

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH

---□□□---



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Nâng cao chất lượng dịch vụ
chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An -
Huế ” tại công ty TNHH Sun Travel”**

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Ngọc Kiều Giang

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH

---□□□---



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Nâng cao chất lượng dịch vụ
chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An -
Huế ” tại công ty TNHH Sun Travel”**

<Công ty TNHH Sun Travel>

Giảng viên hướng dẫn: ThS Phan Kim Ngân

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Ngọc Kiều Giang

Mã số sinh viên 2254040085

Khóa học : 2022 – 2026

Lớp : 22DL2

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI MỞ ĐẦU	iii
1. Lý do chọn đề tài	v
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	vi
3. Đối tượng nghiên cứu.....	vi
4. Phương pháp nghiên cứu	vi
5. Cấu trúc khóa luận.....	vii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG KINH DOANH LỮ HÀNH.....	1
1.1. Khái quát chung về kinh doanh lữ hành	1
1.1.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành	1
1.1.2 Chức năng của kinh doanh lữ hành.....	1
1.1.3 Vai trò của kinh doanh lữ hành	2
1.1.4 Sản phẩm kinh doanh lữ hành	3
1.2. Khái quát chung về chương trình du lịch.....	4
1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch	4
1.2.2. Đặc điểm của chương trình du lịch.....	5
1.2.3. Phân loại chương trình du lịch.....	5
1.2.4. Vai trò của chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành	6
1.3. Khái quát chung về chất lượng dịch vụ trong kinh doanh du lịch	7
1.3.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ	7
1.3.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ du lịch.....	7
1.3.3. Vai trò của chất lượng dịch vụ trong hoạt động kinh doanh lữ hành.....	8
1.3.4. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch.....	8
1.3.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch	9
1.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch.....	10
1.4.1. Các phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch	11
1.4.2 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch	11
1.4.3. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch theo yếu	

tổ cấu thành.....	13
1.5. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch tại doanh nghiệp lữ hành	15
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “ĐÀ NẴNG – HỘI AN – HUẾ” TẠI CÔNG TY DU LỊCH SUN TRAVEL	16
2.1. Tổng quan về Công ty Du lịch Sun Travel	16
2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty Du lịch Sun Travel.....	17
2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ của Công ty Du lịch Sun Travel	18
2.1.3. Lĩnh vực hoạt động của Công ty Du lịch Sun Travel	20
2.2. Khái quát tình hình hoạt động của Công ty Du lịch Sun Travel	21
2.2.1. Các nguồn lực của Công ty Du lịch Sun Travel.....	21
2.2.2. Tình hình kinh doanh của Công ty Du lịch Sun Travel	25
2.2.3. Đánh giá chung về tình hình hoạt động của Công ty Du lịch Sun Travel	28
2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel.....	29
2.3.1. Khái quát về chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel	29
2.3.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel.....	34
2.4. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel	47
2.4.1. Kết quả đạt được	47
2.4.2. Hạn chế	48
2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế	49
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “ĐÀ NẴNG – HỘI AN – HUẾ” TẠI CÔNG TY DU LỊCH SUN TRAVEL	51
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp.....	51
3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty Du lịch Sun Travel trong thời gian	

tới.....	51
3.1.2. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch	51
3.1.3. Những hạn chế còn tồn tại trong chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”	52
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel.....	53
3.2.1. Hoàn thiện quy trình tổ chức và điều hành chương trình du lịch	53
3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và hướng dẫn viên.....	54
3.2.3. Nâng cao chất lượng các dịch vụ vận chuyển, lưu trú và ăn uống.....	55
3.2.4. Tăng cường tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng.....	56
3.2.5. Đẩy mạnh liên kết với các nhà cung cấp dịch vụ.....	57
3.2.6. Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp.....	58
3.3. Kiến nghị	59
3.3.1. Đối với Công ty Du lịch Sun Travel	59
3.3.2. Đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ liên quan.....	60
3.3.3. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.....	60
KẾT LUẬN	61

DANH MỤC BẢNG

Số hiệu	Tên bảng	Trang
Bảng 2.1:	Tình hình nhân lực của Công ty giai đoạn 2022-2024	22
Bảng 2.2 :	Thống kê giới tính nhân viên của Công ty TNHH Sun Travel năm 2025	23
Bảng 2.3.	Trình độ học vấn nhân viên của công ty TNHH Sun Travel	24
Bảng 2.4	Các sản phẩm dịch vụ của Công ty TNHH Sun Travel	25
Bảng 2.5:	Tình hình kinh doanh của chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel	33
Bảng 2.6:	Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel	36
Bảng 2.7	Đặc điểm nhân khẩu học của mẫu khảo sát	38
Bảng 2.8:	Kết quả khảo sát phương tiện hữu hình chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế.	39
Bảng 2.9 :	Kết quả khảo sát độ tin cậy chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế	40
Bảng 2.10:	Kết quả khảo sát năng lực phục vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế	42
Bảng 2.11:	Kết quả khảo sát sự đảm bảo chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế	43
Bảng 2.12:	Kết quả khảo sát sự cảm thông chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế	45
Bảng 2.13.	Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế	46

DANH MỤC HÌNH

Số hiệu	Tên hình	Trang
Hình 1.1:	Logo công ty TNHH Sun Travel	17
Hình 1.2.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sun Travel	18

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành trọn vẹn chương trình đào tạo bậc đại học hệ chính quy ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành tại Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, đồng thời hoàn thiện đề tài khóa luận tốt nghiệp “Nâng cao chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An - Huế “ tại Công ty Du lịch Sun Travel”, em đã nhận được sự quan tâm, tạo điều kiện, chỉ dẫn tận tình và cổ vũ vô cùng quý báu từ các cơ quan, quý thầy cô giáo, các anh chị đồng nghiệp đi trước cùng gia đình và bạn bè thân thiết. Lời đầu tiên, em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc và chân thành nhất đến Ban Giám hiệu Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, Ban chủ nhiệm Khoa Du lịch, cùng toàn thể quý thầy cô giáo đã và đang công tác giảng dạy tại trường; những kiến thức lý luận chuyên môn nền tảng, tư duy học thuật định hình qua từng bài học cùng những kinh nghiệm thực tiễn quý báu mà quý thầy cô tận tâm truyền đạt trong suốt bốn năm học tập vừa qua chính là bộ phông vững chắc, là hành trang vô giá để em tự tin bước vào môi trường thực tế đầy biến động.

Đặc biệt, em xin được gửi lời tri ân sâu sắc và trân trọng nhất đến Ths. Phan Kim Ngân giảng viên đã trực tiếp dành nhiều thời gian, tâm huyết để hướng dẫn, chỉ bảo và đồng hành sát sao cùng em trong suốt quá trình thực tập, triển khai nghiên cứu và hoàn thiện đề tài này; sự định hướng tận tâm, nghiêm túc, những lời nhận xét chuyên môn vô cùng khắt khe nhưng đầy giá trị khoa học của cô chính là kim chỉ nam soi đường giúp em vượt qua những bờ ngõ ban đầu của một người làm nghiên cứu, từ đó từng bước giải quyết triệt để các nút thắt khó khăn trong cả lý luận lẫn thực tiễn để hoàn thành bài khóa luận một cách hoàn chỉnh, chín chu nhất.

Bên cạnh nền tảng lý thuyết vững chắc tại nhà trường, sự hỗ trợ đắc lực từ phía đơn vị thực tập đóng vai trò quyết định tối cao đến tính thực tiễn và độ chính xác của đề tài, vì vậy em xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Ban Giám đốc cùng toàn thể các anh, chị cán bộ nhân viên đang công tác tại Công ty Du lịch Sun Travel đã mở rộng cửa tiếp nhận và tạo mọi cơ hội tốt nhất cho em được học tập, làm việc trong một môi trường điều hành lữ hành chuyên nghiệp, năng động; các anh chị đã không quản ngại thời gian để luôn tạo điều kiện thuận lợi, trực tiếp chia sẻ những kinh nghiệm điều hành tour thực tế, thẳng thắn chỉ ra những điểm còn tồn tại, những bất cập trong quy trình vận hành tuyến tour trọng điểm miền Trung, đồng thời hỗ trợ em vô cùng nhiệt tình trong việc tiếp cận nguồn số liệu báo cáo nội bộ cũng như phát

phiếu khảo sát thu thập ý kiến thực tế từ khách hàng nhằm giúp cho hệ thống các giải pháp đề xuất trong khóa luận của em mang tính thực tế cao, bám sát với thực tế hoạt động kinh doanh lữ hành của công ty.

Cuối cùng, em xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến gia đình, người thân và bạn bè những người đã luôn là chỗ dựa tinh thần vững chắc, không ngừng động viên, chia sẻ và tạo mọi điều kiện tốt nhất cho em trong suốt chặng đường học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp; mặc dù bản thân đã có nhiều cố gắng, dành nhiều tâm huyết để nghiên cứu và phân tích một cách kỹ lưỡng, song do năng lực cá nhân, kiến thức chuyên môn cùng kinh nghiệm thực tế của một sinh viên mới ra trường còn nhiều hạn chế, khóa luận chắc chắn khó tránh khỏi những thiếu sót ngoài ý muốn, kính mong nhận được những ý kiến đóng góp, nhận xét và phê bình quý báu từ quý thầy cô giáo trong Hội đồng chấm khóa luận để đề tài được hoàn thiện sâu sắc hơn, giúp em rút ra những bài học kinh nghiệm đắt giá cho công việc thực tế sau này.

Em xin kính chúc quý thầy cô giáo Khoa Du lịch - Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, cùng cô hướng dẫn Ths. Phan Kim Ngân luôn dồi dào sức khỏe, ngập tràn hạnh phúc và gặt hái được nhiều thành công rực rỡ hơn nữa trong sự nghiệp trồng người cao quý, đồng thời kính chúc Ban Giám đốc cùng toàn thể đội ngũ nhân viên Công ty Du lịch Sun Travel luôn mạnh khỏe, may mắn, chúc công ty ngày càng phát triển thịnh vượng, không ngừng vươn xa và tiếp tục khẳng định vị thế thương hiệu lữ hành dẫn đầu trên bản đồ du lịch dịch vụ miền Trung. Em xin chân thành cảm ơn!

LỜI MỞ ĐẦU

Cuộc sống ngày càng hiện đại, văn minh và phát triển kéo theo đó là sự bứt phá mạnh mẽ, toàn diện của ngành dịch vụ du lịch một ngành công nghiệp không khói đang ngày càng khẳng định vị thế chiến lược và đóng vai trò kinh tế mũi nhọn trong nền kinh tế quốc dân. Sự tăng trưởng ổn định, bền vững về mặt kinh tế cùng với nhu cầu dịch chuyển, thưởng thức các giá trị văn hóa nâng cao của người dân đã tạo ra một bước đệm vô cùng vững chắc cho các công ty lữ hành phát triển, không ngừng mở rộng và đa dạng hóa nhiều chương trình tour độc đáo nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu vui chơi giải trí, khám phá di sản và nghỉ dưỡng cao cấp của nhiều phân khúc đối tượng khách hàng khác nhau.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và bùng nổ thông tin hiện nay, nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực lữ hành không chỉ đơn thuần làm nhiệm vụ vận hành mà còn đòi hỏi rất cao về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ nhạy bén cùng khả năng quản trị, điều hành tour linh hoạt, chính vì vậy quá trình đào tạo học tập luôn cần có sự gắn kết hữu cơ, chặt chẽ giữa nền tảng lý thuyết hàn lâm tại nhà trường và quá trình thực hành, cọ xát trực tiếp tại doanh nghiệp; nắm bắt sâu sắc được nhu cầu cấp thiết này, Khoa Du lịch - Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng đã luôn tạo mọi điều kiện tối đa, mở ra những cơ hội quý báu cho em được tham gia học tập và thực tập nghề tại Công ty Du lịch Sun Travel một trong những đơn vị lữ hành uy tín nhằm mục đích giúp sinh viên được trực tiếp va chạm với thực tế, nâng cao tư duy logic và trau dồi tay nghề phục vụ lữ hành chuyên sâu.

Qua quá trình được trực tiếp thực tập, làm việc tại Công ty Du lịch Sun Travel, đặc biệt là việc theo sát quy trình tổ chức, thiết kế và điều phối tuyến điểm trọng điểm miền Trung, em đã có cơ hội tuyệt vời để tiếp cận sâu sắc với một môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động và đẳng cấp, đồng thời có thể áp dụng một cách linh hoạt những kiến thức lý luận quản trị chất lượng dịch vụ đã được tích lũy trên giảng đường vào thực tế vận hành chương trình du lịch mang tính chiến lược “Đà Nẵng – Hội An - Huế”. Khoảng thời gian thực tập quý báu tại đơn vị không chỉ mang đến cho em nhiều trải nghiệm nghề nghiệp bổ ích, giúp rèn luyện tác phong và kỹ năng xử lý tình huống lữ hành thực tế, mà đây còn chính là nguồn chất liệu thực tiễn vô cùng quan trọng, mang tính quyết định giúp em nhận diện một cách khách quan, khoa học những điểm mạnh cốt lõi cũng như các nút thắt hạn chế còn tồn tại trong chuỗi

cung ứng chất lượng dịch vụ của công ty (có thể kể đến như tính tiện nghi chưa đồng bộ của phương tiện xe thuê ngoài mùa cao điểm, sự thiếu chủ động tương tác về thông tin lịch trình trực tuyến, hay khoảng cách năng lực chuyên môn giữa nhân sự chính thức với đội ngũ cộng tác viên thời vụ), từ đó giúp tác giả có đầy đủ cơ sở dữ liệu thực tế, bám sát với thực tiễn kinh doanh sinh động để triển khai và hoàn thiện bài khóa luận tốt nghiệp này một cách chu đáo, sâu sắc nhất.

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, du lịch đã trở thành một trong những ngành kinh tế dịch vụ có tốc độ phát triển mạnh, đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu kinh tế của nhiều địa phương và quốc gia. Đặc biệt, khu vực miền Trung Việt Nam với ba điểm đến nổi bật là Đà Nẵng – Hội An – Huế luôn thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước nhờ sự kết hợp hài hòa giữa cảnh quan thiên nhiên, giá trị văn hóa – lịch sử và hệ thống dịch vụ du lịch ngày càng phát triển. Đây cũng là một trong những tuyến du lịch tiêu biểu, có tính liên kết vùng cao và mang lại nhiều tiềm năng khai thác cho các doanh nghiệp lữ hành.

Trong bối cảnh thị trường du lịch ngày càng cạnh tranh gay gắt, các công ty du lịch không chỉ cạnh tranh về giá cả, chương trình tour hay hoạt động quảng bá mà còn phải đặc biệt chú trọng đến chất lượng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ được xem là yếu tố cốt lõi quyết định mức độ hài lòng của khách hàng, khả năng quay lại sử dụng dịch vụ cũng như uy tín và vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Một chương trình du lịch dù có lịch trình hấp dẫn nhưng nếu chất lượng phục vụ không đảm bảo, không đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng thì vẫn khó tạo được lợi thế cạnh tranh bền vững.

Đối với Công ty Du lịch Sun Travel, chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” là một trong những sản phẩm du lịch quan trọng, góp phần tạo doanh thu và xây dựng hình ảnh thương hiệu của công ty. Tuy nhiên, trong quá trình tổ chức và cung ứng dịch vụ, chương trình này có thể vẫn tồn tại một số hạn chế như chất lượng phục vụ chưa đồng đều, khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng còn hạn chế, sự phối hợp giữa các bộ phận và nhà cung cấp dịch vụ đôi khi chưa thực sự hiệu quả. Những vấn đề này nếu không được nghiên cứu và cải thiện kịp thời sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của du khách cũng như hiệu quả kinh doanh của công ty.

Xuất phát từ thực tế đó, việc nghiên cứu, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel là cần thiết và có ý nghĩa cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn. Thông qua quá trình nghiên cứu, đề tài sẽ giúp xác định những điểm mạnh cần phát huy, những hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân của các hạn chế trong quá trình cung ứng dịch vụ. Trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng mức độ hài

lòng của khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh và góp phần vào sự phát triển bền vững của công ty trong thời gian tới. Vì vậy, em quyết định chọn đề tài ***“Nâng cao chất lượng dịch vụ chương trình du lịch ‘Đà Nẵng – Hội An – Huế’ tại Công ty TNHH Sun Travel”*** làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình .

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chương trình du lịch và chất lượng dịch vụ trong hoạt động kinh doanh lữ hành.
- Phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel.
- Đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng sự hài lòng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh cho công ty.

3. Đối tượng nghiên cứu

- Phạm vi nghiên cứu
 - + Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel, bao gồm các yếu tố như phương tiện vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn viên và thái độ phục vụ khách hàng.
 - + Về không gian: Đề tài được thực hiện tại Công ty TNHH Sun Travel, đồng thời nghiên cứu chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” do công ty tổ chức.
 - + Về thời gian: Nghiên cứu sẽ được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 7 năm 2025 đến tháng 5 năm 2026
- Đối tượng nghiên cứu : chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp khảo sát: Đây là phương pháp nghiên cứu chính của đề tài. Tác giả tiến hành khảo sát ý kiến của khách hàng đã tham gia chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel nhằm thu thập thông tin về cảm nhận và mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch. Nội dung khảo sát tập trung vào các yếu tố như dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn viên và thái độ phục vụ. Kết quả khảo sát là cơ sở quan trọng để phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch.

Phương pháp thu thập thông tin: Thu thập thông tin qua các tài liệu tham khảo, sách, báo, bài viết trên mạng, các báo cáo nội bộ và tài liệu liên quan đến chất lượng dịch vụ du lịch tại Công ty TNHH Sun Travel.

Phương pháp xử lý số liệu: Các số liệu thu thập được từ phiếu khảo sát sẽ được mã hóa, tổng hợp, phân loại và xử lý bằng Excel, sau đó trình bày dưới dạng bảng biểu, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình để phục vụ cho việc phân tích và đánh giá chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch.

Phương pháp thống kê, phân tích: Các số liệu và thông tin thu thập được sẽ được phân loại, sắp xếp, sau đó thống kê thành các bảng số liệu để phục vụ cho việc phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel.

5. Cấu trúc khóa luận

Để giải quyết mục tiêu nghiên cứu và nhiệm vụ đã đề ra, ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung chính của khóa luận được kết cấu thành 3 chương cụ thể như sau:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về chương trình du lịch và chất lượng dịch vụ chương trình du lịch trong kinh doanh lữ hành
- Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel.
- Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty Du lịch Sun Travel.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG KINH DOANH LỮ HÀNH

1.1. Khái quát chung về kinh doanh lữ hành

1.1.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành

Theo Luật Du lịch Việt Nam 2017, kinh doanh lữ hành được hiểu là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch. Quy định này nhấn mạnh đến vai trò của doanh nghiệp trong việc thiết kế và vận hành sản phẩm du lịch.

Kinh doanh lữ hành là một bộ phận quan trọng trong ngành du lịch, đóng vai trò tổ chức và điều phối các hoạt động phục vụ nhu cầu đi lại, tham quan, nghỉ dưỡng và các mục đích khác của khách du lịch.

Theo cách hiểu chung, kinh doanh lữ hành là quá trình xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và đạt được mục tiêu lợi nhuận cho doanh nghiệp. Hoạt động này không chỉ dừng lại ở việc bán tour mà còn bao gồm các dịch vụ hỗ trợ như tư vấn hành trình, đặt chỗ, vận chuyển, lưu trú và các dịch vụ bổ trợ khác.

Xét theo phạm vi hoạt động, kinh doanh lữ hành có thể được tiếp cận theo hai góc độ. Theo nghĩa rộng, đây là toàn bộ các hoạt động trung gian liên quan đến việc tổ chức và phục vụ chuyến đi của khách du lịch. Theo nghĩa hẹp, kinh doanh lữ hành tập trung vào việc thiết kế, cung ứng và điều hành các chương trình du lịch trọn gói.

Như vậy, kinh doanh lữ hành vừa mang tính chất dịch vụ, vừa mang tính tổ chức, liên kết nhiều yếu tố trong chuỗi giá trị du lịch để tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh phục vụ khách hàng.

1.1.2 Chức năng của kinh doanh lữ hành

Kinh doanh lữ hành thực hiện ba chức năng cơ bản:

Chức năng cung cấp : cho khách du lịch các thông tin liên quan đến điểm đến, tuyến điểm, chi phí, điều kiện đi lại, phong tục tập quán, cũng như các dịch vụ liên quan đến chuyến đi. Đây là cơ sở để khách hàng đưa ra quyết định tiêu dùng du lịch.

Chức năng tổ chức: Doanh nghiệp lữ hành tiến hành nghiên cứu thị trường, thiết kế chương trình du lịch và liên kết các dịch vụ riêng lẻ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan thành một sản phẩm du lịch hoàn chỉnh. Đây là chức năng thể

hiện rõ vai trò “nhà tổ chức” của doanh nghiệp.

Chức năng thực hiện. Doanh nghiệp lữ hành trực tiếp tổ chức, điều hành và kiểm soát quá trình thực hiện chương trình du lịch. Điều này bao gồm việc phối hợp với các nhà cung cấp dịch vụ và quản lý các hoạt động trong suốt hành trình nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ.

1.1.3 Vai trò của kinh doanh lữ hành

Kinh doanh lữ hành giữ vai trò trung gian quan trọng trong hệ thống du lịch, thể hiện qua các khía cạnh sau:

+ Kết nối cung và cầu du lịch : Doanh nghiệp lữ hành giữ vai trò trung gian giữa khách du lịch và các nhà cung cấp dịch vụ như khách sạn, vận chuyển, điểm tham quan. Thông qua việc xây dựng chương trình du lịch trọn gói, các dịch vụ riêng lẻ được liên kết thành sản phẩm hoàn chỉnh, giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn và sử dụng.

Ngoài ra, doanh nghiệp lữ hành còn góp phần điều tiết cung – cầu trên thị trường thông qua việc nắm bắt nhu cầu khách hàng và phối hợp với nhà cung cấp để tối ưu hiệu quả khai thác dịch vụ. Đồng thời, việc hợp tác với các đối tác giúp tạo ra mức giá cạnh tranh, nâng cao khả năng tiêu thụ sản phẩm du lịch.

+ Thúc đẩy phát triển thị trường du lịch.

