

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Hoàn thiện chương trình du lịch
Hà Nội – Tràm Tấu – Mù Cang Chải – Tà Xùa
của công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch
Non Nước Việt”**

Sinh viên thực hiện: Trần Hồ Châu Thư

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Hoàn thiện chương trình du lịch
Hà Nội – Tràm Tấu – Mù Cang Chải – Tà Xùa
của công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch
Non Nước Việt”**

**CÔNG TY TNHH MTV
THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH NON NƯỚC VIỆT**

Giảng viên hướng dẫn	: Th.S Phan Kim Ngân
Sinh viên thực hiện	: Trần Hồ Châu Thư
Mã số sinh viên	: 2254040009
Khóa học	: 2022 - 2026
Lớp	: 22DL1

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Trần Hồ Châu Thư

MSSV: 2254040009

Lớp: 22DL1

Khóa: 2022 - 2026

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch & Lữ hành

Tên đề tài: “Hoàn thiện chương trình du lịch Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa của công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt”

1. Nội dung :

Đề tài tập trung nghiên cứu cơ sở lý luận về chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành; phân tích và đánh giá thực trạng khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt. Trên cơ sở đó, đề tài xác định những ưu điểm, hạn chế còn tồn tại trong quá trình tổ chức và khai thác chương trình, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu như thu thập và tổng hợp tài liệu, phân tích số liệu, phương pháp so sánh, đánh giá thực trạng và tổng hợp kết quả nghiên cứu.

2. Ngày giao khóa luận : 2/3/2026

3. Ngày hoàn thành khóa luận : 2/6/2026

4. Giảng viên hướng dẫn: Th.S Phan Kim Ngân

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

Đà Nẵng, ngày 26 tháng 5 năm 2026

Trưởng bộ môn
(*ký ghi rõ họ tên*)

Giảng viên hướng dẫn
(*ký ghi rõ họ tên*)

Sinh viên thực hiện
(*ký ghi rõ họ tên*)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Dùng cho người hướng dẫn)

Họ và tên sinh viên: Trần Hồ Châu Thư.....

Họ và tên người hướng dẫn: Th.S Phan Kim Ngân.....

Tên đề tài: “Hoàn thiện chương trình du lịch Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa của công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt”

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

Nội dung nhận xét:

1. Tinh thần, thái độ làm việc:

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

Nội dung khóa luận:

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

2. Hình thức khóa luận.....

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

Đà Nẵng, ngày tháng năm 20

Người nhận xét

MỤC LỤC

MỤC LỤC.....	i
DANH MỤC BẢNG.....	iv
DANH MỤC HÌNH ẢNH	v
LỜI CẢM ƠN	vi
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu	2
3. Đối tượng nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Bố cục đề tài.....	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH.....	1
1.1. Khái quát chung về hoạt động kinh doanh lữ hành.....	1
1.1.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành.....	1
1.1.2. Nội dung của hoạt động kinh doanh lữ hành.....	1
1.1.3. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh lữ hành	3
1.1.4. Vai trò của hoạt động kinh doanh lữ hành trong du lịch.....	4
1.2. Khái quát chung về chương trình du lịch	5
1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch.....	5
1.2.2. Đặc điểm của chương trình du lịch.....	6
1.2.3. Phân loại chương trình du lịch.....	8
1.2.4. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch	13
1.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến chương trình du lịch.....	15
1.3. Vai trò của chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành.....	19
1.3.1. Đối với doanh nghiệp lữ hành	19
1.3.2. Đối với khách du lịch	19
1.3.3. Đối với điểm đến	20
1.4. Tiêu chí đánh giá hiệu quả của chương trình du lịch	20
1.4.1. Mức độ hài lòng của khách du lịch.....	20

1.4.2. Tính hợp lý của lịch trình chương trình du lịch.....	20
1.4.3. Chất lượng các dịch vụ trong chương trình du lịch.....	21
1.4.4. Mức giá chương trình du lịch	21
1.4.5. Mức độ an toàn và khả năng tổ chức chương trình du lịch	21
1.4.6. Doanh thu của chương trình du lịch	21
1.4.7. Lợi nhuận của chương trình du lịch.....	21
CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH KHAI THÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “HÀ NỘI – TRẠM TẮU – MÙ CANG CHẢI – TÀ XÙA” TẠI CÔNG TY DU LỊCH NON NƯỚC VIỆT	23
2.1. Tổng quan về Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	23
2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	23
2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của Công ty Du lịch Non Nước Việt	24
2.1.3. Lĩnh vực hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	27
2.2. Khát quát tình hình hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt	28
2.2.1. Các nguồn lực của Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	28
2.2.2. Tình hình kinh doanh của Công ty Du lịch Non Nước Việt	31
2.2.3. Đánh giá chung về tình hình của Công ty Du lịch Non Nước Việt	37
2.3. Tình hình khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tấu – Mùa Càng Chải – Tà Xùa”	38
2.3.1. Giới thiệu khái quát chương trình du lịch	38
2.3.2. Nội dung lịch trình chương trình du lịch	39
2.3.3. Các dịch vụ trong chương trình du lịch	41
2.3.4. Tình hình khai thác chương trình du lịch trong giai đoạn 3 năm gần đây	43
2.3.5. Giá chương trình du lịch	45
2.3.6. Đánh giá hiệu quả khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tấu – Mùa Càng Chải – Tà Xùa”	47
2.3.6.1. <i>Mức độ hài lòng của khách du lịch</i>	<i>47</i>
2.3.6.2. <i>Tính hợp lý của lịch trình chương trình du lịch</i>	<i>49</i>
2.3.6.3. <i>Chất lượng các dịch vụ trong chương trình du lịch</i>	<i>49</i>

2.3.6.4. Đánh giá mức độ tương xứng giữa giá và chất lượng	49
2.3.6.5. Mức độ an toàn và khả năng tổ chức chương trình du lịch	50
2.3.6.7. Doanh thu của chương trình du lịch	51
2.3.6.8. Lợi nhuận của chương trình du lịch	51
2.4. Đánh giá chung chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”	52
2.4.1. Kết quả đạt được.....	52
2.4.2. Thuận lợi.....	53
2.4.3. Hạn chế.....	53
2.4.4. Nguyên nhân.....	54
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	55
3.1.1. Định hướng hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	55
3.1.2. Những hạn chế của chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	56
3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” của Công ty Du lịch Non Nước Việt.....	56
3.2.1. Điều chỉnh lịch trình và tối ưu hóa thời gian di chuyển.....	57
3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ tại điểm đến.....	57
3.2.3. Đa dạng hóa sản phẩm và giảm tính mùa vụ	58
3.3. Một số khuyến nghị.....	59
3.3.1. Đối với Công ty Du lịch Non Nước Việt	59
3.3.2. Đối với địa phương tại các điểm đến	59
3.3.3. Đối với cơ quan quản lý du lịch.....	60
KẾT LUẬN	61
TÀI LIỆU THAM KHẢO	61

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Tình hình nhân lực Công ty Non Nước Việt (Năm 2024)	28
Bảng 2.2. Thống kê hệ thống cơ sở vật chất của Công ty Non Nước Việt	30
Bảng 2.3. Thống kê dịch vụ, sản phẩm của Công ty Non Nước Việt	31
Bảng 2.4. Số lượng khách và chương trình du lịch giai đoạn 2022 – 2024	43
Bảng 2.5. Doanh thu, chi phí và lợi nhuận trong giai đoạn 2022 – 2024	44

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Logo Công ty Non Nước Việt.....	24
Hình 2.2. Cơ cấu Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt.....	24
Hình 2.3. Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”..	39
Hình 2.4. Mức giá chương trình của một số doanh nghiệp lữ hành khác.....	46
Hình 2.5. Hình ảnh đánh giá từ khách du lịch	48
Hình 2.6. Hình ảnh feedback của khách hàng.....	48

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến quý thầy cô trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, đặc biệt là các thầy cô trong khoa Du lịch, những người đã tận tình giảng dạy, truyền đạt kiến thức và tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn giảng viên hướng dẫn Th.s Phan Kim Ngân người đã trực tiếp hướng dẫn, tận tình chỉ bảo, góp ý và hỗ trợ em trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thành đề tài khóa luận. Những ý kiến đóng góp quý báu của cô là cơ sở quan trọng giúp em hoàn thiện bài nghiên cứu này.

Đồng thời, em xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh/chị tại Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt đã tạo điều kiện cho em được thực tập, cung cấp thông tin và hỗ trợ em trong quá trình tìm hiểu thực tế để hoàn thành đề tài. Nhờ sự chỉ bảo tận tâm và môi trường làm việc chuyên nghiệp tại quý công ty, em đã có cơ hội tiếp cận thực tế, nâng cao kỹ năng chuyên môn và hiểu rõ hơn về quy trình hoạt động của ngành du lịch.

Mặc dù em đã nỗ lực và cố gắng hoàn thành khóa luận một cách tốt nhất, tuy nhiên do hạn chế về thời gian, kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn, bài khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được sự thông cảm và những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô để đề tài được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Đà Nẵng, ngày 26 tháng 5 năm 2026

Sinh viên thực hiện

Trần Hồ Châu Thư

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam đang khẳng định vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội, việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch đã trở thành yêu cầu cấp thiết nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng và khắt khe của du khách, đồng thời góp phần quan trọng vào GDP, tạo việc làm và thúc đẩy giao lưu văn hóa.

Đối với Việt Nam, du lịch không chỉ góp phần quảng bá hình ảnh đất nước mà còn là một trong những lĩnh vực có tốc độ phát triển nhanh nhất, thu hút sự quan tâm của Nhà nước và cả các doanh nghiệp. Trong xu thế đó, yêu cầu đặt ra cho ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp nói riêng không chỉ gia tăng về số lượng khách mà còn phải nâng cao về chất lượng dịch vụ, đảm bảo trải nghiệm tốt hơn cho du khách.

Công ty du lịch Non Nước Việt là một trong những đơn vị hoạt động tích cực trong lĩnh vực lữ hành, với định hướng khai thác các tour nội địa, đặc biệt là các tour tuyến phía Bắc. Trong số các sản phẩm hiện có, chương trình du lịch Tây Bắc nổi bật bởi tính đặc trưng, kết hợp giữa cảnh quan hùng vĩ, nét đẹp văn hoá dân tộc vùng miền cao cùng những trải nghiệm chinh phục thiên nhiên độc đáo. Đây là tuyến du lịch có sức hút lớn, đặc biệt trong các mùa lúa chín ở Mù Cang Chải hay mùa săn mây ở Tà Xùa. Với lợi thế đa dạng về cảnh quan thiên nhiên, văn hoá, lịch sử và con người. Trong số các vùng du lịch của Việt Nam, Tây Bắc nổi bật là một mảnh đất giàu giá trị du lịch, sở hữu cảnh quan thiên nhiên hoang sơ hùng vĩ cùng bản sắc văn hoá đa dạng, độc đáo của các dân tộc thiểu số. Bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng mở rộng hiện nay đã mở ra cho vùng này nhiều cơ hội tiếp cận công nghệ hiện đại, thị trường du lịch toàn cầu, thu hút mạnh mẽ khách du lịch và các nguồn lực đầu tư trong và ngoài nước.

Trong quá trình khai thác thực tế, chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” là một chương trình sở hữu sức hấp dẫn lớn nhờ cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, độc đáo. Bên cạnh đó chương trình còn mang đến cho du khách cơ hội được tìm hiểu nét văn hoá truyền thống đặc sắc của đồng bào dân tộc vùng cao, kết hợp với các trải nghiệm thực tế đầy ý nghĩa. Tuy nhiên, chương trình cũng còn bộc lộ một số hạn chế như cơ sở hạ tầng tại các điểm và dịch vụ lưu trú

cũng còn hạn chế, cung đường di chuyển khá xa và điều kiện giao thông miền núi khó khăn cũng phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách du lịch.

Sau quá trình tìm hiểu và thực tập tại công ty, em nhận thấy rằng việc hoàn thiện các chương trình du lịch đóng vai trò vô cùng quan trọng trong hoạt động kinh doanh lữ hành. Một chương trình du lịch được thiết kế hợp lý, khoa học và hấp dẫn không chỉ đáp ứng đúng nhu cầu, mong muốn trải nghiệm của du khách mà còn góp phần khẳng định thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Chính vì thế em đã quyết định chọn đề tài “***Hoàn thiện chương trình du lịch Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa của công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt***” làm đề tài nghiên cứu cho khoá luận của mình, với mong muốn nghiên cứu, đánh giá tình hình thực hiện chương trình hiện nay, chỉ ra những ưu điểm, hạn chế còn tồn tại và từ đó đề xuất những giải pháp cụ thể để hoàn thiện chương trình này. Qua đó, góp phần giúp công ty khai thác hiệu quả hơn tuyến du lịch này và tạo ra những trải nghiệm trọn vẹn, khác biệt cho khách hàng.

2. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát của đề tài là nghiên cứu, đánh giá và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Căn cứ vào mục tiêu đặt ra, khóa luận tiến hành giải quyết những nhiệm vụ nghiên cứu sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành.
- Đánh giá tình hình hoạt động chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tầu - Mù Cang Chải – Tà Xùa” của công ty Non Nước Việt.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình “ Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” của công ty Non Nước Việt.

3. Đối tượng nghiên cứu

- Phạm vi nghiên cứu:
 - + Về không gian: Nghiên cứu tại công ty Non Nước Việt.
 - + Về thời gian: Thu thập nghiên cứu trong khoảng thời gian từ tháng 7 năm 2025 đến tháng 5 năm 2026.

- Đối tượng nghiên cứu: Chương trình du lịch Tây Bắc “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập dữ liệu: Tổng hợp tài liệu liên quan đến chương trình du lịch hoạt động của công ty qua nhiều nguồn khác nhau như: các tài liệu tham khảo, các bài viết trên mạng, thông tin trên các website chính thống và các bài nghiên cứu.

- Phương pháp phân tích dữ liệu: Phân tích các chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận, cơ cấu khách du lịch đến công ty để thấy được thực trạng khách du lịch sử dụng tour Tây Bắc.

