

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG



BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI

**GIẢI PHÁP MARKETING - MIX THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA
CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DU LỊCH ĐẤT CHÍN RỒNG**

Sinh viên thực hiện : TRẦN PHI PHA

Mã số sinh viên : 202648

Lớp : DH20QTD02

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

**GIẢI PHÁP MARKETING - MIX THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA
CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DU LỊCH ĐẤT CHÍN RỒNG**

Sinh viên thực hiện : TRẦN PHI PHA

Mã số sinh viên : 202648

Lớp : DH20QTD02

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Ths. NGÔ HỒNG QUÂN

Cần Thơ, tháng 6 năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan toàn bộ nội dung trong bài tiểu luận này là thành quả của cá nhân sau quá trình học hỏi trải nghiệm và được thực hiện một cách cẩn trọng và nghiêm túc. Nếu có bất kì phát hiện gian lận hay sao chép nào em xin được chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Cần Thơ, Ngày... tháng... năm 2024

Người thực hiện

TRẦN PHI PHA

LỜI CẢM ƠN

Chín tuần thực tập vừa qua nó không quá dài cũng không quá ngắn nhưng đó là cơ hội cho em được học hỏi ,trải nghiệm và tổng hợp lại những kiến thức mà em đã được giảng viên dạy trên trường, đồng thời cũng được kết hợp với thực tế để nâng cao kiến thức của bản thân. Tuy chỉ có chín tuần thực tập, nhưng qua quá trình thực tập, em đã được mở rộng tầm nhìn và tiếp thu rất nhiều kiến thức thực tế. Từ đó cũng giúp cho bản thân em nhận thấy, việc cọ sát thực tế là vô cùng quan trọng - nó giúp cho sinh viên xây dựng nền tảng lý thuyết được học ở trường vững chắc hơn. Trong quá trình thực tập, từ chỗ còn bỡ ngỡ cho đến thiếu kinh nghiệm, em đã gặp phải rất nhiều khó khăn nhưng với sự giúp đỡ tận tình của anh chị trong công ty TNHH thương mại du lịch Đất Chín Rồng quý thầy cô khoa du lịch và quản trị nhà hàng khách sạn và thầy đã hướng dẫn bài báo cáo cho tụi em là thầy Ngô Hồng Quân. Cảm ơn vì sự nhiệt tình của các cô chú và thầy cô trong khoa đã giúp em có được những kinh nghiệm quý báu để hoàn thành tốt kì thực tập này cũng như viết lên bài báo cáo cuối kỳ.

Em xin chân thành cảm ơn.

Cần Thơ, Ngày... tháng... năm 2024

Người thực hiện

TRẦN PHI PHA

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Đề tài : Giải pháp marketing-mix thu hút khách du lịch nội địa của công ty du lịch Đất Chín Rồng travel

Do sinh viên : Trần Phi Pha thực hiện

Dưới sự nhận xét của ThS. Ngô Hồng Quân

Đơn vị : Công ty TNHH thương mại du lịch Đất Chín Rồng

NỘI DUNG NHẬN XÉT

Về hình thức :

.....

.....

Về nội dung :

.....

.....

Về thái độ :

.....

.....

Cần Thơ, ngày .. tháng .. năm 2024

Xác nhận của GVHD

NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO

Đề tài : Giải pháp marketing-mix thu hút khách du lịch nội địa của công ty du lịch Đất Chín Rồng travel

Do sinh viên : Trần Phi Pha thực hiện

Dưới sự nhận xét của

Đơn vị : Công ty TNHH thương mại du lịch Đất Chín Rồng

NỘI DUNG NHẬN XÉT

Về hình thức :

.....

.....

Về nội dung :

.....

.....

Về thái độ :

.....

.....

