

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

~~~~~\*~~~~~



# BÁO CÁO THỰC TẬP

**ĐỀ TÀI:**

**XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM  
DU LỊCH Ở CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH NỘI ĐỊA QUỐC  
TẾ - SOHA GROUP.**

*Sinh viên thực hiện :* PHẠM NGUYỄN HUYỀN TRÂN

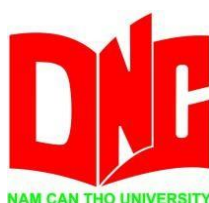
*Lớp :* DH20QTD03

*Mã sinh viên :*203681

Cần Thơ, tháng 4, năm 2024

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

~~~~~\*~~~~~



BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM DU LỊCH Ở
CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH NỘI ĐỊA QUỐC TẾ - SOHA GROUP.**

Sinh viên thực hiện : PHẠM NGUYỄN HUYỀN TRẦN

Mã số sinh viên : 203681

Lớp : DH20QTD03

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN:

NGÔ HỒNG QUÂN

Cần Thơ, tháng 4, năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan rằng bài báo cáo thực tập tốt nghiệp là một quá trình nghiên cứu của riêng tôi dưới sự hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn và sự hỗ trợ từ công ty du lịch SOHA Group. Tất cả các thông tin và tài liệu được trích dẫn từ các nguồn đáng tin cậy đã được đề cập và ghi chú đầy đủ trong bài báo cáo tốt nghiệp này.

Tôi xin cam đoan rằng toàn bộ nội dung và kết quả được trình bày trong bài báo cáo tốt nghiệp này là trung thực và không sao chép từ bất kỳ nguồn nào khác. Tôi chịu trách nhiệm với sự chính xác và tính xác thực của thông tin được trình bày trong bài báo cáo này.

Xin chân thành cam đoan!

Cần Thơ, ngày 29 tháng 4 năm 2024

Sinh viên thực hiện



Phạm Nguyễn Huyền Trân

LỜI CẢM ƠN

Trước hết về vấn đề học tập và chọn làm đề tài trong suốt quá trình nghiên cứu cho báo cáo thực tập của mình thì bản thân em đã chọn làm đề tài “Xây dựng và hoàn thiện chính sách sản phẩm du lịch ở công ty SOHA GROUP.”. Em đã nhận được sự giúp đỡ của thầy Ngô Hồng Quân đã hướng dẫn báo cáo tốt nghiệp cho em. Với tình cảm chân thành, em xin tỏ lòng biết ơn đối với nhà trường Đại học Nam Cần Thơ, Khoa Du Lịch và Quản Trị Nhà Hàng-Khách Sạn, quý thầy cô giáo giảng viên đã tham gia giảng dạy và giúp đỡ em trong xuyên suốt quá trình học tập, nghiên cứu làm báo cáo lần này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến anh Bùi Quốc Anh và quý anh chị lãnh đạo SOHA GROUP đã nhiệt tình chia sẻ, hỗ trợ và cung cấp những thông tin bổ ích giúp em hoàn thành đề tài báo cáo này. Cuối cùng, em xin bày tỏ lòng biết ơn đối đến gia đình và bạn bè người đã cùng đồng hành trong quá trình học tập, hoàn thành đề tài báo cáo lần này. Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong suốt quá trình thực hiện đề tài, song có thể không tránh khỏi những thiếu sót và còn có những mặt hạn chế. Em rất mong nhận được ý kiến đóng góp, sự chỉ dẫn của thầy cô giáo và các bạn.

Cuối lời, em xin kính chúc cho quý thầy cô luôn luôn có thật nhiều sức khỏe, và thật thành công trên con đường nhà giáo, làm nghề đầy nhiệt huyết, chuyên tâm của mình và thật thành công trong cuộc sống.

Em xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, tháng 4 năm 2024

Sinh viên thực hiện



Phạm Nguyễn Huyền Trân

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: Phạm Nguyễn Huyền Trân

MSSV: 203681

Lớp: DH20QTD03 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 Doanh nghiệp: Công ty Cổ Phần Lữ Hành Quốc Tế Nội Địa-SOHA GROUP.

