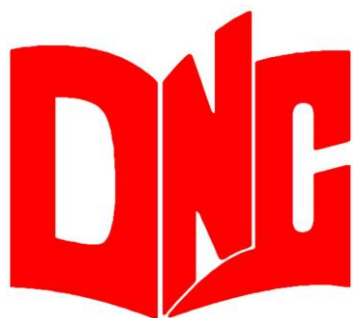


TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH



NAM CAN THO UNIVERSITY

TRẦN MINH NGUYỄN

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DU LỊCH NỘI ĐỊA
TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL**

TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
Ngành Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch & Lữ Hành
Mã số ngành: 7810103

Cần Thơ, tháng 04 năm 2021

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH**

**TRẦN MINH NGUYỄN
MSSV: 166315
LỚP: DH17QTD01**

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DU LỊCH NỘI ĐỊA
TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Ngành Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch & Lữ Hành
Mã số ngành: 7810103

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
THS. LÊ KHÁNH AN

Cần Thơ, tháng 04 năm 2021

LỜI CẢM TẠ

Trước hết tôi xin chân thành cảm ơn thầy, cô giảng viên trong khoa Du Lịch cũng như các thầy cô trong trường Đại học Nam Cần Thơ đã trang bị cho tôi những kiến thức tổng hợp trong suốt khóa học.

Đó là cơ sở để tôi có thể hoàn thành bài tiểu luận tốt nghiệp của mình. Tôi cũng chân thành cảm ơn ThS. Lê Khánh An. Người đã giúp đỡ tôi tận tình trong việc hoàn thành bài tiểu luận tốt nghiệp này.

Đồng thời tôi xin bày tỏ lòng biết ơn đối với ban lãnh đạo cùng tập thể nhân viên của công ty DNC Travel đã giúp đỡ tạo điều kiện cho tôi trong suốt thời gian thực tập tại đây.

Do lượng kiến thức còn hạn chế, kinh nghiệm thực tế cũng như thời gian thực tập không nhiều nên bài tiểu luận không tránh khỏi những sai sót. Kính mong thầy cô đóng góp thêm ý kiến, chỉ bảo để đề tài tiểu luận được hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

Trần Minh Nguyên

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan tiểu luận: “**Nâng cao chất lượng du lịch nội địa tại công ty DNC Travel**” là công trình nghiên cứu khoa học của riêng tôi.

Các số liệu, thống kê và kết luận nghiên cứu được trình bày trong tiểu luận là trung thực và có nguồn gốc cụ thể, rõ ràng và chưa từng được công bố trong bất cứ công trình khoa học nào khác.

Tôi xin chịu trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Người thực hiện

Trần Minh Nguyên

NHẬT KÝ THỰC TẬP

Thời gian	Tên công việc	Nội dung thực hiện CV	Người phân công/hướng dẫn	Tự đánh giá mức độ hoàn thành
Tuần 1 (5/4-11/4)	Học các quy định doanh nghiệp - Giới thiệu về các lĩnh vực kinh doanh của DNC Travel - Tìm hiểu về các tour tuyến cơ bản công ty đang triển khai - Tìm hiểu về xu hướng du lịch trong thời covid và sản phẩm của các đơn vị kinh doanh lân cận trên địa bàn - Thực tập thu thập thông tin sản phẩm, giá của các đối thủ cạnh tranh	SV nhận các văn bản từ doanh nghiệp, tiến hành học và tìm hiểu các thông tin về doanh nghiệp như thời gian khai trương, các lĩnh vực hoạt động	PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận	SV nhận được sự hướng dẫn tận tình từ doanh nghiệp, tiếp thu nhanh các nội dung được giao.
Tuần 2 (12/4-18/4)	- Tìm hiểu cách thiết kế chương trình du lịch - Tìm hiểu các tính giá tour - Thực tập thiết kế chương trình + tính giá		PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận	Hoàn thành hết nội dung công ty phân công
Tuần 3 (19/4-25/4)	- Tìm hiểu về công việc của nhân viên sales tour - Kỹ năng – nghiệp vụ của nhân viên sales tour - Các thông tin khách hàng cần phải thu thập trong quá trình sales tour giao dịch với khách - Xử lý tình huống trong kinh doanh - Thực tập sale tour tại văn phòng		PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận	Hoàn thành hết nội dung công ty phân công
Tuần 4 (26/4-2/5)	- Tìm hiểu về các công việc của điều hành tour - Tìm hiểu về các dịch vụ cấu thành nên một chương trình tour - Xử lý tình huống phát sinh		PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận	Hoàn thành hết nội dung công ty phân công

