

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ  
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG



**BÁO CÁO THỰC TẬP**  
**ĐỀ TÀI:**  
**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**  
**ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG MARKETING**  
**TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH LỮ HÀNH**  
**CỦA CÔNG TY DU LỊCH ĐẠI VIỆT**

Sinh viên thực hiện: **VÕ VĂN TIẾN**

Mã số sinh viên: 200926

Lớp: DH20QTD01

Cần Thơ, tháng 6 năm 2024

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**  
**KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG**



**BÁO CÁO THỰC TẬP**  
**ĐỀ TÀI:**  
**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**  
**ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG MARKETING**  
**TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH LỮ HÀNH**  
**CỦA CÔNG TY DU LỊCH ĐẠI VIỆT**

Sinh viên thực hiện: **VÕ VĂN TIẾN**

Mã số sinh viên: 200926

Lớp: DH20QTD01

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**  
**THẠC SĨ: PHẠM QUANG TRIỀU**

**Cần Thơ, tháng 6 năm 2024**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam kết báo cáo này được hoàn thành dựa trên các kết quả nghiên cứu của tôi và các kết quả nghiên cứu này chưa được dùng cho bất cứ báo cáo nào cùng cấp khác.

*Cần Thơ, ngày 18 tháng 6 năm 2024*

**Sinh viên thực hiện**

**Võ Văn Tiên**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài báo cáo thực tập tổng hợp này, em xin được bày tỏ lòng biết ơn đến với giảng viên khoa Du lịch và Quản trị Khách sạn - Nhà hàng đã giúp đỡ, truyền đạt cho em những kiến thức quý báu liên quan đến ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lễ hành về lý thuyết lẫn thực tiễn, cũng như những kỹ năng sống trong suốt quá trình học tập tại Trường Đại học Nam Cần Thơ.

Đặc biệt, em xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới ThS. Phạm Quang Triều - Giảng viên hướng dẫn đã tận tình chỉ dạy, quan tâm, giúp đỡ, giải đáp những thắc mắc cũng như chỉ ra những thiếu sót để em có thể hoàn thiện bài báo cáo này.

Cuối cùng, em xin cảm ơn đến Ban lãnh đạo của Công ty Du lịch Đại Việt và toàn bộ CB-CNV của Công ty đã tạo điều kiện tốt nhất, quan tâm, giúp đỡ em nhiệt tình trong suốt quá trình thực tập tại đây.

Em xin kính chúc giảng viên khoa Du lịch và Quản trị Khách sạn - Nhà hàng và Ban lãnh đạo, CB-CNV của Công ty Du lịch Đại Việt dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và luôn thành công trong công việc cũng như trong cuộc sống.

Mặc dù em đã cố gắng rất nhiều nhưng do trình độ chuyên môn của em còn hạn chế, chưa có kinh nghiệm nhiều nên trong quá trình tìm hiểu, nghiên cứu còn gặp nhiều khó khăn và không tránh khỏi những sai sót. Vì vậy, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp phản hồi từ phía giảng viên để bài báo cáo này được hoàn chỉnh hơn.

Em xin trân trọng cảm ơn!

*Cần Thơ, ngày 18 tháng 06 năm 2024*

**Sinh viên thực hiện**

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập- Tự do – Hạnh phúc

**PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP**

Họ và tên sinh viên: Võ Văn Tiến

MSSV: 200926

Lớp: DH20QTD01 Khóa: 8 Khoa: Du lịch và Quản trị Khách sạn - Nhà hàng

Trực thuộc trường: Trường Đại học Nam Cần Thơ

Thực tập trong thời gian từ: ngày 08/04/2024 đến ngày 08/06/2024 (02 tháng).

Tại đơn vị Cơ quan/Doanh nghiệp: Công Ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ - Vận Tải & Du Lịch Đại Việt

Địa chỉ: Phòng 1, Lầu 1, Tòa nhà 351, 351 Võ Văn Kiệt, P. Long Hòa, Q. Bình Thủy, TP. Cần Thơ.

Sau quá trình thực tập tại đơn vị của sinh viên, chúng tôi có một số nhận xét, đánh giá như sau:

**1. Về ý thức tổ chức kỷ luật:**

Về ý thức tổ chức kỷ luật tốt  
Chấp hành tốt nội quy, quy định của công ty

**2. Về tinh thần thái độ học tập:**

Tinh thần học tập tốt  
Thái độ tích cực trong suốt thời gian thực tập  
Hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao

**3. Về quan hệ, lối sống:**

Quan hệ thân thiện tích cực, hòa đồng, vui vẻ với nhân viên công ty và bạn bè

## **NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

Đề tài: “*Thực trạng và giải pháp đẩy mạnh hoạt động Marketing trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ*”.