Địa chỉ: 218 Hoàng Quốc Việt, phường An Bình, Ninh Kiều, 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:

Đi đúng giờ giấc, mẫu mực đồng phục quy định của sắp.....

2. Về tinh thần thái độ học tập:

Đi làm thân hãm học hỏi tiếp thu những kiến thức mới.....
Sống tại trong quốc túc làm rất tốt công ty.....

3. Về quan hệ, lối sống:

Ngân ngoại, rộng rãi anh chị.....
Kính phục chuẩn mực với anh chị trong công ty.....

4. Các nhận xét khác:

NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên sinh viên: Phạm Nguyễn Huyền Trân

Đề tài “Xây dựng và hoàn thiện chính sách sản phẩm du lịch ở công ty Cổ Phần Lữ Hành Nội Địa Quốc Tế - SOHA GROUP ”.

Đơn vị: Khoa Du lịch & Quản trị Nhà hàng – Khách sạn, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Về hình thức:

.....

.....

.....

2. Về thái độ:

.....

.....

.....

3. Về nội dung:

.....

.....

.....

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2024

Xác nhận của giáo viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

| | |
|---|-----------|
| LỜI CAM ĐOAN | i |
| LỜI CẢM ƠN | ii |
| PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP | iii |
| NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN | v |
| CHƯƠNG 1 | 1 |
| GIỚI THIỆU CÔNG TY SOHA GROUP | 1 |
| 1.1 Thông tin chung về công ty du lịch SOHA GROUP: | 1 |
| 1.2 Quá trình hình thành và phát triển..... | 2 |
| 1.3 Cơ cấu tổ chức | 3 |
| ❖ Phó Giám đốc..... | 3 |
| ❖ Bộ phận Kinh doanh..... | 4 |
| ❖ Bộ phận Nhân sự..... | 4 |
| ❖ Bộ phận Kế toán..... | 4 |
| ❖ Bộ phận Điều hành tour | 5 |
| 1.4 Định hướng và mục tiêu phát triển của SOHA GROUP | 5 |
| <i>1.4.1 Định hướng:</i> | <i>5</i> |
| <i>1.4.2 Mục tiêu:</i> | <i>5</i> |
| CHƯƠNG 2 | 7 |
| NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP | 7 |
| 2.1. Nội dung thực tập: | 7 |
| <i>2.1.1. Nội dung công việc được phân công</i> | <i>7</i> |
| 2.1.1.1 Công việc Sale online..... | 7 |
| 2.1.1.2 Công việc thiết kế và tính giá chương trình tour..... | 7 |
| <i>2.1.2. Thuận lợi và khó khăn của bản thân trong thực tập</i> | <i>9</i> |
| 2.1.2.1 Thuận lợi: | 9 |
| 2.1.2.2 Khó khăn | 10 |
| 2.2. Kết quả thực tập | 10 |
| <i>2.2.1 Những kết quả thực tập đã đạt được</i> | <i>10</i> |
| 2.2.1.1 Kiến thức đạt được | 10 |
| 2.2.1.2 Kỹ năng đạt được..... | 11 |

