TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Trong bối cảnh ngành Du lịch đang nỗ lực phục hồi mạnh mẽ, Việt Nam đón nhận "cơn mưa" giải thưởng tại Lễ trao giải World Travel Awards 2023, được kỳ vọng là cơ hội vàng để quảng bá du lịch Việt Nam ra toàn cầu, góp phần thúc đẩy sự phục hồi thị trường khách du lịch quốc tế trong thời gian tới.

Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội là một doanh nghiệp với hơn 15 năm kinh nghiệm trong ngành du lịch đã tiến hành các hoạt động Marketing mix đạt được hiệu quả nhất định, đã và đang được góp phần giúp doanh nghiệp đạt được hiệu quả trong kinh doanh và đảm bảo sự phát triển bền vững trong ngành du lịch đầy thách thức này. Xuất phát từ cơ sở lý luận và thực tiễn được nêu ở trên cùng với kiến thức tích lũy trong quá trình học tập và làm việc của tác giả chọn nghiên cứu đề tài ***“Marketing - mix của Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội”***.

- Đề án sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu sau: Phương pháp phân tích tổng hợp, đánh giá: Trên cơ sở nguồn thông tin sơ cấp và thứ cấp thu thập được, tác giả phân loại, tổng hợp theo các nội dung nghiên cứu cụ thể và tiến hành phân tích, đánh giá; Phương pháp điều tra khảo sát bằng bảng hỏi nhằm đánh giá tình hình thực hiện hoạt động Marketing - mix tại Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội trong giai đoạn 2021-2023.

- Thứ nhất, đề án đã đưa ra cơ sở lý luận và thực tiễn về Marketing – mix trong ngành dịch vụ lưu trú du lịch và lữ hành, các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch và lữ hành.

- Thứ hai, đề án đi sâu phân tích thực trạng hoạt động Marketing - mix tại Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội, qua phân tích đề án đã đưa ra đánh giá về hoạt động Marketing – mix tại Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội, nêu bật những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân.

- Thứ ba, thông qua phân tích thực trạng, những hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế đề án đã đưa ra định hướng chiến lược Marketing của Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội và đưa ra các giải pháp hoàn thiện hoạt động Marketing - mix tại Công ty Cổ phần phát triển thương mại và du lịch Hà Nội như sau: Về sản phẩm; Các quyết định về giá; Về phân phối; Về xúc tiến truyền thông; Về phát triển nguồn nhân lực; Về quy trình; Tăng cường áp dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh.