

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH

----- □ □ □ -----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

“Xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera”

Sinh viên thực hiện: Đoàn Thị Kim Cương

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH

----- □ □ □ -----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

“Xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera”

**<CÔNG TY TNHH TMDV LỮ HÀNH QUỐC TẾ LIBERA
(LIBRA TRAVEL & MEDIA)>**

Giảng viên hướng dẫn	: ThS. Nguyễn Thị Tố Châu
Sinh viên thực hiện	: Đoàn Thị Kim Cương
Mã số sinh viên	: 2254040012
Khóa học	: 2022 – 2026
Lớp	: 22DL1

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Đoàn Thị Kim Cương

MSSV: 2254040012

Lớp: 22DL1

Khóa: 2022 - 2026

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch & Lữ hành

- Tên đề tài: “Xây dựng chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho đối tượng khách công nhân khu công nghiệp”**

- Nội dung :**

Nội dung đề tài tập trung vào nghiên cứu và xây dựng chương trình du lịch 01 ngày tại Bạch Mã Village dành cho đối tượng khách công nhân tại khu công nghiệp. Trên cơ sở hệ thống hóa lý luận về xây dựng chương trình du lịch và Teambuilding, phân tích thực trạng xây dựng chương trình du lịch của công ty. Từ đó, đề xuất thiết kế chương trình du lịch chi tiết bao gồm lịch trình tham quan, nghỉ dưỡng và kết hợp các trò chơi Teambuilding sôi động giúp thư giãn sau những giờ làm việc căng thẳng, đồng thời gắn kết tinh thần tập thể, nhằm tạo ra sản phẩm du lịch đáp ứng được nhu cầu của khách hàng mục tiêu.

Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa các kiến thức nền tảng về chương trình du lịch 01 ngày và hoạt động Teambuilding.

Phân tích thực trạng tổ chức tour và các sản phẩm hiện có tại Công ty Libera để làm cơ sở đánh giá.

Nghiên cứu đặc điểm và nhu cầu thực tế của khách hàng là công nhân khu công nghiệp.

Thiết kế lịch trình chi tiết, xây dựng phương án giá tour hợp lý và tối ưu hóa các hoạt động Teambuilding tại Bạch Mã Village.

Phương pháp nghiên cứu

Thu thập dữ liệu: Sử dụng dữ liệu thứ cấp từ giáo trình, tài liệu chuyên ngành và các báo cáo nội bộ tại công ty để xây dựng cơ sở lý thuyết.

Quan sát thực tế: Trực tiếp hỗ trợ tổ chức và theo dõi quy trình triển khai tour, các hoạt động Teambuilding thực tế để có cái nhìn khách quan, sát với thực tiễn tại doanh nghiệp.

Phân tích – Tổng hợp: Từ những thông tin về nhu cầu khách hàng và thực trạng kinh doanh, mình tiến hành phân tích và tổng hợp để làm cơ sở xây dựng chương trình du lịch mới.

So sánh – Đánh giá: Đối chiếu giữa lý thuyết đã học với thực tế tại đơn vị thực tập để chỉ ra ưu điểm, hạn chế, từ đó đưa ra các đề xuất giải pháp phù hợp.

3. Ngày giao khóa luận : 2/3/2026

4. Ngày hoàn thành khóa luận : 23/5/2026

5. Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Tố Châu

Nội dung và yêu cầu Khóa luận tốt nghiệp đã được thông qua Bộ môn.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Trưởng bộ môn

(ký ghi rõ họ tên)

Giảng viên hướng dẫn

(ký ghi rõ họ tên)

Sinh viên thực hiện

(ký ghi rõ họ tên)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Dùng cho người hướng dẫn)

Họ và tên sinh viên:

Họ và tên người hướng dẫn:

Tên đề tài:

.....

Nội dung nhận xét:

1. Tinh thần, thái độ làm việc:

.....

2. Nội dung khóa luận:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Hình thức khóa luận:

4. Đồng ý cho sinh viên bảo vệ khóa luận tốt nghiệp trước hội đồng.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Người nhận xét

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU	i
DANH MỤC HÌNH ẢNH	ii
DANH MỤC VIẾT TẮT.....	iii
LỜI CẢM ƠN	iv
PHẦN MỞ ĐẦU	i
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	1
1.1. Tổng quan về sản phẩm du lịch.....	1
1.1.1. Khái niệm về du lịch	1
1.1.2. Khái niệm về sản phẩm du lịch.....	1
1.2. Chương trình du lịch	2
1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch.....	2
1.2.2. Phân loại chương trình du lịch	3
1.2.3. Quy trình xây dựng chương trình du lịch	6
1.4. Teambuilding trong du lịch	16
1.4.1. Khái niệm Teambuilding	16
1.4.2. Vai trò của Teambuilding đối với doanh nghiệp và người lao động	17
1.4.3. Nội dung tổ chức chương trình.....	18
1.5. Đặc điểm và nhu cầu du lịch của khách công nhân khu công nghiệp	19
1.5.1. Đặc điểm nhóm khách công nhân.....	19
1.5.2. Nhu cầu du lịch của khách công nhân khu công nghiệp	20
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	23
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY TNHH TMDV LỮ HÀNH QUỐC TẾ LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA)	24
2.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA).....	24
2.1.1. Giới thiệu về công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế.....	24
2.1.2. Cơ cấu tổ chức.....	25
2.1.3. Lĩnh vực hoạt động	27
2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty Libera	27
2.2.1. Các nguồn lực của công ty	27
2.2.2. Tình hình cơ sở vật chất của công ty	29
2.2.3. Tình hình kinh doanh	30
2.2.4. Thị trường - khách hàng, đối thủ cạnh tranh	2
2.2.5. Kết quả kinh doanh.....	37
2.2.6. Đánh giá chung về tình hình của công ty Libera.....	40
2.3. Thực trạng xây dựng chương trình du lịch tại công ty Libera.....	42
2.3.1. Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu	42
2.3.2. Thiết kế chương trình du lịch	45
2.3.3. Xây dựng nội dung hoạt động.....	46
2.3.4. Phương pháp tính giá.....	47
2.3.5. Tổ chức và thực hiện.....	48

2.3.6.	Đánh giá và hoàn thiện	49
2.4.	Thực trạng xây dựng chương trình 01 ngày tại công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera	50
2.4.1.	Nghiên cứu thị trường và khách hàng mục tiêu	50
2.4.2.	Thiết kế chương trình du lịch	51
2.4.3.	Phương pháp tính giá.....	53
2.4.4.	Tổ chức và thực hiện.....	55
2.5.	Thực trạng điểm đến trong xây dựng chương trình du lịch	57
2.5.1.	Các điểm đến có tiềm năng khai thác chương trình du lịch 01 ngày.....	57
2.5.2.	Điều kiện khai thác tại điểm đến Bạch Mã Village	57
2.5.3.	Khả năng khai thác điểm đến Bạch Mã Village của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera.....	58
2.6.	Thực trạng nguồn khách của công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera	59
2.7.	Nhận xét chung về thực trạng xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera.....	60
2.7.1.	Ưu điểm	60
2.7.2.	Hạn chế.....	60
2.7.3.	Nguyên nhân	61
	KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	62
	CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH BẠCH MÃ VILLAGE 01 NGÀY KẾT HỢP TEAMBUILDING DÀNH CHO KHÁCH CÔNG NHÂN KHU CÔNG NGHIỆP TẠI CÔNG TY TNHH TMDV LỮ HÀNH QUỐC TẾ LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA).....	63
3.1.	Phương hướng và mục tiêu của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera trong giai đoạn 2026 - 2030	63
3.1.1.	Tầm nhìn, sứ mệnh của công ty Libera	63
3.1.2.	Phương hướng kinh doanh trong giai đoạn 2026 - 2030	63
3.1.3.	Mục tiêu kinh doanh giai đoạn 2026 – 2030	64
3.1.4.	Mục tiêu phát triển số lượng khách trong giai đoạn 2026 – 2030	64
3.1.5.	Định hướng khai thác thị trường khách công nhân khu công nghiệp	64
3.2.	Xây dựng chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp.....	64
3.2.1.	Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu	65
3.2.2.	Thiết kế chương trình du lịch	67
3.2.3.	Xây dựng nội dung hoạt động.....	68
3.2.4.	Xây dựng giá tour	78
3.2.5.	Tổ chức và thực hiện.....	82
3.2.6.	Đánh giá và hoàn thiện	83
	KẾT LUẬN	86
	DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	- 1 -
	PHỤ LỤC	- 3 -

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Bảng phân tích chức vụ, trình độ, bộ phận, kinh nghiệm, nhiệm vụ trong công ty Libera	28
Bảng 2.2: Cơ sở vật chất của công ty Libera.....	29
Bảng 2.3. Các chương trình tour trong nước của công ty Libera.....	30
Bảng 2.4. Các chương trình tour 01 ngày của Công ty Libera	32
Bảng 2.5. Các chương trình tour Quốc tế của công ty.	33
Bảng 2.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera trong giai đoạn 2023 – 2025.....	37
Bảng 2.7. Tình hình lượt khách của công ty trong giai đoạn 2023 - 2025	39
Bảng 2.8. Bảng tỷ trọng lượt khách của công ty trong giai đoạn 2023 - 2025	39
Bảng 2.9. Tình hình lượt khách tour 01 ngày giai đoạn 2023–2025.....	52
Bảng 2.10. Bảng số lượng khách mua tour 01 ngày giai đoạn 2023 – 2025.....	52
Bảng 2.11. Bảng giá các chương trình tour 01 ngày của công ty Libera	54
Bảng 3.6. Bảng giá chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho đoàn 80 khách.....	79
Bảng 3.7. Bảng giá chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho đoàn 120 khách	80

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Logo của Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc tế LIBERA	24
Hình 2.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty Libera	25
Hình 3.1: Hình ảnh minh họa trò chơi Bút Phá Đồng Đội	73
Hình 3.2: Hình ảnh minh họa trò chơi Truyền Bóng Tiếp Sức.....	75
Hình 3.3. Hình ảnh minh họa trò chơi Bánh Xe Thần Tốc	76
Hình 3.4. Hình ảnh minh họa trò chơi Chuyển Nước Tiếp Sức	77

DANH MỤC VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Ý nghĩa
TNHH TMDV	Trách Nhiệm Hữu hạn Thương Mại Dịch Vụ
TNHH MTV	Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên
CTDL	Chương Trình Du Lịch
KCN	Khu Công Nghiệp
KDL	Khu Du Lịch
HDV	Hướng Dẫn Viên
NL	Người Lớn
TE	Trẻ Em
VC FC	Chi Phí Cố Định
VC	Chi Phí Biến Đổi
UNWTO	World Tourism Organization – Tổ chức Du Lịch Thế Giới

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, em xin chân thành cảm ơn **Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng** và quý Thầy/Cô trong khoa Du Lịch đã truyền đạt kiến thức tận tâm, tận tình giảng dạy những bài học quý báu của Thầy/Cô trong suốt khoảng thời gian học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Những kiến thức của Thầy/Cô không chỉ giúp em nâng cao kiến thức mà còn là nền tảng vững chắc để vận dụng vào thực tế công việc sau này.

Đặc biệt, em bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô **ThS. Nguyễn Thị Tố Châu** giảng viên hướng dẫn em nghiên cứu đề tài, người đã luôn tận tình định hướng và động viên em trong suốt quá trình thực hiện đề tài nghiên cứu. Sự đồng hành và hỗ trợ của cô là động lực lớn giúp em hoàn thành bài khóa luận một cách tốt nhất. Dù công việc giảng dạy của cô khá bận rộn, nhưng cô vẫn dành thời gian để góp ý điều chỉnh và giúp em hoàn thiện đề tài này. Em xin chân thành cảm ơn Cô.

Em cũng xin được gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo và các anh/chị nhân viên tại công ty **TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera** đã nhiệt tình hỗ trợ, cung cấp thông tin và tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình thực tập và thu nhập số liệu thực tế tại công ty. Những kinh nghiệm mà em học hỏi được trong khoảng thời gian thực tập là nguồn tư liệu quý giá giúp em hoàn thiện bài nghiên cứu của mình.

Em đã cố gắng hoàn thiện với tất cả sự nỗ lực của bản thân, do kiến thức còn hạn chế và kinh nghiệm thực tế nên khóa luận sẽ không tránh khỏi những sai sót nhất định. Em rất mong được nhận được sự góp ý từ Quý Thầy/Cô để em hoàn thiện và nâng cao bài nghiên cứu hơn nữa.

Em xin chân thành cảm ơn!

Đà Nẵng, ngày 23 tháng 05 năm 2026

Sinh viên thực hiện

(Ký, ghi rõ họ tên)

Đoàn Thị Kim Cương

PHẦN MỞ ĐẦU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam đang dần phục hồi và phát triển mạnh mẽ sau dịch bệnh, nhu cầu du lịch ngắn ngày, đặc biệt là các chương trình du lịch kết hợp trải nghiệm và gắn kết tập thể ngày càng được quan tâm. Theo xu hướng thị trường hiện nay, các tour du lịch 01 ngày không chỉ đáp ứng yêu cầu tiết kiệm thời gian, chi phí mà còn phù hợp với nhiều đối tượng khách, trong đó có nhóm khách công nhân tại các khu công nghiệp là một phân khúc tiềm năng nhưng chưa được khai thác một cách hiệu quả.

Trong quá trình thực tập tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, nhận thấy công ty có thế mạnh trong việc tổ chức các chương trình tour kết hợp Teambuilding, đồng thời đã và đang phục vụ nhiều đối tượng khách đoàn. Tuy nhiên, các sản phẩm dành riêng cho nhóm khách công nhân khu công nghiệp vẫn còn hạn chế về nội dung chương trình, chưa thực sự tối ưu hóa trải nghiệm và phù hợp với đặc điểm về thu nhập, thời gian cũng như nhu cầu giải trí và nghỉ ngơi của đối tượng khách này.

Bạch Mã Village là một điểm đến tiềm năng để phát triển du lịch trải nghiệm trong ngày với không gian thiên nhiên, hoạt động vui chơi ngoài trời và khả năng tổ chức các chương trình tập thể. Việc kết hợp yếu tố tham quan, nghỉ dưỡng kết hợp với Teambuilding không chỉ giúp nâng cao giá trị sản phẩm du lịch mà còn góp phần tạo ra sự khác biệt, tăng tính cạnh tranh cho doanh nghiệp lữ hành.

Ngoài ra, chương trình du lịch được đề xuất có tính khả thi cao do phù hợp với năng lực tổ chức của doanh nghiệp cũng như khả năng triển khai thực tế của người thực hiện. Với đặc điểm là tour 01 ngày, khoảng cách di chuyển không quá xa, chương trình giúp tối ưu chi phí vận hành, từ đó xây dựng mức giá hợp lý, phù hợp. Việc tận dụng thế mạnh sẵn có của công ty trong lĩnh vực tổ chức Teambuilding bao gồm nhân sự, kịch bản, thiết bị và kinh nghiệm thực tế là một lợi thế quan trọng giúp nâng cao chất lượng chương trình, đảm bảo tính hấp dẫn và hiệu quả tổ chức.

Xuất phát từ những cơ sở lý luận và thực tiễn nêu trên, việc lựa chọn đề tài: “Xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera” là cần thiết và có ý nghĩa cả về mặt học thuật lẫn thực tiễn. Đề tài không

chỉ giúp vận dụng kiến thức đã học vào việc xây dựng sản phẩm du lịch cụ thể, mà còn góp phần đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh và mở rộng phân khúc khách hàng mục tiêu.

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

2.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của đề tài là xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, nhằm tạo ra sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu thị trường, có tính khả thi cao và góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Để đạt được mục tiêu chung, đề tài tập trung thực hiện các mục tiêu cụ thể sau:

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chương trình du lịch, đặc biệt là tour du lịch 01 ngày, hoạt động Teambuilding trong kinh doanh lữ hành.

Phân tích thực trạng hoạt động xây dựng và tổ chức chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, bao gồm các sản phẩm tour hiện có, hoạt động Teambuilding và nhóm khách hàng mục tiêu là công nhân khu công nghiệp. Đánh giá nhu cầu, đặc điểm tiêu dùng du lịch làm cơ sở xây dựng chương trình phù hợp.

Thiết kế chương trình du lịch Bạch Mã Village trong 01 ngày với nội dung chi tiết, bao gồm lịch trình, hoạt động tham quan, Teambuilding đảm bảo tính hấp dẫn, hợp lý và tối ưu chi phí.

Xây dựng phương án giá tour, tổ chức thực hiện nhằm nâng cao hiệu quả khai thác chương trình tại doanh nghiệp.

3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động xây dựng chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera. Đề tài tập trung nghiên cứu các nội dung liên quan đến: quy trình thiết kế chương trình du lịch, nhu cầu và đặc điểm của nhóm

khách công nhân, cũng như việc tổ chức các hoạt động Teambuilding trong chương trình tour nhằm tạo ra sản phẩm du lịch phù hợp, hiệu quả và có tính khả thi cao.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp: Thu thập thông tin từ giáo trình, tài liệu chuyên ngành du lịch, các báo cáo, đề tài nghiên cứu có liên quan, cũng như các tài liệu nội bộ của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera nhằm xây dựng cơ sở lý luận và phân tích thực trạng.

4.2. Phương pháp quan sát thực tế

Trực tiếp tham gia hỗ trợ tổ chức tour, theo dõi quy trình điều hành, cách thức xây dựng chương trình và triển khai các hoạt động Teambuilding tại công ty. Qua đó, ghi nhận và đánh giá thực trạng một cách khách quan và sát với thực tiễn.

4.3. Phương pháp phân tích – tổng hợp

Tiến hành phân tích các thông tin thu thập được về nhu cầu khách hàng, sản phẩm du lịch hiện có và hoạt động kinh doanh của công ty, từ đó tổng hợp thành cơ sở đề xuất và xây dựng chương trình du lịch phù hợp.

4.4. Phương pháp so sánh – đánh giá

So sánh giữa lý thuyết đã học và thực tế triển khai tại doanh nghiệp, đồng thời đánh giá ưu điểm, hạn chế trong hoạt động tổ chức tour và chương trình Teambuilding nhằm làm rõ cơ sở đề xuất giải pháp.

Dựa trên quy trình xây dựng chương trình du lịch, kết hợp với kết quả phân tích nhu cầu thị trường và khả năng của doanh nghiệp, tiến hành xây dựng chương trình tour Bạch Mã Village 01 ngày với nội dung chi tiết, đảm bảo tính logic, khả thi và phù hợp với đối tượng khách mục tiêu.

5. BỐ CỤC KHÓA LUẬN

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung chính của khóa luận dự kiến gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chương trình du lịch của công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Chương 2: Thực trạng về xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp với Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp của công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Chương 3: Xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp với Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp của công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

1.1. Tổng quan về sản phẩm du lịch

1.1.1. Khái niệm về du lịch

Theo khoản 1 Điều 3 Luật Du lịch năm 2017 “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới năm 2018 “du lịch được hiểu là các hoạt động của con người khi di chuyển và lưu trú tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình trong khoảng thời gian không quá một năm, nhằm mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí hoặc các mục đích hợp pháp khác, nhưng không nhằm kiếm thu nhập tại nơi đến”.

Dưới góc độ nghiên cứu học thuật, du lịch còn được xem là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, bao gồm nhiều lĩnh vực như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, giải trí và các dịch vụ hỗ trợ khác nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Hoạt động du lịch không chỉ góp phần nâng cao đời sống tinh thần của con người mà còn thúc đẩy phát triển kinh tế, tạo việc làm và quảng bá hình ảnh quốc gia.

1.1.2. Khái niệm về sản phẩm du lịch

Theo Luật Du lịch Việt Nam năm 2017 “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ (lưu trú, ăn uống, vận chuyển, tham quan, giải trí...) và hàng hóa được xây dựng trên cơ sở khai thác tài nguyên du lịch, nhằm thỏa mãn nhu cầu trải nghiệm, nghỉ dưỡng của du khách”. Nó bao gồm cả yếu tố vô hình (dịch vụ, trải nghiệm) và hữu hình (cơ sở vật chất). Sản phẩm du lịch là một khái niệm được sử dụng phổ biến trong ngành du lịch. Từ việc cung cấp các dịch vụ lưu trú, tour tham quan hay các hoạt động giải trí, tất cả đều là những thành phần tạo nên sản phẩm du lịch, được thiết kế

Ngoài ra, theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), khái niệm này được hiểu như sau: “Sản phẩm du lịch là sự kết hợp của ba nhóm yếu tố bao gồm Hệ thống dịch vụ và quản lý điều hành, Tài nguyên du lịch, Hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật.”

Trong lĩnh vực du lịch, sản phẩm du lịch là “một khái niệm trung tâm, phản ánh bản chất của hoạt động kinh doanh lữ hành và dịch vụ du lịch. Tùy theo góc tiếp

cận của từng nhà nghiên cứu và tổ chức, sản phẩm du lịch được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau, tuy nhiên đều có điểm chung là nhấn mạnh tính tổng hợp và trải nghiệm của sản phẩm”.

Theo cách tiếp cận của các tổ chức du lịch quốc tế năm 2019 “sản phẩm du lịch được hiểu là sự kết hợp của các yếu tố hữu hình và vô hình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm của du khách trong suốt chuyến đi”. Các yếu tố này có thể bao gồm tài nguyên du lịch (tự nhiên và nhân văn), cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các hoạt động bổ trợ khác.

Ở góc độ Marketing du lịch năm 2023 “ sản phẩm du lịch không chỉ đơn thuần là một dịch vụ riêng lẻ mà là một “gói giá trị” hoàn chỉnh mà khách hàng nhận được. Giá trị này được hình thành từ toàn bộ quá trình trước, trong và sau chuyến đi, bao gồm cả cảm nhận, trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách”. Như vậy, sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm cao và chịu ảnh hưởng lớn bởi yếu tố cảm xúc cá nhân.

Khái niệm này cũng nhấn mạnh rằng sản phẩm du lịch không chỉ dừng lại ở yếu tố vật chất mà còn bao gồm giá trị tinh thần, cảm xúc và ấn tượng mà khách du lịch cảm nhận được sau chuyến đi. Đây chính là yếu tố tạo nên sự khác biệt và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành trên thị trường

1.2. Chương trình du lịch

1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch

Chương trình du lịch là sản phẩm chủ yếu và đặc trưng nhất của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

Theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và PGS.TS. Phạm Hồng Chương năm 2013, “chương trình du lịch được hiểu là sự kết hợp có kế hoạch giữa nhiều loại dịch vụ du lịch như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các dịch vụ bổ sung khác, được sắp xếp theo một lịch trình nhất định nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và được doanh nghiệp lữ hành tổ chức cung ứng với mức giá xác định trước”.

Theo TS. Nguyễn Văn Đính và TS. Trần Thị Minh Hòa năm 2008 đưa ra khái niệm như sau: “chương trình du lịch là sản phẩm tổng hợp của doanh nghiệp lữ hành, được xây dựng từ việc liên kết nhiều dịch vụ thành một gói hoàn chỉnh, đảm bảo tính thống nhất về thời gian, không gian, nội dung và chi phí để phục vụ khách du lịch trong suốt hành trình”.

“Chương trình du lịch có thể hiểu là sự liên kết ít nhất một dịch vụ đặc trưng

và một dịch vụ khác với thời gian, không gian tiêu dùng và mức giá đã được xác định trước. Đơn vị tính của CTDL là chuyến và được bán trước cho khách du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu đặc trưng và một nhu cầu nào đó trong quá trình thực hiện chuyến đi”. (ThS. Nguyễn Thị Tố Châu, 2022)

Theo Luật Du lịch Việt Nam năm 2017, “chương trình du lịch là văn bản thể hiện lịch trình, dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ điểm xuất phát đến khi kết thúc chuyến đi. Trên cơ sở đó, chương trình du lịch là sự kết hợp và sắp xếp hợp lý các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các hoạt động bổ trợ theo một lịch trình cụ thể nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch”.

Từ các quan điểm trên có thể thấy, mặc dù cách diễn đạt của các có sự khác nhau, nhưng đều thống nhất rằng chương trình du lịch là sản phẩm đặc trưng của doanh nghiệp lữ hành, được hình thành trên cơ sở kết hợp nhiều dịch vụ du lịch theo một lịch trình và mức giá xác định trước nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm của khách du lịch. Đây cũng là cơ sở để doanh nghiệp tổ chức, quản lý và cung ứng dịch vụ một cách hiệu quả.

Ở góc độ doanh nghiệp lữ hành, chương trình du lịch không chỉ là tập hợp các dịch vụ mà còn là kết quả của quá trình nghiên cứu thị trường, xác định nhu cầu khách hàng và tổ chức các yếu tố liên quan nhằm tạo ra một sản phẩm phù hợp và có khả năng cạnh tranh. Mỗi chương trình du lịch thường được thiết kế dựa trên mục đích chuyến đi, đối tượng khách, thời gian thực hiện và khả năng chi trả của khách hàng.

Chương trình du lịch còn thể hiện năng lực tổ chức và điều hành của doanh nghiệp. Một chương trình được xây dựng khoa học, logic và linh hoạt sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo sự hài lòng cho khách hàng và gia tăng hiệu quả kinh doanh.

1.2.2. Phân loại chương trình du lịch

1.2.2.1. Theo thời gian (01 ngày, dài ngày)

Căn cứ vào thời gian tổ chức, chương trình du lịch được chia thành các loại khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng về quỹ thời gian của khách du lịch. Một trong những tiêu chí phân loại quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến cách thiết kế lịch trình, nội dung hoạt động cũng như mức giá của chương trình.

PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và PGS.TS. Phạm Hồng Chương năm 2013 “Chương trình du lịch được phân loại theo thời gian thực hiện (tour trong ngày, tour ngắn ngày, tour dài ngày), đồng thời nhấn mạnh chương trình phải được thiết kế phù hợp với quỹ thời gian và nhu cầu của khách.”

Chương trình du lịch trong ngày (tour 01 ngày) là loại hình phổ biến, đặc biệt phù hợp với những đối tượng khách có quỹ thời gian hạn chế như nhân viên văn phòng hoặc khách nội địa có nhu cầu nghỉ ngắn. Đặc điểm của loại hình này là thời gian diễn ra ngắn, thường không bao gồm lưu trú qua đêm, lịch trình được thiết kế hợp đảm bảo các hoạt động chính như tham quan, vui chơi, ăn uống và tổ chức các hoạt động tập thể. Ưu điểm của chương trình du lịch 01 ngày là chi phí thấp, dễ tổ chức, phù hợp với số đông khách hàng. Mặc dù mang lại nhiều trải nghiệm đa dạng, chương trình vẫn có nhược điểm là thời lượng trải nghiệm chưa sâu và dễ khiến du khách bị quá tải nếu lịch trình không được bố trí hợp lý.

Chương trình du lịch ngắn ngày (từ 2 đến 3 ngày) cũng được nhiều doanh nghiệp áp dụng. Loại hình du lịch này giúp du khách cân bằng giữa nhu cầu tham quan, khám phá thư giãn và nghỉ dưỡng. So với tour 01 ngày, chương trình ngắn ngày có tính linh hoạt cao hơn trong việc xây dựng nội dung và phân bổ thời gian, đồng thời tạo điều kiện để khai thác nhiều điểm đến hơn trong cùng một hành trình.

Chương trình du lịch dài ngày (từ 4 ngày trở lên) thường hướng đến các chuyến đi có quy mô lớn và mục đích trải nghiệm sâu sắc. Loại hình này cho phép du khách khám phá nhiều địa điểm khác nhau, tìm hiểu kỹ hơn về văn hóa, lịch sử và đời sống tại điểm đến. Tuy nhiên, chương trình dài ngày đòi hỏi chi phí cao hơn, công tác tổ chức phức tạp hơn và phụ thuộc nhiều vào thời gian của khách hàng.

1.2.2.2. Theo đối tượng khách

Căn cứ vào đối tượng khách hàng, chương trình du lịch được xây dựng nhằm đáp ứng nhu cầu, sở thích và khả năng chi trả khác nhau của từng nhóm khách cụ thể. Việc phân loại theo tiêu chí này giúp doanh nghiệp lựa chọn định hướng rõ thị trường mục tiêu, từ đó thiết kế sản phẩm phù hợp và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và PGS.TS. Phạm Hồng Chương năm 2013, “chương trình du lịch có thể được phân loại theo đối tượng khách, trong đó khách đoàn là nhóm khách được tổ chức theo tập thể và đòi hỏi doanh nghiệp lựa chọn phải xây dựng chương trình phù hợp với đặc điểm của đoàn”.

Chương trình du lịch dành cho khách đoàn là loại hình phổ biến, thường được tổ chức cho các tập thể như doanh nghiệp, cơ quan, hoặc tổ chức xã hội. Nhóm khách này có số lượng lớn, yêu cầu cao về tính tổ chức và sự đồng bộ trong dịch vụ. Lịch trình cần được xây dựng rõ ràng, đảm bảo phù hợp với mục tiêu chung của đoàn, đồng thời thường kết hợp các hoạt động tập thể như Teambuilding, nhằm tăng tính gắn kết giữa các thành viên.

Chương trình du lịch dành cho khách lẻ, bao gồm khách cá nhân hoặc nhóm nhỏ, đặc điểm nổi bật của loại hình này là sự linh hoạt trong việc lựa chọn dịch vụ và thời gian tham gia. Nhóm khách này thường ưu tiên sự tự do trong hành trình và mong muốn cá nhân hóa trải nghiệm. Chương trình cần được thiết kế đa dạng, dễ điều chỉnh và không bị ràng buộc quá nhiều bởi lịch trình cố định.

Chương trình du lịch dành cho học sinh, sinh viên thường hướng đến mục tiêu vừa tham quan vừa học tập, trải nghiệm thực tế. Nội dung chương trình kết hợp giữa yếu tố giáo dục, khám phá và giải trí, phù hợp với đặc điểm lứa tuổi và điều kiện tài chính của người tham gia.

Chương trình du lịch dành cho khách cao cấp tập trung vào nhóm khách có thu nhập cao và yêu cầu chất lượng dịch vụ vượt trội. Các chương trình này chú trọng đến sự tiện nghi, riêng tư và trải nghiệm độc đáo, thường đi kèm với dịch vụ cao cấp và mức giá tương ứng.

Việc phân loại chương trình du lịch theo đối tượng khách giúp doanh nghiệp lên kế hoạch xây dựng sản phẩm phù hợp với từng phân khúc thị trường, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh.

1.2.2.3. Theo mục đích chuyến đi

Căn cứ vào mục đích của chuyến đi, chương trình du lịch được xây dựng nhằm đáp ứng những nhu cầu khác nhau của du khách trong từng hoàn cảnh cụ thể. Mỗi mục đích sẽ định hướng nội dung chương trình, cách tổ chức hoạt động cũng như lựa chọn dịch vụ phù hợp. Chương trình du lịch tham quan được thiết kế nhằm giúp du khách khám phá các điểm đến nổi bật về cảnh quan tự nhiên, di tích lịch sử hoặc giá trị văn hóa. Nội dung chương trình thường tập trung vào hoạt động tham quan, tìm hiểu và chụp ảnh tại các địa điểm đặc trưng, phù hợp với nhiều đối tượng khách khác nhau.

Theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và PGS.TS. Phạm Hồng Chương năm 2013 “căn cứ vào mục đích chuyến đi, chương trình du lịch có thể được phân thành chương trình du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, sinh thái, văn hóa, MICE... Trên cơ sở đó, mỗi loại chương trình được thiết kế nhằm đáp ứng những nhu cầu khác nhau của khách du lịch”.

Chương trình du lịch nghỉ dưỡng hướng đến nhu cầu thư giãn, phục hồi sức khỏe và cân bằng tinh thần sau thời gian làm việc. Các điểm đến thường là khu du lịch sinh thái, resort hoặc khu nghỉ dưỡng có không gian yên tĩnh, dịch vụ tiện nghi. Nhịp độ chương trình không quá dày đặc, ưu tiên trải nghiệm nghỉ ngơi và chăm sóc bản thân.

Chương trình du lịch sinh thái gắn liền với việc khám phá thiên nhiên và bảo vệ môi trường. Nội dung chương trình tập trung vào các hoạt động gần gũi với thiên nhiên như tham quan rừng, suối, vườn quốc gia hoặc trải nghiệm đời sống địa phương. Loại hình này phù hợp với xu hướng du lịch bền vững đang ngày càng phát triển.

Chương trình du lịch văn hóa được xây dựng nhằm tìm hiểu các giá trị truyền thống, phong tục tập quán, lễ hội và đời sống của cộng đồng địa phương. Hoạt động trong chương trình thường mang tính trải nghiệm như tham gia lễ hội, thưởng thức ẩm thực đặc trưng hoặc giao lưu văn hóa với người dân bản địa.

Chương trình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo (MICE) phục vụ nhu cầu vừa làm việc vừa nghỉ ngơi của các doanh nghiệp, tổ chức. Nội dung chương trình thường bao gồm các hoạt động hội họp, đào tạo, kết hợp tham quan và nghỉ dưỡng. Yêu cầu về cơ sở vật chất, kỹ thuật và tổ chức đối với loại hình này tương đối cao.

Chương trình du lịch kết hợp Teambuilding và sự kiện được thiết kế nhằm tăng cường sự gắn kết giữa các thành viên trong một tập thể. Nội dung chương trình bao gồm các trò chơi tập thể, hoạt động giao lưu. Loại hình này đặc biệt phù hợp với khách đoàn doanh nghiệp hoặc công nhân, góp phần nâng cao tinh thần làm việc nhóm và tạo động lực cho người lao động.

Từ việc phân loại theo mục đích chuyến đi, mỗi chương trình du lịch đều mang những đặc trưng riêng, phù hợp với nhu cầu cụ thể của từng nhóm khách hàng. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp lựa chọn định hướng phát triển sản phẩm và nâng cao chất lượng phục vụ.

1.2.3. Quy trình xây dựng chương trình du lịch

1.2.3.1. Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu

- *Nghiên cứu thị trường*

“Nghiên cứu thị trường là bước đầu tiên và có vai trò định hướng trong quy trình xây dựng chương trình du lịch. Hoạt động này nhằm thu thập và phân tích các thông tin đến nhu cầu, xu hướng và đặc điểm tiêu dùng của khách du lịch, từ đó làm cơ sở để doanh nghiệp xác định hướng phát triển sản phẩm phù hợp”. (Nguồn: Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương, 2013)

Trong quá trình nghiên cứu, doanh nghiệp cần xem xét các yếu tố như đối tượng khách hàng mục tiêu, khả năng chi trả, thói quen du lịch, thời gian nghỉ và mục đích chuyến đi. Những thông tin này giúp nhận diện rõ nhu cầu thực tế của thị trường, tránh việc xây dựng chương trình mang tính chủ quan, thiếu tính khả thi.

Việc phân tích đối thủ cạnh tranh và các sản phẩm du lịch hiện có trên thị trường cũng là nội dung quan trọng. Điều này giúp doanh nghiệp đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu của các chương trình tương tự, từ đó tìm ra hướng đi phù hợp và tạo sự khác biệt cho sản phẩm của mình.

Kết quả của quá trình nghiên cứu thị trường là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp xác định đúng khách hàng mục tiêu, lựa chọn điểm đến phù hợp và xây dựng chương trình du lịch đáp ứng nhu cầu thực tế, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

- *Xác định khách hàng mục tiêu*

“Xác định khách hàng mục tiêu là bước quan trọng trong quy trình xây dựng chương trình du lịch, giúp doanh nghiệp định hướng rõ đối tượng phục vụ và thiết kế sản phẩm phù hợp” (Nguồn: Nguyễn Văn Đỉnh và Trần Thị Minh Hòa, 2014). Việc xác định đúng nhóm khách hàng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và hạn chế rủi ro trong quá trình triển khai chương trình.

Quá trình này dựa trên kết quả nghiên cứu thị trường nhằm phân loại khách theo các tiêu chí như độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập, mục đích chuyến đi và khả năng chi trả,... Mỗi nhóm khách sẽ có nhu cầu và đặc điểm tiêu dùng khác nhau, vì vậy chương trình du lịch cần được xây dựng phù hợp với từng phân khúc cụ thể.

Đối với từng đối tượng khách hàng, doanh nghiệp cần xác định rõ nhu cầu chính, mức độ kỳ vọng về dịch vụ cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn tour. Điều này giúp định hình nội dung chương trình, lựa chọn điểm đến và xây

dựng mức giá phù hợp. Việc xác định khách hàng mục tiêu không chỉ giúp chương trình du lịch đáp ứng đúng nhu cầu thị trường mà còn là cơ sở để doanh nghiệp xây dựng chiến lược sản phẩm và phát triển các hoạt động kinh doanh một cách hiệu quả.

1.2.3.2. Thiết kế chương trình du lịch

Theo Luật Du Lịch Việt Nam 2017 “Chương trình du lịch là lịch trình, và các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi”.

Thiết kế chương trình du lịch là bước quan trọng trong quy trình xây dựng sản phẩm, nhằm cụ thể hóa các ý tưởng thành một kế hoạch hành trình hoàn chỉnh. Nội dung thiết kế bao gồm việc lựa chọn điểm đến, xác định thời gian, xây dựng lịch trình và sắp xếp các hoạt động phù hợp với đặc điểm của khách hàng mục tiêu.

Quá trình thiết kế đòi hỏi sự kết hợp hài hòa giữa các yếu tố tham quan, nghỉ ngơi và giải trí, đảm bảo tính hợp lý về thời gian và tạo sự thuận tiện trong di chuyển. Lịch trình cần được xây dựng rõ ràng, logic, tránh trùng lặp hoặc gây mệt mỏi cho khách, đồng thời đảm bảo tính linh hoạt để có thể điều chỉnh khi cần thiết.

Việc lựa chọn nội dung hoạt động cần phù hợp với nhu cầu và khả năng tham gia của khách. Đối với các chương trình có yếu tố tập thể, việc lồng ghép các hoạt động như Teambuilding hoặc Gala Dinner sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm và tạo điểm nhấn cho chuyến đi. Thiết kế chương trình du lịch không chỉ đảm bảo tính khả thi trong tổ chức mà còn góp phần tạo nên sự hấp dẫn và khác biệt của sản phẩm du lịch trên thị trường.

1.2.3.3. Xây dựng nội dung hoạt động

“Xây dựng nội dung hoạt động là bước cụ thể hóa chương trình du lịch thông qua việc xác định chi tiết các hoạt động diễn ra trong suốt hành trình. Nội dung hoạt động không chỉ đảm bảo tính hấp dẫn mà còn phải phù hợp với đặc điểm của khách hàng mục tiêu và mục tiêu của chương trình”. (Nguồn: Nguyễn Văn Đính và Hà Văn Siêu, 2018). Đây là yếu tố trực tiếp tạo nên trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách. Việc xây dựng các hoạt động này đòi hỏi sự cân bằng giữa cường độ vận động và thời gian nghỉ ngơi, đảm bảo du khách vừa có thể giải tỏa áp lực công việc, vừa có đủ không gian để tái tạo năng lượng.

Việc xây dựng nội dung cần dựa trên đặc điểm của nhóm khách tham gia. Nội dung hoạt động cần được phân bổ hợp lý theo từng thời điểm trong ngày. Buổi sáng

thường phù hợp với các hoạt động mang tính sôi động như Teambuilding nhằm tạo không khí hào hứng và tăng cường tinh thần tập thể. Khoảng thời gian giữa ngày được dành cho nghỉ ngơi, ăn uống và tham quan tự do, giúp du khách phục hồi năng lượng.

Các hoạt động trong chương trình cần có sự liên kết chặt chẽ, hướng đến một chủ đề hoặc thông điệp chung nhằm tạo dấu ấn riêng cho sản phẩm du lịch. Nội dung chương trình cũng cần có sự đa dạng để có thể điều chỉnh phù hợp với điều kiện thực tế như thời tiết, số lượng khách hoặc yêu cầu cụ thể của từng đoàn.

Xây dựng nội dung hoạt động là quá trình lựa chọn và tổ chức các yếu tố trải nghiệm một cách hợp lý nhằm tạo nên chương trình du lịch hoàn chỉnh. Nội dung được thiết kế phù hợp sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo ấn tượng tích cực và gia tăng hiệu quả tổ chức của doanh nghiệp lữ hành.

1.2.3.4. Xây dựng giá tour

Xây dựng giá tour du lịch là một bước quan trọng trong quá trình hoàn thiện chương trình du lịch, có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành. Mức giá cần phản ánh đầy đủ chi phí tổ chức chương trình, đồng thời phù hợp với khả năng chi trả của khách hàng. Quá trình xây dựng giá tour được thực hiện dựa trên việc xác định các khoản chi phí cấu thành. Việc tính toán chi phí cần đảm bảo tính chính xác, đầy đủ và có dự phòng nhằm hạn chế rủi ro trong quá trình tổ chức.

Giá tour cũng cần linh hoạt theo từng điều kiện cụ thể như số lượng khách, thời điểm tổ chức hoặc yêu cầu riêng của đoàn. Những chương trình có quy mô lớn thường có lợi thế trong việc tối ưu chi phí, từ đó có thể điều chỉnh mức giá phù hợp hơn. Ngược lại, đối với đoàn nhỏ, cần có phương án tính toán hợp lý để đảm bảo không ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.

Xây dựng giá tour du lịch là quy trình tổng hợp chi phí cố định và chi phí biến đổi trên mỗi khách, cộng với lợi nhuận mong muốn. Trong đó, chi phí biến đổi thường thay đổi theo số lượng khách tham gia chương trình bao gồm (chi phí ăn uống, vé tham quan, bảo hiểm du lịch, nước uống,...) trong khi chi phí cố định là các khoản chi không thay đổi theo số lượng khách như (chi phí vận chuyển, hướng dẫn viên, tổ chức Teambuilding, banner, âm thanh,...).

Công thức tính giá thành cho một khách đang áp dụng được xác định như sau:

$$Z = VC + \frac{FC}{Q}$$

Trong đó:

Z: Giá thành cho một khách

VC: Chi phí biến đổi cho một khách

FC: Tổng chi phí cố định một đoàn

Q: Số lượng khách tham gia chương trình

Sau khi xác định giá thành cho một khách, công ty tính giá thành cho cả đoàn khách du lịch:

$$TC = VC \times Q + FC$$

Hoặc

$$TC = Z \times Q$$

Phương pháp tính giá này, dễ tính toán, dễ áp dụng và thuận tiện trong việc kiểm soát chi phí, giúp các công ty lữ hành linh hoạt điều chỉnh giá thành khi số lượng khách thay đổi.

Sau khi tính giá thành theo hai phương pháp cố định và biến đổi, công ty xác định giá bán tour bằng cách cộng thêm các khoản chi phí quản lý, chi phí bán hàng, lợi nhuận và thuế để xác định giá bán tour cho khách hàng. Công thức xác định giá bán tour được công ty áp dụng :

$$G = Z + P + C_b + C_k + T$$

Trong đó:

G: Giá bán tour

Z: Giá thành tour

P: Lợi nhuận

C_b: Chi phí bán hàng

C_k: Các chi phí khác

T: Thuế

(Nguồn: Phạm Thị Chi, 2022)

Xây dựng giá tour không chỉ là việc cộng tổng các chi phí mà còn là quá trình tính toán và điều chỉnh nhằm tạo ra mức giá phù hợp với thị trường và khách hàng mục tiêu. Một mức giá hợp lý sẽ góp phần nâng cao khả năng thu hút khách, đảm bảo hiệu quả kinh doanh và tăng tính cạnh tranh cho doanh nghiệp lữ hành.

1.2.3.5. Tổ chức thực hiện

Tổ chức thực hiện là giai đoạn triển khai chương trình du lịch trên thực tế, nhằm đảm bảo các nội dung đã được thiết kế được vận hành đúng kế hoạch và đạt hiệu quả cao. Được triển khai đúng kế hoạch, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận trong doanh nghiệp lẫn hành cũng như các đơn vị cung ứng dịch vụ.

Quá trình tổ chức thực hiện bắt đầu từ công tác chuẩn bị trước tour. Doanh nghiệp tiến hành xác nhận dịch vụ với các đối tác như phương tiện vận chuyển, nhà hàng, khu du lịch và các đơn vị tổ chức Teambuilding. Đồng thời, các công việc như phân công nhân sự, chuẩn bị vật dụng cần thiết và hoàn thiện hồ sơ tour cũng được thực hiện đầy đủ nhằm đảm bảo chương trình diễn ra đúng tiến độ.

Quy trình lựa chọn nhà cung cấp cần được thực hiện một cách khoa học dựa trên hệ thống các tiêu chí đánh giá khắt khe. Người xây dựng chương trình phải xem xét các yếu tố như: vị trí địa lý thuận tiện cho lộ trình, chất lượng cơ sở vật chất, thái độ phục vụ của nhân viên và khả năng trong việc xử lý các tình huống phát sinh. Đặc biệt, mối quan hệ bền vững với các nhà cung cấp chiến lược sẽ giúp doanh nghiệp lẫn hành có được mức giá cạnh tranh, từ đó tối ưu hóa chi phí và gia tăng lợi nhuận cho chương trình tour. Kết quả của giai đoạn này là sự ký kết các hợp đồng hoặc thỏa thuận dịch vụ, tạo cơ sở pháp lý và đảm bảo tính ổn định trong quá trình tổ chức thực hiện chương trình du lịch trên thực tế.

Công tác phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp cần được thực hiện đồng bộ. Bộ phận điều hành tour chịu trách nhiệm chính trong việc kiểm soát tiến độ và chất lượng dịch vụ. Bộ phận kế toán theo dõi chi phí và thực hiện thanh toán với các đối tác. Nhân sự tổ chức sự kiện đảm nhiệm việc triển khai Teambuilding theo đúng kịch bản đã xây dựng.

Sau khi kết thúc chương trình, doanh nghiệp tiến hành tổng kết và hoàn thiện các công việc liên quan. Hồ sơ tour được lưu trữ, chi phí được quyết toán và các vấn đề phát sinh được ghi nhận để rút kinh nghiệm cho những chương trình sau. Đây là cơ sở quan trọng giúp nâng cao chất lượng tổ chức và cải thiện hiệu quả hoạt động trong tương lai.

1.2.3.6. Đánh giá và hoàn thiện

“Đánh giá và hoàn thiện là bước cuối cùng trong quy trình xây dựng chương trình du lịch, nhằm xem xét lại toàn bộ quá trình tổ chức và mức độ đạt được so với

mục tiêu ban đầu” (Nguồn: Nguyễn Văn Đính và Hà Văn Siêu, 2018). Việc đánh giá chương trình được thực hiện dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau như mức độ hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ cung ứng, hiệu quả tổ chức và chi phí thực tế. Ý kiến phản hồi từ khách du lịch đóng vai trò quan trọng, giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn về trải nghiệm thực tế của khách, từ đó xác định những yếu tố cần cải thiện. Thông tin có thể được thu thập thông qua phiếu khảo sát, trao đổi trực tiếp hoặc phản hồi sau chuyến đi.

Quá trình đánh giá cũng cần xem xét đến hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận và đối tác trong suốt chương trình. Những vấn đề phát sinh trong quá trình tổ chức như chậm trễ thời gian, sai sót dịch vụ hoặc các tình huống ngoài dự kiến cần được ghi nhận và phân tích nguyên nhân cụ thể. Điều này giúp doanh nghiệp rút kinh nghiệm và nâng cao khả năng xử lý trong những lần tổ chức sau.

Từ kết quả đánh giá, doanh nghiệp tiến hành điều chỉnh và hoàn thiện chương trình du lịch. Nội dung hoạt động, lịch trình, chất lượng dịch vụ hoặc phương án tổ chức có thể được thay đổi nhằm nâng cao tính phù hợp và hiệu quả. Việc hoàn thiện chương trình không chỉ giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng mà còn góp phần tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Đánh giá và hoàn thiện là bước cần thiết để đảm bảo chương trình du lịch ngày càng được cải tiến và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Thực hiện tốt giai đoạn này sẽ giúp doanh nghiệp lành nghề nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng uy tín và phát triển bền vững trong hoạt động kinh doanh.

1.3. Chương trình du lịch 01 ngày

1.3.1. Đặc điểm chương trình du lịch 01 ngày

Chương trình du lịch 01 ngày là loại hình phổ biến trong hoạt động kinh doanh lành nghề, đặc biệt phù hợp với khách nội địa và các nhóm khách có quỹ thời gian hạn chế. Với thời lượng ngắn, chương trình này mang những đặc điểm riêng biệt, ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình thiết kế và tổ chức thực hiện. Thường diễn ra trong ngày và không bao gồm lưu trú qua đêm. Điều này đòi hỏi lịch trình phải được xây dựng chặt chẽ, hợp lý về thời gian di chuyển và phân bổ các hoạt động, nhằm đảm bảo khách vẫn có thể tham gia đầy đủ các nội dung chính mà không bị quá tải.

Theo Th.S Nguyễn Thị Chi năm 2022 “trong quá trình tổ chức chương trình du lịch, doanh nghiệp lành nghề phải sắp đặt trước các dịch vụ hoặc liên kết các dịch

vụ đơn lẻ thành chương trình du lịch, đồng thời tổ chức tiêu dùng phù hợp với đối tượng khách”. Trên cơ sở đó, chương trình du lịch 01 ngày thường được thiết kế với thời lượng ngắn, lịch trình khoa học, cân đối giữa thời gian di chuyển và thời gian tham quan nhằm bảo đảm tính khả thi và chất lượng phục vụ. Vì vậy, đối với chương trình du lịch 01 ngày, việc xây dựng lịch trình cần được tính toán hợp lý để bảo đảm thời gian di chuyển, tham quan và nghỉ ngơi.

Nội dung chương trình thường được thiết kế ngắn gọn, tập trung vào một hoặc một số điểm đến tiêu biểu. Các hoạt động chủ yếu bao gồm tham quan, vui chơi giải trí, ăn uống. Do giới hạn về thời gian, doanh nghiệp cần lựa chọn điểm đến gần, thuận tiện di chuyển để tối ưu hóa trải nghiệm cho du khách.

Chi phí của chương trình du lịch 01 ngày thường ở mức thấp hơn so với các chương trình dài ngày, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, đặc biệt là khách học sinh – sinh viên hoặc các nhóm khách có thu nhập trung bình. Do thời gian ngắn, công ty có thể dễ dàng điều chỉnh lịch trình, thay đổi nội dung hoạt động hoặc tổ chức theo yêu cầu riêng của từng đoàn khách. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc thiết kế các chương trình kết hợp như Teambuilding hoặc Gala quy mô nhỏ.

Chương trình du lịch 01 ngày cũng tồn tại những hạn chế nhất định. Thời gian trải nghiệm ngắn khiến du khách khó có thể khám phá sâu điểm đến, đồng thời dễ gây cảm giác mệt mỏi nếu lịch trình quá dày đặc hoặc thời gian di chuyển kéo dài. Việc thiết kế chương trình cần đảm bảo sự cân đối giữa hoạt động và thời gian nghỉ ngơi.

Dựa trên các đặc điểm nêu trên, chương trình du lịch 01 ngày phù hợp với xu hướng du lịch ngắn hạn, tiết kiệm chi phí và chú trọng trải nghiệm nhanh. Đây cũng là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp lựa chọn hành phát triển các sản phẩm du lịch phù hợp với nhóm khách hàng mục tiêu của công ty lựa chọn.

1.3.2. Vai trò của tour 01 ngày

Trong bối cảnh đời sống kinh tế - xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu du lịch của du khách không ngừng gia tăng cả về số lượng lẫn chất lượng. Do quỹ thời gian dành cho du lịch của nhiều đối tượng khách, đặc biệt là người lao động, vẫn còn hạn chế. Điều này đã tạo điều kiện cho các chương trình du lịch ngắn ngày, đặc biệt là tour 01 ngày, ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong thị trường du lịch hiện nay. Tour ngắn ngày góp phần mở rộng thị trường khách du lịch nội địa, với ưu điểm

về thời gian linh hoạt và chi phí hợp lý, loại hình này phù hợp với nhiều nhóm khách như nhân viên văn phòng, học sinh – sinh viên. Nhờ đó, doanh nghiệp lữ hành có thể tiếp cận được phân khúc khách hàng, gia tăng lượng khách và mở rộng quy mô hoạt động.

Khả năng đáp ứng nhanh nhu cầu vui chơi, giải trí trong thời gian ngắn là một lợi thế nổi bật của tour ngắn ngày. Các chương trình du lịch 01 ngày giúp du khách thư giãn, tái tạo năng lượng mà không cần sắp xếp thời gian dài, từ đó phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện nay. Tour ngắn ngày còn đóng vai trò quan trọng trong việc kích cầu du lịch, đặc biệt trong các giai đoạn thấp điểm hoặc khi thị trường du lịch gặp khó khăn. Dễ tổ chức và chi phí thấp, doanh nghiệp có thể linh hoạt triển khai nhiều chương trình khuyến mãi, ưu đãi nhằm thu hút khách hàng, góp phần duy trì hoạt động kinh doanh ổn định.

Loại hình này cũng tạo điều kiện thuận lợi để khai thác các điểm đến gần, thúc đẩy phát triển du lịch địa phương. Những khu du lịch sinh thái, điểm tham quan trong khu vực lân cận các đô thị lớn có cơ hội thu hút lượng khách đáng kể thông qua các chương trình tour ngắn ngày, từ đó góp phần phát triển kinh tế – xã hội tại địa phương.

Từ những phân tích trên, có thể thấy tour ngắn ngày không chỉ đáp ứng nhu cầu du lịch trong điều kiện thời gian ngắn mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng thị trường, kích cầu du lịch và phát triển sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành. Đây là xu hướng phù hợp với sự phát triển của thị trường du lịch hiện nay và có tiềm năng lớn trong tương lai.

1.3.3. Yêu cầu của chương trình tour 01 ngày

Theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và PGS.TS. Phạm Hồng Chương năm 2013 “việc xây dựng chương trình du lịch cần đảm bảo sự phù hợp giữa nhu cầu của khách hàng với khả năng tổ chức của doanh nghiệp lữ hành, đồng thời phải đáp ứng các yêu cầu về tính hấp dẫn, tính khả thi và hiệu quả kinh doanh”. Đối với chương trình du lịch 01 ngày, những yêu cầu này càng được chú trọng do thời gian tổ chức ngắn, quỹ thời gian trải nghiệm của khách hạn chế và mọi hoạt động đều phải được sắp xếp trong cùng một ngày.

Một chương trình du lịch 01 ngày trước hết cần được xây dựng trên cơ sở phù hợp với đặc điểm của đối tượng khách hàng mục tiêu. Việc xác định đúng nhu cầu, sở thích, độ tuổi, nghề nghiệp, khả năng chi trả cũng như mục đích của chuyến đi sẽ

giúp doanh nghiệp lựa chọn điểm đến, thiết kế nội dung hoạt động và xây dựng mức giá phù hợp. Đối với mỗi nhóm khách khác nhau, chương trình sẽ có những yêu cầu riêng về thời gian, cường độ hoạt động và loại hình trải nghiệm. Vì vậy, nghiên cứu kỹ đối tượng khách là điều kiện quan trọng để chương trình đáp ứng đúng mong đợi của người tham gia.

Việc lựa chọn điểm đến cần đảm bảo khoảng cách di chuyển hợp lý nhằm tận dụng tối đa thời gian tham quan và trải nghiệm. Do đặc trưng của chương trình chỉ diễn ra trong một ngày, nếu thời gian di chuyển quá dài sẽ làm giảm thời gian tham gia các hoạt động tại điểm đến, đồng thời dễ gây cảm giác mệt mỏi cho du khách. Điểm đến được lựa chọn nên có điều kiện giao thông thuận lợi, cơ sở hạ tầng đáp ứng yêu cầu phục vụ khách đoàn và có đủ tài nguyên để tổ chức các hoạt động theo mục tiêu của chương trình.

Lịch trình của chương trình du lịch 01 ngày cũng cần được xây dựng logic và hợp lý. Các hoạt động phải được sắp xếp theo trình tự phù hợp, đảm bảo sự cân đối giữa thời gian di chuyển, tham quan, ăn uống, nghỉ ngơi và các hoạt động trải nghiệm. Việc bố trí lịch trình quá dày đặc có thể làm giảm chất lượng chuyến đi, trong khi lịch trình quá đơn giản sẽ không tạo được sức hấp dẫn đối với khách hàng. Và mỗi khoảng thời gian trong chương trình đều cần được tính toán phù hợp nhằm mang lại trải nghiệm thoải mái và hiệu quả cho du khách.

Chất lượng các dịch vụ cấu thành chương trình cũng là một yêu cầu quan trọng. Doanh nghiệp cần lựa chọn các nhà cung cấp có uy tín để đảm bảo chất lượng phương tiện vận chuyển, dịch vụ ăn uống, điểm tham quan, hướng dẫn viên và các dịch vụ hỗ trợ khác. Sự đồng bộ giữa các dịch vụ sẽ góp phần nâng cao chất lượng chương trình, hạn chế các vấn đề phát sinh trong quá trình tổ chức và tạo được sự hài lòng cho khách hàng.

