

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA SEN
KHOA: NGÔN NGỮ VÀ VĂN HÓA HỌC

---o0o---

BÁO CÁO

THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Đề tài:

***Đánh giá tiềm năng
và thực trạng kinh doanh tại
Công Ty Cổ Phần Du Lịch Châu Thổ***

Tên cơ quan thực tập	: Công Ty Cổ Phần Du Lịch CHÂU THỔ
Thời gian thực tập	: 18/3/2013 đến 23/6/2013
Người hướng dẫn	: NGUYỄN VĂN KHÔI – Tổng Giám Đốc
Sinh viên thực hiện	: TRẦN NGỌC TRÂM
Lớp	: DL101A
MSSV	: 103760

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến đơn vị tiếp nhận thực tập - Công Ty Cổ Phần Du Lịch CHÂU THỒ. Là sinh viên còn ngồi tại ghế nhà trường tôi nhận thấy mình còn thiếu rất nhiều kinh nghiệm, kiến thức và các định hướng cho công việc trong tương lai. Không ngần ngại trong việc đó, Công Ty đã tạo cho tôi rất nhiều cơ hội để tôi có thể tiếp cận nhanh chóng trong môi trường làm việc tại đây. Hơn thế nữa, Công Ty còn là sợi dây liên kết giữa kiến thức sách vở và công việc thực tế, nhất là sự hướng dẫn nhiệt tình của anh Nguyễn Văn Khởi (Tổng Giám Đốc) đã giúp tôi hoàn thành tốt công việc được giao.

Và cuối cùng tôi xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô giảng viên trường Đại Học Hoa Sen. Xin chân thành cảm ơn các thầy cô đã tạo điều kiện cho tôi khi ngồi tại ghế nhà trường cũng như khi tiếp xúc với môi trường doanh nghiệp.

Xin chân thành cảm ơn!

ĐÁNH GIÁ NHẬN XÉT THỰC TẬP

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Xác nhận của công ty thực tập

Chữ ký của người nhận xét

TP. HCM, Ngày tháng năm 2013

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	ii
ĐÁNH GIÁ NHẬN XÉT THỰC TẬP	iii
MỤC LỤC	iv
DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ HÌNH ẢNH	v
TRÍCH YẾU	1
NHẬP ĐỀ	2
NỘI DUNG BÁO CÁO.....	3
I. GIỚI THIỆU CÔNG TY	3
1. Giới thiệu sơ lược về công ty.	3
2. Lịch sử hình thành, chức năng và nhiệm vụ.....	5
3. Lĩnh vực hoạt động.....	7
4. Sơ đồ cơ cấu tổ chức	9
II. NHẬT KÝ THỰC TẬP.....	10
III. NỘI DUNG THỰC TẬP.....	10
1. Giới thiệu bộ phận thực tập.....	26
2. Nội dung đề tài	27
2.1 Tình trạng kinh doanh du lịch Inbound tại thị trường TPHCM.	27
2.2 Tổng quan về thực trạng của công ty	28
2.2.1 Xác định vị trí doanh nghiệp trên thị trường.....	28
2.2.2 Thực trạng về nguồn khách.....	30

2.2.3 Hình thức kinh doanh.....	33
2.2.4 Chiến lược kinh doanh.....	36
2.2.5 Kết quả hoạt động kinh doanh 2011 - 2012 và 6 tháng đầu năm 2013.....	37
2.2.6 Một số kiến nghị nhằm phát triển kinh doanh lữ hành công ty Châu Thổ.....	40
IV. NHẬN XÉT BẢN THÂN	42
V. KẾT LUẬN	43
VI. NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN	44

DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ HÌNH ẢNH

Hình 1: Website công ty <http://www.waterbuffalotours.com/>

Hình 2: Mẫu Card của công ty.

Hình 3: Trang của công ty trên website Tripadvisor

Hình 4: Một bình luận của du khách trên website Tripadvisor dành cho công ty

Hình 5: Sơ đồ tổ chức công ty

Hình 6: Khách ăn trưa tại Gò Công.

Hình 7: Khách đi tàu qua sông Mekong

Hình 8: Khách nghe anh Khởi thuyết minh tại biển Tân Thành – Gò Công

Hình 9: khách đạp xe tại Gò Công

Hình 10: Vé máy bay của khách bị sai tên.

Hình 11: Mẫu bảng đón sân bay của công ty

Hình 12: Bình luận của Tiến Sỹ Gerry Samson trên Tripadvisor sau 5 lần du lịch cùng công ty Châu Thổ

Hình 13: Biểu đồ thể hiện quốc tịch của du khách năm 2012

Hình 14: Sơ đồ quy trình kinh doanh du lịch tại công ty Châu Thổ

Hình 15: Bình luận của khách trên trang web Tripadvisor

Hình 16: Biểu đồ so sánh số lượng khách đoàn năm 2011-2012

Hình 17: Biểu đồ số lượng khách đoàn 6 tháng đầu năm 2013

TRÍCH YẾU

Bạn là một sinh viên, chắc hẳn bạn luôn có tâm trạng bồn chồn, lo lắng khi đặt chân vào doanh nghiệp. Chính vì thế mà việc thực tập tại doanh nghiệp ngay từ khi còn ngồi ở ghế nhà trường là việc hết sức cần thiết.

Với mục đích mang lại cho mình sự năng động tự tin hơn trong công việc tôi đã tìm cho mình một công việc phù hợp với ngành nghề của mình, đó là công việc “Đặt dịch vụ” tại Công Ty Cổ Phần Du Lịch Châu Thổ. Công việc đã giúp tôi có cơ hội được hội nhập với doanh nghiệp, trở thành một nhân viên thực thụ. Và quan trọng hơn hết là tôi đã tìm ra được định hướng công việc phù hợp với bản thân.

NHẬP ĐỀ

Trường Đại Học Hoa Sen là cái nôi đào tạo ra nhiều sinh viên ưu tú cho rất nhiều ngành nghề ở các lĩnh vực khác nhau. Sinh viên Hoa Sen luôn được các doanh nghiệp và nhà tuyển dụng đánh giá cao và biết đến là những người luôn năng động, sáng tạo và tiếp cận với môi trường làm việc khá nhanh.

Là một sinh viên sau khi hoàn tất 2 năm học tại trường Đại Học Hoa Sen, tôi rất may mắn khi được nhận vào thực tập tại Công Ty Cổ Phần Du Lịch CHÂU THỒ. Doanh nghiệp là một nơi có môi trường làm việc rất tốt. Chính môi trường đó đã cho tôi cơ hội có được cái nhìn chính xác hơn về kiến thức nghiệp vụ của mình, là nơi mà tôi được thử sức với bản thân và vận dụng kiến thức sách vở vào thực tế. Đặc biệt là các trường hợp khó khăn đã giúp cho tôi rèn luyện bản thân mình và học hỏi được nhiều kinh nghiệm. Thực tập tại doanh nghiệp là nền tảng cho tôi để tôi có thêm hành trang cho những kỳ học tập tiếp theo.

Để thực hiện được những mục tiêu đó, tôi đã đặt cho mình các mục tiêu sau:

- ✓ Tiếp cận và hiểu rõ về lĩnh vực hoạt động và mô hình hoạt động của công ty.
- ✓ Hệ thống lại các kiến thức đã học thông qua quá trình làm việc.
- ✓ Tìm ra cách làm việc phù hợp với bản thân để có thể hoàn thành công việc hiệu quả và đúng thời gian quy định.
- ✓ Giao tiếp ứng xử đúng đắn với các đồng nghiệp và cấp trên.
- ✓ Định hướng đúng đắn cho công việc sau này.
- ✓ Kết hợp giữa kiến thức sẵn có và kinh nghiệm trong quá trình làm việc.

I. GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH CHÂU THỎ

1. Giới thiệu sơ lược về công ty.



C T Y C Ö P H Ä N D U L I C H C H Ä U T H Ö

- Tên doanh nghiệp: Công Ty Cổ Phần Du Lịch CHÂU THỎ
(CHAU THO TRAVEL J.S.C)
- Giám đốc: Ông Nguyễn Văn Khởi
- Địa chỉ: 84/7 Nguyễn Thị Nhỏ, phường 9, quận Tân Bình, TP.HCM
- Tel: (84 8) 3866 3558
- Giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế số: 79 - 060 TCDL-GPLHQT
- Website: www.waterbuffalotours.com
- Tax code: 0309530771
- Ngày thành lập: 30/10/2009



Hình 1: Website của công ty <http://www.waterbuffalotours.com/>



Hình 2: Mẫu Card của công ty.

2. Lịch sử hình thành, chức năng và nhiệm vụ.

Theo phong tục của một số nước Châu Á, mỗi một năm sẽ có một con vật đại diện cho năm đó tương ứng với 12 con giáp. Theo đó, công ty chúng tôi được thành lập vào năm 2009 là năm của con Trâu Nước. Chính vì thế mà cái tên Water Buffalo (Trâu Nước) được ra đời trong niềm đam mê của những người thành lập công ty với mong muốn cá nhân hóa việc đi du lịch của du khách đồng thời cũng cung cấp những hành trình và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng. Cùng vào thời điểm đó, việc ra mắt chính thức Website <http://www.waterbuffalotours.com/>, cũng là một điểm nhấn hết sức quan trọng trong việc vận hành một công ty dịch vụ du lịch trực tuyến. Với đối tượng hầu hết là người nước ngoài hoặc Việt Kiều có thể sử dụng tiếng Anh. Chúng tôi luôn đánh giá cao công tác tiếp thị bằng cách truyền miệng chính vì thế công ty luôn cam kết sẽ mang lại những dịch vụ tốt nhất mà khách hàng mong muốn. Bên cạnh đó, việc tiếp thu các nhận xét, góp ý từ phía khách hàng để phát triển ngày càng mạnh mẽ các sản phẩm độc đáo sẽ là một niềm vinh hạnh cho công ty.

Ý tưởng thành lập một công ty cung cấp dịch vụ du lịch cho các nước Đông Dương (Việt Nam, Lào, Campuchia) đã được ấp ủ từ năm 1994 khi Việt Nam có những bước chuyển đầu tiên cho một ngành công nghiệp mới. Khởi đầu là một hướng dẫn viên du lịch và sau đó là một người quản lý hướng dẫn viên cho một công ty du lịch của Úc là Travel Indochina trước khi sang sinh sống tại Úc từ năm 2000-2005, niềm đam mê dành cho ngành du lịch trong tôi dường như là “một sức hút không thể cưỡng lại với tôi”. Năm 2006, tôi quay trở về Sài Gòn và tiếp tục làm việc cho công ty Travel Indochina cho đến khi kết thúc công việc vào đầu năm 2008 khi tôi là một Giám Đốc Điều Hành.

