chỉ tiêu đặc trưng cho kinh doanh du lịch bao gồm hai lĩnh vực chủ yếu là lưu trú và lữ hành.

1.2.3.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp

- a. Chỉ tiêu sức sản xuất kinh doanh
- b. Chỉ tiêu sức sinh lợi

1.2.3.2. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng các nguồn lực

- a. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn
- b. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động
- c. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật

1.2.3.3. Một số chỉ tiêu khác

- a. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế cho lĩnh vực kinh doanh lưu trú
- b. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế cho lĩnh vực kinh doanh lữ hành

1.3. Nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

1.3.1. Vai trò của nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

Đối với bản thân doanh nghiệp du lịch: Hiệu quả kinh doanh xét về mặt tuyệt đối chính là lợi nhuận thu được. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đóng vai trò quyết định trong sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Đối với người lao động: Hiệu quả kinh doanh là động lực thúc đẩy kích thích người lao động hăng say làm việc, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình.

1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

1.3.2.1. Nhóm các yếu tố khách quan

- a. Yếu tố vĩ mô -

Giá cả thị trường

- Điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội
- Chế độ chính sách của Nhà nước và hệ thống Pháp luật - Sự cạnh tranh trên thị trường

b. Yếu tố vi mô - Khách hàng

- Thị trường
- Nhà cung cấp
- Đối thủ cạnh tranh

1.3.2.2. Nhóm các yếu tố chủ quan

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp du lịch
- Đội ngũ lao động trong doanh nghiệp

- Cơ cấu tổ chức và phương pháp quản lý của doanh nghiệp

Các nhân tố trên tác động đến hiệu quả kinh tế theo các hướng khác nhau nhưng chúng có một mối liên hệ và tác động qua lại với nhau. Do vậy, việc đánh giá một cách đúng đắn và khai thác triệt để các tác động có lợi của những yếu tố này là điều kiện hết sức quan trọng để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh thường áp dụng trong doanh nghiệp du lịch

- Nhóm các giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh: Một là, Hoàn thiện chiến lược kinh doanh; Hai là, Chủ động xây dựng kế hoạch huy động vốn và đầu tư hiệu quả; Ba là, Xây dựng chính sách sản phẩm; Bốn là, Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường và thu hút khách hàng; Năm là, Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động.
- Nhóm các giải pháp nhằm tiết kiệm chi phí bao gồm: Xây dựng định mức chi phí; Kiểm tra giám sát thực hiện tiết kiệm chi phí; Khuyến khích và gắn trách nhiệm vật chất.

Tiểu kết chương 1

Nâng cao hiệu quả kinh doanh góp phần quan trọng vào nâng cao sức cạnh tranh và khả năng tồn tại, phát triển của mỗi doanh nghiệp. Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù rất chuyên sâu trong lĩnh vực kinh tế. Khi nghiên cứu vấn đề này, người nghiên cứu cần có một cái nhìn tổng thể về các khái niệm liên quan, tập hợp được hệ thống các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh cũng như phân tích được các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh tổng hợp, các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng các nguồn lực, đặc biệt là các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh đặc trưng của kinh doanh cơ sở lưu trú và kinh doanh lữ hành là cơ sở lý luận cơ bản để luận văn triển khai các nội dung ở Chương 2 sao cho nội dung nghiên cứu giải quyết được các mục tiêu của Luận văn đã được nêu ra trước đó. Bên cạnh đó, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch cũng là nội dung vô cùng quan trọng. Nội dung này phản ánh những tiềm lực, cơ hội và thách thức mà doanh nghiệp đang sở hữu và đối diện. Khi đã có một cơ sở lý luận và thực tiễn chuẩn xác về năng lực của doanh nghiệp, từ đó doanh nghiệp sẽ đưa ra được những giải pháp mang tính khả thi cao để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META

2.1. Khái quát về Công ty cổ phần sự kiện và du lịch META và các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.

2.1.1 Giới thiệu chung về công ty CP SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META

2.1.1.1 Tên giao dịch và logo của công ty

- Tên giao dịch tiếng Việt
CÔNG TY CỔ PHẦN SỰ KIỆN VÀ DU LỊCH META
- Tên giao dịch tiếng Anh
META EVENT AND TRAVEL JOINT STOCK COMPANY
- Tên công ty viết tắt
META EVENT AND TRAVEL JSC
- Logo của công ty
Logo chính thức:



2.1.1.2 Ý nghĩa tên và logo Công Ty

META là viết tắt của 4 chữ cái đầu tiên các mảng kinh doanh chính của công ty:

- M – MICE: Du lịch kết hợp hội nghị hội thảo, đây là lĩnh vực chính mà công ty hướng đến.
- E – EVENT: Tổ chức sự kiện chuyên nghiệp
- T – Travel/ Team building: Tour du lịch trong và ngoài nước, tổ chức team building.
- A – Advertisement: Quảng cáo, cùng với thương mại là những mảng mà công ty sẽ hoàn thiện và mở rộng kinh doanh trong tương lai.

- Chữ M cách điệu, cùng với đó là những Vòng Kết Nối. Thể hiện cho sự gắn kết, kết nối với nhau giữa các thành viên trong tổ chức, cùng vượt qua tất cả các khó khăn, vượt tất cả mọi giới hạn để phát triển và hoàn thiện.
- 3 Vòng kết nối thể hiện cho Niềm Tin – Hy Vọng – May Mắn. Đặc biệt thể hiện sự hợp tác Win Win giữa Khách Hàng – Đối Tác – META Event & Travel - Màu Đỏ tượng trưng cho sự mạnh mẽ, luôn hướng đến chiến thắng, thành công.
- Màu Đen thể hiện cho những cá tính, sự táo bạo, quyết đoán.
- Nền Màu Trắng thể hiện cho sự minh bạch, tôn trọng, hợp tác.

2.1.2 Địa chỉ, điện thoại, email, website -

Địa chỉ:

Địa chỉ trụ sở chính: 240/2/2 Phạm Văn Chiêu, Phường 9, Quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh.

Văn phòng: 1135 Phạm Văn Bạch, Phường 12, Quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh.

- Liên hệ:

Hotline: 0902.896.489 – 0976.552.558

Email: hi@metaeventtravel.vn

Web: <http://metaeventtravel.vn/>

2.2 Lịch sử hình thành, phát triển của Công Ty CP Sự kiện & Du Lịch META

Năm 2021 là năm cả thế giới phải chao đảo vì những biến thể mới của virus SARS – COV 2, ngày càng nguy hiểm khó lường. Du lịch Việt Nam phải gánh chịu những tổn thất vô cùng nặng nề do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Số lượng khách du lịch nội địa và quốc tế giảm mạnh đã kéo theo doanh thu cho các cơ sở lưu trú và lữ hành cũng sụt giảm nghiêm trọng. Đứng trước những khó khăn chồng chất, ngành Du lịch đã nỗ lực triển khai nhiều giải pháp ứng phó để tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, người lao động trong ngành.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp cũng kịp thời chuyển đổi từ khai thác thị trường quốc tế sang tập trung khai thác và phát triển du lịch nội địa, nhờ đó trở thành giải pháp cứu cánh trong giai đoạn dịch bệnh.

Bằng quyết tâm mãnh liệt và niềm đam mê du lịch lữ hành luôn thôi thúc, đã khiến những thành viên nòng cốt của Công Ty Cổ Phần Sự Kiện Và Du Lịch META vẫn quyết định khai sinh ngôi nhà du lịch của mình.