Chương trình phải đảm bảo tính khả thi trong quá trình triển khai. Khi xây dựng chương trình, doanh nghiệp cần xem xét các điều kiện thực tế như nguồn nhân lực, phương tiện vận chuyển, khả năng cung ứng dịch vụ của đối tác, điều kiện thời tiết cũng như các yếu tố có thể ảnh hưởng đến việc tổ chức chương trình. Việc dự liệu các phương án xử lý tình huống phát sinh sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong quá trình điều hành, đồng thời hạn chế những rủi ro có thể xảy ra trong chuyến đi.

Giá bán của chương trình cũng cần được xây dựng trên cơ sở tính toán đầy đủ các khoản chi phí, phù hợp với chất lượng dịch vụ và khả năng chi trả của khách hàng mục tiêu. Một mức giá hợp lý không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường mà còn tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tiếp cận và lựa chọn sản phẩm. Đối với chương trình du lịch 01 ngày, yếu tố giá cả thường có ảnh hưởng lớn đến quyết định mua tour của khách hàng do thời gian tham gia ngắn và mức chi tiêu thường được cân nhắc kỹ.

Bên cạnh những yêu cầu về lịch trình, dịch vụ và chi phí, chương trình du lịch 01 ngày cần đặc biệt chú trọng đến yếu tố an toàn và chất lượng phục vụ. Trong suốt quá trình tổ chức, doanh nghiệp phải đảm bảo an toàn trong di chuyển, tham quan và tham gia các hoạt động tập thể, đồng thời chuẩn bị đầy đủ các phương án hỗ trợ khi xảy ra sự cố. Chất lượng phục vụ của hướng dẫn viên, nhân viên điều hành và các đơn vị cung ứng dịch vụ cũng cần được kiểm soát nhằm mang lại sự hài lòng và tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho doanh nghiệp lữ hành.

Đối với các chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding, việc xây dựng nội dung cần đảm bảo sự hài hòa giữa hoạt động tham quan, nghỉ ngơi và các trò chơi tập thể. Các hoạt động Teambuilding nên được thiết kế phù hợp với thể lực, số lượng và đặc điểm của đối tượng khách, đồng thời gắn với mục tiêu tăng cường tinh thần đoàn kết, giao lưu và nâng cao hiệu quả làm việc nhóm. Việc kết hợp hợp lý giữa các hoạt động sẽ giúp chương trình trở nên hấp dẫn hơn, mang lại giá trị trải nghiệm cao cho du khách và góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch của doanh nghiệp.

1.4. Teambuilding trong du lịch

1.4.1. Khái niệm Teambuilding

Theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và Tiến sĩ Nguyễn Đình Hòa năm 2016 định nghĩa rằng: "sản phẩm du lịch teambuilding là một chương trình du lịch trọn gói bao gồm hai nhóm thành phần chính: Du lịch và Teambuilding. Trong đó, cấu phần teambuilding được thiết kế dựa vào phương pháp học bằng thực tế (experiential learning), thông qua các hoạt động giải trí, các cuộc thi, các thử thách được tổ chức trong nhà (indoor) hay ngoài trời (outdoor) nhằm tăng cường hiệu quả làm việc nhóm hoặc xây dựng văn hóa doanh nghiệp."

Còn theo ThS. Nguyễn Thị Bích Ngọc năm 2019 "Du lịch team building là hình thức du lịch kết hợp các sự kiện đào tạo và trò chơi tập thể dựa trên tài nguyên

điểm đến (như bãi biển, núi non, rừng dã ngoại). Các hoạt động này sử dụng phương pháp hoạt náo và điều phối để người tham gia vừa có không gian nghỉ dưỡng, vừa tự rút ra các bài học thực tiễn về sự gắn kết, cởi mở và tìm tiếng nói chung khi quay trở lại môi trường làm việc."

Có nhiều cách nghĩ khi nhắc đến Teambuilding, một số cho rằng đây là kỳ nghỉ, kỳ du lịch hè của tập thể, trong khi một số khác xem hoạt động này như một dịp để tập thể gắn kết lại với nhau hơn. Hiểu chính xác nhất, teambuilding là một chuỗi các hoạt động, trong đó bao gồm nghỉ dưỡng, du lịch, các trò chơi tập thể, gala dinner tổng kết của các công ty, tổ chức, doanh nghiệp. Mỗi năm, các tổ chức sẽ tổ chức 01 đến 02 đợt Teambuilding để thay mới không khí, tạo động lực làm việc cho các thành viên. Địa điểm tổ chức teambuilding sẽ phụ thuộc vào thời gian, kinh phí mà doanh nghiệp, công ty đề ra ban đầu, nhưng đa phần đều là các địa điểm du lịch mới, nổi tiếng.

Còn theo Ernest John Proctor năm 2002 (chuyên gia tư vấn nhân sự của công ty AQL - một công ty hoạt động kinh doanh về mảng Teambuilding ở thành phố Hồ Chí Minh) cho rằng: "Teambuilding tạm dịch là giải pháp xây dựng và phát triển đội nhóm. Nó kết hợp thực hành - đánh giá - đào tạo với tạo động lực nhằm liên kết và gìn giữ người tài. Đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi nhân viên cùng hướng đến mục đích chung của doanh nghiệp".

Trong lĩnh vực du lịch, Teambuilding thường được lồng ghép vào chương trình tour như một hoạt động bổ trợ nhằm nâng cao trải nghiệm cho khách hàng. Hoạt động này không chỉ mang tính giải trí mà còn giúp tạo không khí sôi động, giảm căng thẳng và xây dựng tinh thần đoàn kết trong tập thể.

1.4.2. Vai trò của Teambuilding đối với doanh nghiệp và người lao động

Teambuilding mang lại nhiều giá trị thiết thực đối với cả doanh nghiệp và người lao động trong các chương trình du lịch. Hai hoạt động này góp phần nâng cao hiệu quả quản lý nhân sự và cải thiện môi trường làm việc trong tổ chức.

Đối với doanh nghiệp, Teambuilding giúp tăng cường tinh thần đoàn kết và khả năng phối hợp giữa các nhân viên. Thông qua các hoạt động tập thể, doanh nghiệp có thể xây dựng văn hóa nội bộ tích cực, cải thiện sự gắn bó và nâng cao hiệu suất làm việc. Những hoạt động này góp phần xây dựng hình ảnh doanh nghiệp chuyên nghiệp và tạo động lực phát triển lâu dài.

Đối với người lao động, Teambuilding mang lại cơ hội thư giãn, giải tỏa căng thẳng và tăng cường sự kết nối với đồng nghiệp. Các trò chơi tập thể giúp nâng cao tinh thần hợp tác, tạo sự thoải mái và cải thiện mối quan hệ trong công việc. Điều này góp phần nâng cao tinh thần làm việc, sự hài lòng và mức độ gắn bó với tổ chức.

Teambuilding không chỉ là hoạt động bổ trợ trong chương trình du lịch mà còn là công cụ hiệu quả trong việc phát triển nguồn nhân lực và xây dựng môi trường làm việc tích cực. Việc tổ chức hợp lý hai hoạt động này giúp cân bằng giữa lợi ích doanh nghiệp và nhu cầu của người lao động.

1.4.3. Nội dung tổ chức chương trình

- *Trò chơi*: Nội dung cốt lõi trong chương trình Teambuilding, đóng vai trò tạo không khí sôi động và tăng tính tương tác giữa các thành viên trong đoàn. Các trò chơi thường được thiết kế theo hình thức vận động nhẹ, phù hợp với thể lực của khách hàng, tránh gây mất sức nhưng vẫn đảm bảo yếu tố vui nhộn và hấp dẫn. Nội dung trò chơi thường hướng đến tinh thần làm việc nhóm, sự phối hợp và khả năng giao tiếp giữa các thành viên. Thông qua quá trình tham gia, người chơi không chỉ giải trí mà còn được gắn kết, tạo nên sự đồng đều và nâng cao tinh thần tập thể.

- *MC hoạt náo*: Người trực tiếp điều phối và dẫn dắt chương trình, có vai trò duy trì không khí và kết nối các hoạt động lại với nhau. MC không chỉ giới thiệu nội dung mà còn cần tạo được sự hào hứng, khuyến khích người tham gia hòa nhập vào chương trình, dẫn dắt cần gần gũi, tự nhiên, có sự linh hoạt trong xử lý tình huống để đảm bảo chương trình diễn ra liên tục và không bị gián đoạn.

- *Âm thanh – ánh sáng*: đóng vai trò hỗ trợ trong việc truyền tải nội dung và tạo cảm xúc cho người tham gia. Hệ thống âm thanh cần đảm bảo rõ ràng, ổn định để phục vụ các hoạt động như trò chơi, phát biểu hay biểu diễn. Ánh sáng được sử dụng linh hoạt theo từng phần của chương trình sẽ giúp tăng tính sinh động và tạo hiệu ứng thu hút.

Để một chương trình Teambuilding diễn ra thành công thì cần có sự kết hợp giữa nhiều yếu tố khác nhau như trò chơi, MC hoạt náo và hệ thống âm thanh – ánh sáng. Mỗi nội dung đều giữ một vai trò riêng nhưng lại hỗ trợ lẫn nhau trong suốt quá trình tổ chức. Khi được chuẩn bị phù hợp, chương trình không chỉ tạo không khí vui vẻ, thoải mái cho người tham gia mà còn giúp các thành viên trong đoàn gắn kết và phối hợp với nhau tốt hơn.

1.5. Đặc điểm và nhu cầu du lịch của khách công nhân khu công nghiệp

1.5.1. Đặc điểm nhóm khách công nhân

Công nhân khu công nghiệp là lực lượng lao động trực tiếp làm việc tại nhà máy trong khu công nghiệp. Với đặc thù về thời gian làm việc, thu nhập và điều kiện lao động, nhóm khách này có những đặc điểm riêng trong nhu cầu và hành vi tham gia du lịch. Vì vậy, việc nghiên cứu đặc điểm của khách công nhân khu công nghiệp có ý nghĩa quan trọng trong quá trình xây dựng các chương trình du lịch phù hợp với đối tượng khách này.

Đặc điểm nổi bật của nhóm khách này là phần lớn có độ tuổi còn trẻ, chủ yếu từ khoảng 18 đến 45 tuổi (nguồn: tổng hợp thông báo tuyển dụng của các nhà máy lớn tại KCN Hòa Khánh và KCN Hòa Cầm năm 2025). Đây là lực lượng lao động trực tiếp tham gia vào hoạt động sản xuất tại các doanh nghiệp nên có sức khỏe tốt, năng động và dễ dàng tham gia các hoạt động ngoài trời hoặc các chương trình Teambuilding. Chính vì vậy, các chương trình du lịch dành cho công nhân thường ưu tiên những hoạt động mang tính tập thể, vận động nhẹ và tăng cường sự tương tác giữa các thành viên.

Công nhân khu công nghiệp thường làm việc theo ca hoặc theo kế hoạch sản xuất của doanh nghiệp. Thời gian nghỉ không nhiều và thường tập trung vào cuối tuần hoặc các dịp lễ, tết. Điều này khiến họ có xu hướng lựa chọn các chương trình du lịch ngắn ngày, đặc biệt là chương trình du lịch 01 ngày hoặc 02 ngày 01 đêm nhằm đảm bảo không ảnh hưởng đến công việc cũng như kế hoạch sản xuất của doanh nghiệp. Đây cũng là lý do các doanh nghiệp lữ hành ngày càng chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch có thời lượng ngắn dành riêng cho phân khúc khách này.

Đối với phân khúc khách này, quyết định mua tour du lịch phần lớn không xuất phát từ người lao động mà là doanh nghiệp sản xuất sẽ là người đứng ra lựa chọn chương trình du lịch cho nhân viên, thời gian tổ chức và chi phí phù hợp với ngân sách của đơn vị. Mặc dù khách công nhân không phải là người trực tiếp mua tour nhưng lại là đối tượng trải nghiệm sản phẩm du lịch do đó nội dung chương trình phải được thiết kế hợp lý, logic.

Ngoài nhu cầu tham quan, khách công nhân còn mong muốn được nghỉ ngơi, thư giãn sau thời gian làm việc với cường độ cao. Các hoạt động vui chơi, giải trí,

giao lưu tập thể hay Teambuilding thường nhận được sự quan tâm vì không chỉ giúp giải tỏa căng thẳng mà còn tạo cơ hội tăng cường sự gắn kết giữa các đồng nghiệp. Đối với nhiều doanh nghiệp, các chương trình du lịch kết hợp Teambuilding còn được xem là một hoạt động chăm lo đời sống tinh thần cho người lao động, góp phần xây dựng môi trường làm việc đoàn kết và nâng cao hiệu quả làm việc của tập thể.

Từ những đặc điểm trên có thể thấy khách công nhân khu công nghiệp là nhóm khách có quỹ thời gian hạn chế, nhu cầu nghỉ ngơi và gắn kết tập thể cao. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp lựa chọn hành nghiên cứu và xây dựng các chương trình du lịch phù hợp với đặc điểm của phân khúc khách này.

1.5.2. Nhu cầu du lịch của khách công nhân khu công nghiệp

Sau thời gian làm việc với cường độ cao trong môi trường sản xuất, nhu cầu nghỉ ngơi và tái tạo sức lao động của công nhân ngày càng được quan tâm. Du lịch không chỉ giúp người lao động thư giãn sau những áp lực trong công việc mà còn là cơ hội để cải thiện sức khỏe tinh thần, cân bằng cuộc sống và tạo động lực làm việc tích cực hơn. Chính vì vậy, nhu cầu tham gia các chương trình du lịch của công nhân khu công nghiệp đang có xu hướng gia tăng, đặc biệt là các chương trình được tổ chức theo tập thể thông qua doanh nghiệp sản xuất.

Theo Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam năm 2024 “các hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng và chăm lo đời sống tinh thần cho người lao động thường được công đoàn và doanh nghiệp tổ chức vào những thời điểm phù hợp với kế hoạch sản xuất, góp phần nâng cao đời sống tinh thần và tăng cường sự gắn kết trong tập thể lao động”. Và nhóm khách công nhân thường có quỹ thời gian nghỉ không nhiều do đặc thù làm việc theo ca hoặc theo kế hoạch sản xuất của doanh nghiệp. Phần lớn các chuyến du lịch được tổ chức vào cuối tuần, dịp lễ hoặc trong các chương trình phúc lợi dành cho người lao động. Các chương trình du lịch có thời gian ngắn, đặc biệt là tour 01 ngày, thường phù hợp hơn với điều kiện thực tế của nhóm khách này. Thời lượng ngắn giúp công nhân có thể tham gia du lịch mà không ảnh hưởng đến công việc cũng như giảm áp lực về thời gian.

Có thể thấy, nhu cầu du lịch của khách công nhân khu công nghiệp không chỉ dừng lại ở mục đích tham quan mà còn hướng đến việc nghỉ ngơi, thư giãn, giao lưu và nâng cao đời sống tinh thần. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp lựa chọn xây

dựng những chương trình du lịch phù hợp với đặc điểm và mong muốn của nhóm khách này.

1.5.3. Tiêu chí lựa chọn chương trình du lịch dành cho công nhân khu công nghiệp

Đối với các chương trình du lịch dành cho công nhân khu công nghiệp, doanh nghiệp là đơn vị trực tiếp lựa chọn và ký kết hợp đồng với doanh nghiệp lữ hành để tổ chức chuyến đi cho người lao động. Việc lựa chọn chương trình không chỉ dựa trên nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí của công nhân mà còn phải đáp ứng các mục tiêu của doanh nghiệp như chăm lo đời sống tinh thần cho người lao động, tăng cường sự gắn kết tập thể và phù hợp với điều kiện tổ chức thực tế.

Một trong những tiêu chí được doanh nghiệp quan tâm là mức chi phí tổ chức chương trình. Kinh phí thực hiện các chuyến du lịch thường được trích từ nguồn ngân sách phúc lợi hoặc kinh phí công đoàn, vì vậy chương trình cần có mức giá hợp lý, phù hợp với khả năng tài chính của doanh nghiệp nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các dịch vụ như vận chuyển, ăn uống, vé tham quan, hướng dẫn viên và bảo hiểm du lịch.

Ngoài yếu tố chi phí, nội dung chương trình cũng là tiêu chí quan trọng trong quá trình lựa chọn. Doanh nghiệp thường ưu tiên những chương trình có lịch trình khoa học, kết hợp hài hòa giữa tham quan, nghỉ ngơi và các hoạt động tập thể nhằm mang lại sự thư giãn cho người lao động sau thời gian làm việc. Đối với các đoàn khách là công nhân khu công nghiệp, việc lồng ghép hoạt động Teambuilding vào chương trình được xem là một điểm nhấn quan trọng, góp phần tăng cường tinh thần đoàn kết, nâng cao khả năng phối hợp giữa các thành viên và xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Khoảng cách từ doanh nghiệp đến điểm du lịch cũng là một tiêu chí được cân nhắc trong quá trình lựa chọn chương trình. Những điểm đến có vị trí không quá xa sẽ giúp rút ngắn thời gian di chuyển, tạo điều kiện để người lao động có nhiều thời gian tham quan, nghỉ ngơi và tham gia các hoạt động trải nghiệm. Đồng thời, việc lựa chọn các điểm đến gần còn giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí tổ chức, thuận tiện trong công tác điều hành và hạn chế ảnh hưởng đến kế hoạch sản xuất, kinh doanh.

Chất lượng dịch vụ và năng lực tổ chức của doanh nghiệp lữ hành cũng có ảnh hưởng lớn đến quyết định lựa chọn chương trình. Các doanh nghiệp thường ưu tiên

những đơn vị lữ hành có uy tín, kinh nghiệm trong việc tổ chức khách đoàn, đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp, phương tiện vận chuyển đảm bảo an toàn và khả năng điều hành chương trình hiệu quả. Những yếu tố này góp phần đảm bảo chuyến đi diễn ra thuận lợi, mang lại trải nghiệm tích cực cho người lao động và nâng cao hiệu quả của chương trình.

Khi lựa chọn chương trình du lịch dành cho công nhân khu công nghiệp, doanh nghiệp thường xem xét tổng thể nhiều tiêu chí như chi phí tổ chức, nội dung chương trình, khoảng cách di chuyển, chất lượng dịch vụ và năng lực của doanh nghiệp lữ hành. Việc đáp ứng tốt các tiêu chí này sẽ giúp doanh nghiệp lựa chọn được chương trình phù hợp với mục tiêu tổ chức, đồng thời tạo điều kiện để người lao động có những trải nghiệm ý nghĩa, góp phần nâng cao đời sống tinh thần và tăng cường sự gắn kết trong tập thể.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Phần chương một đã khái quát những cơ sở lý luận liên quan đến chương trình du lịch và hoạt động kinh doanh lữ hành. Các nội dung cũng làm rõ khái niệm của chương trình du lịch và quy trình xây dựng chương trình du lịch đã được trình bày nhằm làm rõ nền tảng lý thuyết để phục vụ cho việc nghiên cứu đề tài.

Chương cũng phân tích vai trò của tour ngắn ngày kết hợp Teambuilding trong xu hướng du lịch hiện nay, đặc biệt đối với nhóm khách công nhân tại các khu công nghiệp. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn tour như thời gian, nội dung chương trình, hình thức tổ chức và chất lượng dịch vụ được làm rõ nhằm xác định nhu cầu và đặc điểm của nhóm khách hàng mục tiêu.

Những nội dung cơ sở lý luận được trình bày là nền tảng quan trọng để tiến hành nghiên cứu thực trạng hoạt động xây dựng chương trình du lịch tại công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera ở chương tiếp theo. Qua đó, làm cơ sở đánh giá thực tế hoạt động tổ chức tour, xác định những ưu điểm, hạn chế và đề xuất xây dựng chương trình du lịch phù hợp với nhu cầu thị trường.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY TNHH TMDV LỮ HÀNH QUỐC TẾ LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA)

2.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA).

2.1.1. Giới thiệu về công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế

Tên công ty : Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera
(Libra Travel & Media)

Người đại diện: Nguyễn Phước Dũng

Địa chỉ : 95A Trần Văn Dư, P. Mỹ An, Q. Ngũ Hành Sơn, TP. Đà Nẵng

Điện thoại : (0236) 3959 777 - (0236) 3959 779

Hotline : 0903 104 678 (Ms. Hiệu)
0934 104 678 (Mr. Dũng)

Email : info@libratravel.vn

Trang web : www.libratravel.vn
www.medialibra.vn
www.transport.vn

Facebook : <https://www.facebook.com/libratraveldn/>

Instagram : https://www.instagram.com/libratravel_media/



Nguồn: www.libratravel.vn

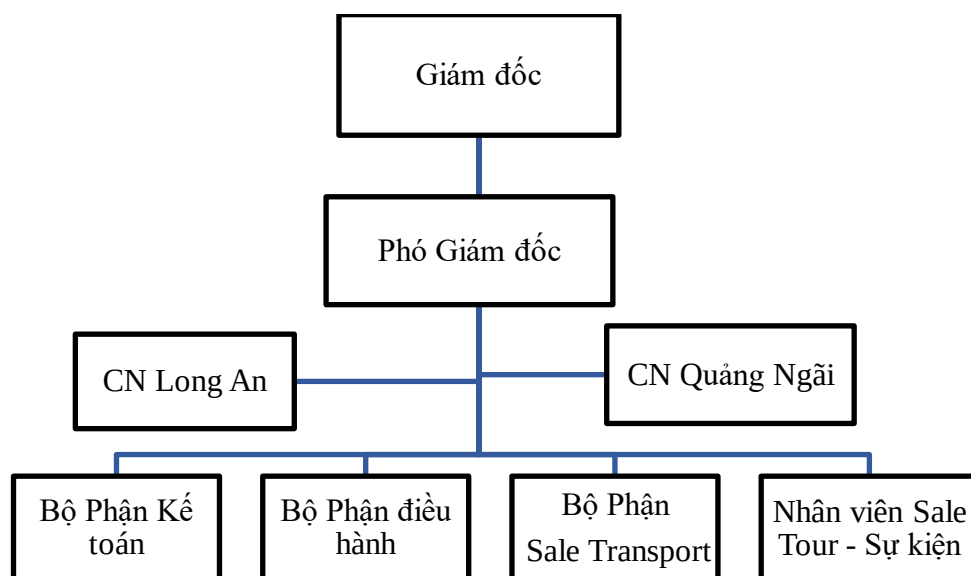
Hình 2.1. Logo của Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc tế LIBERA

Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera có mã số thuế 0401554220 được đăng kí từ ngày 25 tháng 09 năm 2013 (cấp phép Kinh doanh dịch vụ Lữ Hành Quốc Tế vào ngày 11 tháng 12 năm 2018) , mong muốn mang đến quý khách hàng trải nghiệm những chuyến đi thực sự tuyệt vời với tiêu chí “Mỗi hành trình - Một ấn

tượng!”. Libra Travel tự hào là nhà cung cấp dịch vụ du lịch chuyên nghiệp, các sản phẩm và dịch vụ của công ty bao gồm các chương trình tour, tổ chức sự kiện, dịch vụ vận chuyển.

Năm 2015, sau những nỗ lực không ngừng, chúng tôi vui mừng khai trương Trung Tâm Tổ Chức Sự Kiện Libra Media và Trung Tâm Vận Chuyển Libra Transport sự ra đời của hai trung tâm trực thuộc là một minh chứng cho sự lớn mạnh và phát triển của công ty cũng như sự nỗ lực, đoàn kết, phấn đấu của toàn thể CBCNV công ty trong suốt thời gian qua.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức



Nguồn: công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Hình 2.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty Libera

Đứng đầu công ty là Tổng Giám Đốc (Nguyễn Phước Dũng), người ra quyết định cuối cùng cho toàn bộ công việc trong công ty như lên chiến lược, kế hoạch, định hướng phát triển cho công ty. Giải quyết các vấn đề phát sinh mang tính đột xuất, có tính chất nghiêm trọng cũng cần có sự đồng ý của Tổng Giám Đốc.

- Anh Dũng phụ trách chạy bài quảng cáo trên các trang ứng dụng thu hút người dùng phổ biến như là Facebook, Instagram, Tiktok, Google, ...

- Ngay sau giám đốc là Phó Giám Đốc (Trương Thị Mỹ Hiệu) kiêm trưởng bộ phận sale, điều hành tour, sự kiện của công ty, người hỗ trợ đắc lực cho Tổng Giám đốc phụ trách đảm nhận các công việc:

- + Phân chia công việc cho nhân viên.
- + Tìm kiếm khách hàng.

- + Chịu trách nhiệm chính trong việc quản lý và điều hành các chương trình tour, sự kiện.

- + Là người làm việc trực tiếp với khách hàng và giải quyết các nhu cầu mong muốn mà khách hàng đưa ra.

- + Điều phối công việc của nhân viên. Đưa ra quyết định khen thưởng, xử phạt nhân viên thuộc cấp quản lý của mình.

- + Là người hướng dẫn thực tập sinh trực tiếp.

- Chị Trương Thị Kim Hằng: Đại Diện của Công Ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera, Trưởng chi nhánh Quảng Ngãi.

- Chị Nguyễn Thị Ngọc Quý: Đại Diện của Công Ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera, Trưởng chi nhánh Long An.

- Dưới các cấp lãnh đạo là nhân viên các bộ phận sẽ đảm nhiệm nhiệm vụ riêng của từng bộ phận đó:

- + Bộ phận kế toán: hạch toán, quyết toán cuối tháng, quý, năm, làm báo cáo tài chính, báo cáo thuế. Ngoài ra hiện tại bộ phận này còn chuyên về mảng cho thuê trang phục: ghi chép sổ khách hàng thuê trang phục, ghi hoá đơn, đồ khách mang trả, người phụ trách có nhiệm vụ mang đi giặt phơi, và xếp lại lên kệ. Người phụ trách mảng này còn có nhiệm vụ trả lời tin nhắn khách hàng trên fanpage, đăng những mẫu mới cập nhật, bắt trend nhanh và post bài theo đúng xu thế người đang cần.

- + Bộ phận Sale Transport: Anh Nguyễn Phước Dũng (Tổng Giám Đốc) chuyên về mảng tư vấn xe cho khách, cập nhật giá xe và cập nhật các dòng xe mới. Tìm kiếm xe cho đoàn. Nếu cần thì anh Dũng có thể lái xe cho khách.

- *Nhận xét về cơ cấu tổ chức của công ty:* Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera được tổ chức theo mô hình cơ cấu chức năng, trong đó mỗi bộ phận đảm nhiệm một nhóm công việc chuyên môn cụ thể như: sale tour, sale sự kiện, vận chuyển, kế toán, marketing, và hỗ trợ hướng dẫn thực tập sinh. Cơ cấu này giúp phân định rõ vai trò, trách nhiệm của từng cá nhân, đồng thời bảo đảm tính hiệu quả trong quá trình phối hợp và vận hành chung.

Điểm mạnh của mô hình tổ chức này là sự rõ ràng trong chức năng và nhiệm vụ, nhân viên có thể phát huy chuyên môn của mình và dễ dàng phối hợp giữa các bộ phận. Bên cạnh đó, do quy mô công ty còn nhỏ các thành viên có thể kiêm nhiều mảng công việc, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và tăng khả năng thích ứng với

biến động thị trường. Hạn chế của cơ cấu này là số lượng nhân sự ít, khối lượng công việc nhiều nên có thể dẫn đến tình trạng quá tải cho một số vị trí, đặc biệt là cấp quản lý.

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động

Tour Trong Nước

- Tour hàng tuần.
- Tour đoàn theo yêu cầu
- Tổ chức chương trình Teambuilding kết hợp du lịch, nghỉ dưỡng, hội nghị, hội thảo.

Tour Quốc Tế

- Tour Châu Á (Thái Lan; Singapore – Malaysia; Trung Quốc; Đài Loan; Nhật Bản; Hàn Quốc; Nhật – Hàn – Triều Tiên; Indonesia, Bhutan, Tây Tạng, Maldives, Ấn Độ...)
- Tour Châu Âu (Đức – Hà Lan – Bỉ – Pháp; Pháp – Thụy Sĩ – Ý; Ý – Slovenia – Hungary – Áo – Séc; Đan Mạch – Na Uy – Thụy Điển – Phần Lan; Pháp – Thụy Sĩ – Ý – Vatican – Monaco; Nga – Moscow – Saint Peterburg...)
- Tour Châu Úc (Du lịch Úc – Sydney – Melbourne từ 5 – 7 ngày)
- Tour Châu Mỹ (Hoa Kỳ thăm thân, Bờ Đông – Bờ Tây, Argentina – Brazil – Cuba – Chile – Canada – Peru – Mexico...)