- Phương pháp tổng hợp: Phân tích các yếu tố cấu thành chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” từ đó tổng hợp thông tin về lịch trình, dịch vụ và phản hồi của khách hàng qua đó đánh giá thực trạng và đưa ra giải pháp hoàn thiện.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, khóa luận gồm có 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành.

Chương 2: Tình hình khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH

1.1. Khái quát chung về hoạt động kinh doanh lữ hành

1.1.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành

Theo Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2006), hoạt động kinh doanh lữ hành có thể được tiếp cận theo hai cách là nghĩa rộng và nghĩa hẹp.

Theo nghĩa rộng, lữ hành được hiểu là toàn bộ các hoạt động di chuyển của con người cũng như những hoạt động có liên quan đến sự di chuyển đó. Trong phạm vi này, du lịch là một bộ phận của lữ hành, tuy nhiên không phải tất cả các hoạt động lữ hành đều là du lịch. Trên cơ sở đó, kinh doanh lữ hành được hiểu là hoạt động của doanh nghiệp hướng tới tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ quá trình tạo ra và chuyển giao các sản phẩm, dịch vụ từ lĩnh vực sản xuất sang lĩnh vực tiêu dùng du lịch nhằm mục đích hưởng hoa hồng hoặc lợi nhuận. Hoạt động này bao gồm việc tổ chức, cung cấp hoặc môi giới các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, chương trình du lịch và các dịch vụ liên quan khác.

Theo nghĩa hẹp, nhằm phân biệt với các lĩnh vực kinh doanh du lịch khác, kinh doanh lữ hành chỉ bao gồm các hoạt động tổ chức chương trình du lịch. Theo quy định của Luật Du lịch Việt Nam 2017, lữ hành là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch. Theo đó, kinh doanh lữ hành bao gồm lữ hành nội địa và lữ hành quốc tế, trong đó sản phẩm đặc trưng là các chương trình du lịch.

Từ hai cách tiếp cận trên, có thể khái quát rằng: “*Kinh doanh lữ hành là hoạt động xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp*”. (Nguyễn Văn Mạnh & Phạm Hồng Chương, 2006)

1.1.2. Nội dung của hoạt động kinh doanh lữ hành

Hoạt động kinh doanh lữ hành là một lĩnh vực đặc thù trong ngành du lịch, bao gồm nhiều nội dung khác nhau nhằm tạo ra, cung ứng và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch nhằm phục vụ khách hàng. Trên cơ sở đó, hoạt động kinh doanh lữ hành được triển khai thông qua ba chức năng cơ bản gồm chức năng thông tin, chức năng tổ chức và chức năng thực hiện.

1.1.2.1. Chức năng thông tin

Thực hiện chức năng này có nghĩa là doanh nghiệp lữ hành cung cấp thông tin cho khách du lịch, nhà kinh doanh du lịch và điểm đến du lịch. Hay nói cách khác, kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho cả người tiêu dùng du lịch và người cung cấp sản phẩm du lịch.

Nội dung thông tin cần cung cấp cho khách du lịch bao gồm:

- Thông tin về giá trị tài nguyên, thời tiết, thể chế chính trị, tôn giáo, luật pháp, phong tục tập quán, tiền tệ, giá cả của nơi đến du lịch.

- Thông tin về giá, thứ hạng, chủng loại dịch vụ, hệ thống phân phối dịch vụ của nhà cung cấp.

Các nhà kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho khách du lịch chủ yếu dựa vào nguồn thông tin thứ cấp. Việc cung cấp thông tin có thể bằng hình thức truyền thống, hoặc hiện đại, hoặc cả hai. Trong đó, cần đặc biệt chú ý tới hình thức truyền tin hiện đại, ứng dụng tiến bộ của công nghệ thông tin, phối hợp truyền thông marketing.

Nội dung thông tin cho nhà cung cấp và điểm đến du lịch bao gồm mục đích, động cơ chính của chuyến đi, quỹ thời gian rỗi, thời điểm sử dụng, khả năng thanh toán, mức thu nhập, kinh nghiệm tiêu dùng, yêu cầu về chất lượng và thói quen tiêu dùng của khách, các yêu cầu đặc biệt của khách.

Các nhà kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho nhà cung cấp du lịch dựa vào cả hai nguồn thông tin thứ cấp và sơ cấp. Trong đó, nguồn thông tin sơ cấp cần được quan tâm và sử dụng nhiều hơn. Khi có nhiều thông tin sơ cấp, các nhà cung cấp du lịch có thể định hướng đúng nhu cầu của khách du lịch, từ đó tạo ra các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng phù hợp.

1.1.2.2. Chức năng tổ chức

Thực hiện chức năng này nghĩa là doanh nghiệp phải thực hiện các công việc tổ chức nghiên cứu thị trường, tổ chức sản xuất và tổ chức tiêu dùng.

Tổ chức nghiên cứu thị trường bao gồm nghiên cứu cả thị trường cầu và thị trường cung du lịch. Tổ chức sản xuất bao gồm việc sắp đặt trước các dịch vụ hoặc liên kết các dịch vụ đơn lẻ thành chương trình du lịch. Tổ chức tiêu dùng bao gồm tổ chức cho khách đi lẻ thành từng nhóm, định hướng và giúp đỡ khách trong quá trình tiêu dùng du lịch.

1.1.2.3. Chức năng thực hiện

Thực hiện chức năng này có nghĩa là doanh nghiệp lữ hành thực hiện khâu cuối cùng của quá trình kinh doanh lữ hành. Bao gồm việc thực hiện vận chuyển khách theo các điều kiện đã thỏa thuận trong hợp đồng, thực hiện các hoạt động hướng dẫn tham quan, kiểm tra và giám sát các dịch vụ của các nhà cung cấp khác trong chương trình.

Mặt khác, thực hiện hoạt động làm gia tăng giá trị sử dụng và giá trị của chương trình du lịch thông qua lao động của hướng dẫn viên. (Nguyễn Văn Mạnh & Phạm Hồng Chương, 2006).

1.1.3. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh lữ hành

- Kinh doanh lữ hành mang tính thời vụ rõ nét: Ở các thời vụ khác nhau trong năm, nhu cầu của du khách cũng khác nhau. Chẳng hạn, vào mùa hè nhu cầu du lịch biển tăng rất cao nhưng vào mùa đông thì ngược lại, vào mùa xuân nhu cầu du lịch lễ hội cũng tăng mạnh làm cho hoạt động kinh doanh lữ hành có tính thời vụ. Vì vậy, trong kinh doanh lữ hành đòi hỏi các nhà quản trị phải nắm bắt được tính thời vụ nhằm có những biện pháp hạn chế tính thời vụ, duy trì nhịp độ phát triển đều đặn và nâng cao hiệu quả kinh doanh lữ hành.

- Mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng trong kinh doanh lữ hành: Quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm lữ hành diễn ra trong cùng một thời gian. Trong kinh doanh lữ hành, chúng ta chỉ tiến hành phục vụ khách du lịch khi có sự có mặt của khách trong quá trình phục vụ. Có thể xem khách hàng là yếu tố “nguyên liệu đầu vào” trong quá trình kinh doanh lữ hành. Vì thế trong kinh doanh lữ hành sản phẩm không thể sản xuất trước. Quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm lữ hành diễn ra trong cùng một không gian. Các sản phẩm lữ hành không thể vận chuyển mang đến tận nơi để phục vụ khách hàng. Khách hàng chỉ có thể thỏa mãn nhu cầu khi vận động gặp gỡ. Như vậy, khách hàng là bộ phận tham gia trực tiếp không thể tách rời từ quá trình sản xuất.

Ngoài ra những đặc điểm trên, hoạt động kinh doanh lữ hành còn phụ thuộc khá nhiều vào yếu tố tự nhiên, quỹ thời gian nhàn rỗi, trình độ dân trí cũng như phụ thuộc vào thu nhập của người dân. Từ những đặc điểm cơ bản trên cho thấy việc kinh doanh lữ hành rất dễ gặp rủi ro, đòi hỏi các công ty lữ hành.

1.1.4. Vai trò của hoạt động kinh doanh lữ hành trong du lịch

Hoạt động du lịch mang những đặc điểm riêng biệt, tạo tiền đề cho sự hình thành và phát triển của kinh doanh lữ hành. Trước hết, cung du lịch mang tính cố định, gắn liền với các tài nguyên du lịch tại điểm đến và không thể di chuyển, trong khi đó cầu du lịch lại phân tán rộng khắp theo không gian. Điều này tạo ra sự mất cân đối giữa nơi cung ứng dịch vụ và nơi phát sinh nhu cầu, đòi hỏi phải có một chủ thể trung gian thực hiện vai trò kết nối.

Nhu cầu du lịch mang tính tổng hợp và đồng bộ cao, bao gồm nhiều yếu tố như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và giải trí. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp du lịch riêng lẻ thường chỉ cung cấp một hoặc một số dịch vụ nhất định, không thể đáp ứng toàn bộ nhu cầu của khách du lịch. Chính vì vậy, cần có sự liên kết giữa các ngành dịch vụ khác nhau để tạo ra một sản phẩm du lịch hoàn chỉnh. Vai trò của hoạt động kinh doanh lữ hành được thể hiện trên nhiều phương diện khác nhau, bao gồm:

Thứ nhất về mặt kinh tế, kinh doanh lữ hành góp phần thúc đẩy tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ du lịch. Thông qua việc xây dựng và tổ chức các chương trình du lịch trọn gói, doanh nghiệp lữ hành tạo ra dòng khách ổn định cho các ngành liên quan như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và dịch vụ vui chơi giải trí. Nhờ đó, hoạt động lữ hành góp phần gia tăng doanh thu cho toàn ngành du lịch, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương và quốc gia.

Thứ hai về mặt xã hội, kinh doanh lữ hành tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người lao động, từ đội ngũ hướng dẫn viên, điều hành tour đến các nhân viên phục vụ trong hệ thống dịch vụ du lịch. Đồng thời, hoạt động này còn góp phần nâng cao đời sống tinh thần của con người thông qua việc đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí và khám phá của du khách.

Thứ ba về mặt văn hóa, kinh doanh lữ hành đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người và bản sắc văn hóa dân tộc đến với du khách trong và ngoài nước. Thông qua các chương trình du lịch, du khách có cơ hội tìm hiểu các giá trị văn hóa truyền thống, phong tục tập quán của các vùng miền, từ đó góp phần thúc đẩy giao lưu văn hóa và tăng cường sự hiểu biết giữa các quốc gia.

Thứ tư về mặt môi trường, hoạt động lữ hành góp phần định hướng việc khai thác tài nguyên du lịch một cách hợp lý và bền vững. Các doanh nghiệp lữ hành ngày càng chú trọng xây dựng các chương trình du lịch thân thiện với môi trường, đồng thời nâng cao ý thức bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và môi trường cho du khách.

Thứ năm về vai trò liên kết và điều phối, kinh doanh lữ hành giữ vai trò cầu nối giữa khách du lịch và các nhà cung cấp dịch vụ. Doanh nghiệp lữ hành tổ chức, điều phối và đảm bảo sự phối hợp đồng bộ giữa các yếu tố như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và tham quan, từ đó giúp chương trình du lịch được thực hiện một cách khoa học, hiệu quả và mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

Kinh doanh lữ hành được khẳng định là một yếu tố khách quan cho sự phát triển của ngành du lịch, giữ vị trí trung gian thực hiện vai trò phân phối sản phẩm của các ngành kinh tế khác.

1.2. Khái quát chung về chương trình du lịch

1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch

Ngày nay du lịch đã trở thành một hiện tượng kinh tế xã hội phổ biến không chỉ ở các nước phát triển mà còn ở các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam.

Nhu cầu du lịch đã trở thành thước đo đánh giá tri thức của mỗi người dân. Đáp ứng nhu cầu đi lại của con người, các loại phương tiện cũng ngày một cải tiến và sự tham gia vào hoạt động du lịch của con người ngày càng phổ biến hơn. Để giải tỏa tâm lý sau những ngày làm việc vất vả thì hoạt động du lịch giúp cải thiện đời sống tinh thần và giảm căng thẳng.

Đứng trước xu thế đó, các doanh nghiệp lữ hành xây dựng các chương trình du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu đi lại và tham gia các hoạt động vui chơi giải trí, các dịch vụ quyết định thành công của chương trình du lịch.

Theo Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2006) “*Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ hàng hóa được sắp đặt trước liên kết với nhau, để thỏa mãn ít nhất hai nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của khách với mức giá gộp xác định trước và bán trước khi tiêu dùng của khách*”.

Theo David Wright (trích dẫn trong Nguyễn Thị Thu Hằng và cộng sự, 2021) chương trình du lịch là các dịch vụ trong lộ trình du lịch thông thường bao gồm giao thông vận tải, nơi ăn ở, sự di chuyển và tham quan ở một hoặc nhiều hơn các quốc

gia, các vùng lãnh thổ hay thành phố. Sự phục vụ này phải được đăng ký đầy đủ hoặc hợp đồng trước với một doanh nghiệp lữ hành. Khách du lịch phải thanh toán đầy đủ trước khi các dịch vụ được thực hiện.

Trên cơ sở kế thừa các định nghĩa về chương trình du lịch: *“Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ, hàng hoá được sắp đặt trước, liên kết với nhau để thoả mãn ít nhất hai nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của khách với mức giá gộp xác định trước và bán trước cho khách tiêu dùng”* (Nguyễn Thị Thu Hằng và cộng sự, 2021).

1.2.2. Đặc điểm của chương trình du lịch

Tình hình hoạt động kinh doanh lữ hành ngày càng phong phú, đa dạng và là lĩnh vực không thể thiếu được trong ngành du lịch. Các doanh nghiệp lữ hành có sự liên kết giữa các nhà cung ứng tập hợp các hàng hóa, dịch vụ để tạo ra một sản phẩm mang tính trọn gói và đem bán cho khách du lịch sử dụng.

