

Chiến lược khai thác Internet cho các doanh nghiệp lữ hành tại Hà Nội (Nghiên cứu thực tế tại Saigontourist Hà Nội, Exotissimo và Nghitamtours) : / Doãn Văn Tuấn ; Nghd. : TS. Vũ Mạnh Hà . - H. : ĐHKHXH & NV, 2008 . - 137 tr. + CD-ROM

Tóm tắt: Tổng quan vấn đề khai thác Internet trong kinh doanh lữ hành trên thế giới và Việt Nam, các hình thức chính và lợi ích của khai thác Internet trong kinh doanh lữ hành. Nghiên cứu thực trạng khai thác Internet trong 3 doanh nghiệp được chọn là Saigontourist, Exotissimo và Nghitamtours. Nêu một số nhận định chung về cơ sở kỹ thuật thông tin, nguồn nhân lực và hoạt động đào tạo nâng cao trình độ tin học, sử dụng Internet, hiện trạng sử dụng phần mềm, nhận thức về khai thác Internet trong kinh doanh. Đưa ra một số phân tích vi mô và vĩ mô làm cơ sở xây dựng chiến lược khai thác Internet: xác định mục tiêu chiến lược, phân tích SWOT về kinh doanh trực tuyến của 3 doanh nghiệp lữ hành nêu trên, lựa chọn, thực hiện chiến lược đề ra, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược, góp phần khẳng định tầm quan trọng của khai thác Internet cho các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, trước hết là các tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế trên địa bàn Hà Nội

Lời cam đoan.....	2
Mục lục.....	3
Danh mục các bảng	6
Danh mục các hình vẽ và đồ thị	7

MỞ ĐẦU.....	9
Chương 1 TỔNG QUAN VỀ KHAI THÁC INTERNET TRONG KINH DOANH LỮ HÀNH	12
1.1 Lược lịch sử hình thành internet và ứng dụng của internet trong kinh doanh lữ hành.	12
1.1.1 Lược sử hình thành internet trên thế giới và Việt Nam.....	12
1.1.2 Một số khái niệm cơ bản trong khai thác internet.....	16
1.2 Các cấp độ khai thác internet trong kinh doanh lữ hành	17
1.3 Các hình thức khai thác internet trong kinh doanh lữ hành	20
1.3.1 Bán hàng trực tuyến.....	20
1.3.2 Marketing trực tuyến	22
1.3.3 Quản trị mối quan hệ với khách hàng và với nhà cung cấp	34
1.4 Các công ty lữ hành trực tuyến lớn trên thế giới với các chiến lược khai thác internet trong kinh doanh lữ hành.....	36
1.4.1 Travelocity với các chiến lược dẫn đầu thị trường lữ hành trực tuyến	36
1.4.2 Lastminute.com với chiến lược bán vé giờ chót	38
1.4.3 Priceline.com với chiến lược giá động	40
1.4.4 Mô hình đấu giá trực tuyến với eBay.com	41
1.5 Vai trò của khai thác internet trong hoạt động kinh doanh lữ hành	42
Chương 2. THỰC TRẠNG KHAI THÁC INTERNET TẠI SAIGONTOURIST HÀ NỘI, EXOTISSIMO VÀ NGHITAMTOURS.....	46
2.1 Thực trạng khai thác internet tại Saigontourist Hà Nội	46
2.1.1 Sơ lược về Saigontourist Hà Nội	46
2.1.2 Cơ sở kỹ thuật thông tin của Saigontourist Hà Nội.....	48
2.1.3 Thực trạng nguồn nhân lực với việc khai thác internet tại Saigontourist Hà Nội	51

2.1.4 Thực trạng khai thác internet trong kinh doanh của Saigontourist Hà Nội.....	54
2.2 Thực trạng khai thác internet tại công ty Exotissimo.	56
2.2.1 Sơ lược về công ty Exotissimo.	56
2.2.2 Cơ sở kỹ thuật thông tin.....	57
2.2.3 Thực trạng nguồn nhân lực với việc khai thác các ứng dụng Internet tại Exotissimo.....	60
2.2.4 Thực trạng khai thác internet trong kinh doanh của Exotissimo	62
2.3 Thực trạng khai thác internet tại Nghitamtours.....	65
2.3.1 Sơ lược về công ty Nghitamtours.	65
2.3.2 Cơ sở kỹ thuật thông tin của Nghitamtours	66
2.3.3 Thực trạng nguồn nhân lực phục vụ khai thác internet tại Nghitamtours	68
2.3.4 Thực trạng khai thác internet tại Nghitamtours	70
2.4 Những nhận định và đánh giá chung về thực trạng khai thác internet ở các doanh nghiệp Hà Nội.....	72
2.4.1 Cơ sở kỹ thuật thông tin cho khai thác internet trong kinh doanh.....	72
2.4.2 Nguồn nhân lực và hoạt động đào tạo nâng cao trình độ tin học và sử dụng internet.....	73
2.4.3 Hiện trạng sử dụng phần mềm và mục đích sử dụng internet	75
2.4.4 Nhận thức về khai thác internet trong kinh doanh.....	77
Chương 3 XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KHAI THÁC INTERNET TRONG KINH DOANH CHO CÁC DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH TẠI HÀ NỘI.....	80
3.1 Một số khái niệm trong xây dựng chiến lược khai thác internet trong kinh doanh lữ hành	80
3.1.1 Khái niệm chiến lược.....	80

3.1.2 Khái niệm chiến lược khai thác internet trong hoạt động kinh doanh lữ hành	83
3.2 Những cơ sở và nguyên tắc để xây dựng chiến lược	86
3.2.1 Những cơ sở để xây dựng chiến lược	86
3.2.2 Nguyên tắc khi xây dựng chiến lược	89
3.3 Các bước xây dựng chiến lược khai thác internet trong hoạt động kinh doanh lữ hành tại Hà Nội.....	92
3.3.1 Xác định mục tiêu của chiến lược.....	92
3.3.2 Phân tích SWOT về kinh doanh trực tuyến của Saigontourist Hà Nội, Exotissimo và Nghitamtsours	95
3.2.3 Lựa chọn chiến lược.....	111
3.2.4 Thực hiện chiến lược đề ra.....	114
3.2.5 Kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh chiến lược	124
KẾT LUẬN	130
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	131
Phụ lục 1	134
Phụ lục 2.....	135
Phụ lục 3	136
Phụ lục 4.....	137