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty Libera

2.2.1. Các nguồn lực của công ty

Tình hình nhân lực tại công ty Libera

- Nhân viên chính thức tại Công Ty :
 - + Anh Nguyễn Phước Dũng: Giám Đốc
 - + Chị Trương Thị Mỹ Hiệu: Phó Giám Đốc
 - + Chị Trương Thị Kim Hằng: Trưởng chi nhánh Quảng Ngãi
 - + Chị Nguyễn Thị Ngọc Quý : Trưởng chi nhánh Long An
 - + Chị Nguyễn Thị Ánh Đạt : Nhân viên Kế Toán
 - + Chị Phạm Nhã Vy : NV Phòng sự kiện
 - + Chị Nguyễn Tâm Thanh Tuyền : Phụ Trách Vũ Đoàn “ WOW”

Bảng 2.1: Bảng phân tích chức vụ, trình độ, bộ phận, kinh nghiệm, nhiệm vụ trong công ty Libera

Tên	Chức vụ	Bộ Phận	Trình độ học vấn	Kinh Nghiệm
Anh Nguyễn Phước Dũng	Tổng Giám Đốc	Sale Transport	Đại học	15 năm hoạt động trong lĩnh vực vận chuyển
Chị Trương Thị Mỹ Huệ	Phó Giám Đốc	Trưởng bộ phận sale, điều hành tour, sự kiện của công ty,....	Đại học	23 năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch. 10 năm hoạt động trong lĩnh vực sự kiện.
Chị Trương Thị Kim Hằng	Trưởng Đại Diện CN Quảng Ngãi	Trưởng bộ phận sale, điều hành tour,...	Đại học	13 năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch
Chị Nguyễn Thị Ngọc Quý	Trưởng Đại Diện CN Long An	Trưởng bộ phận sale, điều hành tour,..	Đại học	13 năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch
Chị Nguyễn Tâm Thanh Tuyền	Phụ Trách Vũ Đoàn “WOW”	Vũ Đoàn	Đại học	11 năm hoạt động trong lĩnh vực Giải Trí và Nghệ Thuật
Chị Phạm Nhã Vy	NV Phòng sự kiện	Sự Kiện	Đại học	11 năm hoạt động trong lĩnh vực tổ chức Sự Kiện
Chị Nguyễn Thị Ánh Đạt	Nhân viên Kế Toán	Kế Toán	Đại học	Mới gia nhập công ty, có 1 năm kinh nghiệm vị trí kế toán

Nguồn: Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

- **Nhận xét về nhân sự của công ty:**

Đội ngũ nhân sự của công ty có trình độ chuyên môn từ Đại học, đảm bảo chất lượng về nghiệp vụ và khả năng đáp ứng yêu cầu công việc. Ban lãnh đạo sở hữu nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch, vận chuyển và tổ chức sự kiện, là nền tảng quan trọng giúp định hướng và duy trì hoạt động ổn định cho công ty.

Công ty cũng có lực lượng nhân sự trẻ, mới gia nhập nhưng nhiệt huyết, năng động, tạo nên sự cân bằng giữa kinh nghiệm và sức trẻ. Số lượng nhân sự hiện tại vẫn còn hạn chế, dẫn đến khối lượng công việc của mỗi cá nhân khá nhiều, dễ ảnh hưởng đến hiệu quả và chất lượng công việc. Do đó, công ty cần quan tâm hơn đến việc bổ sung và đào tạo nhân sự nhằm đáp ứng sự phát triển lâu dài.

2.2.2. Tình hình cơ sở vật chất của công ty

Bảng 2.2: Cơ sở vật chất của công ty Libera

Trang thiết bị	Số lượng	Tình Trạng
		Tốt
Văn phòng kinh doanh	1	x
Bộ bàn ghế tiếp khách	1	x
Bộ bàn cho nhân viên	2	x
Bàn lễ tân	1	x
Ghế cho nhân viên	4	x
Bàn Giám đốc + ghế	1	x
Tủ đựng hồ sơ công ty	2	x
Kệ đựng các trang thiết bị khác	1	x
Máy in văn phòng	2	x
Máy tính PC văn phòng	1	x
Két tiền + Máy in Bill	1	x
Mạng Internet	1	x
Kho Trang Phục	2	x
Xe KIA Carnival (7 chỗ)	2	x
Quạt	4	x
Máy Lạnh	4	x
Một số vật dụng khác	10	x

Nguồn: công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc tế Libera

- ***Nguồn lực ngoại giao của công ty:***

+ Hội viên xuất sắc cho hoạt động của HỘI LỮ HÀNH TP. ĐÀ NẴNG trong năm 2017.

+ Tài trợ Bạc cho sự kiện ĐẠI HỘI HỘI KHÁCH SẠN ĐÀ NẴNG LẦN THỨ III (nhiệm kỳ 2021-2025).

+ Thành viên của ĐẠI HỘI SỰ KIỆN TP. ĐÀ NẴNG LẦN THỨ I (nhiệm kỳ 2023 - 2026)

- ***Nhận xét về cơ sở vật chất và vị trí Công ty Libera:***

Công ty Libera sở hữu cơ sở vật chất đầy đủ và đảm bảo cho hoạt động kinh doanh. Các trang thiết bị cần thiết như bàn ghế tiếp khách, bàn làm việc cho nhân viên, bàn giám đốc, máy tính, máy in văn phòng, tủ hồ sơ... đều ở trong tình trạng tốt, không có hỏng hóc, đáp ứng hiệu quả cho công việc hằng ngày. Điều này cho thấy công ty đã chú trọng đến việc trang bị không gian làm việc hiện đại, gọn gàng và chuyên nghiệp.

Vị trí văn phòng tại đường Trần Văn Dư, gần bãi biển Mỹ Khê là một lợi thế lớn. Đây là khu vực thuận tiện về giao thông, dễ dàng tiếp cận khách du lịch, đồng thời phù hợp cho việc điều phối các loại xe từ 16 đến 45 cao hình ảnh và tạo chỗ phục vụ tour tuyến. Vị trí gần biển cũng góp phần nâng sự chuyên nghiệp trong mắt khách hàng, nhất là đối với lĩnh vực du lịch – lữ hành, gần chợ Bắc Mỹ An (một trong các chợ thu hút khách du lịch trong và ngoài nước). Cơ sở vật chất đầy đủ, chất lượng tốt kết hợp với vị trí địa lý thuận lợi đã mang lại cho công ty Libera một nền tảng vững chắc để triển khai hiệu quả các hoạt động kinh doanh và phục vụ khách hàng.

2.2.3. Tình hình kinh doanh

2.2.3.1. Sản phẩm, dịch vụ

Sản phẩm chương trình tour du lịch của công ty

- **Tour trong nước:**

Bảng 2.3. Các chương trình tour trong nước của công ty Libera

Tour	Chương trình tour	Thời gian
	Miền Bắc	
VLT5-01	Hà Nội – Bái Đính, Tràng An – Hạ Long – Yên Tử - Hà Nội.	4 ngày 3 đêm

VLT5-02	Hà Nội – Bái Đính, Tràng An – Hạ Long – Yên Tử - Sapa - Hà Nội.	6 ngày 5 đêm
VLT5-03	Hà Nội – Bái Đính – Tràng An – Hạ Long – Yên Tử	3 ngày 2 đêm
VLT5-04	Hà Nội – Bái Đính – Tràng An – Hạ Long - Yên Tử - Hà Nội.	5 ngày 4 đêm
VL05	Hà Nội – Bái Đính – Tràng An – Hạ Long – Yên Tử - Hà Nội	2 ngày 1 đêm
VL06	Hà Nội – Sapa – Hà Nội	4 ngày 3 đêm
VLTB-01	Sapa – Lai Châu – Điện Biên – Mộc Châu – Mai Châu	5 ngày 4 đêm
VLDB-01	Hà Giang – Đồng Văn – Cao Bằng – Thác Bản Giốc – Ba Bể	5 ngày 4 đêm
Miền Trung		
VTC01	Đà Nẵng – Sơn Trà – Hội An – Bà Nà – Cố đô Huế - Động Phong Nha	5 ngày 4 đêm
VTC02	Đà Nẵng – Hội An – Bà Nà – Cố đô Huế - Động Phong Nha	4 ngày 3 đêm
VTC03	Bà Nà – Cố đô Huế - Động Phong Nha	3 ngày 2 đêm
VTC04	Đà Nẵng – Sơn Trà – Hội An – Bà Nà	3 ngày 2 đêm
DAMT	Đà Nẵng – Sơn Trà – Hội An – Bà Nà – Cố đô Huế	4 ngày 3 đêm
TĐMT	Đà Nẵng – Sơn Trà – Cù Lao Chàm – Hội An – Bà Nà	4 ngày 3 đêm
TĐBM	Đà Nẵng – Sơn Trà Rừng dừa Bảy Mẫu – Hội An – Bà Nà	3 ngày 2 đêm
Miền Nam		
Về với Biển Xanh Cát Trắng	Phan Thiết – Mũi Né – Hòn Rơm – Tà Cú	2 ngày 1 đêm

Đồng Bằng Sông Cửu Long	Châu Đốc – Hà Tiên – Cà Mau – Bạc Liêu – Sóc Trăng – Cần Thơ	4 ngày 3 đêm
	Mỹ Tho – Châu Đốc – Hà Tiên – Cần Thơ	4 ngày 3 đêm
Thành phố Cao nguyên Ngàn Hoa	Cao nguyên Đà Lạt	4 ngày 3 đêm
Về Miền Đất Thiêng Liêng	Côn Đảo Huyện Thoại	3 ngày 2 đêm
Hành hương Núi Chúa	Châu Đốc – Long Xuyên – An Giang	2 ngày 1 đêm
Tây Đô ... có bến Ninh Kiều	Cần Thơ – Hậu Giang	2 ngày 1 đêm
Sông nước Cửu Long	Tiền Giang – Bến Tre	01 ngày

Nguồn: Thông tin từ chị Trương Thị Mỹ Hiệu – PGĐ công ty Libera

- **Tour Daily Huế - Đà Nẵng – Hội An**

Bảng 2.4. Các chương trình tour 01 ngày của Công ty Libera

Tour	Thời gian
Đà Nẵng - Cù Lao Chàm- Đà Nẵng	01 ngày (tham quan Đảo Cù Lao Chàm)
Đà Nẵng - City tour	01 ngày (tham quan Bảo tàng Chăm – Ngũ Hành Sơn – Bán đảo Sơn Trà)
Đà Nẵng - Bà Nà Hills	01 ngày (tham quan Bà Nà Hills)
Sơn Trà – Ngũ Hành Sơn – Hội An	01 ngày (tham quan Bán đảo Sơn Trà - Ngũ Hành Sơn – Hội An)
Đà Nẵng – Huế – Đà Nẵng	01 ngày (tham quan Huế)
Núi Khoáng Nóng Suối Thần Tài	01 ngày

Rừng Dừa Bảy Mẫu	01 ngày
Vin Wonder Nam Hội An	01 ngày
Sân bay – City tour ½ ngày có ăn trưa	01 ngày

Nguồn: Thông tin từ chị Trương Thị Mỹ Hiệu – PGĐ công ty Libera

- Tour Quốc Tế:

Bảng 2.5. Các chương trình tour Quốc tế của công ty.

Tour	Thời gian
Nhật Bản (Tokyo – Phú Sĩ – Nagoya – Kyoto – Osaka)	6 ngày 5 đêm
Dubai (Dubai – Shajad – Abu Dhabi - Safari)	5 ngày 4 đêm
Hàn Quốc (Seoul – Nami – Eveland – Starfield)	5 ngày 4 đêm
Thái Lan (BangKok - Pattaya)	5 ngày 4 đêm
Malaysia – Singapore	5 ngày 4 đêm

Nguồn: Thông tin từ chị Trương Thị Mỹ Hiệu – PGĐ công ty Libera

Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera có nhiều chương trình du lịch đa dạng từ trong nước đến quốc tế. Đối với các tour trong nước khai thác từ Bắc đến Nam với những địa điểm du lịch nổi tiếng có lợi thế về tài nguyên du lịch, văn hóa địa phương phong phú phù hợp với nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng. Các chương trình được thiết kế linh hoạt từ 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm, đến 5 ngày 4 đêm và 6 ngày 5 đêm, tạo điều kiện cho du khách lựa chọn theo quỹ thời gian và khả năng chi trả.

Ngoài các tour dài ngày, công ty Libera còn khai thác các chương trình tour 01 ngày phù hợp với khách đoàn có thời gian lưu trú ngắn, khách lẻ, khách tự túc. Các chương trình được tổ chức hằng ngày giúp công ty mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng và thu hút khách hàng biết đến công ty nhiều hơn.

Về thị trường Quốc Tế, công ty hiện đang khai thác một số tuyến Outbound như Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Malaysia – Singapore, Duibai. Nhằm phục vụ khách có nhu cầu đi du lịch ngoài nước muốn trải nghiệm các điểm đến mới, khám phá văn hóa, mua sắm, nghỉ dưỡng tùy vào mong muốn của khách hàng.

Sản phẩm của công ty cung cấp đa dạng, từ trong nước đến quốc tế. Mang đến nhiều sự lựa chọn cho khách hàng khi đến với Libera.

2.2.3.2. Các Dịch vụ của Công Ty Libera

Trung tâm tổ chức sự kiện Libra Media:

- Thiết Bị Sự Kiện:

- + Cho thuê âm thanh – ánh sáng – màn hình LED
- + Cho thuê bàn ghế hội nghị – Trang thiết bị hội thảo
- + Cho thuê nhà bạt – nhà lều – Dù – cột inox dẫn lối
- + Cho thuê sân khấu – thiết bị trình chiếu
- + Cho thuê trang phục biểu diễn – Trang phục PG, PB
- + Cho thuê bộ cắt băng khánh thành
- + Cho thuê cổng hơi – rào hơi – khinh khí cầu
- + Máy tạo khói, bắn kim tuyến, máy thổi bong bóng
- + Cho thuê thảm lót sàn, thảm sân khấu

- Nhân Sự Sự Kiện

- + Cung cấp PG, PB, người mẫu đón khách, trình diễn
- + Cung cấp đoàn Lân – Sư – Rồng
- + Cung cấp Vũ đoàn – nhóm nhảy – nhóm múa – DJ
- + Cung cấp MC Song Ngữ các chương trình
- + Cung cấp Band nhạc truyền thống, đường phố...
- + Cung cấp đội khánh tiết – lễ tân nhà hàng
- + Cung cấp nghệ sĩ xiếc, múa lửa, đi cà kheo...
- + Cung cấp đội bảo vệ, an ninh
- + Đội hình bung mâm quả phục vụ cưới hỏi

- Tổ Chức Sự Kiện

- + Lễ khai trương - khởi công - khánh thành
- + Lễ động thổ - cất nóc
- + Lễ kỷ niệm thành lập
- + Giới thiệu sản phẩm - Lễ ra mắt sản phẩm
- + Hội chợ triển lãm
- + Lễ meeting
- + Tổ chức các cuộc thi sắc đẹp

- + Roadshow
- + Tiệc cưới - sinh nhật - mừng thọ...
- + Tiệc cuối năm - Tri ân khách hàng – Gala
- + Sự kiện cộng đồng

- **Cho Thuê Trang Phục và Đạo Cụ Biểu Diễn**

Cho Thuê Trang Phục Đà Nẵng - Libra Media là một trong những hạng mục nổi trội của Công ty, hỗ trợ rất nhiều trong lĩnh vực giải trí, nghệ thuật, đáp ứng được nhu cầu của Vũ Đoàn WOW đồng thời cung cấp cho khách hàng nhiều lựa chọn thiết yếu trong biểu diễn .

Trung tâm vận chuyển Libra Transport:

- Chuyên cung cấp, cho thuê các dòng xe du lịch, thương mại,... từ 4 đến 45 chỗ trên toàn quốc. (xe tham quan du lịch, cưới hỏi, đón tiễn sân bay, hợp đồng ngắn và dài hạn, hội nghị...).

- Mua bán, trao đổi, ký gửi các dòng xe du lịch, thương mại từ 4 đến 45 chỗ.

Các dịch vụ khác

- + Teambuilding
- + Hội Nghị , Hội Thảo

- **Dịch Vụ Đặt Phòng Trong Nước & Quốc Tế**

Dịch vụ đặt phòng với giá ưu đãi cho toàn bộ hệ thống khách sạn từ 2 sao đến 5 sao tại các thành phố, khu nghỉ dưỡng cao cấp tại Việt Nam và nước ngoài. Cam kết dịch vụ tư vấn chính xác, nhanh chóng, tiện lợi với giá cả ưu đãi và hợp lý nhất đến khách hàng.

- **Vé Máy Bay Trong Nước Và Quốc Tế**

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| + Air Mekong | + Cathay Pacific |
| + Jetstar Pacific (Jetstar) | + Delta Air Lines |
| + Vietjet Air | + Emirates |
| + Vietnam Airlines | + LOT Polish Airlines |
| + AirAsia | + United Airlines |
| + Asiana Airlines | + Continental Airlines |
| + China Airlines | + Air France |
| + Singapore Airlines | + Korean Air |
| + Thai Airways (THAI) | + EVA Air |

+ Qatar Airway

- **Visa Xuất Nhập Cảnh**

+ Visa nhập cảnh: Cấp mới, gia hạn, công văn nhập cảnh, visa thương mại...

+ Visa xuất cảnh các nước: Châu Âu, Châu Á, Châu Mỹ, Châu Úc...

+ Visa các nước đặc thù như: Ai Cập, Isarel, Jordan, Ma Rốc, Thổ Nhĩ Kỳ...

+ Dịch vụ miễn thị thực người gốc Việt.

- **Dịch Vụ Golf**

Libra Travel nhận thực hiện booking giữ chỗ, cung cấp nhân sự, tổ chức các giải thi đấu Golf mang phong cách chuyên biệt, ấn tượng và đặc sắc nhất nhằm mang đến sự hài lòng cao nhất đến khách hàng tại các sân Golf hàng đầu trong nước và quốc tế.

2.2.4.Thị trường - khách hàng, đối thủ cạnh tranh

2.2.4.1. Thị trường – Khách hàng

Công ty Libera tập trung khai thác các thị trường khách quốc tế và cả thị trường khách nội địa.

- **Khách quốc tế:**

+ Đông Bắc Á: Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan – vốn là thị trường inbound chính của Đà Nẵng, nhu cầu trải nghiệm văn hóa – nghỉ dưỡng.

+ ASEAN: Singapore, Malaysia, Thái Lan – nhóm khách chi tiêu vừa phải, thường đi tour ngắn ngày.

+ Âu – Mỹ – Úc: Khách có mức chi trả cao, thường chọn các tour dài ngày, trải nghiệm độc đáo và cao cấp.

+ Khách Việt Kiều: Việt kiều về thăm thân kết hợp nghỉ dưỡng, xu hướng ngày càng tăng.

- **Khách nội địa:**

+ Khách trẻ (Gen Z, Millennials): Thích các tour trải nghiệm, săn ảnh, dịch vụ tiện lợi, giá hợp lý.

+ Gia đình, nhóm bạn: Ưu tiên tour nghỉ dưỡng biển đảo, resort, combo vé máy bay - khách sạn.

+ Khối doanh nghiệp – MICE: Nhu cầu tổ chức hội nghị, teambuilding, khen thưởng, du lịch kết hợp hội thảo.

+ Khách trung – cao cấp ở các đô thị lớn: TP.HCM, Hà Nội, Hải Phòng, Bình Dương, Đồng Nai... đi du lịch outbound hoặc kết hợp công việc – giải trí.

2.2.4.2. Đối thủ cạnh tranh

Trong môi trường du lịch Đà Nẵng phát triển mạnh mẽ, Libera phải cạnh tranh với nhiều nhóm đối thủ khác nhau:

- *Doanh nghiệp lớn toàn quốc*: Vietravel, Saigontourist, BenThanh Tourist sở hữu thương hiệu mạnh, mạng lưới rộng và lượng khách ổn định.
- *Doanh nghiệp địa phương*: Vitours, Danang Travel, Hương Giang Travel ... Và am hiểu thị trường miền Trung, dễ thu hút khách khu vực.
- *Đơn vị lữ hành trực tuyến (OTA)*: Klook, Traveloka, Booking – cạnh tranh nhờ công nghệ, đặt tour nhanh, giá linh hoạt.
- *Công ty vừa và nhỏ*: nhiều doanh nghiệp trẻ tại Đà Nẵng – Hội An – Huế năng động, chuyên tour giá rẻ, đáp ứng nhu cầu nhanh chóng của khách trẻ.

2.2.5. Kết quả kinh doanh

Trong thị trường du lịch đầy biến động, Công ty TNHH Thương Mại Dịch vụ Lữ hành Quốc tế Libera đã chứng tỏ khả năng phát triển bền vững của mình. Công ty đã ghi nhận những kết quả tích cực trong hoạt động kinh doanh qua từng năm. Những thành quả đạt được chính là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp tiếp tục mở rộng hoạt động, khẳng định thương hiệu và hướng đến sự phát triển lâu dài trong tương lai.

Bảng 2.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera trong giai đoạn 2023 – 2025

ĐVT : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	Tốc độ tăng trưởng 2024/2023	Tốc độ tăng trưởng 2025/2024
Doanh thu	6,58	7,55	8,12	14,74%	7,55%
Chi phí	5,057	5,69	6,14	12,52%	7,91%
LNTT	1,52	1,86	1,98	22,37%	6,45%

Thuế TNDN (20%)	0,305	0,372	0,396	21,97%	6,45%
LNST	1,22	1,48	1,58	21,31%	6,76%

Nguồn: Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Đánh giá tình hình kinh doanh giai đoạn 2023–2025

Doanh Thu

Doanh thu của Công Ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera có xu hướng tăng trưởng qua các năm. Doanh thu của công ty tăng 6,58 tỷ đồng vào năm 2023 lên 7,55 tỷ đồng năm 2024 và đạt 8,12 tỷ đồng vào năm 2025. Tốc độ tăng trưởng doanh thu năm 2024 so với năm 2023 đạt 14,74% cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty có sự phát triển tốt sau giai đoạn phục hồi du lịch. Doanh thu 2025 tăng nhưng tốc độ tăng trưởng giảm còn 7,55% phản ánh mức độ thị trường ngày càng tăng và tình hình kinh tế đầy biến động.

Chi phí

Tổng chi phí cũng gia tăng song song với doanh thu qua các năm từ 5,057 tỷ đồng năm 2023 lên 5,96 tỷ đồng năm 2024 và đạt 6,14 tỷ đồng năm 2024. Nguyên nhân chủ yếu đến từ giá dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các chi phí tổ chức chương trình du lịch ngày càng tăng, công ty còn đầu tư thêm cho hoạt động Teambuilding, Media và tổ chức sự kiện nhằm nâng cao chất lượng chương trình tour và khả năng cạnh tranh trên thị trường. Chi phí tốc độ tăng nhìn chung vẫn thấp hơn tốc độ tăng doanh thu trong giai đoạn 2023 - 2024, cho thấy công ty đã cải thiện công tác quản lý và kiểm soát chi phí.

Lợi nhuận:

Lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận sau thuế của công ty có xu hướng tăng trưởng tích cực. LNST tăng từ 1,22 tỷ đồng năm 2023 lên 1,48 tỷ đồng năm 2024 và đạt 1,58 tỷ đồng vào năm 2025. Tốc độ tăng trưởng lợi nhuận năm 2024 so với năm 2023 đạt trên 21% cho thấy hiệu quả kinh doanh của công ty được cải thiện rõ rệt. Đến năm 2025, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận chậm lại, phản ánh áp lực cạnh tranh và chi phí đầu vào ngày càng cao trong lĩnh vực du lịch.

Đánh giá tổng kết:

Trong giai đoạn 2023–2025, Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera công ty đạt được sự phát triển doanh thu, chi phí, lợi nhuận tăng trưởng ổn định. Mặc dù chi phí hoạt động tăng qua từng năm, công ty vẫn đảm bảo được hiệu quả kinh doanh tương đối tốt trong bối cảnh thị trường du lịch nhiều biến động. **Tình hình lượt khách trong giai đoạn 2023 - 2025**

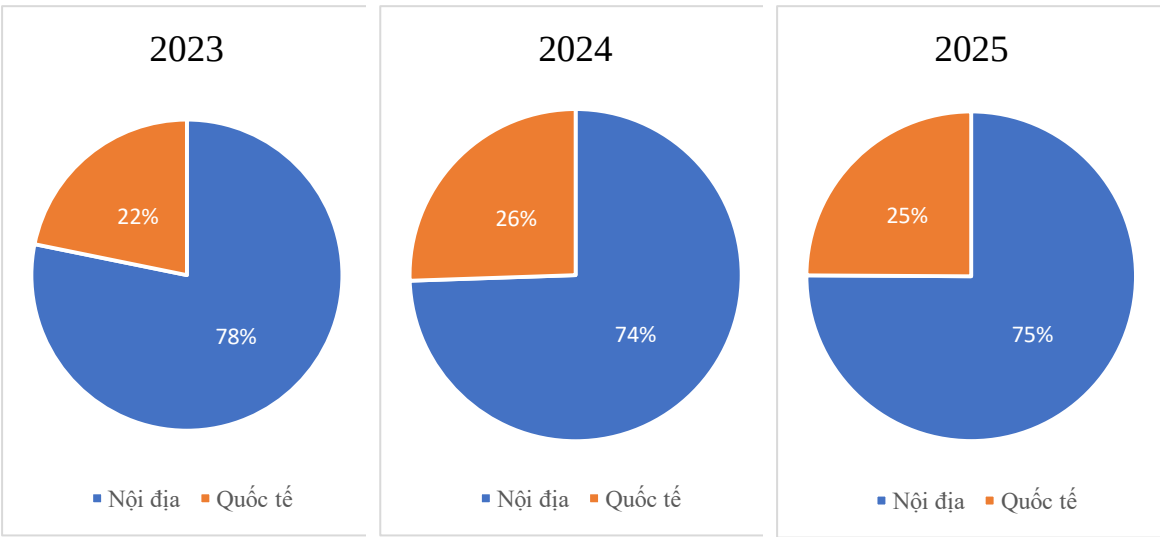
Bảng 2.7. Tình hình lượt khách của công ty trong giai đoạn 2023 - 2025

DVT : Lượt Khách

Nội dung đánh giá	2023	2024	2025
Nội địa	3968	5214	5862
Quốc tế	1107	1717	1945
Tổng lượt khách/ năm	5075	6931	7807

Nguồn: Công Ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Bảng 2.8. Bảng tỷ trọng lượt khách của công ty trong giai đoạn 2023 - 2025



Qua bảng số liệu có thể thấy, khách nội địa chiếm tỷ trọng cao hơn khách quốc tế trong tổng lượt khách của Công ty Libera giai đoạn 2023 – 2025. Tỷ trọng khách nội địa đạt 78,19% năm 2023, 75,23% năm 2024 và 75,09% năm 2025. Điều này cho thấy thị trường nội địa là nguồn khách chính của công ty và đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh.

Khách quốc tế chiếm tỷ trọng thấp hơn nhưng có xu hướng tăng qua các năm. Năm 2023, khách quốc tế chiếm 21,81%, đến năm 2024 tăng lên 24,77% và năm 2025 đạt 24,91%. Điều này cho thấy công ty Libera đang dần mở rộng thị trường khách quốc tế và thu hút được nhiều khách nước ngoài hơn.

Cơ cấu khách của công ty tương đối ổn định. Đây là điều kiện thuận lợi để công ty tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh và nâng cao vị thế trên thị trường du lịch.

2.2.6. Đánh giá chung về tình hình của công ty Libera

2.2.6.1. Thuận lợi

- *Vị trí địa lý thuận lợi:* Văn phòng đặt tại đường Trần Văn Dư gần bãi biển Mỹ Khê, một trong những điểm đến hấp dẫn nhất tại Đà Nẵng. Đây là lợi thế lớn trong việc tiếp cận khách du lịch, tổ chức tour biển đảo, đồng thời cũng thuận tiện để điều phối xe du lịch từ 16 – 45 chỗ.

- *Kinh nghiệm điều hành của ban lãnh đạo:* Giám đốc và Phó Giám đốc đều có nhiều năm kinh nghiệm trong ngành du lịch, vận chuyển và sự kiện. Sự am hiểu thị trường và mối quan hệ rộng giúp công ty dễ dàng định hướng chiến lược và tạo dựng uy tín với khách hàng.

- *Libra Travel & Media khai thác nhiều lĩnh vực:*

- + Tour du lịch trong nước & quốc tế.
- + Dịch vụ tổ chức sự kiện (Gala Dinner, hội nghị, lễ khai trương, roadshow...).
- + Dịch vụ vận chuyển với hệ thống xe đa dạng.
- + Cho thuê trang phục, cung cấp nhân sự biểu diễn.
- + Dịch vụ visa, đặt phòng khách sạn, booking golf...