Cần Thơ, ngày... tháng... năm 2024

Xác nhận của GIÁM KHẢO

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	I
LỜI CẢM ƠN	II
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	III
NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO.....	IV
DANH SÁCH HÌNH.....	VIII
DANH MỤC TỪ TIẾNG ANH.....	X
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	XI
LỜI MỞ ĐẦU	XII
CHƯƠNG 1 : GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DU LỊCH ĐẤT CHÍN RỒNG	1
1.1 Thông tin về công ty	3
1.2 Quá trình hình thành và phát triển	5
1.3 Cơ cấu tổ chức	6
1.4 Các sản phẩm chính của công ty du lịch Đất Chín Rồng	8
1.5 Đối tượng khách	9
1.6 . Quy trình phục vụ khách du lịch.....	10
1.7 Định hướng phát triển trong tương lai	12
1.8 Ma trận SWOT về công ty DatChinRong travel	13
CHƯƠNG 2 : NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP.....	14
2.1 Nội dung thực tập	14
2.2 Kết quả thực tập.....	36
2.2.1. Những kết quả đạt được	36
2.2.2. Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập.....	36
2.2.3. Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập.....	36
CHƯƠNG 3 : ĐỀ TÀI THỰC TẬP.....	37
3.1 Giới thiệu đề tài thực tập	37
3.3. Lược khảo tài liệu	38
3.4. Tình hình hoạt động của công ty du lịch Đất Chín Rồng	40
3.5. Thực trạng giải pháp Marketing- mix của công ty TNHH thương mại và du lịch Đất Chín Rồng	41
3.5.1. Chính sách sản phẩm	41
3.5.2. Chính sách giá.....	43
3.5.3. Chính sách phân phối.....	45
3.5.4. Chính sách xúc tiến	46
3.6. Đánh giá chung về thực trạng Marketinh- mix của công ty TNHH thương mại và du lịch Đất Chín Rồng	46
- Ưu điểm.....	46
- Hạn Chế.....	48
3.7. Đề xuất giải pháp Marketing - Mix để thu hút khách du lịch nội địa.....	49
3.7.1.Chính sách sản phẩm	49
3.7.2.Chính sách giá.....	50
3.7.3. Chính sách phân phối.....	50
3.7.4. Chính sách xúc tiến hỗn hợp	51
3.8. Kết luận và kiến nghị.....	52
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	54

PHỤ LỤC..... 1

DANH SÁCH BẢNG

Bảng 1.1. Các tour Miền Tây của công ty Đất Chín Rồng.....	9
Bảng 1.2 Kết quả kinh doanh của công ty.....	12
Bảng 1.3. Điểm mạnh, điểm yếu của công ty.....	14
Bảng 1.4. Cơ hội và thách thức	14
Bảng 2.1. Bảng giá tour An Giang	24
Bảng 3.1. Bảng giá tour miền Tây.....	44

DANH SÁCH HÌNH

Hình 1.1. Logo công ty TNHH thương mại du lịch ĐẤT CHÍN RỒNG	1
Hình 1.2. Tàu chợ nổi	2
Hình 1.3. Xe 4 chỗ	2
Hình 1.4. Xe 16 chỗ ĐẤT CHÍN RỒNG Travel	2
Hình 1.5. Xe 45 chỗ	3
Hình 1.6. Ma trận SWOT	13
Hình 2.1. Cảnh đồng An Giang	15
Hình 2.2. Rừng trà Trà Sư	16
Hình 2.3. Cá lóc nướng trui	16
Hình 2.4. Chùa Lầu Tịnh Biên.....	17
Hình 2.5. Miếu Bà Chúa Xứ Núi Sam.....	17
Hình 2.6. Lăng Thoại Ngọc Hầu	18
Hình 2.7. Chùa Tây An.....	18
Hình 2.8. Rừng trà Trà Sư	20
Hình 2.9. Nhà Cổ Bình Thủy.....	26
Hình 2.10. Làng nuôi cá bè trên sông Hậu	26
Hình 2.11. Cầu khỉ trên Cồn Sơn.....	27
Hình 2.12. Du khách tham gia làm bánh tại nhà dân.....	27
Hình 2.13. Cồn Sơn quanh năm được phù sa bồi đắp nên cây ăn trái trĩu quả .	28
Hình 2.14. Cá lóc bay tại Cồn Sơn	28
Hình 2.15. Du khách chụp hình tại Chùa Dơi	29
Hình 2.16. Du khách chụp hình với trang phục truyền thống tại chùa Bô tum Vong Sa Rong	30
Hình 2.17. Nhà Công tử Bạc Liêu	30

Hình 2.18. Cánh đồng điện gió Bạc Liêu	31
Hình 2.19. Rừng đước	32
Hình 2.20. Cột mốc tọa độ Quốc gia	32
Hình 2.21. Biểu tượng Mũi Cà Mau	33
Hình 2.22. Điểm cuối đường HCM tại Cà Mau	33
Hình 3.1. Marketing - mix	41
Hình 3.2. Chính sách sản phẩm	41
Hình 3.3. Chính sách giá.....	43
Hình 3.4. Chính sách phân phối.....	45
Hình 3.5. Chính sách xúc tiến.....	46

DANH MỤC TỪ TIẾNG ANH

Marketing :	Tiếp thị
Sale tour :	Bán sản phẩm du lịch
Travel :	Du lịch
Homestay :	Lưu trú nhà dân
Resort :	Khu nghỉ dưỡng
Trading travel limited liability company : mại du lịch	Công ty trách nhiệm hữu hạn thương
Influencer :	Người ảnh hưởng
Website :	Trang mạng
Inbound :	Trong nước
Online :	Trực tiếp
Outbound :	Ngoài nước

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

TNHH : Trách nhiệm hữu hạn

CTY TNHH TM DL : Công ty trách nhiệm hữu hạn thương mại du lịch