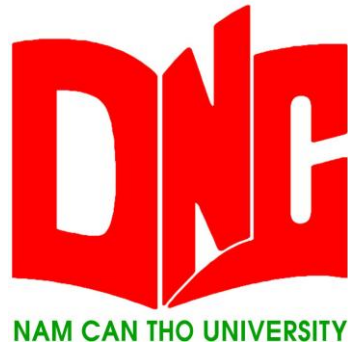


**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**  
**KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN**



**NGUYỄN THỊ KIM PHƯƠNG**

**HOẠCH ĐỊNH XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC  
MARKETING CỦA  
DOANH NGHIỆP HT TRAVEL**

\*\*\*\*\*

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**  
**Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành**  
**Mã ngành: 7810103**

**CẦN THƠ, tháng 05 năm 2021**

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

**NGUYỄN THỊ KIM PHƯƠNG  
MSSV: 178174  
LỚP : DH17QTD02**

**HOẠCH ĐỊNH XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC  
MARKETING CỦA  
DOANH NGHIỆP HT TRAVEL**

\*\*\*\*\*

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC  
Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành  
Mã ngành: 7810103**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN  
THS. LÊ KHÁNH AN**

**CẦN THƠ, tháng 05 năm 2021**

## LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất tới thầy Lê Khánh An người thầy đã chỉ bảo, hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong việc định hướng, triển khai và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp. Trong quá trình làm khóa luận “Hoạch định xây dựng chiến lược marketing của doanh nghiệp tại công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT TRAVEL”, tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của các anh chị nhân viên trong công ty về công tác điều tra, khảo sát, thông tin, số liệu và hình ảnh. Tôi xin gửi lời cảm ơn tới toàn thể cán bộ, nhân viên công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT TRAVEL.

Đồng thời tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới Ban Giám hiệu nhà trường, Khoa Du Lịch trường đại học Nam Cần Thơ đã tạo điều kiện cho tôi có cơ hội học tập tốt trong 4 năm học qua. Tôi xin chúc các thầy cô luôn mạnh khỏe, công tác tốt để dìu dắt các thế hệ sinh viên tiếp theo bước tiếp vào đời để đến gần hơn với chân trời kiến thức.

## LỜI CAM ĐOAN

**Kính gửi:**

- Trường Đại học Nam Cần Thơ
- Khoa Du lịch
- Ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ Hành

**Tôi tên là:** Nguyễn Thị Kim Phương

**Lớp:** DH17QTD02

**Mã số:** 178174

Tôi xin cam đoan là bài báo cáo thực tập này là kết quả nghiên cứu của tôi trong quá trình thực tập tại **Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT TRAVEL** cùng với sự giúp đỡ của thầy Lê Khánh An.

Tôi xin cam đoan rằng thông tin trích dẫn đều được ghi rõ nguồn gốc.

Nếu có vấn đề gì tôi xin chịu trách nhiệm.

*Cần Thơ, ngày ..... tháng ..... năm .....*

**Người thực hiện**



**NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

Họ và tên sinh viên: **Nguyễn Thị Kim Phương**

MSSV: 178174

Lớp: **DH17QTD02**

Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành – Khóa 05

Khoa: Du lịch

Thời gian thực tập: Từ 05/04/2021 đến 16/5/2021

**1. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn**

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

**2. Điểm đánh giá: ...../10 điểm**

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2021

**Giảng viên hướng dẫn**

**Lê Khánh An**



## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

4P	Product, Price, Place, Promotions
ATK	An Toàn Khu
CTDL	Công Ty Du Lịch
GDP	Gross Domestic Product
HDV	Hướng Dẫn Viên
MICE	Meeting Incentive Conference Event
O	Oppotunities
PR	Public Relations
S	Strength
SWOT	Strength, Weaknesses, Oppotunities, Threats
T	Threats
TNHH TMDV	Trách Nhiệm Hữu Hạn Thương Mại Dịch Vụ
TP	Thành Phố
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization
USD	Đô-la Mỹ
VAT	Value-Added Tax
W	Weaknesses



## **DANH SÁCH HÌNH**

Hình 1.1 Tháp nhu cầu Maslow

Hình 2.1 Logo Công Ty

Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức

Hình 2.3 Logo được công ty sử dụng để quảng bá

Hình 2.4 Các giá tour trọn gói cho du khách

## **DANH SÁCH BẢNG**

Bảng 2.1 Quy trình tổ chức thực hiện tour du lịch của công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT Trave

Bảng 2.2 Bảng giá tour trọn gói cho du khách

Bảng 2.3 Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT Travel

Bảng 3.1 Ma trận SWOT của công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT Travel

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
<b>1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI</b> .....	<b>1</b>
<b>2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>1</b>
<b>3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>1</b>
<b>4. THỜI GIAN NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>2</b>
<b>5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>2</b>
<b>6. CẤU TRÚC TIỂU LUẬN:</b> .....	<b>2</b>
<b>CHƯƠNG 1</b> .....	<b>3</b>
<b>CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ THỰC TIỄN</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.1 Khái niệm và đặc điểm trong kinh doanh du lịch</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.1.1 Khái niệm về du lịch – lữ hành</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.1.2 Khái niệm khách du lịch</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1.1.3 Khái niệm, đặc điểm và phân loại của sản phẩm du lịch</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.1.4 Khái niệm về thị trường du lịch</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.2 Khái niệm và đặc điểm của marketing du lịch</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1.2.1 Khái niệm về marketing</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1.2.2 Khái niệm marketing du lịch</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1.2.3 Đặc điểm của marketing du lịch</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.3 Khái niệm về hoạch định chiến lược marketing</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.3.1 Khái niệm chiến lược</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.3.2 Chiến lược marketing</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.2.3 Khái niệm về chiến lược hỗn hợp</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.2.4 Vai trò của chiến lược Marketing</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.3.5 Hoạch định chiến lược</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1.3.6 Hoạch định chiến lược marketing</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1.3.7 Chiến lược marketing trong du lịch</b> .....	<b>9</b>

