

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



PHẠM VĂN TRÍ

**CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI
DOANH NGHIỆP JANTRIP TRAVEL
PHÚ QUỐC**

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

Cần Thơ, tháng 05 năm 2021

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

PHẠM VĂN TRÍ
MSSV: 177663
LỚP: DH17QTD02

CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI
DOANH NGHIỆP JANTRIP TRAVEL
PHÚ QUỐC

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH

Mã số ngành: 7810103

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
TH.S VŨ LÊ DUY

Cần Thơ, tháng 05 năm 2021

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, học các cách tư vấn tiếp cận với khách hàng	SV nhận các văn bản từ doanh nghiệp, tiến hành học và tìm hiểu các thông tin về doanh nghiệp.	Phòng nhân sự	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)	Sales tour và thiết kế tour	Đưa những sản phẩm tour và tư vấn các điểm tham quan báo giá tour cho khách	Phòng điều hành	Tuy còn chậm nhưng cũng đạt hiệu quả tối đa 80% công việc trở lên.
Tuần 3 (19/4-25/4)	Phụ dẫn tour	Phụ hướng dẫn viên và học tập kinh nghiệm giao tiếp dẫn khách đi tham quan từ hướng dẫn viên	Phòng điều hành	Khá nắm rõ thông tin cần nói và cách ứng xử
Tuần 4 (26/4-2/5)	Phụ dẫn tour	Phụ hướng dẫn viên, kể về các điểm tham quan vui chơi giải trí, lịch sử hình thành,...	Phòng điều hành	Tuy còn chậm nhưng cũng đạt hiệu quả tối đa 80% công việc trở lên.
Tuần 5 (3/5-9/5)	Phụ dẫn tour	Phụ hướng dẫn viên, kể về các điểm tham quan vui chơi giải trí, lịch sử hình thành,...	Phòng điều hành	Có tiến bộ hơn tuần trước đạt hiệu quả tối đa 90% công việc trở lên.
Tuần 6 (10/5-16/5)	Dẫn tour	Trực tiếp dẫn tour nhưng với sự giám sát của hướng dẫn viên chính	Phòng điều hành	Còn vài thiếu sót nhưng cũng đạt được 9 điểm từ hướng dẫn chính chăm

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành chuyên đề báo cáo thực tập này trước tiên em xin gửi đến các quý thầy, cô giáo trường Đại học Nam Cần Thơ lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất.

Đặc biệt, em xin gửi đến thầy Vũ Lê Duy – người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ em hoàn thành chuyên đề báo cáo thực tập này lời cảm ơn sâu sắc nhất.

Em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo và các anh chị cán bộ, nhân viên bộ phận Sale – Marketing của Công ty JanTrip Travel đã tạo điều kiện thuận lợi cho em được tìm hiểu thực tiễn trong suốt quá trình thực tập tại công ty. Cuối cùng em xin cảm ơn các anh chị phòng Sale – Marketing đã giúp đỡ, cung cấp những số liệu thực tế để em hoàn thành tốt chuyên đề thực tập tốt nghiệp này.

Em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn đến ban lãnh đạo của Trường Đại học Nam Cần Thơ và các Khoa Phòng ban chức năng đã tạo cho em có cơ hội được thực tập nơi mà em yêu thích, cho em bước ra đời sống thực tế để áp dụng những kiến thức mà các thầy cô giáo đã giảng dạy. Qua công việc thực tập này em nhận ra nhiều điều mới mẻ và bổ ích trong việc kinh doanh để giúp ích cho công việc sau này của bản thân.

Vì kiến thức bản thân còn nhiều hạn chế, trong quá trình thực tập, hoàn thiện chuyên đề này em không tránh khỏi những sai sót, kính mong nhận được những ý kiến đóng góp từ cô cũng như quý công ty

Em xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

PHẠM VĂN TRÍ

LỜI CAM ĐOAN

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

DANH MỤC BẢNG

	Trang
Bảng 1. 1 Phân biệt giữa hoạch định chiến lược và chiến thuật	8
Bảng 2. 1 Doanh thu công ty giai đoạn 2019 - 2021.....	12

DANH MỤC HÌNH

	Trang
Hình 1. 1 Sơ đồ tổ chức công ty JanTrip Travel	11

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

UNWTO

Tổ chức du lịch thế giới

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. SỰ CẦN THIẾT NGHIÊN CỨU.....	1
2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU.....	1
3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	2
4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	2
5. CẤU TRÚC TIỂU LUẬN.....	2
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	3
1.1. KHÁI NIỆM VỀ CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ VÀ HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC.....	3
1.1.1. Chiến lược tiếp thị.....	3
1.1.2. Hoạch định chiến lược.....	5
1.2. TIẾP THỊ LÀ GÌ.....	8
1.2.1. Khái niệm.....	8
1.2.2. Vai trò của tiếp thị.....	8
1.2. THỊ TRƯỜNG LÀ GÌ.....	9
1.2.1. Khái niệm.....	9
1.2.2. Phân loại thị trường du lịch.....	10
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY DU LỊCH JANTRIP TRAVEL.....	11
2.1. GIỚI THIỆU CÔNG TY DU LỊCH JANTRIP TRAVEL.....	11
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty JanTrip Travel.....	11
2.1.2. Cơ cấu tổ chức và quản lý của Công ty JanTrip Travel.....	11
2.1.3. Sức mạnh thương hiệu.....	11
2.1.4. Nhiệm vụ của công ty.....	12
2.2. TÌNH HÌNH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA JANTRIP TRAVEL.....	12
2.2.1. Doanh thu.....	12
2.2.2. Tỷ suất lợi nhuận.....	12
2.2.3. Nhận xét.....	13
2.3. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ TẠI JANTRIP.....	13
2.3.1. Quan niệm về sản phẩm tại Công ty JanTrip.....	13
2.3.1.1. Tiêu chí về sản phẩm.....	13
2.3.1.2. Xây dựng sản phẩm theo chu kỳ sống.....	13
2.3.1.3. Đặc điểm trong chiến lược tiếp thị của JanTrip.....	13
2.3.1.4. Cạnh tranh.....	14
2.3.2. Phân tích hoạt động tiếp thị của JanTrip.....	14
2.3.2.1. Thị trường mục tiêu.....	14
2.3.2.2. Xây dựng thương hiệu.....	14
2.3.2.3. Chiến lược giá.....	15
2.3.3. Chiến lược điều chỉnh giá.....	18
2.3.4. Chiến lược phân phối.....	18
2.3.5. Chính sách giao tiếp – khuếch trương.....	19

2.4. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY DU LỊCH JANTRIP TRAVEL.....	19
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY JANTRIP TRAVEL	21
3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHO HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ TẠI CÔNG TY DU LỊCH JANTRIP TRAVEL	21
3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN.....	21
PHẦN KIẾN NGHỊ VÀ KẾT LUẬN.....	26
1. KIẾN NGHỊ	26
2. KẾT LUẬN.....	26
PHỤ LỤC 1	28
PHỤ LỤC 2.....	31
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	33