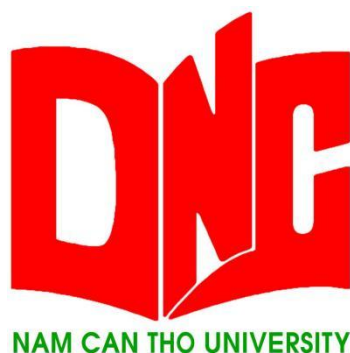


**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**  
**KHOA DU LỊCH & NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN**



**TRẦN THU THẢO**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG**  
**KINH DOANH LỮ HÀNH TẠI CÔNG TY**  
**DNC TRAVEL**

**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 & NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN**

**TRẦN THU THẢO  
MSSV: 1810249**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG  
KINH DOANH LỮ HÀNH TẠI CÔNG TY  
DNC TRAVEL**

**TIÊU LUẬN THỰC TẬP TỐT NGHIỆP  
Ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành  
Mã số ngành: 7810103**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN  
NGUYỄN DU HẠ LONG**

**Cần Thơ, tháng 4 năm 2022**

## LỜI CẢM TẠ

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

Đặc biệt, em xin gửi đến Thầy Nguyễn Du Hạ Long – 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 anh Phó giám đốc Mai Quang Thuận và chị Nguyễn Hồ Anh Thư bộ phận điều hành và các anh chị nhân viên bộ phận của Công ty DNC Travel 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 học tập tại trường Đại học Nam Cần Thơ em đã được các thầy cô giảng dạy 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 ban giám hiệu nhà trường 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 cô cũng như quý công ty.

Cần Thơ, ngày      tháng      năm 2022

**Người thực hiện**

**Trần Thu Thảo**

## **TRANG 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      tháng      năm 2022

**Người thực hiện**

**Trần Thu Thảo**





## MỤC LỤC

LỜI CẢM TẠ .....	i
TRANG CAM KẾT .....	ii
GIẤY GIỚI THIỆU.....	
PHIẾU XÁC NHẬN SINH VIÊN THỰC TẬP .....	
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	iii
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN .....	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH SÁCH BẢNG.....	ix
DANH SÁCH HÌNH.....	x
DANH MỤC TỪ TIẾNG ANH.....	xii
DANH SÁCH MỤC TỪ VIẾT TẮT .....	xiii
PHẦN MỞ ĐẦU .....	1
1. Lý do chọn đề tài .....	1
2.Mục đích nghiên cứu: .....	2
3.Phạm vi nghiên cứu .....	2
4. Phương pháp nghiên cứu .....	2
5. Bố cục .....	2
CHƯƠNG 1:CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VẤN ĐỀ TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH.....	3
1.1 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ CÔNG TY LỮ HÀNH .....	3
1.1.1 Định nghĩa công ty lữ hành.....	3
1.1.2 Khái niệm kinh doanh lữ hành.....	3
1.1.3 Đặc điểm kinh doanh lữ hành.....	3
1.1.4 Vai trò của công ty lữ hành.....	4
1.1.5 Phân loại công ty lữ hành .....	5
1.1.6 Hệ thống sản phẩm của công ty lữ hành .....	8
1.1.7 Mối quan hệ giữa công ty lữ hành với các nhà cung cấp dịch vụ du lịch.....	10

<b>1.2 QUY TRÌNH KHAI THÁC VÀ TỔ CHỨC PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH.....</b>	<b>11</b>
1.2.1 Quy trình kinh doanh trong hoạt động du lịch.....	11
1.2.2 Quy trình khai thác khách du lịch.....	11
1.2.3 Vai trò của quy trình tổ chức phục vụ khách.....	12
1.2.4 Quy trình tổ chức phục vụ khách du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành.....	12
1.2.5 Hợp đồng cam kết.....	18
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1 GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY DNC TRAVEL.....</b>	<b>20</b>
2.1.1 Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển của công ty DNC Travel.....	20
2.1.2 Cơ cấu bộ máy tổ chức hoạt động của công ty DNC Travel.....	23
2.1.2.1 Cơ cấu bộ máy tổ chức của công ty.....	23
2.1.2.2 Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận cấu thành.....	23
2.1.2.3 Cơ sở vật chất kỹ thuật của DNC Travel.....	28
<b>2.2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL.....</b>	<b>29</b>
2.2.1 Thực trạng biến động nguồn khách các năm qua.....	29
2.2.2 Thực trạng khai thác khách của công ty.....	30
2.2.3 Thực trạng hoạt động giao tiếp trong và ngoài công ty DNC Travel.....	30
2.2.3.1 Môi quan hệ giữa bộ phận lữ hành với các bộ phận khác trong công ty.....	30
2.2.3.2 Môi quan hệ giao tiếp giữa công ty với khách hàng.....	31
2.2.3.3 Môi quan hệ giữa công ty với các đối tác trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành.....	32
<b>2.3 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TỔ CHỨC CÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY DNC TRAVEL.....</b>	<b>34</b>
2.3.1 Quy trình tổ chức tour du lịch cho khách đoàn.....	34