Khoảng một năm sau đó tôi bắt đầu tự thiết kế và dẫn một đoàn khách gồm có một cặp đôi người Canada và một anh chàng người Úc đến từ Melbourne tham quan đồng bằng sông Cửu Long trong 1 ngày. Tôi tạo nên sự độc đáo cho hành trình của mình bằng cách tránh đi các con đường mà những tour khác thường đi (Quốc lộ 1). Thay vào đó tôi sử dụng những con đường nông thôn nhỏ hơn, đi qua những ngôi làng ở Cần Giuộc, Cần Đước và Gò Công. Chúng tôi đã đạp xe qua những con đường tuyệt đẹp khi hai bên đường là những đồng lúa được chắn bằng những hàng dừa xanh ngắt nằm trong ngôi làng Tân Hòa và Tân Thanh. Thỉnh thoảng xuất hiện vài con Trâu lang thang dọc theo những đồng lúa bát ngát, tôi lại kể cho họ nghe thêm nhiều về các câu chuyện về làng quê này, về cách mà lớn lên cùng với bốn con Trâu nước của gia đình tại chính cái nơi mà tôi sinh ra và sau đó là cuộc đối thoại vô cùng sinh động về những con Trâu Nước làm cho cuộc hành trình càng thêm ý nghĩa. Sau cuộc trò chuyện về những chú Trâu khi băng qua những con đường làng thì hoạt động kế tiếp của chúng tôi là đi thuyền vượt một đoạn nhỏ của Sông Cửu Long để tìm hiểu về cuộc sống của người dân sinh sống hai bên

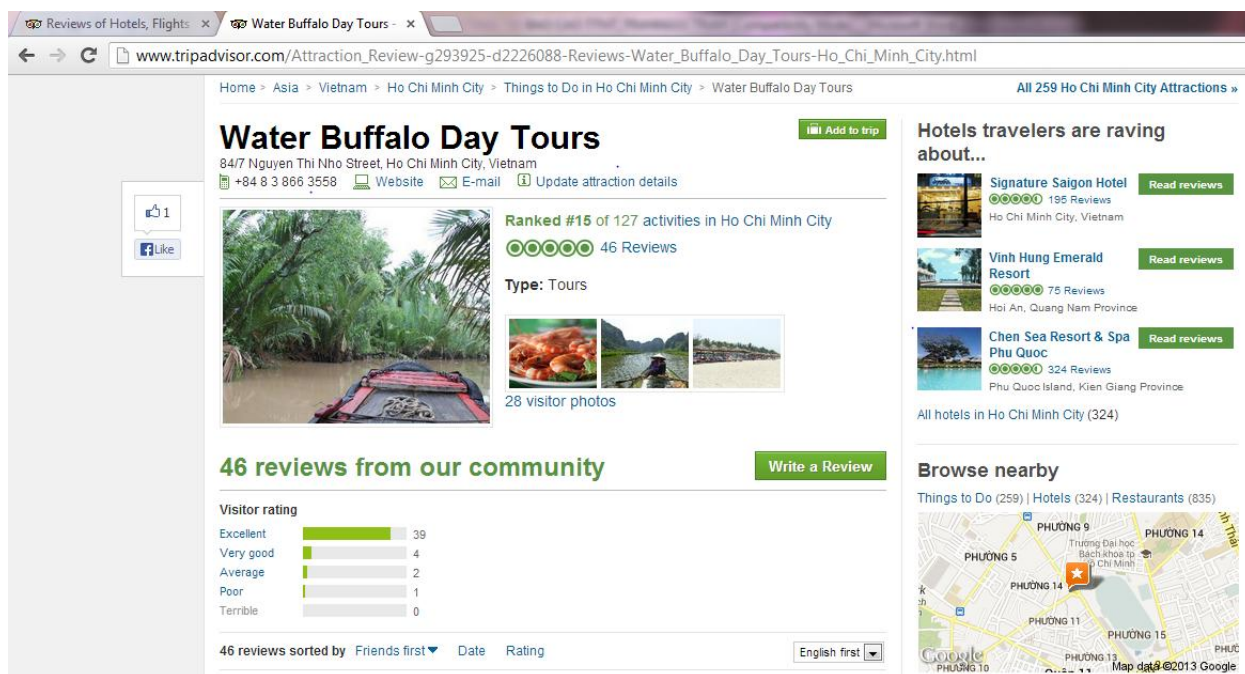
dòng sông này và kết thúc tại Bến Tre. Kết thúc hành trình của ngày hôm nay, các các vị khách từ phương xa đã đưa cho tôi một câu hỏi khá hóc búa đó là : Tại sao lại gọi là Trâu Nước? Trâu Nước và Trâu thường khác nhau như thế nào?” Tôi trả lời họ bằng cách cho họ thấy được Trâu Nước làm việc chăm chỉ thế nào, nó thông minh, trung thành và có ý nghĩa với người dân đồng bằng sông Cửu Long. Bên cạnh đó cái cách mà nó yêu nước, cách mà nó di chuyển thật nhanh trong nước là yếu tố chính để làm nên sự nổi bật này. Trên đường về lại Sài Gòn họ thúc dục tôi với mong muốn được trải nghiệm các tour du lịch khác độc đáo như cái tour mà họ đã tham gia trong ngày hôm nay. Họ muốn được cưỡi Trâu Nước băng qua sông Cửu Long. Đó là những lời đã ở trong tâm trí tôi đến tận bây giờ và mãi mãi!

(Trích: Lời kể của người sáng lập công ty – Nguyễn Văn Khởi)

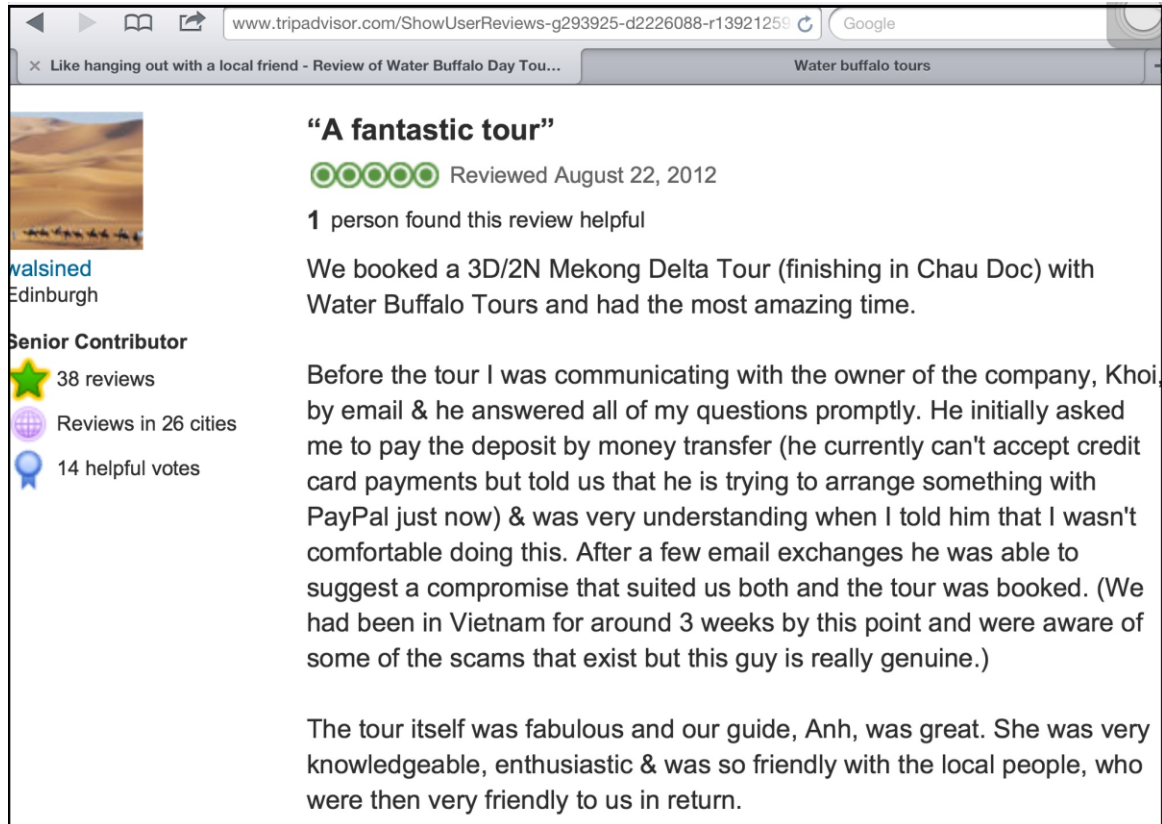
3. Lĩnh vực hoạt động.

Là đơn vị chuyên tổ chức các Tour du lịch hoặc cung cấp các dịch vụ du lịch chất lượng cao dành cho đối tượng là khách quốc tế có thể sử dụng được tiếng Anh tại Việt Nam, Lào, Campuchia. Tất cả các sản phẩm của công ty được thiết kế cho khách đặt tour theo nhóm/ gia đình (không ghép đoàn).

Đây là một công ty trực tuyến, chính vì thế mà chúng tôi làm việc hầu hết bằng email từ việc bán sản phẩm từ website <http://www.waterbuffalotours.com/> đến việc đặt dịch vụ và một số công việc khác. Là công ty khá uy tín trong mảng inbound tại Việt Nam công ty Châu Thổ có số lượng khách khá ổn định và hoạt động quanh năm. Sau 2 năm hoạt động công ty chúng tôi đã trở thành doanh nghiệp được xếp hạng thứ 9 trên website du lịch nổi tiếng www.tripadvisor.com do các khách hàng bầu chọn. Tại trang thông tin của công ty trên website của Tripadvisor tính đến thời điểm 24/6/2013, chúng tôi đã nhận được tất cả 39 bình luận trong đó có: Excellent - 39; Very Good - 4; Everage - 2; Poor - 1.