| | | |
|------------------------|--|-----------|
| 2.2.2 | Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập | 11 |
| 2.2.3 | Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập..... | 12 |
| CHƯƠNG 3 | | 13 |
| ĐỀ TÀI THỰC TẬP | | 13 |
| 3.1 | Giới thiệu đề tài thực tập | 13 |
| 3.1.1 | Tên đề tài: “Xây dựng và hoàn thiện chính sách sản phẩm du lịch ở công ty Cổ Phần Lữ Hành Nội Địa Quốc Tế - SOHA GROUP.” | 13 |
| 3.1.2 | Lý do chọn đề tài:..... | 13 |
| 3.1.3 | Phương pháp nghiên cứu | 14 |
| 3.1.3.1 | Phương pháp thu thập tài liệu, xử lý tài liệu. | 14 |
| 3.1.3.2 | Phương pháp điều tra, khảo sát thực địa (thực tế)..... | 14 |
| 3.1.3.3 | Phương pháp phân tích, đánh giá, so sánh | 14 |
| 3.1.3.4 | Phương pháp chuyên gia | 14 |
| 3.2 | Lược khảo tài liệu (Cơ sở lý thuyết) | 14 |
| 3.2.1 | Lữ hành, kinh doanh lữ hành và doanh nghiệp lữ hành..... | 14 |
| 3.2.1.1 | Khái niệm lữ hành..... | 14 |
| 3.2.1.2 | Kinh doanh lữ hành..... | 15 |
| a. | Khái niệm kinh doanh lữ hành: | 15 |
| b. | Đặc điểm của kinh doanh lữ hành:..... | 15 |
| c. | Lợi ích của kinh doanh lữ hành..... | 16 |
| 3.2.1.3 | Doanh nghiệp lữ hành. | 17 |
| 3.2.2 | Khái niệm và những nhận định về sản phẩm du lịch..... | 17 |
| 3.2.2.1 | Khái niệm sản phẩm du lịch..... | 17 |
| 3.2.2.2 | Các yếu tố cấu thành một sản phẩm du lịch bao gồm: | 18 |
| 3.2.2.3 | Những nhận định về sản phẩm du lịch..... | 18 |
| 3.2.2.4 | Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm:..... | 19 |
| 3.2.3 | Khái niệm về sản phẩm và danh mục sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành..... | 20 |
| 3.2.4 | Khái niệm và vai trò chính sách sản phẩm | 21 |
| 3.2.4.1 | Khái niệm của chính sách sản phẩm | 21 |
| 3.2.4.2 | Vai trò của chính sách sản phẩm..... | 21 |
| 3.2.5 | Nội dung chính sách sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành | 22 |
| 3.2.5.1 | Chiều rộng của danh mục sản phẩm..... | 22 |
| 3.2.5.2 | Chiều dài | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.5.3 Chiều sâu..... | 22 |
| 3.2.5.4 Mức độ tương thích..... | 22 |
| 3.2.6 Đặc trưng và nguyên tắc phát triển sản phẩm du lịch | 23 |
| 3.2.6.1 Đặc trưng của sản phẩm du lịch. | 23 |
| 3.2.6.2 Nguyên tắc phát triển sản phẩm du lịch | 23 |
| 3.2.7 Phát triển sản phẩm mới..... | 24 |
| 3.2.7.1 Khái quát về sản phẩm mới..... | 24 |
| 3.2.7.2 Các cấp độ của sản phẩm mới:..... | 24 |
| 3.2.7.3 Lý do chính để phát triển sản phẩm mới:..... | 25 |
| 3.2.7.4 Các bước phát triển sản phẩm mới:..... | 25 |
| 3.2.8 Mô hình S6 trong sản phẩm du lịch..... | 27 |
| 3.2.9 Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù | 29 |
| 3.3 Tình hình hoạt động của doanh nghiệp (Cơ sở thực tiễn)..... | 29 |
| 3.3.1 Thực trạng chính sách sản phẩm của CT SOHA GROUP | 29 |
| 3.3.1.1 Đặc điểm thị trường mục tiêu..... | 29 |
| 3.3.1.2 Xác định kích thước tập hợp sản phẩm của công ty..... | 30 |
| a. Quyết định về chiều rộng của danh mục sản phẩm của công ty..... | 30 |
| b. Quyết định về chiều dài của danh mục sản phẩm của công ty..... | 32 |
| c. Quyết định về chiều sâu của danh mục sản phẩm công ty | 33 |
| 3.3.4 Phát triển sản phẩm mới..... | 34 |
