

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



## **BÁO CÁO THỰC TẬP**

**ĐỀ TÀI:**

**CÁC GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG  
LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN  
LỮ HÀNH NỘI ĐỊA QUỐC TẾ SOHA GROUP**

**Sinh viên thực hiện: TRẦN THẢO TRÂN**

**Mã số sinh viên: 200940**

**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:**

**CÁC GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG  
LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN  
LỮ HÀNH NỘI ĐỊA QUỐC TẾ SOHA GROUP**

**Sinh viên thực hiện: TRẦN THẢO TRÂN**

**Mã số sinh viên: 200940**

**Lớp: DH20QTD01**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN:**

**Th.S NGUYỄN VĂN LÂM**

**Cần Thơ, tháng 6 năm 2024**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài " Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group " là bài viết của cá nhân tôi.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính trung thực của các nội dung khác trong đề tài của mình.

Cần Thơ, ngày 24 tháng 06 năm 2024

**Sinh Viên**

**TRẦN THẢO TRÂN**

## LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc đến các giảng viên trong trường và đặc biệt là các thầy cô trong khoa đã giúp đỡ em trong suốt quá trình học tập tại trường.

Đặc biệt em xin chân thành cảm ơn thầy NGUYỄN VĂN LÂM đã tận tình chỉ bảo, hướng dẫn em trong quá trình hoàn thành bài luận này.

Em xin cảm ơn anh, chị trong CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH NỘI ĐỊA QUỐC TẾ SOHA GROUP đã giúp đỡ và tạo điều kiện cung cấp cho em thông tin trong thời gian em thực hành đề tài khóa luận.

Do kiến thức còn hạn chế nên bài khóa luận không tránh khỏi thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của thầy cô giúp em hoàn thiện bài luận

Em xin chân thành cảm ơn.

Cần Thơ, ngày 24 tháng 06 năm 2024

**Sinh Viên**

**TRẦN THẢO TRÂN**

# NHẬN XÉT CƠ SỞ THỰC TẬP

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: Trần Thảo Trân

MSSV:200940

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 Cổ Phần Lữ hành Nội địa-Quốc tế Soha Group

Địa chỉ: 218 Hoàng Quốc Việt, An Bình, Ninh Kiều, Cần Thơ, Việt Nam

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:

Thực hiện tốt quy định về nội quy công ty, ý thức thực hiện tốt các quy định nội bộ.

### 2. Về tinh thần thái độ học tập:

Có tinh thần học hỏi, thực hiện tốt các công việc trong thời gian thực tập. Luôn tích cực chủ động học hỏi các kỹ năng nghề nghiệp.

### 3. Về quan hệ, lối sống:

Thân thiện với đồng nghiệp, nhà quản lý công ty. Thái độ tích cực lễ phép, thân thiện với khách hàng.

### 4. Các nhận xét khác:

### Đánh giá chung:

Minh - hiện tốt các công việc được giao

## NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

Đề tài “*Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group*”

Do sinh viên: **Trần Thảo Trân**

Dưới sự nhận xét của: **Nguyễn Văn Lâm**

Đơn vị khoa: 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 24 tháng 06 năm 2024

**XÁC NHẬN CỦA GVHD**

**Th.S NGUYỄN VĂN LÂM**

## ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM ĐIỂM

Đề tài “*Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty cổ phần lĩnh vực hành Nội địa Quốc tế SoHa Group*”

Do sinh viên: **Trần Thảo Trân**

Dưới sự nhận xét của: **Th.S NGUYỄN VĂN LÂM**

Đơn vị khoa: 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:.....

.....

.....

Điểm: .....

Cần Thơ, ngày 24 tháng 06 năm 2024

**XÁC NHẬN CỦA GVCD**

**Th.S NGUYỄN VĂN LÂM**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	<b>ii</b>
<b>GIẤY GIỚI THIỆU</b> .....	<b>iii</b>
<b>NHẬN XÉT CƠ SỞ THỰC TẬP</b> .....	<b>iv</b>
<b>NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM ĐIỂM</b> .....	<b>vii</b>
<b>MỤC LỤC</b> .....	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC BẢNG</b> .....	<b>xi</b>
<b>DANH MỤC HÌNH</b> .....	<b>xii</b>
<b>Chương 1: GIỚI THIỆU VỀ CƠ SỞ THỰC TẬP</b> .....	<b>1</b>
1.1 Thông tin về cơ sở thực tập .....	1
1.2 Quá trình hình thành và phát triển .....	2
1.3 Cơ cấu tổ chức .....	3
1.4. Định hướng phát triển trong tương lai .....	5
<b>Chương 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP</b> .....	<b>5</b>
2.1. Nội dung thực tập .....	5
2.1.1. Nội dung công việc được phân công .....	5
2.1.2. Thuận lợi và khó khăn của bản thân trong thực tập.....	7
2.2. Kết quả thực tập em có thể .....	7
2.2.1 Những kết quả thực tập đã đạt được .....	7
2.2.2. Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập .....	8
2.2.3. Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập.....	8
<b>Chương 3: ĐỀ TÀI THỰC TẬP</b> .....	<b>9</b>
3.1. Giới thiệu đề tài thực tập .....	9
3.2. Cơ sở lý thuyết về công ty lữ hành và năng lực cạnh tranh của công ty lữ hành .....	10
3.2.1 Một số vấn đề của công ty lữ hành .....	10
3.2.1.1 Khách du lịch .....	10
3.2.1.2. Kinh doanh lữ hành.....	11
3.2.1.3. Công ty lữ hành.....	12