Hình 3: Trang của công ty trên website Tripadvisor

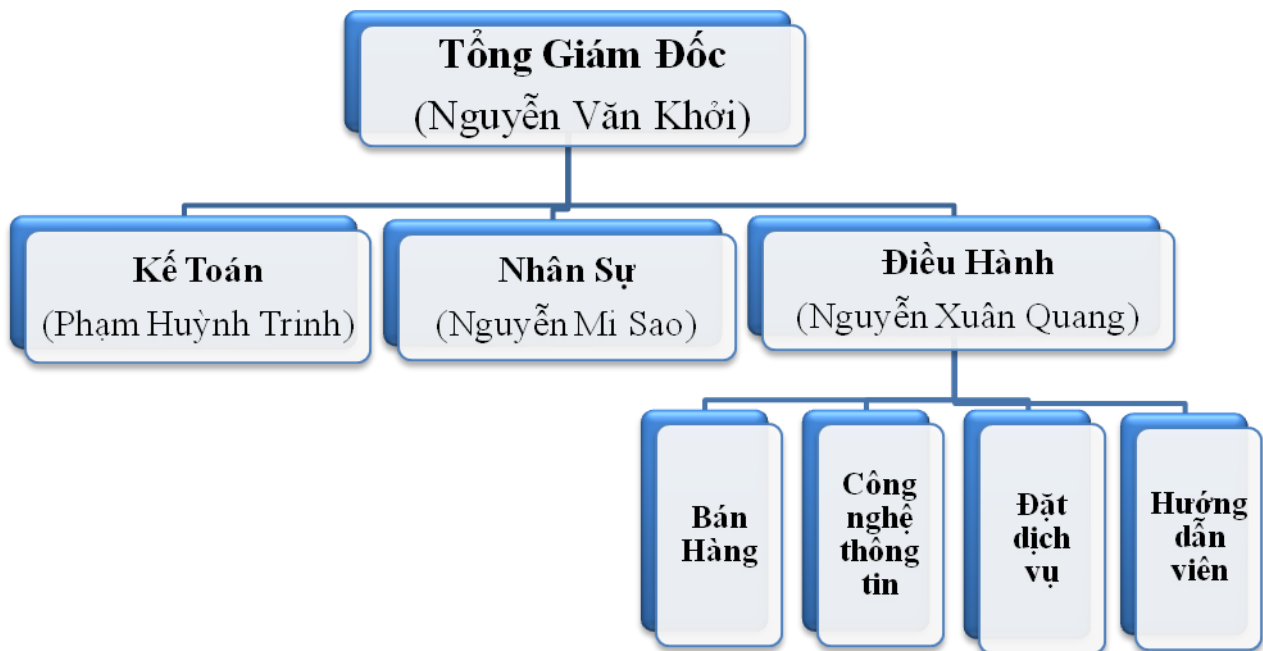


Hình 4: Một bình luận của du khách trên website Tripadvisor dành cho công ty

Một số sản phẩm điển hình

- Half – day To Cu Chi Tunnels (1/2 ngày)
- Real Saigon (1 ngày)
- Mekong Local For A Day (1 ngày)
- Experience Mekong Delta (2 ngày/ 1 đêm)
- Inside Mekong Delta (3 ngày/ 2 đêm)

4. Sơ đồ cơ cấu tổ chức:



Hình 5: Sơ đồ tổ chức công ty

II. NHẬT KÝ THỰC TẬP

1. Tuần 1: từ 18/3/2013 đến 24/3/2013

Công việc: Phụ tour.

Đây là công việc đầu tiên của tôi khi vào làm việc tại công ty, ngay từ tuần đầu tiên tôi đã được sắp xếp đi theo các các tour của công ty (hướng dẫn chính là những anh/chị có kinh nghiệm trong nghề).

Các tour được trải nghiệm: Mekong Local For A Day (1 ngày), Experience Mekong Delta (2 ngày/ 1 đêm), Inside Mekong Delta (3 ngày/ 2 đêm), City tour Saigon (1 ngày)

Mục đích và kinh nghiệm

- Học hỏi các kiến thức về nghiệp vụ hướng dẫn: giờ giấc chính xác, chuẩn bị các dịch vụ kỹ càng (phải gọi điện xác nhận với các dịch vụ ít nhất là 3 tiếng trước khi khách tới), học thuộc các cung đường (tránh trường hợp tài xế không biết đường), cách truyền đạt thông tin cho khách hàng, tìm hiểu thêm về văn hóa và phong tục tập quán tại điểm đến, tính toán chính xác thời gian tại từng điểm dừng để không bị trễ hành trình, luôn đề cao tính an toàn của khách hàng, cách xử lý tình huống (thời tiết xấu, kẹt xe, kẹt phà, các dịch vụ tại điểm đến làm khách hàng không hài lòng), ghi chép các chi tiêu một cách cẩn thận,
- Nắm bắt được các sản phẩm của công ty, có cái nhìn bao quát hơn, dễ dàng tiếp cận với công các công việc sau này.
- Có cơ hội tiếp xúc với khách hàng để tìm hiểu rõ hơn về mong muốn và nhu cầu của họ.

Khó khăn

- Về ngôn ngữ và văn hóa giao tiếp với khách hàng là người nước ngoài.
- Học thuộc các cung đường.



Hình 6: Khách ăn trưa tại Gò Công.



Hình 7: Khách đi tàu qua sông Mekong



Hình 8: Khách nghe anh Khởi thuyết minh tại biển Tân Thành – Gò Công



Hình 9: khách đạp xe tại Gò Công

2. Tuần 2: 25/3/2013 đến 31/3/2013

Công việc: Tiếp tục phụ tour

3. Tuần 3: 1/4/2013 đến 7/4/2013

Công việc 1: Tiếp tục phụ tour

Công việc 2: Nhận mail cc đặt dịch vụ từ cấp trên và các đồng nghiệp

Sau hai tuần được trải nghiệm các sản phẩm của công ty và giao tiếp với các đồng nghiệp tôi đã dần hiểu thêm về các hoạt động, sự phân bố, nhiệm vụ và công việc của các phòng ban. Ở tuần này tôi bắt đầu nhận được các mail đặt xe, khách sạn, tàu, vé máy bay mà các đồng nghiệp cc cho tôi, để tôi có thể hiểu rõ hơn về công việc đặt dịch vụ của mình.

Mục đích và kinh nghiệm

- Tìm hiểu về đối tác và chất lượng dịch vụ của đối tác.
- Lập ra một danh sách các liên hệ của đối tác sao cho có hệ thống và dễ tìm kiếm.
- Học cách viết email đặt khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển.
- Nghiên cứu tìm hiểu so sánh hợp đồng từ các đối tác.

Khó khăn

- Các từ ngữ chuyên môn nhiều, cần phải tham khảo thêm.
- Khó khăn trong việc quản lý email vì nhận được nhiều mail cùng lúc.

4. Tuần 4: 8/4/2013 đến 14/4/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp

Công việc 2: Thực hiện việc đặt dịch vụ đầu tiên – Đặt lịch xe cho công ty

Lịch xe của công ty là bảng thống kê dạng Excel dùng để thống kê tất cả các xe mà công ty sẽ sử dụng trong vòng 1 tháng. Các chi tiết trong lịch xe được sắp xếp theo các hạng mục: Ngày khởi hành, ngày kết thúc, loại xe, số lượng, tên đoàn, hành trình, điểm đón, thời gian đón, tên hướng dẫn, ghi chú, giá tiền.

Lịch xe sử dụng cho 1 tháng sẽ được gửi cho Hợp tác xã vận tải trước khi qua tháng mới 3 ngày. Tuy nhiên, vì tính đột xuất của công việc do có những tour khách đặt gần ngày đi, có khi đặt trước ngày đi 1 ngày nên tôi phải cập nhật lịch xe liên tục trong tháng. Bên cạnh đó, công ty chúng tôi chỉ làm các sản phẩm cho đối tượng khách khi đặt

tour theo gia đình đơn lẻ (private tour), nên số lượng khách cho mỗi đoàn trung bình từ 2 đến 8 người đoàn nhiều nhất là 16 người. Chính vì lý do đó mà các loại xe công ty sử dụng thường là 7 chỗ (Toyota Innova), 16 chỗ (Mercedes Spinter 2012, Toyota Hiace), 29 chỗ (Hyundai County).

Mục đích và kinh nghiệm

- Tính cẩn thận, tỉ mỉ trong công việc.
- Thống kê được các tour đã bán trong tháng.
- Làm việc với email (khách hàng đặt tour qua email).
- Cách sắp xếp loại xe phù hợp với các đoàn khách nhau. (2 khách – xe 7 chỗ, 3 đến 6 khách – xe 16 chỗ, 7 đến 16 khách – xe 29 chỗ).
- Tìm hiểu thêm về nhiều khách sạn khác nhau khi tìm thông tin điểm đón.
- Dễ dàng kiểm tra các tour hàng ngày.
- Phải chắc chắn đối tác nhận được mail bằng cách gọi điện thoại xác nhận.
- Cập nhật giờ đón thật chính xác.

Khó khăn

- Làm việc qua mail dễ sai sót.
- Cập nhật lịch xe thường xuyên.
- Trục trặc khi đối tác không nhận được mail

5. Tuần 5: 15/4/2013 đến 21/4/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp và thống kê liên lạc của các đối tác.

Công việc 2: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải

6. Tuần 6: 22/4/2013 đến 28/4/2013

Công việc 1: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải và gửi lịch xe tháng 5

Công việc 2: Đón/ Tiễn khách ở sân bay.

Vì đối tượng khách hàng của công ty hầu hết người nước ngoài nên công ty của chúng tôi sẽ có thêm dịch vụ đưa/ đón sân bay nếu khách yêu cầu. Việc đưa đón sân bay có thể nói là một công việc cầu nối để chuẩn bị trở thành một hướng dẫn viên. Công việc này đòi hỏi phải có tính cẩn thận cao và sự chuẩn bị kỹ càng. Việc quan trọng nhất khi đón/ tiễn khách là phải cập nhật thời gian và mã số chuyến bay một cách chính xác nhất để sắp xếp thời gian phù hợp.

Nếu như tiễn khách cho những chuyến bay nội địa thì cần phải đưa khách vào sân bay, giúp khách hoàn tất thủ tục check – in và đợi khách đi vào cổng an ninh thì mới được xem là xong nhiệm vụ. Tôi đã gặp một vài rắc rối khi tiễn đoàn 4 khách Trung Quốc từ thành phố Hồ Chí Minh bay ra Phú Quốc. Công ty tôi đã đặt 4 vé khứ hồi cho họ và vấn đề ở đây là trong quá trình email với bộ phận bán hàng, khách đã viết sai tên của 1 thành viên nhưng không ai phát hiện ra sai sót này cho tới lúc tôi làm thủ tục check – in tại sân bay giúp họ. Đúng ngày bay ra Phú Quốc trên chuyến bay VN1813 lúc 9h20 sáng ngày 24/4, tôi hẹn tài xế và khách lúc 7h45 tại khách sạn mà khách ở (Park Hyatt) rồi đưa khách ra sân bay. Đến sân bay lúc 8h05 tôi nhanh chóng tìm xe chất hành lý cho khách rồi hướng dẫn họ vào quầy check – in của sân bay nội địa. Khi làm thủ tục thì nhân viên hàng không đã phát hiện tên 1 hành khách bị sai. Sau đó tôi thông báo với khách về việc vé máy bay bị sai tên (chưa biết lỗi thuộc về khách hàng hay công ty), rồi tôi tìm chỗ ngồi và trấn an họ. Tôi nhanh chóng gọi điện thoại về công ty và hỏi thông tin từ nhân viên hàng không để tìm hướng giải quyết. Một lúc sau, khi tìm được hướng giải quyết tôi lại quầy vé của Vietnam Airline tại sân bay và xin được đổi tên. Sau khi khai một số giấy tờ cần thiết và đóng lệ phí đổi tên, tôi hướng dẫn khách trở lại quầy check – in và hoàn tất thủ tục cho họ trước khi hệ thống báo ngừng nhận khách 7 phút. Tôi đã ra về khi thấy họ đi vào bên trong cổng an ninh.