	<p>trong điều hành tour du lịch - Thực tập đặt dịch vụ và triển khai tour</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mang gửi hợp đồng bán vé máy bay cho công ty du lịch (cá nhân) 			
<p>Tuần 5 (3/5-9/5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tìm hiểu về công việc của HDV - Các bước triển khai công việc của HDV trước, trong và sau tour - Xây dựng và thực tập bài thuyết minh theo yêu cầu - Gửi hợp đồng bán vé máy bay cho trường Đại học Tây Đô (cá nhân) 		<p>PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận</p>	<p>Hoàn thành hết nội dung công ty phân công</p>
<p>Tuần 6 (10/5-16/5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tìm hiểu về nghiệp vụ vé máy bay - Tìm hiểu về nghiệp vụ cho thuê xe, bán phòng khách sạn - Chia nhóm báo cáo power point theo chuyên đề thuyết trình sản phẩm tour với sự tham gia của 03 bộ phận là sales, điều hành, HDV - Đánh giá, kết thúc chương trình thực tập. 		<p>PGD DNC Travel – Mai Quang Thuận</p>	<p>Hoàn thành hết nội dung công ty phân công</p>

MỤC LỤC

Contents

MỤC LỤC.....	viii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	1
DANH SÁCH HÌNH.....	1
DANH SÁCH BẢNG.....	2
PHẦN MỞ ĐẦU.....	3
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	3
2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU.....	4
3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	4
4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	4
5. CẤU TRÚC TIỂU LUẬN.....	5
CHƯƠNG 1:.....	6
CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	6
1.1. KHÁI NIỆM DU LỊCH VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH.....	6
1.1.1. Khái niệm du lịch.....	6
1.1.2. Khái niệm sản phẩm du lịch.....	6
1.1.3. Đặc điểm của sản phẩm du lịch.....	7
1.1.4. Phân loại sản phẩm du lịch du lịch hiện nay.....	7
1.2. KHÁI NIỆM DU LỊCH NỘI ĐỊA VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ.....	11
1.2.1. Khái niệm về du lịch nội địa và khách du lịch nội địa.....	11
1.2.2. Phân loại khách du lịch nội địa.....	12
1.2.3. Thành phần cơ bản của sản phẩm du lịch.....	15
CHƯƠNG 2:.....	16
THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL.....	16
2.1. GIỚI THIỆU.....	16
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của DNC Travel.....	16
2.1.2. Cơ cấu tổ chức và quản lý của công ty DNC Travel.....	16
2.1.3. Các lĩnh vực kinh doanh của DNC Travel.....	16
2.1.4. Cơ cấu nguồn nhân lực tại DNC Travel.....	17
2.2. THỰC TRẠNG DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL.....	21
2.2.1. Nhu cầu tìm kiếm thông tin du lịch nội địa tại Việt Nam.....	21
2.2.2. Thực trạng du lịch nội địa tại công ty DNC Travel.....	23
2.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng du lịch nội địa.....	24
2.3. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI DNC TRAVEL.....	25
2.3.1. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài.....	25
2.3.1.1. Các nhân tố thuộc môi trường vĩ mô.....	25
2.3.1.2. Ảnh hưởng của Covid-19 đến ngành Du lịch.....	28
2.3.1.4. Các nhân tố thuộc môi trường ngành.....	38
2.3.2. Các nhân tố thuộc môi trường bên trong.....	39
2.3.2.1. Nguồn lực tài chính.....	39
2.3.2.2. Nguồn nhân lực.....	39