Thông qua hoạt động thiết kế và quảng bá chương trình du lịch, doanh nghiệp lữ hành góp phần kích thích nhu cầu du lịch, mở rộng thị trường và thu hút khách.

Việc xây dựng các chương trình phù hợp với xu hướng tiêu dùng và đặc điểm từng phân khúc khách hàng giúp khơi gợi nhu cầu tiềm ẩn, đồng thời định hướng hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch.

Bên cạnh đó, các hoạt động quảng bá như truyền thông trên nền tảng số, tổ chức sự kiện, triển khai chương trình khuyến mãi hoặc liên kết với các đối tác trong ngành giúp gia tăng mức độ nhận diện sản phẩm và doanh nghiệp trên thị trường. Nhờ đó, thông tin về điểm đến và chương trình du lịch được lan tỏa rộng rãi hơn, tiếp cận được nhiều nhóm khách hàng khác nhau.

Ngoài ra, việc quảng bá hiệu quả còn góp phần mở rộng thị trường, không chỉ trong phạm vi nội địa mà còn hướng đến khách quốc tế. Điều này giúp gia tăng lượng khách, nâng cao doanh thu cho doanh nghiệp lữ hành, đồng thời thúc đẩy sự phát triển chung của ngành du lịch tại địa phương.

+ Nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực du lịch.

Doanh nghiệp lữ hành góp phần khai thác và phân phối các nguồn lực du lịch một cách hợp lý, từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế của ngành. Thông qua việc xây dựng chương trình du lịch, các yếu tố như điểm tham quan, lưu trú và vận chuyển được kết hợp thành sản phẩm hoàn chỉnh, giúp tối ưu việc sử dụng nguồn lực.

Ngoài ra, doanh nghiệp còn điều tiết dòng khách theo thời gian và không gian, góp phần hạn chế quá tải tại các điểm đến và nâng cao hiệu quả khai thác dịch vụ. Nhờ đó, các nguồn lực du lịch được sử dụng hiệu quả và bền vững hơn.

+ Tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm du lịch

Bằng việc kết hợp nhiều dịch vụ thành một chương trình hoàn chỉnh, doanh nghiệp lữ hành làm gia tăng giá trị sử dụng và giá trị kinh tế của sản phẩm du lịch. Doanh nghiệp lữ hành góp phần nâng cao giá trị của sản phẩm du lịch thông qua việc kết hợp và tổ chức các dịch vụ riêng lẻ thành chương trình hoàn chỉnh. Nhờ đó, sản phẩm không chỉ đáp ứng nhu cầu tham quan mà còn mang lại trải nghiệm tổng thể về văn hóa, ẩm thực và dịch vụ.

Bên cạnh đó, việc thiết kế hành trình hợp lý, bổ sung các hoạt động trải nghiệm và nâng cao chất lượng phục vụ giúp gia tăng sự hấp dẫn của chương trình du lịch. Điều này không chỉ nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng mà còn tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường.

1.1.4 Sản phẩm kinh doanh lữ hành

Sản phẩm của kinh doanh lữ hành là tổng hợp các dịch vụ được kết hợp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Có thể phân chia sản phẩm lữ hành thành ba nhóm chính:

+ Dịch vụ trung gian.

Đây là các dịch vụ mà doanh nghiệp lữ hành thực hiện vai trò kết nối giữa khách du lịch và các nhà cung cấp như hãng vận chuyển, cơ sở lưu trú hay điểm tham quan. Thông qua việc cung cấp các dịch vụ như đặt vé, đặt phòng, thuê phương tiện hoặc tư vấn hành trình, doanh nghiệp giúp khách hàng đơn giản hóa quá trình tổ chức chuyến đi. Không chỉ vậy, nhờ mối quan hệ hợp tác với nhiều đối tác, doanh nghiệp lữ hành còn có thể cung cấp dịch vụ với mức giá hợp lý và chất lượng ổn định hơn so với việc khách tự tổ chức. Điều này góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng dịch vụ và tạo sự thuận tiện cho khách du lịch.

+Chương trình du lịch.

Chương trình du lịch là sản phẩm cốt lõi, phản ánh rõ năng lực tổ chức và sáng tạo của doanh nghiệp lữ hành. Đây là sự kết hợp có hệ thống giữa các dịch vụ riêng lẻ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và tham quan thành một sản phẩm trọn gói. Việc xây dựng chương trình đòi hỏi sự tính toán kỹ lưỡng về lịch trình, chi phí, thời gian và trải nghiệm nhằm đảm bảo tính hợp lý và hấp dẫn. Một chương trình được thiết kế hiệu quả không chỉ đáp ứng nhu cầu của khách mà còn góp phần tạo giá trị gia tăng, nâng cao khả năng cạnh tranh và xây dựng hình ảnh thương hiệu cho doanh nghiệp.

+Các sản phẩm khác.

Bên cạnh chương trình du lịch truyền thống, doanh nghiệp lữ hành còn cung cấp các sản phẩm chuyên đề như du lịch hội nghị, hội thảo (MICE), du lịch khuyến thưởng, du lịch học tập hoặc tham gia các sự kiện văn hóa – thể thao. Các sản phẩm này thường hướng đến những nhóm khách hàng cụ thể với yêu cầu cao hơn về nội dung và chất lượng dịch vụ. Do đó, doanh nghiệp cần có sự chuyên môn hóa trong khâu tổ chức, đồng thời linh hoạt trong việc thiết kế sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường.

Nhìn chung, sản phẩm kinh doanh lữ hành mang tính tổng hợp cao, bao gồm nhiều yếu tố dịch vụ được liên kết chặt chẽ trong một chuỗi giá trị. Sự phối hợp hiệu quả giữa các bộ phận trong doanh nghiệp và các nhà cung cấp bên ngoài đóng vai trò quyết định đến chất lượng sản phẩm cũng như trải nghiệm của khách hàng. Vì vậy, doanh nghiệp lữ hành không chỉ thực hiện chức năng cung ứng dịch vụ mà còn giữ vai trò tổ chức, điều phối và kiểm soát chất lượng trong toàn bộ quá trình phục vụ khách du lịch.

1.2. Khái quát chung về chương trình du lịch

1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch

Theo Luật Du lịch Việt Nam 2017, chương trình du lịch được hiểu là lịch trình, các dịch vụ và giá bán được xác định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ điểm xuất phát đến kết thúc chuyến đi. Khái niệm này nhấn mạnh đến tính trọn gói và sự xác định trước về nội dung cũng như chi phí của chương trình.

Bên cạnh đó, theo quan điểm của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) (năm 1993), chương trình du lịch là sự kết hợp của nhiều dịch vụ du lịch như vận chuyển, lưu trú, tham quan và các hoạt động bổ trợ, được tổ chức thành một sản phẩm hoàn

chính nhằm phục vụ nhu cầu của khách du lịch.

Xét về bản chất, chương trình du lịch là một “gói sản phẩm” được thiết kế sẵn, trong đó các dịch vụ riêng lẻ được tích hợp thành một chỉnh thể thống nhất và được cung cấp cho khách hàng với mức giá xác định. Nhờ đó, khách du lịch có thể dễ dàng lựa chọn và sử dụng dịch vụ mà không cần tự tổ chức từng khâu của chuyến đi.

1.2.2. Đặc điểm của chương trình du lịch

Chương trình du lịch mang trong mình những đặc trưng riêng biệt của sản phẩm dịch vụ du lịch. Trước hết, đây là một sản phẩm có tính tổng hợp cao, bởi nó được cấu thành từ nhiều dịch vụ khác nhau và đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các nhà cung cấp. Điều này khiến chất lượng chương trình phụ thuộc vào toàn bộ chuỗi cung ứng, chứ không chỉ riêng doanh nghiệp lữ hành.

Bên cạnh đó, chương trình du lịch mang tính vô hình rõ nét. Khách hàng không thể kiểm chứng toàn bộ trải nghiệm trước khi mua mà chỉ có thể dựa vào thông tin, hình ảnh hoặc uy tín của doanh nghiệp. Chính vì vậy, niềm tin và thương hiệu đóng vai trò rất quan trọng trong quyết định tiêu dùng.

Một đặc điểm đáng chú ý khác là tính không đồng nhất. Cùng một chương trình nhưng trải nghiệm của khách có thể khác nhau do ảnh hưởng của thời điểm thực hiện, điều kiện môi trường hoặc chất lượng dịch vụ thực tế. Ngoài ra, sản phẩm này không thể lưu trữ như hàng hóa thông thường; nếu không được tiêu thụ đúng thời điểm, giá trị kinh doanh sẽ bị mất đi.

Yếu tố thời vụ và mức độ phụ thuộc vào môi trường bên ngoài đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh du lịch. Nhu cầu du lịch thường có xu hướng biến động theo mùa và chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như điều kiện thời tiết, tình hình kinh tế, bối cảnh chính trị và các sự kiện bất khả kháng như dịch bệnh. Những đặc điểm này làm gia tăng tính bất ổn trong hoạt động kinh doanh chương trình du lịch, đồng thời đòi hỏi doanh nghiệp phải có khả năng thích ứng linh hoạt trong công tác quản lý và điều hành.

1.2.3. Phân loại chương trình du lịch

Trong thực tiễn kinh doanh, chương trình du lịch được phân chia theo nhiều tiêu chí nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu của từng nhóm khách hàng.

Nếu xét theo phạm vi lãnh thổ, có thể phân biệt giữa chương trình du lịch nội địa và chương trình du lịch quốc tế. Trong đó, du lịch quốc tế lại bao gồm hai hướng

chính là đón khách nước ngoài vào và đưa khách trong nước ra nước ngoài

Dựa trên mục đích chuyến đi, chương trình du lịch trở nên phong phú hơn với các loại hình như nghỉ dưỡng, tham quan, công vụ (MICE), học tập, khám phá hay tham gia các sự kiện văn hóa – thể thao. Mỗi loại hình phản ánh một nhu cầu cụ thể và yêu cầu cách tổ chức khác nhau.

Xét về hình thức tổ chức, chương trình du lịch có thể được thiết kế dưới dạng trọn gói hoặc không trọn gói. Trong khi chương trình trọn gói mang lại sự tiện lợi và dễ dàng cho khách hàng, thì chương trình không trọn gói lại tạo điều kiện cho khách linh hoạt lựa chọn dịch vụ theo nhu cầu riêng.

Ngoài ra, việc phân loại còn có thể dựa vào đối tượng khách hàng (khách lẻ, khách đoàn, khách theo yêu cầu riêng) hoặc thời gian chuyến đi (ngắn ngày, dài ngày). Những cách phân chia này giúp doanh nghiệp lữ hành dễ dàng định vị sản phẩm và tiếp cận đúng thị trường mục tiêu.

1.2.4. Vai trò của chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành

Trong toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp lữ hành, chương trình du lịch giữ vị trí trung tâm và mang ý nghĩa quyết định. Đây chính là sản phẩm trực tiếp tạo ra doanh thu, đồng thời phản ánh năng lực tổ chức và sáng tạo của doanh nghiệp trên thị trường.

Không chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ, chương trình du lịch còn là công cụ cạnh tranh hiệu quả. Một chương trình được thiết kế hấp dẫn, khác biệt và phù hợp với nhu cầu khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân khách, từ đó nâng cao vị thế trên thị trường.

Bên cạnh đó, chương trình du lịch đóng vai trò liên kết các yếu tố trong ngành du lịch thành một hệ thống thống nhất. Thông qua việc kết hợp các dịch vụ từ nhiều nhà cung cấp, doanh nghiệp lữ hành góp phần hình thành chuỗi giá trị du lịch hoàn chỉnh, thúc đẩy sự phát triển chung của ngành.

Ở góc độ người tiêu dùng, chương trình du lịch giúp đơn giản hóa quá trình lựa chọn và sử dụng dịch vụ. Khách hàng không cần tự mình tìm kiếm và sắp xếp từng yếu tố của chuyến đi mà có thể sử dụng một sản phẩm đã được thiết kế tối ưu.

Cuối cùng, việc xây dựng và tổ chức chương trình du lịch một cách hiệu quả còn giúp doanh nghiệp kiểm soát chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ và gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng, qua đó tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững.

1.3. Khái quát chung về chất lượng dịch vụ trong kinh doanh du lịch

1.3.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một trong những khái niệm cốt lõi trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ, phản ánh mức độ đáp ứng của dịch vụ đối với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng. Khác với hàng hóa hữu hình, chất lượng dịch vụ không thể đo lường hoàn toàn bằng các tiêu chí vật chất mà phụ thuộc nhiều vào cảm nhận và trải nghiệm của người sử dụng.

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm và tiếp cận dưới các góc độ khác nhau. Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), chất lượng dịch vụ là mức độ chênh lệch giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận thực tế của họ sau khi trải nghiệm dịch vụ. Khi cảm nhận thực tế đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng, khách hàng sẽ đánh giá chất lượng dịch vụ ở mức cao.

Trong lĩnh vực du lịch, chất lượng dịch vụ được thể hiện thông qua toàn bộ quá trình khách hàng tiếp cận, sử dụng và đánh giá các dịch vụ trong chuyến đi. Từ khâu tư vấn, đặt dịch vụ, tổ chức chương trình cho đến khi kết thúc hành trình, mọi yếu tố đều góp phần hình thành nên nhận thức của khách về chất lượng.

Do đó, có thể xem chất lượng dịch vụ du lịch là sự kết hợp giữa kết quả thực tế mà khách nhận được và mức độ thỏa mãn về mặt cảm xúc, tâm lý trong suốt quá trình trải nghiệm.

1.3.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ du lịch

Chất lượng dịch vụ du lịch mang những đặc trưng gắn liền với bản chất của sản phẩm dịch vụ. Một trong những đặc điểm nổi bật là tính vô hình, khi khách hàng không thể đánh giá đầy đủ chất lượng trước khi sử dụng mà chỉ có thể cảm nhận sau khi trải nghiệm thực tế.

Song song với đó, tính không đồng nhất cũng thể hiện rất rõ. Cùng một loại dịch vụ nhưng kết quả mang lại có thể khác nhau giữa các khách hàng hoặc giữa các thời điểm khác nhau, do chịu ảnh hưởng của yếu tố con người và điều kiện thực hiện.

Một điểm đáng chú ý khác là sự gắn kết giữa quá trình cung ứng và tiêu dùng. Dịch vụ du lịch được tạo ra và sử dụng gần như đồng thời, khiến việc kiểm soát chất lượng phải diễn ra ngay trong quá trình phục vụ.

Bên cạnh đó, yếu tố con người giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Sự tương tác

giữa nhân viên và khách hàng ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận về chất lượng, làm cho việc tiêu chuẩn hóa trở nên khó khăn hơn so với các ngành sản xuất.

1.3.3. Vai trò của chất lượng dịch vụ trong hoạt động kinh doanh lữ hành

Chất lượng dịch vụ có tác động sâu rộng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp lữ hành. Trải nghiệm tích cực của khách hàng không chỉ giúp nâng cao mức độ hài lòng mà còn tạo ra xu hướng quay lại và giới thiệu dịch vụ cho người khác.

Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, chất lượng dịch vụ trở thành yếu tố tạo nên sự khác biệt. Khi các chương trình du lịch có thể tương đồng về nội dung, thì trải nghiệm thực tế lại là yếu tố quyết định lựa chọn của khách hàng.

Không chỉ dừng ở việc thu hút khách, chất lượng dịch vụ còn góp phần xây dựng hình ảnh và uy tín cho doanh nghiệp. Một thương hiệu được đánh giá cao về chất lượng sẽ dễ dàng tạo dựng niềm tin trên thị trường và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Ở góc độ quản trị, việc đảm bảo chất lượng dịch vụ giúp doanh nghiệp hạn chế rủi ro phát sinh, giảm chi phí xử lý khiếu nại và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực trong quá trình tổ chức chương trình du lịch.

1.3.4. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch

Chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch được hình thành từ nhiều yếu tố khác nhau trong suốt quá trình thiết kế, tổ chức và thực hiện chương trình. Các yếu tố này có mối liên hệ chặt chẽ với nhau và cùng góp phần tạo nên trải nghiệm tổng thể cho khách du lịch.

- Phương tiện vận chuyển: Là yếu tố phục vụ việc đưa đón và di chuyển khách giữa các điểm đến trong hành trình. Đây là bộ phận giúp kết nối các hoạt động của chương trình du lịch.
- Yếu tố con người: Bao gồm đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên và các bộ phận phục vụ liên quan. Đây là lực lượng trực tiếp tham gia tổ chức, hỗ trợ và phục vụ khách trong chuyến đi.
- Dịch vụ lưu trú: Là bộ phận đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của khách trong thời gian tham gia chương trình. Dịch vụ lưu trú góp phần đảm bảo sinh hoạt của du khách trong suốt hành trình.
- Thông tin cung cấp cho khách: Bao gồm các thông tin về lịch trình, điểm đến, thời gian và những nội dung cần thiết liên quan đến chuyến đi. Yếu tố này giúp

khách chủ động trong quá trình tham gia chương trình.

- Dịch vụ ăn uống: Là yếu tố đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách trong hành trình. Đồng thời, đây cũng là nội dung gắn với trải nghiệm văn hóa ẩm thực địa phương.
- Hoạt động tham quan và trải nghiệm: Là nội dung chính của chương trình du lịch, bao gồm tham quan, vui chơi giải trí và khám phá các giá trị văn hóa, thiên nhiên tại điểm đến.
- Hướng dẫn viên du lịch: Là người trực tiếp đồng hành cùng khách trong chuyến đi, thực hiện nhiệm vụ hướng dẫn, thuyết minh và hỗ trợ đoàn khách.
- Công tác tổ chức và điều hành chương trình: Là hoạt động xây dựng lịch trình, bố trí dịch vụ và phối hợp các bộ phận liên quan trong quá trình thực hiện tour.
- Thái độ phục vụ và chăm sóc khách hàng: Là yếu tố thể hiện sự hỗ trợ và quan tâm của doanh nghiệp đối với khách hàng trước, trong và sau chuyến đi.
- Giá cả và chính sách dịch vụ: Là yếu tố liên quan đến chi phí tham gia chương trình cùng các điều kiện đi kèm như thanh toán, đặt chỗ và ưu đãi.

Nhìn chung, các yếu tố trên có vai trò quan trọng trong việc hình thành chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch. Sự kết hợp đồng bộ giữa các yếu tố sẽ góp phần tạo nên sản phẩm du lịch hoàn chỉnh và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

1.3.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch

Chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch chịu sự chi phối của nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm cả yếu tố nội tại của doanh nghiệp và các yếu tố từ môi trường bên ngoài. Những yếu tố này có mối quan hệ tác động qua lại, ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình cung ứng dịch vụ cũng như trải nghiệm của khách du lịch.

• **Yếu tố con người** : Đây là yếu tố giữ vai trò quyết định trong việc hình thành và duy trì chất lượng dịch vụ. Trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, khả năng giao tiếp và thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên, đặc biệt là hướng dẫn viên, có ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách trong suốt hành trình. Trong bối cảnh sản phẩm du lịch mang tính vô hình, khách hàng thường đánh giá chất lượng thông qua sự tương tác với nhân viên. Do đó, việc đào tạo, nâng cao năng lực và ý thức trách nhiệm của đội ngũ nhân sự là điều kiện tiên quyết để đảm bảo chất lượng dịch vụ.

• **Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch** : Hệ thống cơ sở vật chất như phương

tiện vận chuyển, khách sạn, nhà hàng, trang thiết bị phục vụ... là nền tảng vật chất đảm bảo cho việc cung ứng dịch vụ. Chất lượng cơ sở vật chất được thể hiện qua mức độ hiện đại, tiện nghi, an toàn và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách. Nếu cơ sở vật chất không đảm bảo sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách du lịch, dù các yếu tố khác có thể được tổ chức tốt.

- **Năng lực tổ chức và quản lý của doanh nghiệp lữ hành :** Đây là yếu tố mang tính điều phối, quyết định đến sự vận hành hiệu quả của toàn bộ chương trình du lịch. Năng lực quản lý được thể hiện qua việc xây dựng lịch trình hợp lý, phân bổ nguồn lực phù hợp, phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận và kiểm soát chất lượng dịch vụ trong suốt hành trình. Đồng thời, khả năng xử lý các tình huống phát sinh như thay đổi thời tiết, chậm trễ dịch vụ hay sự cố ngoài ý muốn cũng là tiêu chí quan trọng đánh giá chất lượng điều hành của doanh nghiệp.

- **Chất lượng của các nhà cung cấp dịch vụ :** Do đặc thù kinh doanh lữ hành mang tính trung gian, phần lớn dịch vụ được cung cấp thông qua các đối tác như khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển và điểm tham quan. Vì vậy, chất lượng của các nhà cung cấp có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng tổng thể của chương trình du lịch. Việc lựa chọn đối tác uy tín, xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài và kiểm soát chất lượng dịch vụ đầu vào là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp đảm bảo chất lượng ổn định.

- **Yếu tố môi trường bên ngoài :** Các yếu tố như điều kiện thời tiết, tình hình kinh tế, chính trị, văn hóa – xã hội và các biến động bất thường như dịch bệnh có thể ảnh hưởng mạnh đến hoạt động du lịch. Những yếu tố này không chỉ tác động đến nhu cầu của khách mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tổ chức chương trình du lịch. Do đó, doanh nghiệp cần có khả năng dự báo và xây dựng các phương án linh hoạt nhằm giảm thiểu rủi ro và đảm bảo chất lượng dịch vụ.

- **Giá cả và chính sách dịch vụ :** Giá cả là yếu tố quan trọng trong việc khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua sự so sánh giữa chi phí bỏ ra và giá trị nhận được. Một mức giá hợp lý, minh bạch cùng với các chính sách hỗ trợ như hoàn hủy, ưu đãi hoặc chăm sóc khách hàng sẽ góp phần nâng cao sự hài lòng và tạo niềm tin cho khách. Ngược lại, sự thiếu minh bạch hoặc không tương xứng giữa giá và chất lượng có thể làm giảm uy tín của doanh nghiệp.

1.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch

1.4.1. Các phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch

Việc đánh giá chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch là một nội dung quan trọng giúp doanh nghiệp xử lý hành nhận diện mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng, từ đó có cơ sở cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ. Trong thực tiễn, có nhiều cách tiếp cận khác nhau, trong đó phổ biến nhất là đánh giá dựa trên mức độ hài lòng của khách hàng và đánh giá dựa trên sự chênh lệch giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế.