1.1.4 Nhu cầu du lịch .....	10
1.1.4.1 Nhu cầu .....	10
1.1.4.2 Các nhu cầu của khách du lịch .....	11
1.1.4.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu du lịch .....	12
1.2 CƠ SỞ THỰC TIỄN .....	13
1.2.1 Thực trạng ngành du lịch Việt Nam năm 2020 .....	13
1.2.2 Tiềm năng du lịch .....	13
1.2.2.1 Di tích .....	13
1.2.2.2 Danh thắng .....	14
1.2.2.3 Khu du lịch quốc gia .....	14
1.2.2.4 Văn hóa .....	15
<b>CHƯƠNG 2.....</b>	<b>17</b>
<b>GIỚI THIỆU CÔNG TY VÀ THỰC TRẠNG CHIẾN LƯỢC MARKETING TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ DU LỊCH HT TRAVEL.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CÔNG TY .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. THÔNG TIN CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH HT TRAVEL.....</b>	<b>18</b>
2.2.1 Chức năng và phạm vi hoạt động của công ty .....	18
2.2.2 Dịch vụ .....	19
<b>2.3 CƠ CẤU TỔ CHỨC.....</b>	<b>19</b>
2.3.1 Sơ đồ tổ chức .....	19
2.3.2 Đặc điểm, ưu điểm và nhược điểm của sơ đồ.....	19
2.3.3 Nhiệm vụ các phòng ban.....	20
<b>2.4 CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT.....</b>	<b>23</b>
<b>2.5 LĨNH VỰC KINH DOANH .....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 QUY TRÌNH KINH DOANH LỮ HÀNH.....</b>	<b>24</b>
2.6.1 Thiết kế chương trình tour du lịch .....	24
2.6.2 Tính giá chương trình tour .....	25
2.6.3 Bán chương trình tour .....	26
2.6.4 Tổ chức thực hiện chương trình tour .....	26

<b>2.7 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING CỦA CÔNG TY .....</b>	<b>28</b>
2.7.1 Phân tích môi trường vĩ mô .....	28
2.7.2 Phân tích môi trường vi mô .....	30
<b>2.8 XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU .....</b>	<b>32</b>
2.8.1 Thị trường mục tiêu lớn nhất .....	32
2.8.2 Thị trường khách đi du lịch nước ngoài.....	33
2.8.3 Thị trường khách du lịch vào Việt Nam.....	33
<b>2.9 PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC MARKETING CỦA CÔNG TY.....</b>	<b>33</b>
2.9.1 Chiến lược sản phẩm.....	33
2.9.2 Chiến lược giá .....	33
2.9.3 Chiến lược phân phối .....	35
2.9.4 Chiến lược chiêu thị.....	35
2.9.5 Chiến lược con người .....	38
2.9.6 Chiến lược lập chương trình và tạo sản phẩm trọn gói .....	38
2.9.7 Chiến lược quan hệ đối tác .....	39
<b>2.10 KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH, THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA CÔNG TY .....</b>	<b>41</b>
2.10.1 Kết quả hoạt động kinh doanh .....	41
2.10.2 Thuận lợi .....	43
2.10.3 Khó khăn .....	43
<b>CHƯƠNG 3.....</b>	<b>45</b>
<b>ĐỀ XUẤT VÀ KIẾN NGHỊ.....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 CƠ SỞ VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC MARKETING CỦA CÔNG TY .....</b>	<b>45</b>
3.1.1 Cơ sở nghiên cứu xây dựng chiến lược marketing.....	45
3.1.1.1 <i>Môi trường chính trị - pháp luật.....</i>	45
3.1.1.2 <i>Điều kiện tự nhiên và môi trường sinh thái.....</i>	45
3.1.1.3 <i>Tài nguyên văn hóa .....</i>	46
3.1.1.4 <i>Phương hướng phát triển kinh doanh của công ty .....</i>	47
3.1.2 Phân tích ma trận SWOT của công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du	

lịch HT Travel.....	47
<b>3.2 MỘT SỐ GIẢI PHÁP .....</b>	<b>49</b>
3.2.1 Giải pháp phát triển thị trường .....	49
3.2.2 Chiến lược về sản phẩm.....	50
3.2.3 Chiến lược phân phối.....	51
3.2.4 Chiến lược giá cả.....	52
3.2.5 Chiến lược quản bá, xúc tiến .....	53
3.2.6 Chiến lược về nhân sự.....	54
3.2.7 Đầu tư vào cơ sở vật chất, trang thiết bị .....	55
3.2.8 Chiến lược về quan hệ công chúng, hợp tác kinh doanh .....	55
<b>3.3 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỚI CÔNG TY .....</b>	<b>56</b>
<b>PHẦN KẾT LUẬN .....</b>	<b>57</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>59</b>