Sự đa dạng này giúp công ty có thêm nhiều nguồn doanh thu, ít phụ thuộc vào một mảng duy nhất.

- *Uy tín từ khách hàng và đối tác:* Đã hợp tác với nhiều doanh nghiệp, tập đoàn lớn (Saigontourist, AIA Việt Nam, Cotecons, PVTrans...) nâng cao thương hiệu, tạo niềm tin cho khách hàng mới.

- *Mối quan hệ ngoại giao và hội đoàn :* Là Hội Viên Hội Sự Kiện TP. Đà Nẵng, từng tham gia và tài trợ nhiều sự kiện lớn trong ngành khách sạn – du lịch có vị thế nhất định trong cộng đồng doanh nghiệp địa phương.

2.2.6.2. Khó khăn

- *Quy mô nhân sự còn nhỏ:* Nguồn lực chính thức của công ty hiện còn hạn chế về số lượng dẫn đến tình trạng quá tải, một người phải kiêm nhiều việc, ảnh hưởng đến tiến độ và chất lượng công việc.

- *Chưa khai thác hết thị trường địa phương* : Mặc dù đặt tại Đà Nẵng – một trung tâm du lịch lớn, nhưng công ty chủ yếu phục vụ khách từ các tỉnh thành khác, chưa tận dụng mạnh nguồn khách ngay tại địa bàn.

- *Cạnh tranh khốc liệt*: Công ty phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ nhiều công ty cùng ngành trên thị trường.

+ Doanh nghiệp lớn có thương hiệu mạnh và nguồn lực dồi dào (Vietravel, Saigontourist...).

+ Doanh nghiệp địa phương có kinh nghiệm thị trường (Vitours, Danang Travel...).

+ Các nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến (Klook, Traveloka...) vốn tiện lợi và linh hoạt về giá.

2.2.6.3. Điểm mạnh

- *Ban lãnh đạo có năng lực và kinh nghiệm lâu năm* :Tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển.

- *Sản phẩm, dịch vụ phong phú và khác biệt* : Không chỉ tập trung vào tour mà còn mở rộng sang sự kiện, vận chuyển, cho thuê trang phục, visa, booking...

- *Thương hiệu được củng cố thông qua hợp tác với nhiều đối tác lớn*: Tăng uy tín và khả năng cạnh tranh.

- *Vị trí văn phòng thuận lợi và cơ sở vật chất đầy đủ*: Giúp hình ảnh công ty chuyên nghiệp, dễ dàng tiếp cận khách hàng.

- *Quan hệ hội đoàn, ngoại giao tích cực* : Mở rộng kết nối, nâng cao độ nhận diện trong ngành.

- *Nguồn khách đa dạng* : Phục vụ cả khách nội địa, khách quốc tế và doanh nghiệp tổ chức MICE.

- *Thương hiệu uy tín địa phương*: Được khách hàng tại Quảng Ngãi, Long An và nhiều tỉnh tin tưởng lựa chọn.

- *Đội ngũ nhân sự trẻ – chuyên nghiệp*: Năng động, am hiểu thị trường và có kỹ năng chăm sóc khách hàng tốt.

- *Mối quan hệ đối tác rộng*: Liên kết với nhiều khách sạn, resort, hãng hàng không, dịch vụ vận chuyển,...

- *Dịch vụ tận tâm*: Luôn chú trọng trải nghiệm, lắng nghe phản hồi để cải thiện chất lượng.

2.2.6.4. Hạn chế

- Nhân sự còn hạn chế về số lượng và chuyên môn, dễ gây quá tải công việc và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động.
- Chưa khai thác hiệu quả nguồn khách tại thị trường Đà Nẵng, bỏ lỡ nhiều tiềm năng phát triển.
- Thị phần của công ty còn nhỏ so với các đối thủ lớn do hạn chế về vốn, công nghệ và thương hiệu, gây khó khăn trong cạnh tranh.

2.3. Thực trạng xây dựng chương trình du lịch tại công ty Libera

2.3.1. Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu

Nghiên cứu thị trường

Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, nghiên cứu thị trường được thực hiện chủ yếu thông qua việc tìm hiểu nhu cầu thực tế của khách hàng, theo dõi xu hướng du lịch trên các nền tảng mạng xã hội và tham khảo các chương trình đang được nhiều doanh nghiệp lữ hành khác đang khai thác.

Công ty thu thập thông tin thông qua ý kiến của khách hàng đã từng sử dụng dịch vụ, nhu cầu từ các đoàn doanh nghiệp và những nhận xét sau mỗi chuyến đi nhằm điều chỉnh và hoàn thiện các chương trình du lịch phù hợp hơn với nhu cầu thực tế của khách hàng. Việc thường xuyên cập nhật nhu cầu thị trường giúp công ty nhận thấy xu hướng khách hàng hiện nay ưu tiên các chương trình du lịch ngắn ngày, tiết kiệm thời gian nhưng vẫn đảm bảo tính trải nghiệm.

Ngoài việc tìm hiểu nhu cầu khách hàng, công ty Libera thường xuyên theo dõi hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Đà Nẵng để cập nhật xu hướng thị trường nhằm tham khảo mức giá tour, nội dung chương trình và hình thức tổ chức tour. Công ty có thể rút kinh nghiệm trong việc xây dựng chương trình, và từng bước hoàn thiện nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng.

Bên cạnh việc thu thập ý kiến từ khách hàng sau mỗi chương trình du lịch, công ty Libera còn khai thác thông tin từ đội ngũ nhân viên kinh doanh, hướng dẫn viên và bộ phận điều hành tour. Đây là những bộ phận thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên có thể ghi nhận các phản hồi về chất lượng dịch vụ, lịch trình, điểm đến cũng như những mong muốn phát sinh trong quá trình tham gia tour. Những

thông tin này được tổng hợp và trao đổi trong nội bộ công ty nhằm làm cơ sở điều chỉnh hoặc xây dựng chương trình du lịch mới phù hợp hơn.

Công tác nghiên cứu thị trường của công ty vẫn còn hạn chế và chưa thật sự chuyên sâu. Các hoạt động khảo sát khách hàng vẫn còn ở quy mô nhỏ, nguồn thông tin chủ yếu được thu thập thông qua kinh nghiệm thực tế và ý kiến phản hồi từ khách hàng. Vì vậy, đôi khi công ty chưa đánh giá đầy đủ nhu cầu của từng nhóm khách hàng cụ thể.

Trong quá trình nghiên cứu thị trường, công ty cũng xem xét khả năng cung ứng của các đối tác như đơn vị vận chuyển, nhà hàng, khu du lịch và đơn vị tổ chức sự kiện. Việc đánh giá năng lực của các nhà cung cấp giúp doanh nghiệp lựa chọn dịch vụ phù hợp với quy mô đoàn khách, đồng thời đảm bảo chất lượng và tối ưu chi phí khi xây dựng chương trình du lịch.

Khách hàng mục tiêu

Sau quá trình nghiên cứu thị trường, công ty xác định các nhóm khách hàng mục tiêu để xây dựng chương trình du lịch phù hợp. Hiện nay, khách hàng của Libera chủ yếu là khách du lịch nội địa, khách đoàn doanh nghiệp, có nhu cầu tham quan nghỉ dưỡng và kết hợp vui chơi giải trí. Khách hàng của công ty chủ yếu đến từ các doanh nghiệp, cơ quan, trường học và tổ chức có nhu cầu tổ chức du lịch theo đoàn. Trong đó, nhóm khách doanh nghiệp chiếm tỷ trọng lớn nhờ nhu cầu tổ chức du lịch kết hợp nghỉ dưỡng, Teambuilding, Gala Dinner, hội nghị và các hoạt động gắn kết tập thể.

Đối với từng nhóm khách hàng, công ty đều có sự điều chỉnh về nội dung chương trình, thời gian tổ chức, mức giá và loại hình dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu thực tế. Đối với khách doanh nghiệp, công ty ưu tiên xây dựng các chương trình ngắn ngày, kết hợp các hoạt động Teambuilding và giao lưu tập thể. Đối với trường học hoặc các tổ chức đoàn thể, chương trình được thiết kế theo hướng trải nghiệm, tham quan và giáo dục phù hợp với từng đối tượng.

Công ty chú trọng khai thác khách đoàn vì đây là nhóm khách có nhu cầu tổ chức du lịch phổ biến hiện nay. Các chương trình dành cho nhóm khách này thường được thiết kế theo hướng ngắn ngày, chi phí hợp lý và kết hợp nhiều hoạt động tập thể nhằm tăng tính gắn kết giữa các thành viên. Công ty cũng hướng đến nhóm khách trẻ tuổi yêu thích các hoạt động vui chơi, vận động và trải nghiệm thực tế. Điều này

giúp các chương trình du lịch của công ty trở nên đa dạng và phù hợp với xu hướng du lịch hiện nay.

Khách hàng mục tiêu của công ty Libera là nhóm khách du lịch đa dạng về đặc điểm nhân khẩu học. Đây là nhóm khách hàng mà công ty hướng tới phục vụ thông qua các sản phẩm và dịch vụ lữ hành chất lượng cao, phù hợp với nhu cầu và mong muốn thực tế của từng phân khúc thị trường.

- **Tuổi tác:** Khách hàng của công ty Libera thuộc nhiều nhóm tuổi khác nhau, từ nhóm khách trẻ tuổi, người đi làm trung niên đến người cao tuổi. Mỗi nhóm tuổi sẽ có nhu cầu, sở thích và khả năng chi trả khác nhau.

- **Nghề nghiệp :** Khách hàng gồm nhiều nhóm ngành nghề khác nhau, từ công viên chức, nhân viên văn phòng, doanh nhân, nhà quản lý đến người lao động phổ thông. Nghề nghiệp ảnh hưởng đến động cơ và khả năng chi trả cho du lịch.

- **Thu nhập:** Khách hàng mục tiêu của công ty Libera chủ yếu là khách đoàn nội địa như doanh nghiệp, cơ quan, các tổ chức tập thể có nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng. Nhóm khách hàng này có mức thu nhập ổn định từ trung bình đến cao phù hợp với các chương trình du lịch của công ty.

+ Nhóm khách mức thu nhập trung bình : Từ 7 – 15 triệu đồng/tháng.

+ Nhóm khách mức thu nhập khá : Từ 15 - 30 triệu đồng/tháng.

+ Nhóm khách mức thu nhập cao : Từ 30 triệu đồng/tháng trở lên.

Khách hàng của công ty chủ yếu thuộc nhóm khách có mức thu nhập trung bình và khá giao động khoảng 7 triệu đến 30 triệu đồng/tháng, đây là nhóm khách có nhu cầu khám phá, tham quan, giải trí với mức chi phí phù hợp với ngân sách.

- **Giới tính:** Khách hàng mục tiêu của công ty bao gồm cả nam và nữ, nhưng tỷ lệ khách nữ thường chiếm ưu thế hơn trong một số chương trình do nữ giới thường chú trọng đến các yếu tố như check-in địa điểm, chụp ảnh, ẩm thực, mua sắm và nghỉ dưỡng, thư giãn,... Trong khi đó, khách nam có xu hướng du lịch nhằm mục đích giải trí, khám phá và giảm áp lực công việc sau khoảng thời gian lao động và thường quan tâm nhiều đến các hoạt động mang tính trải nghiệm, vận động tập thể như Teambuilding, trò chơi ngoài trời, khám phá thiên nhiên hoặc các hoạt động mang tính giải trí cao.

Trong quá trình xây dựng chương trình du lịch, công ty cần phải kết hợp hài hòa giữa các yếu tố với nhau nhằm đáp ứng nhu cầu của khách nam và khách nữ.

2.3.2. Thiết kế chương trình du lịch

Sau khi nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu, công ty Libera tiến hành thiết kế chương trình du lịch phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách. Trong quá trình xây dựng chương trình, công ty không áp dụng một mẫu tour cố định mà linh hoạt điều chỉnh lịch trình dựa trên yêu cầu của khách hàng về thời gian, ngân sách, số lượng khách, mục đích chuyến đi và loại hình du lịch mong muốn. Điều này giúp chương trình vừa đáp ứng được nhu cầu thực tế của khách vừa đảm bảo tính khả thi trong quá trình tổ chức.

Đối với các đoàn khách doanh nghiệp, chương trình thường được thiết kế theo hướng kết hợp giữa tham quan, nghỉ dưỡng và các hoạt động Teambuilding hoặc Gala Dinner nhằm tăng tính gắn kết giữa các thành viên. Trong khi đó, đối với khách gia đình hoặc khách lẻ, lịch trình được xây dựng theo hướng nhẹ nhàng hơn, tập trung vào hoạt động tham quan, trải nghiệm và nghỉ ngơi. Việc phân chia nội dung chương trình theo từng nhóm khách giúp công ty nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của từng phân khúc khách hàng.

Bên cạnh việc lựa chọn điểm đến, Libera cũng chú trọng xây dựng lịch trình hợp lý, cân đối giữa thời gian di chuyển, tham quan, ăn uống, nghỉ ngơi và tham gia các hoạt động tập thể. Trước khi chương trình được đưa vào khai thác, bộ phận điều hành sẽ rà soát lại thời gian di chuyển, thời gian sử dụng từng dịch vụ cũng như khả năng phối hợp của các nhà cung cấp nhằm hạn chế các phát sinh trong quá trình tổ chức. Nhờ đó, lịch trình của chương trình có tính logic, phù hợp với điều kiện thực tế và thuận tiện cho công tác điều hành tour.

Công ty còn linh hoạt điều chỉnh chương trình theo điều kiện thực tế như thời tiết, tình hình giao thông, thời gian hoạt động của điểm tham quan hoặc yêu cầu phát sinh từ khách hàng. Đối với những đoàn có nhu cầu tổ chức Teambuilding hoặc Gala Dinner, bộ phận điều hành sẽ phối hợp với đơn vị tổ chức sự kiện để bổ sung nội dung hoạt động phù hợp mà vẫn đảm bảo tiến độ của toàn bộ chương trình.

Công tác thiết kế chương trình du lịch tại công ty Libera được thực hiện khá linh hoạt và bám sát nhu cầu của khách hàng. Lịch trình tour được công ty xây dựng hợp lý, cân đối giữa thời gian tham quan, ăn uống, nghỉ ngơi và tham gia các hoạt động vui chơi, giải trí. Điều này góp phần giúp chương trình du lịch phù hợp hơn với nhu cầu và khả năng chi trả của nhiều nhóm khách hàng khác nhau.

2.3.3. Xây dựng nội dung hoạt động

Sau khi hoàn thiện lịch trình chương trình du lịch, Công ty tiến hành xây dựng nội dung các hoạt động cụ thể trong suốt hành trình nhằm tạo sự hấp dẫn và đáp ứng nhu cầu của từng nhóm khách hàng. Nội dung hoạt động được xây dựng dựa trên mục đích chuyến đi, thời gian thực hiện chương trình, đặc điểm điểm đến cũng như yêu cầu của khách hàng.

Đối với các chương trình du lịch tham quan, công ty tập trung lựa chọn những hoạt động phù hợp với tài nguyên du lịch của từng điểm đến như tham quan danh lam thắng cảnh, tìm hiểu văn hóa địa phương, trải nghiệm các trò chơi giải trí, thưởng thức ẩm thực đặc sản hoặc tham gia các hoạt động vui chơi tại khu du lịch. Nội dung hoạt động được sắp xếp theo trình tự hợp lý nhằm tạo sự liên kết giữa các điểm tham quan, đồng thời giúp khách có đủ thời gian nghỉ ngơi và trải nghiệm.

Đối với các đoàn khách doanh nghiệp, Libera thường kết hợp thêm các hoạt động Teambuilding, Gala Dinner hoặc giao lưu tập thể theo yêu cầu của khách hàng. Nội dung các chương trình Teambuilding được xây dựng dựa trên số lượng người tham gia, độ tuổi, không gian tổ chức và mục tiêu của doanh nghiệp. Các trò chơi được lựa chọn theo hướng tăng cường tinh thần đồng đội, khả năng phối hợp giữa các thành viên và tạo không khí sôi nổi trong suốt chương trình. Đối với Gala Dinner, công ty phối hợp cùng khách hàng xây dựng kịch bản chương trình, bao gồm các nội dung như khai mạc, phát biểu, văn nghệ, trò chơi sân khấu, bốc thăm trúng thưởng và trao giải nếu khách có nhu cầu.

Ngoài các hoạt động chính, công ty cũng chú trọng bố trí thời gian nghỉ ngơi, ăn uống và giao lưu để đảm bảo sự cân đối trong toàn bộ chương trình. Bộ phận điều hành thường xuyên trao đổi với hướng dẫn viên và các đơn vị cung cấp dịch vụ nhằm rà soát thời lượng của từng hoạt động, hạn chế tình trạng chùng chေo hoặc kéo dài thời gian làm ảnh hưởng đến lịch trình chung.

Đối với những đoàn khách có yêu cầu riêng, Libera sẽ điều chỉnh nội dung hoạt động theo mong muốn của khách hàng nhưng vẫn đảm bảo phù hợp với điều kiện thực tế của điểm đến và thời gian tổ chức. Việc điều chỉnh này giúp chương trình đáp ứng tốt hơn nhu cầu của từng đoàn khách, đồng thời nâng cao mức độ hài lòng sau chuyến đi.

Qua quá trình tìm hiểu thực tế tại công ty, nhận thấy nội dung hoạt động của các chương trình du lịch tại Libera tương đối đa dạng và được xây dựng linh hoạt theo từng nhóm khách.

2.3.4. Phương pháp tính giá

Sau khi hoàn thiện nội dung chương trình du lịch, Công ty sẽ tiến hành xây dựng giá bán tour dựa trên tổng hợp các khoản chi phí phát sinh trong quá trình tổ chức. Việc tính giá được thực hiện nhằm đảm bảo chương trình vừa đáp ứng yêu cầu của khách hàng, vừa mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

Trong quá trình xây dựng giá tour, bộ phận điều hành phối hợp với bộ phận kinh doanh tiến hành khảo sát và cập nhật báo giá từ các nhà cung cấp dịch vụ như đơn vị vận chuyển, nhà hàng, khách sạn, khu du lịch, đơn vị tổ chức Teambuilding và các dịch vụ bổ sung khác. Các mức giá này thường được cập nhật theo từng thời điểm để đảm bảo phù hợp với biến động của thị trường và chính sách của từng đối tác.

Chi phí của một chương trình du lịch tại Libera bao gồm các khoản chi phí cố định như phương tiện vận chuyển, hướng dẫn viên và chi phí biến đổi như vé tham quan, ăn uống, lưu trú, bảo hiểm du lịch, nước uống, quà tặng. Bên cạnh đó, công ty cũng tính đến các khoản chi phí gián tiếp như chi phí quản lý, điều hành, marketing và các khoản chi phí phát sinh khác trong quá trình tổ chức chương trình.

Sau khi tổng hợp đầy đủ các khoản chi phí, công ty xác định giá thành của chương trình và cộng thêm mức lợi nhuận dự kiến để xây dựng giá bán. Đối với các đoàn khách có số lượng lớn hoặc là khách hàng thân thiết, Libera thường áp dụng chính sách chiết khấu hoặc điều chỉnh một số hạng mục dịch vụ nhằm tạo mức giá phù hợp nhưng vẫn đảm bảo chất lượng chương trình và hiệu quả kinh doanh.

Ngoài quy mô đoàn khách, giá tour còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như thời điểm tổ chức, mùa cao điểm hoặc thấp điểm du lịch, khoảng cách di chuyển, tiêu chuẩn dịch vụ, số lượng khách tham gia và các yêu cầu riêng của từng đoàn. Vì vậy, cùng một chương trình nhưng mức giá có thể thay đổi tùy theo điều kiện thực tế và nhu cầu của khách hàng.

Qua quá trình tìm hiểu tại công ty Libera, nhận thấy việc xây dựng giá tour được thực hiện tương đối linh hoạt và bám sát tình hình thị trường. Việc áp dụng quy trình này giúp công ty kiểm soát chi phí tốt hơn, từ đó dễ dàng xây dựng mức giá phù hợp cho khách hàng. Phương pháp định giá này giúp công ty ổn định và quản lý chi phí tốt hơn.

2.3.5. Tổ chức và thực hiện

Sau khi chương trình du lịch được hoàn thiện về nội dung và được khách hàng xác nhận, công ty triển khai công tác tổ chức và thực hiện chương trình. Đây là giai đoạn quan trọng nhằm đảm bảo các dịch vụ trong chương trình được cung cấp đúng theo kế hoạch, góp phần mang lại sự hài lòng cho khách hàng và nâng cao uy tín của doanh nghiệp.

Trước khi chương trình diễn ra, tiến hành xác nhận lại các thông tin với khách hàng như số lượng khách tham gia, thời gian khởi hành, địa điểm đón khách, danh sách đoàn và các yêu cầu đặc biệt nếu có. Đồng thời, công ty liên hệ với các đơn vị cung cấp dịch vụ như xe vận chuyển, nhà hàng, khu du lịch, hướng dẫn viên và các đối tác liên quan để xác nhận việc cung cấp dịch vụ theo đúng nội dung đã thống nhất.

Bộ phận điều hành chuẩn bị đầy đủ các hồ sơ phục vụ chương trình như lịch trình chi tiết, danh sách khách, hợp đồng, phiếu xác nhận dịch vụ, bảo hiểm du lịch, bảng phân công nhiệm vụ và các vật dụng cần thiết cho chương trình. Đối với các tour kết hợp Teambuilding hoặc Gala Dinner, công ty còn phối hợp với đơn vị tổ chức sự kiện để chuẩn bị sân khấu, âm thanh, dụng cụ trò chơi, quà tặng và các hạng mục liên quan nhằm đảm bảo chương trình diễn ra đúng kế hoạch.

Trong quá trình thực hiện chương trình, hướng dẫn viên là người trực tiếp đồng hành cùng đoàn khách và chịu trách nhiệm triển khai các hoạt động theo lịch trình đã xây dựng. Đồng thời, hướng dẫn viên thường xuyên phối hợp với bộ phận điều hành để kịp thời xử lý các tình huống phát sinh như thay đổi thời tiết, ùn tắc giao thông, điều chỉnh thời gian tham quan hoặc các yêu cầu bổ sung từ phía khách hàng. Đối với các chương trình Teambuilding, hoạt động được triển khai theo kịch bản đã thống nhất trước, dưới sự phối hợp giữa hướng dẫn viên, MC và đội ngũ hỗ trợ tổ chức nhằm đảm bảo chương trình diễn ra an toàn, sôi nổi và đúng tiến độ.

Sau khi kết thúc chương trình, công ty sẽ tổng hợp chi phí thực tế, đối chiếu với kế hoạch ban đầu và đánh giá hiệu quả tổ chức chương trình. Đồng thời, bộ phận kinh doanh và điều hành thu thập ý kiến phản hồi của khách hàng về chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ, lịch trình và các hoạt động trong chương trình. Những ý kiến này được lưu lại để làm cơ sở điều chỉnh, hoàn thiện các chương trình du lịch trong thời gian tới.

Qua quá trình thực tập và tìm hiểu thực tế tại công ty Libera, nhận thấy công tác tổ chức và thực hiện chương trình du lịch được triển khai tương đối chặt chẽ, có sự phối hợp giữa các bộ phận và các đối tác cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, đối với những đoàn khách có số lượng lớn hoặc chương trình kết hợp nhiều hoạt động, công ty vẫn gặp một số khó khăn trong việc điều phối thời gian và xử lý các tình huống phát sinh ngoài kế hoạch. Vì vậy, việc tăng cường công tác chuẩn bị, phối hợp giữa các bộ phận và xây dựng phương án dự phòng sẽ góp phần nâng cao chất lượng tổ chức chương trình và hạn chế rủi ro trong quá trình thực hiện.

2.3.6.Đánh giá và hoàn thiện

Đánh giá và hoàn thiện là bước cuối cùng và quan trọng để đảm bảo chất lượng các chương trình du lịch công ty Libera. Công ty thường xuyên thu nhập ý kiến khách hàng sau mỗi chuyến đi. Việc này giúp công ty biết được những điểm chưa hài lòng của khách về dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi hay cách phục vụ của hướng dẫn viên, để điều chỉnh và cải thiện hơn.

Hiện tại công ty vẫn còn một số điểm hạn chế được cải thiện, một số chương trình hiện nay chưa bắt kịp xu hướng mới trên thị trường, lịch trình của một số chương trình chưa cân đối giữa các hoạt động tham quan và thời gian nghỉ ngơi dẫn đến trải nghiệm của khách hàng đôi khi chưa trọn vẹn.

Để hoàn thiện quá trình xây dựng tour, Libera cần tập trung phát triển các sản phẩm du lịch mới mang tính sáng tạo và độc đáo, nhằm phù hợp với xu hướng thị trường và sở thích đa dạng của du khách kết hợp những điểm nhấn văn hóa đặc trưng của từng vùng miền để tăng sức hấp dẫn cho tour.

Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera đã có kinh nghiệm trong nhiều dự án xây dựng chương trình du lịch, nhưng vẫn cần tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng và ứng dụng công nghệ hiện đại để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường để phát triển nâng cao khả năng cạnh tranh trong thị trường du lịch.

2.4. Thực trạng xây dựng chương trình 01 ngày tại công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

2.4.1. Nghiên cứu thị trường và khách hàng mục tiêu

Nghiên cứu thị trường

Qua quá trình tìm hiểu thực tế tại công ty hoạt động nghiên cứu thị trường đối với các chương trình du lịch 01 ngày được thực hiện thông qua nhiều nguồn thông tin khác nhau. Công ty chủ yếu thu thập nhu cầu của khách hàng phản hồi của khách sau mỗi chương trình, dữ liệu khách hàng đã sử dụng dịch vụ và thông tin từ các đối tác. Đồng thời, công ty cũng thường xuyên theo dõi xu hướng du lịch trên các nền tảng mạng xã hội, website du lịch và tham khảo sản phẩm của các doanh nghiệp lữ hành khác để cập nhật nhu cầu thị trường và xây dựng các chương trình phù hợp.

Qua hoạt động nghiên cứu thị trường, Libera nhận thấy nhu cầu đối với các chương trình du lịch 01 ngày có xu hướng gia tăng, đặc biệt vào các dịp cuối tuần, mùa hè và các thời điểm doanh nghiệp tổ chức hoạt động cho nhân viên. Với ưu điểm về thời gian ngắn, chi phí hợp lý và dễ tổ chức, các chương trình du lịch 01 ngày được nhiều khách hàng lựa chọn để kết hợp tham quan, nghỉ dưỡng và tham gia các hoạt động tập thể. Vì vậy, công ty tập trung khai thác các điểm đến có khoảng cách di chuyển thuận lợi từ Đà Nẵng như Bà Nà Hills, Suối khoáng nóng Núi Thần Tài, VinWonders Nam Hội An, Huế và Cù Lao Chàm nhằm đảm bảo khách có đủ thời gian trải nghiệm trong ngày.

Khách hàng mục tiêu

Về khách hàng mục tiêu, các chương trình du lịch 01 ngày của Libera chủ yếu hướng đến khách đoàn là doanh nghiệp, cơ quan, trường học. Trong đó, nhóm khách doanh nghiệp chiếm tỷ trọng lớn do thường xuyên có nhu cầu tổ chức các chuyến tham quan kết hợp Teambuilding, Gala Lunch hoặc các hoạt động gắn kết tập thể. Bên cạnh đó, công ty cũng phục vụ khách gia đình và nhóm khách lẻ trong các dịp cuối tuần hoặc ngày lễ, tuy nhiên số lượng không nhiều bằng khách đoàn.

Bên cạnh khách đoàn, Libera cũng khai thác nhóm khách gia đình và khách lẻ có nhu cầu tham quan, vui chơi hoặc nghỉ dưỡng trong ngày. Đối với nhóm khách này, công ty ưu tiên xây dựng các chương trình có lịch trình đơn giản, thời gian di

chuyển thuận lợi và mức chi phí hợp lý nhằm tạo điều kiện cho khách dễ dàng lựa chọn và tham gia.