1.4.1.1. Phương pháp đánh giá dựa trên mức độ hài lòng của khách hàng

Phương pháp này tập trung vào việc thu thập ý kiến phản hồi của khách hàng sau khi sử dụng chương trình du lịch. Mức độ hài lòng được xem là thước đo trực tiếp phản ánh chất lượng dịch vụ mà khách hàng cảm nhận được.

Việc đánh giá thường được thực hiện thông qua các công cụ như bảng hỏi, khảo sát trực tuyến, phỏng vấn hoặc thu thập ý kiến phản hồi sau chuyến đi. Các nội dung đánh giá có thể bao gồm chất lượng từng dịch vụ thành phần, thái độ phục vụ, mức độ phù hợp của chương trình cũng như trải nghiệm tổng thể.

Ưu điểm của phương pháp này nằm ở tính thực tế và dễ triển khai, bởi dữ liệu được thu thập trực tiếp từ khách hàng – đối tượng sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, kết quả đánh giá có thể mang tính chủ quan và chịu ảnh hưởng bởi cảm xúc cá nhân tại thời điểm khảo sát.

1.4.1.2. Phương pháp đánh giá dựa trên mức độ chênh lệch giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế

Khác với cách tiếp cận trên, phương pháp này không chỉ dừng lại ở việc đo lường cảm nhận của khách hàng mà còn xem xét sự khác biệt giữa kỳ vọng ban đầu và trải nghiệm thực tế sau khi sử dụng dịch vụ.

Theo cách tiếp cận này, chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua khoảng cách giữa hai yếu tố: những gì khách hàng mong đợi trước chuyến đi và những gì họ thực sự nhận được. Khi trải nghiệm thực tế vượt quá kỳ vọng, khách hàng có xu hướng đánh giá chất lượng cao; ngược lại, nếu dịch vụ không đạt kỳ vọng, mức độ hài lòng sẽ giảm xuống.

1.4.2 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch

Trong quản trị xử lý hành, việc đánh giá chất lượng dịch vụ thường dựa trên sự

so sánh giữa kỳ vọng của khách du lịch và cảm nhận thực tế của họ sau chuyến đi. Dưới đây là hai mô hình phổ biến nhất được áp dụng:

➤ **Mô hình các khoảng cách chất lượng dịch vụ (Service Quality Gap Model)**

Mô hình này giúp doanh nghiệp xác định các điểm yếu trong quá trình cung ứng dịch vụ thông qua 5 khoảng cách chính:

- Khoảng cách 1: Giữa kỳ vọng của khách hàng và nhận thức của nhà quản trị về những kỳ vọng đó.
- Khoảng cách 2: Giữa nhận thức của nhà quản trị và các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ được thiết lập.
- Khoảng cách 3: Giữa các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ và dịch vụ thực tế được cung cấp (thường liên quan đến kỹ năng và thái độ của nhân viên).
- Khoảng cách 4: Giữa dịch vụ thực tế cung cấp và những thông tin, cam kết đã quảng cáo tới khách hàng.
- Khoảng cách 5: Giữa chất lượng khách hàng mong đợi và chất lượng họ cảm nhận được sau khi sử dụng dịch vụ.

➤ **Mô hình SERVQUAL (Đánh giá dựa trên kỳ vọng và cảm nhận)**

Đây là mô hình phổ biến nhất được giáo trình đề cập để đo lường chất lượng thông qua 5 nhóm tiêu chí:

- Sự tin cậy (Reliability): Khả năng thực hiện dịch vụ đúng như đã cam kết.
- Hiệu quả đáp ứng (Responsiveness): Sự sẵn lòng giúp đỡ và cung cấp dịch vụ nhanh chóng cho du khách.
- Năng lực phục vụ (Assurance): Kiến thức, thái độ lịch sự và khả năng gây dựng lòng tin của nhân viên.
- Sự đồng cảm (Empathy): Sự quan tâm và chăm sóc cá nhân hóa đối với từng du khách.
- Phương tiện hữu hình (Tangibles): Điều kiện vật chất như phương tiện vận chuyển, trang thiết bị và ngoại hình nhân viên.

➤ **Mô hình SERVPERF (Service Performance)**

• Khác với SERVQUAL, mô hình này chỉ tập trung vào việc đo lường kết quả thực hiện dịch vụ thực tế của doanh nghiệp mà không cần so sánh với kỳ vọng trước đó của khách hàng. Theo quan điểm này, chất lượng dịch vụ được phản ánh trực tiếp thông qua những gì khách hàng cảm nhận sau khi sử dụng dịch vụ. Việc đánh giá dựa

trên kết quả thực hiện giúp đơn giản hóa quá trình đo lường, giảm bớt sự phức tạp trong việc xác định mức kỳ vọng vốn có thể thay đổi theo từng khách hàng và từng thời điểm.

- Mô hình này cho rằng cảm nhận thực tế của khách hàng là cơ sở quan trọng nhất để xác định chất lượng dịch vụ, bởi đây là kết quả cuối cùng mà khách hàng trực tiếp trải nghiệm. Vì vậy, doanh nghiệp có thể dựa vào mức độ thực hiện dịch vụ để nhận diện điểm mạnh, điểm hạn chế và đề ra các biện pháp cải thiện phù hợp.

➤ **Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh**

Ngoài các mô hình định tính, giáo trình cung cấp các chỉ tiêu định lượng để đánh giá hiệu quả chương trình du lịch:

- Chỉ tiêu về lượng khách: Đánh giá thông qua số lượng khách thực tế so với kế hoạch hoặc so với các kỳ trước đó.
- Chỉ tiêu về sự hài lòng và trung thành: Tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ và tỷ lệ khách hàng giới thiệu cho người khác.
- Chỉ tiêu tài chính: Doanh thu, chi phí biến đổi, chi phí cố định và lợi nhuận trên mỗi chương trình du lịch.
- Đánh giá qua phản hồi: Tổng hợp ý kiến từ phiếu điều tra khách hàng (Comment cards) về các thành phần như: Hướng dẫn viên, phương tiện vận chuyển, lưu trú và ăn uống.

1.4.3. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch theo yếu tố cấu thành

Chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch được hình thành từ nhiều yếu tố khác nhau, vì vậy việc đánh giá cần được thực hiện một cách toàn diện trên từng thành phần cụ thể.

a. Chất lượng dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ vận chuyển đóng vai trò khởi đầu và xuyên suốt hành trình, ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận ban đầu của khách du lịch. Các tiêu chí đánh giá thường tập trung vào mức độ an toàn, sự đúng giờ, tiện nghi của phương tiện, thái độ phục vụ của lái xe và sự thoải mái trong quá trình di chuyển.

Một dịch vụ vận chuyển được tổ chức tốt sẽ tạo nền tảng thuận lợi cho toàn bộ chương trình, trong khi những sự cố liên quan đến phương tiện có thể ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm chung.

b. Chất lượng dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú là yếu tố quan trọng quyết định mức độ hài lòng trong suốt chuyến đi, đặc biệt đối với các chương trình kéo dài nhiều ngày. Việc đánh giá thường dựa trên các tiêu chí như vị trí khách sạn, mức độ tiện nghi, vệ sinh, chất lượng phòng, cũng như thái độ phục vụ của nhân viên.

Một cơ sở lưu trú đáp ứng tốt nhu cầu nghỉ ngơi sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm của khách, trong khi những hạn chế về chất lượng phòng hoặc dịch vụ có thể làm giảm đáng kể giá trị của chương trình du lịch.

c. Chất lượng dịch vụ ăn uống

Dịch vụ ăn uống không chỉ đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng mà còn mang yếu tố trải nghiệm văn hóa. Việc đánh giá thường dựa trên sự đa dạng của thực đơn, chất lượng món ăn, vệ sinh an toàn thực phẩm, không gian nhà hàng và cách thức phục vụ.

Một chương trình du lịch được tổ chức tốt cần đảm bảo sự cân đối giữa khẩu vị của khách và đặc trưng ẩm thực địa phương, từ đó tạo nên trải nghiệm phong phú và đáng nhớ.

d. Chất lượng dịch vụ tham quan

Hoạt động tham quan là nội dung cốt lõi của chương trình du lịch, phản ánh trực tiếp giá trị của sản phẩm. Chất lượng dịch vụ tham quan được đánh giá thông qua sự hấp dẫn của điểm đến, tính hợp lý của lịch trình, thời gian tham quan, cũng như mức độ tổ chức tại các điểm du lịch.

Việc lựa chọn điểm tham quan phù hợp và sắp xếp lịch trình khoa học sẽ giúp tối ưu hóa trải nghiệm, tránh tình trạng quá tải hoặc thiếu thời gian, từ đó nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

e. Chất lượng phục vụ của hướng dẫn viên

Hướng dẫn viên là người trực tiếp đồng hành cùng khách trong suốt hành trình, do đó có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ. Các tiêu chí đánh giá bao gồm kiến thức chuyên môn, kỹ năng thuyết minh, khả năng giao tiếp, xử lý tình huống và thái độ phục vụ.

Một hướng dẫn viên chuyên nghiệp không chỉ cung cấp thông tin mà còn tạo ra không khí tích cực, gắn kết đoàn và xử lý linh hoạt các tình huống phát sinh. Ngược lại, những hạn chế trong kỹ năng hoặc thái độ có thể làm giảm đáng kể chất lượng

trải nghiệm của khách du lịch.

1.5. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch tại doanh nghiệp lữ hành

Trong hoạt động kinh doanh lữ hành, chất lượng dịch vụ luôn gắn liền với cảm nhận và sự hài lòng của khách du lịch. Khi các chương trình du lịch ngày càng đa dạng và khách hàng có nhiều lựa chọn hơn, việc chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ không còn là lợi thế mà đã trở thành yêu cầu tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp.

Một chương trình du lịch được tổ chức chu đáo, dịch vụ đảm bảo và trải nghiệm tích cực sẽ để lại ấn tượng tốt cho khách hàng. Từ đó, họ có xu hướng quay lại sử dụng dịch vụ trong những lần tiếp theo hoặc giới thiệu cho người khác. Những phản hồi tích cực này không chỉ giúp doanh nghiệp mở rộng tệp khách hàng mà còn góp phần xây dựng uy tín một cách tự nhiên và bền vững.

Ở góc độ cạnh tranh, chất lượng dịch vụ chính là yếu tố tạo nên sự khác biệt rõ rệt giữa các doanh nghiệp lữ hành. Khi nội dung chương trình có thể tương đồng giống nhau, thì cách tổ chức, mức độ chăm sóc khách hàng và trải nghiệm thực tế lại là điều khiến khách ghi nhớ. Một doanh nghiệp duy trì được chất lượng ổn định và đáng tin cậy sẽ dễ dàng tạo dựng vị thế riêng trên thị trường.

Không những vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ còn giúp quá trình tổ chức chương trình du lịch trở nên hiệu quả hơn. Khi các khâu được chuẩn hóa và phối hợp nhịp nhàng, những sai sót trong quá trình thực hiện sẽ được hạn chế, từ đó giảm thiểu chi phí phát sinh và nâng cao hiệu suất hoạt động.

Chất lượng dịch vụ tốt cũng góp phần làm tăng giá trị của chương trình du lịch. Khách hàng sẵn sàng chi trả ở mức cao hơn khi họ cảm nhận được sự xứng đáng với những gì nhận được. Điều này tạo điều kiện cho doanh nghiệp nâng cao lợi nhuận mà vẫn duy trì được sự hài lòng của khách.

Về lâu dài, việc duy trì và cải thiện chất lượng dịch vụ còn giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng, đồng thời góp phần nâng cao hình ảnh của điểm đến và của toàn ngành du lịch. Đây chính là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp phát triển ổn định trong môi trường kinh doanh nhiều biến động.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “ĐÀ NẴNG – HỘI AN – HUẾ” TẠI CÔNG TY TNHH SUN TRAVEL

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Sun Travel

Công ty Du lịch Sun Travel (sau đây gọi tắt là Sun Travel) là một trong những đơn vị uy tín trong lĩnh vực lữ hành, với nhiều năm kinh nghiệm đồng hành cùng hàng nghìn du khách trên khắp mọi miền đất nước cũng như quốc tế. Trải qua quá trình hình thành và phát triển, Sun Travel đã không ngừng khẳng định vị thế của mình bằng những sản phẩm dịch vụ chất lượng, đa dạng và luôn bắt kịp xu hướng du lịch hiện đại. Điểm mạnh làm nên thương hiệu Sun Travel chính là đội ngũ nhân viên dày dặn kinh nghiệm, trẻ trung, năng động và tận tâm với nghề. Mỗi nhân sự đều được đào tạo bài bản, mang trong mình tinh thần trách nhiệm cao cùng phong cách phục vụ chuyên nghiệp, sẵn sàng đồng hành để mang đến cho khách hàng sự hài lòng trọn vẹn nhất. Sun Travel luôn chú trọng đến việc thiết kế và xây dựng các tour du lịch phong phú, độc đáo, phù hợp với từng nhu cầu và sở thích riêng biệt của khách hàng. Từ những chuyến nghỉ dưỡng thư giãn, du lịch khám phá văn hóa – lịch sử, đến những hành trình trải nghiệm thiên nhiên hoang sơ hay các tour team building, sự kiện kết nối doanh nghiệp, tất cả đều được lên kế hoạch kỹ lưỡng, an toàn và tối ưu. Không chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ, Sun Travel còn mong muốn trở thành người bạn đồng hành tin cậy trên từng chặng đường của du khách. Từ khâu tư vấn, lựa chọn điểm đến, đặt tour cho đến suốt quá trình tận hưởng kỳ nghỉ, đội ngũ nhân viên của công ty luôn túc trực hỗ trợ, đảm bảo du khách có thể an tâm trải nghiệm từng khoảnh khắc đáng nhớ. Với phương châm “Chất lượng – Tận tâm – Uy tín”, Sun Travel cam kết mang lại cho khách hàng những chuyến đi không chỉ an toàn, thú vị mà còn chứa đựng những kỷ niệm đẹp và giá trị tinh thần khó quên.

- Tên doanh nghiệp bằng tiếng Việt: Công ty Du lịch Sun Travel
- Tên quốc tế: SUN TRAVEL COMPANY LIMITED
- Tên viết tắt: CÔNG TY TNHH SUN TRAVEL
- Địa chỉ: 82 Hoàng Ngân, Hòa Xuân, Cẩm Lệ, Đà Nẵng
- Mã số thuế: 0401680835
- Nơi đăng ký quản lý: Chi cục thuế khu vực Cẩm Lệ - Hòa Vang

- Hotline: 0931861789
- Email: info@sungroup.vn
- Website: suntravelgroup.vn



(Nguồn: <https://suntravelgroup.vn>)

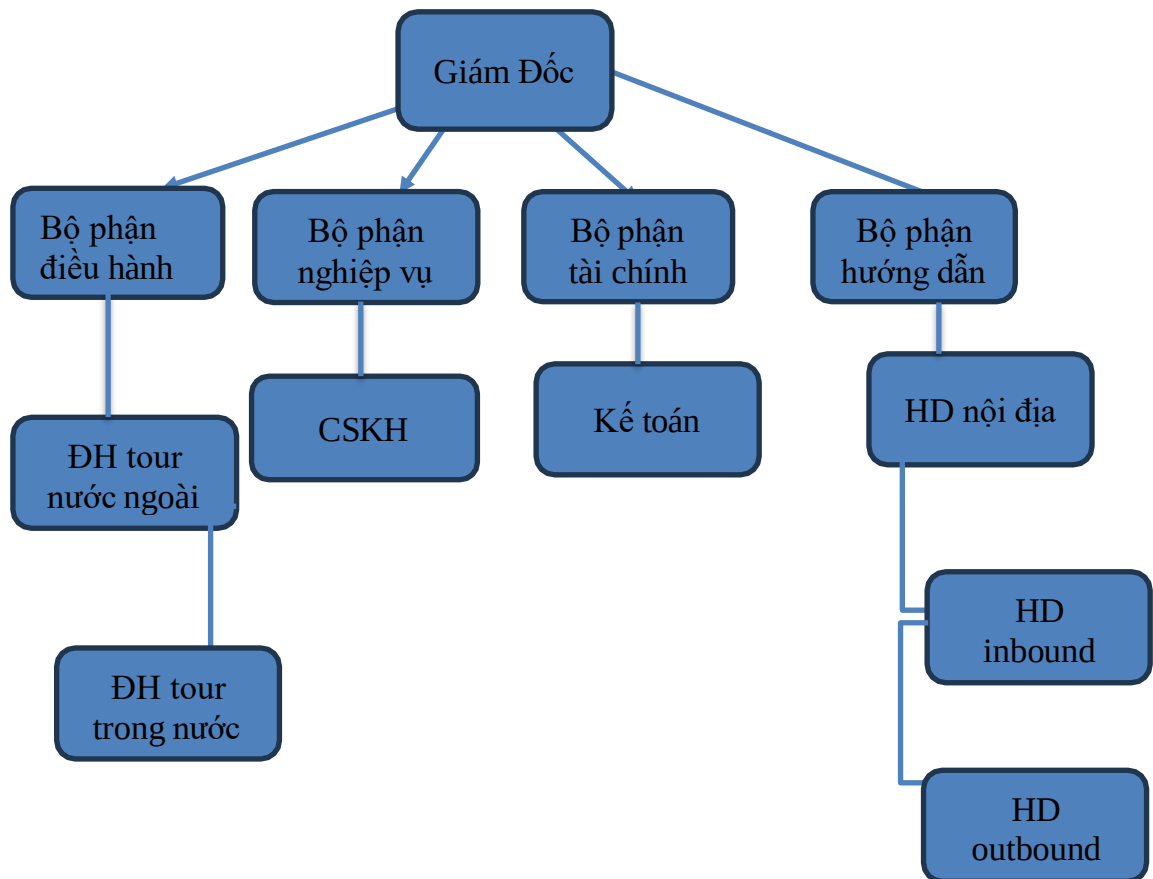
Hình 1.1: Logo công ty du lịch Sun Travel

2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH Sun Travel

Công ty Du lịch Sun Travel được thành lập vào ngày 6/3/2015, đến nay đã tròn 10 năm hình thành và phát triển, trở thành một trong những thương hiệu lữ hành uy tín, được đông đảo du khách trong và ngoài nước biết đến và tin tưởng lựa chọn. Ngay từ những ngày đầu, Sun Travel đã xác định định hướng phát triển mang tính đột phá khi không chạy theo quảng cáo rầm rộ hay đầu tư bán hàng theo lối truyền thống mà tập trung toàn bộ nguồn lực vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và tạo sự ổn định lâu dài. Trong giai đoạn 2016 – 2017, công ty đã tạo dấu ấn khi tung ra nhiều sản phẩm tour nội địa với mức giá ưu đãi giảm từ 10% – 20% so với thị trường chung nhưng vẫn giữ vững chất lượng, qua đó giúp khách hàng có thêm cơ hội trải nghiệm du lịch với chi phí hợp lý. Từ 2017 – 2020, Sun Travel tiếp tục phát triển mạnh mẽ, phục vụ hơn 20.000 lượt khách mỗi năm, trong đó có tới 70% là khách hàng cũ quay lại, khẳng định uy tín và chất lượng dịch vụ bền vững. Không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước, Sun Travel còn mở rộng ra quốc tế với các tuyến du lịch hấp dẫn như Thái Lan, Singapore, Malaysia, Trung Quốc, Hàn Quốc,... đồng thời phát triển mạnh các sản phẩm tour hội nghị, hội thảo, team building và du lịch tri ân khách hàng. Với chặng đường 10 năm xây dựng và trưởng thành, Sun Travel luôn nỗ lực để trở thành người bạn đồng hành tin cậy trên mọi hành trình, mang đến cho khách hàng những chuyến đi an toàn, thú vị, đáng nhớ và hướng đến mục tiêu trở thành thương hiệu lữ hành chuyên nghiệp, quy mô hàng

đầu trong tương lai.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ của Công ty TNHH Sun Travel



(Nguồn: Thông tin nội bộ công ty Sun Travel)

Hình 1.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sun Travel

Công ty được tổ chức theo mô hình trực tuyến và chức năng, với sự phân chia thành các bộ phận chính như: Bộ phận điều hành (gồm điều hành tour trong nước và tour nước ngoài), Bộ phận nghiệp vụ (chăm sóc khách hàng), Bộ phận tài chính – kế toán (kế toán), và Bộ phận hướng dẫn (bao gồm hướng dẫn nội địa, inbound và outbound). Tất cả các bộ phận đều hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Giám đốc, đảm bảo tính tập trung trong quản lý.

Với cơ cấu này, công ty có sự phân công nhiệm vụ rõ ràng, mỗi phòng ban đảm nhận một chức năng chuyên môn riêng biệt. Điều này giúp nâng cao hiệu quả phối hợp, giảm chồng chéo công việc và tạo điều kiện để nhân viên phát huy năng lực trong lĩnh vực phụ trách. Bên cạnh đó, việc tách biệt giữa điều hành tour và hướng dẫn viên, cũng như phân loại rõ inbound – outbound, thể hiện sự chuyên nghiệp, phù hợp với đặc thù ngành du lịch.

- **Giám đốc:** Là người đại diện theo pháp luật của công ty, giữ vai trò quan trọng hàng đầu trong việc định hướng và phát triển chiến lược kinh doanh. Giám đốc chịu trách nhiệm điều hành toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp, từ việc xây dựng và hoạch định các chương trình tour du lịch sáng tạo, quản lý tài chính, đến việc mở rộng và phát triển các mối quan hệ hợp tác với đối tác, khách hàng. Đồng thời, giám đốc cũng là người trực tiếp đưa ra các quyết định quan trọng về chiến lược marketing, nghiên cứu thị trường và phát triển dịch vụ, nhằm đảm bảo công ty duy trì được lợi thế cạnh tranh và đáp ứng tốt nhất nhu cầu đa dạng của khách hàng. Ngoài ra, giám đốc còn chịu trách nhiệm giám sát công tác quản lý đội ngũ nhân viên, xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, khuyến khích sự sáng tạo và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, qua đó mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

- **Bộ phận điều hành:** Đây là bộ phận giữ vai trò trung tâm trong việc triển khai mọi công việc liên quan đến các tour du lịch. Nhân sự điều hành có nhiệm vụ lập kế hoạch chi tiết, tổ chức và giám sát toàn bộ quy trình thực hiện tour, từ khâu liên hệ, đàm phán với khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển, dịch vụ visa, đến việc phối hợp với các cơ sở du lịch để đảm bảo chất lượng dịch vụ đúng như cam kết với khách hàng. Bộ phận này hoạt động như một cầu nối giữa công ty và các nhà cung cấp dịch vụ, đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng trong toàn bộ chương trình. Họ còn chịu trách nhiệm theo dõi tiến trình tour, phối hợp với bộ phận kế toán trong việc thanh toán, đồng thời xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh để đảm bảo quyền lợi cho khách hàng. Tại Sun Travel, bộ phận điều hành gồm hai nhân sự chính, luôn hỗ trợ và phối hợp chặt chẽ trong việc thiết kế, triển khai và giám sát chất lượng từng hành trình.

- **Bộ phận tài chính kế toán:** Là bộ phận chịu trách nhiệm chính trong việc quản lý tài chính và kế toán của công ty. Kế toán có nhiệm vụ lập dự toán thu chi hàng năm, thu thập, phân tích và tổng hợp toàn bộ thông tin tài chính, từ đó hỗ trợ ban giám đốc trong việc đưa ra các quyết định quản trị. Bộ phận này còn đảm bảo việc tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của pháp luật, đặc biệt là liên quan đến thuế, nhằm duy trì sự minh bạch và uy tín tài chính cho doanh nghiệp. Đồng thời, kế toán cũng theo sát các giao dịch, thanh toán liên quan đến đối tác, nhà cung cấp và khách hàng, góp phần đảm bảo sự vận hành trơn tru của công ty.

- **Bộ phận nghiệp vụ:** Đây là bộ phận chịu trách nhiệm tiếp nhận và xử lý thông tin từ khách hàng, sau đó báo cáo cấp trên để xin ý kiến hoặc trực tiếp đề xuất giải

pháp phù hợp. Bộ phận nghiệp vụ đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và thực hiện các kế hoạch chăm sóc khách hàng (CSKH), tìm kiếm khách hàng mới, đồng thời duy trì và phát triển mối quan hệ bền vững với khách hàng hiện tại. Ngoài ra, họ còn đảm nhận nhiệm vụ nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nhu cầu và xu hướng du lịch, từ đó đề xuất những sản phẩm dịch vụ mới, mở rộng thị trường, góp phần giúp công ty giữ vững vị thế cạnh tranh.

- **Bộ phận hướng dẫn:** Là bộ phận trực tiếp đồng hành cùng khách hàng trong các chuyến đi, bộ phận hướng dẫn không chỉ đảm bảo việc thực hiện đúng lịch trình tour đã ký kết mà còn mang đến sự an tâm và hài lòng cho khách hàng bằng thái độ chuyên nghiệp, thân thiện và giàu kiến thức. Ngoài vai trò hướng dẫn viên, bộ phận này còn phụ trách xây dựng, duy trì và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên cộng tác viên giàu kinh nghiệm, đảm bảo luôn có đủ nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ các tour du lịch. Họ cũng thường xuyên được bồi dưỡng, nâng cao trình độ nghiệp vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và giữ gìn uy tín cho công ty. Bởi vậy, có thể nói bộ phận hướng dẫn chính là hình ảnh đại diện trực tiếp của Sun Travel trong mắt du khách, góp phần quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và khẳng định vị thế công ty trên thị trường.

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động của Công ty TNHH Sun Travel

Trải qua 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành, Công ty Du lịch Sun Travel đã không ngừng khẳng định vị thế của mình trên thị trường và trở thành một trong những đơn vị uy tín, có khả năng đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách hàng trong nhiều mảng dịch vụ khác nhau. Với sự chuyên nghiệp, linh hoạt và sáng tạo, Sun Travel luôn mang đến cho khách hàng những giải pháp toàn diện, tiện lợi và hiệu quả trong mọi chuyến đi.

Về lĩnh vực lữ hành, Sun Travel chuyên tổ chức các chương trình du lịch trong và ngoài nước, bao gồm tour nội địa, inbound (đón khách quốc tế vào Việt Nam) và outbound (đưa khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài). Các sản phẩm du lịch được thiết kế phong phú, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau như cá nhân, gia đình, nhóm bạn, đoàn thể hoặc doanh nghiệp. Ngoài việc xây dựng hành trình, công ty còn cung cấp đầy đủ dịch vụ đi kèm như đặt vé máy bay, khách sạn, nhà hàng, phương tiện di chuyển, mang lại cho khách hàng sự tiện lợi và yên tâm tuyệt đối khi lựa chọn dịch vụ.

Trong lĩnh vực tổ chức sự kiện và hội nghị, Sun Travel kết hợp cùng nhiều đối tác uy tín để thực hiện các chương trình hội nghị, hội thảo, triển lãm, gala dinner và sự kiện quy mô cho doanh nghiệp, tổ chức. Đặc biệt, công ty còn lồng ghép các hoạt động du lịch kết hợp teambuilding, du lịch khen thưởng hoặc chương trình tri ân nhân viên, đối tác. Những sản phẩm này không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả công việc và tinh thần gắn kết mà còn tạo nên dấu ấn khác biệt, thể hiện sự chuyên nghiệp và đẳng cấp trong cách tổ chức.

Bên cạnh đó, Sun Travel còn kinh doanh các sản phẩm du lịch phong phú. Ngoài các gói tour trọn gói, công ty còn cung cấp vé máy bay của nhiều hãng hàng không lớn như Vietnam Airlines, Vietjet Air, Bamboo Airways... và là cầu nối hợp tác với các khách sạn, resort, nhà hàng, điểm tham quan nổi bật. Nhờ đó, khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn dịch vụ phù hợp với ngân sách và sở thích, đồng thời được đảm bảo về chất lượng và giá trị dịch vụ.

Không chỉ tập trung vào dịch vụ, Sun Travel còn tích cực tham gia vào các hoạt động quảng bá và tiếp thị du lịch. Công ty triển khai chiến lược truyền thông đa kênh, tham gia hội chợ, sự kiện, hội thảo và áp dụng các hình thức marketing trực tuyến hiện đại để giới thiệu các sản phẩm du lịch mới, đồng thời quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Sun Travel cũng thường xuyên hợp tác với hãng hàng không, khách sạn, công ty vận chuyển và nhiều tổ chức du lịch khác để xây dựng những gói sản phẩm độc đáo, hấp dẫn, góp phần tạo ra giá trị bền vững cho khách hàng và đối tác.

Với sự đa dạng về dịch vụ, chất lượng sản phẩm cùng tinh thần tận tâm phục vụ, Sun Travel ngày càng khẳng định được thương hiệu và vị thế trong ngành du lịch, trở thành sự lựa chọn đáng tin cậy của hàng nghìn khách hàng trong và ngoài nước.

2.2. Khái quát tình hình hoạt động của Công ty TNHH Sun Travel

2.2.1. Các nguồn lực của Công ty TNHH Sun Travel

Nguồn nhân lực luôn được xem là tài sản quý giá và là yếu tố then chốt làm nên uy tín cũng như sự thành công của Sun Travel trong ngành du lịch đầy cạnh tranh. Công ty đặc biệt chú trọng đến việc xây dựng đội ngũ nhân viên không chỉ giỏi về chuyên môn mà còn giàu nhiệt huyết và tinh thần trách nhiệm. Mỗi thành viên của Sun Travel đều được tuyển chọn kỹ lưỡng, đáp ứng các tiêu chí về trình độ, kỹ năng và đạo đức nghề nghiệp, từ đó hình thành nên một tập thể vững mạnh, đoàn kết và

sáng tạo.

Để phát huy tối đa tiềm năng của đội ngũ, Sun Travel thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu và thực tiễn, bao gồm dịch vụ chăm sóc khách hàng, kỹ năng tổ chức sự kiện, quản lý tour, cũng như cập nhật xu hướng mới trong ngành du lịch. Không dừng lại ở việc trang bị kiến thức, công ty còn tạo điều kiện để nhân viên rèn luyện sự linh hoạt, khả năng xử lý tình huống và tư duy đổi mới, giúp họ tự tin đồng hành cùng khách hàng trong mọi hành trình.

Điều đặc biệt ở Sun Travel là mỗi nhân viên đều mang trong mình niềm đam mê với du lịch, xem công việc không chỉ là trách nhiệm mà còn là cơ hội để lan tỏa những giá trị tốt đẹp và đem đến trải nghiệm đáng nhớ cho du khách. Chính sự kết hợp hài hòa giữa kinh nghiệm thực tế, tinh thần học hỏi không ngừng và sức sáng tạo bền bỉ đã tạo nên nền tảng vững chắc để Sun Travel khẳng định vị thế trên thị trường, đồng thời duy trì và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Bảng 2.1: Tình hình nhân lực của Công ty giai đoạn 2022-2024

STT	Bộ phận	2022	2023	2024	2022/2023		2023/2024	
					CL	TT(%)	CL	TT(%)
1	Giám đốc	1	1	1	0	0%	0	0%
2	Tài chính kế toán	1	1	1	0	0%	0	0%
3	Bộ phận điều hành	2	2	2	0	0%	0	0%
4	Bộ phận CSKH	2	2	2	0	0%	0	0%
5	Hướng dẫn viên	10	20	20	10	62.5%	0	0%
Tổng		16	26	26				

(Nguồn: Thông tin nội bộ của công ty Sun Travel)

Theo bảng 2.1, có thể thấy tình hình nhân sự của công ty Sun Travel trong giai đoạn 2022-2024 có sự tăng trưởng đáng kể, đặc biệt là trong giai đoạn 2022-2023, khi tổng số nhân viên tăng từ 16 lên 26 người, tương đương mức tăng 62.5%. Sự tăng trưởng này chủ yếu đến từ việc mở rộng đội ngũ Hướng dẫn viên, với số lượng tăng gấp đôi. Tuy nhiên, sang năm 2024, tổng số nhân sự đã chững lại và giữ nguyên ở mức 26 người. Các bộ phận chủ chốt khác cũng không có sự thay đổi về số lượng nhân sự trong cả ba năm, cho thấy sự ổn định về mặt tổ chức. Việc tăng trưởng mạnh mẽ ở bộ phận cốt lõi là Hướng dẫn viên trong giai đoạn đầu phản ánh chiến lược phát triển kinh doanh, trong khi giai đoạn ổn định sau đó cho thấy công ty đang củng cố bộ máy để sẵn sàng cho các kế hoạch phát triển tiếp theo.

Với phương châm “Phát triển con người – phát triển doanh nghiệp”, Sun Travel luôn đặt yếu tố con người làm trọng tâm trong chiến lược phát triển. Công ty không chỉ chú trọng đến việc gia tăng số lượng nhân sự mà còn đặc biệt quan tâm đến chất lượng đội ngũ. Thông qua các chương trình tuyển dụng bài bản, các khóa đào tạo chuyên sâu và hoạt động bồi dưỡng liên tục, Sun Travel từng bước xây dựng một tập thể vững mạnh cả về chuyên môn lẫn kỹ năng. Đây chính là nền tảng cốt lõi giúp công ty nâng cao năng lực cạnh tranh, khẳng định uy tín trên thị trường và duy trì đà phát triển bền vững trong tương lai.

Bảng 2.2 : Thống kê giới tính nhân viên của Công ty Sun Travel năm 2025

Giới tính	Số lượng (người)	Phần trăm (%)
Nam	11	42,3%
Nữ	15	57,7%
Tổng	26	100%

(Nguồn : Thông tin nội bộ của công ty Sun Travel)

Hiện tại, cơ cấu nhân sự của công ty có sự chênh lệch khi nữ giới chiếm tỷ lệ 57,7% (15 người), cao so với nam giới 42,3% (11 người). Điều này cho thấy công ty có xu hướng thu hút hoặc sử dụng lao động nữ nhiều hơn. Đây là một đặc điểm phổ biến trong ngành dịch vụ, đặc biệt là du lịch, nơi sự tỉ mỉ, kiên nhẫn và khả năng giao tiếp của nữ giới thường được đánh giá cao, từ đó mang lại những lợi thế nhất định cho doanh nghiệp.

Bảng 2.3. Trình độ học vấn nhân viên của công ty Sun Travel

Trình độ học vấn	Số lượng	Phần trăm (%)
Đại học	20	76,92%
Cao đẳng	6	23,08%
Tổng	26	100%

(Nguồn: Thông tin nội bộ công ty Sun Travel)

Bảng số liệu về trình độ học vấn cho thấy đội ngũ nhân viên tại công ty có sự chênh lệch rõ rệt giữa hai bậc đào tạo. Trong tổng số 26 người, có 20 nhân viên tốt nghiệp đại học, chiếm 76,92%, và 6 nhân viên tốt nghiệp cao đẳng, chiếm 23,08%.

Tỷ lệ cao ở bậc đại học phản ánh định hướng tuyển dụng của công ty chú trọng vào việc lựa chọn nguồn nhân lực có nền tảng kiến thức chuyên môn sâu, phù hợp với yêu cầu ngày càng khắt khe của ngành du lịch. Lực lượng này thường có khả năng tư duy, phân tích và xử lý công việc một cách khoa học, đồng thời dễ dàng tiếp cận các công nghệ và xu hướng quản lý hiện đại. Đây là yếu tố quan trọng giúp công ty nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Trong khi đó, nhân sự tốt nghiệp cao đẳng tuy chiếm tỷ lệ thấp hơn nhưng lại mang đến sự linh hoạt trong công việc, đặc biệt ở những vị trí thiên về thực hành và kỹ năng nghiệp vụ. Sự góp mặt của nhóm lao động này góp phần bổ sung tính đa dạng về năng lực, tạo nên một tập thể cân bằng giữa lý thuyết và thực tiễn.

Nhìn chung, cơ cấu học vấn hiện tại cho thấy công ty có đội ngũ nhân viên chất lượng cao, phù hợp cho định hướng phát triển lâu dài.

Mặc dù Sun Travel đã đạt được nhiều bước tiến đáng kể trong việc mở rộng đội ngũ nhân sự, công ty cũng phải đối mặt với không ít thách thức liên quan đến công tác quản lý, đào tạo và chi phí vận hành ngày càng gia tăng. Để biến sự gia tăng nhân lực thành lợi thế cạnh tranh thực sự, công ty cần có chiến lược đầu tư bài bản và cơ chế quản lý hiệu quả, từ đó đảm bảo sự phát triển bền vững và tối ưu hóa nguồn lực.

2.2.2. Tình hình kinh doanh của Công ty TNHH Sun Travel

Bảng 2.4 Các sản phẩm dịch vụ của Công ty Sun Travel

Loại chương trình	Sản phẩm	Bộ phận khai thác
Tour du lịch trong nước (đa dạng điểm khởi hành)	Tour du lịch miền Bắc Tour du lịch miền Trung Tour du lịch miền Nam	ĐH trong nước
Tour du lịch nước ngoài	Tour du lịch Châu Á :Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan ,Hàn Quốc,....	ĐH trong nước và DH nước ngoài
Chương trình du lịch trong ngày	Cù Lao Chàm, BÀ Nà Hill, Hội An...	ĐH trong nước
Dịch vụ du lịch	Vé máy bay Thuê xe du lịch Du thuyền	ĐH trong nước và DH nước ngoài

(Nguồn: Thông tin nội bộ của Sun Travel)

a) Tour du lịch trong nước

Sun Travel hiện đang khai thác mạnh mẽ mảng tour du lịch trong nước với nhiều hành trình phong phú, phù hợp cho cả du khách nội địa và quốc tế. Các sản phẩm tour được thiết kế đa dạng, từ tham quan văn hóa – lịch sử đến nghỉ dưỡng biển đảo, mang lại những trải nghiệm trọn vẹn và đáng nhớ. Hiện công ty cung cấp các chương trình du lịch nổi bật như:

- Tour du lịch miền Bắc
- Tour du lịch miền Trung
- Tour du lịch miền Nam

Không chỉ dừng lại ở việc tổ chức những hành trình quen thuộc, Sun Travel luôn nỗ lực đổi mới và tìm kiếm hướng phát triển lâu dài để đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Một trong những định hướng trọng tâm của công ty là khai thác thế mạnh tự nhiên, văn hóa và ẩm thực đặc sắc của từng vùng miền, đặc biệt là khu vực miền Trung – nơi nổi tiếng với nhiều di sản văn hóa thế giới, bãi biển đẹp và những điểm đến giàu bản sắc. Đồng thời, Sun Travel cũng chú trọng phát triển loại hình du lịch

caravan và các tour kết hợp trải nghiệm thực tế, mang đến cho du khách cơ hội khám phá sâu hơn đời sống địa phương, tạo cảm giác mới mẻ và khác biệt.

Ngoài ra, công ty còn cung cấp hệ thống dịch vụ hỗ trợ toàn diện như đặt phòng khách sạn, làm visa du lịch, vé máy bay và thuê xe du lịch. Sự kết hợp giữa các chương trình tour đa dạng và dịch vụ tiện ích trọn gói giúp khách hàng yên tâm, thuận lợi trong suốt hành trình, đồng thời khẳng định uy tín và chất lượng dịch vụ của Sun Travel trên thị trường du lịch Việt Nam.

b) Tour du lịch nước ngoài

Sun Travel không chỉ khẳng định vị thế trong lĩnh vực du lịch nội địa mà còn mở rộng mạnh mẽ sang mảng tour du lịch nước ngoài, mang đến cho khách hàng cơ hội khám phá thế giới với những hành trình đa dạng và hấp dẫn. Nhận thấy nhu cầu ngày càng cao của du khách Việt trong việc tìm kiếm những trải nghiệm mới lạ ở các quốc gia khác, công ty đã đầu tư xây dựng nhiều sản phẩm outbound phong phú, phù hợp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau, những chuyến đi ngắn ngày khám phá các quốc gia châu Á gần gũi với nhiều trải nghiệm độc đáo.

Tour du lịch Châu Á: Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan, Hàn Quốc,... với hành trình vừa gần gũi, vừa tiết kiệm thời gian di chuyển nhưng vẫn giàu trải nghiệm. Mỗi quốc gia lại mang một màu sắc riêng: Nhật Bản với văn hóa truyền thống và mùa hoa anh đào nổi tiếng, Hàn Quốc với sự kết hợp giữa hiện đại và thiên nhiên, Thái Lan với thiên đường mua sắm và ẩm thực đường phố, hay Đài Loan với cảnh quan núi non hùng vĩ và nền văn hóa độc đáo.

Các chương trình tour được xây dựng một cách khoa học, đảm bảo sự cân bằng giữa tham quan danh lam thắng cảnh nổi tiếng và các hoạt động trải nghiệm thực tế, đặc biệt là thưởng thức văn hóa và ẩm thực bản địa. Nhờ mối quan hệ hợp tác bền chặt với nhiều đối tác quốc tế, Sun Travel có lợi thế trong việc cung cấp dịch vụ chất lượng, an toàn và thuận tiện cho khách hàng ở mọi điểm đến.

Ngoài hệ thống tour đa dạng, Sun Travel còn cung cấp trọn gói các dịch vụ hỗ trợ như tư vấn và làm thủ tục visa, đặt vé máy bay quốc tế, khách sạn, bảo hiểm du lịch và phương tiện di chuyển. Tất cả được thiết kế nhằm giúp khách hàng tiết kiệm thời gian, an tâm trong suốt hành trình, đồng thời có thể tận hưởng chuyến đi một cách trọn vẹn nhất. Sự kết hợp giữa sản phẩm tour phong phú cùng dịch vụ toàn diện chính là

yếu tố tạo nên uy tín và thương hiệu Sun Travel trong lĩnh vực du lịch quốc tế.

c) Chương trình du lịch trong ngày

Bên cạnh các hành trình dài ngày, Sun Travel còn chú trọng phát triển dòng sản phẩm tour du lịch trong ngày, phù hợp cho du khách có quỹ thời gian hạn chế nhưng vẫn muốn khám phá những điểm đến nổi bật. Các tour được thiết kế gọn nhẹ, linh hoạt về lịch trình, giúp khách hàng vừa có thể trải nghiệm không khí du lịch, vừa đảm bảo công việc và sinh hoạt hằng ngày.

Một số chương trình tour trong ngày đang được Sun Travel triển khai và thu hút đông đảo du khách như:

- **Tour Cù Lao Chàm:** Khám phá thiên đường biển đảo hoang sơ với bãi biển xanh trong, làng chài yên bình và những trải nghiệm lặn ngắm san hô đầy thú vị.
- **Tour Bà Nà Hills:** Trải nghiệm khí hậu bốn mùa trong một ngày, chiêm ngưỡng Cầu Vàng nổi tiếng và tham quan các công trình mang đậm dấu ấn châu Âu giữa lòng Đà Nẵng.

Tour Hội An: Hành trình về phố cổ với những mái nhà rêu phong, đèn lồng rực rỡ và văn hóa ẩm thực đặc sắc

Các tour trong ngày không chỉ giúp du khách tiết kiệm chi phí, thời gian mà còn mang đến sự tiện lợi tối đa nhờ lịch trình được sắp xếp hợp lý, dịch vụ đưa đón tận nơi và đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp. Với sự kết hợp giữa khám phá, trải nghiệm và nghỉ ngơi, tour du lịch trong ngày của Sun Travel đã và đang trở thành lựa chọn yêu thích của nhiều du khách trong và ngoài nước.

d) Dịch vụ du lịch

Ngoài việc tổ chức các chương trình tour du lịch trong và ngoài nước, Sun Travel còn chú trọng phát triển hệ thống dịch vụ du lịch hỗ trợ nhằm mang đến cho khách hàng trải nghiệm thuận tiện và trọn gói. Công ty là đại lý phân phối vé máy bay của nhiều hãng hàng không trong và ngoài nước, giúp khách hàng dễ dàng đặt chỗ nhanh chóng với mức giá cạnh tranh và hành trình phù hợp. Bên cạnh đó, dịch vụ thuê xe du lịch đa dạng từ 4 – 45 chỗ đáp ứng nhiều nhu cầu khác nhau, từ cá nhân, gia đình đến đoàn thể hay doanh nghiệp, với phương tiện hiện đại, an toàn và tiện nghi. Đặc biệt, Sun Travel còn mang đến trải nghiệm du thuyền sang trọng, cho phép du khách vừa nghỉ dưỡng vừa chiêm ngưỡng cảnh quan biển đảo tuyệt đẹp – lựa chọn lý tưởng cho những kỳ nghỉ cao cấp. Sự kết hợp hài hòa giữa tour du lịch và dịch vụ

bỏ trợ toàn diện đã giúp Sun Travel khẳng định uy tín, đồng thời mang lại cho khách hàng những hành trình trọn vẹn và đáng nhớ.