Về cơ bản, mỗi doanh nghiệp du lịch có những chương trình hấp dẫn riêng nhằm thoả mãn nhu cầu của từng đối tượng khác mà các doanh nghiệp hướng tới, bởi lẽ đó mà các chương trình du lịch luôn đổi mới, phong phú và hấp dẫn. Các đặc điểm đó là:

- + Tính tổng hợp: Đây là một nhu cầu xuất phát từ khách du lịch. Chúng ta luôn thấy có sự kết hợp của nhiều sản phẩm, dịch vụ phục vụ cho ngành du lịch, tham gia vào đó là các dịch vụ ăn uống, vận chuyển, vui chơi, giải trí... có xu hướng tăng lên và do nhiều nhà cung ứng khác nhau cung cấp. Các công ty lữ hành muốn tăng tính hấp dẫn của chương trình du lịch đối với khách hàng mục tiêu và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường thì phải luôn đổi mới và tạo ra những nét riêng biệt nhằm hình thành tính đặc thù cho chương trình du lịch của mình.

- + Tính linh hoạt: Chương trình du lịch là những chương trình được thiết kế sẵn nhằm phục vụ các đối tượng khách hàng mục tiêu trên thị trường. Tuy nhiên, các yếu tố cấu thành của chương trình du lịch có thể thay đổi theo yêu cầu và sự thoả thuận giữa khách hàng và các nhà cung ứng nhằm tạo ra chương trình phù hợp nhất với nhu cầu của khách du lịch.

- + Tính kế hoạch: Mỗi một chương trình đều có sự sắp đặt dự kiến trước các yếu tố vật chất và phi vật chất để từ đó thực hiện chuyến đi và tham gia chuyến đi (du khách) biết được giá trị sử dụng của mình mà sẽ tiêu dùng.

+ Tính vô hình: Đây là tính đặc trưng của chương trình du lịch. Bởi lẽ các sản phẩm dịch vụ không tồn tại dưới dạng vật chất nên khách hàng không thể sờ thấy mà cảm nhận được. Quá trình tiêu dùng cảm nhận để từ đó đánh giá chất lượng chương trình du lịch. Chính vì đặc tính này mà ảnh hưởng đến hoạt động marketing của công ty gây khó khăn trong việc đánh giá của khách hàng.

+ Tính đa dạng: Dựa vào nhu cầu của du khách các doanh nghiệp xây dựng các chương trình du lịch, phối hợp giữa các yếu tố cấu thành mà có nhiều loại chương trình du lịch khác nhau: nhờ căn cứ vào thời gian ngắn ngày hay dài ngày, du lịch nghỉ dưỡng hay du lịch thể thao, căn cứ vào giá bán của chương trình du lịch có chương trình trọn gói và chương trình du lịch giá từng phần và căn cứ vào không gian và các chương trình du lịch mạo hiểm...

+ Tính không đồng nhất: Sản phẩm hàng hóa được sản xuất trước khi bán, còn sản phẩm dịch vụ được tạo ra khi có sự tham gia của khách hàng. Khi có khách các chương trình du lịch mới được thực hiện và không phải lần nào công ty lữ hành cung ứng dịch vụ với cấp độ đồng đều nhau.

+ Tính dễ hư hỏng và không thể cất giữ được: Quá trình sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời trùng nhau cả về mặt không gian và thời gian nên không thể cất giữ được và rất dễ bị hư hỏng. Các nhà cung cấp không thể để sản phẩm dịch vụ hôm nay đến ngày hôm sau mà khi đã thiết kế ra chương trình nếu không bán được thì phải bỏ ra những chi phí nhất định.

+ Tính dễ sao chép: Dịch vụ du lịch là loại hình có thể bị sao chép do vốn đầu tư không lớn, không đòi hỏi kỹ thuật tinh vi, nên việc công ty nào đó muốn xây dựng chương trình để bán cho khách du lịch thì có thể dễ dàng thay đổi và sao chép chương trình của một công ty khác dễ dàng mà không phải mua bản quyền.

+ Tính trọn gói: Chương trình du lịch mang tính trọn gói. Các công ty lữ hành khi thiết kế xây dựng chương trình du lịch đã đảm bảo xây dựng đầy đủ các yếu tố dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

+ Không thể kiểm tra chất lượng chương trình trước khi bán: Xuất phát từ chính bản thân của sản phẩm dịch vụ sản xuất tiêu dùng diễn ra đồng thời nên kiểm tra chất lượng là rất khó. Đối với sản phẩm hàng hóa thông thường có thể kiểm tra chất lượng trước khi đem ra thị trường tiêu dùng nhưng riêng đối với sản phẩm dịch vụ thì không thể làm được điều này. Đây là một đặc trưng riêng biệt đòi hỏi các nhà

quản lí có những chính sách hợp lí để đáp ứng nhu cầu của khách được hoàn hảo từ đầu đến cuối.

+ Không có quyền sở hữu sản phẩm mình mua: Thông thường đối với các mặt hàng người mua có quyền sở hữu và sử dụng hàng hóa đó. Nhưng đối với sản phẩm dịch vụ thì người muốn tiêu dùng phải tham gia vào việc tiêu dùng nó để cảm nhận và thỏa mãn và những mong đợi từ nhà sản xuất.

+ Tính khó bán: Là kết quả của các đặc tính trên. Ngoài ra do mỗi khách hàng có sở thích, thói quen không giống nhau do sự khác nhau về địa lý, ảnh hưởng của nền văn hóa khác nhau tới lối sống, sự khác nhau về tâm lý, kinh nghiệm trải qua việc sử dụng nhiều lần. Nên họ có yêu cầu, đánh giá chất lượng khác nhau. Vì vậy người làm dịch vụ phải đưa ra cách phục vụ thích hợp với từng đối tượng khách nhằm đáp ứng một cách cao nhất nhu cầu của khách.

1.2.3. Phân loại chương trình du lịch

1.2.3.1. Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh

- Chương trình du lịch chủ động: Là loại chương trình mà doanh nghiệp lữ hành chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng các chương trình du lịch, ấn định các ngày thực hiện, sau đó tổ chức bán và thực hiện. Chỉ có các doanh nghiệp lữ hành lớn, có thị trường ổn định mới tổ chức các chương trình du lịch chủ động do tính mạo hiểm cao.

- Chương trình du lịch bị động: Là loại chương trình mà khách tự tìm đến với doanh nghiệp lữ hành, đề ra các yêu cầu và nguyện vọng. Trên cơ sở đó doanh nghiệp lữ hành xây dựng chương trình du lịch. Hai bên tiến hành thoả thuận và thực hiện sau khi đã đạt được sự nhất trí của cả đôi bên. Chương trình du lịch theo loại này thường ít mạo hiểm. Nhưng số lượng khách ít, doanh nghiệp bị động trong kinh doanh dễ rơi vào tình trạng “há miệng chờ sung”.

- Chương trình du lịch kết hợp: Là sự hoà nhập của cả hai loại trên đây. Doanh nghiệp lữ hành chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch nhưng không ấn định ngày thực hiện. Thông qua các hoạt động tuyên truyền quảng cáo, khách du lịch (hoặc các công ty gửi khách) sẽ tìm đến với doanh nghiệp lữ hành. Trên cơ sở các chương trình sẵn có, hai bên tiến hành thoả thuận và sau đó thực hiện chương trình. Thể loại này tương đối phù hợp với điều kiện thị trường

không ổn định và có dung lượng không lớn. Đa số các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam áp dụng loại chương trình du lịch kết hợp.

1.2.3.2. Căn cứ vào mức giá

- Chương trình du lịch theo mức giá trọn gói: Giá của chương trình bao gồm hầu hết các dịch vụ, hàng hoá phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch và giá của chương trình là giá trọn gói. Đây là hình thức chủ yếu của các chương trình du lịch do các công ty lữ hành tổ chức.

- Chương trình du lịch theo mức giá cơ bản

Giá của chương trình du lịch chỉ bao gồm:

Một số dịch vụ chủ yếu của chương trình du lịch với nội dung đơn giản.

Giá chỉ bao gồm vé máy bay, một vài tối ngủ tại khách sạn và tiền taxi từ sân bay về khách sạn.

- Chương trình du lịch theo mức giá tự chọn

Khách du lịch có thể tùy ý lựa chọn các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau với các mức giá khác nhau. Cấp độ chất lượng được xây dựng trên cơ sở thứ hạng khách sạn, mức tiêu chuẩn ăn uống hoặc phương tiện vận chuyển.

Khách có thể được lựa chọn từng thành phần riêng rẽ của chương trình hoặc công ty lữ hành chỉ đề nghị lựa chọn các mức khác nhau của cả một chương trình tổng thể.

Loại chương trình này đáp ứng đúng các mong muốn của từng cá nhân khách du lịch nhưng rất khó khăn và phức tạp trong việc tổ chức thực hiện của doanh nghiệp lữ hành.

1.2.3.3. Căn cứ vào nội dung và mục đích chuyến đi

- Chương trình du lịch nghỉ ngơi, giải trí và chữa bệnh: là loại hình phổ biến nhất hiện nay, nhằm đáp ứng nhu cầu phục hồi sức khỏe thể chất và tinh thần của du khách sau thời gian làm việc căng thẳng. Loại hình này thường được tổ chức tại các khu nghỉ dưỡng, bãi biển, suối khoáng hoặc các trung tâm chăm sóc sức khỏe với nhịp độ chương trình nhẹ nhàng, ít di chuyển và chú trọng vào các hoạt động thư giãn. Bên cạnh mục đích nghỉ ngơi đơn thuần, du khách còn có xu hướng kết hợp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe như spa, trị liệu hay yoga, qua đó góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch nghỉ dưỡng cao cấp và gia tăng giá trị chi tiêu trong ngành du lịch.

- Chương trình du lịch theo chuyên đề (văn hoá, lịch sử,...): là loại hình mang tính chiều sâu, tập trung vào việc khai thác một nội dung cụ thể nhằm nâng cao hiểu biết và trải nghiệm của du khách. Nội dung chương trình thường được thiết kế chặt chẽ với sự tham gia của đội ngũ hướng dẫn viên có kiến thức chuyên môn, giúp du khách tiếp cận các giá trị văn hóa và lịch sử một cách hệ thống. Loại hình này không chỉ phục vụ nhu cầu tham quan mà còn mang ý nghĩa giáo dục, góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị di sản, đồng thời tạo ra những sản phẩm du lịch có tính khác biệt và bền vững.

- Chương trình du lịch tôn giáo tín ngưỡng: gắn liền với đời sống tinh thần của con người, hướng đến nhu cầu hành hương, chiêm bái và tìm kiếm sự bình an nội tâm. Các điểm đến thường là chùa chiền, nhà thờ, đền miếu hoặc các thánh địa nổi tiếng, đặc biệt thu hút đông đảo du khách vào các dịp lễ hội tôn giáo. Ngoài yếu tố tâm linh, loại hình này còn mang giá trị văn hóa và kiến trúc đặc sắc, góp phần bảo tồn các di sản tôn giáo và tạo động lực phát triển du lịch địa phương.

- Chương trình du lịch thể thao, khám phá và mạo hiểm (leo núi, lặn biển, đến các bản làng dân tộc...): là loại hình du lịch hiện đại, thu hút nhóm khách trẻ tuổi và ưa thích trải nghiệm mới lạ. Các hoạt động thường bao gồm leo núi, lặn biển, trekking hay khám phá các khu vực tự nhiên và bản làng dân tộc, đòi hỏi du khách phải có sức khỏe tốt và kỹ năng nhất định. Loại hình này không chỉ thỏa mãn nhu cầu chinh phục thiên nhiên mà còn góp phần khai thác hiệu quả tài nguyên tự nhiên, tuy nhiên cũng đặt ra yêu cầu cao về đảm bảo an toàn và bảo vệ môi trường trong quá trình tổ chức.

- Chương trình du lịch đặc biệt như tham quan chiến trường xưa cho các cựu chiến binh, lính Mỹ, lính Pháp: loại hình có tính đặc thù cao, hướng đến những nhóm khách có nhu cầu riêng biệt như cựu chiến binh hoặc những người quan tâm đến lịch sử. Nội dung chương trình thường mang yếu tố hồi tưởng và cảm xúc sâu sắc, giúp du khách hiểu rõ hơn về quá khứ và giá trị của hòa bình. Loại hình này không chỉ có ý nghĩa giáo dục mà còn góp phần tạo nên những sản phẩm du lịch độc đáo, mang tính khác biệt cao trên thị trường.

- Chương trình du lịch tổng hợp là sự tập hợp của các thể loại trên: là sự kết hợp linh hoạt của nhiều loại hình du lịch khác nhau trong cùng một hành trình nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Loại hình này thường tích hợp các yếu tố

ngủ dưỡng, tham quan, khám phá và trải nghiệm văn hóa, từ đó mang lại giá trị toàn diện cho chuyến đi. Việc phát triển chương trình du lịch tổng hợp giúp nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm du lịch, đồng thời tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng thị trường và thu hút nhiều đối tượng khách khác nhau.

1.2.3.4. Căn cứ vào thời gian tổ chức chuyến đi

- Chương trình du lịch ngắn ngày: là loại hình chương trình du lịch có thời gian tổ chức tương đối ngắn, thường kéo dài từ một đến dưới ba ngày, chủ yếu phục vụ nhu cầu tham quan, nghỉ ngơi trong khoảng thời gian hạn chế của du khách. Loại hình này thường được xây dựng với lịch trình tinh gọn, tập trung vào các điểm đến gần hoặc thuận tiện về giao thông, nhằm tối ưu hóa thời gian di chuyển và nâng cao hiệu quả trải nghiệm trong thời gian ngắn.

- Chương trình du lịch dài ngày: là loại hình chương trình du lịch có thời gian kéo dài từ ba ngày trở lên, cho phép tổ chức các hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm đa dạng tại nhiều điểm đến khác nhau. Loại hình này thường hướng đến việc cung cấp trải nghiệm toàn diện và sâu sắc hơn cho du khách, đồng thời đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng về kế hoạch tổ chức, dịch vụ và quản lý hành trình nhằm đảm bảo chất lượng xuyên suốt chuyến đi.

1.2.3.5. Căn cứ vào các dịch vụ cấu thành và mức độ phụ thuộc trong tiêu dùng

- Chương trình du lịch trọn gói có người tháp tùng:

Bao gồm hầu hết các thành phần như vận chuyển, lưu trú, ăn, tham quan, hướng dẫn, giải trí và các dịch vụ khác đã được sắp đặt trước ở mức độ tối đa.

Giá trọn gói của tất cả các dịch vụ, chi phí thường thấp hơn so với dịch vụ cùng loại của các chương trình du lịch khác. Giá tính theo đầu khách ở buồng đôi, giá theo thời vụ du lịch.

