

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



**TRẦN VINH PHÚC**

**MSSV: 189040**

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH LỮ  
HÀNH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN  
THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ – VẬN TẢI VÀ DU LỊCH  
ĐẠI VIỆT**

**TIỂU LUẬN THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH**

**Mã số ngành: 7810103**

**Cần Thơ, tháng 4 năm 2022**

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



**TRẦN VINH PHÚC  
MSSV: 189040**

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH LỮ  
HÀNH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN  
THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ – VẬN TẢI VÀ DU LỊCH  
ĐẠI VIỆT**

**TIỂU LUẬN THỰC TẬP TỐT NGHIỆP  
Ngành: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH  
Mã số ngành: 7810103**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN  
ThS: NGÔ HỒNG QUÂN**

**Cần Thơ, tháng 4 năm 2022**

## **LỜI CẢM ƠN**

Lời cảm ơn đầu tiên, em xin cảm ơn những giảng viên, cán bộ công nhân viên chức của trường Đại học Nam Cần Thơ đã tận tình và ân cần hỗ trợ em các môn học trong suốt quá trình ngồi trên giảng đường để em đạt được kết quả ngày hôm nay và đi gần đến hồi kết của một chặng đường.

Lời cảm ơn tiếp theo em muốn gửi đến Thầy Ngô Hồng Quân, một người thầy tuyệt vời, tận tình và có rất nhiều kiến thức về bộ môn mà em đang theo đuổi nó, một người lão làng, vừa ân cần lại vừa tận tâm với học trò của mình/luôn cầm tay chỉ bảo từ môn học cho đến lúc hướng dẫn em làm bài Tiểu luận

Cần Thơ, ngày 26 tháng 4 năm 2022

**Người thực hiện**

**Trần Vinh Phúc**

## **TRANG CAM KẾT**

Tôi xin cam đoan đây là bài nghiên cứu Tiểu luận tốt nghiệp của tôi, các số liệu, kết quả có trong bài luận đều là trung thực, tài liệu có nguồn gốc rõ ràng, trích dẫn đúng quy định.

Cần Thơ, ngày 26 tháng 4 năm 2022

**Người thực hiện**

**Trần Vinh Phúc**

## **NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

Đề tài “Giải Pháp Phát Triển Kinh Doanh Lữ Hành Nội Địa Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ – Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt”

Do sinh viên: **TRẦN VINH PHÚC** thực hiện

Dưới sự nhận xét của Ths **NGÔ HỒNG QUÂN**

Đơn Vị: Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ – Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt

### **NỘI DUNG NHẬN XÉT**

Về hình thức:

.....

.....

.....

.....

.....

Về nội dung:

.....

.....

.....

.....

.....

Về thái độ:

.....

.....

.....

.....

Cần Thơ, ngày....., tháng 06, năm 2022

**XÁC NHẬN CỦA GVHD**

## **NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO**

Đề tài “Giải Pháp Phát Triển Kinh Doanh Lữ Hành Nội Địa Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ – Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt”

Do sinh viên: TRẦN VINH PHÚC thực hiện

Dưới sự nhận xét của Ths NGUYỄN DU HẠ LONG

Đơn vị: Khoa Du lịch & Quản trị Nhà Hàng – Khách sạn, trường đại học Nam Cần Thơ

### **NỘI DUNG NHẬN XÉT**

Về hình thức:

.....

.....

.....

.....

Về nội dung:

.....

.....

.....

.....

Về thái độ:

.....

.....

.....

.....

Cần Thơ, ngày....., tháng 06, năm 2022

**XÁC NHẬN CỦA GIÁM KHẢO**

# MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN .....	i
TRANG CAM KẾT .....	ii
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	iii
XÁC NHẬN CỦA GIÁM KHẢO .....	iii
CHƯƠNG 1: PHẦN MỞ ĐẦU .....	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI .....	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	1
1.2.1 Mục tiêu chung.....	1
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 Phạm vi nghiên cứu.....	2
1.3.1 Giới hạn nội dung nghiên cứu.....	2
1.3.3 Giới hạn thời gian nghiên cứu.....	2
CHƯƠNG 2 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH LỮ HÀNH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY .....	3
2.1 KHÁI NIỆM DU LỊCH .....	3
2.1.1 Khái niệm .....	3
2.1.2 Phân loại du lịch.....	3
2.1.2.1 Phân loại theo mục đích chuyên đi .....	3
2.1.2.2 Phân loại theo đặc điểm địa lý .....	4
2.1.2.3 Phân loại theo phạm vi lãnh thổ.....	5
2.1.2.4 Phân loại theo hình thức tổ chức.....	5
2.1.2.5 Các hình thức du lịch khác.....	5
2.1.3 Vai trò của du lịch.....	6
2.1.3.1 Đối với nền kinh tế.....	6
2.1.3.2 Đối với xã hội.....	6
2.2 LỮ HÀNH.....	6
2.2.1 Khái niệm .....	6
2.2.2 Phân loại lữ hành.....	7
2.2.2.1 Lữ hành trong lĩnh vực du lịch.....	7
2.2.2.2 Lữ hành trong việc cung cấp dịch vụ.....	7
2.2.2.3 Lữ hành trong ngành học quản trị.....	7
2.3 SẢN PHẨM DU LỊCH .....	8
2.3.1 Khái niệm .....	8
2.3.2 Yếu tố tạo thành của sản phẩm du lịch .....	8
2.3.4 Đặc điểm sản phẩm du lịch .....	9
2.3.4.1 Tính vô hình .....	9
2.3.4.2 Tính không thể tách rời .....	9
2.3.4.3 Tính không đồng nhất .....	9
2.3.4.4 Không thể lưu kho, cất trữ .....	10
2.3.4.5 Tính không chuyển giao sở hữu, sử dụng .....	10
2.4 CÔNG TY DU LỊCH LỮ HÀNH.....	10
2.4.1 Khái niệm.....	10
2.4.2 Phân loại công ty lữ hành.....	10

2.4.3	Vai trò của công ty lữ hành.....	11
2.4.3.1	Đối với khách du lịch.....	11
2.4.3.2	Đối với nhà cung ứng sản phẩm du lịch.....	11
2.4.3.4	Đối với ngành Du lịch.....	11
2.4.3.5	Đối với người dân địa phương.....	12
2.5	KINH DOANH LỮ HÀNH.....	12
2.5.1	Khái niệm.....	12
2.5.2	Phân loại kinh doanh lữ hành.....	12
2.5.3	Đặc điểm của kinh doanh lữ hành.....	12
2.5.3.1	Kinh doanh lữ hành là một hoạt động dịch vụ.....	12
2.5.3.2	Kinh doanh lữ hành là một ngành nghề trung gian.....	13
2.5.3.3	Kinh doanh lữ hành có tính thời vụ.....	13
2.6	HIỆU QUẢ KINH DOANH LỮ HÀNH.....	13
2.6.1	Khái niệm.....	13
2.6.2	Cách thức để kinh doanh du lịch lữ hành có hiệu quả.....	14
2.6.2.1	Có kiến thức về địa điểm du lịch.....	14
2.6.2.2	Có kiến thức về khách hàng.....	14
2.6.2.3	Có kỹ năng giao tiếp.....	14
2.7	KHÁI NIỆM VỀ ĐIỂM DU LỊCH, TÂM LÝ DU KHÁCH.....	14
2.7.1	Định nghĩa về điểm và khu du lịch.....	14
2.7.2	Tâm lý khách du lịch.....	15
2.7.2.1	Định nghĩa về tâm lý khách du lịch.....	15
2.7.2.2	Nhu cầu và động cơ của khách du lịch.....	15
2.7.2.3	Các yếu tố tác động đến quyết định của du khách khi bắt đầu một chương trình du lịch.....	16
<b>CHƯƠNG 3: CHIẾN LƯỢC KINH DOANH DU LỊCH VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY.....</b>		<b>18</b>
3.1	TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY.....	18
3.1.1	Lịch sử hình thành.....	18
3.1.2	Lĩnh vực kinh doanh.....	19
3.1.3	Sơ đồ cơ cấu tổ chức.....	22
3.1.4	Kết quả hoạt động kinh doanh.....	25
2.2.3	Tour của công ty.....	28
3.2	CHIẾN LƯỢC KINH DOANH DU LỊCH CỦA CÔNG TY.....	39
3.2.1	Thực trạng hoạt động du lịch của Du lịch Đại Việt.....	39
3.2.1.1	Về lượng khách du lịch.....	40
3.2.1.2	Về doanh thu du lịch của công ty.....	40
3.2.1.3	Về các sản phẩm dịch vụ và giá cả.....	40
3.3	ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH NỘI ĐỊA.....	40
3.3.1	Phát triển về Marketing và bộ nhận diện Thương hiệu:.....	41
3.3.2	Định hướng Du lịch theo từng thời điểm.....	43
3.3.3	Thương lượng giá và dịch vụ trung gian:.....	55
3.3.4	Liên hệ với khách hàng tiềm năng:.....	55
3.3.5	Phát triển và Brochude địa điểm tham quan:.....	56
3.3.5	Cùng nhau phát triển du lịch trên chính địa bàn Cần Thơ:.....	57
3.3.6	Phát triển Nguồn Nhân Lực.....	58



3.3.7 Phát triển thêm về kênh phân phối.....	58
3.3.8 Nhà Cung Cấp dịch vụ.....	58
3.4 THUẬN LỢI, KHÓ KHĂN.....	58
3.4.1 Thuận lợi.....	58
3.4.2 Khó khăn.....	59
3.5 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN.....	59
3.6 KIẾN NGHỊ CỤ THỂ CHO SỰ PHÁT TRIỂN CÔNG TY.....	60
3.7 KẾT LUẬN.....	61
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	62
NHẬT KÍ THỰC TẬP.....	63
HÌNH THỰC TẬP.....	67

## DANH SÁCH BẢNG

Bảng 3.1 Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty qua 3 năm.....	26
--	----

## DANH SÁCH HÌNH

Hình 3.1: Logo công ty CP TM DV - Vận tải & Du lịch Đại Việt.....	18
Hình 3.2 Công ty Du lịch Đại Việt tại tòa nhà 351 .....	20
Hình 3.3: Lịch trình sơ bộ Tour đã cọc tại công ty .....	21
Hình 3.4 Cơ cấu tổ chức Công ty CP TM DV-Vận Tải & Du Lịch Đại Việt.....	22
Nhiệm vụ các phòng ban.....	22
Hình 3.5: Điều Hành tại Du lịch Đại Việt.....	25
Hình 3.6 Logo công ty Đại Việt sử dụng trên nền tảng Facebook .....	41
Hình 3.7 Name Card Du lịch Đại Việt.....	42
Hình 3.8 Hình quảng cáo Tour Phan Thiết Đà Lạt .....	43
Hình 3.9 Hoa Anh Đào nở rộ tại Thành phố Đà Lạt.....	44
Hình 3.10: Mộc châu được màu xanh bao phủ .....	45
Hình 3.11: Vịnh Hạ Long tuyệt đẹp.....	46
Hình 3.12: Cố Đô Huế, một vùng kinh thành xưa .....	47
Hình 3.13 Cô Tô luôn mang trong mình một màu xanh biếc .....	48
Hình 3.14: Chùa Tam Chúc, hiên ngang trên mặt nước .....	49
Hình 3.15: Cầu Vàng, niềm tự hào của người dân Đà Nẵng .....	50
Hình 3.16: Động Phong Nha – Kẻ Bàng chưa bao giờ hết đặc biệt .....	51
Hình 3.17: Hồ Gươm, luôn luôn đứng vững qua bao năm tháng .....	52
Hình 3.18: Hà Giang, màu xanh lá tuyệt đẹp vùng núi rừng .....	53
Hình 3.19: Chợ Nổi Cái Răng, nơi giao thoa Miền Tây sông nước .....	54
Hình 3.20: Sapa hùng vĩ, sừng sững trên những đám mây .....	55
Hình 3.21 Brochure mẫu về Đà Lạt.....	57
Hình 3.24: Bảng tên Trainee Housekeeping và quà tặng tại Radisson Blu 5 sao.....	68

## **DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

Công ty CP TM DV – Vận Tải & Du Lịch Đại Việt : Công ty Cổ Phần Thương

Mại Dịch Vụ - Vận Tải & Du Lịch Đại Việt

KCN : Khu công nghiệp

KCX : Khu chiết xuất

CTV : Cộng tác viên