2.2.3. Đánh giá chung về tình hình hoạt động của Công ty TNHH Sun Travel

a, Thuận lợi

- Nguồn nhân lực phát triển: Trong những năm gần đây, Sun Travel đã từng bước mở rộng quy mô đội ngũ, thu hút thêm nhiều nhân sự mới. Lực lượng lao động trẻ trung, năng động và có trình độ giúp công ty duy trì tinh thần sáng tạo, dễ dàng nắm bắt xu hướng thị trường và mang đến những ý tưởng tour độc đáo.

- Thị trường du lịch phục hồi: Sau giai đoạn ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19, nhu cầu du lịch của khách hàng bùng nổ trở lại. Đây là điều kiện thuận lợi để Sun Travel đẩy mạnh khai thác, mở rộng sản phẩm và tăng trưởng lượng khách.

- Cơ sở vật chất đảm bảo: Hệ thống văn phòng, thiết bị kỹ thuật và các phương tiện hỗ trợ làm việc của công ty khá đầy đủ và hiện đại. Điều này không chỉ nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên mà còn mang lại sự chuyên nghiệp trong phục vụ khách hàng.

- Đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp: Công ty sở hữu lực lượng hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm, am hiểu văn hóa – lịch sử địa phương, đồng thời có khả năng sử dụng nhiều ngoại ngữ. Đây là lợi thế lớn trong việc phục vụ khách quốc tế và tạo dựng uy tín.

- Sản phẩm du lịch phong phú: Sun Travel hiện cung cấp nhiều dòng sản phẩm đa dạng từ tour nội địa, inbound đến outbound, kết hợp với dịch vụ đặt vé máy bay, khách sạn, xe du lịch... Sự đa dạng này giúp công ty tiếp cận nhiều phân khúc khách hàng, gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

b, Khó khăn

- Bài toán nhân sự: Việc mở rộng đội ngũ kéo theo thách thức trong quản lý và đào tạo. Nếu không có kế hoạch phát triển kỹ năng và quản trị nguồn nhân lực hiệu quả, rất dễ dẫn đến tình trạng thiếu đồng bộ về chất lượng phục vụ.

- Phương tiện vận chuyển hạn chế: Số lượng xe của công ty còn chưa đáp ứng đủ nhu cầu trong mùa cao điểm, buộc phải thuê ngoài. Điều này khiến Sun Travel phụ thuộc vào đối tác và khó kiểm soát chất lượng dịch vụ đồng đều.

- Cạnh tranh gay gắt trên thị trường: Với hơn 300 doanh nghiệp du lịch hoạt động tại Đà Nẵng, sự cạnh tranh diễn ra liên tục và khốc liệt. Sun Travel phải thường

xuyên đổi mới sản phẩm, nâng cao dịch vụ và xây dựng thương hiệu riêng biệt để giữ vững vị thế.

2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

2.3.1. Khái quát về chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

Chương trình du lịch Đà Nẵng Hội An Huế là một trong những sản phẩm tiêu biểu của Công ty Du lịch Sun Travel, được xây dựng nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm văn hóa của du khách. Đây là tour trọn gói kết nối các điểm đến nổi bật của khu vực miền Trung, mang đến cho khách hàng cơ hội khám phá cảnh quan thiên nhiên, di sản văn hóa và những nét đặc sắc của đời sống địa phương trong cùng một hành trình.

Chương trình được tổ chức trong thời gian 3 ngày 2 đêm với lịch trình hợp lý, phù hợp cho nhiều đối tượng khách khác nhau như khách đoàn, gia đình hay khách lẻ. Tour được thiết kế khoa học, kết hợp hài hòa giữa thời gian tham quan, nghỉ ngơi và trải nghiệm thực tế, giúp du khách có chuyến đi thuận tiện và thoải mái. Đồng thời, công ty cung cấp đầy đủ các dịch vụ đi kèm như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và hướng dẫn viên nhằm đảm bảo chất lượng phục vụ trong suốt hành trình.

Với sự đầu tư về nội dung chương trình và chất lượng dịch vụ, tour Đà Nẵng Hội An Huế không chỉ mang lại trải nghiệm hấp dẫn cho khách hàng mà còn góp phần khẳng định uy tín, năng lực tổ chức và vị thế của Sun Travel trên thị trường du lịch.

2.3.1.1. Nội dung chương trình du lịch

Chương trình du lịch Đà Nẵng Hội An Huế của Công ty TNHH Sun Travel Đà Nẵng được thiết kế trong 3 ngày 2 đêm với lịch trình hợp lý và phù hợp với nhu cầu của du khách.

- Ngày 1, đoàn đón khách tại Đà Nẵng, tham quan bán đảo Sơn Trà, chùa Linh Ứng, bãi biển Mỹ Khê và các điểm nổi bật của thành phố như cầu Rồng, cầu Tình Yêu. Buổi tối nghỉ đêm tại khách sạn trung tâm Đà Nẵng.
- Ngày 2, đoàn khởi hành đi Hội An, tham quan phố cổ Hội An, chùa Cầu, hội quán Phúc Kiến, nhà cổ Tấn Ký, thưởng thức đặc sản địa phương và tự do mua sắm. Sau đó đoàn quay về Đà Nẵng nghỉ đêm.

- Ngày 3, đoàn di chuyển đến Huế qua hầm Hải Vân, tham quan Đại Nội, chùa Thiên Mụ, lăng Khải Định và chợ Đông Ba trước khi trở về Đà Nẵng, kết thúc chương trình.

Nhìn chung, chương trình du lịch Đà Nẵng Hội An Huế là sản phẩm tiêu biểu của Sun Travel Đà Nẵng, vừa đáp ứng tốt nhu cầu trải nghiệm của khách hàng, vừa mang lại doanh thu và lợi nhuận tích cực cho doanh nghiệp.

2.3.1.2. Đối tượng khách hàng của chương trình du lịch

Chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” của Công ty TNHH Sun Travel được xây dựng nhằm phục vụ nhiều nhóm khách hàng với đặc điểm và nhu cầu khác nhau, trong đó thị trường khách nội địa giữ vai trò chủ đạo. Phần lớn khách tham gia chương trình có nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng kết hợp tìm hiểu văn hóa – lịch sử, do đó nội dung tour được thiết kế theo hướng đa dạng, phù hợp với nhiều mục đích chuyến đi.

Về cơ cấu khách hàng, chương trình chủ yếu thu hút các đoàn khách đến từ cơ quan, doanh nghiệp. Đây là nhóm khách có quy mô lớn, thường tổ chức du lịch định kỳ và có xu hướng lựa chọn các tour trọn gói để đảm bảo tính đồng bộ trong quá trình tổ chức. Với đặc điểm đi theo đoàn, nhóm khách này thường quan tâm đến sự chuyên nghiệp trong khâu điều hành, chất lượng dịch vụ ổn định cũng như các hoạt động tập thể đi kèm như giao lưu, kết nối.

Bên cạnh đó, chương trình cũng phù hợp với nhóm khách đi theo gia đình hoặc bạn bè. Những đối tượng này thường ưu tiên sự tiện lợi, không muốn mất nhiều thời gian cho việc tự lên kế hoạch chuyến đi. Do đó, việc lựa chọn tour trọn gói giúp họ đơn giản hóa quá trình chuẩn bị, đồng thời đảm bảo lịch trình hợp lý và hạn chế những phát sinh không cần thiết trong suốt hành trình.

Ngoài ra, học sinh và sinh viên cũng là một nhóm khách đáng kể, đặc biệt trong các dịp nghỉ hè hoặc hoạt động ngoại khóa. Nhóm này có xu hướng lựa chọn các chương trình ngắn ngày, chi phí phù hợp nhưng vẫn đảm bảo yếu tố trải nghiệm và khám phá. Mặc dù mức chi tiêu không cao, nhưng số lượng lớn và khả năng đi theo đoàn giúp nhóm khách này trở thành nguồn khách ổn định cho doanh nghiệp.

Không chỉ dừng lại ở thị trường nội địa, chương trình còn thu hút một bộ phận khách quốc tế thông qua các tour được thiết kế riêng. Đây là nhóm khách có nhu cầu tìm hiểu sâu về văn hóa, lịch sử và đời sống địa phương, đồng thời yêu cầu cao hơn

về chất lượng dịch vụ và tính chuyên nghiệp trong tổ chức. Việc phục vụ tốt nhóm khách này góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của công ty trên thị trường.

Nhìn chung, với việc hướng đến nhiều nhóm khách hàng khác nhau, chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” của Sun Travel được xây dựng theo hướng linh hoạt, dễ điều chỉnh và phù hợp với nhiều phân khúc. Điều này không chỉ giúp mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng mà còn tạo điều kiện để công ty nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh trên thị trường du lịch.

2.3.1.3. Quy trình tổ chức và thực hiện chương trình du lịch

Quy trình tổ chức và thực hiện chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel được xây dựng theo một hệ thống các bước chặt chẽ, có sự phối hợp giữa nhiều bộ phận nhằm đảm bảo chương trình diễn ra đúng kế hoạch và đạt chất lượng dịch vụ như cam kết với khách hàng. Việc chuẩn hóa quy trình không chỉ giúp nâng cao hiệu quả điều hành mà còn góp phần hạn chế rủi ro và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Quy trình này được triển khai qua các giai đoạn cụ thể như sau:

- Bước 1: Tiếp nhận thông tin và tư vấn khách hàng

Ở giai đoạn đầu, bộ phận kinh doanh và chăm sóc khách hàng đóng vai trò là cầu nối giữa công ty và khách hàng. Thông qua các kênh như trực tiếp, điện thoại, email hoặc mạng xã hội, nhân viên tiến hành tiếp nhận thông tin về nhu cầu của khách, bao gồm số lượng khách, thời gian dự kiến, mục đích chuyến đi (tham quan, nghỉ dưỡng, team building...), ngân sách và các yêu cầu đặc biệt khác.

Trên cơ sở đó, nhân viên tư vấn đề xuất các chương trình phù hợp, đồng thời giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin chi tiết về lịch trình, dịch vụ và chính sách của công ty. Đây là bước quan trọng giúp tạo ấn tượng ban đầu và định hướng quyết định lựa chọn dịch vụ của khách hàng.

- Bước 2: Xây dựng chương trình và lập báo giá

Sau khi nắm bắt rõ nhu cầu của khách, bộ phận điều hành tiến hành thiết kế chương trình du lịch chi tiết. Công việc này bao gồm việc xây dựng lịch trình cụ thể theo từng ngày, xác định các điểm tham quan, thời gian di chuyển, cũng như lựa chọn các dịch vụ phù hợp như khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển và các dịch vụ bổ trợ khác.

Đồng thời, bộ phận điều hành tiến hành tính toán chi phí và xây dựng báo giá dựa trên các yếu tố như số lượng khách, tiêu chuẩn dịch vụ và thời điểm tổ chức. Báo giá được gửi đến khách hàng kèm theo nội dung chương trình để hai bên trao đổi, điều chỉnh nếu cần thiết trước khi đi đến thống nhất.

- Bước 3: Ký kết hợp đồng và đặt dịch vụ

Khi khách hàng đồng ý với chương trình và báo giá, công ty tiến hành ký kết hợp đồng nhằm xác nhận thỏa thuận giữa hai bên. Hợp đồng thể hiện rõ các nội dung như lịch trình, dịch vụ cung cấp, chi phí, quyền và nghĩa vụ của các bên cũng như các điều khoản liên quan.

Sau khi ký kết, bộ phận điều hành tiến hành liên hệ và đặt dịch vụ với các nhà cung cấp như khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển và các điểm tham quan. Việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín và phù hợp có ý nghĩa quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng chương trình.

- Bước 4: Tổ chức triển khai và điều hành chương trình

Trong quá trình thực hiện tour, bộ phận điều hành phối hợp chặt chẽ với hướng dẫn viên để triển khai chương trình theo đúng kế hoạch. Hướng dẫn viên là người trực tiếp dẫn đoàn, chịu trách nhiệm tổ chức các hoạt động tham quan, quản lý lịch trình, hỗ trợ khách hàng và đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đầy đủ. Ngoài ra, hướng dẫn viên còn đóng vai trò tạo không khí cho đoàn, cung cấp thông tin về điểm đến và là người xử lý các tình huống phát sinh trong suốt hành trình. Bộ phận điều hành luôn theo dõi từ xa để hỗ trợ kịp thời khi cần thiết.

- Bước 5: Giám sát và xử lý các tình huống phát sinh

Trong thực tế, quá trình tổ chức tour có thể phát sinh nhiều vấn đề ngoài kế hoạch như thay đổi thời tiết, ùn tắc giao thông, sự cố dịch vụ hoặc yêu cầu phát sinh từ phía khách hàng. Do đó, công ty luôn duy trì việc giám sát xuyên suốt hành trình nhằm kịp thời phát hiện và xử lý các tình huống.

Sự phối hợp linh hoạt giữa bộ phận điều hành và hướng dẫn viên giúp hạn chế tối đa ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm của khách, đồng thời đảm bảo chương trình vẫn diễn ra suôn sẻ trong điều kiện có thể.

- Bước 6: Kết thúc chương trình và thu thập phản hồi khách hàng

Sau khi kết thúc chuyến đi, công ty tiến hành tổng kết và đánh giá chương trình. Một trong những hoạt động quan trọng là thu thập ý kiến phản hồi từ khách

hàng thông qua phiếu khảo sát, đánh giá trực tuyến hoặc trao đổi trực tiếp. Những thông tin này giúp công ty nắm bắt được mức độ hài lòng của khách đối với từng yếu tố dịch vụ, từ đó nhận diện những điểm mạnh cần phát huy cũng như những hạn chế cần cải thiện. Đây cũng là cơ sở quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ và hoàn thiện các chương trình du lịch trong tương lai.

Bên cạnh chất lượng dịch vụ tốt, chương trình còn mang lại hiệu quả kinh doanh khả quan cho Sun Travel Đà Nẵng. Trong năm qua, công ty đã tổ chức 28 đoàn với tổng cộng 1.120 lượt khách tham gia tour. Giá bán trung bình 3.690.000 đồng mỗi khách, giúp tổng doanh thu đạt khoảng 4,133 tỷ đồng. Tổng chi phí tổ chức tour khoảng 3,420 tỷ đồng và lợi nhuận thu được khoảng 713 triệu đồng, tương ứng tỷ suất lợi nhuận 17,3%.

Bảng 2.5: Tình hình kinh doanh của chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Giá trị
Số đoàn tổ chức	Đoàn	28
Tổng lượt khách	Khách	1.120
Số khách trung bình/đoàn	Khách/đoàn	40
Giá bán trung bình	Đồng/khách	3.690.000
Tổng chi phí tổ chức tour	Đồng	3.420.000.000
Lợi nhuận thu được	Đồng	712.800.000
Lợi nhuận trung bình/đoàn	Đồng/đoàn	25.457.143
Lợi nhuận trung bình/khách	Đồng/khách	636.429
Tỷ suất lợi nhuận	%	17,3%

- Công ty tổ chức được nhiều đoàn trong năm, cho thấy khả năng khai thác và điều hành tour ổn định.
- Lượng khách tham gia khá cao, phản ánh chương trình du lịch có sức thu hút đối với thị trường.
- Quy mô đoàn tương đối hợp lý, thuận lợi cho việc tổ chức và kiểm soát chất lượng dịch vụ
- Mức giá phù hợp với chương trình tour và các dịch vụ đi kèm, đảm bảo tính cạnh tranh trên thị trường.

- Doanh thu đạt hơn 4,13 tỷ đồng, cho thấy chương trình mang lại nguồn thu đáng kể cho doanh nghiệp.
- Chi phí chiếm tỷ trọng lớn do bao gồm vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các chi phí phục vụ khách.
- Công ty vẫn đạt mức lợi nhuận khá tốt sau khi trừ toàn bộ chi phí tổ chức tour.
- Mỗi đoàn mang lại hơn 25 triệu đồng lợi nhuận, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.
- Mỗi khách tham gia tour đóng góp khoảng 636 nghìn đồng lợi nhuận cho công ty.
- Tỷ suất lợi nhuận tương đối khả quan, thể hiện chương trình vừa đảm bảo chất lượng vừa mang lại hiệu quả kinh doanh tốt.

2.3.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

Trong bối cảnh ngành du lịch đang ngày càng phát triển mạnh mẽ và cạnh tranh gay gắt, chất lượng dịch vụ được xem là yếu tố cốt lõi quyết định sự thành công của doanh nghiệp lữ hành. Khi các sản phẩm du lịch ngày càng đa dạng và có nhiều điểm tương đồng về nội dung, thì trải nghiệm thực tế mà khách hàng nhận được trở thành tiêu chí quan trọng để đánh giá và lựa chọn dịch vụ. Do đó, việc không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ giúp doanh nghiệp thu hút khách hàng mới mà còn góp phần duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng cũ, tạo dựng uy tín và vị thế trên thị trường.

Đối với Công ty TNHH Sun Travel, chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” là một trong những sản phẩm chủ lực, đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu doanh thu cũng như chiến lược phát triển của công ty. Chương trình này không chỉ khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch của khu vực miền Trung mà còn góp phần quảng bá hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp đến với khách hàng. Tuy nhiên, trong quá trình tổ chức và cung ứng dịch vụ, chương trình vẫn có thể tồn tại những hạn chế nhất định do ảnh hưởng từ nhiều yếu tố như chất lượng nhà cung cấp, công tác điều hành hay sự khác biệt trong kỳ vọng của khách hàng. Chính vì vậy, việc đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ của chương trình là cần thiết nhằm xác định rõ những điểm mạnh cần phát huy cũng như những hạn chế cần khắc phục.

Để đảm bảo tính khách quan và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu, đề tài đã tiến hành khảo sát ý kiến của khách hàng đã tham gia chương trình du lịch. Dữ liệu phục vụ cho việc phân tích và đánh giá thực trạng trong nghiên cứu được thu thập thông qua phương pháp điều tra bảng hỏi với quy mô mẫu gồm 110 khách hàng. Đối tượng được lựa chọn khảo sát là những du khách đã trực tiếp tham gia và trải nghiệm thực tế chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” do Công ty TNHH Sun Travel tổ chức. Việc lựa chọn phương pháp khảo sát giúp thu thập dữ liệu trực tiếp từ đối tượng sử dụng dịch vụ, qua đó phản ánh chính xác cảm nhận và mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng yếu tố trong chương trình. Nội dung khảo sát được xây dựng dựa trên mô hình thang đo Servperf nhằm đánh giá toàn diện chất lượng dịch vụ chương trình du lịch. Thông qua việc phân tích các dữ liệu thu thập được từ khảo sát, đề tài có thể đánh giá một cách toàn diện mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng yếu tố dịch vụ cũng như chất lượng tổng thể của chương trình du lịch. Kết quả khảo sát không chỉ phản ánh thực trạng chất lượng dịch vụ tại Công ty Du lịch Sun Travel mà còn là cơ sở quan trọng để nhận diện những vấn đề còn tồn tại trong quá trình cung ứng dịch vụ. Trên cơ sở đó, đề tài sẽ đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tăng cường năng lực cạnh tranh của công ty trong thời gian tới.

2.3.2.1. Thiết kế nghiên cứu

Bảng khảo sát xây dựng dựa trên tiêu chí và được khảo sát theo thang đo Likert 5 mức độ:

1. Rất không hài lòng.
2. Không hài lòng.
3. Bình thường.
4. Hài lòng.
5. Rất hài lòng.

Các khoảng giá trị trên được xây dựng dựa trên thang đo Likert 5 mức nhằm giúp việc đánh giá và phân tích dữ liệu khảo sát trở nên dễ dàng và thống nhất hơn. Thang đo Likert thường gồm 5 mức từ 1 đến 5, tương ứng với các mức độ cảm nhận của khách hàng từ thấp đến cao. Để xác định khoảng giá trị cho từng mức đánh giá, người ta sử dụng công thức:

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Trong đó:

- 5 là giá trị lớn nhất của thang đo.
- 1 là giá trị nhỏ nhất của thang đo.
- 5 là số mức đánh giá.

Kết quả thu được là 0,8, nghĩa là mỗi mức độ đánh giá sẽ có độ rộng khoảng cách bằng 0,8. Từ đó chia thành các khoảng như sau:

- Từ 1,00 – 1,79: mức đánh giá rất không hài lòng.
- Từ 1,80 – 2,59: mức đánh giá không hài lòng.
- Từ 2,60 – 3,39: mức đánh giá bình thường.
- Từ 3,40 – 4,19: mức đánh giá hài lòng.
- Từ 4,20 – 5,00: mức đánh giá rất hài lòng.

Việc chia khoảng như vậy giúp người nghiên cứu dễ dàng xác định ý nghĩa của giá trị trung bình thu được từ khảo sát, từ đó đánh giá chính xác mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hoặc chương trình du lịch

Bảng 2.6: Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

STT	Tiêu chí	Nội dung
1	Phương tiện hữu hình	Phương tiện vận chuyển của công ty hiện đại và tiện nghi.
		Khách sạn, nhà hàng trong chương trình du lịch có cơ sở vật chất tốt.
		Nhân viên của công ty có vẻ ngoài chuyên nghiệp.
		Các tài liệu cung cấp thông tin về chương trình du lịch có tính thẩm mỹ.
2	Độ tin cậy	Công ty thực hiện đúng lịch trình như đã cam kết.
		Các dịch vụ cung cấp trong chương trình du lịch đảm bảo chất lượng như cam kết.
		Công ty giải quyết các tình huống xảy ra một cách hợp lý, đảm bảo quyền lợi của khách hàng.
		Công ty tuân thủ đúng thời gian khởi hành, di chuyển và thời lượng tham quan như đã thông báo.
		Thông tin khách hàng được ghi nhận chính xác, không có sai sót.
		Nhân viên của công ty chủ động thông báo cho khách về lịch trình của chuyến đi.