Khách mua chương trình được tổ chức thành đoàn và hướng dẫn viên chuyên nghiệp được doanh nghiệp lữ hành tuyển chọn đi cùng khách và phục vụ từ khi đón khách đến khi tiễn khách. Khách tiêu dùng phụ thuộc khó có khả năng tiêu dùng độc lập.

- Chương trình du lịch có hướng dẫn viên từng chặng: (chỉ có hướng dẫn viên tại các điểm đến)

Đây là một biến dạng của chương trình du lịch trọn gói có người tháp tùng. Loại chương trình du lịch này có đặc điểm tương tự như loại chương trình du lịch

có người tháp tùng. Nhưng khác biệt ở chỗ không có người tháp tùng trong suốt hành trình mà tại mỗi điểm đến trong chương trình sẽ có người đại diện của doanh nghiệp dẫn hướng dẫn và trợ giúp khách. Loại chương trình du lịch này có thể gồm nhiều hoặc chỉ một điểm đến.

- Chương trình du lịch độc lập tối thiểu:

Loại chương trình này là một biến dạng của chương trình du lịch độc lập đầy đủ, chỉ khác ở chỗ giới hạn hai dịch vụ cơ bản. Chương trình này có các đặc điểm nổi bật như sau:

Bao gồm hai thành phần dịch vụ cơ bản: Vận chuyển và lưu trú.

Giá trọn gói bao gồm chi phí vé máy bay, chi phí buồng ngủ khách sạn, chi phí vận chuyển từ sân bay đến khách sạn và ngược lại.

Tổng chi phí trọn gói của loại chương trình này có thể thay đổi tùy thuộc vào tuyến điểm du lịch, lựa chọn khách sạn, ngày khởi hành, thời gian của chuyến đi và các dịch vụ không bắt buộc. Chi phí cho các dịch vụ trong chương trình này thường đắt hơn so với chi phí của các dịch vụ cùng loại trong chương trình du lịch trọn gói đi theo đoàn có người tháp tùng.

Không đi theo đoàn có tổ chức, không có hướng dẫn, khách tự đi và tự định liệu các hoạt động theo sở thích cá nhân của mình có nhiều khả năng để lựa chọn.

- Chương trình du lịch độc lập đầy đủ (toàn phần):

Khác với chương trình du lịch phụ thuộc, chương trình du lịch độc lập liên kết, sắp đặt các dịch vụ theo yêu cầu của khách. Loại chương trình này có các đặc điểm nổi bật là:

Đáp ứng chính xác mong muốn của khách, tất cả mọi chi tiết trong suốt quá trình đi du lịch đều được lên kế hoạch trước, tiêu dùng độc lập theo sở thích riêng.

Giá của chương trình là giá của tất cả các dịch vụ cấu thành chương trình và được bán theo giá trọn gói. Giá thường đắt hơn so với các chương trình du lịch khác có các dịch vụ cùng thứ hạng, cùng số lượng và cùng thời gian.

- Chương trình tham quan:

Đây là loại chương trình với mục đích chủ yếu là thưởng ngoạn các giá trị của tài nguyên tự nhiên và nhân văn tại một điểm du lịch trong thời gian ngắn.

Phục vụ cho một chuyến tham quan ngắn ở một điểm hay một khu du lịch nào đó. Độ dài của chương trình có thể là từ vài giờ đến vài ngày trong phạm vi hẹp.

Phần lớn các chương trình loại này đều có hướng dẫn viên của doanh nghiệp đi kèm hoặc có dịch vụ hướng dẫn tham quan tại chỗ. Giá của chương trình là giá trọn gói của các dịch vụ phục vụ cho quá trình tham quan

Loại chương trình này có thể được bán tách rời và có thể được bán kèm theo với các sản phẩm của hãng vận chuyển hàng không, đường thủy, đường sắt, đường bộ hoặc là các cơ sở kinh doanh lưu trú.

1.2.3.6. Căn cứ khác

- Chương trình du lịch cá nhân và du lịch theo đoàn
- Chương trình du lịch dài ngày và ngắn ngày
- Chương trình du lịch trên các phương tiện giao thông: đường bộ (ôtô, xe ngựa, xe máy, xe đạp,...), đường thủy (tàu thủy, thuyền buồm,...), hàng không, đường sắt. (Nguyễn Thị Thu Hằng và cộng sự, 2021).

1.2.4. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch

Từ khái niệm về chương trình du lịch ta có thể nhận thấy có ba yếu tố cơ bản để cấu thành nên chương trình du lịch đó là: Lịch trình các hoạt động trong chương trình du lịch, các dịch vụ được sử dụng trong chương trình du lịch, giá của chương trình du lịch. Trên thực tiễn một chương trình khi bán cho khách hàng phải thể hiện được ba nội dung này. Cả ba yếu tố trên vừa là tiêu chí để xác định chất lượng cho chương trình du lịch, vừa là những căn cứ để khách hàng đưa ra quyết định mua chương trình du lịch hay không.

+ Yếu tố lịch trình: Lịch trình của chương trình du lịch là kế hoạch chi tiết các hoạt động sẽ được thực hiện trong một chương trình du lịch. Nó thể hiện rõ về thời gian, địa điểm sẽ diễn ra một hoạt động cụ thể. Lịch trình du lịch phải chi tiết từng giờ, từng buổi, từng ngày, từng hoạt động trong chương trình du lịch.

Lịch trình du lịch là yếu tố quan trọng hàng đầu dẫn đến sự thành công hay thất bại của cả chương trình du lịch. Khách du lịch có cảm nhận được giá trị của chuyến đi hay không là phụ thuộc vào chất lượng của lịch trình.

Lịch trình của chương trình du lịch cũng là yếu tố nền tảng để xác định các dịch vụ sẽ sử dụng trong chương trình du lịch và có ảnh hưởng đến việc tính giá thành của chương trình du lịch đó.

Lịch trình được xây dựng trên cơ sở tuyến, điểm du lịch. Khi xây dựng lịch trình phải đảm bảo tính khoa học về không gian, thời gian, mục đích, ý nghĩa cho

mỗi hoạt động. Việc xây dựng một lịch trình du lịch đòi hỏi người xây dựng phải có kiến thức tốt về hệ thống tuyến điểm, có am hiểu thực tế thì việc xây dựng lịch trình mới đảm bảo tính hợp lý và hiệu quả sử dụng của chương trình du lịch.

+ Yếu tố dịch vụ: Một chương trình du lịch được cấu thành từ sự kết hợp của rất nhiều dịch vụ thành phần như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ tham quan, dịch vụ hướng dẫn, các dịch vụ bổ sung khác. Do đó, chất lượng của chương trình du lịch phụ thuộc phần lớn vào chất lượng của các dịch vụ thành phần.

Trong một chương trình du lịch các dịch vụ sẽ không thể tách rời, nó luôn luôn phải được thể hiện trong chương trình du lịch. Số lượng các dịch vụ và chất lượng các dịch vụ thể hiện chất lượng của chương trình du lịch và ảnh hưởng nhiều nhất đến giá của chương trình du lịch đó.

Yếu tố dịch vụ cũng tạo nên sự khác biệt giữa chương trình du lịch này với chương trình du lịch khác, tạo nên tính cạnh tranh trên thị trường du lịch và ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm của khách hàng.

Khi lựa chọn các dịch vụ để đưa vào chương trình du lịch, nhà xây dựng chương trình du lịch phải cân nhắc kỹ lưỡng trước khi đưa một dịch vụ vào xây dựng chương trình du lịch. Những dịch vụ được đưa vào chương trình du lịch phải là: Những dịch vụ cần thiết cho chương trình, những dịch vụ tạo nên giá trị ý nghĩa cho chuyến đi, những dịch vụ thỏa mãn nhu cầu mong muốn của khách hàng và những dịch vụ đáp ứng được nhu cầu chiến lược kinh doanh của đơn vị lữ hành.

+ Yếu tố về giá bán: Trên tổng thể một văn bản của một chương trình du lịch thì yếu tố giá bán chỉ chiếm một dung lượng rất nhỏ, nhưng có sức ảnh hưởng lớn đến quyết định mua của khách hàng. Giá bán cho một chương trình du lịch thường được ấn định trên đơn vị một người. Mỗi chương trình du lịch sẽ có một giá bán khác nhau phụ thuộc vào nội dung của lịch trình và số lượng cũng như chất lượng các dịch vụ thành phần trong chương trình.

Giá bán được đưa ra sau khi nhà thiết kế chương trình du lịch tính toán tất cả các chi phí cho chuyến đi cũng như mong muốn lợi nhuận và phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến chương trình du lịch

Môi trường là điều kiện hình thành và phát triển du lịch. Biến đổi môi trường đều ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động du lịch. Trong thời đại ngày nay, có rất nhiều điều kiện ngoại cảnh để làm nảy sinh du lịch. Có thể thấy các điều kiện ngoại cảnh chủ yếu bao gồm điều kiện chính trị - xã hội, điều kiện phát triển kinh tế, nhận thức của xã hội, xu thế du lịch và nhu cầu du lịch.

Hoạt động du lịch chịu ảnh hưởng của rất nhiều yếu tố bên ngoài, tuy nhiên có thể thấy nổi bật nhất là 6 nhóm yếu tố chính là các yếu tố chính trị xã hội, ảnh hưởng kinh tế, xu thế xã hội, đổi mới khoa học công nghệ, thiên tai, dịch bệnh và an ninh xã hội.

1.2.5.1. Yếu tố bên ngoài

- Yếu tố chính trị xã hội: Xét trên bình diện quốc tế - tình hình chính trị xã hội là những vấn đề liên quan đến chiến tranh và hòa bình, đến nhân quyền, bình đẳng sắc tộc, bình đẳng giới...

Xã hội ổn định trước tiên là tình hình ổn định về chính trị quốc tế, khu vực và trong nước (kể cả nước gửi khách và nước đón khách du lịch). Không khí chính trị hòa bình đảm bảo cho việc mở rộng các mối quan hệ kinh tế, khoa học kỹ thuật, văn hóa và chính trị giữa các dân tộc. Trong phạm vi các mối quan hệ kinh tế quốc tế, sự trao đổi du lịch quốc tế ngày càng phát triển và mở rộng. Du lịch nói chung, du lịch quốc tế nói riêng chỉ có thể phát triển được trong không khí hòa bình, ổn định, trong tình hữu nghị giữa các quốc gia, dân tộc.

Tình hình trật tự, an toàn xã hội của một quốc gia được đánh giá trên cơ sở: Tỷ lệ tội phạm (trộm cắp, móc túi, cướp của, giết người...). Trật tự nơi công cộng (trật tự, vệ sinh, nếp sống, an toàn giao thông...). Tình trạng tệ nạn xã hội (mại dâm, ma túy, cờ bạc, mê tín dị đoan...). Bảo vệ môi trường, cân bằng sinh thái...

Ở các địa phương, đặc biệt là các điểm đến du lịch, tình trạng trộm cắp, bắt cóc, tống tiền, giết người, cướp của, tình trạng tai nạn giao thông cũng là một rào cản lớn đối với sự phát triển của du lịch, hình thành hình ảnh xấu về điểm đến, ảnh hưởng rất lớn đến quyết định đến tham quan du lịch của khách du lịch tiềm năng. Ngược lại xã hội an toàn, văn minh, cuộc sống thanh bình, người dân thân thiện sẽ tạo điều kiện cho hoạt động du lịch và thu hút du khách. Do đó, những quốc gia,

những thành phố có tình hình chính trị ổn định, có cuộc sống thanh bình, an toàn thường là những điểm đến được lựa chọn hàng đầu của khách du lịch.

Tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đi và đến quốc gia. Ngày nay, các quốc gia đã tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đi và đến quốc gia mình. Việc xét cấp visa truyền thống ngày càng giảm, thay vào đó là cấp visa điện tử, cấp tại cửa khẩu và miễn visa cho khách du lịch ngày càng gia tăng.

Như vậy có thể thấy yếu tố chính trị xã hội có ảnh hưởng mạnh mẽ tới du lịch. Yếu tố này ảnh hưởng tới số lượng khách du lịch đi và đến điểm du lịch; cơ cấu thành phần du khách và kích cầu du lịch của du khách tiềm năng.

- Yếu tố kinh tế: Sự phát triển của ngành du lịch phụ thuộc vào xu hướng và tình hình phát triển của nền kinh tế chung. Nền kinh tế chung phát triển kéo theo sự phát triển của tất cả các thành phần kinh tế, trong đó có kinh tế du lịch. Ngành du lịch của một quốc gia hay vùng phát triển tỷ lệ thuận với trình độ phát triển kinh tế của quốc gia hay vùng đó.

Trình độ phát triển kinh tế ảnh hưởng đến: Tính hiệu quả trong quá trình phát triển du lịch và sự bền vững trong phát triển du lịch. Một nền kinh tế phát triển sẽ có nguồn lực tài chính dồi dào cung cấp cho các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Bên cạnh đó, nền kinh tế phát triển còn tác động gián tiếp đến sự phát triển ngành du lịch thông qua phát triển các ngành kinh tế khác như nông nghiệp, công nghiệp chế biến lương thực, thực phẩm, kiến trúc và xây dựng, dệt may, công nghệ thông tin và đặc biệt là giao thông vận tải. Ví dụ: Các sản phẩm nông nghiệp cung cấp nguyên liệu thiết yếu cho các bữa ăn hàng ngày của khách du lịch. Những sản phẩm của ngành chế biến lương thực, thực phẩm cũng phải được sản xuất theo các quy trình nghiêm ngặt trước khi đến tay người tiêu dùng là khách du lịch. Những ngành kinh tế khác như ngành năng lượng, ngành kiến trúc, xây dựng, các ngành công nghiệp nhẹ, thông tin liên lạc cung cấp nhiều dịch vụ thiết yếu trực tiếp hay gián tiếp cho khách du lịch. Internet đã làm thay đổi nhiều hoạt động xã hội trong đó có du lịch. các thông tin về điểm đến du lịch, về nhu cầu thị hiếu của khách du lịch được dễ dàng tìm thấy trên không gian mạng đã góp phần gia tăng hoạt động du lịch. Khi nền kinh tế phát triển, những điều kiện đảm bảo cho chuyến đi ngày càng tốt hơn.