Do sinh viên : **Võ Văn Tiến**

Dưới sự nhận xét của **Th.S Phạm Quang Triều**

Đơn vị: Khoa Du Lịch và Quản Trị Khách sạn - Nhà hàng, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

### **NỘI DUNG NHẬN XÉT**

- Về hình thức:

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

- Về nội dung:

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

- Về thái độ:

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

*Cần Thơ, ngày.....tháng.....năm 2024*

**XÁC NHẬN CỦA GVHD**

*(Ký, ghi rõ họ tên)*

## NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM ĐIỂM

Đề tài: “*Thực trạng và giải pháp đẩy mạnh hoạt động Marketing trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ*”.

Do sinh viên : **Võ Văn Tiến**

Dưới sự nhận xét của **Th.S Phạm Quang Triều**

Đơn vị: Khoa Du Lịch và Quản Trị Khách sạn - Nhà hàng, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

### NỘI DUNG NHẬN XÉT

- Về hình thức:

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

- Về nội dung:

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

- Về thái độ:

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

*Cần Thơ, ngày.....tháng.....năm 2024*

**XÁC NHẬN CỦA GVCD**

*(Ký, ghi rõ họ tên)*

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	v
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM ĐIỂM .....	vi
MỤC LỤC .....	vii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	xi
DANH MỤC BẢNG BIỂU .....	xii
DANH MỤC HÌNH ẢNH .....	xiii
DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BIỂU ĐỒ .....	xiv
<b>CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CƠ SỞ THỰC TẬP .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Thông tin về Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Quá trình hình thành và phát triển .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3. Cơ cấu tổ chức .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Định hướng phát triển trong tương lai .....</b>	<b>10</b>
<b>CHƯƠNG 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. Nội dung thực tập .....</b>	<b>12</b>
<i>2.1.1. Nội dung công việc được phân công .....</i>	<i>12</i>
<i>2.1.2. Thuận lợi và khó khăn của bản thân trong thực tập .....</i>	<i>18</i>
<b>2.2. Kết quả thực tập .....</b>	<b>19</b>
<i>2.2.1. Những kết quả thực tập đã đạt được .....</i>	<i>19</i>
<i>2.2.2. Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập .....</i>	<i>21</i>
<i>2.2.3. Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập .....</i>	<i>23</i>
<b>CHƯƠNG 3: ĐỀ TÀI THỰC TẬP .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. Giới thiệu đề tài thực tập .....</b>	<b>25</b>
<i>3.1.1. Lý do chọn đề tài .....</i>	<i>25</i>
<i>3.1.2. Đối tượng nghiên cứu .....</i>	<i>27</i>
<b>3.2. Lược khảo tài liệu (Cơ sở lý thuyết) .....</b>	<b>27</b>
<i>3.2.1. Tổng quan về Marketing .....</i>	<i>27</i>
<i>3.2.1.1. Khái niệm Marketing .....</i>	<i>27</i>
<i>3.2.1.2. Nguyên tắc và mục tiêu của Marketing .....</i>	<i>29</i>



3.2.1.2.1. Nguyên tắc marketing.....	29
3.2.1.2.2. Mục tiêu Marketing .....	29
3.2.1.3. Vai trò và chức năng của Marketing .....	30
3.2.1.3.1. Vai trò của Marketing.....	30
3.2.1.3.2. Chức năng của Marketing.....	30
3.2.1.4. Quá trình Marketing .....	31
3.2.2. Marketing du lịch.....	32
3.2.2.1. Khái niệm.....	32
3.2.2.2. Vai trò của marketing trong kinh doanh du lịch .....	34
3.2.3. Kinh doanh lễ hành .....	34
3.2.3.1. Khái niệm.....	34
3.2.3.2. Vai trò của kinh doanh lễ hành .....	35
3.2.3.2.1. Tính tất yếu khách quan của kinh doanh lễ hành .....	35
3.2.3.2.2. Chức năng của kinh doanh lễ hành .....	37
3.2.3.2.3. Lợi ích của sự phát triển hoạt động kinh doanh lễ hành .....	39
3.2.4. Tổng quan về Marketing mix .....	41
3.2.4.1. Khái niệm.....	41
3.2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược marketing mix của doanh nghiệp	41
3.2.5. Chiến lược sản phẩm .....	41
3.2.5.1. Khái niệm về chiến lược sản phẩm.....	41
3.2.5.2. Phân loại sản phẩm .....	42
3.2.5.3. Phân tích sản phẩm theo chiến lược theo quan điểm Marketing .....	42
3.2.5.3.1. Các lợi ích về mặt lí tính và cảm tính.....	42
3.2.5.3.2. Thương hiệu.....	42
3.2.5.3.3. Thiết kế .....	43
3.2.5.3.4. Các dịch vụ hỗ trợ .....	43
3.2.5.4. Các chiến lược sản phẩm.....	43
3.2.5.4.1. Tập hợp sản phẩm .....	43
3.2.5.4.2. Một số chiến lược sản phẩm cơ bản.....	44
3.2.5.5. Chu kì sống của sản phẩm .....	44
3.2.6. Chiến lược giá.....	45
3.2.6.1. Xác định mục tiêu định giá .....	46