Vietnam Airlines	
PREPARED FOR	TRIP TO
1.1QUEENIE/KE YEE CHEN 2.1MINGZHI/CHEN 3.1WONG/YUI CHUEN 4.1CHUI/YUANNENG	PHU QUOC, VIET NAM 7382431715535 -536-537-538
RESERVATION CODE	TRAVEL DATES
EMFFNE	24 April
Wednesday, April 24 VIETNAM AIRLINES VN1813	SGN HO CHI MINH CITY, VIET NAM PQC PHU QUOC VIETNAM
Departing At 09:20 Terminal TERMINAL 1	Arriving At 10:20 Terminal Not Available
Passenger Name »	Frequent Flyer Number VIETNAM AIRLINES
Airline Reservation Code	Duration 01hr(s):00min(s)
Status Confirmed	Class Economy
Aircraft TBA	Stops 0
Meals Snack	Distance (in Miles) 0708

Hình 10: Vé máy bay của khách bị sai tên.

Mục đích và kinh nghiệm

- Cập nhật thời gian và mã số chuyến bay một cách chính xác nhất.
- Chuẩn bị đầy đủ các giấy tờ cần thiết (bảng đón, vé máy bay...).
- Giúp khách làm thủ tục check – in nếu là chuyến bay nội địa.
- Phải nhớ tất cả các vị trí tại sân bay.
- Thông báo với tài xế thời gian của chuyến bay và xác nhận bằng điện thoại chắc chắn tài xế đã có mặt ở sân bay đúng thời gian quy định.

- Xác định đối tượng khách để dễ dàng nhận diện (ví dụ: gia đình 4 người có 2 người lớn và 2 trẻ em...).
- Tìm vị trí đứng phù hợp để khách có thể dễ dàng nhìn thấy bảng đón.
- Gửi vé máy bay cho khách sớm nhất có thể và nhắc họ kiểm tra lại thông tin.
- Nhắc nhở khách kiểm tra hành lý trước khi lên và xuống xe.
- Gọi điện kiểm tra dịch vụ tại khách sạn trước khi khách đến trước ít nhất 2 tiếng. Nhắc nhở khách sạn kiểm tra lại phòng để khách chuẩn bị check – in.
- Giúp khách làm thủ tục check – in tại khách sạn.
- Khi đón khách tại khách sạn để chuẩn bị tiễn ra sân bay phải chắc chắn rằng họ không để quên hộ chiếu tại khách sạn.

Khó khăn

- Tên hành khách trên bảng đón bị sai.
- Sai thông tin trên vé máy bay.
- Giờ đón không chính xác.
- Khách bị thất lạc hành lý.
- Sân bay quá đông gây khó khăn trong việc đón khách nhất là khi các ca sỹ, nhóm nhạc nổi tiếng trên thế giới đến Việt Nam.



Hình 11: Mẫu bảng đón sân bay của công ty

7. Tuần 7: 29/4/2013 đến 5/5/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp

Công việc 2: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải

Công việc 3: Đón/ Tiễn khách ở sân bay.

8. Tuần 8: 6/5/2013 đến 12/5/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp

Công việc 2: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải

Công việc 3: Chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Tiếp theo là việc chuẩn bị giấy tờ cho các hướng dẫn, công việc này có thể thực hiện trước vài ngày hoặc ngày hôm trước khi khởi hành. Các giấy tờ liên quan sẽ được in ra và giao cho hướng dẫn gồm có: Final Invoice (phiếu thu tiền khách), Itinerary (chương trình tour) và phiếu quyết toán tour cho hướng dẫn hoặc Tour Notes (Bảng ghi chú – thường dùng cho các đoàn đi dài ngày có dịch vụ đa dạng). Đây là một việc đòi hỏi tính cẩn thận cao vì dễ dàng mắc sai sót nhất là trong vấn đề tính toán chi phí trong Final Invoice, hơn nữa các giấy tờ này sẽ được giao cho khách nếu mắc sai sót thì hình ảnh công ty sẽ bị thiếu chuyên nghiệp trong mắt khách hàng.

Cuối cùng là việc liên lạc với nhà xe để lấy xe và số điện thoại tài xế và cung cấp cho hướng dẫn. Vào mỗi buổi chiều khoảng từ 2h đến 3h tôi thường nhắn tin cho nhân viên của hợp tác xã vận tải để nhắc nhở họ về thông tin xe cho ngày hôm sau. Nội dung tin nhắn thường ngắn gọn bao gồm các thông tin sau: số lượng xe, loại xe, hành trình. Hành động này nhằm nhắc nhở nhân viên bên nhà xe gửi thông tin xe nhanh chóng và để 2 bên có sự so sánh tránh thiếu sót.

Mục đích và kinh nghiệm

- Cách in tài liệu, cách làm các hóa đơn, giấy tờ cần thiết cho việc đi tour.
- Làm việc có hệ thống, để tránh thiếu sót.
- Cần có sự tập trung cho cao độ cho bất cứ một công việc nào.

Khó khăn

- Dễ bị mất tập trung
- Khó khăn trong việc sử dụng các công cụ và phần mềm hỗ trợ (các ứng dụng văn phòng và một số máy móc của công ty)

9. Tuần 9: 13/5/2013 đến 19/5/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp

Công việc 2: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải

Công việc 3: Chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 4: Viết email xin hợp đồng các đối tác cho năm 2013

Theo thông lệ hàng năm, thời điểm từ đầu tháng 5 các công ty du lịch, các nhà hàng khách sạn sẽ cập nhật giá cả hợp đồng mới cho nửa năm sau. Chính vì thế mà công việc chính của tôi trong tuần này là gửi mail đến các đối tác để lấy giá cho 6 tháng cuối năm 2013. Công ty tôi thường hay có những tour kéo dài hơn mười ngày và hành trình sẽ là tham quan 3 miền Bắc – Trung – Nam của Việt Nam. Các tour này thường được đặt từ rất sớm có khi đặt trước 1 năm, việc cập nhật hợp đồng sớm có thể giúp chúng tôi đưa ra được cái giá chính xác và sớm nhất cho khách hàng. Hơn thế nữa vào các tháng cuối năm từ tháng 9 đến tháng 12 là mùa hoạt động cao điểm nhất trong năm của công ty với lịch tour dày đặc, nên chúng tôi cần phải cập nhật hợp đồng trong thời điểm này để có sự chuẩn bị tốt nhất trong giai đoạn cao điểm.

Việc xin hợp đồng từ các công ty đều sử dụng một hình thức đó là email. Phải có sự sắp xếp một cách hợp lý trong công việc này, hợp đồng nào nên cập nhật trước, hợp đồng nào nên cập nhật sau, các đối tác đó có phải là đối tác thường xuyên hay không.

Để bắt đầu việc xin hợp đồng có thể làm việc này một cách hiệu quả thì chúng ta nên liên lạc đến đối tác trước bằng điện thoại và trao đổi với đối tác bằng nội dung: Thông báo cho họ về công ty mình, gửi mail đến địa chỉ email nào? Ai sẽ là người nhận và xử lý email? Khi việc trao đổi với đối tác hoàn thành chúng ta có thể bắt tay việc viết mail.

Nội dung của email cần phải ngắn gọn, xúc tích và mang tính chuyên nghiệp cao. Tôi thường mở đầu bằng lời chào đến người sẽ nhận và xử lý email của tôi như đã được thông báo qua điện thoại từ trước. Nội dung của email hầu hết được viết bằng tiếng anh và thường được các đồng nghiệp soạn từ trước để thuận tiện cho việc xin hợp đồng sau này. Trong nội dung này phần quan trọng nhất là thông tin của công ty bao gồm: Tên công ty, Người đại diện, chức vụ người đại diện, địa chỉ, số điện thoại bàn, fax, mã số thuế, trang web công ty, địa chỉ mail công ty, số tài khoản ngân hàng. Một việc không thể thiếu và thường hay bị quên khi gửi email xin hợp đồng là đính kèm Giấy phép đăng ký

kinh doanh của công ty. Việc này giúp tạo niềm tin cho doanh nghiệp và chắc chắn rằng công ty này có tồn tại.

Sau khi gửi email đến đúng địa chỉ đã cập nhật bằng email của công ty, tôi sẽ gọi điện thoại đến đối tác để chắc chắn rằng họ nhận được email của tôi và yêu cầu họ cho thời gian phản hồi một cách chính xác nhất.

Cuối cùng là việc nhận mail phản hồi từ đối tác. Thông thường sau khi email các doanh nghiệp sẽ gửi hợp đồng chậm nhất là 3 ngày, nếu như sau 3 ngày tôi vẫn chưa nhận được email từ phía các họ thì tôi sẽ gọi điện thoại nhắc nhở họ một lần nữa vì có thể họ đã có một vài thiếu sót nào đó hoặc quên trả lời email của tôi. Khi nhận được mail phản hồi, việc đầu tiên là phải kiểm tra xem đối tác đã cập nhật đúng và đầy đủ các thông tin của công ty chưa và sẽ thông báo cho họ sửa chữa nếu có sai sót. Hoàn thành xong công việc này, tôi sẽ in hợp đồng thành 2 hoặc 3 bản (tùy theo yêu cầu của đối tác, nhưng công ty tôi sẽ lưu trữ 1 bản tại văn phòng). Sau khi in tôi sẽ trình cấp trên ký (Tổng Giám Đốc – Nguyễn Văn Khởi) và gửi lại cho đối tác theo đường bưu điện.

