

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



**NGUYỄN HOÀNG TẤN VẠN**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG  
SẢN PHẨM TOUR DU LỊCH  
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 5 năm 2022**

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



NGUYỄN HOÀNG TẤN VẠN

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG  
SẢN PHẨM TOUR DU LỊCH  
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 5 năm 2022

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành được đề tài báo cáo thực tập này trước tiên em xin gửi đến thầy Nguyễn Du Hạ Long phó khoa du lịch trường Đại học Nam Cần Thơ lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất.

Đặc biệt, em xin gửi đến Thầy Ngô Hồng Quân – người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ em hoàn thành đề tài 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 của Công ty “CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ - VẬN TẢI VÀ DU LỊCH ĐẠI VIỆT” đã tạo điều kiện thuận lợi cho em được tìm hiểu thực tiễn trong suốt quá trình thực tập tại công ty.

Trong thời gian thực tập tại quý Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ - Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt đã tận tình, truyền đạt cho em những kiến thức rất bổ ích để cho em có được những vốn kiến thức rất quan trọng cho chuyên ngành của em sau này. 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. Em xin chân thành cảm ơn các anh, chị cùng quý thầy cô đã tận tâm giảng dạy cho em để giúp em hoàn thành tốt khóa học.

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 thầy cũng như quý công ty.

Cần Thơ, ngày 25 tháng 5 năm 2022

**Người thực hiện**

**Nguyễn Hoàng Tấn Vạn**

## **LỜI CAM KẾT**

Tôi xin cam kết khóa luận 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.

Cần Thơ, ngày 25 tháng 5 năm 2022

**Người thực hiện**

**Nguyễn Hoàng Tấn Vạn**

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

Đề tài “Giải Pháp Nâng Cao Chất Lượng Sản Phẩm Tour Du Lịch Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ – Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt”

Do sinh viên: NGUYỄN HOÀNG TẤN VẠN 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 ..., năm 2022

**XÁC NHẬN CỦA GVHD**

## **NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO**

Đề tài “Giải Pháp Nâng Cao Chất Lượng Sản Phẩm Tour Du Lịch Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ – Vận Tải Và Du Lịch Đại Việt”

Do sinh viên: NGUYỄN HOÀNG TẤN VẠN 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 ..., năm 2022

**XÁC NHẬN CỦA GIÁM KHẢO**

## MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN .....	i
LỜI CAM KẾT .....	ii
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	iii
NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO.....	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH SÁCH BẢNG .....	viii
DANH SÁCH HÌNH.....	ix
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	x
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI .....	1
2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	2
2.1 Mục tiêu chung.....	2
2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
2.2.1 Mục tiêu 1 .....	2
2.2.2 Mục tiêu 2 .....	2
2.2.3 Mục tiêu 3 .....	2
3. PHẠM VI NGHIÊN CỨU .....	2
3.1 Phương pháp thu thập dữ liệu .....	2
3.1.1 Dữ liệu sơ cấp .....	2
3.1.2 Dữ liệu thứ cấp.....	2
3.2 Phương pháp phân tích.....	2
4. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU .....	3
5. PHẠM VI NGHIÊN CỨU .....	3
5.1 Giới hạn nội dung nghiên cứu.....	3
5.2 Giới hạn vùng nghiên cứu.....	3
5.3 Giới hạn thời gian nghiên cứu.....	3
6. Ý NGHĨA CỦA ĐỀ TÀI.....	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	4
1.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	4
1.1.1 Khái niệm về du lịch .....	4
1.1.2 Khái niệm về khách du lịch và hoạt động du lịch.....	4
1.1.2.1 Khách tham quan.....	4
1.1.2.2 Du khách .....	4
1.2 TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH.....	5
1.2.1 Khái niệm về tâm lý khách du lịch .....	5
1.2.2 Nhu cầu và động cơ của khách du lịch .....	5
1.2.3 Các yếu tố tác động đến tâm lý du khách .....	6
1.3 SẢN PHẨM DU LỊCH .....	6
1.3.1 Sản phẩm du lịch.....	6
1.3.2 Đơn vị cung ứng du lịch.....	7
1.3.3 Marketing du lịch .....	7
1.4 CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH.....	8
1.4.1 Du lịch quốc tế .....	8
1.4.2 Du lịch nội địa.....	9
1.4.3 Du lịch trong nước .....	9