- Xu thế xã hội: Nhận thức của cộng đồng trong xã hội có vai trò quan trọng đối với phát triển du lịch. Nhận thức không tích cực về du lịch sẽ cản trở sự phát triển của nó, ngược lại cộng đồng sẽ góp phần thu hút khách du lịch nếu thấy được những cơ hội tốt mà du lịch mang lại. Sự phát triển du lịch còn phụ thuộc vào trình độ nhận thức của người dân. Tại các nước phát triển, du lịch đã trở thành một nhu cầu có tính phổ biến trong xã hội. Xu thế của xã hội được lan tỏa nhanh chóng bởi xu thế toàn cầu hóa với công cụ hỗ trợ rất hiệu quả là mạng internet. Xu thế xã hội phát triển dựa trên nhóm lứa tuổi. Nhóm lứa tuổi chi phối xu thế xã hội mạnh mẽ nhất hiện nay là nhóm thế hệ X, Y và nhóm thế hệ Z.

- Yếu tố công nghệ: Trước đây, ngành du lịch đặc biệt là doanh nghiệp lữ hành đóng vai trò quan trọng trong việc tổ chức các chuyến đi và là cầu nối giữa các nhà cung cấp dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan với khách du lịch.

Sự xuất hiện của internet đã khẳng định vai trò quan trọng của công nghệ đối với du lịch. Chuyển đổi số trở thành yêu cầu tất yếu trong phát triển ngành. Công nghệ giúp thay đổi cách tiếp cận thông tin và dịch vụ, xóa bỏ khoảng cách địa lý, cho phép doanh nghiệp và khách hàng tương tác dễ dàng. Khách du lịch có thể tìm kiếm thông tin, so sánh và đánh giá các sản phẩm du lịch một cách thuận tiện. Đồng thời, internet cũng là công cụ quảng bá hiệu quả, góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến.

Ngoài ra, các công nghệ hiện đại như thực tế ảo, thực tế tăng cường, thực tế hỗn hợp và trí tuệ nhân tạo giúp khách du lịch trải nghiệm và kiểm tra thông tin dịch vụ trước khi quyết định sử dụng.

- Dịch bệnh, thiên tai, thảm họa môi trường và biến đổi khí hậu: Hiện diện của dịch bệnh, thiên tai, thảm họa môi trường và biến đổi khí hậu là những yếu tố ngoài mang tính bất khả kháng, có tác động rất mạnh mẽ đến hoạt động du lịch. Nhìn chung những yếu tố này có tác động tiêu cực đến du lịch, khiến du lịch trở nên mất an toàn và có thể đình trệ.

Hợp đồng du lịch và lữ hành thế giới ước tính dịch Sars năm 2002 làm cho khoảng 3 triệu người trong ngành du lịch ở Trung Quốc, Hồng Kông, Việt Nam và Singapore bị mất việc dẫn đến thiệt hại hơn 20 tỷ đô la Mỹ.

Sau khi dịch cúm gia cầm bùng phát năm 2005, ước tính khách du lịch đến các nước Châu Á và Thái Bình Dương đã giảm khoảng 12 triệu lượt. Du lịch là một trong những ngành chịu ảnh hưởng nặng nề nhất do dịch Covid-19 mang đến số lượng khách hủy chương trình tăng từ ngày theo cấp số nhân. Nhiều doanh nghiệp lữ hành bị đối tác nước ngoài hủy hợp đồng. Nhiều khách sạn hạ giá đến 50 - 65% giá phòng nhưng vẫn không có khách. Một số khách sạn và nhà hàng ăn phải đóng cửa. Thiên tai như động đất, sóng thần, lũ lụt cũng là những yếu tố cản trở hoạt động du lịch. Núi lửa, cháy rừng, cũng là những thiên tai ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động du lịch.

- Yếu tố an ninh xã hội: An ninh xã hội là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động du lịch và hiệu quả khai thác chương trình du lịch. Những điểm đến có môi trường xã hội ổn định, tình hình an ninh trật tự được đảm bảo, người dân thân thiện và văn minh sẽ tạo cảm giác an tâm cho du khách trong suốt quá trình tham quan, lưu trú và trải nghiệm. Điều này góp phần nâng cao hình ảnh điểm đến, gia tăng mức độ hài lòng của khách du lịch và thúc đẩy nhu cầu du lịch. Ngược lại, các hiện tượng như trộm cắp, lừa đảo, chèo kéo khách, nâng giá dịch vụ hoặc gây mất trật tự công cộng có thể làm giảm chất lượng trải nghiệm, ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh điểm đến và làm suy giảm khả năng thu hút khách du lịch. Thực tế, tại một số điểm du lịch như Nha Trang, Vũng Tàu hay Thành phố Hồ Chí Minh đã từng xuất hiện tình trạng chèo kéo, nâng giá hoặc lừa đảo khách du lịch, gây những phản hồi không tích cực từ du khách. Vì vậy, việc đảm bảo an ninh trật tự, xây dựng môi trường du lịch an toàn và văn minh là điều kiện cần thiết để các doanh nghiệp lữ hành tổ chức chương trình du lịch hiệu quả, nâng cao uy tín điểm đến và hướng đến sự phát triển du lịch bền vững.

1.2.5.2. Yếu tố bên trong

- Nguồn lực tài chính: Nguồn lực tài chính là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp xây dựng và triển khai chương trình du lịch. Khả năng tài chính quyết định quy mô, chất lượng cũng như mức độ đa dạng của các dịch vụ trong chương trình. Doanh nghiệp có tiềm lực tài chính mạnh sẽ dễ dàng đầu tư vào các dịch vụ cao cấp như phương tiện vận chuyển hiện đại, hệ thống lưu trú chất lượng cao và các hoạt động trải nghiệm đặc sắc. Ngược lại, hạn chế về tài chính có thể làm giảm sức hấp dẫn của chương trình du lịch.

- Nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực bao gồm đội ngũ hướng dẫn viên, nhân viên điều hành và thiết kế tour. Đây là yếu tố trực tiếp ảnh hưởng đến chất lượng thực hiện chương trình du lịch. Trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, khả năng xử lý tình huống và thái độ phục vụ của nhân viên sẽ quyết định mức độ hài lòng của khách du lịch. Do đó, việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là yếu tố then chốt trong nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.

- Năng lực tổ chức và quản lý: Khả năng tổ chức và quản lý thể hiện qua việc xây dựng lịch trình hợp lý, điều phối các dịch vụ và kiểm soát quá trình thực hiện chương trình. Một chương trình du lịch được tổ chức khoa học sẽ đảm bảo về thời gian, tối ưu hóa chi phí và mang lại trải nghiệm thuận tiện cho khách hàng. Ngược lại, sự yếu kém trong quản lý có thể dẫn đến tình trạng chông chéo lịch trình, phát sinh chi phí và giảm chất lượng dịch vụ.

- Cơ sở vật chất và hạ tầng: Cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm hệ thống phương tiện vận chuyển, trang thiết bị phục vụ và các công cụ hỗ trợ quản lý. Đây là yếu tố góp phần đảm bảo sự tiện nghi, an toàn và hiệu quả trong quá trình thực hiện chương trình du lịch. Cơ sở vật chất hiện đại và đồng bộ sẽ giúp nâng cao trải nghiệm của khách và tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

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

1.3.1. Đối với doanh nghiệp lữ hành

Đối với doanh nghiệp lữ hành, chương trình du lịch là sản phẩm chính tạo ra doanh thu và lợi nhuận. Thông qua việc xây dựng và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch, doanh nghiệp có thể khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên du lịch và các dịch vụ liên quan. Chương trình du lịch còn là công cụ để doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường. Việc thiết kế các chương trình du lịch độc đáo, hấp dẫn và phù hợp với nhu cầu khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp thu hút khách và khẳng định vị thế thương hiệu.

Ngoài ra, chương trình du lịch góp phần tăng cường mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các đối tác như nhà cung cấp dịch vụ, từ đó tạo ra sự liên kết bền vững trong hoạt động kinh doanh.

1.3.2. Đối với khách du lịch

Đối với khách du lịch, chương trình du lịch giúp tiết kiệm thời gian và chi phí trong việc tổ chức chuyến đi, khách hàng không cần tự lên kế hoạch mà có thể

sử dụng các dịch vụ được thiết kế sẵn một cách thuận tiện. Chương trình du lịch mang lại sự an toàn và đảm bảo chất lượng cho chuyến đi, nhờ có sự tổ chức và quản lý của doanh nghiệp lữ hành. Đồng thời, khách du lịch còn được trải nghiệm nhiều dịch vụ đa dạng, nâng cao giá trị của chuyến đi.

Bên cạnh đó, chương trình du lịch giúp khách du lịch tiếp cận với các điểm đến mới, mở rộng hiểu biết về văn hóa, xã hội và con người ở các vùng miền khác nhau.

1.3.3. Đối với điểm đến

Đối với điểm đến du lịch, chương trình du lịch góp phần quảng bá hình ảnh và thu hút khách du lịch thông qua các chương trình được tổ chức, các điểm đến được giới thiệu rộng rãi đến du khách trong và ngoài nước. Chương trình du lịch còn góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương thông qua việc gia tăng nhu cầu sử dụng các dịch vụ như lưu trú, ăn uống, vận chuyển và các hoạt động giải trí.

Ngoài ra, việc phát triển chương trình du lịch hợp lý còn giúp khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch, đồng thời nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và phát triển du lịch bền vững tại điểm đến.

1.4. Tiêu chí đánh giá hiệu quả của chương trình du lịch

Hiệu quả của chương trình du lịch là một trong những tiêu chí quan trọng phản ánh chất lượng sản phẩm lữ hành cũng như năng lực tổ chức của doanh nghiệp. Việc đánh giá hiệu quả chương trình du lịch cần dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau nhằm đảm bảo tính toàn diện và khách quan (Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hòa, 2009).

1.4.1. Mức độ hài lòng của khách du lịch

Mức độ hài lòng của khách du lịch là tiêu chí quan trọng hàng đầu trong việc đánh giá hiệu quả chương trình du lịch. Tiêu chí này phản ánh cảm nhận của khách về chất lượng dịch vụ, sự phù hợp của lịch trình cũng như trải nghiệm tổng thể của chuyến đi. Ngoài ra, sự hài lòng còn thể hiện qua việc khách có cảm thấy chuyến đi xứng đáng với chi phí bỏ ra hay không. Nếu chương trình du lịch đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng thì sẽ góp phần nâng cao uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp.

1.4.2. Tính hợp lý của lịch trình chương trình du lịch

Tính hợp lý của lịch trình thể hiện ở việc sắp xếp thời gian, điểm đến và các hoạt động trong chương trình một cách khoa học, hợp lý và phù hợp với đối tượng

khách du lịch. Một lịch trình hợp lý cần đảm bảo sự cân đối giữa tham quan, nghỉ ngơi và di chuyển, tránh tình trạng quá tải hoặc nhàm chán. Đồng thời, lịch trình cần phù hợp với điều kiện thực tế như khoảng cách địa lý, thời tiết và thời gian di chuyển.

1.4.3. Chất lượng các dịch vụ trong chương trình du lịch

Chất lượng dịch vụ là yếu tố then chốt quyết định đến sự thành công của chương trình du lịch. Các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, hướng dẫn viên cần được đảm bảo về chất lượng. Bên cạnh đó, sự đồng bộ giữa các dịch vụ cũng rất quan trọng. Nếu một trong các dịch vụ không đảm bảo sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ chương trình, từ đó làm giảm trải nghiệm của khách du lịch.

1.4.4. Mức giá chương trình du lịch

Mức giá của chương trình du lịch cần phù hợp với chất lượng dịch vụ và khả năng chi trả của khách hàng, đồng thời đảm bảo tính cạnh tranh trên thị trường. Giá cả không chỉ phản ánh chi phí mà còn thể hiện giá trị của chương trình. Một mức giá hợp lý sẽ giúp khách hàng cảm thấy hài lòng và dễ dàng đưa ra quyết định lựa chọn chương trình du lịch.

1.4.5. Mức độ an toàn và khả năng tổ chức chương trình du lịch

An toàn là yếu tố bắt buộc trong mọi chương trình du lịch. Bên cạnh đó, khả năng tổ chức và điều hành tour cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng chương trình. Khả năng tổ chức chương trình thể hiện ở việc điều hành tour, xử lý tình huống phát sinh và đảm bảo chương trình diễn ra đúng kế hoạch. Đây là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng chương trình du lịch.

1.4.6. Doanh thu của chương trình du lịch

Doanh thu là một trong những yếu tố quan trọng phản ánh hiệu quả khai thác chương trình du lịch của doanh nghiệp lữ hành. Mức doanh thu đạt được chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như mức giá chương trình, chất lượng dịch vụ, khả năng thu hút khách và tình hình thị trường du lịch. Một chương trình du lịch có doanh thu tốt không chỉ cho thấy sức hấp dẫn của sản phẩm mà còn góp phần đảm bảo khả năng duy trì và mở rộng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

1.4.7. Lợi nhuận của chương trình du lịch

Lợi nhuận là yếu tố phản ánh trực tiếp hiệu quả kinh doanh của chương trình du lịch. Mức lợi nhuận phụ thuộc vào khả năng cân đối giữa doanh thu và các

khoản chi phí trong quá trình tổ chức thực hiện chương trình. Bên cạnh đó, trình độ quản lý, khả năng tổ chức và khai thác nguồn lực cũng có ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận đạt được. Một chương trình du lịch mang lại lợi nhuận hợp lý sẽ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH KHAI THÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “HÀ NỘI – TRẠM TÁU – MÙ CANG CHẢI – TÀ XÙA” TẠI CÔNG TY DU LỊCH NON NƯỚC VIỆT

2.1. Tổng quan về Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty Du lịch Non Nước Việt

Những ngày đầu hoạt động, công ty chỉ là một phòng bán vé máy bay nhỏ phục vụ nhu cầu chủ yếu cho những người quen biết, người dân xung quanh và từ những hợp đồng cá nhân nhỏ lẻ. Với sự phát triển đời sống xã hội của người dân, lãnh đạo công ty nhận thấy nhu cầu về đi lại, tham quan, ăn ở sinh hoạt ngày càng tăng, tiềm năng về du lịch và kinh doanh ngày càng lớn, nên đã quyết định mở rộng quy mô từ một phòng vé nhỏ lẻ lên thành Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt (sau đây gọi tắt là Công Ty Non Nước Việt). Ngày 14 tháng 11 năm 2010, Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt chính thức đi vào hoạt động. Với sự linh hoạt trong công việc và đa dạng trong mô hình kinh doanh, cách làm việc có trách nhiệm, công ty đã từng bước có được sự hài lòng và tín nhiệm của các đối tác, khách hàng, chứng minh được chỗ đứng của mình trên thị trường ngày càng khắc nghiệt ở Việt Nam.

