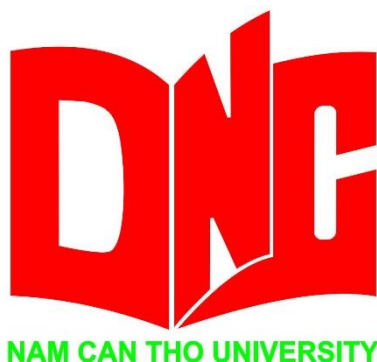


TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN



HUỲNH THỊ NGỌC BÍCH

**GIẢI PHÁP NẴNG CAO CHẤT LƯỢNG
MARKETING CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL**

BÁO CÁO TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Ngành: Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch Và Lưu Hành

Mã số ngành: 7810103

Tháng 06 Năm 2021

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

HUỲNH THỊ NGỌC BÍCH
MSSV: 177856

GIẢI PHÁP NẴNG CAO CHẤT LƯỢNG
MARKETING CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL

BÁO CÁO TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
Ngành: Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch Và Lưu Hành
Mã số ngành: 7810103

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN:
ThS. NGUYỄN DU HẠ LONG

Tháng 06 Năm 2021

LỜI MỞ ĐẦU

Du lịch là một ngành Công nghiệp không khói, một lĩnh vực đã đem lại một nguồn thu không nhỏ cho nền Kinh tế Quốc dân. Nó không chỉ mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho đất nước mà nó còn tạo ra nhiều việc làm cho Xã hội là đòn bẩy thúc đẩy các ngành Kinh tế khác cùng phát triển. Ta có thể coi ngành Du lịch như một chiếc cầu giao lưu Văn hoá giữa các vùng trong mỗi Quốc. Du lịch góp phần nâng cao dân trí, thúc đẩy sự tiến bộ Xã hội, mở rộng tình hữu nghị, sự hiểu biết lẫn nhau về Truyền thống, Lịch sử giữa các Quốc gia trên Thế giới, tạo nên sự Hoà bình trên toàn nhân loại. Song song đó trong bối cảnh của địa dịch hiện nay ngành du lịch đang đối mặt với thách thức vô cùng lớn, nhưng những yếu tố đó không làm cho kinh tế nước nhà nói chung và kinh tế ngành du lịch nói riêng trùng bước trước khó khăn.

Cùng với sự lãnh đạo sáng suốt của Đảng và nhà Nước đã và đang từng bước khắc phục những khó khăn do dịch Covid-19 gây ra. Bên cạnh tiềm năng Du lịch và tài nguyên thiên nhiên ta được thiên nhiên ưu đãi quanh năm, có nguồn tài nguyên phong phú và đa dạng đó là hàng loạt các danh lam thắng cảnh nổi tiếng như: Vịnh Hạ Long, Cố Đô Huế, Thánh Địa Mỹ Sơn, Động Phong Nha. . . Dù đang trong bối cảnh dịch Covid-19, nhưng Việt Nam vẫn đang là thị trường du lịch nội địa đã và đang trở thành thị trường du lịch đặc sắc đối với khách hàng Việt Nam.

Qua đợt thực tập tốt nghiệp này, em xin gửi lời cảm ơn đến trường đại học Nam Cần Thơ và thầy Nguyễn Du Hạ Long tạo cơ hội tôi tiếp xúc với thực tế của môi trường du lịch. Đây là một dịp tốt, một cầu nối giữa lý thuyết mà chúng em đã được học ở Trường với bên ngoài Xã hội. Em xin chân thành cảm ơn ban lãnh đạo và toàn thể nhân viên của Công ty DNC Travel đã hướng dẫn tận tình chỉ dẫn và giúp đỡ cho tôi hoàn thành bài tiểu luận thực tập tốt nghiệp này.