Để đáp ứng nhu cầu của từng nhóm khách hàng, công ty luôn linh hoạt điều chỉnh lịch trình, lựa chọn điểm đến và các dịch vụ đi kèm phù hợp với mục đích chuyến đi, số lượng khách cũng như ngân sách của từng đoàn. Nhờ đó, các chương trình du lịch 01 ngày của Libera có thể phục vụ nhiều đối tượng khách khác nhau, góp phần mở rộng thị trường và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

2.4.2. Thiết kế chương trình du lịch

Sau khi xác định được nhu cầu của thị trường và nhóm khách hàng mục tiêu, công ty thiết kế các chương trình du lịch 01 ngày phù hợp với từng đối tượng khách. Các chương trình du lịch 01 ngày của công ty được xây dựng theo hướng linh hoạt, chú trọng đến sự thuận tiện trong di chuyển, thời gian tham quan hợp lý và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Hiện nay, các chương trình du lịch 01 ngày của Libera chủ yếu khai thác các điểm đến có khoảng cách không quá xa từ Đà Nẵng như Bà Nà Hills, Suối khoáng nóng Núi Thần Tài, VinWonders Nam Hội An, Huế, Cù Lao Chàm và một số điểm du lịch sinh thái khác. Việc lựa chọn các điểm đến này giúp tối ưu thời gian di chuyển, tạo điều kiện để du khách có nhiều thời gian tham quan, vui chơi và trải nghiệm các hoạt động tại điểm đến.

Trong quá trình thiết kế chương trình, công ty luôn cân đối giữa thời gian di chuyển, thời gian tham quan, ăn uống và nghỉ ngơi nhằm đảm bảo lịch trình diễn ra hợp lý, hạn chế tình trạng quá tải hoặc ảnh hưởng đến sức khỏe của du khách. Đối với các đoàn khách doanh nghiệp, chương trình thường được kết hợp thêm các hoạt động Teambuilding hoặc Gala Lunch theo yêu cầu nhằm tăng tính gắn kết giữa các thành viên. Đối với khách gia đình hoặc khách lẻ, lịch trình được thiết kế theo hướng nhẹ nhàng, ưu tiên các hoạt động tham quan, vui chơi và nghỉ dưỡng. Các chương trình du lịch 01 ngày của công ty Libera được thiết kế tương đối đa dạng, phù hợp với nhiều đối tượng khách và có khả năng điều chỉnh theo yêu cầu thực tế.

Bảng 2.9. Tình hình lượt khách tour 01 ngày giai đoạn 2023–2025

ĐVT : lượt khách

Nội dung đánh giá	2023	2024	2025
Nội Địa	933	1175	1324
Quốc Tế	258	389	435
Tổng Lượt khách/ năm	1191	1564	1759

Nguồn: Công Ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera

Qua bảng 2.9 cho thấy, tình hình khai thác tour 01 ngày của công ty Libera trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng qua các năm. Tổng lượt khách tham gia tour 01 ngày tăng từ 1.191 lượt khách năm 2023 lên 1.564 lượt khách năm 2024 và đạt 1.759 lượt khách vào năm 2025. Điều này cho thấy các chương trình du lịch ngắn ngày của công ty ngày càng được khách hàng quan tâm và lựa chọn.

Khách nội địa tại công ty luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng lượt khách tham gia tour 01 ngày. Năm 2023, khách nội địa đạt 933 lượt khách và năm 2025 tăng lên 1.324 lượt khách. Sự gia tăng này cho thấy thị trường khách nội địa là nguồn khách chủ yếu với chương trình tour 01 ngày của công ty.

Bên cạnh đó, lượng khách quốc tế cũng có sự tăng trưởng qua các năm. Năm 2023 đạt 258 lượt khách và đến năm 2025 đạt 435 lượt khách. Mặc dù chiếm tỷ trọng thấp hơn khách nội địa nhưng sự gia tăng của nhóm khách này cho thấy các chương trình tour 01 ngày của công ty vẫn có sức hấp dẫn đối với khách quốc tế.

Bảng 2.10. Bảng số lượng khách mua tour 01 ngày giai đoạn 2023 – 2025

Năm	Khách mua tour 01 ngày	Tỷ trọng so với tổng khách công ty (%)
2023	1191	23,47
2024	1564	22,57
2025	1759	22,53

Nguồn: Công Ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera

Qua bảng 2.10 cho thấy số lượng khách mua tour 01 ngày chiếm 23,47% năm 2023, và chiếm 22,57% năm 2024 và chiếm 22,53% năm 2025 so với tỷ trọng tổng lượt khách của công ty giai đoạn 2023 - 2025. Duy trì ở mức trên 22% tổng lượt

khách của công ty, điều này cho thấy tour 01 ngày vẫn là một trong những sản phẩm được khai thác ổn định và đóng góp đáng kể vào hoạt động kinh doanh của công ty.

2.4.3. Phương pháp tính giá

Công ty áp dụng phương pháp tính giá dựa trên tổng chi phí thực tế phát sinh của chương trình kết hợp với mức lợi nhuận mong muốn. Việc xác định giá tour được thực hiện sau khi hoàn thiện lịch trình và xác định đầy đủ các dịch vụ cần sử dụng, nhằm đảm bảo giá bán phù hợp với chất lượng chương trình và khả năng chi trả của khách hàng.

Chi phí cấu thành giá tour bao gồm các khoản như chi phí vận chuyển, vé tham quan, ăn uống, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch, nước uống, và các khoản chi phí khác phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình. Sau khi tổng hợp toàn bộ chi phí, công ty cộng thêm chi phí quản lý, chi phí bán hàng và mức lợi nhuận dự kiến để xác định giá bán cuối cùng cho khách hàng.

Bên cạnh đó, giá tour còn được điều chỉnh linh hoạt tùy theo số lượng khách, thời điểm tổ chức và yêu cầu cụ thể của từng đoàn. Đối với những đoàn khách có số lượng lớn, công ty thường áp dụng chính sách ưu đãi hoặc điều chỉnh đơn giá nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ. Ngược lại, vào mùa cao điểm du lịch hoặc khi chi phí dịch vụ đầu vào tăng, giá tour cũng được điều chỉnh tương ứng để đảm bảo hiệu quả kinh doanh.

Phương pháp tính giá của công ty Libera được xây dựng trên cơ sở tính toán đầy đủ các khoản chi phí và có sự linh hoạt trong quá trình áp dụng. Điều này giúp công ty vừa đảm bảo hiệu quả kinh doanh, vừa đưa ra mức giá phù hợp với từng đối tượng khách hàng và từng chương trình du lịch 01 ngày.

Nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan ngắn ngày của khách nội địa, công ty đã xây dựng nhiều chương trình du lịch 01 ngày với mức giá khác nhau tùy theo tuyến điểm và nội dung tham quan. Giá tour được công ty tính toán dựa trên nhiều yếu tố như chi phí vận chuyển, vé tham quan, ăn uống, thời gian và số lượng khách. **Dưới đây là bảng giá các chương trình tour 01 ngày hiện đang được công ty khai thác.**

Bảng 2.11. Bảng giá các chương trình tour 01 ngày của công ty Libera

Chương Trình	Khởi hành	Giá Tour (VNĐ)	Phụ thu (N. ngoài)
Sân bay – City tour ½ ngày có ăn trưa (Áp dụng cho nhóm từ 04 khách)	Hàng ngày	550.000	Không
Sơn Trà – Ngũ Hành Sơn – Hội An (Khởi hành 15:30' hàng ngày)	Hàng ngày	400.000	500.000
Đà Nẵng – Cù Lao Chàm - Đà Nẵng	Hàng ngày	550.000	Không
Đà Nẵng – Huế – Đà Nẵng	Hàng ngày	750.000	150.000
Núi Khoáng Nóng Suối Thần Tài	Hàng ngày	750.000	100.000
Đà Nẵng – Bà Nà Hills	Hàng ngày	1.280.000 (NL) 1.030.000 (TE)	100.000
Rừng Dừa Bảy Mẫu (Áp dụng cho nhóm từ 05 khách)	Hàng ngày	550.000	100.000
Đà Nẵng – Vin Wonder Nam Hội An 01 ngày(Áp dụng nhóm từ 05 khách)	Hàng ngày	1.250.000 (NL) 850.000 (TE)	150.000

Nguồn: Công ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera

Dựa trên bảng giá các chương trình tour 01 ngày của công ty có thể thấy mức giá tour được xây dựng khá đa dạng, phù hợp với nhiều nhu cầu và khả năng chi trả khác nhau của khách hàng.

Các chương trình hiện nay được chia thành hai nhóm chính gồm nhóm tour có mức giá dưới 1.000.000 đồng và nhóm tour có mức giá trên 1.000.000 đồng. Sự khác biệt này xuất phát từ tuyến điểm tham quan, chi phí dịch vụ và nội dung trải nghiệm của từng chương trình.

Đối với nhóm tour dưới 1.000.000 đồng, là nhóm sản phẩm chiếm số lượng tương đối nhiều trong danh mục tour 01 ngày của công ty. Các chương trình tour thuộc nhóm này thường có khoảng cách di chuyển không quá xa, chi phí tổ chức ở mức hợp lý và tập trung vào các hoạt động tham quan, vui chơi, trải nghiệm cảnh quan hoặc văn hóa địa phương. Mức giá dao động khoảng từ 400.000 đến 750.000

đồng/khách được xem là khá phù hợp với thị trường khách nội địa hiện nay. Đây cũng là mức giá dễ tiếp cận đối với khách đoàn, khách đi theo nhóm, khách lẻ hoặc các doanh nghiệp có nhu cầu tổ chức tham quan ngắn ngày cho nhân viên.

Với nhóm tour có mức giá trên 1.000.000 đồng thường hướng đến các điểm du lịch có quy mô lớn, kết hợp nhiều dịch vụ vui chơi giải trí và yêu cầu chi phí đầu vào cao hơn. Một số chương trình như Bà Nà Hills hay VinWonders Nam Hội An có giá tour cao hơn do bao gồm vé tham quan, các dịch vụ vui chơi và nhiều tiện ích đi kèm. Nhóm sản phẩm này mang lại trải nghiệm đa dạng hơn cho khách hàng nhưng mức giá tương đối cao cũng phần nào làm hạn chế khả năng tiếp cận của một số nhóm khách có ngân sách thấp. Sự chênh lệch về mức giá giữa các chương trình cũng cho thấy việc xây dựng giá tour cần được cân đối giữa chi phí tổ chức, chất lượng dịch vụ và khả năng chi trả của khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả khai thác và tăng tính cạnh tranh trên thị trường du lịch hiện nay.

2.4.4. Tổ chức và thực hiện

Đối với các chương trình du lịch 01 ngày, công ty chủ động liên hệ và xác nhận các dịch vụ với các nhà cung cấp như đơn vị vận chuyển, nhà hàng, điểm tham quan. Đồng thời, bộ phận điều hành phân công hướng dẫn viên phù hợp với từng đoàn khách, chuẩn bị đầy đủ hồ sơ tour, danh sách khách, bảo hiểm du lịch và các vật dụng cần thiết để chương trình diễn ra đúng kế hoạch.

Trong quá trình thực hiện chương trình, hướng dẫn viên là người trực tiếp quản lý đoàn, tổ chức các hoạt động theo đúng lịch trình và phối hợp với các đơn vị cung ứng dịch vụ nhằm đảm bảo chất lượng phục vụ. Đối với những đoàn khách có nhu cầu tổ chức Teambuilding, công ty bố trí nhân sự phụ trách chương trình, chuẩn bị âm thanh, dụng cụ trò chơi và điều phối các hoạt động nhằm tạo không khí sôi nổi, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Bên cạnh việc thực hiện đúng lịch trình, Công ty Libera luôn chú trọng xử lý kịp thời các tình huống phát sinh như thay đổi thời tiết, ùn tắc giao thông hoặc điều chỉnh thời gian tham quan theo yêu cầu của khách. Sự phối hợp giữa bộ phận điều hành, hướng dẫn viên và các đơn vị cung ứng dịch vụ giúp chương trình được triển khai linh hoạt, hạn chế ảnh hưởng đến chất lượng chuyến đi.

Công tác tổ chức và thực hiện chương trình du lịch 01 ngày tại công ty Libera được triển khai tương đối chặt chẽ, bảo đảm các dịch vụ được cung cấp theo đúng nội dung đã cam kết với khách hàng. Tuy nhiên, do đặc điểm của chương trình diễn ra trong thời gian ngắn nên việc kiểm soát tiến độ và phân bổ thời gian giữa các hoạt động cần được thực hiện hợp lý để đảm bảo du khách có trải nghiệm trọn vẹn trong suốt hành trình.

2.4.5. Đánh giá và hoàn thiện

Sau khi kết thúc chương trình du lịch 01 ngày, công ty đánh giá kết quả thực hiện nhằm kiểm tra mức độ hoàn thành của chương trình và nâng cao chất lượng dịch vụ cho các chuyến đi tiếp theo. Đây là bước quan trọng giúp công ty nhận diện những ưu điểm, hạn chế trong quá trình tổ chức, đồng thời làm cơ sở để điều chỉnh và hoàn thiện chương trình du lịch.

Việc đánh giá được thực hiện thông qua nhiều hình thức như ghi nhận ý kiến trực tiếp của khách hàng trong suốt hành trình, thu thập phản hồi sau khi kết thúc chuyến đi thông qua điện thoại, mạng xã hội hoặc các nền tảng trực tuyến.

Đối với các chương trình du lịch 01 ngày, nội dung đánh giá tập trung vào mức độ hài lòng của khách hàng đối với lịch trình, điểm tham quan, phương tiện vận chuyển, chất lượng bữa ăn, phong cách phục vụ của hướng dẫn viên cũng như các hoạt động Teambuilding (nếu có). Những ý kiến đóng góp của khách hàng được công ty ghi nhận và phân tích để điều chỉnh lịch trình, lựa chọn nhà cung cấp phù hợp hơn hoặc bổ sung các hoạt động nhằm nâng cao trải nghiệm cho du khách.

Ngoài việc tiếp nhận phản hồi của khách hàng, Công ty Libera còn thường xuyên cập nhật xu hướng du lịch và theo dõi sự thay đổi của thị trường để từng bước cải tiến các chương trình du lịch 01 ngày. Việc bổ sung điểm đến mới, điều chỉnh thời gian tham quan, nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa nội dung hoạt động góp phần giúp các chương trình ngày càng phù hợp với nhu cầu của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Việc đánh giá và hoàn thiện chương trình du lịch 01 ngày tại công ty được thực hiện thường xuyên và là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm.

2.5. Thực trạng điểm đến trong xây dựng chương trình du lịch

2.5.1. Các điểm đến có tiềm năng khai thác chương trình du lịch 01 ngày

Nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch và đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của thị trường, công ty Libera thường xuyên nghiên cứu các điểm đến có khả năng khai thác chương trình du lịch 01 ngày tại khu vực thành phố Đà Nẵng và các địa phương lân cận. Việc nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát thị trường, tìm hiểu xu hướng du lịch của khách hàng, đồng thời đánh giá các điều kiện khai thác tại từng điểm đến.

Qua quá trình nghiên cứu, công ty nhận thấy khu vực miền Trung có nhiều điểm đến phù hợp để tổ chức chương trình du lịch 01 ngày như Khu du lịch sinh thái Suối Hoa, Khu du lịch suối khoáng nóng Núi Thần Tài, Hòa Phú Thành, Mikazuki Đà Nẵng, VinWonders Nam Hội An, Rừng dừa Bảy Mẫu, Biển Lăng Cô, Đầm Lập An, Suối Mơ, Vườn quốc gia Bạch Mã, Bạch Mã Village và một số khu du lịch sinh thái khác. Mỗi điểm đến đều có những lợi thế riêng về cảnh quan, cơ sở vật chất và hệ thống dịch vụ, phù hợp với từng phân khúc khách hàng.

Trong quá trình nghiên cứu, công ty không chỉ xem xét giá trị tài nguyên du lịch của điểm đến mà còn đánh giá nhiều tiêu chí như khoảng cách di chuyển, điều kiện giao thông, cơ sở vật chất, khả năng phục vụ khách đoàn, chất lượng dịch vụ, chi phí tổ chức cũng như khả năng phối hợp với các đơn vị cung ứng. Đây là những cơ sở quan trọng để doanh nghiệp lựa chọn những điểm đến có khả năng khai thác hiệu quả và phù hợp với định hướng phát triển sản phẩm của công ty.

Từ kết quả nghiên cứu thị trường, lựa chọn Bạch Mã Village là một trong những điểm đến có tiềm năng để tiến hành khảo sát thực tế và đánh giá khả năng khai thác trong hoạt động kinh doanh lữ hành.

2.5.2. Điều kiện khai thác tại điểm đến Bạch Mã Village

Sau khi lựa chọn Bạch Mã Village là một trong những điểm đến có tiềm năng khai thác chương trình du lịch 01 ngày, công ty Libera khảo sát thực tế nhằm đánh giá các điều kiện phục vụ hoạt động kinh doanh lữ hành.

Theo thông tin do Khu du lịch Bạch Mã Village cung cấp năm 2026, điểm đến tọa lạc tại thôn Khe Su, xã Phú Lộc, thành phố Huế. Từ trung tâm thành phố Đà Nẵng đến Bạch Mã Village mất khoảng 90 phút di chuyển bằng ô tô. Khoảng cách này tương đối thuận lợi để tổ chức các chương trình du lịch trong ngày, giúp doanh nghiệp dễ dàng bố trí lịch trình tham quan và tối ưu thời gian trải nghiệm của khách.

Bạch Mã Village là khu du lịch sinh thái có không gian rộng gần 3 ha với cảnh quan thiên nhiên thoáng mát, nhiều cây xanh, suối tự nhiên và các khu vực vui chơi ngoài trời. Hệ thống cơ sở vật chất được đầu tư tương đối đồng bộ, đáp ứng nhu cầu phục vụ khách đoàn. Khu vực nhà hàng có khả năng phục vụ khoảng 500 khách/lượt, trong khi khuôn viên ngoài trời và khu vực quầy bar có thể phục vụ khoảng 150 khách cùng lúc, phù hợp để tổ chức các hoạt động Teambuilding, lửa trại và các chương trình sinh hoạt tập thể (Nguồn: Thông tin do Khu du lịch Bạch Mã Village cung cấp năm 2026).

Kết quả khảo sát cho thấy Bạch Mã Village có điều kiện thuận lợi về vị trí, cơ sở vật chất và khả năng phục vụ khách đoàn. Đây là những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp lựa chọn xem xét đưa điểm đến vào khai thác trong các chương trình du lịch 01 ngày.

2.5.3. Khả năng khai thác điểm đến Bạch Mã Village của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera

Bên cạnh việc khảo sát các điều kiện tại điểm đến, Công ty Libera còn xem xét khả năng khai thác Bạch Mã Village dựa trên năng lực tổ chức và điều hành chương trình của doanh nghiệp. Với nhiều năm hoạt động trong lĩnh vực lữ hành, công ty đã xây dựng được đội ngũ điều hành, hướng dẫn viên và nhân viên tổ chức sự kiện có kinh nghiệm trong việc phục vụ khách đoàn và tổ chức các chương trình du lịch nội địa.

Ngoài nguồn nhân lực, công ty còn duy trì mối quan hệ hợp tác với các đơn vị vận chuyển, nhà hàng, lưu trú và các đối tác cung ứng dịch vụ khác, góp phần đảm bảo chất lượng phục vụ cũng như thuận lợi trong công tác điều hành chương trình. Đây là điều kiện giúp công ty chủ động trong việc xây dựng lịch trình, kiểm soát chi phí và nâng cao chất lượng dịch vụ khi khai thác các điểm đến mới.

Từ kết quả nghiên cứu thị trường, khảo sát thực tế điểm đến và đánh giá năng lực khai thác của doanh nghiệp, có thể nhận thấy Bạch Mã Village đáp ứng tương đối đầy đủ các điều kiện để đưa vào khai thác trong các chương trình du lịch 01 ngày của công ty. Đây cũng là cơ sở quan trọng để đề tài lựa chọn Bạch Mã Village làm điểm đến xây dựng chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp được trình bày trong Chương 3.

2.6. Thực trạng nguồn khách của công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc Tế Libera

Nguồn khách của công ty Libera chủ yếu là khách đoàn đến từ các doanh nghiệp với số lượng đoàn khách tương đối lớn, tạo điều kiện trong việc tổ chức các tour du lịch tập thể và tối ưu chi phí. Công ty phục vụ đa dạng các đối tượng khách hàng với các tour quốc tế và nội địa, phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả khác nhau. Tour du lịch được thiết kế đa dạng từ tour dài ngày đến các tour ngắn ngày tùy theo nhu cầu của khách hàng, thời gian lưu trú và mục đích chuyến đi.

Nguồn khách hiện tại của công ty có tính ổn định, đặc biệt là các khách đoàn đến từ các doanh nghiệp nhờ duy trì mối quan hệ hợp tác lâu dài cùng chất lượng dịch vụ phù hợp với nhu cầu khách hàng. Công ty Libera đã tạo sự tin cậy và giữ được lượng khách ổn định tăng qua các năm, đây cũng là yếu tố giúp Libera duy trì hoạt động kinh doanh ổn định, tạo điều kiện thuận lợi trong việc mở rộng thị trường.

Hoạt động khai thác thị trường vẫn còn một số hạn chế nhất định. Nguồn khách của công ty tập trung khai thác chủ yếu vào khách đoàn, trong khi phân khúc khách hàng tiềm năng mới chưa được khai thác hiệu quả. Ngoài ra, một số chương trình du lịch chưa có nhiều sự đổi mới về nội dung và hình thức tổ chức. Các chương trình chủ yếu tập trung vào những điểm quen thuộc, trong khi xu hướng du lịch hiện nay ngày càng đề cao tính trải nghiệm, sự mới lạ trong chương trình tour.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công ty Libera vẫn còn nhiều tiềm năng phát triển trong tương lai. Xây dựng được nhiều chương trình đa dạng phù hợp với nhiều đối tượng khách trong thời gian tới. Đây là cơ sở để đề xuất xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding nhằm đa dạng chương trình, nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường khách trong thời gian tới.

2.7. Nhận xét chung về thực trạng xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera

2.7.1. Ưu điểm

Qua quá trình phân tích thực trạng xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, có thể nhận thấy công ty khai thác nguồn khách tương đối ổn định, chủ yếu là khách đoàn đến từ doanh nghiệp và khách đoàn nội địa với số lượng lớn. Tạo điều kiện thuận lợi trong việc tổ chức tour, xây dựng kế hoạch và tối ưu chi phí vận hành.

Công ty đã xây dựng được mối quan hệ hợp tác lâu dài với nhiều doanh nghiệp, đối tác. Đây là lợi thế giúp công ty duy trì lượng khách thường xuyên và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Sản phẩm du lịch đa dạng với nhiều chương trình tour trong nước và quốc tế. Các chương trình được thiết kế phù hợp với thời gian, nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và vui chơi giải trí của khách hàng.

Ngoài kinh doanh lữ hành, công ty còn có thế mạnh trong việc tổ chức hoạt động Teambuilding, Gala Dinner, Media, Sự kiện,... Đây được xem là một trong những điểm nổi bật góp phần tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường du lịch.

Đội ngũ nhân sự năng động, nhiệt tình và có nhiều kinh nghiệm trong công tác tổ chức tour cũng như các hoạt động tập thể. Hệ thống vận hành và quy trình tổ chức chương trình được xây dựng tương đối ổn định, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

2.7.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động xây dựng chương trình du lịch của công ty vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định.

Một số chương trình du lịch chưa có nhiều sự đổi mới về nội dung và hình thức tổ chức. Các chương trình còn mang tính lặp lại, chưa tạo được nhiều điểm nhấn nổi bật hoặc sản phẩm chuyên biệt phù hợp với từng nhóm khách hàng cụ thể. Điều này phần nào ảnh hưởng đến sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của sản phẩm du lịch trên thị trường.

Hoạt động marketing và quảng bá hình ảnh của công ty trên các nền tảng trực tuyến vẫn chưa phát huy hết hiệu quả. Việc tiếp cận khách hàng mới thông qua website, mạng xã hội và các nền tảng du lịch trực tuyến còn hạn chế.

Quy mô nhân sự của công ty vẫn còn tương đối nhỏ so với nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh. Vào những thời điểm cao điểm du lịch, khối lượng công việc tăng cao dễ tạo áp lực cho công tác điều hành và tổ chức chương trình.

2.7.3. Nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động kinh doanh và xây dựng chương trình du lịch tại công ty Libera vẫn còn tồn tại một số hạn chế do nhiều nguyên nhân khác nhau.

Quy mô doanh nghiệp còn tương đối nhỏ nên nguồn nhân lực và nguồn lực tài chính dành cho hoạt động nghiên cứu, phát triển sản phẩm và quảng bá còn hạn chế. Đội ngũ nhân viên phải đảm nhiệm nhiều công việc khác nhau nên chưa có nhiều điều kiện để đầu tư nghiên cứu các chương trình du lịch mới hoặc thường xuyên đổi mới nội dung sản phẩm.

Hoạt động kinh doanh của công ty còn chịu tác động từ các yếu tố như sự cạnh tranh ngày càng cao giữa các doanh nghiệp lữ hành, biến động về giá dịch vụ đầu vào, chi phí vận chuyển và nhu cầu du lịch theo mùa. Những yếu tố này ảnh hưởng đến quá trình xây dựng giá bán cũng như khả năng cạnh tranh của các chương trình du lịch trên thị trường.

Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý khách hàng, khảo sát nhu cầu và đánh giá chất lượng dịch vụ sau chương trình vẫn chưa được khai thác tối đa. Công tác thu thập và phân tích ý kiến phản hồi của khách hàng chủ yếu được thực hiện thông qua trao đổi trực tiếp hoặc liên hệ sau chuyến đi, chưa xây dựng được hệ thống dữ liệu phục vụ cho việc cải tiến sản phẩm một cách toàn diện.

Những nguyên nhân trên đã ảnh hưởng nhất định đến hiệu quả hoạt động kinh doanh cũng như quá trình xây dựng và phát triển các chương trình du lịch của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera. Đây cũng là cơ sở để công ty tiếp tục hoàn thiện sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và mở rộng thị trường trong thời gian tới.

Xuất phát từ những cơ sở trên, đề tài đề xuất xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp. Chương trình được xây dựng dựa trên quy trình thiết kế chương trình du lịch của Công ty Libera, đồng thời hướng đến việc đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, vui chơi, tăng cường tinh thần đoàn kết của người lao động và góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Thông qua việc phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh và xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Lữ hành Quốc tế Libera, nhận thấy công ty đã từng bước xây dựng được các sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của khách đoàn. Với lợi thế về khả năng tổ chức chương trình đa dạng và mức giá phù hợp, công ty đã đáp ứng được nhu cầu nghỉ ngơi, vui chơi giải trí của khách hàng.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công ty còn tồn tại một số hạn chế trong hoạt động xây dựng và phát triển chương trình du lịch. Chưa có sản phẩm được dành riêng cho nhóm khách công nhân tại các khu công nghiệp, đòi hỏi cần có sự đổi mới và hoàn thiện hơn nhằm nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

Những nội dung đã phân tích là cơ sở quan trọng để triển khai xây dựng chương trình du lịch **“Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho nhóm khách công nhân khu công nghiệp”** trong chương tiếp theo, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí và tăng cường tinh thần gắn kết cho người lao động.

CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH BẠCH MÃ VILLAGE 01 NGÀY KẾT HỢP TEAMBUILDING DÀNH CHO KHÁCH CÔNG NHÂN KHU CÔNG NGHIỆP TẠI CÔNG TY TNHH TMDV LỮ HÀNH QUỐC TẾ LIBERA (LIBRA TRAVEL & MEDIA)

3.1. Phương hướng và mục tiêu của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera trong giai đoạn 2026 - 2030

3.1.1. Tầm nhìn, sứ mệnh của công ty Libera

- Tầm nhìn:

“Trở thành người bạn đồng hành tin cậy, cung cấp đa dạng lựa chọn và trải nghiệm du lịch xuất sắc.”

- Sứ mệnh:

Đồng hành qua mỗi chuyến đi.

Giúp du khách khám phá vẻ đẹp cuộc sống qua từng bước chân.

Mở rộng tầm nhìn của du khách.

3.1.2. Phương hướng kinh doanh trong giai đoạn 2026 - 2030

Trong giai đoạn 2026 – 2030, Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera định hướng mở rộng thị trường khách đoàn doanh nghiệp, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển các chương trình tour kết hợp Teambuilding, Gala Dinner. Tập trung xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm, phù hợp với nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, tăng cường năng lực cạnh tranh và từng bước khẳng định vị thế trên thị trường du lịch tại khu vực Miền Trung.

Ngoài việc duy trì nguồn khách truyền thống, công ty Libera hướng đến khai thác thêm phân khúc khách công nhân tại khu công nghiệp với các chương trình du lịch ngắn ngày với nội dung chương trình đa dạng, phù hợp với đối tượng khách công nhân. Đây được xem là thị trường tiềm năng giúp công ty mở rộng quy mô hoạt động trong thời gian tới.