Các mốc lịch sử và phát triển của công ty:

- Tháng 11 năm 2010, phòng vé máy bay chính thức được khai trương với quy mô nhỏ chỉ với 2 người là bà Hoàng Thị Ngọc Ánh và ông Nguyễn Hữu Duy Vũ, lấy tên là phòng vé máy bay Non Nước Việt. Địa chỉ phòng vé tại số Số 61 đường Cao Sơn Pháo, Phường Hòa An (cũ) – Phường An Khê (mới), Quận Cẩm Lệ, Đà Nẵng.

- Tháng 3 năm 2011, hợp tác với website 12go.vn, một trong những trang thông tin du lịch nhanh nhạy, uy tín và phong phú.

- Tháng 11 năm 2011, hợp tác với website: agoda.com, một trong những website đặt phòng khách sạn lớn mạnh nhất trên thế giới.

- Tháng 12 năm 2011, hợp tác với website: tripadvisor.com, trang web du lịch lớn nhất thế giới.

- Tháng 4 năm 2012, hợp tác với website : chudu24.com, một trong những website đặt phòng khách sạn lớn trên thế giới.

- Tên giao dịch: Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Du Lịch Non Nước Việt

- Tên Tiếng Anh: Non Nuoc Viet Trade And Service Travel Company Limited
- Địa chỉ trụ sở chính: Số 61 đường Cao Sơn Pháo, Phường Hoà An (cũ) – Phường An Khê (mới), Quận Cẩm Lệ, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam
- Người đại diện: Nguyễn Hữu Duy Vũ
- Số điện thoại: 0908.249.069
- Website: <http://nonnuocviettravel.com/>.
- Email: nonnuocviettravel@gmail.com.
- Giấy CNĐKDN: Giấy Chứng Nhận Đăng Ký Doanh Nghiệp, mã số thuế 0401386424, ngày cấp 29/10/2010.

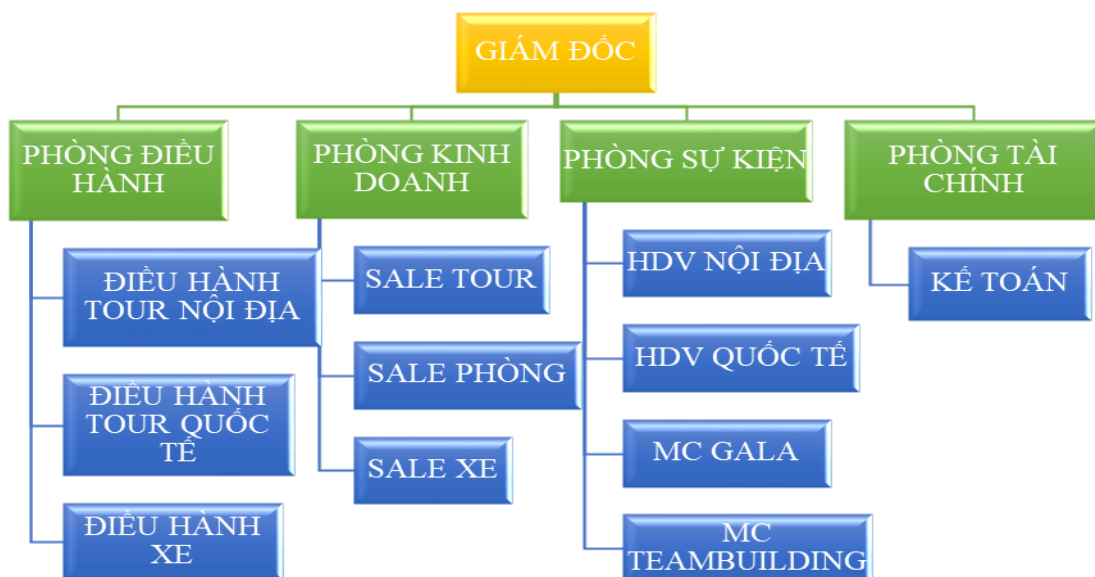


Nguồn: <https://nonnuocviettravel.com/>.

Hình 2.1: Logo Công ty Non Nước Việt

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.1.2.1. Cơ cấu tổ chức



Nguồn: Phòng kinh doanh – Công ty Non Nước Việt

Hình 2.2. Cơ cấu Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt

Công ty Non Nước Việt được tổ chức theo mô hình trực tuyến và chức năng, với sự phân chia thành các khối chức năng chính như sau: Điều hành tour nội địa,

Điều hành tour quốc tế, Điều hành xe, Sale tour, Sale phòng, Sale xe, Hướng dẫn viên nội địa, hướng dẫn viên quốc tế, MC Gala, MC Teambuilding, Kế toán. Tất cả các khối nhỏ của từng phòng ban đều nằm dưới sự điều hành và quản lý của Giám Đốc điều hành.

Với cơ cấu tổ chức này, công ty nên thường xuyên tổ chức các cuộc họp giữa các bộ phận khác nhau. Những cuộc họp này sẽ tạo điều kiện để các bộ phận trao đổi ý kiến với nhau, đóng góp những ý tưởng, sáng kiến và đề xuất những chiến lược mới, phù hợp với nhu cầu và tình hình kinh doanh hiện tại của công ty.

2.1.2.2. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận

❖ Giám đốc:

Người chịu trách nhiệm về hoạt động kinh doanh của công ty, bao gồm việc phát triển thị trường, tìm kiếm khách hàng, bán tour.

❖ Phòng kinh doanh:

- Sale tour:

Là bộ phận chịu trách nhiệm bán các gói du lịch và dịch vụ liên quan đến du lịch cho khách hàng. Công việc bao gồm:

- + Tư vấn khách hàng: Giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin chi tiết về các tour du lịch, bao gồm lịch trình, điểm đến, và các dịch vụ đi kèm.

- + Thiết kế tour: Phối hợp với các bộ phận khác để thiết kế và điều chỉnh các gói tour phù hợp với nhu cầu và ngân sách của khách hàng.

- + Ký kết hợp đồng: Thương lượng và ký kết các hợp đồng với khách hàng, đảm bảo rằng tất cả các điều khoản đều rõ ràng và minh bạch.

- + Duy trì mối quan hệ khách hàng: Theo dõi và chăm sóc khách hàng sau khi bán hàng để đảm bảo sự hài lòng và khuyến khích khách hàng quay lại.

- Sale phòng:

Tập trung vào việc quản lý các dịch vụ lưu trú.

- + Đặt phòng: Quản lý các yêu cầu đặt phòng, đảm bảo quá trình diễn ra suôn sẻ và không có sự cố nào xảy ra.

- + Xây dựng quan hệ đối tác: Hợp tác với các đại lý du lịch, công ty và tổ chức du lịch để tăng cường mạng lưới bán hàng.

- Sale xe:

Chịu trách nhiệm về hoạt động cho thuê xe.

+ Tư vấn dịch vụ: Giúp khách hàng chọn lựa các dịch vụ xe phù hợp với nhu cầu của họ, từ thuê xe du lịch đến thuê xe tự lái.

+ Quản lý đội xe: Đảm bảo đội xe luôn trong tình trạng tốt nhất để phục vụ khách hàng, bao gồm bảo trì và kiểm tra định kỳ.

❖ *Phòng sự kiện:*

Hướng dẫn viên có nhiệm vụ giới thiệu nội dung và lịch trình của sự kiện, hỗ trợ người tham gia hiểu rõ mục tiêu và ý nghĩa của từng hoạt động.

- Hướng dẫn viên Nội địa:

+ Tổ chức, quản lý và điều hành đoàn khách đi tham quan trong nước.

+ Truyền đạt thông tin, thuyết minh về điểm đến, văn hóa, lịch sử, ẩm thực... của Việt Nam.

+ Hỗ trợ, chăm sóc khách trong suốt chuyến đi.

- Hướng dẫn viên Quốc tế:

+ Đại diện công ty du lịch trong việc tổ chức và điều hành đoàn khách quốc tế.

+ Là cầu nối văn hóa, giúp khách nước ngoài hiểu rõ hơn về đất nước, con người Việt Nam.

+ Hỗ trợ giao tiếp (thông dịch) và xử lý các vấn đề liên quan đến thủ tục xuất – nhập cảnh, hải quan, pháp luật quốc tế.

- MC Gala, Team building:

+ Là người dẫn chương trình, giữ nhịp độ và duy trì sự phấn khích trong suốt sự kiện.

+ Dẫn dắt chương trình: MC là người đưa ra hướng dẫn cụ thể, mở đầu và kết thúc các hoạt động, đảm bảo chương trình diễn ra suôn sẻ và đúng tiến độ.

+ Tạo động lực và gắn kết: Bằng sự hoạt ngôn và kỹ năng giao tiếp, MC giúp thúc đẩy tinh thần đội đội, khuyến khích sự tham gia nhiệt tình từ các thành viên.

+ Kiểm soát tình huống: Trong trường hợp có sự cố hoặc tình huống bất ngờ xảy ra, MC cần xử lý một cách nhanh nhẹn và linh hoạt để không làm gián đoạn chương trình.

❖ *Phòng Điều hành:*

Là nhiệm vụ quản lý và tổ chức các chuyến tham quan du lịch từ khi lên kế hoạch cho đến khi kết thúc.

+ Lên kế hoạch tour: Thiết kế hành trình phù hợp với nhu cầu và sở thích của khách hàng, bao gồm việc chọn điểm đến, sắp xếp thời gian tham quan và các hoạt động.

+ Phối hợp với các đơn vị liên quan: Làm việc với các hướng dẫn viên, nhà hàng, khách sạn và nhà cung cấp dịch vụ khác để đảm bảo mọi dịch vụ đều sẵn sàng và chất lượng.

+ Giải quyết vấn đề phát sinh: Xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình diễn ra tour để đảm bảo trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt

Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt đã xây dựng được một chính sách sản phẩm khá đầy đủ với các điểm đến được mở rộng ra khắp cả nước và các chương trình tour khác.

Các sản phẩm của công ty các đặc điểm khá là giống với các chương trình du lịch của các công ty khác chính điều này gây trở ngại rất lớn cho công ty thứ nhất là trong việc định giá vì phải hạ giá sản phẩm để đi bán hàng thứ hai phải cạnh tranh với các công ty khác một cách khốc liệt vì sản phẩm khá giống nhau.

❖ Du lịch tham quan nghỉ dưỡng

- Điểm đến thường là các khu vực có biển như: Bình Thuận, Ninh Thuận, Khánh hòa, Quảng Ninh...

- Các điểm đến trong chương trình tour được mở rộng ra các tỉnh thành tây nam bộ. Cần Thơ, Vĩnh Long, Mỹ Tho. Thời gian tour có xu hướng dài hơn.

❖ Du lịch hội nghị (MICE)

- Chương trình bao gồm du lịch kết hợp hội nghị.

- Đưa thêm vào chương trình tour các hoạt động xã hội như: từ thiện, trồng rừng, giao lưu văn hóa với dân bản địa...

❖ Du lịch văn hóa lịch sử

- Chương trình tour trong năm là tham quan du lịch kết hợp tìm hiểu văn hóa lịch sử các vùng miền trong cả nước.

- Thêm vào chương trình tour các hoạt động khảo sát vùng miền, nghiên cứu văn hóa, giao lưu văn hóa.

❖ Tổ chức gala, teambuilding

- Gala là một sự kiện đặc biệt được tổ chức để kỷ niệm các thành tựu, tri ân đối tác hoặc khách hàng, hay gây quỹ, tạo không khí trang trọng và đáng nhớ. Các hoạt động chính bao gồm đón khách, tiệc cocktail, khai mạc và phát biểu, tiệc tối sang trọng, chương trình nghệ thuật đặc sắc, trao giải và vinh danh (nếu có), đấu giá (nếu có) và bế mạc trang trọng.

- Team building là các hoạt động nhằm tăng cường sự gắn kết và hiệu quả làm việc của nhóm thông qua các trò chơi vận động, trí tuệ, hoạt động ngoài trời, thiện nguyện và sân khấu hóa.

❖ Cho thuê xe du lịch

❖ Đặt phòng khách sạn

❖ Đại lý vé máy bay quốc tế, nội địa

❖ Cho thuê hướng dẫn, tàu thuyền

❖ Đại lý du lịch

2.2. Khát quát tình hình hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.2.1. Các nguồn lực của Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.2.1.1. Tình hình nhân lực

Bảng 2.1. Tình hình nhân lực Công ty Non Nước Việt (Năm 2024)

Bộ phận	Số lượng (người)	Tuổi	Trình độ chuyên môn	Giới tính
Ban Giám Đốc	1	40	Đại học, tốt nghiệp chuyên ngành du lịch	Nam
Bộ phận điều hành tour	1	25	Đại học, tốt nghiệp chuyên ngành du lịch	Nữ
Hướng dẫn viên	2	23-25	Đại học, có chứng chỉ hướng dẫn viên nội địa	Nam / Nữ
Bộ phận kinh doanh – marketing	2	24-26	Đại học chuyên ngành du lịch, Marketing, Kinh doanh	Nam / Nữ
Bộ phận kế toán –	1	38	Đại học chuyên ngành Kế	Nữ

Bộ phận	Số lượng (người)	Tuổi	Trình độ chuyên môn	Giới tính
Tài chính			toán – Tài chính	
Cộng tác viên hướng dẫn viên	10	27-40	Đại học chuyên ngành du lịch	Nam
Tổng cộng	17			13 Nam / 14 Nữ

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự Công ty Non Nước Việt

Hiện tại, cơ cấu nhân sự của doanh nghiệp được tổ chức gọn nhẹ nhưng đảm bảo đầy đủ các bộ phận chức năng cốt lõi như: ban giám đốc, điều hành tour, hướng dẫn viên, kinh doanh – marketing, kế toán – tài chính và đội ngũ cộng tác viên. Tổng số nhân sự là 17 người, trong đó có 10 cộng tác viên hướng dẫn viên. Điều này cho thấy mô hình vận hành linh hoạt, tiết kiệm chi phí cố định, đồng thời mở rộng quy mô triển khai tour theo mùa vụ hoặc theo nhu cầu thị trường.

