

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**LÊ TÚ QUYÊN**

**CHIẾN LƯỢC THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA CÔNG TY  
VIETRAVEL – CHI NHÁNH CẦN THƠ HẬU COVID-19**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

**Ngành : Quản trị Dịch vụ Du lịch & Lữ hành**

**Mã số ngành: 7810103**

**Cần Thơ, tháng 6 - Năm 2022**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**LÊ TÚ QUYÊN**

**CHIẾN LƯỢC THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA CÔNG TY  
VIETRAVEL – CHI NHÁNH CẦN THƠ HẬU COVID-19**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

**Ngành : Quản trị Dịch vụ Du lịch & Lữ hành**

**Mã số ngành: 7810103**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN**

**THẠC SĨ: Cao Thị Sen**

**Cần Thơ, tháng 6 - Năm 2022**

## LỜI CẢM TẠ

Để hoàn thành được bài tiểu luận kết thúc học phần, tác giả xin chân thành cảm ơn **Khoa Du lịch** và **trường Đại học Nam Cần Thơ** đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho việc học tập, nghiên cứu và nhiệt tình giúp đỡ tác giả trong suốt quá trình làm bài tiểu luận và học tập tại trường.

Đồng thời tác giả xin được bày tỏ lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc đến giáo viên hướng dẫn **Cao Thị Sen** người trực tiếp hướng dẫn tác giả trong quá trình làm bài tiểu luận, bằng tất cả sự tận tâm và lòng nhiệt huyết của mình.

Qua thời gian thực tập tại Công ty Cổ phần Du lịch & Tiếp thị GTVT Việt Nam Vietravel - Chi nhánh Cần Thơ, tác giả xin gửi lời cảm ơn chân thành đến **Ban Giám Đốc và các anh chị nhân viên** vì đã tận tình giúp đỡ, chỉ ra thiếu sót, truyền đạt thêm những kiến thức và quan trọng hơn, thực tập này là thời gian để tác giả thử sức với công việc, định hướng nghề nghiệp tương lai cho bản thân. Tự tin hơn khi va chạm môi trường thực tế khi kết thúc chương trình học tập của mình.

Đặc biệt gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến anh **Trần Mạnh Khang** – người đã trực tiếp hướng dẫn, truyền đạt những kiến thức, kinh nghiệm quan trọng cần có để hoàn thành đợt thực tập.

Cuối cùng, tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến gia đình, người thân và bạn bè trong lớp **DH18QTD01** đã luôn động viên, giúp đỡ tác giả. Đó là nguồn động lực rất lớn cho tác giả trong quá trình nghiên cứu và hoàn thiện bài tiểu luận của mình.

Xin chân thành cảm ơn !

*Cần Thơ, ngày      tháng      năm 2021*

*Tác giả*

## **CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG**

Tên đề tài “**Chiến lược thu hút khách du lịch nội địa của cty du lịch Vietravel – chi nhánh Cần Thơ hậu COVID-19**”, do sinh viên Lê Tú Quyên thực hiện dưới sự hướng dẫn của Thạc sĩ Cao Thị Sen. Báo cáo thực tập đã được trình bày và được Hội đồng chấm tiểu luận này thông qua ngày.....

Ủy viên

Thư ký

Phản biện 1

Phản biện 2

Cán bộ hướng dẫn

Chủ tịch hội đồng

## NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

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

Điểm: .....

*Cần Thơ, ngày..... tháng..... năm 2022*  
Người hướng dẫn khoa học

ThS: .....

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng, đề tài này là do chính tôi thực hiện, các số liệu thu thập và kết quả phân tích trong đề tài là trung thực. Tính đến thời điểm này, đề tài không trùng với bất kỳ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

*Cần Thơ, ngày      tháng      năm 2021*

*Tác giả*

LÊ TÚ QUYÊN

## MỤC LỤC

<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>v</b>
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC BẢNG/BIỂU.....</b>	<b>ix</b>
<b>DANH MỤC HÌNH .....</b>	<b>x</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU.....</b>	<b>1</b>
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	1
3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU .....	1
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	1
3.2. Phạm vi nghiên cứu .....	1
4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	2
4.1. Phương pháp thu thập thông tin, số liệu:.....	2
4.2. Phương pháp thống kê.....	2
4.3. Phương pháp phân tích và tổng hợp số liệu .....	2
4.4. Phương pháp hoạt động thực tiễn.....	2
5. CẤU TRÚC CỦA BÁO CÁO.....	2
<b>CHƯƠNG 1 MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG MARKETING THU HÚT KHÁCH DU LỊCH .....</b>	<b>3</b>
1.1. DU LỊCH .....	3
1.1.1. Khái niệm về du lịch.....	3
1.1.2. Phân loại các loại hình du lịch Việt Nam.....	3
1.1.2. Vai trò của du lịch Việt Nam.....	7
1.1.4. Ý nghĩa của du lịch Việt Nam hiện nay .....	7
1.1.5. Tác động của dịch bệnh COVID-19 đến ngành du lịch Việt Nam.....	8
1.2. KHÁCH DU LỊCH.....	10
1.2.1. Khái niệm về khách du lịch .....	10
1.2.2. Phân loại các loại khách du lịch .....	10
1.2.3. Nhu cầu du lịch của con người .....	11
1.3. MARKETING DU LỊCH .....	12
1.3.1. Khái niệm về Marketing du lịch.....	12

