TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Giáo trình

QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Đồng chủ biên:
Lê Thu Hương - Phạm Thị Vân Anh

Giáo trình

QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN
02 22
00583

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ - 2017

LỜI NÓI ĐẦU

Quản trị kinh doanh lữ hành là một trong các học phần quan trọng, thuộc chương trình đào tạo cử nhân chuyên ngành du lịch, tại Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

Với mục tiêu đào tạo các cử nhân có đầy đủ kỹ năng quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành, cuốn giáo trình ***"Quản trị kinh doanh lữ hành"*** *tập trung làm rõ các vấn đề về nguyên lý và các kỹ năng quản trị cơ bản trong kinh doanh lữ hành.*

Nội dung giáo trình gồm 5 chương:

Chương 1: Tổng quan về quản trị kinh doanh lữ hành.

Chương 2: Thông tin và quyết định quản trị kinh doanh lữ hành.

Chương 3: Quản trị tiêu thụ sản phẩm lữ hành.

Chương 4: Quản trị chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành.

Chương 5: Quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, tuy nhiên trong quá trình biên soạn khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Tập thể tác giả xin trân trọng cảm ơn những ý kiến đóng góp quý báu của các đồng nghiệp trong và ngoài trường, các tác giả có tài liệu tham khảo được sử dụng trong giáo trình này và mong tiếp tục nhận được nhiều ý kiến đóng góp hơn nữa để cuốn sách được hoàn thiện hơn trong lần xuất bản sau.

TẬP THỂ TÁC GIẢ

MỤC LỤC

Trang

Lời nói đầu 3

Chương 1. Tổng quan về quản trị kinh doanh lữ hành 9

1.1. Khái niệm 9

1.1.1. Khái quát về nguồn gốc kinh doanh lữ hành 9

1.1.2. Khái niệm kinh doanh lữ hành 16

1.1.3. Khái niệm quản trị kinh doanh lữ hành 17

1.2. Chức năng của quản trị kinh doanh lữ hành 18

1.2.1. Hoạch định 18

1.2.2. Tổ chức 21

1.2.3. Điều hành 23

1.2.4. Kiểm tra 25

1.3. Nhiệm vụ của quản trị kinh doanh lữ hành 27

1.4. Các yếu tố khách quan ảnh hưởng đến quản trị kinh doanh lữ hành 29

1.4.1. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các nhà cung cấp dịch vụ 29

1.4.2. Môi trường cạnh tranh 37

1.4.3. Môi trường pháp lý 40

Chương 2. Thông tin và quyết định quản trị kinh doanh lữ hành 43

2.1. Thông tin trong quản trị kinh doanh lữ hành 43

2.1.1. Khái niệm thông tin 43

2.1.2. Một số đặc trưng cơ bản của thông tin 47

2.1.3. Vai trò của thông tin trong quản trị kinh doanh lữ hành 48

2.1.4. Yêu cầu đối với thông tin 50
2.1.5. Tổ chức thu thập thông tin 52
2.1.6. Những vấn đề về nhiễu thông tin 53
2.2. Quyết định quản trị kinh doanh lữ hành 54
2.2.1. Khái niệm 54
2.2.2. Các loại quyết định 55
2.2.3. Những nguyên tắc cơ bản và các căn cứ khi ban hành quyết định 57
2.2.4. Các yêu cầu đối với quyết định quản trị kinh doanh 59
2.2.5. Quá trình ra quyết định và tổ chức thực hiện quyết định 60

Chương 3. Quản trị tiêu thụ sản phẩm lữ hành 69
3.1. Quản trị hệ thống kênh phân phối trong kinh doanh lữ hành 69
3.1.1. Kênh phân phối sản phẩm du lịch 69
3.1.2. Xây dựng hệ thống kênh phân phối trong kinh doanh lữ hành 73
3.1.3. Quản trị hệ thống kênh phân phối sản phẩm lữ hành 75
3.2. Tổ chức quảng bá, xúc tiến sản phẩm lữ hành 76
3.3. Tổ chức bán sản phẩm lữ hành 79
3.3.1. Quy trình bán tư vấn trực tiếp sản phẩm lữ hành 79
3.3.2. Bán hàng qua hệ thống đặt chỗ bằng máy tính 83
3.3.3. Quản trị quá trình bán chương trình du lịch 84

Chương 4. Quản trị chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành 87
4.1. Chất lượng sản phẩm lữ hành 87
4.1.1. Khái niệm 87
4.1.2. Nội dung của chất lượng sản phẩm lữ hành 88
4.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm lữ hành 89

4.2. Quản trị chất lượng khảo sát, nghiên cứu chương trình du lịch 91
4.2.1. Chỉ đạo khảo sát phục vụ thiết kế chương trình du lịch 91
4.2.2. Xác định khả năng của doanh nghiệp 97
4.3. Quản trị chất lượng xây dựng chương trình du lịch 98
4.3.1. Quy trình xây dựng chương trình trọn gói 98
4.3.2. Mối quan hệ giữa nhu cầu của khách du lịch với nội dung của chương trình du lịch 99
4.3.3. Mối quan hệ giữa khả năng đáp ứng với nội dung của chương trình du lịch 103
4.4. Quản trị quá trình thực hiện chương trình du lịch 106
4.4.1. Hoạt động điều hành thực hiện chương trình du lịch 106
4.4.2. Giải quyết các tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch 110
4.4.3. Kiểm tra, giám sát và đánh giá tổng kết 111
Chương 5. Quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành 113
5.1. Khái quát về quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành 113
5.1.1. Khái niệm quản trị nhân lực 113
5.1.2. Chức năng của quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành 114
5.1.3. Mục tiêu quản trị nhân lực của doanh nghiệp lữ hành 115
5.1.4. Các nguyên tắc quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành 116
5.2. Những nội dung cơ bản của quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành 117
5.2.1. Phân tích công việc 118
5.2.2. Lập kế hoạch nguồn nhân lực 122
5.2.3. Tuyển mộ, tuyển chọn nhân lực 123
5.2.4. Bố trí, sắp xếp lao động 126

5.2.5. Đào tạo và phát triển nhân lực 127
5.2.6. Đánh giá thực hiện công việc 130
5.2.7. Tạo động lực cho người lao động 132
5.3. Các nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến quản trị nhân lực của doanh nghiệp lữ hành 136
5.3.1. Quy mô của doanh nghiệp lữ hành 136
5.3.2. Thị trường mục tiêu của doanh nghiệp lữ hành 136
5.3.3. Môi trường pháp lý về quản lý và sử dụng lao động 136
5.3.4. Trình độ, năng lực, tư duy của người quản lý 137
5.3.5. Đặc điểm lao động và các yêu cầu quản lý lao động của doanh nghiệp lữ hành 137
5.4. Nhà quản trị trong kinh doanh lữ hành 143
5.4.1. Tổng quan về nhà quản trị kinh doanh lữ hành 143
5.4.2. Phong cách và uy tín nhà quản trị 144
Tài liệu tham khảo **149**
Phụ lục **151**