Mục đích và kinh nghiệm

- Làm việc hiệu quả bằng cách kiểm tra công việc thường xuyên.
- Giao tiếp qua điện thoại với các đối tác.
- Có thêm nhiều thông tin về các nhà cung cấp dịch vụ.
- Có sự chọn lọc về chất lượng phục vụ giữa các nhà cung cấp khác nhau.
- Nghiêm cứu hợp đồng, giá cả và các điều khoản trong hợp đồng
- So sánh giá cả hợp đồng với các trang web du lịch trực tuyến (Agoda, Asiarooms...) để chắc chắn rằng công ty nhận được giá tốt nhất.

Khó khăn

- Sự cố về các công cụ hỗ trợ (cúp điện, hộp mail của đối tác bị lỗi, địa chỉ email bị sai, số điện thoại không liên lạc được)
- Sự chậm trễ trong việc phản hồi từ công ty đối tác.
- Hay quên đính kèm hình ảnh giấy phép kinh doanh của công ty.

10. Tuần 10: 20/5/2013 đến 26/5/2013

Công việc 1: Tiếp tục nhận mail cc từ các đồng nghiệp

Công việc 2: Cập nhật lịch xe và gửi cho hợp tác xã vận tải

Công việc 3: Chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 4: Viết email xin hợp đồng các đối tác cho năm 2013.

Công việc 5: Thống kê các hợp đồng, giá cả dịch vụ và các yêu cầu của hợp đồng.

Sau khi đã có đầy đủ thông tin của các dịch vụ từ các đối tác là nhà hàng, khách sạn... thì tôi phải lập bảng thống kê các dịch vụ này. Công việc này khá là quan trọng và đòi hỏi phải có sự tập trung cao độ mới có thể hoàn thành tốt được.

Bảng thống kê thường được làm bằng Excel. Mục đích của công việc này chính là để có thể so sánh các dịch vụ, giá cả một cách tốt nhất của các đơn vị đối tác khác nhau. Nếu như bảng này được làm một cách tỉ mỉ và cẩn thận thì sẽ phục vụ rất tốt cho việc đặt dịch vụ sau này. Nội dung của bảng thống kê có các mục được sắp xếp như sau: tên tỉnh thành, tên dịch vụ, tên doanh nghiệp, giá các dịch vụ, lợi thế của dịch vụ, tên và chức người liên hệ làm việc trực tiếp.

Mục đích và kinh nghiệm

- Nắm bắt được giá cả chung của thị trường nhà hàng, khách sạn, phương tiện di chuyển...
- Nhanh chóng đưa ra được giá dịch vụ khi cần mà không phải mất thời gian tìm kiếm.
- Nắm bắt được lợi thế của đối tác để khai thác triệt để.
- Dễ dàng tìm kiếm giá cả hợp lý để tạo ra một chương trình tour phù hợp với các đối tượng khách khác nhau, tạo ra lợi thế cạnh tranh với các doanh nghiệp đối thủ.

Khó khăn

- Đòi hỏi tinh thần tập trung cao độ.
- Rất dễ bị sai sót khi làm việc với các con số.
- “Sai một ly, đi một dặm” nếu như nhập sai giá cả của dịch vụ sẽ gây ra tổn thất nặng nề.
- Làm việc trên máy tính khá nhiều, gây ra mệt mỏi, chán nản.

11. Tuần 11: 20/5/2013 đến 26/5/2013

Công việc 1: Gửi lịch xe tháng 6 cho hợp tác xã vận tải.

Công việc 2: chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 3: Kiểm tra các dịch vụ cho các đoàn ngắn ngày trước ngày khởi hành.

Kiểm tra dịch vụ trước khi ngày khởi hành là một công việc hết sức quan trọng. Công việc này nhằm giảm thiểu các rủi ro cho các hành trình tour. Mỗi buổi sáng tôi đều kiểm tra các dịch vụ cho các tour của ngày hôm sau bằng cách kiểm tra các email mà đồng nghiệp hay cấp trên đã cc cho tôi (tất nhiên là các dịch vụ này thường đã đặt trước ít nhất 1 tháng). Bên cạnh đó để chắc chắn hơn, tôi cũng phải gọi điện thoại trực tiếp đến các khách sạn, nhà hàng hay các đối tác khác để kiểm tra xem các nhân viên bên đối tác đã cập nhật đầy đủ thông tin các dịch vụ mà chúng tôi yêu cầu hoặc kiểm tra xem họ đã nhận được tiền mà chúng tôi chuyển khoản và phải chắc chắn rằng mọi thứ đã sẵn sàng cho các khách hàng của công ty chúng tôi. Có một điều lưu ý khi gọi điện thoại đến bất cứ một nơi nào là tôi luôn phải hỏi tên của nhân viên mà tôi đang trao đổi để thuận tiện cho việc xác minh sau này.

Không chỉ gọi điện xác minh đến các công ty đối tác, mà còn phải gọi điện đến khách sạn, nơi khách hàng lưu trú trước ngày khởi hành và cũng là điểm đón khách. Động tác này giúp chúng ta có thể xác nhận xem khách có gặp trục trặc gì hay không, bên cạnh đó tôi cũng có thể nhắc lại thời gian đón khách một lần nữa và thông tin hướng dẫn viên của họ để tránh các sai sót cho tour ngày hôm sau.

Mục đích và kinh nghiệm.

- Tạo thói quen kiểm tra công việc hàng ngày.
- Giao tiếp qua điện thoại.
- Giảm thiểu các rủi ro.

Khó khăn.

- Sử dụng điện thoại khá nhiều, đôi khi ảnh hưởng đến sức khỏe, gây ù tai.
- Gặp khó khăn khi liên hệ với đối tác qua điện thoại: đường dây bận, người liên hệ không có tại văn phòng, phải gọi điện lại lần sau.

12. Tuần 12: 3/6/2013 đến 9/6/2013

Công việc 1: Cập nhật lịch xe tháng 6 cho hợp tác xã vận tải.

Công việc 2: chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 3: Kiểm tra các dịch vụ cho các đoàn ngắn ngày trước ngày khởi hành.

Công việc 4: Đặt dịch vụ cho đoàn ngắn ngày

Sau một thời gian dài nhận mail cc từ các đồng nghiệp tôi đã học hỏi thêm được nhiều về cách đặt dịch vụ tại các công ty đối tác. Ở tuần này tôi bắt tay vào đặt các dịch vụ cho những đoàn ngắn ngày (1 đến 3 ngày). Yêu cầu quan trọng nhất đối với công ty tôi khi đặt dịch vụ đó là vị trí của phòng ốc, của bàn ăn vì chúng tôi luôn đề cao các cảnh vật xung quanh và mong muốn khách hàng có thể tận hưởng hết các cảnh đẹp đó. Email đặt dịch vụ đầu tiên của tôi là đặt phòng tại khách sạn Kim Thơ (Cần Thơ). Các tour du lịch về miền Tây là thế mạnh của công ty chúng tôi, nên hầu hết các dịch vụ mà tôi được đặt đều là ở khu vực này. Khi đặt dịch vụ thì việc cần chú ý đầu tiên là đó chính là thời gian. Cần phải cập nhật thời gian (ngày check – in, check – out) một cách chính xác nhất để có được các dịch vụ tốt nhất. Khách sạn luôn là dịch vụ được ưu tiên hàng đầu, khi chuẩn bị một dịch vụ cho tour nào đó thì cần phải xem xét tính thời vụ của tour, nếu là tour mùa cao điểm thì phải kiểm tra xem còn phòng hay không bằng cách gọi điện thoại trực tiếp đến bộ phận bán hàng hoặc bộ phận đặt dịch vụ của khách sạn, để có được câu trả lời sớm nhất và có thời gian lựa chọn đối tác khác thay thế. Để đặt được dịch vụ tốt nhất cần phải có thời gian xem qua giá cả và các điều khoản trong hợp đồng đã cập nhật trước đó. Nếu như nghiên cứu hợp đồng thật kỹ và có thời gian hệ thống tất cả các hợp đồng vào một tập tin thì công việc này sẽ dễ dàng hơn.

Mục đích và kinh nghiệm

- Kiểm tra thật kỹ các yêu cầu của khách khi đặt dịch vụ. (phòng twin, phòng double, các món ăn mà khách bị dị ứng hoặc không thể ăn được).
- Thời gian sử dụng dịch vụ phải thật chính xác.
- Luôn lưu trữ các email đặt dịch vụ để tránh sai sót.

Khó khăn

- Khách thay đổi ngày khởi hành hoặc khách đặt tour sai ngày.
- Tìm kiếm khách sạn vào thời gian cao điểm.
- Đặt thiếu dịch vụ.

13. Tuần 13: 10/6/2013 đến 19/6/2013

Công việc 1: Cập nhật lịch xe tháng 6 cho hợp tác xã vận tải.

Công việc 2: chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 3: Kiểm tra các dịch vụ cho các đoàn ngắn ngày trước ngày khởi hành.

Công việc 4: Đặt dịch vụ cho đoàn ngắn ngày

14. Tuần 14: 17/6/2013 đến 23/6/2013

Công việc 1: Cập nhật lịch xe tháng 6 cho hợp tác xã vận tải.

Công việc 2: chuẩn bị các giấy tờ cần thiết và liên lạc với hợp tác xã vận tải gửi thông tin xe và tài xế cho hướng dẫn.

Công việc 3: Kiểm tra các dịch vụ cho các đoàn ngắn ngày trước ngày khởi hành.

Công việc 4: Đặt dịch vụ cho đoàn ngắn ngày

III. NỘI DUNG THỰC TẬP

1. Giới thiệu bộ phận thực tập

Khi đến xin thực tập tại công ty Cổ Phần Du Lịch Châu Thổ, tôi được phỏng vấn trực tiếp bởi Tổng Giám Đốc – Nguyễn Văn Khởi. Sau khi vượt qua vòng phỏng vấn tôi được nhận vào bộ phận “Đặt dịch vụ” tại công ty với sự chào đón và hỗ trợ từ anh Khởi và các đồng nghiệp.

“Đặt dịch vụ” là bộ phận chiếm vị trí khá quan trọng trong công ty. Công việc chính của bộ phận này là lên danh sách các dịch vụ của từng tour, từng đoàn bao gồm phương tiện vận chuyển, khách sạn, tàu, nhà hàng... rồi gửi mail các dịch vụ cần đặt đến các đối tác của công ty. Đây là một công việc đòi hỏi tính tỉ mỉ và cẩn thận cao, cần phải tập trung và có thói quen kiểm tra hàng ngày để tránh sơ sót. Bên cạnh đó để thực hiện công việc tốt hơn thì tôi còn phải chuẩn bị cho mình nhiều kiến thức về các công cụ, ứng dụng các phần mềm hỗ trợ để có thể tiếp cận với công việc một cách nhanh chóng và hiệu quả.