1.3.2. Mục đích của marketing du lịch .....	12
1.3.3. Chiến lược marketing du lịch .....	13
1.3.4. Yếu tố quan trọng trong marketing du lịch. ....	20
<b>Kết luận chương 1 .....</b>	<b>21</b>
<b>CHƯƠNG 2 HOẠT ĐỘNG MARKETING THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY DU LỊCH VIETRAVEL – CHI NHÁNH CẦN THƠ THỜI KỲ HẬU COVID-19.....</b>	<b>22</b>
2.1. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY VIETRAVEL.....	22
2.1.1. Tên gọi công ty Vietravel .....	22
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển công ty Vietravel.....	23
2.1.3. Tầm nhìn, sứ mệnh và triết lý kinh doanh của Vietravel .....	24
2.2. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY VIETRAVEL - CHI NHÁNH CẦN THƠ ..	25
2.2.1. Giới thiệu về công ty Vietravel – chi nhánh Cần Thơ.....	25
2.2.2. Sản phẩm và dịch vụ của Vietravel – chi nhánh Cần Thơ .....	25
2.2.3. Cơ cấu tổ chức .....	26
2.2.4. Nhiệm vụ trọng tâm của công ty Vietravel chi nhánh Cần Thơ hậu COVID- 19 .....	29
2.3. BỘ PHẬN MARKETING CỦA CÔNG TY VIETRAVEL - CHI NHÁNH CẦN THƠ .....	29
2.3.1. Chức năng của bộ phận marketing của công ty Vietravel- chi nhánh Cần Thơ.....	29
2.3.2. Nhiệm vụ của bộ phận marketing của công ty Vietravel- chi nhánh Cần Thơ.....	29
2.3.3. Chiến lược marketing của công ty Vietravel chi nhánh Cần Thơ.....	30
2.4. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG MARKETING HẬU COVID-19 TẠI CÔNG TY VIETRAVEL - CHI NHÁNH CẦN THƠ. ....	31
2.4.1. Số lượt du khách nội địa tại công ty Vietravel-chi nhánh Cần Thơ.....	31
2.4.2. Khó khăn của công ty Vietravel sau thời kì dịch bệnh COVID-19 .....	32
2.4.3. Thuận lợi của công ty Vietravel – chi nhánh Cần Thơ sau thời kì dịch bệnh COVID-19 .....	33
<b>Kết luận chương 2.....</b>	<b>35</b>



<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP MARKETING THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA CÔNG TY VIETRAVEL - CHI NHÁNH CẦN THƠ HẬU COVID-19.....</b>	<b>36</b>
3.1. CƠ SỞ ĐỊNH HƯỚNG.....	36
3.2. ĐỊNH HƯỚNG .....	36
3.2.1. Định hướng về tiếp thị, quảng cáo .....	36
3.2.2. Định hướng về giá. ....	36
3.2.3. Định hướng về sản phẩm.....	37
3.3. GIẢI PHÁP MARKETING THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY VIETRAVEL – CHI NHÁNH CẦN THƠ.....	37
3.3.1. Giải pháp về tiếp thị, quảng cáo .....	37
3.3.2. Giải pháp về giá.....	38
3.3.3. Giải pháp về sản phẩm.....	38
3.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG QUÁ TRÌNH THỰC TẬP TẠI CÔNG TY VIETRAVEL.....	38
3.4.1. Những thuận lợi trong quá trình thực tập. ....	38
3.4.2. Những khó khăn trong quá trình thực tập .....	39
<b>Kết luận chương 3.....</b>	<b>40</b>
<b>CHƯƠNG 4 KẾT LUẬN .....</b>	<b>41</b>
4.1. KẾT LUẬN .....	41
4.2. HẠN CHẾ .....	41
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>43</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>44</b>

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

<b>STT</b>	<b>VIẾT TẮT</b>	<b>VIẾT ĐẦY ĐỦ</b>
1	WTO	Tổ chức thương mại thế giới
2	TP	Thành Phố
3	UNWTO	World Tourism Organization - Tổ chức du lịch thế giới
4	TNHH MTV	Trách nhiệm hữu hạn một thành viên
5	APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation - Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương
6	GTVT	Giao thông vận tải
7	ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long

## DANH MỤC BẢNG/BIỂU

<b>STT</b>	<b>MỤC BẢNG</b>	<b>TÊN BẢNG</b>	<b>TRANG</b>
1	Bảng 2.1.	Bảng 2.1. Số liệu kinh doanh và ngân sách marketing.	31

## DANH MỤC HÌNH

<b>STT</b>	<b>MỤC HÌNH</b>	<b>TÊN HÌNH</b>	<b>TRANG</b>
1	Hình 2.1	Logo công ty Vietravel	22
2	Hình 2.3.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức Vietravel – chi nhánh Cần Thơ.	26