STT	Tiêu chí	Nội dung
3	Năng lực phục vụ	Các yêu cầu và thắc mắc của khách hàng được nhân viên xử lý nhanh
		Nhân viên của công ty luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng trong mọi tình huống
		Nhân viên của công ty luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu.
4	Sự đảm bảo	Sự chuyên nghiệp trong cách phục vụ của nhân viên đem lại niềm tin cho khách hàng.
		Khách hàng cảm thấy an tâm khi tham gia chương trình du lịch của công ty.
		Nhân viên của công ty ứng xử lịch thiệp, nhã nhặn và tôn trọng khách hàng.
		Nhân viên của công ty có đầy đủ kiến thức để cung cấp cho khách hàng trong suốt chuyến đi.
		Sự chuyên nghiệp trong cách phục vụ của nhân viên đem lại niềm tin cho khách hàng.
5	Sự cảm thông	Nhân viên của công ty thể hiện sự quan tâm đến từng nhu cầu cá nhân của khách hàng.
		Lịch trình được sắp xếp hợp lý, phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng.
		Nhân viên của công ty chăm sóc tận tình cho từng khách hàng trong suốt chuyến đi.
		Công ty luôn đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu trong việc cung cấp dịch vụ.
		Nhân viên của công ty chủ động tìm hiểu nhu cầu, sở thích của từng khách hàng để đáp ứng.
6	Mức độ hài lòng của khách hàng	Chất lượng dịch vụ tương xứng với số tiền tôi đã chi trả cho chuyến đi.
		Tôi sẽ ưu tiên lựa chọn công ty này cho những hành trình trong tương lai.
		Tôi sẽ nhiệt tình giới thiệu chương trình du lịch của công ty cho người quen và bạn bè.

2.3.2.2. Kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”

Bảng 2.7 Đặc điểm nhân khẩu học của mẫu khảo sát

Chỉ tiêu phân loại	Phân nhóm	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	54	49,1%
	Nữ	56	50,9%
Độ tuổi	Từ 18 - 25 tuổi	105	95,5%
	Từ 26 - 40 tuổi	5	4,5%
	Trên 40 tuổi	0	0
Khu vực sinh sống	Miền Trung	105	95,5%
	Miền Bắc	3	2,7%
	Miền Nam	2	1,8%

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Bảng khảo sát cho thấy mẫu điều tra có sự phân bố khá đồng đều về giới tính. Trong tổng số 110 khách được khảo sát, có 54 nam, chiếm 49,1% và 56 nữ, chiếm 50,9%. Tỷ lệ này cho thấy số lượng khách nam và nữ tham gia khảo sát không có sự chênh lệch lớn, giúp kết quả thu thập được mang tính khách quan và phản ánh tương đối đầy đủ ý kiến của cả hai nhóm khách hàng.

Về độ tuổi, nhóm khách từ 18 – 25 tuổi chiếm tỷ lệ áp đảo với 105 người, tương ứng 95,5% tổng số mẫu khảo sát. Trong khi đó, nhóm từ 26 – 40 tuổi chỉ có 5 người, chiếm 4,5%, và không có khách nào trên 60 tuổi tham gia khảo sát. Điều này cho thấy khách hàng sử dụng chương trình du lịch chủ yếu là giới trẻ, đặc biệt là sinh viên hoặc người trẻ tuổi có nhu cầu du lịch trải nghiệm, khám phá và mức độ quan tâm cao đến các chương trình du lịch trong nước. Đồng thời, cơ cấu này cũng phản ánh chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” phù hợp nhiều hơn với nhóm khách trẻ nhờ lịch trình năng động, chi phí hợp lý và điểm đến hấp dẫn.

Xét về khu vực sinh sống, khách hàng đến từ miền Trung chiếm tỷ lệ cao nhất với 110 người, tương ứng 95,5%. Trong khi đó, khách đến từ miền Bắc chỉ có 3 người, chiếm 2,7% và miền Nam có 2 người, chiếm 1,8%. Kết quả này cho thấy thị trường khách của công ty hiện nay chủ yếu tập trung tại khu vực miền Trung. Đây là lợi thế giúp công ty dễ dàng tiếp cận khách hàng và tổ chức chương trình du lịch

thuận lợi hơn về khoảng cách địa lý cũng như chi phí. Tuy nhiên, tỷ lệ khách từ các khu vực khác còn khá thấp, cho thấy công ty vẫn chưa khai thác mạnh thị trường miền Bắc và miền Nam. Điều này đặt ra yêu cầu cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá, mở rộng thị trường và đa dạng hóa đối tượng khách hàng trong thời gian tới.

a. Phương tiện hữu hình

Bảng 2.8: Kết quả khảo sát phương tiện hữu hình chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế.”

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Phương tiện vận chuyển của công ty hiện đại và tiện nghi.	0,9	7,3	8,2	27,3	56,3	4,31
2	Khách sạn, nhà hàng trong chương trình du lịch có cơ sở vật chất tốt.	0	0,9	9,1	36,6	53,4	4,45
3	Nhân viên của công ty có vẻ ngoài chuyên nghiệp.	0	1,8	9,1	35,5	53,6	4,41
4	Các tài liệu cung cấp thông tin về chương trình du lịch có tính thẩm mỹ.	0	6,4	6,4	30,9	56,3	4,37

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Dựa trên kết quả khảo sát về các yếu tố phương tiện hữu hình trong chương trình du lịch, có thể nhận thấy khách hàng nhìn chung đánh giá ở mức rất hài lòng, với điểm trung bình của các tiêu chí dao động từ 4,31 đến 4,45. Tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “hài lòng” và “rất hài lòng” chiếm ưu thế rõ rệt ở tất cả các tiêu chí, phần lớn đều vượt trên 80%, thậm chí có tiêu chí đạt trên 90%. Điều này cho thấy các yếu tố hữu hình trong chương trình đã đáp ứng tốt kỳ vọng và nhu cầu của khách hàng.

Trong số các nội dung được khảo sát, yếu tố liên quan đến cơ sở vật chất của khách sạn và nhà hàng có mức đánh giá cao nhất, với điểm trung bình đạt 4,45 và tỷ lệ khách hàng hài lòng chiếm đa số. Kết quả này phản ánh rằng công ty đã có sự lựa chọn phù hợp về đối tác cung cấp dịch vụ lưu trú và ăn uống, đảm bảo chất lượng cơ sở vật chất cũng như điều kiện phục vụ khách trong suốt hành trình.

Bên cạnh đó, các yếu tố như hình ảnh nhân viên và tính thẩm mỹ của tài liệu chương trình cũng nhận được nhiều đánh giá tích cực, với điểm trung bình đều trên 4,3. Điều này cho thấy công ty không chỉ chú trọng đến chất lượng dịch vụ cốt lõi mà còn quan tâm đến các yếu tố hỗ trợ như hình ảnh, tác phong và cách thức cung cấp

thông tin cho khách hàng, qua đó góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp và tạo ấn tượng tốt.

Tuy nhiên, đối với phương tiện vận chuyển, mặc dù vẫn được đánh giá ở mức tốt, nhưng tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “bình thường” và “không hài lòng” cao hơn so với các tiêu chí còn lại. Điều này cho thấy chất lượng phương tiện chưa thực sự đồng đều giữa các chuyến đi, có thể chịu ảnh hưởng từ việc sử dụng dịch vụ thuê ngoài hoặc sự khác biệt về điều kiện phương tiện.

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy các yếu tố phương tiện hữu hình đã được công ty quan tâm đầu tư và đạt được mức độ hài lòng cao từ phía khách hàng. Tuy nhiên, để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, công ty cần chú trọng cải thiện tính đồng nhất, đặc biệt ở yếu tố vận chuyển, đồng thời tiếp tục duy trì và phát huy những điểm mạnh hiện có nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

b. Độ tin cậy

*Bảng 2.9 : Kết quả khảo sát độ tin cậy chương trình du lịch
“Đà Nẵng – Hội An – Huế”*

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Công ty thực hiện đúng lịch trình như đã cam kết.	0	5,5	12,7	27,3	54,5	4,31
2	Các dịch vụ cung cấp trong chương trình du lịch đảm bảo chất lượng như cam kết.	0	0,9	11,8	36,4	50,9	4,37
3	Công ty giải quyết các tình huống xảy ra một cách hợp lý, đảm bảo quyền lợi của khách hàng.	0,9	2,7	11,8	26,4	58,2	4,38
4	Công ty tuân thủ đúng thời gian khởi hành, di chuyển và thời lượng tham quan như đã thông báo.	0	4,5	15,5	25,5	54,5	4,30
5	Thông tin khách hàng được ghi nhận chính xác, không có sai sót.	0,9	2,7	14,5	26,4	55,5	4,33

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Dựa trên kết quả khảo sát, các yếu tố thuộc nhóm độ tin cậy của chương trình du lịch được khách hàng đánh giá ở mức rất hài lòng, với điểm trung bình các tiêu chí dao động từ 4,30 đến 4,38. Nhìn chung, tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “rất hài lòng” chiếm ưu thế ở tất cả các tiêu chí, dao động từ 50,9% đến 58,2%, trong khi mức

“hài lòng” chiếm từ 25,5% đến 36,4%. Tổng tỷ lệ đánh giá tích cực ở mức 4 và 5 đều đạt trên 80%, cho thấy phần lớn khách hàng có cảm nhận tốt về mức độ đáng tin cậy, tính chính xác và khả năng thực hiện đúng cam kết của công ty trong quá trình tổ chức chương trình du lịch.

Cụ thể, tiêu chí “công ty giải quyết các tình huống xảy ra một cách hợp lý, đảm bảo quyền lợi của khách hàng” đạt điểm trung bình cao nhất là 4,38, với tỷ lệ “rất hài lòng” lên đến 58,2% và “hài lòng” là 26,4%. Điều này phản ánh khả năng xử lý vấn đề của công ty được khách hàng đánh giá cao, góp phần củng cố niềm tin và tạo sự yên tâm cho du khách trong suốt hành trình. Bên cạnh đó, tiêu chí “các dịch vụ cung cấp trong chương trình du lịch đảm bảo chất lượng như cam kết” cũng đạt mức đánh giá tốt với điểm trung bình 4,37, trong đó tỷ lệ “rất hài lòng” chiếm 50,9% và “hài lòng” chiếm 36,4%. Kết quả này cho thấy công ty đã thực hiện khá tốt những cam kết ban đầu, mang đến cho khách hàng cảm giác tin tưởng khi sử dụng dịch vụ.

Ngoài ra, tiêu chí “công ty thực hiện đúng lịch trình như đã cam kết” và “công ty tuân thủ đúng thời gian khởi hành, di chuyển và thời lượng tham quan” đều đạt điểm trung bình lần lượt là 4,31 và 4,30, với tỷ lệ “rất hài lòng” cùng ở mức 54,5%. Điều này cho thấy công ty có sự tổ chức khá chặt chẽ, đảm bảo chương trình diễn ra đúng kế hoạch và hạn chế những thay đổi ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng.

Bên cạnh đó, tiêu chí “thông tin khách hàng được ghi nhận chính xác, không có sai sót” đạt điểm trung bình 4,33, với 55,5% khách hàng đánh giá “rất hài lòng”. Đây là minh chứng cho việc công ty đã thực hiện tốt công tác quản lý thông tin, góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp và tạo dựng uy tín đối với khách hàng.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại một tỷ lệ nhỏ khách hàng đánh giá ở mức “bình thường”, dao động từ 11,8% đến 15,5%, và một số ít “không hài lòng”, từ 0,9% đến 5,5%. Điều này cho thấy trong một số trường hợp, chương trình vẫn còn xảy ra những sai sót nhỏ hoặc chưa đáp ứng hoàn toàn kỳ vọng của khách hàng về mức độ chính xác và nhất quán trong cung cấp dịch vụ.

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy công ty đã thực hiện khá tốt các yếu tố thuộc nhóm độ tin cậy, thể hiện qua khả năng cung cấp dịch vụ đúng cam kết, xử lý tình huống hiệu quả và đảm bảo tính chính xác trong quá trình phục vụ. Đây là cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp xây dựng niềm tin và nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, để hoàn thiện hơn nữa, công ty cần tiếp tục duy trì sự nhất quán

trong chất lượng dịch vụ, hạn chế sai sót phát sinh và không ngừng nâng cao uy tín trong mắt khách hàng.

c. Năng lực phục vụ

Bảng 2.10: Kết quả khảo sát năng lực phục vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Nhân viên của công ty chủ động thông báo cho khách về lịch trình của chuyến đi.	0	7,3	11,8	25,5	55,4	4,29
2	Các yêu cầu và thắc mắc của khách hàng được nhân viên xử lý nhanh	0	1,8	10,9	30,3	57	4,43
3	Nhân viên của công ty luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng trong mọi tình huống	0,9	2,7	15,5	24,5	55,5	4,31
4	Nhân viên của công ty luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu.	0	5,5	9,1	25,5	59,9	4,39

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá cao đối với các yếu tố thuộc nhóm năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên trong chương trình du lịch, với điểm trung bình các tiêu chí dao động từ 4,29 đến 4,43. Tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “rất hài lòng” chiếm ưu thế rõ rệt, nằm trong khoảng từ 55,4% đến 59,9%, trong khi mức “hài lòng” dao động từ 24,5% đến 30,3%. Điều này cho thấy phần lớn khách hàng đều có nhận xét tích cực về trình độ chuyên môn, khả năng phục vụ, kỹ năng giao tiếp và mức độ hỗ trợ của nhân viên trong suốt hành trình.

Trong đó, tiêu chí liên quan đến khả năng xử lý nhanh các yêu cầu và thắc mắc của khách hàng đạt mức đánh giá cao nhất với điểm trung bình 4,43. Kết quả này phản ánh đội ngũ nhân viên có khả năng phản ứng kịp thời, xử lý tình huống linh hoạt và giải quyết vấn đề hiệu quả, góp phần hạn chế những gián đoạn phát sinh trong quá trình tham gia tour. Việc có đến 57% khách hàng đánh giá “rất hài lòng” cũng cho thấy sự ghi nhận tích cực của khách hàng đối với năng lực làm việc của nhân viên.

Tiêu chí “nhân viên luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu” cũng đạt kết quả nổi bật với điểm trung bình 4,39 và tỷ lệ “rất hài lòng” cao nhất là 59,9%. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên không chỉ hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn mà

còn thể hiện tinh thần trách nhiệm cao, luôn chú trọng đến nhu cầu và cảm nhận của khách hàng trong quá trình phục vụ.

Ngoài ra, các tiêu chí về sự chủ động thông báo lịch trình đạt 4,29 điểm và sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng trong mọi tình huống đạt 4,31 điểm cũng nhận được đánh giá tích cực, với tỷ lệ “rất hài lòng” ở mức 55,5% và 55,4 %. Những kết quả này chứng tỏ nhân viên có tác phong làm việc chủ động, khả năng phối hợp tốt và luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Đây là những yếu tố quan trọng thể hiện năng lực phục vụ chuyên nghiệp trong lĩnh vực du lịch.

Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận khách hàng đánh giá ở mức “bình thường”, dao động từ 9,1% đến 15,5%, và một tỷ lệ nhỏ chưa hài lòng, từ 1,8% đến 7,3%. Điều này cho thấy chất lượng phục vụ chưa hoàn toàn đồng đều giữa các nhân viên, có thể xuất phát từ sự khác biệt về kinh nghiệm thực tế, kỹ năng xử lý tình huống hoặc phong cách giao tiếp.

Nhìn chung, nhóm yếu tố năng lực phục vụ được khách hàng đánh giá tích cực và là một trong những điểm mạnh góp phần nâng cao chất lượng chương trình du lịch. Để tiếp tục phát huy lợi thế này, công ty cần chú trọng đào tạo chuyên môn, nâng cao kỹ năng giao tiếp, khả năng xử lý tình huống và duy trì sự nhất quán trong phong cách phục vụ nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn kỳ vọng của khách hàng.

d. Sự đảm bảo

Bảng 2.11: Kết quả khảo sát sự đảm bảo chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Sự chuyên nghiệp trong cách phục vụ của nhân viên đem lại niềm tin cho khách hàng.	0	4,5	14,5	31,8	49,1	4,25
2	Khách hàng cảm thấy an tâm khi tham gia chương trình du lịch của công ty.	0,9	0,9	10,9	28,2	59,1	4,43
3	Nhân viên của công ty ứng xử lịch thiệp, nhã nhặn và tôn trọng khách hàng.	1,8	3,6	8,2	29,1	57,3	4,36
4	Nhân viên của công ty có đầy đủ kiến thức để cung cấp cho khách hàng trong suốt chuyến đi.	0	3,6	10,0	31,8	54,6	4,37

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá cao đối với sự đảm bảo trong chương trình du lịch của công ty, với điểm trung bình các tiêu chí dao động từ 4,25 đến 4,43. Tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “rất hài lòng” chiếm ưu thế, nằm trong khoảng từ 49,1% đến 59,1%, trong khi mức “hài lòng” dao động từ 28,2% đến 31,8%. Điều này cho thấy phần lớn khách hàng cảm thấy tin tưởng và yên tâm khi sử dụng dịch vụ của công ty.

Trong đó, tiêu chí khách hàng cảm thấy an tâm khi tham gia chương trình du lịch đạt mức đánh giá cao nhất với điểm trung bình 4,43. Kết quả này phản ánh khả năng tổ chức tốt và tạo dựng niềm tin vững chắc từ phía doanh nghiệp. Tỷ lệ 59,1% khách hàng chọn mức “rất hài lòng” cũng cho thấy yếu tố an toàn và tin cậy được đảm bảo hiệu quả.

Tiêu chí nhân viên có đầy đủ kiến thức để cung cấp cho khách hàng trong suốt chuyến đi đạt điểm trung bình 4,37, với 54,6% khách hàng đánh giá “rất hài lòng”. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên có chuyên môn tốt, góp phần củng cố sự tin tưởng và giúp khách hàng yên tâm hơn trong suốt hành trình.

Bên cạnh đó, tiêu chí nhân viên ứng xử lịch thiệp, nhã nhặn và tôn trọng khách hàng đạt điểm trung bình 4,36, với tỷ lệ “rất hài lòng” là 57,3%. Kết quả này cho thấy yếu tố thái độ và cách giao tiếp của nhân viên cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo cảm giác an toàn và tin cậy cho khách hàng.

Tuy nhiên, tiêu chí về sự chuyên nghiệp trong cách phục vụ của nhân viên có điểm trung bình thấp nhất là 4,25, với tỷ lệ “rất hài lòng” đạt 49,1%. Mặc dù vẫn ở mức tốt, nhưng kết quả này cho thấy vẫn còn dư địa để cải thiện nhằm nâng cao tính đồng bộ và chuẩn mực trong quá trình phục vụ.

Ngoài ra, vẫn có một tỷ lệ nhỏ khách hàng đánh giá ở mức “bình thường” (từ 8,2% đến 14,5%) và rất ít khách hàng chưa hài lòng. Điều này cho thấy chất lượng đảm bảo chưa hoàn toàn đồng đều, có thể do sự khác biệt về kỹ năng hoặc kinh nghiệm giữa các nhân viên.

Tổng thể, yếu tố sự đảm bảo được khách hàng đánh giá tích cực và là một trong những điểm mạnh của công ty. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần tiếp tục nâng cao tính chuyên nghiệp và duy trì sự ổn định trong chất lượng phục vụ để đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của khách hàng.

e. Sự cảm thông

Bảng 2.12: Kết quả khảo sát sự cảm thông chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Nhân viên của công ty thể hiện sự quan tâm đến từng nhu cầu cá nhân của khách hàng.	0,9	4,5	13,6	24,5	56,4	4,31
2	Lịch trình được sắp xếp hợp lý, phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng.	0	2,7	7,3	35,5	54,5	4,40
3	Nhân viên của công ty chăm sóc tận tình cho từng khách hàng trong suốt chuyến đi.	0	6,4	10,0	22,7	60,9	4,38
4	Công ty luôn đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu trong việc cung cấp dịch vụ.	0,9	2,7	12,7	30,9	52,7	4,32
5	Nhân viên của công ty chủ động tìm hiểu nhu cầu, sở thích của từng khách hàng để đáp ứng.	0	1,8	14,5	27,3	56,4	4,38

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng có đánh giá tích cực đối với yếu tố sự đồng cảm trong chương trình du lịch của công ty, với điểm trung bình các tiêu chí dao động từ 4,31 đến 4,40. Tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “rất hài lòng” chiếm tỷ trọng cao, từ 52,7% đến 60,9%, trong khi mức “hài lòng” dao động từ 22,7% đến 35,5%. Điều này phản ánh rằng phần lớn khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và thấu hiểu trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Trong các tiêu chí, nội dung về việc xây dựng lịch trình phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng đạt điểm trung bình cao nhất là 4,40. Kết quả này cho thấy công ty đã có sự linh hoạt trong thiết kế chương trình, đáp ứng tương đối tốt mong đợi của nhiều đối tượng khách khác nhau.

Bên cạnh đó, tiêu chí liên quan đến sự tận tình của nhân viên trong suốt chuyến đi cũng nhận được đánh giá rất cao, với điểm trung bình 4,38 và tỷ lệ “rất hài lòng” lên tới 60,9%. Điều này thể hiện rõ sự chu đáo và tinh thần trách nhiệm của đội ngũ nhân viên khi phục vụ khách hàng.

Tiêu chí về việc nhân viên chủ động tìm hiểu nhu cầu và sở thích của khách hàng cũng đạt điểm trung bình 4,38, cho thấy nhân viên đã có sự chủ động nhất định trong việc cá nhân hóa trải nghiệm dịch vụ. Tuy nhiên, mức độ thể hiện sự quan tâm đến từng nhu cầu cá nhân của khách hàng có điểm trung bình thấp hơn (4,31), cho thấy vẫn còn khả năng cải thiện để đáp ứng sâu sát hơn từng đối tượng khách.

Ngoài ra, tiêu chí công ty đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu đạt điểm trung bình 4,32, phản ánh định hướng phục vụ lấy khách hàng làm trung tâm đã được triển khai khá rõ ràng, nhưng vẫn cần tiếp tục duy trì và củng cố.

Mặc dù đa số ý kiến là tích cực, vẫn còn một tỷ lệ nhỏ khách hàng đánh giá ở mức trung bình (7,3% đến 14,5%) và rất ít ý kiến chưa hài lòng. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ chưa hoàn toàn đồng đều giữa các trường hợp phục vụ.