2.3.2.3.	Cơ sở hạ tầng kỹ thuật	40
2.3.2.4.	Văn hóa doanh nghiệp	40
2.3.2.5.	Thương hiệu	41
2.3.2.6.	Công nghệ khoa học kỹ thuật	41
2.4.	PHÂN TÍCH SWOT CHO SẢN PHẨM DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL	42
2.4.1.	Điểm mạnh (Strength- S)	42
2.4.2.	Điểm yếu (W).....	42
2.4.3.	Cơ hội (O)	43
2.4.4.	Thách thức, đe dọa (T)	43
	CHƯƠNG 3:	45
	GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL.....	45
3.1.	GIẢI PHÁP ĐỐI NỘI CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL	45
3.1.1.	Nâng cao chất lượng thiết kế.....	45
3.1.2.	Đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu thị trường	45
3.1.3.	Đa dạng các loại hình dịch vụ	46
3.1.4.	Quảng cáo trung thực, thông tin đầy đủ cho khách.....	47
3.1.5.	Chiến lược Marketing thu hút khách hàng	47
3.1.5.1.	Chiến lược về Sản Phẩm	47
3.1.5.2.	Chiến lược giá	48
3.1.5.3.	Kênh phân phối	48
3.1.5.4.	Chiến lược về cổ động - xúc tiến dịch vụ (Promotion).....	49
3.2.	GIẢI PHÁP ĐỐI NGOẠI CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL	49
3.2.1.	Thu thập thông tin của khách	49
3.2.2.	Nâng cao chất lượng khi lập hành trình chi tiết cho khách.....	50
3.2.3.	Điều chỉnh mối quan hệ với các nhà cung cấp.....	50
3.2.4.	Nhà cung cấp phương tiện vận chuyển	50
3.3.	GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRONG THỜI KỲ DỊCH BỆNH COVID-19.....	50
3.3.1.	Giải pháp phát triển trước giai đoạn dịch Covid-19 đang diễn ra.....	50
3.3.2.	Xu hướng và giải pháp phát triển du lịch trong thời gian tới.....	51
	PHẦN KIẾN NGHỊ VÀ KẾT LUẬN.....	55
	PHỤ LỤC.....	59
	TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	64

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ ngữ được viết tắt	Nghĩa của từ ngữ viết tắt
HDV	Hướng dẫn viên
VHTTDL	Văn hóa Thể thao Du lịch
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
MTV	Một thành viên
UNWTO	World Tourism Organization
CMCN	Cách mạng công nghiệp
WTO	World Trade Organization
TCDL	Tổng cục du lịch
UBND	Ủy ban nhân dân

DANH SÁCH HÌNH

.....	Trang
Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức DNC Travel.....	16
Hình 2.2 Nhu cầu tìm kiếm thông tin du lịch của khách nội địa trong thời gian từ ngày 01/01/2021 đến ngày 04/3/2021	21
Hình 2.3 Nhu cầu tìm kiếm thông tin về hàng không của khách nội địa trong thời gian từ ngày 01/01/2021 đến ngày 04/3/2021	22
Hình 2.4 Nhu cầu tìm kiếm thông tin về cơ sở lưu trú của khách nội địa trong thời gian từ ngày 01/01/2020 đến ngày 04/3/2021	22
Hình 2.5 Biểu đồ doanh thu tại DNC Travel	23
Hình 2.6 Tình hình dịch Covid-19	31

DANH SÁCH BẢNG

.....	Trang
Bảng 2.1 Doanh thu tại DNC Travel từ 11/2020 – 04/2021	23
Bảng 2.2 Ma trận IFE theo S-W của DNC Travel	41
Bảng 2.3 Ma trận EFE theo O-T của DNC Travel.....	42

PHẦN MỞ ĐẦU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Việt Nam được biết đến là một đất nước giàu tài nguyên du lịch tự nhiên. Vấn đề quan trọng hiện nay là chúng ta phải biến những tài nguyên đó trở thành nguồn lợi về cho đất nước mình bằng việc đầu tư tăng cường các tour du lịch nội địa, du lịch Domestic một cách đúng đắn. Sao cho có thể thu hút được khách du lịch đến với Việt Nam và coi Việt Nam là một trong những sự lựa chọn hàng đầu cho mỗi chuyến du lịch. Trong thời đại hiện nay, khi mà đời sống của con người ngày càng được nâng cao, nhu cầu đi du lịch để khám phá, nghỉ dưỡng, ... đang được người dân quan tâm và lựa chọn.