2. **Nội dung đề tài nghiên cứu: Đánh giá tiềm năng và thực trạng hoạt động tại công ty cổ phần Du Lịch Châu Thổ.**

2.1. Tình trạng kinh doanh du lịch inbound tại thị trường thành phố Hồ Chí Minh.

Thành phố Hồ Chí Minh là một trong những trung tâm thương mại bậc nhất tại Việt Nam, cũng nhờ một trong những lý do đó mà ngành du lịch tại thành phố này cũng ngày một phát triển và là điểm đến của nhiều du khách quốc tế.

Theo báo của Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch TP.HCM, trong 4 tháng đầu năm 2013, lượng khách quốc tế đến TP.HCM tăng mạnh, ước đạt trên 1,3 triệu lượt, tăng 7,5% so cùng kì và đạt 32,7% kế hoạch năm 2013.

Riêng tháng 4-2013 lượng khách quốc tế đến Thành phố ước đạt 291.500 lượt khách, tăng 6% so với cùng kì năm 2012. Trong đó, khách đến bằng đường hàng không là 256.520 lượt người, bằng đường khác (chủ yếu là đường bộ) là 34.980 lượt người.

Tổng doanh thu du lịch 4 tháng đầu năm đạt 27.106 tỉ đồng, tăng 15% so cùng kì và đạt 33 % kế hoạch năm 2013.

Tính về thị trường, khách quốc tế đến TP.HCM chủ yếu là khách Nhật, Pháp, Đức... Các công ty du lịch top đầu như Saigontourist, Vietravel, Bến Thành, Fiditour, Hòa Bình... mức tăng trưởng 4 tháng đầu năm 2013 đạt khoảng 10%.

Để đạt được những kết quả tích cực trên, ngành Du lịch TP.HCM đã đề ra chiến lược phát triển du lịch trong năm 2013 là hợp tác để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Đa dạng hóa các loại hình du lịch bằng cách nghiên cứu tổ chức hình thức liên kết theo hình thức “nhóm bán”, “nhóm mua” giữa các hội viên lữ hành để hợp tác xây dựng sản phẩm chung; đẩy mạnh phát triển du lịch đường sông, phát triển du lịch sinh thái ở ngoại thành

(Nguồn: <http://www.baomoi.com>)

2.2. Tổng quan về thực trạng kinh doanh của công ty.

2.2.1. Xác định vị trí doanh nghiệp trên thị trường.

Thị trường du lịch Inbound tại thành phố Hồ Chí Minh vô cùng đa dạng và phong phú với các công ty như: Buffalo Tours, Travel Indochina, Exotissimo Travel, Saigon Tourist, Viettravel.... So với các công ty có danh tiếng và quy mô lớn như thế này thì công ty Cổ Phần Du Lịch Châu Thổ là một công có quy mô nhỏ. Bên cạnh đó với tuổi đời còn khá non trẻ thì công ty Châu Thổ phải tạo cho mình một hướng đi đúng đắn bằng cách tạo ra sự khác biệt, độc đáo của chương trình tour so với các công ty đối thủ để hoạt động hiệu quả và mang lại lợi nhuận cao.

<p style="text-align: center;">ĐIỂM MẠNH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Công ty nhỏ → số lượng khách vừa phải → dễ dàng chăm sóc, quan tâm đến từng đối tượng khách hàng. • Tạo ra uy tín trong thị trường khách quốc tế. • Chương trình tour độc đáo, mới lạ, luôn có sự khác biệt so với những công ty đối thủ. • Sử dụng các dịch vụ chất lượng 4-5 sao. • Nhân sự có chuyên môn và kiến thức tốt, có khả năng phản ứng nhạy bén trong công tác xử lý tình huống, là những người đam mê công việc. • Nội bộ công ty hòa đồng, có môi trường làm việc tốt. • Có mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp dịch vụ 	<p style="text-align: center;">ĐIỂM YẾU</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giá thành cao hơn so với những công ty đối thủ. • Số lượng nhân sự không nhiều. Mùa cao điểm thường thiếu hướng dẫn viên. • Chưa áp dụng triệt để các công nghệ mới trong việc quản lý thông tin và dữ liệu của công ty. • Nhân lực có chuyên môn, nhưng cũng còn non trẻ.
<p style="text-align: center;">CƠ HỘI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xu thế mua chương trình theo nhóm lẻ đang ngày một phát triển và được ưa chuộng hơn so với ghép đoàn. • Thị trường du lịch tại miền Nam có lợi thế hơn thị trường miền Bắc và miền Trung vì một số yếu tố như: Thời tiết, địa hình... • Nhu cầu chi tiêu cho du lịch ngày càng gia tăng. • Số lượng khách mua tour ngày một cao. • Các chính sách chăm sóc khách hàng ngày một tốt hơn. 	<p style="text-align: center;">THÁCH THỨC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sự cạnh tranh gay gắt của các công ty. • Tình trạng an ninh tại Việt Nam (cướp giật, lừa gạt, chặt chém...) làm ảnh hưởng đến số lượng khách du lịch đến Việt Nam. • Ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới. • Công tác quảng bá du lịch Việt Nam ra thế giới vẫn còn nhiều hạn chế. • Chưa có nhiều các công cụ hỗ trợ du lịch. Các thông tin liên quan còn hạn chế. Thủ tục xuất nhập cảnh còn khá phức tạp.

2.2.2. Thực trạng về nguồn khách.

Du khách nước ngoài, đặc biệt là người tiêu dùng phương Tây, rất chú trọng đến uy tín của công ty khi họ lựa chọn một sản phẩm bất kỳ. Họ thường tìm hiểu rất nhiều ý kiến từ bạn bè, những người xung quanh đánh giá về các sản phẩm một cách kỹ lưỡng trước khi sử dụng. Với đặc thù của sản phẩm du lịch thường mang tính vô hình, nên việc khẳng định uy tín của công ty thông qua nhận xét của các du khách nước ngoài là việc rất quan trọng. Chính vì lý do đó mà công ty Châu thổ chú trọng đến hình thức truyền thông bằng hình thức truyền miệng nhiều hơn là chúng tôi tự quảng cáo cho mình bằng các kênh thông tin khác. Để làm được điều này chúng tôi cần phải chăm khách hàng hết sức mình bằng những chất lượng dịch vụ theo đúng với số tiền mà họ đã chi trả. Không những thế chúng tôi luôn xem khách hàng là những những người bạn, những người thân mang lại cho họ sự thuận tiện, cho họ thấy chúng tôi là những con người luôn có nhiệt huyết với nghề để họ cảm thấy thoải mái mỗi khi tham gia hành trình cùng chúng tôi.

Tuy là công ty chuyên phục vụ khách quốc tế du lịch tại Việt Nam thế nhưng đối tượng khách của công ty phần lớn đều đến từ Úc và các nước phương Tây, trong khi số lượng khách Châu Á thì rất ít. Nguyên nhân của việc này là do chiến lược truyền thông của công ty đánh mạnh vào thị trường khách Úc nhiều hơn các thị trường khác.

Như tình hình hiện nay, ngành du lịch Việt Nam đang gặp một vấn đề hết sức khó khăn là tỷ lệ khách nước ngoài quay trở lại Việt Nam khá ít thì chính nhờ hình thức truyền thông thế này nên lượng khách quay trở lại mua chương trình du lịch lịch chúng tôi lại khá cao thậm chí còn có khách sang Việt Nam 5 lần và lần nào cũng mua chương trình của chúng tôi trong ít nhất 6 ngày. Không những thế họ còn về giới thiệu cho bạn bè và người thân của họ hãy tìm đến công ty chúng tôi khi du lịch tại Việt Nam.



GSSATLANTA
Atlanta, GA USA

Top Contributor
★ 88 reviews
👤 23 attraction reviews
🌐 Reviews in 31 cities
🏆 37 helpful votes

“A class by itself”

★★★★★ Reviewed April 7, 2013

Having toured with Water Buffalo 5 times I can easily state this unique tour agency is in a class by itself. Their specialty targets those tourists who seek a totally unique experience. Khoi arranged for me to tour Ha Long Bay in my own boat with my own crew! Then, he followed that with taking me 2 hours outside of Saigon to a very small village where I fished with the locals and had lunch at one of their houses. How cool is that? Simply let the owner (Khoi) know how much time you have and what your preferences are (country vs. city) and let him handle the rest. My tour guide was the knowledgeable and capable "Tan" and it at all possible try to have him with you. I can't image a better or more professional guide. For me the experience is far more important than the price.....yet, I found Khoi's prices to be a bargain.

Visited April 2013

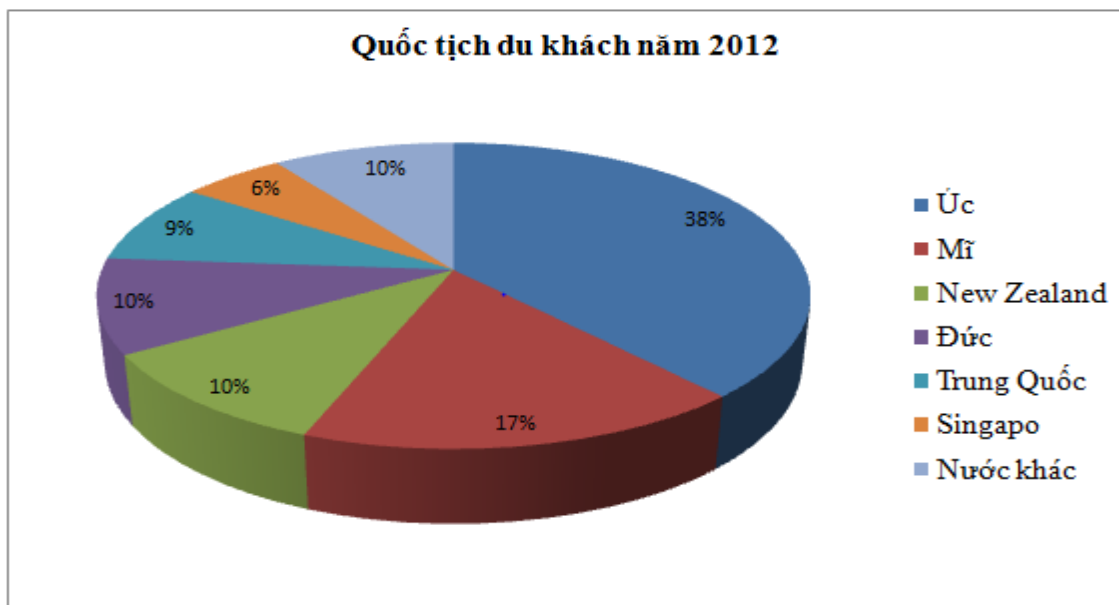
Less ▲

Was this review helpful? **Yes** 1 [Problem with this review?](#)

[See 6 more reviews by GSSATLANTA for Ho Chi Minh City](#)

[Ask GSSATLANTA about Water Buffalo Day Tours](#)

Hình 12: Bình luận của Tiến Sỹ Gerry Samson trên Tripadvisor sau 5 lần du lịch cùng công ty Châu Thổ



Quốc tịch du khách năm 2012 (đơn vị: Đoàn khách)

Úc	Mĩ	New Zealand	Đức	Trung Quốc	Singapo	Nước khác
130	47	28	27	23	15	26

Hình 13: Biểu đồ thể hiện quốc tịch của du khách năm 2012

2.2.3. Hình thức kinh doanh

Công ty cổ phần du lịch Châu Thổ là một công ty có quy mô nhỏ tại thị trường thành phố Hồ Chí Minh hiện nay. Hoạt động kinh doanh chính của công ty đều phụ thuộc hoàn toàn vào việc bán các chương trình du lịch cho du khách nước ngoài khi du lịch vào Việt Nam. Quá trình bán chương trình du lịch này hầu hết đều được thực hiện qua email.

