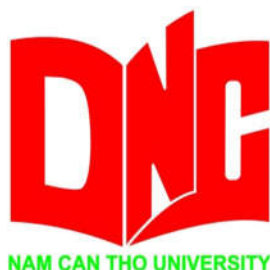


TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN



ĐẶNG PHAN ÁNH SÁNG

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM
DU LỊCH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN
LỮ HÀNH FIDITOUR CHI NHÁNH
THÀNH PHỐ CẦN THƠ

TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH
MÃ SỐ NGÀNH: 7810103

Cần Thơ - 2021

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



ĐẶNG PHAN ÁNH SÁNG
MSSV: 177161

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM
DU LỊCH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN
LỮ HÀNH FIDITOUR CHI NHÁNH
THÀNH PHỐ CẦN THƠ

TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
ThS. NGUYỄN DU HẠ LONG

Cần Thơ - 2021

LỜI MỞ ĐẦU

Lời đầu tiên tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất tới Thạc sĩ Nguyễn Du Hạ Long, người thầy đã chỉ bảo, hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong việc định hướng, triển khai và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Trên thực tế không có sự thành công nào mà không gắn liền với những sự hỗ trợ, giúp đỡ dù ít hay nhiều, dù trực tiếp hay gián tiếp của người khác. Thời gian thực tập 6 tuần tại công ty Du lịch là một trong những điều kiện để sinh viên khoa Du Lịch Trường Đại học Nam Cần thơ có thể hoàn thành tiểu luận tốt nghiệp.

Quan trọng hơn, thực tập là thời gian để sinh viên thử sức với công việc, định hướng nghề nghiệp tương lai cho bản thân. Tự tin hơn khi va chạm môi trường thực tế khi kết thúc chương trình học tập của mình.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến quý thầy cô, giảng viên khoa Du Lịch Trường Đại học Nam Cần thơ vì đã truyền đạt cho em rất nhiều những kiến thức quý báu về du lịch cũng như công việc của người Hướng dẫn viên - Quản trị lữ hành thông qua các bài giảng tâm huyết và các chuyến đi thực tế mà Trường và Khoa đã tổ chức.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến ban giám đốc, các anh chị nhân viên công ty cổ phần Lữ hành Fiditour – chi nhánh Cần Thơ vì đã tận tình giúp đỡ, chỉ ra thiếu sót, truyền đạt thêm những kiến thức và đặc biệt là giúp em có cái nhìn tường tận hơn về du lịch lý thuyết và du lịch thực tế. Trải nghiệm và thực tế là những điều rất tuyệt vời mà tôi có được trong thời gian thực tập tại công ty.

Đặc biệt gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến chị Hoài Thương - người đã trực tiếp hướng dẫn cho em tại công ty cổ phần Lữ hành Fiditour – chi nhánh Cần Thơ.

Đồng thời em cũng xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo cùng các phòng ban của công ty cổ phần Lữ hành Fiditour – chi nhánh Cần Thơ đã tạo điều kiện thuận lợi cho em được tìm hiểu thực tiễn trong suốt quá trình thực tập tại công ty.

Một lần nữa xin gửi lời tri ân nhất.

Cần Thơ, ngày 10 tháng 05 năm 2021

Sinh viên

Đặng Phan Ánh Sáng

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là bài báo cáo thực tập “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch của công ty lữ hành fiditour tại thành phố cần thơ” của tôi trong thời gian qua. Những số liệu và kết quả nghiên cứu là trung thực, hoàn toàn được thực hiện tại Phòng Digital Marketing của Công ty lữ hành Fiditour, không sao chép bất kỳ nguồn nào khác. Ngoài ra, trong bài báo cáo có sử dụng một số nguồn tài liệu tham khảo đã được trích dẫn nguồn và chú thích rõ ràng. Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước bộ môn, khoa và nhà trường về sự cam đoan này.

Cần Thơ, ngày 10 tháng 05 năm 2021

Sinh viên

Đặng Phan Ánh Sáng

XÁC NHẬN CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ĐÁNH GIÁ CỦA GIÁNG VIÊN PHẢN BIỆN

1. Ý kiến của giảng viên phản biện

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Đánh giá: / 10 điểm

Cần Thơ, Ngày Tháng Năm 2021
(Ký và ghi rõ họ tên)

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ThS	Thạc sĩ
UNWTO	Tổ chức Du lịch Thế giới
CP	Cổ phần
TP	Thành phố
MICE	Meeting Incentive Conference Event
ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
KS	Khách sạn
NH	Nhà hàng
HDV	Hướng dẫn viên
VTA	Hiệp hội Du lịch Việt Nam
IATA	Hiệp hội Hàng không Quốc tế
HTA	Hiệp hội Du lịch TP.Hồ Chí Minh
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
CSKH	Chăm sóc khách hàng

DANH MỤC HÌNH

	Trang
Hình 2. 1 Quy trình hoạch định chiến lược	21
Hình 2. 2 Sơ đồ các yếu tố trong môi trường Marketing.....	22
Hình 2. 3 Mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của M. Porter	24
Hình 3. 1 Logo công ty Fiditour	30
Hình 3. 2 Sơ đồ tổ chức công ty Fiditour	32

