

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**NGUYỄN ANH TÚ**

**GIẢI PHÁP MARKETING-MIX**  
**TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN KHÁCH SẠN DU LỊCH**  
**CÔNG ĐOÀN HỒ NÚI CỐC**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**  
**Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**NGUYỄN ANH TÚ**

**GIẢI PHÁP MARKETING-MIX**  
**TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN KHÁCH SẠN DU LỊCH**  
**CÔNG ĐOÀN HỒ NÚI CỐC**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh**

**Mã ngành: 60.34.01.02**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. NGUYỄN QUỐC TIẾN**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan luận văn này do chính tôi thực hiện, dưới sự hướng dẫn khoa học của **TS. Nguyễn Quốc Tiến**. Số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn này hoàn toàn trung thực và chưa sử dụng để bảo vệ một công trình khoa học nào. Các thông tin, tài liệu trích dẫn trong luận văn đã được chỉ rõ nguồn gốc, nếu có gì sai tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm.

*Thái Nguyên, ngày tháng năm 2016*

**Tác giả luận văn**

*Nguyễn Anh Tú*

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành đề tài nghiên cứu khoa học: “**Giải pháp Marketing-mix tại Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc**” tôi đã nhận được sự quan tâm và giúp đỡ của nhiều cá nhân và tập thể. Tôi xin bày tỏ sự cảm ơn sâu sắc nhất đến:

Tập thể các thầy, cô giáo Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên đã tận tình chỉ bảo, truyền đạt cho chúng tôi những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập tại trường.

Tôi xin chân thành cảm ơn lãnh đạo và các cán bộ hiện đang công tác tại Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc đã tạo điều kiện thuận lợi trong suốt quá trình nghiên cứu, lấy thông tin và số liệu của mình.

Đặc biệt tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc và chân thành nhất của mình tới Thầy giáo **TS. Nguyễn Quốc Tiến** đã trực tiếp hướng dẫn, chỉ bảo tôi trong suốt quá trình thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học của mình.

Cuối cùng tôi xin cảm ơn gia đình, bạn bè và các đồng nghiệp đã ủng hộ động viên tôi để hoàn thành đề tài khoa học này.

***Xin chân thành cảm ơn!***

*Thái Nguyên, ngày tháng năm 2016*

**Tác giả luận văn**

***Nguyễn Anh Tú***

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC .....	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH.....	viii
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.....	3
5. Bố cục của luận văn .....	3
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ MARKETING- MIX TẠI ĐIỂM ĐẾN CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH</b> .....	<b>4</b>
1.1. Tổng quan về Marketing và Marketing-mix du lịch.....	4
1.1.1. Khái niệm và vai trò của Marketing.....	4
1.1.2. Khái niệm, đặc điểm của Marketing-mix .....	7
1.1.3. Marketing-mix tại điểm đến của doanh nghiệp du lịch .....	10
1.1.4. Nội dung và chính sách các bộ phận cấu thành Marketing-mix trong kinh doanh du lịch.....	21
1.1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến Marketing du lịch.....	33
1.2. Kinh nghiệm Marketing du lịch tại một số điểm đến và bài học kinh nghiệm cho Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc .....	38
1.2.1. Kinh nghiệm Marketing du lịch tại một số điểm đến .....	38

1.2.2. Một số bài học kinh nghiệm về Marketing Mix đối với Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc có thể áp dụng.	40
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b>	42
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	42
2.2. Phương pháp nghiên cứu	42
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin	42
2.2.2. Phương pháp tổng hợp và xử lý thông tin	43
2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin	44
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	44
2.3.1. Các chỉ tiêu định lượng	44
2.3.2. Các chỉ tiêu định tính	45
<b>Chương 3. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING-MIX TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN KHÁCH SẠN DU LỊCH CÔNG ĐOÀN HỒ NÚI CỐC</b>	46
3.1. Giới thiệu khái quát về khu du lịch và Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc	46
3.1.1. Khái quát về khu du lịch Hồ Núi Cốc	46
3.1.2. Khái quát về Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc	47
3.2. Thực trạng Marketing mix của Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc	57
3.2.1. Thực trạng các yếu tố cấu thành Marketing-mix của Công ty	57
3.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty	84
3.3. Đánh giá chung về thực trạng Marketing-mix tại điểm đến của Công ty Cổ phần Khách sạn Du lịch Công đoàn Hồ Núi Cốc	86
3.3.1. Những ưu điểm	86
3.3.2. Một số hạn chế và nguyên nhân	88

<b>Chương 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN MARKETING-MIX TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN KHÁCH SẠN DU LỊCH CÔNG ĐOÀN HỒ NÚI CỐC .....</b>	<b>91</b>
4.1. Mục tiêu chung và mục tiêu về Marketing-mix của Công ty từ năm 2016 - 2020 .....	91
4.1.1. Mục tiêu chung của công ty giai đoạn 2016 - 2020.....	91
4.1.2. Mục tiêu Marketing-mix của công ty giai đoạn 2016 - 2020 .....	91
4.2. Một số giải pháp hoàn thiện Marketing-mix đối với Hồ Núi Cốc... 93	
4.2.1. Về chiến lược sản phẩm .....	93
4.2.2. Về chiến lược giá cả.....	96
4.2.3. Về chiến lược phân phối .....	98
4.2.4. Về chiến lược phát triển nguồn nhân lực (con người) .....	99
4.2.5. Về chiến lược xúc tiến .....	101
4.2.6. Tăng cường áp dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh .....	103
4.3. Một số kiến nghị.....	103
4.3.1. Kiến nghị với Chính phủ.....	103
4.3.2. Kiến nghị với Bộ Văn hóa - Thể thao và du lịch (VHTTDL) ....	104
4.3.3. Kiến nghị với Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên .....	104
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>106</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>108</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>109</b>

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

HNC	: Hồ núi cóc
PTTH	: Trung học phổ thông
THCN	: Trung học chuyên nghiệp
VHTTDL	: Văn hóa thể thao và du lịch



**DANH MỤC CÁC BẢNG**

Bảng 3.1.	Lao động và cơ cấu lao động của Công ty.....	56
Bảng 3.2.	Ý kiến đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch HNC .....	68
Bảng 3.3.	Giá các loại dịch vụ du lịch .....	71
Bảng 3.4.	Bảng giá dịch vụ phòng nghỉ khách sạn của Công ty.....	73
Bảng 3.5.	Tài sản và nguồn vốn của Công ty từ năm 2013- 2015.....	82
Bảng 3.6.	Kết quả về du khách đến Khu du lịch Hồ Núi Cốc .....	84
Bảng 3.7.	Kết quả hoạt động kinh doanh .....	85

**DANH MỤC CÁC HÌNH**

Hình 3.1.	Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý .....	50
Hình 3.2.	Sơ đồ quy trình đón tiếp và sắp xếp chỗ ở cho khách .....	63
Hình 3.3.	Sơ đồ quy trình phục vụ vui chơi, giải trí của du khách.....	64
Hình 3.4.	Sơ đồ quy trình phục vụ ăn uống của du khách.....	66
Hình 3.5.	Sơ đồ quy trình phục vụ lưu trú của du khách.....	68
Hình 3.6.	Hệ thống kênh phân phối sản phẩm của Công ty .....	75
Hình 3.7.	Logo của Công ty CPKS Hồ Núi Cốc .....	76
Hình 3.8.	Một số hình ảnh về khu du lịch Hồ Núi Cốc .....	78