Nhìn chung, yếu tố sự đồng cảm được đánh giá tốt và góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng. Tuy nhiên, công ty nên tiếp tục tăng cường khả năng thấu hiểu nhu cầu cá nhân và duy trì sự nhất quán trong phong cách phục vụ để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ.

g. Mức độ hài lòng của khách hàng

Bảng 2.13. Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”

STT	Nội dung	Mức đánh giá					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Chất lượng dịch vụ tương xứng với số tiền tôi đã chi trả cho chuyến đi.	0	8,2	11,8	24,5	55,5	4,27
2	Tôi sẽ ưu tiên lựa chọn công ty này cho những hành trình trong tương lai.	0	1,8	9,1	32,7	56,4	4,44
3	Tôi sẽ nhiệt tình giới thiệu chương trình du lịch của công ty cho người quen và bạn bè.	0	5,5	13,6	21,8	59,1	4,35

(Nguồn: Sinh viên tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với chương trình du lịch của công ty ở mức cao, với điểm trung bình các tiêu chí dao động từ 4,27 đến 4,44. Tỷ lệ khách hàng lựa chọn mức “rất hài lòng” chiếm ưu thế rõ rệt, nằm trong khoảng từ 55,5% đến 59,1%, trong khi mức “hài lòng” dao động từ

21,8% đến 32,7%. Điều này cho thấy đa số khách hàng có trải nghiệm tích cực và đánh giá tốt về dịch vụ mà công ty cung cấp.

Trong đó, tiêu chí về việc khách hàng sẵn sàng tiếp tục lựa chọn công ty cho những hành trình trong tương lai đạt điểm trung bình cao nhất là 4,44, với 56,4% khách hàng đánh giá “rất hài lòng”. Kết quả này phản ánh mức độ tin tưởng và ý định quay lại sử dụng dịch vụ của khách hàng là khá cao, cho thấy công ty đã tạo được ấn tượng tốt sau chuyến đi.

Tiêu chí về việc sẵn sàng giới thiệu chương trình du lịch cho người quen và bạn bè cũng đạt điểm trung bình cao, ở mức 4,35, với 59,1% khách hàng “rất hài lòng”. Điều này cho thấy khách hàng không chỉ hài lòng mà còn có xu hướng lan tỏa trải nghiệm tích cực, góp phần nâng cao uy tín của công ty.

Trong khi đó, tiêu chí chất lượng dịch vụ tương xứng với chi phí mà khách hàng bỏ ra có điểm trung bình thấp hơn, đạt 4,27, với 55,5% khách hàng đánh giá “rất hài lòng”. Mặc dù vẫn ở mức tốt, kết quả này cho thấy một bộ phận khách hàng vẫn còn cân nhắc về sự tương xứng giữa giá trị nhận được và chi phí đã chi trả.

Ngoài ra, vẫn tồn tại một tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức “bình thường” (từ 9,1% đến 13,6%) và một phần nhỏ ở mức chưa hài lòng. Điều này cho thấy trải nghiệm của khách hàng chưa hoàn toàn đồng nhất, có thể chịu ảnh hưởng từ kỳ vọng cá nhân hoặc các yếu tố cụ thể trong chuyến đi.

Tổng thể, mức độ hài lòng của khách hàng đối với chương trình du lịch là tích cực, đặc biệt thể hiện qua ý định quay lại và giới thiệu cho người khác. Tuy nhiên, công ty cần chú trọng hơn đến việc nâng cao giá trị cảm nhận so với chi phí để gia tăng sự hài lòng toàn diện và bền vững.

2.4. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

2.4.1. Kết quả đạt được

Chương trình du lịch Đà Nẵng Hội An Huế tại Công ty Du lịch Sun Travel đã đạt được những kết quả rất khả quan, thể hiện rõ qua mức độ hài lòng và sự tin tưởng cao của khách hàng tham gia khảo sát. Điểm nổi bật nhất của chương trình nằm ở chất lượng các yếu tố hữu hình, đặc biệt là hệ thống khách sạn và nhà hàng với điểm đánh giá trung bình lên tới 4,45. Điều này cho thấy công ty đã có sự lựa chọn kỹ lưỡng trong việc liên kết với các đối tác uy tín, mang đến cho du khách không gian

lưu trú tiện nghi, sạch sẽ, hiện đại cùng với những trải nghiệm ẩm thực phong phú, đậm đà bản sắc địa phương.

Bên cạnh đó, đội ngũ nhân viên đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ khi nhận được nhiều phản hồi tích cực từ khách hàng. Nhân viên luôn thể hiện thái độ phục vụ tận tâm, thân thiện, khả năng xử lý tình huống linh hoạt. Việc chủ động hỗ trợ, giải đáp thắc mắc một cách nhanh chóng và chu đáo đã giúp khách hàng cảm thấy an tâm và tin tưởng trong suốt hành trình.

Ngoài ra, chương trình tour được thiết kế hợp lý về mặt thời gian và nội dung, đảm bảo sự cân đối giữa tham quan, nghỉ ngơi và trải nghiệm. Các điểm đến được lựa chọn có sự kết hợp hài hòa giữa giá trị văn hóa, lịch sử và các hoạt động giải trí, từ đó đáp ứng nhu cầu đa dạng của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Công tác tổ chức và điều hành tour cũng được thực hiện một cách chuyên nghiệp, từ khâu chuẩn bị đến quá trình phục vụ, góp phần tạo nên sự suôn sẻ và chất lượng chung của chương trình.

Không chỉ dừng lại ở chất lượng dịch vụ, chương trình còn mang lại giá trị cảm xúc tích cực cho du khách khi nhiều người cảm thấy thoải mái, thư giãn và có những trải nghiệm đáng nhớ. Chính điều này đã góp phần gia tăng mức độ trung thành của khách hàng, khi phần lớn đều sẵn sàng quay lại sử dụng dịch vụ và giới thiệu cho người thân, bạn bè. Những kết quả đạt được là minh chứng rõ ràng cho nỗ lực không ngừng của Công ty Du lịch Sun Travel trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm và khẳng định vị thế trên thị trường du lịch

2.4.2. Hạn chế

Mặc dù chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Sun Travel nhận được nhiều phản hồi tích cực, kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định ảnh hưởng đến trải nghiệm tổng thể của du khách.

Tiêu chí về sự chuyên nghiệp trong phục vụ của nhân viên có mức điểm trung bình thấp nhất, đạt 4,25 điểm. Dù đa số khách hàng ghi nhận thái độ tích cực của nhân sự, chất lượng phục vụ giữa các nhân viên đôi lúc chưa thật sự đồng đều. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao tác phong, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống để tăng mức độ tin tưởng của khách hàng.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ giữa các đoàn khách và thời điểm tổ chức tour chưa hoàn toàn đồng đều, thể hiện qua tỷ lệ 9,1% đến 13,6% khách hàng đánh

giá ở mức bình thường hoặc chưa hài lòng. Điều này phản ánh trải nghiệm của khách vẫn có sự khác biệt và chưa duy trì được tính ổn định trong suốt quá trình phục vụ.

Xét về năng lực hữu hình, dù hệ thống lưu trú và ăn uống đạt sự tín nhiệm cao, phương tiện vận chuyển lại chưa đạt được sự đồng bộ cần thiết. Chỉ số tiện nghi của phương tiện đạt mức thấp nhất nhóm (4,31 điểm) với tỷ lệ chưa hài lòng chiếm 8,2%, phản ánh sự chênh lệch lớn về tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh giữa đội xe của công ty và xe thuê ngoài trong mùa cao điểm.

Sự thiếu chủ động của đội ngũ nhân sự cũng là một rào cản đáng kể. Tiêu chí “Nhân viên chủ động thông báo lịch trình” ghi nhận mức điểm khá khiêm tốn là 4,29 điểm, khiến 7,3% du khách cảm thấy bị động trước những thay đổi về thời gian hoặc kế hoạch tham quan phát sinh ngoài dự kiến.

Đi sâu vào tính chuyên nghiệp, điểm trung bình cho sự phục vụ của nhân viên ghi nhận mức thấp là 4,25 điểm, đồng thời có đến 14,5% khách hàng chỉ đánh giá ở mức “Bình thường”. Kết quả này phản ánh sự thiếu nhất quán trong quy trình đào tạo, đặc biệt là khoảng cách kỹ năng giữa nhân sự kỳ cựu và đội ngũ cộng tác viên thời vụ.

Song song với đó, khả năng cá nhân hóa trải nghiệm vẫn là thách thức lớn khi tiêu chí “Quan tâm đến nhu cầu cá nhân” đạt điểm thấp nhất nhóm cảm thông (4,31 điểm). Do thiếu biện pháp phân đoạn khách hàng hiệu quả, doanh nghiệp chưa thấu hiểu sâu sát đặc điểm vùng miền hay thói quen của từng cá nhân, dẫn đến sự thiếu linh hoạt trong điều chỉnh thực đơn và nhịp độ di chuyển.

Cuối cùng, tất cả các yếu tố trên đã tác động trực tiếp đến nhận thức của khách hàng về giá trị kinh tế của chuyến đi. Tiêu chí đánh giá sự tương xứng giữa chất lượng dịch vụ và chi phí bỏ ra đứng ở mức thấp nhất phần hài lòng chung với 4,27 điểm và 8,2% tỷ lệ không hài lòng, gây áp lực lên uy tín và vị thế cạnh tranh lâu dài của công ty.

2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế

Nguyên nhân dẫn đến những hạn chế trong chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch xuất phát từ sự kết hợp của nhiều yếu tố chủ quan lẫn khách quan, tác động trực tiếp đến trải nghiệm thực tế của du khách. Trước hết, sự phụ thuộc đáng kể vào các đơn vị cung ứng bên thứ ba là một trong những rào cản lớn nhất đối với việc kiểm soát chất lượng đồng bộ. Do nguồn lực về phương tiện vận chuyển tự có của

công ty còn hạn chế, việc phải thuê ngoài xe và đội ngũ tài xế vào những mùa cao điểm du lịch đã tạo ra những lỗ hổng trong quy trình giám sát. Điều này dẫn đến tình trạng tiêu chuẩn về thái độ phục vụ, kỹ năng giao tiếp và vệ sinh phương tiện không đồng nhất, khiến trải nghiệm của khách hàng giữa các đoàn khách có sự chênh lệch rõ rệt.

Song song với đó, vấn đề quản trị nguồn nhân lực cũng đóng vai trò quyết định khi quy trình đào tạo và chuẩn hóa nghiệp vụ chưa thực sự theo kịp tốc độ phát triển. Sự khác biệt về kinh nghiệm thực chiến và khả năng nhạy bén trong xử lý tình huống phát sinh giữa nhóm nhân viên kỳ cựu và đội ngũ nhân sự mới hoặc cộng tác viên thời vụ đã làm nảy sinh những khoảng cách về chất lượng phục vụ. Khi một quy trình phục vụ chưa được đồng bộ hóa tuyệt đối, dịch vụ cung cấp đôi khi mới chỉ dừng lại ở mức hoàn thành nhiệm vụ mà chưa đạt tới sự tinh tế và chuyên nghiệp để tạo ra giá trị gia tăng vượt trội cho khách hàng.

Bên cạnh các yếu tố nội tại, sự đa dạng và khác biệt trong kỳ vọng cá biệt của từng nhóm du khách cũng là một thách thức không nhỏ. Mỗi đối tượng khách hàng với những đặc điểm riêng về vùng miền, lứa tuổi và thói quen tiêu dùng sẽ có những tiêu chuẩn đánh giá sự hài lòng rất khác nhau. Khi chương trình du lịch chưa được cá nhân hóa sâu sắc hoặc thiếu các biện pháp phân đoạn khách hàng hiệu quả, việc đáp ứng trọn vẹn mọi mong đợi cụ thể trở nên khó khăn hơn, dẫn đến những đánh giá chưa cao về mức độ tương xứng giữa chi phí và chất lượng nhận được.

Cuối cùng, không thể không kể đến những áp lực từ môi trường ngoại cảnh nằm ngoài tầm kiểm soát trực tiếp của doanh nghiệp. Tình trạng quá tải tại các điểm di sản trọng điểm trong mùa du lịch, sự biến động thất thường của thời tiết miền Trung và các vấn đề hạ tầng giao thông đô thị thường xuyên gây ra những thay đổi đột ngột về lịch trình. Những tác động khách quan này, dù không xuất phát từ sai sót của công ty, nhưng lại trực tiếp làm giảm tính liên tục và sự thoải mái trong hành trình, đòi hỏi công ty phải có những chiến lược quản trị rủi ro linh hoạt và dự phòng chặt chẽ hơn để bảo vệ uy tín thương hiệu và duy trì sự hài lòng bền vững cho du khách.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “ĐÀ NẴNG – HỘI AN – HUẾ” TẠI CÔNG TY TNHH SUN TRAVEL

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty TNHH Sun Travel trong thời gian tới

Trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng phát triển và mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp lữ hành ngày càng cao, Công ty TNHH Sun Travel định hướng phát triển theo hướng chuyên nghiệp, nâng cao chất lượng dịch vụ và xây dựng thương hiệu uy tín trên thị trường. Công ty xác định chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng nhằm tạo sự khác biệt và nâng cao khả năng cạnh tranh đối với các doanh nghiệp cùng ngành.

Trong thời gian tới, Sun Travel tiếp tục tập trung khai thác các chương trình du lịch nội địa, đặc biệt là các tuyến du lịch miền Trung như “Đà Nẵng – Hội An – Huế”, bởi đây là sản phẩm thu hút được nhiều khách hàng và mang lại doanh thu ổn định cho công ty. Bên cạnh việc duy trì các chương trình hiện có, công ty còn hướng đến việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch thông qua việc kết hợp các loại hình du lịch trải nghiệm, nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa và du lịch kết hợp team building nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Ngoài ra, công ty cũng chú trọng đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua các hoạt động đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống cho đội ngũ nhân viên và hướng dẫn viên. Đồng thời, Sun Travel tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý, điều hành tour và quảng bá sản phẩm du lịch nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và khả năng tiếp cận khách hàng.

Bên cạnh mục tiêu nâng cao doanh thu và lợi nhuận, công ty còn hướng đến việc xây dựng hình ảnh doanh nghiệp uy tín, chuyên nghiệp và tạo được sự hài lòng cao đối với khách hàng. Đây được xem là định hướng quan trọng giúp Sun Travel phát triển bền vững trong thời gian tới.

3.1.2. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch

Chất lượng dịch vụ là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của khách hàng và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành. Trong lĩnh vực du lịch, khách hàng không chỉ quan tâm đến giá cả mà còn chú trọng đến trải

những thực tế trong suốt quá trình tham gia chương trình du lịch. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ có ý nghĩa rất quan trọng đối với Công ty TNHH Sun Travel.

Thông qua kết quả khảo sát, phần lớn khách hàng đều đánh giá tích cực đối với chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”, với nhiều tiêu chí đạt điểm trung bình trên 4,0. Điều này cho thấy chương trình du lịch cơ bản đáp ứng được nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng. Tuy nhiên, vẫn còn một số tiêu chí có mức điểm chưa thật sự nổi bật như khả năng chủ động thông báo lịch trình cho khách hay mức độ hỗ trợ khách hàng trong mọi tình huống. Vì vậy, việc tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ là cần thiết nhằm cải thiện những hạn chế còn tồn tại và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ giúp doanh nghiệp gia tăng mức độ hài lòng và lòng trung thành của khách hàng mà còn góp phần xây dựng hình ảnh và uy tín thương hiệu trên thị trường. Khi khách hàng có trải nghiệm tích cực, họ sẽ có xu hướng quay lại sử dụng dịch vụ hoặc giới thiệu cho người thân và bạn bè, từ đó giúp công ty mở rộng thị trường và tăng khả năng cạnh tranh.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ tốt còn giúp doanh nghiệp hạn chế các khiếu nại phát sinh trong quá trình tổ chức tour, nâng cao hiệu quả điều hành và tiết kiệm chi phí xử lý sự cố. Đây cũng là yếu tố góp phần nâng cao doanh thu và lợi nhuận cho công ty trong dài hạn.

3.1.3. Những hạn chế còn tồn tại trong chất lượng dịch vụ của chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”

Mặc dù chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” nhận được sự phản hồi tích cực, song để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, Công ty Sun Travel cần tập trung giải quyết các nút thắt sau :

- **Về công tác tương tác và thông tin:** Việc cập nhật lịch trình và các thay đổi phát sinh đôi lúc chưa kịp thời, khiến khách hàng rơi vào thế bị động trong việc nắm bắt thời gian và hành trình .
- **Về kỹ năng xử lý tình huống:** Đội ngũ nhân sự đôi khi thiếu sự linh hoạt và nhạy bén khi đối mặt với các sự cố bất ngờ, đặc biệt là trong giai đoạn cao điểm du lịch .
- **Về chất lượng dịch vụ cơ bản:** Sự thiếu đồng nhất giữa các nhà cung cấp về thực đơn ẩm thực, tiêu chuẩn phương tiện và tình trạng quá tải tại các điểm lưu trú

vẫn là rào cản đối với tính ổn định của chất lượng tour .

- **Về quy trình vận hành và phản hồi:** Công tác phối hợp nội bộ chưa thực sự chặt chẽ trong khâu kiểm soát dịch vụ trước tour, đi kèm với đó là quy trình tiếp nhận và xử lý ý kiến sau chuyến đi còn thiếu hệ thống, làm hạn chế khả năng cải tiến dịch vụ từ phản hồi thực tế của du khách .

Những hạn chế này chính là cơ sở thực tiễn để Sun Travel xây dựng các nhóm giải pháp cải thiện cụ thể nhằm bảo vệ uy tín và nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời gian tới .

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế” tại Công ty TNHH Sun Travel

3.2.1. Hoàn thiện quy trình tổ chức và điều hành chương trình du lịch

Bên cạnh việc chú trọng vào nhân tố con người, việc chuẩn hóa và tối ưu hóa quy trình tổ chức, điều hành tour đóng vai trò nền tảng để duy trì tính ổn định của chất lượng dịch vụ. Thực tế khảo sát cho thấy sự hài lòng của khách hàng đối với việc thực hiện đúng lịch trình và thời gian cam kết chưa đạt mức tuyệt đối, đòi hỏi Sun Travel phải thiết lập một quy trình vận hành khoa học và linh hoạt hơn. Trước tiên, bộ phận điều hành cần xây dựng kịch bản chương trình chi tiết đến từng khung giờ, đồng thời dự báo các rủi ro có thể phát sinh như tình trạng ùn tắc giao thông, thời tiết xấu hoặc sự quá tải tại các điểm di sản ở Đà Nẵng, Hội An và Huế. Việc chủ động xây dựng các phương án dự phòng không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì được nhịp độ tham quan mà còn giảm thiểu tối đa những tác động tiêu cực đến tâm lý du khách khi lịch trình có sự thay đổi đột ngột.

Để khắc phục tình trạng du khách thường xuyên bị động về thông tin, công ty cần đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ vào quy trình quản lý và điều hành tour thực tế. Giải pháp thiết thực là xây dựng hệ thống cập nhật lịch trình trực tuyến thông qua các nhóm tương tác nhanh hoặc ứng dụng quản lý chuyên dụng. Thông qua đó, bộ phận điều hành và hướng dẫn viên có thể cập nhật liên tục các thông tin về thời gian khởi hành, địa điểm ăn uống hoặc các lưu ý quan trọng về điểm đến. Việc minh bạch hóa thông tin giúp gia tăng sự tin tưởng, đồng thời tạo ra sự kết nối xuyên suốt giữa khách hàng và đơn vị tổ chức trong suốt hành trình, khắc phục điểm yếu về sự chủ động thông báo vốn đang có mức đánh giá thấp.

Song song với việc quản lý thông tin, công ty cần thắt chặt quy trình phối hợp

với các đơn vị cung ứng dịch vụ tại địa phương. Đối với mảng vận chuyển, bộ phận điều hành phải thực hiện giám sát chặt chẽ tiêu chuẩn xe trước mỗi chuyến đi, đảm bảo tính tiện nghi và hiện đại luôn ở mức cao nhất nhằm cải thiện cảm nhận của du khách về phương tiện hữu hình. Đối với các điểm tham quan thường xuyên quá tải, quy trình điều hành cần được tinh chỉnh theo hướng ưu tiên các khung giờ thấp điểm hoặc sắp xếp thứ tự tham quan linh hoạt để du khách có không gian trải nghiệm tốt nhất. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa khâu khảo sát dịch vụ đầu vào và khâu điều phối thực tế sẽ giúp chương trình du lịch luôn vận hành trơn tru và chuyên nghiệp.

Thêm vào đó, việc thiết lập quy trình kiểm soát chất lượng sau mỗi chuyến đi là bước đi không thể thiếu để hoàn thiện chu trình tổ chức. Sau khi kết thúc chương trình, bộ phận điều hành cần tổng hợp phản hồi từ khách hàng và báo cáo từ hướng dẫn viên để phân tích các vấn đề phát sinh. Những thông tin này phải được chuyển hóa thành cơ sở dữ liệu để cải tiến lịch trình và dịch vụ cho các đoàn khách tiếp theo. Việc duy trì vòng lặp kiểm tra và cải tiến liên tục sẽ giúp Sun Travel không ngừng nâng cao năng lực tổ chức, từ đó củng cố uy tín thương hiệu và gia tăng giá trị cảm nhận tương xứng với mức chi phí mà khách hàng đã chi trả cho chuyến đi.

3.2.2 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và hướng dẫn viên

Trong bối cảnh kinh doanh lữ hành hiện nay, đội ngũ nhân sự không chỉ đóng vai trò vận hành dịch vụ mà còn là nhân tố trực tiếp kiến tạo nên giá trị trải nghiệm cho khách hàng. Qua kết quả khảo sát thực trạng, việc tính chuyên nghiệp và sự chủ động trong tương tác hiện đang ghi nhận những mức đánh giá thấp nhất, cho thấy đây là mắt xích yếu nhất cần được ưu tiên cải thiện hàng đầu tại Công ty Sun Travel. Giải pháp tiên quyết là doanh nghiệp phải tiến hành chuẩn hóa quy trình phục vụ thông qua việc xây dựng một hệ thống quy tắc ứng xử chuẩn mực dành riêng cho tuyến du lịch trọng điểm Đà Nẵng – Hội An – Huế. Quy trình này cần quy định chi tiết từ diện mạo, tác phong giao tiếp cho đến các bước cụ thể trong việc đón tiếp và hỗ trợ du khách tại từng điểm dừng chân, nhằm xóa bỏ sự thiếu đồng nhất giữa đội ngũ nhân sự chính thức và các cộng tác viên thời vụ.

