

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



VÕ THỊ THU ĐIỂM

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ
HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN
 PHẨM DỊCH VỤ LỮ HÀNH CỦA CÔNG TY
CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ - VẬN TẢI
VÀ DU LỊCH ĐẠI VIỆT**

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành

Mã số ngành: 7810103

05-2021

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



VÕ THỊ THU ĐIỂM

MSSV: 177373

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ
HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN
PHẨM DỊCH VỤ LỮ HÀNH CỦA CÔNG TY
CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ - VẬN TẢI
VÀ DU LỊCH ĐẠI VIỆT**

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành

Mã số ngành: 7810103

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

ThS. NGUYỄN THÀNH PHƯỚC

05-2021

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

1. Nhận xét của giảng viên

- Người hướng dẫn tiểu luận tốt nghiệp: Thạc sĩ. Nguyễn Thành Phước

- Đơn vị: Khoa du lịch và quản trị nhà hàng khách sạn. Trường Đại Học Nam Cần Thơ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Điểm số:...../ 10 điểm

Cần Thơ, ngày..... tháng.....năm 2021

Giảng viên hướng dẫn

NHẬN XÉT VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA GIÁM KHẢO

1. Nhận xét và đánh giá của giám khảo

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Số điểm:...../ 10 điểm

Cần Thơ, ngày.....tháng.....năm 2021

Giám khảo

LỜI CẢM ƠN

Quá trình thực tập kể từ ngày 01 tháng 03 năm 2021 đã kết thúc. Tôi xin trân thành cảm ơn đến Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ- Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt đã tạo cơ hội để tôi được học hỏi và rèn luyện kỹ năng, nghiệp vụ ngành du lịch tại công ty.

Tôi xin trân thành cảm ơn Thạc sĩ. Nguyễn Thành Phước đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi hoàn thành tiểu luận tốt nghiệp đúng thời hạn và tôi cũng xin trân thành cảm ơn đến thầy Ngô Hồng Quân giám đốc điều hành và các anh chị nhân viên của công ty đã dành thời gian tận tình hướng dẫn em trong quá trình thực tập, cũng như quá trình đi tour thực tế của công ty.

Tôi xin gửi lời tri ân trân thành đến trường Đại Học Nam Cần Thơ đã tạo cơ hội cho tôi được thực tập nơi đúng chuyên ngành tôi đang học, cho tôi được trải nghiệm môi trường du lịch thực tế, áp dụng được những kiến thức đã học. Qua những công việc được giao tôi rút ra được nhiều bài học bổ ý và đúc kết được nhiều kỹ năng làm việc cho bản thân.

Vì khả năng và kiến thức của bản thân còn hạn chế nên trong quá trình viết bài không thể tránh khỏi sai sót, kính mong nhận được sự góp ý từ quý thầy cô.

Cần Thơ, ngày.....tháng....năm 2021
Sinh viên

Võ Thị Thu Diễm

LỜI CAM ĐOAN

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

Cần Thơ, ngày...tháng...năm 2021
Sinh viên

Võ Thị Thu Diễm

NHẬT KÝ THỰC TẬP

CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ - VẬN TẢI VÀ DU LỊCH ĐẠI
VIỆT

Tuần	Ngày	Nhiệm vụ	Kết quả tự đánh giá
Tuần 1	5/4/2021 → 10/4/2021	-Làm quen với anh chị trong công ty -Làm quen với công việc thiết kế và điều hành tour -Xem các tour của công ty -Gọi đặt dịch vụ lưu trú Đà Lạt, các cụm lưu trú Tây Nguyên -Gọi đặt dịch vụ tham quan tại Đà Lạt, các điểm tham quan tại Tây Nguyên	- Làm quen và phối hợp với các phòng ban liên quan. - Nắm được cách đặt dịch vụ
Tuần 2	11/4/2021 → 17/4/2021	-Học thiết kế tour Vũng Tàu-Phan Thiết -15/4: Đi tour Tây Nguyên (5 ngày 4 đêm) -Viết bài báo cáo cho chuyến đi	- Học được cách thuyết minh trên xe của các anh chị hướng dẫn - Học cách điều hành tour
Tuần 3	18/4/2021 → 24/4/2021	-Thuyết minh cung đường Dầu Giây- Bảo Lộc- Đà Lạt - Thuyết minh đỉnh LangBiang -21/4: đi tour Đà Lạt cùng anh chị hướng dẫn (3 ngày 2 đêm) -Thực hành thuyết trình : lời chào đoàn	- Nắm được chương trình tour - Được thực hành thuyết trình
Tuần 4	25/4/2021 → 1/5/2021	-Thiết kế tour Đà Nẵng- Bà Nà- Phố Cổ Hội An -Thuyết trình về Phố cổ Hội An	- Được học cách thiết kế một chương trình tour
Tuần 5	2/5/2021 → 8/5/2021	-Thiết kế tour Bình Ba- Nha Trang- Đà Lạt - Thuyết trình về đảo Bình Ba - Thuyết trình về Tháp Bà Ponagar	- Được học cách thiết kế một chương trình tour
Tuần 6	9/5/2021 → 16/5/2021	-Nghĩ dịch Covid-19 - Viết tiểu luận tốt nghiệp	- Hoàn thành nhiệm vụ

NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP

Đơn vị thực tập:

.....

Xác nhận sinh viên: Sinh ngày:.....

Lớp:

Trường:

Thực tập tại:

Từ ngày:..... /..... /..... đến ngày:..... /..... /.....

1. Về tinh thần, thái độ, ý thức tổ chức kỷ luật:

.....

.....

.....

2. Về những công việc được giao

.....

.....

.....

.....

.....

3. Kết quả đạt được

.....

.....

.....

XÁC NHẬN CỦA ĐƠN VỊ LÃNH ĐẠO THỰC TẬP

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	iii
LỜI CAM ĐOAN	iv
NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP	vi
DANH MỤC HÌNH	xi
DANH MỤC BẢNG.....	xii
DANH MỤC VIẾT TẮT	xiii
CHƯƠNG 1	1
GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	2
1.2.1 Mục tiêu chung.....	2
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 PHẠM VI NGHIÊN CỨU	2
1.3.1 Không gian.....	2
1.3.2 Thời gian	2
1.3.3 Đối tượng nghiên cứu.....	2
1.4 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	2
1.4.1 Phương pháp thu thập số liệu.....	2
1.4.1.1 Thông tin thứ cấp	2
1.4.1.2 Số liệu sơ cấp	3
1.4.2 Phương pháp phân tích.....	3
1.5 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI	3
1.6. BỐ CỤC ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	3
CHƯƠNG 2	4
CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	4
2.1 CÁC KHÁI NIỆM VỀ DỊCH VỤ VÀ SỰ HÀI LÒNG.....	4
2.1.1 Khái niệm về dịch vụ	4
2.1.2 Chất lượng dịch vụ.....	5

2.2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	5
2.2.1 Lý thuyết về sự hài lòng khách hàng	5
2.2.1.1 Khái niệm về sự hài lòng khách hàng	5
2.2.1.2 Phân loại sự hài lòng của khách hàng	7
2.2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.....	9
2.2.2.1 Các yếu tố bên ngoài	9
2.2.2.2 Các yếu tố bên trong	10
2.3 ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THEO MÔ HÌNH SERVPERF	12
2.4 LÝ THUYẾT VỀ HÀNH VI KHÁCH HÀNG	14
2.4.1. Tổng quan về lý thuyết hành vi người tiêu dùng	14
2.4.1.1 Khái niệm về hành vi người tiêu dùng.....	14
2.4.1.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng	15
2.4.2 Nhận thức của người tiêu dùng	15
2.4.2.1 Ảnh hưởng chủ quan đến quyết định mua hàng	15
2.4.2.2 Ảnh hưởng khách quan đến quyết định mua hàng.....	15
2.4.3 Tổng quan về hành vi mua của người tiêu dùng Việt Nam	16
2.4.4 Vận dụng lý thuyết hành vi người tiêu dùng trong các công việc liên quan ...	17
2.4.4.1 Việc làm tiếp thị - quảng cáo	17
2.4.4.2 Việc làm chăm sóc khách hàng.....	17
2.5 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT	18
2.5.1 Giả thuyết nghiên cứu	18
2.5.2 Các giả thuyết nghiên cứu.....	18
CHƯƠNG 3	20
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	20
3.1. QUI TRÌNH NGHIÊN CỨU	20
3.2 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH SỐ LIỆU	21
3.2.1 Phương pháp nghiên cứu định tính	21
3.2.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng	21
3.2.3 Phương pháp phân tích dữ liệu	21