Về độ tuổi, đội ngũ nhân sự chính thức chủ yếu nằm trong khoảng từ 23 đến 26 tuổi, cho thấy lực lượng lao động trẻ, năng động và có khả năng tiếp cận nhanh với công nghệ, xu hướng du lịch mới. Trong khi đó, các vị trí quản lý và tài chính được đảm nhiệm bởi những nhân sự có độ tuổi từ 38–40, sở hữu kinh nghiệm dày dặn, góp phần cân bằng và dẫn dắt toàn bộ hoạt động doanh nghiệp.

Xét về trình độ chuyên môn, 100% nhân sự có trình độ đại học đúng chuyên ngành. Đặc biệt, đội ngũ hướng dẫn viên đều có chứng chỉ hành nghề hợp pháp, đáp ứng yêu cầu pháp lý và tiêu chuẩn nghiệp vụ trong ngành du lịch. Đây là nền tảng quan trọng đảm bảo chất lượng dịch vụ và sự tin tưởng của khách hàng. Tuy nhiên, tỷ lệ giới tính trong doanh nghiệp hiện vẫn còn mất cân đối, với 76,5% là nam giới. Điều này thể hiện rõ trong đội ngũ cộng tác viên hướng dẫn viên, vốn hoàn toàn là nam giới. Doanh nghiệp cần có chính sách đa dạng hóa nhân sự và tạo điều kiện phát triển bình đẳng hơn, đặc biệt trong các vị trí tương tác trực tiếp với khách hàng.

Nhìn chung, chất lượng nguồn nhân lực của công ty khá tốt, với đội ngũ có trình độ chuyên môn cao, kinh nghiệm dày dặn, đặc biệt là trong các bộ phận quan trọng như điều hành tour và hướng dẫn viên. Sự cân bằng về giới tính và cơ cấu hợp lý giữa các bộ phận giúp công ty vận hành ổn định và hiệu quả, đảm bảo cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp cho khách hàng.

2.2.1.2. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty Non Nước Việt

Bảng 2.2. Thống kê hệ thống cơ sở vật chất của Công ty Non Nước Việt

STT	Tên trang thiết bị	Số lượng
1	Máy tính	5
2	Máy in	1
3	Điện thoại	2
4	Máy quạt	3
5	Điều hòa	1
6	Bộ bàn ghế việc	9
7	Tủ đựng hồ sơ	3
8	Bộ bàn ghế tiếp khách	1
9	Bảng thông tin tour	1
10	Xe 7 chỗ, 16 chỗ, 29 chỗ, 45 chỗ	4

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự Công ty Non Nước Việt

Công ty được trang bị 5 máy tính, 1 máy in, 2 điện thoại đây là những thiết bị cơ bản, phục vụ cho công tác hành chính, xử lý hồ sơ và liên lạc. Tuy nhiên, số lượng máy in và điện thoại còn hạn chế, có thể gây khó khăn khi khối lượng công việc nhiều. 3 máy quạt, 1 điều hòa cho thấy sự đầu tư bước đầu về tiện ích, tuy nhiên chưa thực sự đầy đủ để tạo môi trường làm việc thoải mái cho toàn bộ nhân viên, đặc biệt trong điều kiện thời tiết nóng. Công ty hiện có 9 bộ bàn ghế làm việc, phù hợp với số lượng nhân viên hiện tại, đảm bảo chỗ ngồi và không gian làm việc.

Ngoài ra, có 3 tủ đựng hồ sơ giúp lưu trữ tài liệu, phục vụ công tác quản lý. Công ty có 1 bộ bàn ghế tiếp khách và 1 bảng thông tin tour, cho thấy đã chú trọng đến việc tiếp đón khách hàng, tạo không gian trao đổi và quảng bá dịch vụ. Công ty sở hữu 4 xe (7 chỗ, 16 chỗ, 29 chỗ, 45 chỗ), đây là ưu thế lớn giúp doanh nghiệp chủ động trong việc tổ chức tour, đảm bảo tính linh hoạt, phục vụ đa dạng nhóm khách hàng từ nhỏ đến lớn.

Nhìn chung, cơ sở vật chất của công ty Non Nước Việt đáp ứng được nhu cầu hoạt động cơ bản và tổ chức tour. Tuy nhiên, một số hạng mục như máy in, điện thoại, điều hòa còn hạn chế, cần được đầu tư thêm để nâng cao hiệu quả công việc và tạo điều kiện làm việc thoải mái hơn cho nhân viên. Trong khi đó, điểm mạnh nổi bật là hệ thống xe du lịch đa dạng, tạo lợi thế cạnh tranh trong lĩnh vực lữ hành.

2.2.2. Tình hình kinh doanh của Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.2.2.1. Sản phẩm, dịch vụ

Bảng 2.3. Thống kê dịch vụ, sản phẩm của Công ty Non Nước Việt

Loại chương trình	Sản phẩm	Bộ phận khai thác
Tour du lịch trong nước (đa dạng điểm khởi hành)	Tour du lịch miền Bắc	Bộ Điều hành
	Tour du lịch miền Trung	Bộ phận Sale tour
	Tour du lịch miền Nam	Bộ phận Hướng dẫn
	Tour du lịch Đảo	
	Tour du lịch khởi hành hằng ngày	
	Tour du lịch học sinh	
Tour du lịch nước ngoài	Tour du lịch Châu Á: Hành trình khám phá Laos – Đất nước triệu voi, Thái Lan – Bangkok – Pattaya – xứ sở chùa vàng, Trung Quốc – Phượng hoàng cổ trấn,...	Bộ Điều hành Bộ phận Hướng dẫn
Dịch vụ du lịch	Đại lý vé máy bay	Bộ Điều hành
	Xe du lịch	Bộ phận Sale tour
	Nhà hàng, khách sạn Đà Nẵng – Hội An	Bộ phận Hướng dẫn
Sản phẩm chuyên đề	Sản phẩm du lịch kết nối các điểm thu hút của miền Trung Đà Nẵng – Hội An – Huế - Hành trình di sản, Đà Lạt – Thành phố trong sương, Đông Giang – Tiếng gọi đại ngàn Cơ Tu	Bộ Điều hành Bộ phận Sale tour Bộ phận Hướng dẫn
Tổ chức sự kiện	Sự kiện Vui chơi giải trí, Teambuilding, Gala Dinner	Bộ Điều hành Bộ phận Sale tour Bộ phận Hướng dẫn

Nguồn: Phòng Kinh doanh – Công ty Non Nước Việt

❖ Các sản phẩm du lịch nổi bật

- Tour du lịch trong nước

Công ty Non Nước Việt đang tích cực khai thác thị du lịch nội địa tại các tuyến miền Bắc. Với lợi thế kinh nghiệm và kinh nghiệm, công ty tập trung phục vụ đối tượng khách hàng quen thân thiết Sự kết nối chặt chẽ với các đối tác và cộng đồng địa phương giúp Non Nước Việt mang đến những trải nghiệm du lịch chất lượng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách trong khu vực.

- Tour du lịch ngoài nước

Công ty cũng đang trong quá trình phát triển và khai thác các tour du lịch nước ngoài. Trong những năm gần đây ngoài tour nội địa mà công ty chuyên tổ chức thì tour nước ngoài ngày càng được đối tác, khách hàng quan tâm và chú ý đến nhiều hơn.

Một vài chương trình du lịch do công ty tổ chức như: hành trình khám phá Laos – Đất nước triệu voi, Thái Lan – Bangkok – Pattaya – xứ sở chùa vàng, Trung Quốc – Phượng hoàng cổ trấn,...

- Đại lý vé máy bay

Trong quá trình phát triển, công ty Non Nước Việt không chỉ chú trọng đến hoạt động điều hành tour mà còn mở rộng thêm dịch vụ bán vé máy bay nhằm đáp ứng nhu cầu đi lại ngày càng cao của khách du lịch. Công ty hợp tác chặt chẽ với các hãng hàng không như: VietNam Airlines, VietJet Airlines,...

- Xe du lịch

Hiện nay, công ty có 3 đầu xe 29 chỗ, phục vụ khách du lịch tại Đà Nẵng và có một số tỉnh lân cận, các dòng đời mới chất lượng cao chuyên phục vụ chạy tour và cho thuê phục vụ các dự án. Bên cạnh đó, công ty cũng hợp tác với các công ty khác như Vitraco, Triệu Bảo Ý,.. để hợp tác và thực hiện các chương trình du lịch.

- Tổ chức sự kiện

- Gala là một sự kiện đặc biệt được tổ chức để kỷ niệm các thành tựu, tri ân đối tác hoặc khách hàng, hay gây quỹ, tạo không khí trang trọng và đáng nhớ.

- Team building là các hoạt động nhằm tăng cường sự gắn kết và hiệu quả làm việc của nhóm thông qua các trò chơi vận động, trí tuệ, hoạt động ngoài trời, thiện nguyện và sân khấu hóa.

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

- *Thị trường – khách hàng*

Công ty Non Nước Việt chủ yếu tập trung khai thác các thị trường khách nội địa.

- Khách lẻ và khách gia đình thường lựa chọn các chương trình tour ngắn ngày, tham quan các điểm nổi tiếng trong khu vực miền Trung như: Đà Nẵng, Hội An, Huế, Quảng Bình,...

- Khách đoàn (cơ quan, doanh nghiệp, trường học) thường có nhu cầu tổ chức tour trọn gói kết hợp với các hoạt động teambuilding, gala dinner, hội nghị,... đây là phân khúc khách hàng ổn định mang lại doanh thu ổn và tiềm năng cho công ty.

- Khách nội địa tự chủ dịch vụ chỉ sử dụng một số dịch vụ như lưu trú, xe vận chuyển, hoặc đặt vé sau đó tự do khám phá do nhu cầu cá nhân hoá ngày càng tăng cao. Với lợi thế am hiểu văn hoá – xã hội và thói quen du lịch của người Việt, công ty có khả năng thiết kế các sản phẩm tour phù hợp từ giá cả, dịch vụ, chất lượng phải đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, với vị trí địa lý thuận lợi tại Đà Nẵng cũng giúp công ty dễ dàng tiếp cận và khai thác thị trường khách nội địa một cách hiệu quả.

- *Đối thủ cạnh tranh*

Trong kinh doanh dịch vụ du lịch, đối thủ cạnh tranh luôn được xem là yếu tố quan trọng, buộc doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới, sáng tạo và điều chỉnh chiến lược kinh doanh để tồn tại và phát triển. Với tốc độ tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ của Việt Nam, ngành du lịch ngày càng trở nên phổ biến, thu hút nhiều nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước. Điều này kéo theo sự ra đời và mở rộng của nhiều doanh nghiệp lữ hành, làm cho mức độ cạnh tranh trong ngành ngày càng gay gắt hơn.

Công ty Non Nước Việt hoạt động chủ yếu trong phân khúc khách nội địa, đặc biệt là khách đoàn Hành chính, Cơ quan Nhà nước và các Đơn vị Giáo dục, Y tế. Đây cũng là phân khúc được nhiều công ty tại Đà Nẵng cùng khai thác, dẫn đến sự cạnh tranh trực tiếp về sản phẩm tour, giá cả, chất lượng dịch vụ cũng như chính sách hậu mãi. Mặc dù vậy, công ty Non Nước Việt vẫn giữ được lợi thế nhất định nhờ xây dựng hình ảnh uy tín, cung cấp các chương trình tour hấp dẫn, giá cả hợp lý, chất lượng dịch vụ ổn định và thường xuyên triển khai các chương trình khuyến mãi, tri ân khách hàng. Chính sự linh hoạt này đã giúp công ty duy trì mức tăng

trường ổn định trong bối cảnh cạnh tranh ngày nay ngày càng khốc liệt. Hiện nay, một số doanh nghiệp du lịch tại Đà Nẵng được xem là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Non Nước Việt trong cùng phân khúc có thể kể đến như: Tâm Vóc Việt, Huyền Thoại Việt, Việt Đà, Green Tour. Những công ty này được sở hữu thế mạnh riêng bao gồm lượng khách hàng ổn định, cơ sở vật chất hiện đại và phương tiện vận chuyển tiên tiến, tạo nên sức cạnh tranh đáng gờm trong thị trường đầy thách thức.

❖ *Việt Đà Travel*

Việt Đà Travel là những một trong những công ty thành lập khá sớm tại Đà Nẵng, với nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tổ chức tour du lịch trong nước và ngoài nước.

Công ty hoạt động trên nhiều lĩnh vực như: tổ chức tour du lịch trọn gói, dịch vụ cho thuê xe, đặt vé máy bay, đặt phòng khách sạn, tổ chức sự kiện và hội nghị. Với phương châm “ Uy tín – Chất lượng – Chuyên nghiệp”, Việt Đà Travel trở thành lựa chọn quen thuộc của nhiều khách hàng cá nhân tổ chức tại Đà Nẵng và các tỉnh lân cận.

- Địa chỉ trụ sở: 02 Trịnh Công Sơn, Hải Châu, TP. Đà Nẵng.
- Văn phòng: 18 Trần Thủ Độ, Cẩm Lệ, Đà Nẵng.
- Điện thoại: (0236) 3647 979 – 3647 981 – 3647 986 – 2215 960
- Điểm mạnh:

+ Việt Đà Travel là một công ty hoạt động trong ngành du lịch trong 19 năm, là một trong những công ty du lịch uy tín và có chất lượng tốt tại miền Trung.

+ Sản phẩm tour đa dạng bao gồm nội địa và quốc tế và dịch vụ hỗ trợ như thuê xe, đặt vé và tổ chức sự kiện.

+ Mạng lưới đối tác lưu trú, vận chuyển rộng giúp công ty dễ dàng tổ chức các chương trình với quy mô khác nhau.