DANH MỤC BẢNG

	Trang
Bảng 3. 1 Ma trận SWOT	43
Bảng 3. 2 Ma trận QSPM.....	44

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC HÌNH	vii
CHƯƠNG 1	1
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1.1 SỰ CẦN THIẾT CỦA ĐỀ TÀI	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	3
1.2.1. Mục tiêu chung	3
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	3
1.3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	3
1.3.1. Phương pháp thu thập số liệu và khảo sát thực địa	3
1.3.2. Phương pháp phân tích	3
1.4. PHẠM VI NGHIÊN CỨU	4
1.4.1. Không gian	4
1.4.2. Thời gian.....	4
1.4.3. Đối tượng nghiên cứu.....	4
1.5. CẤU TRÚC ĐỀ TÀI.....	4
Tiểu kết chương 1	4
CHƯƠNG 2.....	5
CƠ SỞ LÝ LUẬN	5
2.1. KHÁI NIỆM.....	5
2.1.5.1. Các loại sản phẩm du lịch.....	10
2.1.5.2. Các đặc tính của sản phẩm du lịch.....	17
2.2. KHÁI NIỆM CHIẾN LƯỢC VÀ QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC	17
2.2.3.1. Chiến lược cấp công ty	19
2.2.3.2. Chiến lược cấp bộ phận kinh doanh	19
2.2.3.3 Chiến lược cấp chức năng.....	19
2.3. QUY TRÌNH HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC CỦA DOANH NGHIỆP	20
2.3.4.1 Phân tích môi trường vĩ mô	22
2.3.4.2. Môi trường ngành	25
2.3.4.3. Phân tích môi trường nội bộ của doanh nghiệp	26
Tiểu kết chương 2	27
CHƯƠNG 3.....	29
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH CỦA	29

CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH FIDITOUR TẠI	29
THÀNH PHỐ CẦN THƠ	29
3.1. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH FIDITOUR.....	29
3.1.1. Giới thiệu chung	29
3.1.2. Lĩnh vực hoạt động.....	29
3.1.3. Mạng lưới quan hệ đối tác.....	29
3.1.4. Logo và ý nghĩa logo của công ty Fiditour	30
3.1.5. Quá trình hình thành và phát triển.....	31
3.1.6. Tầm nhìn và sứ mệnh	31
3.1.7. Triết lý kinh doanh	31
3.1.8. Giá trị cốt lõi.....	32
3.2. CƠ CẤU TỔ CHỨC CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH FIDITOUR	32
3.2.1. Quyết định thành lập	32
3.2.2 Sơ đồ tổ chức Công ty cổ phần Fiditour chi nhánh Cần Thơ.....	32
3.3. NHIỆM VỤ CHỨC NĂNG CỦA TỪNG BỘ PHẬN	33
3.3.1. Giám đốc và Phó Giám đốc chi nhánh	33
3.3.2. Phòng hành chính nhân sự.....	33
3.3.3. Bộ phận chăm sóc khách hàng	34
3.3.4. Bộ phận điều hành.....	34
3.3.5. Bộ phận hướng dẫn.....	34
3.3.6. Phòng tài chính kế toán	34
3.3.7. Phòng kinh doanh.....	34
3.4. KHÁI QUÁT DU LỊCH THÀNH PHỐ CẦN THƠ	35
3.4.1. Sơ lược về Thành phố Cần Thơ.....	35
3.4.2 Tình hình phát triển du lịch thành phố Cần Thơ	37
3.5. THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI CẦN THƠ CỦA LỮ HÀNH FIDITOUR.....	40
3.5.1. Thực trạng du lịch Cần Thơ	41
3.5.2. Thực trạng tại công ty cổ phần du lịch Fiditour chi nhánh Cần Thơ	43
3.5.2.1 Ma trận SWOT.....	43
3.5.2.2. Ma trận hình ảnh QSPM	44
Tiểu kết chương 3	46
CHƯƠNG 4.....	48
GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN LỮ HÀNH FIDITOUR.....	48
4.1. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN	48
4.1.1. Xây dựng các chiến lược Marketing – Mi.....	48

4.1.2. Chiến lược giá.....	48
4.1.3. Chiến lược phân phối	49
4.1.4. Chiến lược quảng cáo sản phẩm.....	49
4.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CỤ THỂ NHẪM THỰC CHIẾN LƯỢC HIỆU QUẢ	49
4.2.1. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	49
4.2.2. Hoàn thiện cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng, kỹ thuật.....	50
4.2.3. Hoàn thiện cơ cấu bộ máy tổ chức của công ty.....	50
4.2.4. Xây dựng thương hiệu phát triển và bền vững.....	50
4.2.5. Tạo mối quan hệ với nhà cung cấp.....	51
4.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH CẦN THƠ TRONG XU HƯỚNG HỘI NHẬP QUỐC TẾ	51
Tiểu kết chương 4	52
CHƯƠNG 5	54
KẾT LUẬN	54
5.1. NHỮNG KẾT QUẢ CỦA ĐỀ TÀI.....	54
5.2. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ ĐỊNH HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	54
5.2.1. Hạn chế của đề tài.....	54
5.2.2. Định hướng nghiên cứu tiếp theo	54
Tiểu kết chương 5	55
PHỤ LỤC HÌNH ẢNH	56
TÀI LIỆU THAM KHẢO	61