3.2.6.2. Phân tích mối quan hệ giữa giá và sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh .....	46
3.2.6.3. Xác định phương pháp định giá mà công ty đã sử dụng .....	47
3.2.6.4. Các chiến lược giá .....	48
3.2.7. Chiến lược phân phối .....	54
3.2.7.1. Cấu trúc kênh phân phối .....	54
3.2.7.2. Quá trình quản trị kênh phân phối .....	54
3.2.8. Chiến lược chiêu thị .....	55
3.2.8.1. Phân tích quá trình chiêu thị của doanh nghiệp .....	55
3.2.8.2. Các công cụ chiêu thị .....	56
<b>3.3. Phân tích những điểm mạnh - điểm yếu, cơ hội - thách thức của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ (Ma trận SWOT) .....</b>	<b>57</b>
3.3.1. Điểm mạnh .....	57
3.3.2. Điểm yếu .....	59
3.3.3. Cơ hội .....	60
3.3.4. Thách thức .....	62
<b>3.4. Tình hình hoạt động của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ .....</b>	<b>64</b>
3.4.1. Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty .....	64
3.4.1.1. Thực trạng phát triển doanh thu .....	64
3.4.1.2. Thực trạng phát triển lợi nhuận .....	66
3.4.1.3. Hiệu quả sử dụng các nguồn lực .....	68
3.4.2. Thực trạng hoạt động marketing tại Công ty .....	70
3.4.2.1. Tổ chức bộ phận marketing .....	70
3.4.2.2. Đối tượng khách của Công ty .....	71
3.4.2.3. Hoạt động marketing của Công ty .....	74
3.4.2.3.1. Chính sách sản phẩm .....	74
3.4.2.3.2. Chính sách giá .....	79
3.4.2.3.3. Chính sách phân phối .....	81
3.4.2.3.4. Chính sách chiêu thị .....	82
3.4.2.3.5. Chính sách nhân lực .....	84
3.4.3. Đánh giá về chiến lược marketing của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ .....	85
3.4.3.1. Ưu điểm .....	85
3.4.3.2. Khuyết điểm .....	86

<b>3.5. Đề xuất giải pháp</b> .....	86
3.5.1. <i>Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing của Công ty Du lịch Đại Việt - Cần Thơ</i> .....	86
3.5.1.1. <i>Cơ sở giải pháp</i> .....	86
3.5.1.1.1. <i>Thị trường hiện tại</i> .....	86
3.5.1.1.2. <i>Thị trường tương lai</i> .....	87
3.5.1.2. <i>Giải pháp</i> .....	87
3.5.1.2.1. <i>Giải pháp sản phẩm</i> .....	87
3.5.1.2.2. <i>Giải pháp về giá</i> .....	92
3.5.1.2.3. <i>Giải pháp chính sách phân phối</i> .....	95
3.5.1.2.4. <i>Giải pháp chiêu thị</i> .....	95
3.5.1.2.5. <i>Giải pháp hỗ trợ</i> .....	98
3.5.1.2.6. <i>Giải pháp nhân lực</i> .....	99
<b>3.6. Kết luận và kiến nghị</b> .....	101
<b>KẾT LUẬN</b> .....	105
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	106

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT



TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TM	Thương mại
KCN	Khu công nghiệp
KCX	Khu chế xuất
CB-CNV	Cán bộ công nhân viên
HDV	Hướng dẫn viên
UBND	Ủy ban nhân dân
WTO	World Trade Organization
UNWTO	World Tourism Organization
PR	Public Relations
CPI	Consumer Price Index
ASEAN	Association of South East Asian Nations
GDP	Gross Domestic Product

## DANH MỤC BẢNG BIỂU



Bảng 3.1. Quá trình phát triển doanh thu.....	65
Bảng 3.2. Sự phát triển lợi nhuận.....	67
Bảng 3.3. Hiệu quả sử dụng các nguồn lực.....	69
Bảng 3.4. Cơ cấu khách du lịch đến Công ty.....	72

## DANH MỤC HÌNH ẢNH



Hình 1.1. Logo của Công ty TNHH TM Dịch Vụ Vận Tải và Du Lịch Đại Việt .....	1
Hình 3.1. Mô hình Marketing - mix 4P của Mc Carthy (1960) .....	41
Hình 3.2. Sơ đồ chu kỳ sống của sản phẩm .....	45
Hình 3.3. Các công cụ của phối thức chiêu thị .....	57

## DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BIỂU ĐỒ



Sơ đồ 1.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy của Công ty Du lịch Đại Việt .....	4
Sơ đồ 3.1. Vai trò của kinh doanh lữ hành.....	37
Biểu đồ 3.1. Biểu đồ cột thể hiện quá trình phát triển doanh thu .....	65
Biểu đồ 3.2. Biểu đồ cột thể hiện sự phát triển lợi nhuận.....	67
Biểu đồ 3.3. Biểu đồ cột thể hiện hiệu quả sử dụng các nguồn lực .....	70
Biểu đồ 3.4. Biểu đồ cột thể hiện cơ cấu khách du lịch đến Công ty .....	73
Sơ đồ 3.2. Quy trình thiết kế tour của Công ty Du lịch Đại Việt.....	76