3.3 XÂY DỰNG THANG ĐO NGHIÊN CỨU	22
3.3.1 Thang đo tin cậy.....	22
3.3.2 Thang đo khả năng đáp ứng, phản hồi	22
3.3.3 Thang đo thành phần đảm bảo	22
3.3.4 Thang đo thành phần đồng cảm	23
3.4.5 Thang đo thành phần hữu hình.....	23
CHƯƠNG 4	24
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	24
4.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUÁT VỀ CÔNG TY	24
4.1.1 Giới thiệu tổng quan về CÔNG TY CP TM DV- VT & DL ĐẠI VIỆT	24
4.1.2 Lịch sử hình thành.....	24
4.1.3 Cơ cấu tổ chức của Công ty	25
4.1.3.1 Sơ đồ tổ chức.....	25
4.1.3.2 Nhiệm vụ các phòng ban.....	26
4.2 THỰC TRẠNG CỦA CTY CP TM DV – VT & DL ĐẠI VIỆT.....	28
4.2.1 Thống kê kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty trong 3 năm	28
4.2.2 Thuận lợi và khó khăn.....	30
4.2.2.1 Thuận lợi	30
4.2.2.2 Khó khăn	30
4.2.2.3 Định hướng phát triển	30
4.3 THÔNG TIN CHUNG VỀ MẪU NGHIÊN CỨU	31
4.3.1 Thống kê về giới tính	31
4.3.2 Thống kê về độ tuổi.....	31
4.3.3 Thống kê về trình độ học vấn.....	31
4.4 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH VÀ ĐƯA RA GIẢI PHÁP	32
4.4.1 Cảm nhận khách hàng về thang đo độ tin cậy.....	32
4.4.2 Cảm nhận khách hàng về khả năng đáp ứng và phản hồi	33
4.4.3 Cảm nhận khách hàng về độ đảm bảo.....	33
4.4.4 Cảm nhận khách hàng về độ đồng cảm.....	33

4.4.5 Cảm nhận khách hàng về thang đo hữu hình	34
4.5 GIẢI PHÁP CẢI THIỆN THEO CÁC THANG ĐO	34
4.5.1 Giải pháp cho thang đo độ tin cậy.....	34
4.5.2 Giải pháp cho độ đáp ứng và phản hồi của Công ty	34
4.5.3 Giải pháp cho độ đảm bảo.....	35
4.5.4 Giải pháp cho độ đồng cảm.....	36
4.5.5 Giải pháp cho thang đo hữu hình	36
CHƯƠNG 5	37
PHẦN KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ	37
5.1 KẾT LUẬN.....	37
5.2 KHUYẾN NGHỊ.....	37
5.2.1 Đối với cơ quan ban ngành Du lịch Việt Nam.....	37
5.2.2 Đối với Công ty CP TM DV- VT & DL Đại Việt	38
5.2.3 Đối với nhà cung cấp	38
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	39
Phụ lục 1	40
Phụ lục 2.....	42

DANH MỤC HÌNH

Hình 2. 1 Mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả.....	20
Hình 3. 1 Quy trình nghiên cứu của tác giả.....	22
Hình 4.1 Sơ đồ bộ máy tổ chức	26

DANH MỤC BẢNG

Bảng 4. 1 Kết quả hoạt động kinh doanh	28
Bảng 4. 2: Mô tả về giới tính khách hàng	31
Bảng 4. 3: Bảng thống kê độ tuổi khách hàng	31
Bảng 4. 4: Bảng thống kê trình độ học vấn của khách hàng	31
Bảng 4. 5: Bảng cảm nhận khách hàng về mức độ tin cậy.....	32
Bảng 4. 6: Cảm nhận khách hàng về khả năng đáp ứng và phản hồi.....	33
Bảng 4. 7: Cảm nhận khách hàng về độ đảm bảo	33
Bảng 4. 8: Cảm nhận khách hàng về độ đồng cảm	33
Bảng 4. 9: Cảm nhận của khách hàng về thang đo hữu hình	34

DANH MỤC VIẾT TẮT

CP: Cổ phần

TM: Thương mại

DV: Dịch vụ

DL: Du lịch

VT: Vận tải

MICE: viết tắt của Meeting (hội họp), Incentive (khen thưởng), Convention (hội nghị, hội thảo) và Exhibition (triển lãm). Tên đầy đủ tiếng Anh là Meeting Incentive Conference Event.

SPSS: (Statistical Package for the Social Sciences) được tạo ra vào năm 1968 bởi SPSS Inc vào năm 1968 và được IBM mua lại vào năm 2009. SPSS là một chương trình máy tính phục vụ công tác phân tích thống kê.

KCN: Khu công nghiệp

KCX: Khu chiết xuất