Các khách hàng của công ty Châu Thổ được biết đến hầu hết qua website www.Tripadvisor.com và website của công ty <http://www.waterbuffalotours.com/>. Sau khi tham khảo các chương trình tour, các bình luận hữu ích của khách hàng đã từng sử dụng các dịch vụ của công ty họ sẽ trực tiếp email cho bộ phận bán hàng để tiến hành đặt tour theo hai địa chỉ email của công ty là khoi.n@waterbuffalotours.com và sales@waterbuffalotours.com. Vì 100% các đối tượng của công ty đều là khách nước ngoài nên chúng tôi không bán tour trực tiếp mà chỉ bán tour thông qua email, hoặc một số ít trường hợp bán tour qua điện thoại.

Việc bán tour qua email có thể giúp công ty nắm bắt rõ ràng hơn những yêu cầu mà khách hàng mong muốn. Đây sẽ là một lợi thế lớn cho công ty chúng tôi, vì việc tổ chức tour cho một nhóm khách nhỏ lẻ từ 2-5 khách luôn đòi hỏi phải có một chất lượng dịch vụ cao hơn so với những khách đi ghép đoàn. Đặc biệt là vấn đề ăn uống của khách, họ ăn được gì và không ăn được món gì luôn là vấn đề cần được quan tâm hàng đầu. Và khi nắm bắt được chúng tôi có thể linh hoạt trong quá trình ăn uống của khách khi họ có những kiêng cử trong vấn đề này và làm cho họ hài lòng hơn nhằm tăng chất lượng của chương trình du lịch. Không chỉ trong vấn đề ăn uống, công ty chúng tôi luôn luôn đảm bảo rằng khách hàng sẽ hoàn toàn hài lòng khi tham gia các chương trình công ty đúng với số tiền mà họ phải chi trả.



Hình 14: Sơ đồ quy trình kinh doanh du lịch tại công ty Châu Thổ



AfrigueSoleil
Vancouver

Top Contributor



58 reviews



18 attraction reviews



Reviews in 22 cities



23 helpful votes

“Amazing, personalized, very personable and professional”



Reviewed June 5, 2013

My family and i were traveling i Hanoi when a couple of Australian couples recommended Water Buffalo tours, owner Khoi Nguen. I emailed Khoi and immediately received a response, offering the various touring options for HCM city. He was able to tailor and personalize the various touring options, and i truly appreciated this. It is such a pleasure to be able to communicate with a guide that truly believes in high class travel, professionalism and personalized travel.

We decided to opt for the Mekong Delta tour, and Khoi's brother Quang Nguyen was our guide. Quang speaks english very well, very personable, very professional, very knowledgeable, well travelled and was able to provide a day tour that was our most memorable for our trip to South East Asia.

Prices are very reasonable, and you definitely get what yu pay for; top class, personalized one on one travel.

During our tour we also visited Quang and Khoi's mothers home and i travelled on a scooter with his brother....going through the rice paddi fields and truly seeing how the local farmers live. What a beautiful and humbling experience, and i defintely recommend every person do this tour.

Definitely would recommend Water Buffalo Tours with Khoi Nguyen; very professional, very courteous, very personable, and fantastic way to experience HCM city as well as other parts of south east asia.

Visited June 2013

[Less ▲](#)

Was this review helpful? Yes

[Problem with this review?](#)

Hình 15: Bình luận của khách trên trang web Tripadvisor

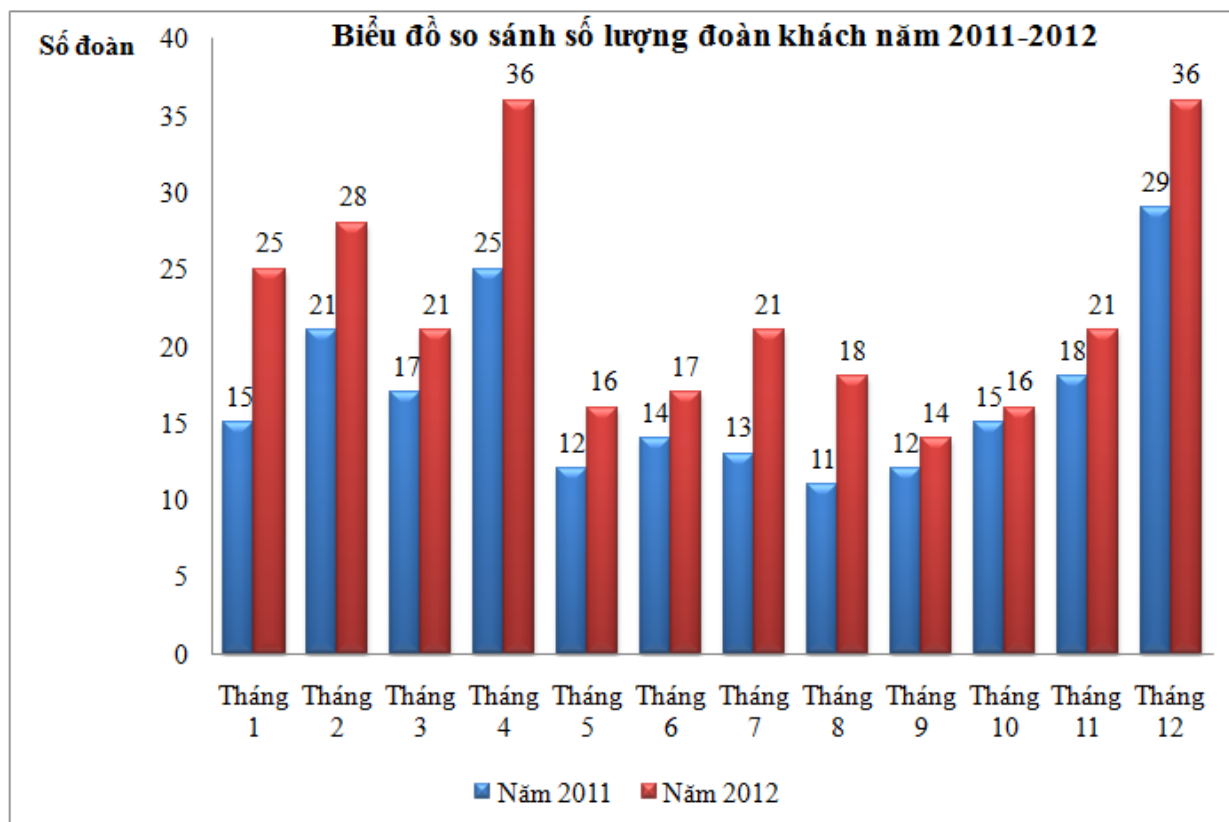
2.2.4. Chiến lược kế hoạch kinh doanh.

- ✓ Đẩy mạnh khai thác các chương trình du lịch truyền thống của công ty, tạo ra nhiều sự khác biệt mang lại hứng thú cho khách hàng.
- ✓ Tạo ra các gói sản phẩm riêng biệt theo yêu cầu của khách hàng. Thông thường áp dụng cho các đoàn mua chương trình từ 10 ngày trở lên khi du lịch từ Bắc vào Nam hoặc ngược lại.
- ✓ Tiếp tục nâng cao công tác quảng bá các chất lượng dịch vụ của công ty bằng cách truyền miệng từ khách hàng.
- ✓ Càng ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ nhằm mang lại sự hài lòng tuyệt đối đối với khách hàng khi tham gia các chương trình của công ty.
- ✓ Đào tạo đội ngũ nhân viên, trao dồi kiến thức và kỹ năng chuyên môn cho nhân viên để hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao.
- ✓ Bố trí nhân viên đi khảo sát các tuyến điểm để học hỏi trao đổi kinh nghiệm.
- ✓ Nâng cao chất lượng dịch vụ của các chương trình theo tiêu chuẩn 4-5 sao.
- ✓ Mở rộng các mối quan hệ mật thiết với các đối tác là khách sạn nhà hàng có uy tín để mang lại giá cả hợp lý, cạnh tranh so với các đối thủ khác trên thị trường.