Trong những năm qua, du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển, lượng khách quốc tế đến cũng như khách du lịch nội địa ngày càng tăng. Du lịch Việt Nam ngày càng được biết đến nhiều hơn trên thế giới, nhiều điểm đến trong nước được bình chọn là địa chỉ yêu thích của du khách quốc tế. Du lịch đang ngày càng nhận được sự quan tâm của toàn xã hội trong cả nước và quốc tế. Trong xu thế hội nhập đặc biệt Việt Nam đã ra nhập tổ chức thương mại WTO thì ngành du lịch càng có nhiều cơ hội để phát triển. Theo thống kê có 70% du khách đến Việt Nam và không quay trở lại với rất nhiều lý do. Trong những năm gần đây, lượng du khách đến Việt Nam ngày càng tăng cũng như số lượng người Việt Nam đi du lịch trong và ngoài nước cũng tăng lên đáng kể. Đứng trước thời cơ và thách thức đó, bên cạnh việc làm thế nào để phát triển ngành du lịch trở thành kinh tế chủ đạo thì việc nghiên cứu thị trường, thị hiếu khách du lịch cũng như tìm ra những yếu điểm của ngành để có hướng khắc phục là điều vô cùng quan trọng. Tuy nhiên sự phát triển trên vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, tài nguyên và vị thế vốn có của nước nhà. Một phần vì chất lượng sản phẩm du lịch còn chưa cao, chưa đa dạng, chưa mang tính đặc thù, sức cạnh tranh còn hạn chế, do vậy chưa thu hút được số lượng lớn khách du lịch trong nước nói chung và khách du lịch quốc tế nói riêng. Nhưng dịch bệnh COVID-19 đang là một thách thức với ngành Du lịch hiện nay. Kể từ khi trường hợp đầu tiên của COVID-19 đã được báo cáo vào tháng 12 năm 2019 tại Vũ Hán, Trung Quốc và lan rộng trên toàn thế giới trong tháng 3/2020. Sự lây lan nhanh chóng của Corona virus mới (COVID-19) đã làm giảm đáng kể tất cả các hình thức hoạt động kinh tế ở khắp nơi trên thế giới.

Tổ chức Y tế thế giới (WHO) tuyên bố COVID-19 là một đại dịch. Nó đã làm ngưng trệ các hoạt động kinh doanh, sự gián đoạn chuỗi cung ứng gây ra hiệu ứng lan sóng toàn cầu trên tất cả các lĩnh vực kinh tế mà khó có thể đoán trước. Tại Việt Nam, trường hợp COVID-19 đầu tiên được xác nhận vào ngày 23 tháng 1 năm 2020. Từ tổng dân số gần 100 triệu người, Việt Nam đã báo cáo 1049 trường hợp nhiễm và 35 trường hợp tử vong (cho đến ngày 3 tháng 9 năm 2020).

Để giảm bớt sự lây lan nhanh chóng của đại dịch này, tất cả các quốc gia trên thế giới đã áp dụng lệnh cách ly và giãn cách xã hội, hạn chế đi lại trong nước và quốc tế. Điều này làm cản trở và gây ra những khó khăn do hạn chế đi lại và ảnh hưởng rất lớn đến ngành Du lịch Việt Nam. Đại dịch COVID-19 đã làm thay đổi lối sống sinh hoạt và tác động tiêu cực đến nền kinh tế của nước ta (Banna, 2020) khi

Chính phủ Việt Nam đóng cửa mọi hình thức hoạt động kinh tế trong tháng 4/2020 (Chỉ thị 16 của Thủ tướng Chính phủ).

Du lịch và lữ hành là hai trong số những lĩnh vực kinh doanh đầu tiên bị ảnh hưởng bởi COVID-19. Lệnh cấm và hạn chế đi lại đã được áp dụng cho tất cả các điểm du lịch. Các hoạt động trong lĩnh vực khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng và giao thông hầu hết bị hoãn lại do việc đóng cửa trên toàn quốc. Ngành Hàng không đã bị ảnh hưởng đáng kể với việc hủy tất cả các chuyến bay nội địa và quốc tế đến và đi từ Việt Nam.