2.3.2 Quy trình tổ chức tour du lịch cho khách lẻ.....	35
2.3.3 Quy trình tính giá tour của công ty DNC Travel.....	36
<b>2.4 HỢP ĐỒNG VỚI ĐỐI TÁC CUNG ỨNG DỊCH VỤ VÀ PHIẾU ĐÁNH GIÁ &amp; NHẬN XÉT DỊCH VỤ CỦA DNC TRAVEL .....</b>	<b>38</b>
2.4.1 Hợp đồng với đối tác cung ứng dịch vụ .....	38
2.4.2 Phiếu đánh giá & nhận xét dịch vụ du lịch .....	43
<b>2.5 XÂY DỰNG ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL .....</b>	<b>44</b>
2.5.1 Chiến lược kinh doanh của công ty .....	44
2.5.2 Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của công ty DNC Travel.....	45
2.5.2.1 Bảng ma trận SWOT .....	45
2.5.2.2 Phân tích các chiến lược trong mô hình SWOT .....	49
<b>2.6 CHIẾN LƯỢC MARKETING CỦA DNC TRAVEL .....</b>	<b>50</b>
2.6.1 Chiến lược marketing của DNC Travel về sản phẩm (Product).....	50
2.6.2 Chiến lược marketing của DNC Travel về giá (Price).....	51
2.6.3 Chiến lược marketing của DNC Travel về phân phối (Place).....	52
2.6.4 Chiến lược marketing của DNC Travel về xúc tiến (Promotion).....	54
<b>2.7 NHỮNG SẢN PHẨM KINH DOANH LỮ HÀNH CỦA CÔNG TY DNC TRAVEL .....</b>	<b>54</b>
2.7.1 Sản phẩm chương trình du lịch nội địa .....	54
2.7.1.1 Du lịch biển .....	54
2.7.1.2 Du lịch miền bắc .....	61
2.7.1.3 Du lịch miền Trung .....	63
2.7.1.4 Du lịch miền Nam .....	65
2.7.2 Sản phẩm chương trình du lịch quốc tế .....	70
2.7.3 Vé máy bay .....	71
2.7.4 Vé tàu - tàu hỏa .....	73
2.7.5 Cho thuê các dịch vụ khác .....	75
<b>CHƯƠNG 3:KẾT LUẬN .....</b>	<b>76</b>

<b>TÀI LIỆU KHAM KHẢO .....</b>	<b>80</b>
<b>NHẬT KÝ THỰC TẬP TẠI DNC TRAVEL NĂM 2022 .....</b>	<b>81</b>

## **DANH SÁCH BẢNG**

Bảng 2.1 Ma trận SWOT.....	48
----------------------------	----

## DANH SÁCH HÌNH

Hình 1.1 Sơ đồ phân loại kinh doanh lữ hành.....	6
Hình 1.2 Sơ đồ quy trình kinh doanh chương trình du lịch.....	9
Hình 1.3 Sơ đồ quy trình kinh doanh trong hoạt động du lịch.....	11
Hình 1.4 Vai trò của quy trình tổ chức phục vụ khách.....	12
Hình 1.5 Sơ đồ thanh toán bằng Tem ( Voucher ).....	15
Hình 2.1 Logo công ty.....	20
Hình 2.2 Sơ đồ bộ máy tổ chức DNC Travel.....	23
Hình 2.3 Phiếu đánh giá & nhận xét dịch vụ du lịch.....	44
Hình 2.4 Tour Phú Quốc 4 Đảo.....	55
Hình 2.5 Tour Côn Đảo.....	57
Hình 2.6 Đảo Nam Du.....	58
Hình 2.7 Tour 5 Đảo Cáp Treo Hòn Thơm Phú Quốc.....	59
Hình 2.8 Tour Vi Vu Phú Quốc.....	60
Hình 2.9 Tour Vũng Tàu - Hồ Chí Minh.....	61
Hình 2.10 Tour Hà Nội “ Việt Nam nghìn năm văn hiến ”.....	62
Hình 2.11 Tour Đà Nẵng - Huế.....	63
Hình 2.12 Tour Cần Thơ - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau - Đất Mũi.....	66
Hình 2.13 Các tour Miền Tây.....	68
Hình 2.14 Tour Đà Lạt thực tế cho sinh viên.....	69
Hình 2.15 Tour Đà Lạt “ Thành phố mộng mơ ”.....	69
Hình 2.16 Tour Địa Đạo Củ Chi.....	70
Hình 2.17 Tour Châu Âu Thụy Sĩ - Pháp - Ý.....	71
Hình 2.18 Tour Châu Âu Hà Lan - Đức - Bỉ - Pháp.....	71
Hình 2.19 Hãng hàng không Vietjet Air.....	72
Hình 2.20 Hãng hàng không Vietnam Airlines.....	72
Hình 2.21 Hãng hàng không Bamboo Airways.....	73
Hình 2.22 Vé tàu Mai Linh.....	74
Hình 2.23 Vé tàu Phú Quốc.....	74

Hình 2.24 Tàu cao tốc Superdong.....75

## **DANH MỤC TỪ TIẾNG ANH**

OVER VIEW OF TOURISM : Tổng quan về du lịch

MARKETING : Tiếp thị

TRAVEL: Du lịch

PRODUCT : Sản phẩm

PRICE : Giá bán

PLACE : Phân phối

COST - BASED PRICING : Giá cả dựa trên chi phí

CUSTOMER - BASED PRICING : Khách hàng - giá dựa

COMPETITOR - BASED PRICING : Cạnh tranh - giá dựa

PROMOTION : Khuyến mãi

TOUR : Chuyến du lịch

TRAVEL SUB AGENCYBUSINESS : Đại lý phụ du lịch

TOUR OPERATOR BUSINESS : Doanh nghiệp điều hành tour du lịch

## **DANH SÁCH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

VNĐ: Việt Nam đồng

PR: Public Relations

DNC: Nam Cần Thơ

TNHH MTV TM: Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên

KV5: Khu vực 5

KDC: Khu dân cư

SWOT : Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats

SO : Strengths - Opportunities

ST : Strengths - Threats

WO : Weaks - Opportunities

WT : Weaks - Threats