Công ty chú trọng đẩy mạnh hoạt động marketing trực tuyến như (quảng bá trên mạng xã hội Facebook, Tik Tok, Instagram, Zalo,..), đăng tải video, hình ảnh về các chương trình tour, Teambuilding, Gala Dinner trên các nền tảng số nhằm nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu. Sử dụng các nền tảng du lịch trực tuyến như Traveloka, Klook, Booking hoặc Agoda để quảng bá và bán sản phẩm du lịch. Nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng qua email, fanpage, website và các ứng dụng

nhấn tin nhằm duy trì mối quan hệ với khách hàng cũ và hỗ trợ khách hàng mới. Những hoạt động này góp phần thu hút khách hàng, xây dựng hình ảnh thương hiệu và tăng hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới.

3.1.3. Mục tiêu kinh doanh giai đoạn 2026 – 2030

Duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu trung bình khoảng 8 – 11 %/năm, và phấn đấu đạt doanh thu khoảng 8,8 – 09 tỷ đồng vào năm 2026, năm 2027 đạt khoảng 9,5 tỷ - 10 tỷ đồng, và đến năm 2030 ước tính doanh thu đạt 12 tỷ đồng/năm. *(Nguồn: Thống kê số liệu từ công ty Libera)*

Khai thác thị trường khách công nhân tại các khu công nghiệp ở khu vực Miền Trung thông qua các chương trình 01 ngày hoặc 2 ngày 1 đêm tùy vào nhu cầu của khách hàng để công ty xây dựng chương trình phù hợp. Phần đầu nhóm khách này chiếm khoảng 20 – 30 % tổng nguồn khách trong những năm tới.

3.1.4. Mục tiêu phát triển số lượng khách trong giai đoạn 2026 – 2030

Dựa trên tình hình hoạt động kinh doanh của công ty Libera giai đoạn 2023 - 2025, công ty đặt mục tiêu phát triển với số lượng khách năm 2026 - 2030 tăng trung bình khoảng từ 10 – 12 %/năm. Đến năm 2030, công ty Libera phấn đấu khoảng 12.000 – 13.000 lượt khách/năm thông qua các chương trình tour nội địa và quốc tế.

3.1.5. Định hướng khai thác thị trường khách công nhân khu công nghiệp

Khu công nghiệp là nơi tập trung số lượng lớn doanh nghiệp và người lao động, tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác thị trường khách đoàn. Công ty Libera xác định các khu công nghiệp là thị trường mục tiêu để mở rộng nhu cầu du lịch cho nhóm khách công nhân khu nhằm xây dựng các sản phẩm tour phù hợp.

Hiện công ty chủ yếu khai thác các chương trình dành cho khách đoàn tại các doanh nghiệp và chưa có sản phẩm chuyên biệt dành cho khách công nhân khu công nghiệp. Việc xây dựng chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho nhóm khách này đáp ứng được nhu cầu của tham gia du lịch trong thời gian ngắn.

Phát triển các sản phẩm chuyên biệt cho từng nhóm khách giúp công ty Libera nâng cao khả năng, đáp ứng nhu cầu thị trường, và tạo cơ hội mở rộng hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

3.2. Xây dựng chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp.

3.2.1. Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu

Nghiên cứu thị trường

Qua phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh tại công ty ở Chương 2 cho thấy, các chương trình du lịch 01 ngày luôn là một trong những sản phẩm được công ty khai thác thường xuyên và có lượng khách tham gia tăng qua các năm. Điều này cho thấy loại hình du lịch ngắn ngày vẫn có sức hút đối với khách hàng nhờ thời gian linh hoạt, chi phí hợp lý và phù hợp với điều kiện nghỉ ngơi của nhiều đối tượng.

Bên cạnh đó, khu vực thành phố Đà Nẵng tập trung nhiều khu công nghiệp với số lượng lớn người lao động đang làm việc. Sau thời gian lao động, nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn và tham gia các hoạt động tập thể của công nhân ngày càng được các doanh nghiệp sản xuất quan tâm nhằm góp phần nâng cao đời sống tinh thần và tăng cường sự gắn kết trong tập thể. Tuy nhiên, do đặc điểm về thời gian làm việc và mức thu nhập, các chương trình du lịch dành cho nhóm khách này cần có thời gian ngắn, chi phí phù hợp, lịch trình hợp lý và khoảng cách di chuyển thuận tiện.

Xuất phát từ những đặc điểm trên, lựa chọn Bạch Mã Village làm điểm đến để xây dựng chương trình du lịch. Khu du lịch có vị trí thuận lợi, cách trung tâm thành phố Đà Nẵng khoảng 60 km, thời gian di chuyển khoảng 1,5–2 giờ, phù hợp để tổ chức chương trình trong ngày. Bên cạnh lợi thế về khoảng cách, Bạch Mã Village còn sở hữu không gian thiên nhiên trong lành, khuôn viên rộng và nhiều khu vực sinh hoạt ngoài trời, đáp ứng tốt nhu cầu tổ chức các hoạt động Teambuilding kết hợp tham quan và nghỉ ngơi.

Ngoài ra, xu hướng lựa chọn các chương trình du lịch kết hợp trải nghiệm và hoạt động tập thể ngày càng được nhiều doanh nghiệp quan tâm, đặc biệt đối với các đơn vị có số lượng lao động lớn. Đây là cơ sở quan trọng để đề xuất chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding, góp phần đa dạng hóa sản phẩm của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera và đáp ứng nhu cầu của thị trường trong giai đoạn hiện nay.

Xác định khách hàng mục tiêu

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thị trường và định hướng phát triển sản phẩm chương trình du lịch được xây dựng hướng đến nhóm khách đoàn là công nhân đang làm việc tại các khu công nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng và các khu vực lân

cận. Đây là nhóm khách có nhu cầu tham gia các hoạt động tham quan, nghỉ ngơi và giao lưu tập thể sau thời gian làm việc, đồng thời thường tham gia theo hình thức tập thể do doanh nghiệp sản xuất tổ chức.

Đối tượng khách của chương trình chủ yếu nằm trong độ tuổi lao động, có sức khỏe tốt và phù hợp với các hoạt động vận động ngoài trời. Do đặc điểm công việc theo ca và quỹ thời gian nghỉ ngắn hạn, nhóm khách này thường ưu tiên các chương trình du lịch diễn ra trong ngày, và được tổ chức vào cuối tuần hoặc các dịp nghỉ lễ ngắn. Vì vậy, việc lựa chọn chương trình du lịch 01 ngày giúp người tham gia không phải lưu trú qua đêm, tiết kiệm thời gian nhưng vẫn có cơ hội nghỉ ngơi và tái tạo năng lượng.

Về khả năng chi trả, công nhân khu công nghiệp có mức thu nhập ở mức trung bình, do đó chương trình được xây dựng theo hướng tối ưu chi phí nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các dịch vụ cần thiết như phương tiện vận chuyển, ăn uống, vé tham quan, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch và tổ chức hoạt động Teambuilding. Mức giá được tính toán phù hợp nhằm tạo điều kiện để nhiều doanh nghiệp có thể lựa chọn chương trình cho người lao động.

Bên cạnh nhu cầu tham quan và nghỉ dưỡng, chương trình còn hướng đến mục tiêu tăng cường tinh thần đoàn kết, nâng cao kỹ năng làm việc nhóm và tạo động lực cho người lao động thông qua các hoạt động Teambuilding. Việc kết hợp giữa tham quan, vui chơi và các trò chơi tập thể không chỉ mang lại trải nghiệm mới mẻ mà còn góp phần xây dựng môi trường làm việc gắn kết hơn trong doanh nghiệp.

Từ những đặc điểm trên có thể thấy, nhóm khách công nhân khu công nghiệp là đối tượng phù hợp để triển khai chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding. Đây cũng là cơ sở để tiếp tục xây dựng nội dung chương trình, lựa chọn dịch vụ và thiết kế các hoạt động phù hợp trong những phần tiếp theo.

Theo Cổng thông tin 1022 Đà Nẵng năm 2026 “khu công nghiệp Hòa Khánh hiện tập trung hơn 300 doanh nghiệp có trên 30.000 người lao động làm việc” là nguồn khách tiềm năng để phát triển các chương trình du lịch ngắn ngày kết hợp Teambuilding.

Theo cơ sở dữ liệu của Ban Quản lý khu kinh tế năm 2025 “khu công nghiệp Hòa Cầm hiện có hơn 70 doanh nghiệp đang hoạt động với khoảng 11.200 lao động”.

Đây là một trong những khu công nghiệp có số lượng lao động ổn định trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, phù hợp để doanh nghiệp thử hành khai thác các chương trình du lịch dành cho khách đoàn.

3.2.2. Thiết kế chương trình du lịch

Sau khi nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu, tiến hành thiết kế chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp. Việc thiết kế chương trình được thực hiện trên cơ sở kế thừa quy trình xây dựng chương trình du lịch của Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera đã được phân tích ở Chương 2, đồng thời có sự điều chỉnh nhằm phù hợp với đặc điểm của nhóm khách mục tiêu và xu hướng du lịch hiện nay.

Qua thực trạng hoạt động của công ty cho thấy, các chương trình du lịch 01 ngày luôn được khách hàng lựa chọn nhờ thời gian linh hoạt, chi phí hợp lý và phù hợp với quỹ thời gian nghỉ ngắn. Tuy nhiên, các sản phẩm hiện có vẫn chủ yếu khai thác những điểm đến quen thuộc, trong khi các chương trình kết hợp hoạt động Teambuilding dành riêng cho khách công nhân khu công nghiệp chưa được đầu tư phát triển. Từ đó, đề xuất xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding nhằm góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của công ty, đồng thời đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, vui chơi và tăng cường sự gắn kết của người lao động.

Điểm đến được lựa chọn là Bạch Mã Village, tọa lạc tại thành phố Huế, cách trung tâm thành phố Đà Nẵng khoảng 60 km. Với khoảng cách di chuyển thuận tiện, không gian sinh thái trong lành cùng hệ thống suối tự nhiên, hồ bơi và khuôn viên rộng, Bạch Mã Village đáp ứng tốt các điều kiện để tổ chức chương trình du lịch kết hợp Teambuilding trong ngày. Việc lựa chọn điểm đến này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian di chuyển mà còn tạo điều kiện để khách có nhiều thời gian tham gia các hoạt động trải nghiệm, nghỉ ngơi và giao lưu tập thể.

Chương trình được thiết kế với thời lượng 01 ngày, khởi hành từ thành phố Đà Nẵng vào buổi sáng và kết thúc trong ngày. Thời gian này phù hợp với lịch nghỉ của công nhân khu công nghiệp, giúp người lao động có thể tham gia chuyến đi mà không ảnh hưởng đến công việc. Đồng thời, chương trình không phát sinh chi phí lưu trú, góp phần tối ưu chi phí và phù hợp với khả năng chi trả của khách hàng.

Lịch trình được xây dựng theo trình tự hợp lý, cân đối giữa thời gian di chuyển, tham quan, tổ chức Teambuilding, ăn trưa, nghỉ ngơi và vui chơi tự do tại điểm đến. Hoạt động Teambuilding được bố trí vào buổi sáng sau khi đoàn đến Bạch Mã Village, khi người tham gia còn đảm bảo thể lực và tinh thần, góp phần nâng cao hiệu quả của các hoạt động tập thể. Sau đó, đoàn dùng bữa trưa, nghỉ ngơi và tiếp tục tham gia các hoạt động trải nghiệm như tắm suối, tắm hồ bơi hoặc vui chơi tự do trước khi trở về Đà Nẵng. Cách sắp xếp này giúp chương trình diễn ra khoa học, hạn chế sự mệt mỏi và mang lại trải nghiệm trọn vẹn cho khách.

Bên cạnh việc xây dựng lịch trình, chương trình còn lựa chọn các dịch vụ phù hợp với nhu cầu của đoàn khách như phương tiện vận chuyển, vé tham quan, ăn trưa, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch, nước uống và các trang thiết bị phục vụ hoạt động Teambuilding. Các dịch vụ được lựa chọn trên cơ sở đảm bảo chất lượng, an toàn và tối ưu chi phí, góp phần nâng cao hiệu quả tổ chức chương trình cũng như tạo sự hài lòng cho khách hàng.

Trong quá trình thiết kế chương trình, áp dụng quy trình xây dựng chương trình du lịch mà công ty Libera đang thực hiện, đồng thời điều chỉnh một số nội dung để phù hợp với đối tượng khách mục tiêu. Cách sắp xếp này giúp cân đối giữa thời gian vận động và thời gian thư giãn, tạo điều kiện để khách hàng có được trải nghiệm trọn vẹn trong suốt chuyến đi.

Chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding được thiết kế trên cơ sở kế thừa quy trình xây dựng chương trình du lịch của công ty Libera, đồng thời bám sát nhu cầu của nhóm khách công nhân khu công nghiệp. Việc lựa chọn điểm đến, thời gian, quy mô đoàn khách và các dịch vụ đi kèm đều hướng đến mục tiêu xây dựng một chương trình có tính khả thi, phù hợp với điều kiện thực tế của công ty và đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, vui chơi, gắn kết tập thể của người lao động. Đây cũng là cơ sở để tiếp tục xây dựng nội dung hoạt động chi tiết của chương trình ở mục tiếp theo.

3.2.3. Xây dựng nội dung hoạt động

Sau khi hoàn thiện việc thiết kế chương trình du lịch, xây dựng nội dung hoạt động cho chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding nhằm đáp ứng mục tiêu nghỉ ngơi, vui chơi, tăng cường tinh thần đoàn kết và tạo động lực làm việc cho khách công nhân khu công nghiệp. Nội dung chương trình được xây dựng

trên cơ sở kết hợp giữa các hoạt động tham quan, trải nghiệm, Teambuilding và nghỉ dưỡng, phù hợp với thời lượng của chương trình cũng như đặc điểm của nhóm khách mục tiêu.

Hoạt động đầu tiên của chương trình là đón khách tại điểm hẹn và di chuyển đến Bạch Mã Village. Trong suốt hành trình, hướng dẫn viên giới thiệu chương trình, tổ chức giao lưu, hoạt náo nhằm tạo không khí sôi nổi, giúp các thành viên làm quen và chuẩn bị tinh thần trước khi tham gia các hoạt động tại điểm đến.

Sau khi đến Bạch Mã Village, đoàn sẽ khởi động và tham gia chương trình Teambuilding với chủ đề phù hợp dành cho khách công nhân khu công nghiệp. Các trò chơi được lựa chọn theo tiêu chí đề cao tinh thần đồng đội, sự phối hợp giữa các thành viên và khả năng giải quyết nhiệm vụ tập thể. Nội dung trò chơi có mức độ vận động vừa phải, phù hợp với nhiều độ tuổi và thể lực khác nhau, giúp người tham gia dễ dàng hòa nhập và tạo không khí vui tươi trong suốt chương trình. Sau đó chương trình trao giải cho các đội tham gia Teambuilding và chụp ảnh lưu niệm

Kết thúc hoạt động Teambuilding, đoàn dùng tự do tắm suối và ăn trưa tại nhà hàng trong khu du lịch. Và đặc biệt sẽ có vũ đoàn “WOW” múa khai mạc chương trình với những tiết mục biểu diễn đặc sắc và ấn tượng tạo không khí náo nhiệt cho bữa trưa, và đoàn sẽ giao lưu văn nghệ. Sau thời gian nghỉ trưa, khách được tự do trải nghiệm các dịch vụ tại Bạch Mã Village như checkin, chụp ảnh hoặc tham quan khuôn viên sinh thái. Việc bố trí thời gian vui chơi tự do sau hoạt động Teambuilding giúp người tham gia thư giãn, phục hồi thể lực và tận hưởng không gian thiên nhiên trước khi kết thúc chuyến đi. Sau đó, đoàn lên xe trở về Đà Nẵng, kết thúc chương trình đầy ý nghĩa.

Nội dung hoạt động của chương trình được xây dựng theo trình tự hợp lý, đảm bảo sự cân đối giữa thời gian vận động, nghỉ ngơi và trải nghiệm. Các hoạt động đều hướng đến mục tiêu mang lại cho khách công nhân khu công nghiệp một chuyến đi ý nghĩa, góp phần nâng cao đời sống tinh thần, tăng cường sự gắn kết tập thể và tạo động lực làm việc sau chuyến tham quan.

Việc lựa chọn thời gian, điểm đến, phương tiện và nội dung chương trình được thực hiện dựa trên cơ sở phù hợp với nhu cầu của đối tượng khách công nhân. Đây cũng là cơ sở để xây dựng chương trình du lịch hoàn chỉnh, đáp ứng được mục tiêu vui chơi, giải trí, thư giãn và gắn kết hoạt động tập thể.

CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH 01 NGÀY KẾT HỢP TEAMBUILDING ĐÀ NẴNG – BẠCH MÃ VILLAGE – ĐÀ NẴNG

“Kết nối tập thể – Nâng cao tinh thần đồng đội”

Thời gian: 01 ngày

Phương tiện: Đi, về bằng xe

Khởi hành: Theo yêu cầu

1 ngày	ĐÀ NẴNG - BẠCH MÃ VILLAGE - ĐÀ NẴNG	(Ăn Trưa)
--------	-------------------------------------	-------------

06:00 Xe và Hướng dẫn viên đón quý khách tại điểm hẹn tại Đà Nẵng. Đoàn khởi hành đi **Bạch Mã Village** khu du lịch sinh thái nổi bật với không gian lưu trú mát lành, suối tự nhiên. Trên xe, HDV giao lưu hoạt náo và tổ chức các trò chơi tạo không khí sôi động cho đoàn.



06:30-08:00 Đoàn di chuyển đến Bạch Mã village. Trên đường đi, quý khách ngắm nhìn cảnh quan thiên nhiên bên đường và nghe Hướng Dẫn Viên thuyết minh các điểm nổi bật của hành trình.



08:00-08:30 Đến điểm du lịch, đoàn tập trung tại khu vực sân cỏ để tham gia chương trình **Khởi động Teambuilding**. Sau đó MC tiến hành chia đội, bầu đội trưởng, đặt tên nhóm và slogan thể hiện tinh thần tập thể.



08:30-10:00 Chương trình Teambuilding chính thức bắt đầu với chuỗi trò chơi vận động tập thể mang tính gắn kết. Các trò chơi được thiết kế, đảm bảo vui vẻ, an toàn và tăng cường kỹ năng phối hợp đồng đội.



Kết thúc chương trình, ban tổ chức tổng kết điểm số, trao quà lưu niệm cho đội thắng cuộc và chụp hình tập thể cùng banner chương trình.



10:00-11:30 Quý khách tự do tham gia các hoạt động **tắm suối** và thư giãn giữa không gian thiên nhiên trong lành tại Bạch Mã Village.



11:30-13:30 Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng với các món ăn đặc sản địa phương hấp dẫn. Trong thời gian dùng bữa, **vũ đoàn “WOW” múa khai mạc** để tạo không khí náo nhiệt, sau đó đoàn giao lưu văn nghệ, chia sẻ cảm nhận sau chương trình Teambuilding nhằm tăng sự gắn kết giữa các thành viên.



13:30-16:00 Quý khách nghỉ ngơi tự do, tham qua và chụp ảnh check-in tại các khu vực nổi bật của khu du lịch.



16:00 Đoàn tập trung lên xe khởi hành về lại Đà Nẵng. Trên đường về, hướng dẫn viên tổng kết chương trình, gửi lời cảm ơn đến Quý khách và hẹn gặp lại trong những hành trình tiếp theo. Kết thúc chương trình tham quan 01 ngày đầy ý nghĩa.

GIÁ TOUR TRỌN GÓI:

Giá tour dành cho đoàn từ 80 khách	Giá bán/Khách
Giá tour trọn gói	690.000 VNĐ/Khách

GIÁ TRỌN GÓI BAO GỒM:

- Xe 45 chỗ đời mới, máy lạnh, đưa đón và tham quan theo chương trình
- Ăn uống:
 - + 01 bữa ăn trưa thực đơn địa phương
- Hướng dẫn viên chuyên nghiệp, phục vụ chu đáo suốt tuyến theo chương trình.
- Chi phí Teambuilding bao gồm: MC chương trình, âm thanh, Vật dụng Team, áo chia đội, các vật dụng hỗ trợ chương trình...

- Chi Phí Vũ Đoàn WOW bao gồm: Vũ công, trang phục, chi phí đi lại,...
- Bảo hiểm theo tiêu chuẩn khách Việt Nam, mức bồi thường tối đa 60.000.000 đ/trường hợp.
- 01 Khăn + 01 chai nước tinh khiết Aquafina 0,5L/người/ngày + mũ tặng kèm
- Thuế VAT.

GIÁ KHÔNG BAO GỒM:

- Điện thoại, tham quan - ăn uống - vận chuyển ngoài chương trình.

Về nội dung trò chơi trong chương trình

Các hoạt động được thiết kế hài hòa giữa tham quan, vui chơi giải trí và Teambuilding. Trong đó, hoạt động Teambuilding là điểm nhấn của chương trình với các trò chơi giải trí, phối hợp đồng đội như (Bút Phá Đồng Đội, Chuyền Bóng Tiếp Sức, Bánh Xe Thần Tốc và Chuyền Nước Tiếp Sức).

Trò chơi 1: Bút Phá Đồng Đội

- *Mục đích trò chơi:*

Trò chơi “ Bút Phá Đồng Đội” được xây dựng nhằm nâng cao tinh thần đoàn kết, khả năng phối hợp và sự hỗ trợ giữa các thành viên trong tập thể. Thông qua quá trình tham gia thử thách, người chơi rèn luyện được kỹ năng làm việc nhóm, tinh thần tập trung và sự phối hợp nhịp nhàng để hoàn thành nhiệm vụ.

- *Số lượng người tham gia:*

Tổng số khách tham gia: 80 người

Chia làm 04 đội, mỗi đội 20 thành viên

Mỗi lượt gồm 2 thành viên trong đội phối hợp thực hiện thử thách

- *Dụng cụ chuẩn bị:*

04 quả bóng hơi

Bóng nhựa nhỏ làm chướng ngại vật

Còi điều khiển trò chơi

- *Địa điểm tổ chức:*

Trò chơi được tổ chức trong sân cỏ ngoài trời của khu du lịch Bạch Mã Village. Không gian rộng rãi và bằng phẳng tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển đảm bảo an toàn cho người tham gia.

- *Bố trí sân chơi:*

Ban tổ chức chia thành 04 làn đường cho 04 đội tham gia. Trên mỗi làn đường các chướng ngại vật sẽ được bố trí theo đường thẳng nhằm tạo thử thách cho người chơi trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Chiều dài mỗi tuyến di chuyển khoảng từ 10 đến 15 mét, phù hợp với thể lực của đối tượng khách công nhân khu công nghiệp.

- *Cách tổ chức trò chơi:*

Sau khi nhận hiệu lệnh từ MC. Cặp đầu tiên của mỗi đội sẽ quay lưng lại với nhau và phối hợp di chuyển quả bóng hơi, vượt qua các chướng ngại vật được bố trí trên sân. Người chơi cần phải giữ thẳng bằng, phối hợp nhịp nhàng để tránh chạm vào vật cản. Sau khi hoàn thành phần thi, cặp thành viên tiếp theo của đội sẽ tiếp tục tham gia cho đến khi tất cả thành viên hoàn thành lượt chơi. Đội có thời gian hoàn thành nhanh nhất sẽ giành chiến thắng.

- *Luật chơi:*

- + Người chơi phải phối hợp di chuyển đúng tuyến đường quy định.
- + Không được làm rơi bóng hoặc chạm vào chướng ngại vật.
- + Trường hợp vi phạm luật chơi, cặp chơi phải quay lại vị trí ban đầu để thực hiện lại thử thách. Đội hoàn thành thử thách trong thời gian ngắn nhất sẽ giành chiến thắng.



Hình 3.1: Hình ảnh minh họa trò chơi Bút Phá Đồng Đội

- *Ý nghĩa trò chơi:*

Trò chơi “Bút Phá Đồng Đội” mang ý nghĩa thể hiện tinh thần vượt qua khó khăn và thử thách bằng sự phối hợp tập thể. Các chướng ngại vật trên sân tượng trưng cho những trở ngại trong công việc và cuộc sống. Thông qua hoạt động này, người tham gia nâng cao tinh thần đồng đội và khả năng làm việc nhóm và xây dựng mối quan hệ gắn kết trong môi trường lao động.

Trò chơi 2: Truyền Bóng Tiếp Sức

- *Mục đích trò chơi:*

Trò chơi “**Truyền Bóng Tiếp Sức**” được tổ chức nhằm nâng cao sự nhanh nhẹn, khả năng phối hợp và tinh thần đồng đội giữa các thành viên trong tập thể. Thông qua trò chơi, người tham gia rèn luyện sự tập trung, khéo léo và tinh thần trách nhiệm trong quá trình thực hiện nhiệm vụ chung của đội.

- *Số lượng người tham gia:*

Tổng số khách tham gia: 80 người, chia làm 04 đội, mỗi đội 20 thành viên

- *Dụng cụ chuẩn bị: 04 quả bóng hơi*

Còi điều khiển trò chơi

- *Địa điểm tổ chức:*

Trò chơi được tổ chức tại khu vực sân cỏ ngoài trời của Bạch Mã Village. Không gian rộng rãi và bằng phẳng tạo điều kiện thuận lợi cho người chơi di chuyển và tham gia hoạt động.

- *Bố trí sân chơi:*

Các đội xếp thành hàng dọc theo khu vực đã được chia sẵn. Mỗi đội đứng cách nhau khoảng cách phù hợp để thuận tiện cho việc chuyền bóng từ người trước ra người sau.

- *Cách tổ chức trò chơi:*

Sau khi nhận hiệu lệnh từ MC, thành viên đầu tiên của mỗi đội cầm bóng và chuyền bóng qua đầu cho thành viên phía sau. Người tiếp theo tiếp tục chuyền bóng lần lượt về cuối hàng. Khi bóng đến người cuối cùng, thành viên này sẽ nhanh chóng chạy lên đầu hàng để tiếp tục thực hiện lượt chuyền tiếp theo. Trò chơi tiếp tục cho đến khi đội hoàn thành số vòng quy định trước sẽ giành chiến thắng.

- *Luật chơi:*

- + Người chơi phải chuyền bóng theo đúng thứ tự từ người trước ra người sau.
- + Không được làm rơi bóng trong quá trình chuyền.
- + Trường hợp bóng rơi, đội phải thực hiện lại từ vị trí xảy ra lỗi.
- + Đội hoàn thành thử thách nhanh nhất sẽ giành chiến thắng.



Hình 3.2: Hình ảnh minh họa trò chơi Truyền Bóng Tiếp Sức

- *Ý nghĩa trò chơi:*

Trò chơi “Truyền bóng tiếp sức” giúp người tham gia nâng cao khả năng phối hợp, sự tập trung và tinh thần hỗ trợ lẫn nhau trong tập thể. Đối với khách công nhân khu công nghiệp, hoạt động này góp phần tạo không khí vui vẻ, giảm căng thẳng sau thời gian làm việc và tăng sự gắn kết giữa các đồng nghiệp trong môi trường lao động.

Trò chơi 3: Bánh Xe Thần Tốc

- *Mục đích trò chơi:*

Trò chơi “Bánh Xe Thần Tốc” được tổ chức nhằm nâng cao tinh thần đoàn kết, khả năng phối hợp và sự hỗ trợ giữa các thành viên trong tập thể. Thông qua trò chơi, người tham gia rèn luyện được sự nhanh nhẹn, tinh thần trách nhiệm và khả năng làm việc nhóm để cùng nhau hoàn thành nhiệm vụ

- *Số lượng người tham gia:*

Tổng số khách tham gia: 80 người

Chia làm 04 đội, mỗi đội 20 thành viên

Mỗi lượt gồm 06 thành viên tham gia

- *Dụng cụ chuẩn bị:*

04 bánh xe bằng phao

Còi điều khiển trò chơi

- *Địa điểm tổ chức:*

Trò chơi được tổ chức tại khu vực sân cỏ ngoài trời của khu du lịch Bạch Mã Village. Không gian rộng rãi và bằng phẳng tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển và đảm bảo an toàn cho người tham gia.

- *Bố trí sân chơi:*

Ban tổ chức chia sân thành 04 làn đường tương ứng với 04 đội tham gia. Mỗi đội có một bánh xe bằng phao được đặt tại vị trí xuất phát. Khoảng cách từ vạch xuất

phát đến vạch đích dao động từ 10 đến 15 mét.