1.4.4 Du lịch quốc gia .....	9
1.5 TOUR DU LỊCH.....	9
1.6 CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM .....	11
1.6.1 Quan niệm siêu việt về chất lượng :.....	11
1.6.2 Quan niệm chất lượng sản phẩm theo hướng sản phẩm: .....	11
1.6.3 Quan niệm chất lượng hướng theo người sản xuất: .....	11
1.6.4 Quan niệm chất lượng theo thị trường:.....	11
1.7 CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM.....	12
1.8 PHỐI TỨC THỊ TRƯỜNG.....	12
<b>CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VÀ ĐƯA GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY</b> .....	14
2.1 TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY .....	14
2.1.1 Lịch sử hình thành.....	14
2.1.2 Lĩnh vực kinh doanh .....	15
2.1.3 khảo sát thực tế.....	16
2.2 CƠ CẤU TỔ CHỨC .....	19
2.2.1 Nhiệm vụ các phòng ban.....	19
2.2.2 Cơ cấu nhân sự từ năm 2019 đến 2022 .....	21
2.2 NHỮNG SẢN PHẨM CHỦ YẾU CỦA CÔNG TY.....	23
2.2.1 Tour ngắn ngày Cần Thơ – Kiên Giang – An Giang .....	23
2.2.2 Tour dài ngày Miền Trung 9 ngày 9 đêm .....	26
2.2.3 Tour nước ngoài .....	32
2.3 KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY .....	36
2.4 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN...37	
2.4.1 Quy trình nghiên cứu .....	37
2.4.2 Quy trình thực hiện .....	38
2.4.3 Phân tích thực tế tour Bà Lụa 2 ngày 1 đêm.....	39
2.4.3.1 Bảng phỏng vấn trực tiếp trong suốt chuyến đi .....	39
2.4.3.2 Nhận xét về các yếu tố tạo nên chất lượng chuyến đi.....	40
2.4.4 Giải pháp khắc phục tồn đọng về tour bà lụa 2 ngày 1 đêm.....	49
2.4.4.1 Tính chuyên nghiệp.....	49
2.4.4.2 Điểm đến .....	49
2.4.4.3 Lưu trú.....	50
2.4.4.4 Phương tiện vận chuyển.....	50
2.4.4.5 Dịch vụ ăn uống .....	50
2.5 THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN .....	51
2.5.1 Thuận lợi .....	51
2.5.2 Khó khăn .....	51
2.6 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG TY .....	51
2.6.1 Chiến lược sản phẩm.....	51
2.6.2 Chiến lược Chiến lược phân phối .....	53
2.6.3 Chiến lược Giá .....	53
2.6.4 Chiến lược tiếp thị.....	54
2.6.5 Chiến lược nguồn nhân lực .....	55
2.6.6 Chiến lược khách hàng.....	57
2.6.6.1 Chiến lược dịch vụ khách hàng.....	57



2.6.6.2 Chiến lược chăm sóc khách hàng.....	57
2.6.6.3 Chiến lược liên lạc với khách hàng.....	57
2.6.6.4 Chiến lược giành lại khách hàng.....	58
2.6.6.4 Chiến lược giữ chân khách hàng.....	58
2.6.6.5 Chiến lược khách hàng trung thành .....	58
CHƯƠNG 3: KẾT LUẬN .....	59
3.1 KẾT LUẬN.....	59
3.2 KIẾN NGHỊ .....	60
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	62
NHẬT KÝ THỰC TẬP .....	63

## DANH SÁCH BẢNG

Bảng 2.1 Cơ cấu nhân sự từ năm 2019 đến 2022 .....	21
Bảng 2.2 Độ tuổi trong công ty năm 2022 .....	22
Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong các năm.....	36
Bảng 2.4 Quy trình thực hiện.....	38
Bảng 2.5 Bảng phỏng vấn trực tiếp trong suốt chuyến đi.....	40

## DANH SÁCH HÌNH

Hình 1.1 Các yếu tố tác động đến tâm lý du khách .....	6
Hình 2.1 Cổng phía ngoài Công ty CP TM DV-Vận Tải & Du Lịch Đại Việt .....	16
Hình 2.2 Nhân viên làm việc tại văn phòng Công ty CP TM DV-Vận Tải & Du Lịch Đại Việt .....	17
Hình 2.3 Logo khẳng định thương hiệu của Công ty CP TM DV-Vận Tải & Du Lịch Đại Việt.....	18
Hình 2.4 Lịch tour hiện tại và trong tháng tới.....	18
Hình 2.5 Cơ cấu tổ chức Công ty CP TM DV-Vận Tải & Du Lịch Đại Việt.....	19
Hình 2.6 Quy trình nghiên cứu .....	37
Hình 2.7 hướng dẫn viên trong chuyến đi.....	42
Hình 2.8 Tour đa dạng của công ty .....	43
Hình 2.9 khách hàng dùng bữa tại nhà hàng.....	44
Hình 2.10 Bữa ăn trưa tại Bà lụa.....	45
Hình 2.11 Thực khách thưởng thức món ăn tại Bà Lụa.....	45
Hình 2.12 Thực đơn trong suốt chuyến hành trình 2 ngày 1 đêm .....	46
Hình 2.13 Du khách check - in trước khi nhận phòng.....	47
Hình 2.14 Phương tiện vận chuyển trong suốt chuyến hành trình.....	48
Hình 2.15 Tàu di chuyển ra 3 Hòn đằm.....	49

## **DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

1. CT CP TM: CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
2. KCN: Khu công nghiệp