| 3.3.5 Các chính sách marketing - mix hỗ trợ chính sách sản phẩm của công ty | 36 |
| 3.3.5.1 Chính sách sản phẩm..... | 36 |
| 3.3.5.2 Chính sách giá..... | 37 |
| a. Mục tiêu định giá của công ty: | 38 |
| b. Phương pháp định giá: | 38 |
| c. Điều chỉnh giá: | 38 |
| 3.3.5.3 Chính sách phân phối..... | 38 |
| 3.3.5.4 Chính sách xúc tiến..... | 39 |
| 3.3.5.5 Chính sách con người và chất lượng dịch vụ..... | 40 |
| 3.3.6 Thành quả, hoạt động kinh doanh trong thời gian qua của SOHA GROUP: | 40 |
| 3.3.7 Doanh thu, chi phí, lợi nhuận qua các năm gần nhất của công ty SOHA GROUP | 42 |
| 3.3.8 Quy trình cung cấp dịch vụ: | 43 |
| 3.3.9 Cách tính giá tour và giá bán của CT | 45 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4 Kết quả nghiên cứu và thảo luận..... | 46 |
| 3.4.1 Phương châm – Giá trị mà SOHA GROUP hướng tới khách hàng:..... | 46 |
| 3.4.1.1 Phương châm: | 46 |
| 3.4.1.2 Giá trị cốt lõi: | 46 |
| 3.4.2 Những thuận lợi và khó khăn ảnh hưởng đến các sản phẩm du lịch của công ty SOHA GROUP:..... | 47 |
| 3.4.2.1 Thuận lợi | 47 |
| 3.4.2.2 Khó khăn | 48 |
| 3.4.3 Cơ hội và thách thức ảnh hưởng đến sản phẩm của công ty SOHA GROUP. | 49 |
| 3.4.4 Kết quả của việc phát triển sản phẩm mới. | 50 |
| 3.4.5 Kết quả thiết kế chương trình du lịch: | 51 |
| 3.5 Đề xuất giải pháp | 61 |
| 3.5.1 Dự báo xu hướng phát triển du lịch Việt Nam trong những năm tới: | 61 |
| 3.5.2 Một số giải pháp xây dựng và hoàn thiện sản phẩm của CTCP Lữ Hành Nội Địa Quốc Tế-SOHA GROUP | 62 |
| 3.5.2.1 Tăng cường công tác phát triển sản phẩm mới. | 62 |
| 3.5.2.2 Hoàn thiện các chính sách Marketing - mix hỗ trợ chính sách sản phẩm. | 62 |
| a. Hoàn thiện chính sách giá. | 62 |
| b. Hoàn thiện Chính sách phân phối. | 63 |
| c. Hoàn thiện Chính sách xúc tiến..... | 64 |
| d. Hoàn thiện chính sách con người. | 64 |
| 3.5.2.3 Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch | 65 |
| 3.5.2.4 Đa dạng hóa chương trình du lịch | 65 |
| 3.5.2.5 Nâng cao chất lượng quản lý, điều hành và cung cấp dịch vụ | 66 |
| 3.5.2.6 Hoàn thiện quy trình dịch vụ du lịch..... | 66 |
| 3.5.2.7 Nâng cao chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật..... | 66 |
| 3.6 Kiến nghị | 67 |
| 3.6.1 Một số kiến nghị..... | 67 |
| 3.6.1.1 Kiến nghị chung về đợt thực tập: | 67 |
| 3.6.1.2 Kiến nghị cho công ty | 67 |
| 3.6.1.3 Kiến nghị với Khoa, trường | 68 |
| KẾT LUẬN..... | 69 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | 70 |

Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt

| | |
|------|-----------------|
| CTCP | Công ty cổ phần |
| MST | Mã số thuế |
| DN | Doanh nghiệp |
| HDV | Hướng dẫn viên |

Danh sách bảng

Bảng 3.1 Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty Công ty lữ hành Nội địa- Quốc tế SOHA GROUP trong thời gian hai năm gần nhất đến hiện tại:42

Bảng 3.2 Dự toán tour Cần Thơ-Đà Nẵng-Huế-Quảng Bình 5N4Đ số lượng 40 khách
.....61

Danh sách các biểu đồ, đồ thị, sơ đồ, hình ảnh

| | |
|---|----|
| Hình 1. 1 Sơ đồ cơ cấu nhân sự của Công ty lễ hành Nội địa- Quốc tế SOHA GROUP | 3 |
| Hình 3.1 Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ của Công ty lễ hành Nội địa- Quốc tế SOHA GROUP | 44 |