Song song với việc chuẩn hóa quy chuẩn, công tác đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ cần được thực hiện thường xuyên với tư duy đổi mới. Thay vì chỉ chú trọng vào kiến thức thuyết minh thuần túy, các khóa đào tạo nên ưu tiên nâng cao kỹ năng xử lý tình huống linh hoạt và nắm bắt tâm lý khách hàng. Điều này giúp nhân viên bút

phá khỏi tư duy phục vụ máy móc để đạt tới sự tinh tế, tận tâm trong từng hành động. Đặc biệt, công ty cần thiết lập nguyên tắc bắt buộc về việc chủ động thông báo lịch trình và các thay đổi phát sinh cho du khách, nhằm khắc phục triệt để tình trạng khách hàng bị động về thông tin – vốn là một trong những hạn chế đáng kể đang tồn tại.

Bên cạnh đó, để nâng cao chỉ số cảm thông và sự đảm bảo, đội ngũ nhân sự cần được rèn luyện khả năng quan sát và cá nhân hóa sự quan tâm đến từng nhu cầu nhỏ nhất của khách hàng. Việc thấu hiểu các đặc điểm về văn hóa vùng miền hay thói quen sinh hoạt của từng cá nhân sẽ tạo ra những giá trị gia tăng vượt trội, giúp khách hàng cảm thấy thực sự được trân trọng thay vì chỉ sử dụng một chương trình được thiết kế rập khuôn. Những nỗ lực trong việc hỗ trợ các yêu cầu đặc biệt của khách hàng sẽ là chìa khóa để Sun Travel khẳng định sự khác biệt và đẳng cấp dịch vụ so với các đối thủ trên thị trường.

Thêm vào đó, để các giải pháp mang tính bền vững, doanh nghiệp cần hoàn thiện cơ chế quản lý và xây dựng hệ thống tạo động lực cho người lao động. Sun Travel nên áp dụng hệ thống đánh giá hiệu quả công việc dựa trên sự hài lòng thực tế của khách hàng, kết hợp với chính sách khen thưởng xứng đáng cho những cá nhân có tinh thần phục vụ xuất sắc. Việc kiến tạo một môi trường làm việc chuyên nghiệp, có lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng không chỉ giúp thu hút những hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm mà còn tạo dựng niềm tin và sự gắn bó lâu dài của nhân viên với công ty, từ đó duy trì chất lượng dịch vụ ổn định và nâng cao năng lực cạnh tranh bền vững.

3.2.3. Nâng cao chất lượng các dịch vụ vận chuyển, lưu trú và ăn uống

Chất lượng của một chương trình du lịch trọn gói thực chất là tổng hòa từ chất lượng của các mắt xích dịch vụ thành phần. Để giải quyết triệt để sự thiếu đồng nhất trong trải nghiệm khách hàng và nâng cao mức độ hài lòng về giá trị kinh tế của tour, Sun Travel cần thực hiện chiến lược "chuẩn hóa đầu vào" đối với hệ thống nhà cung cấp.

Ưu tiên hàng đầu là tái cấu trúc dịch vụ vận chuyển bộ phận vốn nhận được nhiều phản hồi chưa hài lòng nhất về tính tiện nghi. Thay vì chỉ kiểm tra xe một cách hình thức, công ty cần thiết lập "Chứng chỉ đối tác vận chuyển" với các tiêu chuẩn bắt buộc về đời xe (ưu tiên xe sản xuất trong vòng 5 năm trở lại đây), công suất hệ thống điều hòa và tác phong của tài xế. Việc thắt chặt mối liên kết với các đơn vị vận

tải chuyên nghiệp tại miền Trung sẽ giúp Sun Travel chủ động được nguồn xe chất lượng cao ngay cả trong những đợt cao điểm, từ đó loại bỏ hoàn toàn tình trạng xe thuê ngoài không đảm bảo kỹ thuật làm ảnh hưởng đến sự thoải mái của du khách .

Đối với mảng lưu trú và ẩm thực, giải pháp cần tập trung vào sự tinh tế và tính cá nhân hóa để cải thiện chỉ số thấu cảm đang ở mức thấp. Thay vì sử dụng một danh sách khách sạn cố định, Sun Travel nên đa dạng hóa danh mục đối tác dựa trên việc khảo sát thực địa liên tục, đảm bảo các cơ sở lưu trú không chỉ tốt về cơ sở vật chất mà còn phải có dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp. Về ẩm thực, bộ phận điều hành cần phối hợp với nhà hàng để thiết kế các thực đơn "mở", cho phép khách hàng có những lựa chọn thay thế phù hợp với khẩu vị riêng hoặc tình trạng sức khỏe cá nhân. Việc lồng ghép các yếu tố văn hóa ẩm thực đặc sắc của Đà Nẵng, Hội An và Huế vào bữa ăn một cách chuyên nghiệp sẽ tạo ra giá trị gia tăng vượt trội, giúp khách hàng cảm nhận được sự tương xứng giữa mức chi phí bỏ ra và chất lượng thực tế nhận được.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần vận hành cơ chế kiểm soát chất lượng dịch vụ theo thời gian thực. Hướng dẫn viên có trách nhiệm thu thập phản hồi của khách ngay sau khi nhận phòng hoặc sau mỗi bữa ăn để kịp thời điều chỉnh nếu có sai sót. Sự cầu thị và khả năng khắc phục lỗi dịch vụ ngay tại chỗ sẽ biến những tình huống bất lợi thành cơ hội để khẳng định sự tận tâm của Sun Travel, từ đó xây dựng niềm tin vững chắc và nâng cao uy tín thương hiệu trong dài hạn.

3.2.4. Tăng cường tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng

Trong quản trị chất lượng dịch vụ du lịch, phản hồi của khách hàng không chỉ là thước đo mức độ hài lòng mà còn là nguồn dữ liệu quý giá để doanh nghiệp nhận diện các kẽ hở trong khâu vận hành. Hiện nay, do hoạt động này tại Sun Travel vẫn chưa thực hiện thường xuyên và thiếu tính hệ thống, giải pháp cấp thiết là phải số hóa và chuyên nghiệp hóa quy trình lấy ý kiến khách hàng. Thay vì chỉ sử dụng phiếu khảo sát giấy truyền thống, công ty nên triển khai hệ thống đánh giá trực tuyến qua mã QR hoặc email ngay sau khi kết thúc chương trình du lịch. Việc này không chỉ giúp gia tăng tỷ lệ phản hồi mà còn cho phép bộ phận quản lý thu thập dữ liệu một cách nhanh chóng, chính xác, tránh tình trạng thông tin bị lọc bỏ hoặc làm sai lệch bởi các khâu trung gian.

Đi đôi với việc thu thập, quy trình xử lý khiếu nại và phản hồi tiêu cực cần

được thiết lập một cách minh bạch và quyết liệt hơn. Do doanh nghiệp hiện chưa khai thác tối đa các đóng góp để cải thiện chất lượng, Sun Travel cần xây dựng một "Quy trình phản ứng nhanh" để giải quyết các khiếu nại của du khách trong vòng 24 giờ sau khi tiếp nhận. Một lời xin lỗi chân thành đi kèm với các biện pháp khắc phục hoặc bồi thường thỏa đáng trong trường hợp xảy ra sai sót không chỉ giúp bảo vệ quyền lợi khách hàng mà còn là cách để chuyển hóa những trải nghiệm tiêu cực thành sự tin tưởng vào trách nhiệm của doanh nghiệp.

Ngoài ra, công ty cần định kỳ tổ chức các buổi họp đánh giá chất lượng dựa trên tổng hợp phản hồi hàng tháng hoặc hàng quý để nhận diện các vấn đề mang tính hệ thống. Những ý kiến đóng góp về sự thiếu chủ động của nhân viên hay chất lượng phương tiện vận chuyển cần được chuyển hóa thành các chỉ số để điều chỉnh kịch bản tour và tiêu chuẩn lựa chọn nhà cung cấp. Việc biến hoạt động lắng nghe khách hàng thành một phần tất yếu của chu trình cải tiến liên tục sẽ giúp Sun Travel không ngừng hoàn thiện chương trình du lịch "Đà Nẵng – Hội An – Huế", từ đó xây dựng hình ảnh một đơn vị lữ hành cầu thị, chuyên nghiệp và luôn đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu.

3.2.5. Đẩy mạnh liên kết với các nhà cung cấp dịch vụ

Trong mô hình kinh doanh lữ hành, chất lượng sản phẩm cuối cùng phụ thuộc mật thiết vào sự vận hành của chuỗi cung ứng dịch vụ bao gồm khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận tải và các điểm tham quan. Từ thực tế khảo sát cho thấy trải nghiệm của du khách đôi khi chưa có sự ổn định, Sun Travel cần thay đổi tư duy từ mối quan hệ "mua - bán" đơn thuần sang mô hình "liên minh chiến lược" với các nhà cung cấp. Việc thiết lập các tiêu chuẩn chất lượng cam kết (Service Level Agreement - SLA) là bước đi tiên quyết, trong đó quy định rõ các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn phòng lưu trú hay tính hiện đại của phương tiện vận chuyển. Khi các đối tác cùng chung một hệ giá trị và tiêu chuẩn phục vụ, tính rủi ro về sự chênh lệch chất lượng giữa các đoàn khách sẽ được giảm thiểu tối đa, khắc phục tình trạng phản hồi chưa tốt về các yếu tố hữu hình hiện nay.

Bên cạnh việc thắt chặt các điều khoản cam kết, doanh nghiệp cần chú trọng đến cơ chế tương tác và phản hồi đa chiều với các nhà cung cấp. Thay vì chỉ liên hệ khi phát sinh nhu cầu đặt dịch vụ, Sun Travel nên định kỳ tổ chức các buổi gặp gỡ, hội nghị đối tác để chia sẻ về xu hướng khách hàng và những phản hồi trực tiếp từ du

khách sau mỗi tour. Sự minh bạch hóa thông tin giúp các đơn vị lưu trú hay nhà hàng nắm bắt được những điểm yếu cần cải thiện, đồng thời phối hợp cùng công ty lữ hành để cá nhân hóa thực đơn ẩm thực hoặc bố trí không gian nghỉ ngơi phù hợp nhất với từng đối tượng khách đặc thù.

Hơn thế nữa, chiến lược liên kết bền vững còn mở ra cơ hội tối ưu hóa chi phí tổ chức chương trình du lịch mà không làm giảm đi chất lượng trải nghiệm. Thông qua các hợp đồng bao tiêu dịch vụ theo năm hoặc cam kết số lượng khách ổn định, Sun Travel có thể đàm phán được mức giá ưu đãi cùng các chính sách hậu mãi đặc quyền dành cho du khách của mình. Những giá trị gia tăng này, khi kết hợp với quy trình kiểm soát dịch vụ đầu vào nghiêm ngặt, sẽ tạo nên một hệ sinh thái dịch vụ chuyên nghiệp và uy tín. Đây chính là nền tảng vững chắc để Sun Travel khẳng định vị thế trên thị trường, giúp khách hàng luôn cảm nhận được sự tương xứng vượt trội giữa mức chi phí chi trả và giá trị thực tế nhận được trong suốt hành trình khám phá Đà Nẵng – Hội An – Huế

3.2.6. Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường du lịch lữ hành, việc thu hút khách hàng mới thường tốn kém hơn nhiều so với việc duy trì lòng trung thành của khách hàng cũ. Đối với Sun Travel, khi chỉ số về sự cảm thông và giá trị cảm nhận tương xứng với chi phí hiện đang có mức đánh giá chưa cao, việc thiết lập một chiến lược chăm sóc khách hàng chuyên biệt và có chiều sâu là yếu tố then chốt để củng cố uy tín thương hiệu. Chính sách này không chỉ dừng lại ở các dịch vụ hậu mãi sau tour mà phải được lồng ghép tinh tế trong suốt chu trình trải nghiệm của du khách, từ khâu tư vấn tiền khởi hành đến khi kết thúc hành trình khám phá miền Trung.

Để gia tăng "điểm chạm" cảm xúc và sự hài lòng, doanh nghiệp cần chú trọng vào các hành động gia tăng giá trị vượt ngoài mong đợi của khách hàng. Thay vì cạnh tranh bằng việc hạ giá tour – điều có thể dẫn đến rủi ro giảm chất lượng dịch vụ – Sun Travel nên tập trung vào các dịch vụ bổ trợ mang tính cá nhân hóa cao. Những chi tiết nhỏ như tặng bộ Kit du lịch cao cấp (bao gồm nón, nước suối, khăn lạnh có logo công ty), chuẩn bị những món quà đặc sản địa phương bất ngờ hay cung cấp dịch vụ chụp ảnh lưu niệm chuyên nghiệp cho đoàn khách sẽ là những điểm cộng lớn. Những hành động này trực tiếp tác động vào tâm lý, khiến du khách cảm nhận được sự chăm chút và trân trọng từ phía doanh nghiệp, từ đó làm mờ đi những thiếu sót

khách quan về hạ tầng hay thời tiết.

Bên cạnh đó, việc xây dựng và vận hành hiệu quả hệ thống quản trị quan hệ khách hàng đóng vai trò nền tảng để thực hiện các chính sách chăm sóc cá nhân hóa. Thông qua việc lưu trữ dữ liệu về sở thích, ngày kỷ niệm hay các yêu cầu đặc biệt về ăn uống, sức khỏe của du khách, công ty có thể chủ động gửi lời chúc mừng, tặng Voucher giảm giá cho các chuyến đi tiếp theo hoặc thiết kế các chương trình ưu đãi dành riêng cho thành viên thân thiết. Sự kết nối thường xuyên và tinh tế sau tour thông qua các kênh liên lạc trực tuyến không chỉ giúp Sun Travel duy trì hình ảnh trong tâm trí khách hàng mà còn tạo ra một tệp du khách "trung thành", sẵn sàng trở thành những người quảng bá tự nguyện cho chương trình du lịch "Đà Nẵng – Hội An – Huế" trong tương lai.

Thêm vào đó, một chính sách chăm sóc khách hàng hoàn thiện không thể thiếu cơ chế phản ứng nhanh trước các tình huống rủi ro hoặc phản hồi không tốt. Sun Travel cần cam kết sự hiện diện và hỗ trợ tối đa khi du khách gặp vấn đề phát sinh về sức khỏe hoặc sự cố dịch vụ trong suốt hành trình. Việc xử lý khiếu nại một cách cầu thị, nhanh chóng và có trách nhiệm chính là "bài kiểm tra" thực tế nhất cho tính chuyên nghiệp và sự cảm thông của doanh nghiệp. Khi khách hàng cảm thấy quyền lợi của mình luôn được ưu tiên bảo vệ, mức độ hài lòng tổng thể sẽ được cải thiện rõ rệt, góp phần nâng cao vị thế và khả năng cạnh tranh bền vững cho Sun Travel trên bản đồ du lịch miền Trung.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Đối với Công ty TNHH Sun Travel

Để nâng cao chất lượng dịch vụ trong chương trình du lịch “Đà Nẵng – Hội An – Huế”, Công ty Du lịch Sun Travel cần tiếp tục chú trọng đầu tư vào nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhân viên và hướng dẫn viên. Công ty nên thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo về nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, chăm sóc khách hàng và xử lý tình huống nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách hàng.

Bên cạnh đó, công ty cần hoàn thiện quy trình tổ chức và điều hành tour nhằm hạn chế các sai sót phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch. Việc kiểm tra chất lượng dịch vụ trước mỗi chuyến đi cần được thực hiện thường xuyên và chặt chẽ hơn để đảm bảo các dịch vụ cung cấp đúng với cam kết ban đầu.

Ngoài ra, công ty cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản

lý, điều hành và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Đồng thời, cần thường xuyên tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng để kịp thời khắc phục những hạn chế còn tồn tại và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong thời gian tới.

3.3.2. Đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ liên quan

Các đơn vị cung cấp dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển và các điểm tham quan cần nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Đặc biệt, cần đảm bảo tính chuyên nghiệp, thái độ phục vụ thân thiện và chất lượng dịch vụ ổn định trong suốt quá trình phục vụ khách hàng.

Đối với các đơn vị lưu trú và ăn uống, cần chú trọng đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất và đa dạng hóa dịch vụ nhằm mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng. Bên cạnh đó, các đơn vị vận chuyển cần đảm bảo phương tiện luôn an toàn, sạch sẽ và đúng thời gian để hạn chế ảnh hưởng đến lịch trình của chương trình du lịch.

Ngoài ra, các đơn vị cung cấp dịch vụ cần phối hợp chặt chẽ hơn với Công ty Du lịch Sun Travel trong quá trình tổ chức tour nhằm hạn chế các sự cố phát sinh và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

3.3.3. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần tiếp tục đầu tư và hoàn thiện cơ sở hạ tầng du lịch tại các điểm đến như Đà Nẵng, Hội An và Huế nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động du lịch phát triển. Đồng thời, cần tăng cường công tác kiểm tra và quản lý chất lượng dịch vụ du lịch nhằm đảm bảo môi trường du lịch văn minh, an toàn và chuyên nghiệp.

Bên cạnh đó, cơ quan quản lý cần đẩy mạnh các hoạt động quảng bá hình ảnh du lịch miền Trung nhằm thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Đồng thời, cần hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến du lịch và phát triển các sản phẩm du lịch mới.

Ngoài ra, cần có các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp du lịch trong việc ứng dụng công nghệ, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Điều này sẽ góp phần thúc đẩy ngành du lịch phát triển bền vững trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Nâng cao chất lượng dịch vụ chương trình du lịch ‘Đà Nẵng – Hội An – Huế’ tại Công ty TNHH Sun Travel” đã hoàn thành toàn diện, trọn vẹn tất cả các mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu đặt ra ban đầu theo đúng đề cương khoa học khắt khe và hệ thống logic của một công trình nghiên cứu cấp cử nhân. Về mặt lý luận học thuật, đề tài đã hệ thống hóa một cách sâu sắc, rõ ràng các khái niệm bản chất, thuộc tính cốt lõi về chương trình du lịch trọn gói, các nhân tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ lữ hành, cũng như phân tích các mô hình lý thuyết tiên tiến phục vụ cho việc đo lường, đánh giá mức độ hài lòng của du khách dựa trên khoảng cách giữa kỳ vọng ban đầu với cảm nhận thực tế trong quá trình tiêu dùng dịch vụ du lịch. Về mặt thực tiễn, thông qua việc đào sâu phân tích các dữ liệu báo cáo hoạt động kinh doanh thực tế kết hợp chặt chẽ với việc xử lý, phân tích nguồn số liệu khảo sát định lượng trực tiếp từ đối tượng du khách, khóa luận đã đưa ra những nhận định vô cùng khách quan, xác đáng về những điểm mạnh, lợi thế cạnh tranh cốt lõi mà Sun Travel đã đạt được trong công tác tổ chức tuyến tour huyết mạch này; đồng thời, tác giả cũng thẳng thắn, nhìn nhận trực diện và chỉ rõ các lỗ hổng hệ thống còn tồn tại trong quy trình vận hành trước, trong và sau tour (bao gồm các nút thắt điển hình như sự thiếu chủ động trong công tác thông báo lịch trình trực tuyến, tác phong và năng lực xử lý tình huống phát sinh của nhân sự chưa đồng đều vào các giai đoạn mùa du lịch cao điểm, tính tiện nghi của phương tiện vận chuyển thuê ngoài chưa đạt chuẩn đồng bộ và quy trình tiếp nhận tổng hợp ý kiến phản hồi sau chuyến đi của khách hàng còn thiếu tính hệ thống) vốn là những nguyên nhân trực tiếp khiến cho chất lượng cung ứng dịch vụ giữa các đoàn khách chưa duy trì được tính ổn định và đồng nhất cao. Trên cơ sở nhận diện sâu sắc, phân tích đa chiều các nguyên nhân cốt lõi chủ quan lẫn khách quan gây ra các hạn chế kể trên, khóa luận đã xây dựng thành công một hệ thống bao gồm 6 nhóm giải pháp đồng bộ, mang tính chiến lược, có sự liên kết biện chứng chặt chẽ và sở hữu khả năng ứng dụng thực tế cực kỳ cao đối với mô hình quản trị vận hành đặc thù của Sun Travel các đề xuất này trải dài toàn diện từ việc số hóa quy trình quản lý điều hành trực tuyến nhằm minh bạch thông tin lịch trình, chuẩn hóa bộ quy tắc ứng xử ứng xử và nâng cao kỹ năng mềm cho đội ngũ nhân viên cùng hướng dẫn viên, cho đến việc thiết lập mối quan hệ liên minh chiến lược lâu dài dựa trên các điều khoản cam kết chất lượng dịch vụ nghiêm ngặt

với mạng lưới đối tác cung ứng vận chuyển, lưu trú và ẩm thực tại địa phương; đặc biệt, việc áp dụng cơ chế phản ứng nhanh giải quyết khiếu nại trong vòng 24 giờ cùng việc vận hành hệ thống quản trị quan hệ khách hàng để hiện thực hóa các chính sách chăm sóc cá nhân hóa chính là chìa khóa vàng giúp doanh nghiệp gia tăng tối đa các “điểm chạm cảm xúc” ngoài mong đợi cho du khách trong suốt hành trình. Em chân thành hy vọng và tin tưởng rằng, những kết quả nghiên cứu mang tính thực tiễn cao của đề tài khóa luận này sẽ trở thành một nguồn tài liệu tham khảo thực sự hữu ích, có giá trị đóng góp tích cực hỗ trợ Ban Giám đốc cùng bộ phận điều hành của Công ty Du lịch Sun Travel trong việc đưa ra các quyết sách đổi mới, các biện pháp quản lý chất lượng hiệu quả nhằm không ngừng tối ưu hóa trải nghiệm của du khách, củng cố uy tín thương hiệu vững chắc và nâng cao năng lực cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp trên thị trường dịch vụ lữ hành miền Trung đầy biến động hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thái Phụng (2024), *Quản trị chất lượng dịch vụ*, Nhà xuất bản Đà Nẵng, Đà Nẵng.
2. Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương (2013), *Quản trị kinh doanh khách sạn*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
3. 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, Hà Nội.
4. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. và Berry, L.L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Tập 64, Số 1, trang 12–40.
5. Cronin, J.J. và Taylor, S.A. (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, Tập 56, Số 3, trang 55–68.
6. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (1993), *Recommendations on Tourism Statistics*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
7. Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2021), *Nghị định số 94/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Điều 5 Nghị định số 168/2017/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch về mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành*.
8. Công ty Du lịch Sun Travel (2025), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và tài liệu nội bộ phục vụ nghiên cứu*, Đà Nẵng.