3.2.1.4. Hệ thống sản phẩm của công ty lữ hành. ....	14
3.2.1.5 Các dịch vụ trung gian. ....	14
3.2.2 Cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của công ty lữ hành. ....	15
3.2.2.1. Khái niệm về cạnh tranh. ....	15
3.2.2.2 Phân loại cạnh tranh. ....	16
3.2.2.3 Khái niệm về năng lực cạnh tranh ....	17
3.2.2.4. Đối thủ cạnh tranh của công ty lữ hành ....	18
3.2.2.5 Những nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của công ty lữ hành. ....	18
3.2.3. Căn cứ để đánh giá năng lực cạnh tranh của Công ty lữ hành. ....	28
3.2.3.1 Căn cứ vào sức mạnh bên trong của công ty lữ hành. ....	28
3.2.3.2 Căn cứ vào khả năng tận dụng những cơ hội thuận lợi và hạn chế những khó khăn mà các yếu tố khách quan mang lại cho công ty lữ hành. ....	29
3.2.3.3 Căn cứ vào kết quả đạt được của công ty lữ hành. ....	29
3.3 Tình hình hoạt động của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group. ....	29
3.3.1 Thực trạng nguồn nhân lực của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group .	29
3.3.2 Thực trạng tài chính của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group .....	31
3.3.3 Phân tích chiến lược marketing của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group. ....	32
3.3.4 Đánh giá lợi thế so sánh của công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp. ....	36
3.3.5 Đánh giá kết quả đạt được của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group .	41
3.3.6 Phân tích các yếu tố vĩ mô của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group. .	43
3.3.6.1 Tình hình phát triển kinh tế và ngành du lịch. ....	43
3.3.6.2 Tình hình về chính trị-luật pháp .....	45
3.3.6.3 Điều kiện về văn hóa và tự nhiên. ....	45
3.4 Kết quả nghiên cứu và thảo luận .....	46
3.5 Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group.....	47
3.5.1. Các giải pháp nhằm hoàn thiện chiến lược marketing mix của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group.....	47
3.5.1.1. Hoàn thiện chính sách sản phẩm của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group .....	47

3.5.1.2. Hoàn thiện chính sách giá của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group .....	48
3.5.1.3. Hoàn thiện chính sách phân phối của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group. ....	52
3.5.1.4 Hoàn thiện chính sách khuyến khích trương của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group. ....	53
3.5.2 Các giải pháp nhằm thiết lập, duy trì và phát triển mối quan hệ với các nhà cung cấp để nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group. ....	54
3.5.2.1 Đối với các nhà cung cấp dịch vụ vận .....	54
3.5.2.2 Hoàn thiện mối quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ lưu trú. ....	57
3.5.2.3 Hoàn thiện mối quan hệ với các nhà cung cấp các dịch vụ tham quan vui chơi giải trí. ....	58
3.5.2.3 Hoàn thiện mối quan hệ với các nhà cung cấp khác. ....	58
3.6 Kết luận và kiến nghị .....	59
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>64</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>65</b>

## DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Bảng nội dung công việc được phân công .....	5
Bảng 3.1: Trình độ học vấn của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group.....	31
Bảng 3.2: Tình hình nhân lực của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group và ba đối thủ cạnh tranh. ....	39
Bảng 3.3: Giá bình quân của một chương trình du lịch của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group và ba đối thủ cạnh tranh năm 2023 .....	40
Bảng 3.4: Số lượt khách du lịch của Công ty cổ phần lữ hành quốc tế nội địa quốc tế SoHa Group .....	41
Bảng 3.5: Số ngày khách bình quân của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group .....	41
Bảng 3.6: Cơ cấu khách du lịch quốc tế đi vào của Công ty cổ phần lữ hành nội địa quốc tế SoHa Group trong năm 2022 - 2023.....	42
Bảng 3.7: Kết quả kinh doanh của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group. ...	43
Bảng 3.8: 10 Thị trường du lịch quốc tế hàng đầu của Việt Nam trong năm 2023 (Nghìn lượt) .....	44
Bảng 3.9 : Xác định giá thành của một chương trình theo khoản mục.....	49
Bảng 3.10: Xác định giá thành của một chương trình du lịch theo lịch trình.....	49

## DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1: Ảnh Logo Của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế Soha Group.....	1
Hình 3.1: Poster tour du lịch nội địa của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group.....	33
Hình 3.2: Poster tour du lịch quốc tế của Công ty cổ phần lữ hành Nội địa Quốc tế SoHa Group.....	34