2.2.5. Kết quả hoạt động kinh doanh từ năm 2011-2012 và 6 tháng đầu năm 2013

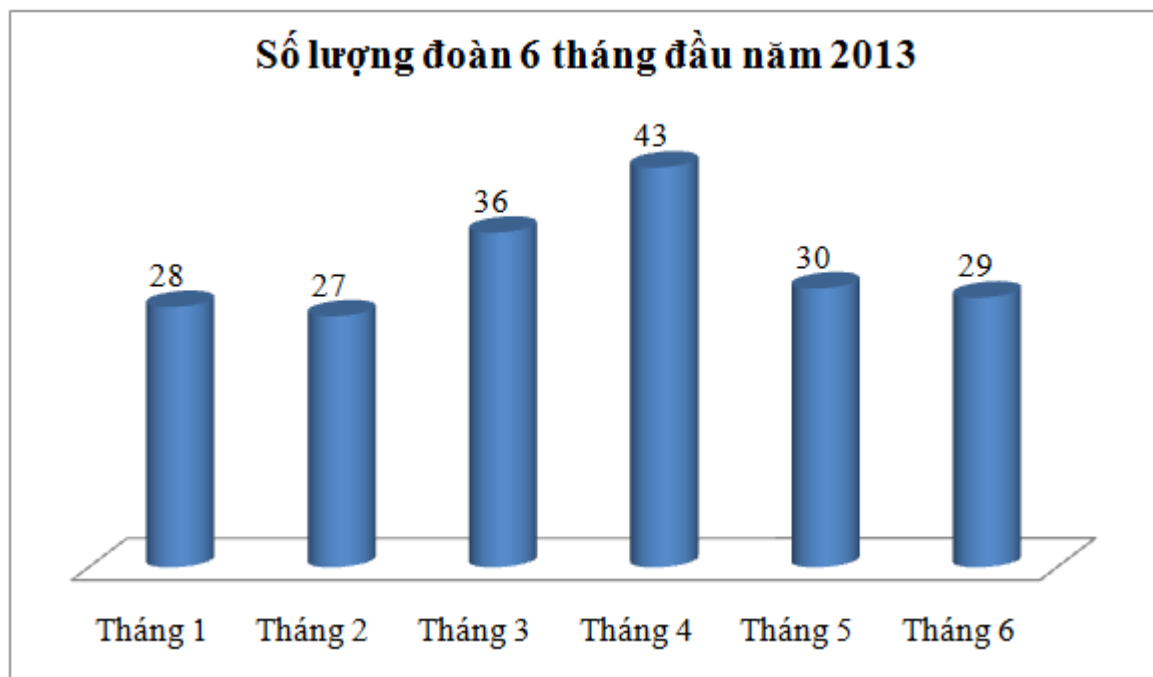
Công ty Châu Thổ là một doanh nghiệp còn khá non trẻ tại thị trường thành phố Hồ Chí Minh. Thời gian mới thành lập trong giai đoạn từ 2009-2011, công ty vẫn chưa nhận được nhiều sự quan tâm và tìm kiếm của khách hàng. Đối tượng khách lúc đó hầu như chỉ là một vài người khách quen của anh Khởi – Giám Đốc của công ty khi anh Khởi còn làm hướng dẫn cho công ty Travel Indochina. Đây là một thời điểm hết sức khó khăn để xây dựng một thương hiệu.

Sau một thời gian dài hoạt động kinh doanh nằm trong tình trạng ế ẩm, thì bắt đầu từ năm 2011, hoạt động của công ty đã có thay đổi đáng kể, khi số lượng đoàn tăng khá mạnh. Chính lúc này mới thấy công tác truyền thông bằng hình thức truyền miệng có hiệu quả. Chính những vị khách đầu tiên của công ty là những người mang lại nguồn khách khá lớn cho chúng tôi trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh cho tới thời điểm này.



Hình 16: Biểu đồ so sánh số lượng khách đoàn năm 2011-2012

Bên cạnh đó, sau khi đã có một số lượng khách tương đối ổn định chúng tôi bắt đầu tiếp cận với hình thức truyền thông bằng online nhiều hơn. Chúng tôi tiếp cận tới trang web Triadvisor – là trang web có uy tín lớn trong ngành du lịch trên toàn thế giới, giống như. Gần giống với Lonely Planet, Tripadvisor cung cấp đến người xem các thông tin về điểm đến nhưng không mang tính chủ quan như tác giả của Lonely Planet. Thông điệp mà Tripadvisor muốn gửi tới khách du lịch chính là những cảm nhận thực tế của khách hàng khi đã trải nghiệm các dịch vụ này bằng hình thức đánh giá, cho điểm và bình luận trực tiếp.



Hình 17: Biểu đồ số lượng khách đoàn 6 tháng đầu năm 2013

Theo như tình hình hiện nay cập nhật đến thời điểm 25/6/2013 thì công ty Châu Thổ đang xếp hạng thứ 13 trên tổng số 128 “Activities in Ho Chi Minh City” và mới đây công ty đã nhận được “**Certificate of Excellent 2013**”. Đây là vinh dự cho một thành quả lao động của chúng tôi, những người yêu nghề và có đầy nhiệt huyết với nghề. Về mặt chung các đối thủ đứng trên hạng của công ty đều có một thị trường khác biệt với công ty. Ví dụ như:

- ✓ Hạng 1: XO Tours – VietNam Mobike Tours – Chương trình du lịch khám phá bằng xe máy.
- ✓ Hạng 2: Back of the Bike Tours - Chương trình du lịch khám phá bằng xe máy
- ✓ Hạng 3: Indochina Odyssey Tours – Chương trình khám phá Đông Nam Á.

- ✓ Hạng 4: VietNam Vespa – Chương trình du lịch khám phá bằng xe máy.
- ✓ Hạng 5: Tiger Tours – Chương trình du lịch khám phá bằng xe máy.

Theo như tình hình xếp hạng hiện nay thì khả năng công ty Châu Thổ được ưu tiên lựa chọn trên trang web này là khá cao.

2.2.6. Một số giải pháp kiến nghị nhằm phát triển kinh doanh lữ hành của công ty

Giải pháp 1: Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường và mở rộng phạm vi thị trường.

Hiện nay các chương trình du lịch của công ty tuy độc đáo nhưng vẫn còn hạn chế ở một số địa điểm nhất định đặc biệt là khu vực miền Tây gồm có các tỉnh như: Gò Công, Bến Tre, Cần Thơ, Châu Đốc... Một số khu vực khác vẫn chưa được tham khảo nghiên cứu để đưa vào chương trình cho khách, mặc dù tiềm năng du lịch ở các tỉnh còn lại vẫn rất đa dạng và phong phú. Chính vì thế cần phải xây dựng thêm các chương trình đến các vùng lân cận để nâng cao tính đa dạng của chương trình, tạo nên nhiều sự lựa chọn cũng như khai thác tính liên tuyến của chương trình du lịch.

Không chỉ có tại thị trường các tỉnh miền Tây, mà hiện nay khách hàng lựa chọn tìm đến công ty Châu Thổ với yêu cầu được mua tour xuyên suốt từ Bắc vào Nam với thời gian trung bình từ 15 đến 20 ngày càng nhiều. Việc này sẽ là một cơ hội lớn, là một đòn bẩy để công ty tạo nên một thương hiệu có tầm vóc lớn hơn trên thị trường. Cho nên chúng tôi cần phải đi sát với thực tế hơn, nghiên cứu cẩn thận các thị trường du lịch miền Bắc, miền Trung để có thể xây dựng thêm các chương trình mới lạ, thu hút, nhưng không mang tính lặp lại các chương trình cũ để nâng cao tỷ lệ khách quay trở lại mua tour của công ty.

Giải pháp 2: Tân dụng các công nghệ hiện đại vào việc quản lý hồ sơ khách hàng cũng như các thông tin của công ty

Hiện nay công ty Châu Thổ vẫn chưa sử dụng hệ thống quản lý thông tin của doanh nghiệp vào môi trường làm việc. Hệ thống này sẽ giúp cho công việc được hoàn thành nhanh hơn và các thông tin trong công ty sẽ được bảo mật hơn, so với việc nhân viên tự sử dụng máy tính cá nhân của mình để lưu trữ dữ liệu. Việc sử dụng hệ thống này cũng nên đưa vào kế hoạch lâu dài vì một số ưu điểm và khuyết điểm sau:

Ưu điểm:

- ✓ Lưu trữ thông tin cẩn thận, mang tính bảo mật cao.
- ✓ Dễ dàng cập nhật thông tin mà không bị thiếu sót.
- ✓ Nhanh chóng tìm kiếm hồ sơ, dữ liệu của công ty

Khuyết điểm:

- ✓ Giá thành và phí bảo trì khá cao.

Giải pháp 3: Đẩy mạnh xúc tiến quảng bá.

Công tác quảng bá của công ty tuy mang tính chiến lược lâu dài nên hiệu quả của nó mang lại khá là chậm. Cho nên song song với việc quảng bá bằng hình thức truyền miệng và trang web thì phòng truyền thông cần phải thảo ra một vài kế hoạch truyền thông ngắn hạn để có thể thu hút thêm nhiều khách hàng hơn đặc biệt là trong các tháng thấp điểm như tháng 5, 6, 7, 8.



IV. NHẬN XÉT BẢN THÂN

Sau 14 tuần được thực tập và làm việc tại doanh nghiệp tôi thấy mình đã trưởng thành hơn. Bên cạnh đó sự hỗ trợ nhiệt tình từ cấp trên và các đồng nghiệp là một động lực lớn cho tôi trong những ngày bỡ ngỡ khi bước chân vào nghề. Tôi đã có thể hòa nhập với mọi người một cách nhanh chóng và tìm cho mình những phương pháp phù hợp nhất để hoàn thành tốt nhất công việc được giao. Tuy còn rất nhiều thiếu sót, nhưng mọi người đã nhiệt tình hướng dẫn giúp tôi nhận thấy những thiếu sót đó và hoàn thiện bản thân.

Khó khăn: Tuy đã học hỏi được rất nhiều kinh nghiệm quý giá nhưng tôi vẫn nhận thấy rằng thời gian để tôi thực hành cho các kiến thức đã học còn quá ngắn. Và đôi khi tôi cũng có một chút áp lực vì công việc khá nhiều. Là một sinh viên Hoa Sen tôi khá tự tin về trình độ ngoại ngữ của mình, nhưng đôi lúc tôi cũng phải rụt rè và có hơi chút lo lắng khi đối thoại với khách hàng. Chính vì thế mà sau đợt thực tập này tôi sẽ dành thật nhiều thời gian để trau dồi thêm tiếng Anh.

Thuận lợi: Môi trường học tập tại trường Đại Học Hoa Sen là môi trường cực kỳ tốt cho tôi khi bước chân vào doanh nghiệp. Thứ nhất là do danh tiếng của trường, và thứ hai là do sự năng động nhiệt tình mà các hoạt động tại trường đã mang lại cho tôi. Đó như là một đòn bẩy giúp tôi tự tin và làm việc hiệu quả hơn.

KẾT LUẬN

Sau một thời gian làm việc tại doanh nghiệp tôi đã hoàn thành được 80% mục tiêu ban đầu đề ra. Tôi đã có những nhận thức đúng đắn và khách quan hơn về ngành nghề của mình. Tôi đã có dịp để nhìn lại bản thân, tính cách, phương pháp học tập và tôi nhận thấy rằng mình cần phải cố gắng rất nhiều cho các dự định sắp tới. Công việc mở ra cho tôi một cái nhìn mới cho việc tiếp thu các kiến thức trong thời gian quay lại trường. Nhưng bài học lớn nhất mà tôi học được đó là “Làm bất cứ việc gì cũng phải có mục tiêu” và tôi sẽ vạch ra con đường mới cho những mục tiêu của mình trong tương lai.