- *Cách tổ chức trò chơi:*

+ Sau khi nhận hiệu lệnh từ MC, mỗi đội cử 04 thành viên đứng vào bên trong bánh xe bằng phao để thực hiện di chuyển. Hai thành viên còn lại đứng bên ngoài đẩy bánh xe về phía trước

+ Sau khi đưa được thành viên về đích, đội tiếp tục thay người và thực hiện lượt chơi tiếp theo. Trong thời gian quy định, đội đưa được nhiều thành viên về đích nhất sẽ giành chiến thắng.

- *Luật chơi:*

+ Người chơi phải di chuyển đúng tuyến đường quy định.

+ Thành viên bên trong bánh xe phải phối hợp nhịp nhàng để tránh làm ngã hoặc lệch bánh xe.

+ Không được chen lấn hoặc cản trở đội khác trong quá trình tham gia trò chơi.

+ Đội đưa được nhiều thành viên về đích nhất trong thời gian quy định sẽ giành chiến thắng.



Hình 3.3. Hình ảnh minh họa trò chơi Bánh Xe Thần Tốc

- *Ý nghĩa trò chơi:*

Trò chơi “Bánh Xe Thần Tốc” mang ý nghĩa đề cao tinh thần đoàn kết và sự phối hợp giữa các thành viên trong tập thể. Để hoàn thành thử thách, người chơi cần biết hỗ trợ, phối hợp và tin tưởng lẫn nhau. Qua đó, hoạt động góp phần nâng cao tinh thần làm việc nhóm, tăng sự gắn kết và tạo không khí vui vẻ cho tập thể sau thời gian làm việc căng thẳng.

Trò chơi 4: Chuyển Nước Tiếp Sức

- *Mục đích trò chơi:*

Trò chơi “Chuyển Nước Tiếp Sức” được tổ chức nhằm nâng cao tinh thần đoàn kết, khả năng phối hợp và sự hỗ trợ giữa các thành viên trong tập thể. Qua trò

chơi này, người tham gia rèn luyện được tính tập trung, sự khéo léo và tinh thần làm việc nhóm để hoàn thành mục tiêu.

- *Số lượng người tham gia:*

Tổng số khách tham gia: 80 người

Chia làm 04 đội, mỗi đội 20 thành viên

- *Dụng cụ chuẩn bị:*

04 xô nước

04 bình đựng nước

Ly nhựa nhỏ dùng để chuyển nước

- *Bố trí sân chơi:*

Các đội xếp thành hàng dọc theo khu vực đã chia. Mỗi đội được bố trí:

+ 1 xô nước ở vị trí đầu hàng

+ 1 bình đựng nước ở cuối hàng để chứa lượng nước chuyển được

- *Cách tổ chức trò chơi:*

Khi có hiệu lệnh bắt đầu, thành viên đầu tiên của mỗi đội dùng ly múc nước từ xô và chuyển nước lần lượt cho các thành viên phía sau bằng cách đổ qua đầu mà không được quay đầu lại.

Các thành viên có nhiệm vụ nhận nước và tiếp tục chuyển về phía sau đến người cuối cùng. Thành viên cuối hàng sẽ đổ lượng nước nhận được vào chai chứa của đội mình.

- *Luật chơi:*

+ Người chơi phải chuyển nước theo đúng thứ tự các thành viên trong đội.

+ Không được quay người lại trong quá trình chuyển nước.

+ Không được di chuyển khỏi vị trí đã quy định.

+ Đội có lượng nước nhiều nhất trong thời gian quy định sẽ giành chiến thắng



Hình 3.4. Hình ảnh minh họa trò chơi Chuyển Nước Tiếp Sức

- *Ý nghĩa trò chơi:*

Trò chơi “Chuyền Nước Tiếp Sức” mang ý nghĩa nâng cao tinh thần đoàn kết, sự phối hợp và hỗ trợ lẫn nhau giữa các công nhân trong tập thể. Để hoàn thành thử thách, các thành viên cần phối hợp nhịp nhàng, tập trung và có tinh thần trách nhiệm nhằm đạt được kết quả tốt nhất cho đội của mình. Hoạt động này, người tham gia có cơ hội giao lưu, gắn kết với đồng nghiệp, tạo bầu không khí vui vẻ và giải tỏa căng thẳng sau thời gian làm việc tại khu công nghiệp, góp phần nâng cao tinh thần tập thể và xây dựng mối quan hệ đoàn kết trong môi trường lao động.

3.2.4. Xây dựng giá tour

Để xác định giá bán của chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp, áp dụng phương pháp tính giá đang được Công ty Libera sử dụng. Phương pháp này được xây dựng trên cơ sở xác định chi phí cố định, chi phí biến đổi và các khoản chi phí phát sinh trong quá trình tổ chức chương trình nhằm đảm bảo mức giá vừa phù hợp với khả năng chi trả của khách hàng, vừa mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

- Xác định giá bán như sau: Các chi phí trong chuyến đi sẽ bao gồm:

+ Chi Phí Cố Định: chi phí thuê xe vận chuyển, chi phí hướng dẫn viên, chi phí tổ chức Teambuilding, chi phí điều hành chương trình và các khoản chi phí cố định khác.

+ Chi Phí Biến Đổi: chi phí ăn trưa, vé tham quan, nước uống, bảo hiểm du lịch và các khoản chi phí phát sinh tính theo số lượng khách.

Qua quá trình tìm hiểu thực tế tại các doanh nghiệp sản xuất, số lượng công nhân tại các KCN dao động từ 150 – 300 lao động hoặc nhiều hơn. Vì vậy, lựa chọn quy mô đoàn (80 khách) hoặc có thể thay đổi nếu lượng khách tăng để tính giá tour linh hoạt và phù hợp để xây dựng chương trình. Việc lựa chọn quy mô này xuất phát từ đặc điểm thực tế của các doanh nghiệp tại khu công nghiệp, nơi số lượng công nhân thường khá đông. Tuy nhiên, để đảm bảo hoạt động sản xuất không bị gián đoạn, các doanh nghiệp thường tổ chức du lịch cho nhân viên thành nhiều đợt thay vì cho toàn bộ người lao động tham gia cùng một thời điểm và không phải tất cả công nhân sẽ đăng ký đi du lịch vì lý do cá nhân, gia đình.

Căn cứ vào giá bán của chương trình tour 01 ngày mà Công ty Libera đang áp dụng, đồng thời tham khảo mặt bằng giá của các chương trình du lịch 01 ngày trên

thị trường, và đề xuất xác định giá bán dự kiến của chương trình Bạch Mã Village là 700.000 đồng/khách (với đoàn 80 khách). Mức giá này được đánh giá là phù hợp với nhóm khách công nhân khu công nghiệp, đáp ứng nhu cầu thực tế của khách hàng, đồng thời vẫn đảm bảo hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh của công ty.

Sau khi xác định quy mô đoàn khách, các khoản chi phí cố định và chi phí biến đổi, tiến hành tính toán giá thành và giá bán của chương trình. Kết quả được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 3.6. Bảng giá chương trình du lịch 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho đoàn 80 khách

STT	Nội Dung Chi Phí	Chi phí biến đổi (FC)	Chi phí cố định (VC)	Đơn Vị	Số Lượng	Thành tiền (VNĐ)
1	Xe Du Lịch		4.000.000	Xe	2	8.000.000
2	Hướng Dẫn Viên		600.000	Người	2	1.200.000
3	Teambuilding (Mc + âm thanh + dụng cụ + Nhân sự hỗ trợ)		10.000.000	Gói	1	10.000.000
4	Vũ đoàn khai mạc		4.000.000	Gói	1	4.000.000
5	Banner + in ấn + set up		1.000.000	Gói	1	1.000.000
6	Thuê sân cỏ		500.000	Gói	1	500.000
7	Tổng FC					24.700.000
8	Vé tham quan	90.000		Khách	80	7.200.000
9	Ăn uống (ăn trưa)	160.000		khách	80	12.800.000
10	Khăn lạnh 01 cái/khách/ngày, nước suối 01 chai/khách/ngày	10.000		Khách	80	800.000
11	Phí bảo hiểm, mũ tặng kèm	25.000		Khách	80	2.000.000
12	Tổng VC					22.800.000
13	Chi phí phát sinh tạm tính (dự toán phát sinh ngoài chương trình)*5%			Tạm tính		2.375.000
14	TỔNG FC + VC + Chi phí phát sinh (5%)					49.875.000
15		Thành tiền (VNĐ)				
16	Giá thành 1 khách	593.750				
17	Giá thành đoàn khách	47.500.000				
18	Giá bán dự kiến/khách	700.625				

Trong đó, Chi phí biến đổi là những khoản tính theo số lượng khách tham gia bao gồm vé tham quan, ăn trưa, khăn lạnh, nước suối, bảo hiểm và với quy mô đoàn 80 khách VC là **22.800.000 đồng**

Chi phí cố định là những khoản không thay đổi như xe du lịch, hướng dẫn viên,... FC là **24.700.000 đồng**

Ngoài ra, để đảm bảo xử lý linh hoạt các tình huống phát sinh ngoài kế hoạch trong quá trình thực hiện chương trình và khoản chi phí phát sinh này dự kiến là **5% trên tổng chi phí FC và VC là 2.375.000 đồng**

Giá thành/1 khách: **593.750 đồng.**

Giá thành/ 1 đoàn: **47.500.000 đồng.**

Giá tour/1 khách: **700.000 đồng**, từ giá thành/1 khách (**593.750 đồng**) + các chi phí khác, lợi nhuận, thuế (**100.000 đồng/ khách**) đề xuất giá tour 1 khách: **700.000 đồng.**

Để tăng tính linh hoạt trong quá trình kinh doanh, công ty xây dựng bảng giá theo quy mô đoàn khách. Khi số lượng khách tham gia tăng, chi phí cố định của chương trình được phân bổ cho nhiều khách hơn nên giá thành bình quân trên mỗi khách giảm. Đồng thời, **doanh nghiệp còn nhận được chính sách chiết khấu 5% trên chi phí ăn uống từ Khu du lịch Bạch Mã Village**, góp phần giảm chi phí đầu vào và nâng cao hiệu quả kinh doanh của chương trình. Trên cơ sở đó, giá bán được điều chỉnh phù hợp theo từng quy mô đoàn nhưng vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ và mức lợi nhuận dự kiến của doanh nghiệp.

cho đoàn 120 khách

STT	Nội Dung Chi Phí	Chi phí biến đổi (VC)	Chi phí cố định (FC)	Đơn Vị	Số Lượng	Thành tiền (VNĐ)
1	Xe Du Lịch		4.000.000	Xe	3	12.000.000
2	Hướng Dẫn Viên		600.000	Người	3	1.800.000
3	Teambuilding (Mc + âm thanh + dụng cụ + Nhân sự hỗ trợ)		10.000.000	Gói	1	10.000.000
4	Vũ đoàn khai mạc		4.000.000	Gói	1	4.000.000
5	Banner + in ấn + set up		1.000.000	Gói	1	1.000.000
6	Thuê sân cỏ		500.000	Gói	1	500.000
7	Tổng FC					29.300.000
8	Vé tham quan	90.000		Khách	120	10.800.000
9	Ăn uống (ăn trưa)	160.000		khách	120	19.200.000
10	Khăn lạnh 01 cái/khách/ngày, nước suối 01 chai/khách/ngày	10.000		Khách	120	1.200.000
11	Phí bảo hiểm, mũ tặng kèm	25.000		khách	120	3.000.000
12	Tổng VC					34.200.000
13	Chi phí phát sinh tạm tính (dự toán phát sinh ngoài chương trình)*5%			Tạm tính		3.175.000
14	TỔNG FC + VC + Chi phí phát sinh (5%)					66.675.000
15		Thành tiền (VNĐ)				
16	Giá thành 1 khách	529.167				
17	Giá thành đoàn khách du lịch	63.500.000				
18	Giá bán dự kiến/khách	624.417				

Với 120 khách giá sẽ thay đổi như sau:

Giá thành 01 khách: **529.167 đồng/khách**

Giá thành đoàn khách: **63.500.000 đồng**

Giá bán dự kiến: **625.000 đồng/khách**, từ giá thành/1 khách (529.167 đồng)
+ (các chi phí khác, lợi nhuận, thuế) đề xuất giá tour 1 khách: 625.000 đồng.

Để đánh giá tính khả thi về mặt tài chính của chương trình, tiến hành xác định điểm hòa vốn. Điểm hòa vốn là số lượng khách tối thiểu mà chương trình cần đạt được để bù đắp toàn bộ chi phí tổ chức, tại đó doanh nghiệp không lỗ nhưng cũng chưa có lợi nhuận.

Kết quả tính toán cho thấy, đối với phương án đoàn 80 khách, chương trình đạt điểm hòa vốn khi có 60 khách tham gia. Đối với đoàn 120 khách, điểm hòa vốn

là khoảng 87 khách. Điều này cho thấy quy mô đoàn càng lớn thì mặc dù giá bán bình quân trên mỗi khách giảm do chi phí cố định được phân bổ cho nhiều người hơn, chương trình vẫn đảm bảo hiệu quả tài chính và khả năng sinh lời khi số lượng khách thực tế vượt mức hòa vốn. Điều này cho thấy đáp ứng điều kiện tổ chức thực tế của doanh nghiệp, vừa đảm bảo khả năng bù đắp chi phí và tạo lợi nhuận cho Công ty Libera.

3.2.5. Tổ chức và thực hiện

Sau khi hoàn thiện chương trình du lịch và xây dựng phương án tính giá, bước tiếp theo là tổ chức triển khai chương trình trên thực tế nhằm đảm bảo các hoạt động diễn ra đúng kế hoạch và mang lại trải nghiệm tốt cho khách hàng. Đối với chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp, công tác tổ chức cần được chuẩn bị đầy đủ trước, trong và sau chuyến đi.

Trước khi chương trình diễn ra, công ty tiến hành làm việc với doanh nghiệp sản xuất đăng ký tour để thống nhất thời gian tổ chức, số lượng khách tham gia, địa điểm đón khách và các yêu cầu cụ thể của đoàn. Sau khi hai bên thống nhất, công ty tiến hành ký kết hợp đồng, xác nhận các dịch vụ và lập kế hoạch điều hành chương trình.

Bên cạnh đó, bộ phận điều hành liên hệ với các đơn vị cung cấp dịch vụ như xe du lịch, nhà hàng, khu du lịch Bạch Mã Village và các đơn vị hỗ trợ tổ chức Teambuilding để xác nhận thời gian, số lượng khách và nội dung phục vụ. Đồng thời, công ty chuẩn bị đầy đủ các vật dụng phục vụ chương trình như băng rôn, cờ đội, áo Teambuilding, âm thanh, quà tặng, dụng cụ trò chơi, nước uống, thuốc y tế và các vật dụng cần thiết khác.

Trong quá trình thực hiện chương trình, hướng dẫn viên là người trực tiếp quản lý đoàn, kiểm tra số lượng khách, điều phối các hoạt động theo đúng thời gian trong lịch trình và phối hợp với các bộ phận liên quan để xử lý những tình huống phát sinh nếu có. Đối với hoạt động Teambuilding, MC và quản trò chịu trách nhiệm điều hành chương trình, hướng dẫn luật chơi, tạo không khí sôi động và khuyến khích tất cả thành viên tham gia nhằm tăng tính gắn kết giữa các đội.

Sau khi kết thúc chương trình, hướng dẫn viên kiểm tra lại số lượng khách, hỗ trợ khách lên xe trở về điểm đón ban đầu và gửi lời cảm ơn đến doanh nghiệp đã lựa chọn dịch vụ của công ty. Đồng thời, bộ phận điều hành tiến hành tổng hợp chi phí, thanh toán với các nhà cung cấp, lưu trữ hồ sơ tour và đánh giá kết quả thực hiện để làm cơ sở cho việc tổ chức các chương trình tiếp theo.

Chương trình được xây dựng đảm bảo tính hợp lý về lịch trình, nội dung hoạt động và mức giá. Đây có thể là cơ sở tham khảo cho công ty Libera trong việc nghiên cứu và phát triển các chương trình du lịch kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp trong thời gian tới.

3.2.6. Đánh giá và hoàn thiện

Sau khi chương trình kết thúc, công ty sẽ đánh giá kết quả thực hiện nhằm xem xét mức độ đáp ứng mục tiêu đề ra và làm cơ sở hoàn thiện chương trình trong những lần tổ chức tiếp theo.

Việc đánh giá được thực hiện thông qua ý kiến phản hồi của khách hàng về chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ của hướng dẫn viên, phương tiện vận chuyển, chất lượng bữa ăn, khu du lịch Bạch Mã Village, nội dung Teambuilding cũng như sự hợp lý của lịch trình. Công ty có thể thu thập ý kiến bằng phiếu khảo sát hoặc trao đổi trực tiếp với đại diện doanh nghiệp sau khi chương trình kết thúc.

Bên cạnh ý kiến của khách hàng, công ty đánh giá quá trình phối hợp giữa các bộ phận điều hành, hướng dẫn viên và các đơn vị cung cấp dịch vụ. Những vấn đề phát sinh như thay đổi thời tiết, chậm thời gian di chuyển, chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng yêu cầu hoặc những tình huống ngoài kế hoạch đều được ghi nhận để tìm nguyên nhân và đưa ra hướng khắc phục.

Trên cơ sở các ý kiến đóng góp và kết quả đánh giá, công ty sẽ điều chỉnh những nội dung chưa phù hợp như thời gian tổ chức Teambuilding, thứ tự các hoạt động trong chương trình, thực đơn bữa ăn, thời gian tham quan hoặc bổ sung thêm các trò chơi mới nhằm tạo sự hấp dẫn cho chương trình. Đồng thời, tiếp tục duy trì và phát huy những nội dung được khách hàng đánh giá cao để nâng cao chất lượng sản phẩm.

Việc thường xuyên đánh giá và hoàn thiện chương trình không chỉ giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp,

nâng cao khả năng cạnh tranh và tạo điều kiện để chương trình Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp được triển khai hiệu quả trong thực tế.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực trạng hoạt động xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera, chương 3 đã tiến hành xây dựng chương trình **du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho khách công nhân khu công nghiệp**. Thông qua việc xác định đối tượng khách, lựa chọn điểm đến, xây dựng lịch trình, nội dung hoạt động và tính giá tour, chương trình được hoàn thiện theo hướng phù hợp với nhu cầu nghỉ ngơi, vui chơi và gắn kết tập thể của người lao động.

Chương trình được xây dựng đảm bảo tính hợp lý về thời gian, nội dung và chi phí của chương trình Bạch Mã Village, góp phần nâng cao khả năng áp dụng vào thực tế đối với khách công nhân khu công nghiệp. Các hoạt động Teambuilding được thiết kế phù hợp với đặc điểm của đối tượng khách, tạo sự cân bằng giữa tham quan, giải trí và tăng cường tinh thần đoàn kết tập thể.

Chương 3 đã hoàn thiện việc xây dựng chương trình **du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho công nhân khu công nghiệp** với đầy đủ các nội dung cần thiết như lịch trình, hoạt động và giá tour. Kết quả nghiên cứu của chương không chỉ góp phần phát triển một chương trình du lịch phù hợp với đối tượng khách mục tiêu, góp phần đa dạng hóa sản phẩm và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách đoàn trong tương lai công ty Libera.

KẾT LUẬN

Đề tài “**Xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho công nhân khu công nghiệp của Công Ty TNHH TMDV Lữ Hành Quốc Tế Libera**” được thực hiện để tìm hiểu quy trình xây dựng chương trình du lịch trong doanh nghiệp lữ hành. Đề tài đã làm rõ những vấn đề lý luận liên quan đến chương trình du lịch, hoạt động kinh doanh lữ hành, Teambuilding và đặc điểm của nhóm khách công nhân khu công nghiệp.

Bên cạnh đó, đề tài đã đánh giá thực trạng hoạt động xây dựng chương trình du lịch tại Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera thông qua các nội dung như nghiên cứu thị trường, xác định khách hàng mục tiêu, thiết kế chương trình du lịch, xây dựng nội dung hoạt động, phương pháp tính giá và đánh giá hoàn thiện chương trình. Qua quá trình phân tích, công ty đã xây dựng được nhiều chương trình phù hợp với nhu cầu của khách đoàn trong thị trường du lịch hiện nay. Nhưng chưa có sản phẩm du lịch dành riêng cho nhóm đối tượng khách công nhân.

Ngoài những ưu điểm về khả năng tổ chức Teambuilding, xây dựng chương trình linh hoạt và kết hợp nhiều hoạt động tập thể, thực trạng nghiên cứu cũng cho thấy một số hạn chế như nội dung hoạt động ở một số chương trình còn mang tính quen thuộc, chưa có nhiều điểm mới. Đây là cơ sở để đề tài tiến hành xây dựng chương trình du lịch phù hợp hơn với đặc điểm và nhu cầu của đối tượng khách công nhân khu công nghiệp.

Từ những cơ sở lý luận và thực trạng đã phân tích, đề tài đã nghiên cứu xây dựng chương trình du lịch Bạch Mã Village 01 ngày kết hợp Teambuilding dành cho công nhân khu công nghiệp. Chương trình được thiết kế với lịch trình hợp lý, chi phí phù hợp, nội dung chương trình hấp dẫn và kết hợp các hoạt động vui chơi tập thể, nâng cao tinh thần đoàn kết giữa các thành viên sau thời gian làm việc.

Đề tài góp phần giúp Công ty TNHH TMDV Lữ hành Quốc tế Libera có thêm định hướng trong việc xây dựng và phát triển các chương trình du lịch dành cho khách đoàn.. Đề tài đã xây dựng chương trình phù hợp với nhu cầu thực tế của đối tượng khách công nhân khu công nghiệp, và giúp góp phần nâng cao khả năng thu hút khách và tăng tính cạnh tranh của công ty trên thị trường du lịch hiện nay.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tài liệu tiếng Việt

- [1] Bùi Thị Hải Yến. (2018). *Giáo trình Tuyển điểm du lịch Việt Nam*. Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
- [2] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2024). *Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam năm 2024*. Hà Nội.
- [3] Nguyễn Thị Thu Ba. (2021). *Giáo trình Marketing du lịch*.
- [4] Nguyễn Thị Tô Châu. (2022). *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*.
- [5] Nguyễn Văn Đính, & Hà Văn Siêu. (2018). *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [6] Nguyễn Văn Đính, & Trần Thị Minh Hòa. (2018). *Giáo trình Kinh tế du lịch*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [7] Nguyễn Văn Mạnh, & Nguyễn Đình Hòa. (2016). *Marketing du lịch*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [8] Nguyễn Văn Mạnh, & Phạm Hồng Chương (Đồng chủ biên). (2020). *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [9] Phạm Thị Chi. (2022). *Giáo trình Nghiệp vụ lễ hành*.
- [10] Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. (2017). *Luật Du lịch số 09/2017/QH14*. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
- [11] Trần Đức Thanh. (2019). *Giáo trình Nhập môn khoa học du lịch*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [12] Công ty TNHH TMDV Lễ hành Quốc tế Libera. (2023–2025). *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh; tài liệu nội bộ về xây dựng chương trình du lịch; báo giá dịch vụ*.
- [13] Công ty TNHH Điểm du lịch Thác Trượt Bạch Mã Village. (2026). *Thông tin điểm đến, chính sách ưu đãi, cơ sở vật chất và khả năng phục vụ khách đoàn* (Tài liệu doanh nghiệp cung cấp).

II. Tài liệu điện tử

- [1] Ban Quản lý Khu Công nghệ cao và các khu công nghiệp thành phố Đà Nẵng. (2025). *Thông tin các khu công nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng*.
- [2] Cổng Thông tin điện tử thành phố Đà Nẵng. (2025). *Thông tin về các khu công nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng*.

[3] Cổng Thông tin 1022 Đà Nẵng. (2025). *Thông tin Khu công nghiệp Hòa Khánh và Khu công nghiệp Hòa Khánh mở rộng*.

[4] Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam. (2024). *Báo cáo về công tác chăm lo đời sống vật chất và tinh thần cho đoàn viên, người lao động*.

[5] Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (2024). *Báo cáo hoạt động du lịch Việt Nam năm 2024*.

III. Tài liệu nước ngoài

[1] Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The Business of Tourism* (11th ed.). Pearson Education.

[2] Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.

[3] Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Routledge.

[4] UN Tourism. (2024). *International Tourism Highlights*. Madrid, Spain.

[5] UN Tourism. (2024). *UN Tourism Glossary of Tourism Terms*. Madrid, Spain.

PHỤ LỤC

Danh sách các doanh nghiệp sản xuất tại Khu Công Nghiệp Hòa Khánh và Khu Công Nghiệp Hòa Cầm có quy mô số lượng trên 100 công nhân.

1. Khu công nghiệp Hòa Khánh

STT	Tên Công Ty	Số lượng người lao động
1	Công Ty CP chế tạo kết cấu thép VNECO.SSM	100 - 150 lao động
2	Công Ty CP Dưỡng Khí Đà Nẵng (DAGASCO)	200 – 300 lao động
3	Công Ty TNHH Mabuchi Motor Đà Nẵng	1.500 - 1.800 lao động
4	Công Ty CP Điện Trường Giang	100 – 500 lao động
5	Công Ty CP Gạch Men COVESCO	150 – 250 lao động
6	Công Ty CP Giấy Thành Công II	100 – 200 lao động
7	Công Ty CP KEYHINGE TOYS Việt Nam	1.200 - 1.500 lao động
8	Công Ty CP Thép Việt Mỹ	300 – 500 lao động
9	Công Ty CP MP PACK	100 – 150 lao động
10	Công Ty CP SECOIN Đà Nẵng	100 – 150 lao động
11	Công Ty TNHH DAIWA Việt Nam	3.500 lao động
12	Công Ty CP RICHY Miền trung	200 – 300 lao động
13	Công Ty Cơ Điện Lạnh Đà Nẵng (SEAREE)	150 – 250 lao động
14	Công Ty TNHH TCIE Việt Nam	300 - 500 lao động

15	Công Ty TNHH Daiwa Việt Nam	3.500 lao động
16	Công Ty TNHH Bao Bì Việt Nam	100 – 200 lao động
17	Công Ty TNHH Dệt may Better	200 – 400 lao động
18	Công Ty TNHH Fujidan Việt Nam	80 – 100 lao động
19	Công ty TNHH Hải Huy Cường	80 – 100 lao động
20	Công Ty TNHH Lâm nghiệp Hải Vân	100 – 200 lao động
21	Công Ty TNHH Khoa Học Kỹ Thuật Tường Hựu	300 – 500 lao động
22	Công Ty TNHH Matrix Việt Nam	5.000 lao động
23	Công Ty TNHH May Mặc Ba Sao	200 – 350 lao động
24	Công Ty TNHH MTV May Xuất Khẩu Pacific	400 – 600 lao động
25	Công Ty TNHH MTV Dệt Vải Quốc Tế Phong Phú	300 – 500 lao động
26	Công Ty TNHH MTV Thép VAS Việt Mỹ	200 – 400 lao động
27	Công Ty TNHH MTV Tôn Đông Á Đà Nẵng	100 – 300 lao động
28	Công Ty TNHH MTV Thực Phẩm Á Châu Đà Nẵng	200 – 300 lao động
29	Công Ty TNHH MTV Suntex Textile Việt Nam	300 – 500 lao động
30	Công Ty TNHH MTV May Mặc Xuất Khẩu Đức Tỷ	150 – 250 lao động

2. Khu công nghiệp Hòa Cầm

STT	Tên Công Ty	Số lượng người lao động
1	Công Ty CP Cơ Khí Hà Giang Phước Tường	150 - 250 lao động
2	Công Ty CP Cơ Điện Miền Trung	200 – 300 lao động
3	Công Ty CP Cơ Khí Sông Thu	300 – 500 lao động
4	Công Ty CP Cáp Sông Hàn	100 – 150 lao động
5	Công Ty CP Lâm Sản Xuất Khẩu Đà Nẵng	150 – 250 lao động
6	Công Ty TNHH Inzi Controls Việt Nam	100 – 200 lao động
7	Công Ty CP Tập Đoàn Điện Bàn	100 – 200 lao động
8	Công Ty TNHH Fujikura Automotive Việt	1.500 lao động
9	Công Ty TNHH Điện Tử Foster Đà Nẵng	1.500 lao động
10	Công Ty TNHH Apple Film Đà Nẵng	150 – 250 lao động
11	Công Ty TNHH Max Planning Vina	200 – 400 lao động
12	Công Ty CP Lâm Sản Xuất Khẩu Đà Nẵng	150 – 250 lao động
13	Công Ty TNHH Việt Nam Tokai	200 – 300 lao động
14	Công Ty Cổ Phần Nhựa Đà Nẵng (DANAPLAST)	150 – 200 lao động