Do đó, tương lai của ngành Du lịch và lữ hành ở Việt Nam hiện vẫn rất khó để đánh giá tác động toàn diện. Nghiên cứu sẽ trình bày tổng quan về đại dịch COVID-19 và xác định những ảnh hưởng cũng như dự báo các tác động đối với ngành Du lịch của Việt Nam và giải pháp phục hồi trong thời gian tới.

Vậy, làm thế nào để nâng cao được chất lượng du lịch nội địa nhằm phục vụ cho nhu cầu đi du lịch của du khách trong nước, làm thế nào để có những giải pháp tối ưu nhằm tiết kiệm được chi phí và vực dậy nền kinh tế nước nhà nói chung, cũng như ngành du lịch nói riêng. Đảm bảo phát triển du lịch trước, trong và sau dịch Covid-19 sẽ như thế nào để giữ vững được vị thế của du lịch nội địa?

Đề tài “Nâng cao chất lượng du lịch nội địa tại công ty DNC Travel” sẽ cho thấy được những thực trạng về vấn đề du lịch nội địa. Từ đó đưa ra các giải pháp cũng như kiến nghị để đóng góp vào chiến lược phát triển của công ty DNC Travel.

2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

- Hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về khái niệm du lịch nội địa, chất lượng du lịch và nâng cao chất lượng du lịch nội địa tại DNC Travel.

- Nghiên cứu, phân tích thực trạng du lịch nội địa, tìm ra những thành công, tồn tại và nguyên nhân dẫn đến thực trạng đó tại công ty DNC Travel.

- Đề xuất những giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng, nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng và hiệu quả kinh doanh của công ty DNC Travel.

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu toàn bộ hoạt động kinh doanh du lịch nội địa của công ty DNC Travel trên các phương diện: các loại hình dịch vụ, chăm sóc khách hàng, hoạt động kinh doanh, thực trạng và giải pháp...

- Về nội dung: Tập trung nghiên cứu về thực trạng nâng cao chất lượng tour du lịch nội địa, điều tra khảo sát chất lượng dịch vụ tour du lịch nội địa cụ thể tại Công ty DNC Travel.

- Về không gian: Không gian nghiên cứu của tiểu luận tại Công ty DNC Travel.

- Về thời gian: Để đạt được mục tiêu đề ra, tiểu luận đi vào nghiên cứu về thực trạng hoạt động kinh doanh, chất lượng dịch vụ tại Công ty DNC Travel tập trung chủ yếu vào các năm 2019 - 2021.

Thời gian nghiên cứu cụ thể tại công ty DNC Travel: 5/4/2021 – 16/5/2021

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài tiểu luận sẽ được trình bày dựa trên các phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau:

- Phương pháp nghiên cứu lý luận kết hợp với quan sát tìm hiểu và khảo sát thực tế.

- Phương pháp thu thập và xử lý thông tin.

- Phương pháp thống kê phân tích và tổng hợp.

Phương pháp thu thập số liệu: phương pháp thu thập số liệu thứ cấp là dựa trên nguồn số liệu thu thập được từ các công trình tài liệu nghiên cứu trước đây để xây dựng cơ sở lý thuyết và chứng minh giả thuyết.

Phương pháp phân tích số liệu: Xử lý và phân tích số liệu hay dữ liệu nghiên cứu là một trong các bước cơ bản của một nghiên cứu, bao gồm xác định vấn đề nghiên cứu; thu thập số liệu; xử lý số liệu; phân tích số liệu và báo cáo kết quả. Xác định rõ vấn đề nghiên cứu giúp việc thu thập số liệu được nhanh chóng và chính xác hơn. Để có cơ sở phân tích số liệu tốt thì trong quá trình thu thập số liệu phải xác định trước các yêu cầu của phân tích để có thể thu thập đủ và đúng số liệu như mong muốn.

5. CẤU TRÚC TIỂU LUẬN

PHẦN MỞ ĐẦU

Chương 1. Cơ sở lý luận

Chương 2. Thực trạng du lịch nội địa tại Công ty DNC Travel

Chương 3. Giải pháp nâng cao chất lượng du lịch nội địa tại Công ty DNC Travel

PHẦN KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