Cần Thơ, Ngày Tháng Năm 2021

Huỳnh Thị Ngọc Bích

LỜI CAM ĐOAN

Em tên Huỳnh Thị Ngọc Bích xin cam đoan tiểu luận thực tập tốt nghiệp với chủ đề “Giải pháp nâng cao chất lượng marketing của công ty DNC Travel” hoàn toàn là số liệu thu thập được trong quá trình thực tế tại công ty DNC Travel, không sao chép từ bất kì nguồn nào

Nếu phát hiện số liệu sao chép từ bất cứ nguồn nào em sẽ hoàn toàn chịu trách nhiệm theo quy định của trường

Cần Thơ, ngàytháng.....năm 2021

Sinh viên

Huỳnh Thị Ngọc Bích

DANH SÁCH CÁC HÌNH

Hình 2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự công ty DNC Travel	11
Hình 2.2 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	27
Hình 2.3 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	28
Hình 2.4 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	29
Hình 2.5 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	30
Hình 2.7 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	31
Hình 2.8 Phiếu đánh giá và nhận xét của khách hàng	32

DANH SÁCH CÁC BẢNG

Bảng 2.1. Quá trình thực tập tại công ty DNC Travel	11
Bảng 2.2. Phân tích chiến lược của công ty DNC Travel	35
Bảng 3.1 Mô hình SWOT	40
Bảng 3.2 Phân tích chiến lược 1	42
Bảng 3.3 Phân tích chiến lược 2	43
Bảng 3.4 Phân tích chiến lược 3	44
Bảng 3.5 Phân tích chiến lược 4	44

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1

CÁC CƠ SỞ LÝ THUYẾT	1
1.1 Khái niệm du lịch	1
1.2 Khái niệm khách du lịch.....	1
1.3 Khái niệm marketing và các phương pháp tiếp cận thị và phát triển thị trường của Marketing	1
1.4 Khái niệm marketing du lịch	2
1.5 Thị trường du lịch.....	2
1.6 Các giai đoạn nghiên cứu thị trường trong du lịch.....	2
1.7 Phương thức phát triển thị trường	3
1.7.1 Lý thuyết phát triển thị trường của Philip Kotler.....	3
1.7.2 Lý thuyết phát triển thị trường của Ansoff	4
1.8 Nội dung cơ bản để phát triển thị trường	5
1.8.1 Nghiên cứu thị trường	5
1.8.2 Lựa chọn thị trường.....	5
1.8.3 Hoạch định chiến lược marketing	6
1.8.4 Tổ chức thực hiện, kiểm tra và đánh giá hoạt động marketing.....	7

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH GIẢI PHÁP MARKETING CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL	8
2.1 Tổng quan về công ty	8
2.1.1 Tên, địa chỉ và bộ nhận dạng thương hiệu của công ty	9
2.1.2 Giá trị cốt lõi của công ty DNC Travel.....	10
2.1.3 Bộ máy nhân sự của công ty DNC Travel	11
2.1.4 Chức danh thực tập tại công ty	11
2.1.5 Các tour du lịch mà công ty DNC Travel đã tổ chức.....	14
2.1.6 Đánh giá của khách hàng về chương trình tour	27
2.2 Ảnh hưởng của các yếu tố môi trường đến hoạt động marketing	33
2.2.1 Môi trường vi mô	33
2.2.2 Môi trường vĩ mô	33
2.3.1 Thực trạng nghiên cứu thị trường	34
2.3.2 Lựa chọn thị trường mục tiêu.....	34
2.4 Định hướng phát triển thị trường của công ty DNC Travel	35
2.5 Hoạt động thiết kế chiến lược của công ty DNC Travel	35

CHƯƠNG 3	
KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG MARKETING CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL	37
3.1 Định hướng phát triển của công ty DNC Travel	37
3.2 Giải pháp nâng cao chất lượng marketing của công ty DNC Travel	38
3.2.1 Giải pháp về sản phẩm	38
3.2.2 Giải pháp về giá	38
3.2.3 Giải pháp phân phối	39
3.2.4 Giải pháp xúc tiến	39
3.3 Chiến lược đề ra trong bối cảnh hiện nay và tương lai	40
3.4 Những đóng góp của đề tài với công ty.....	45
KẾT LUẬN	46
TÀI LIỆU THAM KHẢO	47