+ Đội ngũ nhân viên nhiệt tình, am hiểu chuyên môn.

- Hạn chế:

+ Quy mô nhân sự bị hạn chế, với số lượng nhân sự khá khiêm tốn, việc điều phối nhiều tour hoặc tổ chức các đoàn khách lớn cùng lúc có thể gặp khó khăn.

+ Thương hiệu chưa có sự đổi mới về truyền thông và marketing dẫn đến hạn chế trong việc tiếp cận với khách hàng.

+ Dịch vụ outbound chưa thật sự nổi bật so với các công ty khác chuyên khai thác thị trường quốc tế.

❖ *Tầm Vóc Việt Travel*

Tầm Vóc Việt là công ty lữ hành tại Đà Nẵng chuyên cung cấp các dịch vụ du lịch trong nước trong và ngoài nước với phương châm “Khẳng định giá trị Việt – Vươn tầm thế giới”. Công ty không chỉ tập trung vào tour du lịch thuần túy mà còn mở rộng sang các mảng dịch vụ khác như: sự kiện, hội nghị - hội thảo (MICE), dịch vụ vận chuyển, đặt phòng khách sạn.

- Địa chỉ trụ sở chính: 34 Phước lý 15, Lô 14-B2-34, Khu đô thị Phước Lý, Phường Hoà Khánh , TP. Đà Nẵng.

- Điện thoại: 0903 659 024

- Điểm mạnh:

+ Đội ngũ nhân sự trẻ trung, năng động có khả năng sáng tạo trong tổ chức các tour và sự kiện.

+ Các website đặt tour trực tuyến linh hoạt cho phép khách hàng tìm, so sánh và đặt tour, phòng, vé rất nhanh chóng.

+ Sản phẩm đa dạng, đặc biệt nổi bật ở mảng MICE – Teambuilding – Gala Dinner.

- Hạn chế:

+ Tầm Vóc Việt vẫn còn non trẻ so với các doanh nghiệp du lịch lâu năm tại Đà Nẵng, hạn chế trong cạnh tranh thương hiệu và thị phần.

+ Thiếu định hướng thương hiệu rõ rệt, mặc dù cung cấp nhiều dịch vụ nhưng công ty chưa có profile riêng để tạo khác biệt hoá và dấu ấn cạnh tranh.

+ Khả năng cạnh tranh về giá còn hạn chế khi đối đầu với các doanh nghiệp với quy mô lớn.

❖ *Huyền Thoại Việt Travel*

Công ty Huyền Thoại Việt được thành lập từ năm 2010 tại Đà Nẵng, là một trong những đơn vị uy tín trong lĩnh vực truyền thông, tổ chức sự kiện và du lịch. Với hơn 13 năm kinh nghiệm, công ty đã xây dựng thương hiệu gắn liền với sự “Sáng tạo – Chuyên nghiệp – Tận tâm”.

- Địa chỉ: 110 Đường 3 tháng 2, Phường Thuận Phước, Quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng.

- Điện thoại: 0918 936 959

- Điểm mạnh:

+ Huyền Thoại Việt Travel chuyên tổ chức cung cấp dịch vụ đa dạng: tour trong nước và quốc tế và các chương trình du lịch tiết kiệm, tổ chức sự kiện, hội nghị - hội thảo, Teambuilding, Gala Dinner.

+ Thành lập từ năm 2010, Huyền Thoại Việt đã có hơn một thập kỷ kinh nghiệm trong lĩnh vực MICE, du lịch và truyền thông, giúp tăng sự tin cậy và khả năng vận hành chuyên nghiệp.

+ Công ty kết hợp linh hoạt giữa tổ chức sự kiện (kể cả teambuilding với nhiều hình thức như Amazing Race, sinh tồn, sáng tạo), sản xuất nội dung truyền thông và vận hành tour du lịch trọn gói—có khả năng phục vụ cả khách B2B và B2C.

- Hạn chế:

+ Thông tin thương hiệu chưa thật sự phổ biến mạnh mẽ, mặc dù được đánh giá cao trong các bảng xếp hạng nhưng tên tuổi Huyền Thoại Việt chưa thật sự nổi bật trên thị trường du lịch quốc tế.

+ Hiện chưa có nhiều đánh giá khách quan từ các nền tảng lớn như TripAdvisor, Google Reviews hay Booking. Điều này khiến việc xây dựng niềm tin với khách mới gặp khó khăn.

❖ *Green Tour Travel*

Công ty Du lịch Green Tour được thành lập năm 2018 tại Đà Nẵng. Đây là đơn vị chuyên tổ chức các tour du lịch trong nước và quốc tế, tour sinh thái, team building và sự kiện MICE. Green Tour gây ấn tượng nhờ đội ngũ hướng dẫn viên nhiệt tình, dịch vụ đa dạng, giá cả minh bạch và cam kết bảo vệ môi trường qua các hoạt động như trồng cây, dọn rác biển. Với phương châm “Chất lượng – An toàn – Trách nhiệm”, công ty ngày càng khẳng định uy tín và nằm trong nhóm doanh nghiệp du lịch uy tín tại Đà Nẵng.

- Địa chỉ: 102 Trần Lưu, Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng

- Điện thoại: 0905 187 802

- Điểm mạnh:

+ Cung cấp đa dạng từ tour văn hóa – lịch sử, sinh thái, team-building đến tour quốc tế (Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản). Hướng dẫn viên am hiểu, thân thiện, tour thiết kế dựa trên nhu cầu thực tế của nhóm du khách.

+ Chi phí tour minh bạch, không phí ẩn; hỗ trợ khách hàng 24/7, xử lý linh hoạt các yêu cầu, đảm bảo an toàn, sử dụng phương tiện đạt chuẩn và hợp tác với đối tác uy tín.

- Hạn chế:

+ Green Tour tuy được biết đến ở địa phương nhưng mức độ nhận diện trên toàn quốc chưa cao, điều này khiến công ty khó cạnh tranh trực tiếp với các thương hiệu lớn đã có hệ thống chi nhánh và văn phòng khắp cả nước.

+ Các kênh truyền thông mạng xã hội chưa được khai thác tối đa để tiếp cận giới trẻ và khách quốc tế.

2.2.3. Đánh giá chung về tình hình của Công ty Du lịch Non Nước Việt

2.3.1.1. Thuận lợi

- *Sự hồi phục mạnh mẽ của ngành du lịch:* Sau đại dịch Covid-19, nhu cầu đi lại và tham quan tăng cao, đặc biệt tại Đà Nẵng là trung tâm du lịch miền Trung, tạo điều kiện thuận lợi cho công ty mở rộng thị trường.

- *Tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận:* Doanh thu, lợi nhuận của công ty đều duy trì mức tăng ổn định, nhất là giai đoạn 2022–2023 với sự gia tăng đáng kể từ khách nội địa và bước đầu phục hồi khách quốc tế.

- *Nguồn nhân lực trẻ, năng động:* Đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên có kiến thức chuyên môn và sự nhiệt tình, giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng.

- *Sản phẩm dịch vụ đa dạng:* Công ty cung cấp nhiều gói tour trong và ngoài nước, đáp ứng nhu cầu từ khách đoàn, khách gia đình đến khách lẻ. Điều này giúp tăng khả năng cạnh tranh.

2.3.1.2. Khó khăn

- *Cạnh tranh gay gắt trong ngành:* Số lượng doanh nghiệp lữ hành tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung ngày càng nhiều, trong đó có nhiều công ty có thương hiệu mạnh, mạng lưới khách hàng rộng và nguồn vốn dồi dào. Điều này tạo áp lực lớn cho Non Nước Việt trong việc giữ chân khách hàng, buộc công ty phải thường xuyên đổi mới sản phẩm và tăng cường các chương trình khuyến mãi, gây tốn kém chi phí.

- *Thị trường khách quốc tế phục hồi chậm:* Dù đã có sự tăng trưởng trở lại sau dịch Covid-19, nhưng tốc độ thu hút khách inbound vẫn còn hạn chế. Nguyên nhân là do chính sách visa chưa thật sự thông thoáng, kết hợp với những khó khăn

từ tình hình kinh tế toàn cầu khiến lượng khách quốc tế đến Đà Nẵng chưa ổn định. Việc phụ thuộc nhiều vào phân khúc khách nội địa cũng khiến cơ cấu thị trường mất cân đối.

- *Nguồn nhân lực*: Số lượng nhân sự còn ít, dẫn đến tình trạng kiêm nhiệm công việc, gây quá tải nhất là trong mùa cao điểm của du lịch.

- *Chi phí hoạt động tăng*: Giá vận chuyển, lưu trú, nhân sự ngày càng cao, ảnh hưởng đến khả năng cân đối giá tour.

2.3. Tình hình khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”

2.3.1. Giới thiệu khái quát chương trình du lịch

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” là sản phẩm du lịch khám phá kết hợp nghỉ dưỡng được xây dựng nhằm khai thác các giá trị tài nguyên du lịch đặc trưng của khu vực Tây Bắc Việt Nam. Chương trình được tổ chức theo hình thức tour trọn gói, với thời gian 4 ngày 3 đêm, sử dụng kết hợp phương tiện máy bay và ô tô, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách trong việc di chuyển giữa các vùng miền.

Về không gian tuyến điểm, chương trình kết nối các địa danh tiêu biểu như Hà Nội, Trạm Tàu (Yên Bái), Mù Cang Chải và Tà Xùa (Sơn La). Đây là những điểm đến nổi bật với cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, khí hậu đặc trưng vùng cao, cùng các tài nguyên du lịch đặc sắc như ruộng bậc thang, suối khoáng nóng và hiện tượng sương mù. Bên cạnh đó, chương trình còn tạo điều kiện cho du khách tiếp cận và tìm hiểu đời sống văn hóa của các cộng đồng dân tộc thiểu số tại địa phương.

Xét về đối tượng khách, chương trình hướng đến nhiều phân khúc khác nhau. Trước hết là nhóm khách trẻ, những người có nhu cầu trải nghiệm, khám phá thiên nhiên và yêu thích các hoạt động check-in tại các điểm đến nổi tiếng. Bên cạnh đó, chương trình còn thu hút nhóm khách trung niên, đặc biệt là các đoàn khách đi theo hình thức tập thể do doanh nghiệp hoặc tổ chức đứng ra tổ chức. Thực tế cho thấy, khách đoàn chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu khách của chương trình, do tính tiện lợi, chi phí hợp lý và dịch vụ được tổ chức đồng bộ.

Mỗi nhóm khách có những đặc điểm và nhu cầu khác nhau. Nhóm khách trẻ thường quan tâm đến yếu tố trải nghiệm, khám phá và tính mới lạ của điểm đến. Trong khi đó, nhóm khách trung niên và khách đoàn lại chú trọng đến sự an toàn, lịch trình hợp lý, chất lượng dịch vụ lưu trú, ăn uống và sự thuận tiện trong di chuyển.

Điều này đòi hỏi chương trình du lịch phải được thiết kế linh hoạt, vừa đảm bảo yếu tố khám phá, vừa đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng và sự thoải mái cho du khách.

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” là một sản phẩm du lịch có tính tổng hợp cao, kết hợp giữa tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm. Việc khai thác hiệu quả các tài nguyên du lịch đặc trưng của vùng Tây Bắc không chỉ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh du lịch địa phương, hướng tới phát triển du lịch bền vững.

2.3.2. Nội dung lịch trình chương trình du lịch



NGÀY 01: HÀ NỘI – HẠ NỘI – TRẠM TÀU (ĂN TRƯA, TỐI)

Sáng: Quý khách họp đoàn tại sân bay Nội Bài vào lúc 09h00. Hoặc quý khách có thể tập trung tại sân bay Đà Nẵng, khởi hành bay cùng Non Nước Việt Travel đi Hà Nội. *Chuyến bay dự kiến 06h55.* Sau khi họp đoàn, quý khách cùng đi chuyển đến Phú Thọ ăn trưa.

Trưa: Quý khách dừng chân dừng bữa trưa tại nhà hàng, nghỉ ngơi, ăn trưa tại Phú Thọ. Sau đó đi chuyển đến *Trạm tàu – Yên Bái*. Bắt đầu hành trình tìm kiếm những bức hình tuyệt đẹp của những thửa ruộng bậc thang.

Chiều: Đến *Trạm Tàu*, HDV hỗ trợ quý khách làm thủ tục check-in phòng tại *Khu du lịch Sinh thái Suối khoáng nóng Trạm Tàu*. Tại đây quý khách tự do đi tham quan, chụp hình tại KDL, trải nghiệm tắm khoáng tại 4 bể bơi khoáng nóng tại các mức nhiệt độ khác nhau phù hợp tất cả mọi nhu cầu.

Tối: Quý khách dùng bữa tối tại nhà hàng. Ngắm nhìn khung cảnh hoàng vu, thơ mộng của núi rừng. Nghỉ đêm tại *Trạm Tàu*.

NGÀY 02: TRẠM TÀU – MÙ CANG CHẢI (ĂN SÁNG, TRƯA, TỐI)

Sáng: Quý khách dừng điểm tâm sáng tại khách sạn. HDV hỗ trợ quý khách làm thủ tục trả phòng. Quý khách lên xe tiếp tục hành trình đến với *Mù Cang Chải*, trên đường đi, quý khách dừng chân Check in kỉ niệm với *biểu tượng huyện của Mù Cang Chải* ngay chân đèo *Khau Phạ* - một trong tứ đại đèo của miền Bắc với độ cao khoảng 2100m. Đèo *Khau Phạ* theo tiếng của người dân địa phương có nghĩa là *Sừng Trời* - nơi giao hòa giữa trời và đất. *Cảnh dòng ruộng bậc thang Tả Lẻ* – *Khau Phạ* vốn nổi tiếng với vẻ đẹp mê hồn của vùng núi Tây Bắc, hiện lên như một bức tranh thiên nhiên sống động giữa trời đất, nhất là tháng 9, 10 cả thung lũng vàng ươm như được phủ lụa, từng lớp ruộng uốn lượn mềm mại dưới ánh nắng thu, ruộng chín sóng sánh khiến du khách “đứng dừng” trước vẻ rực rỡ mê hoặc.

Trưa: Quý khách dùng bữa trưa tại nhà hàng, nghỉ ngơi.

Chiều: Xe đưa quý khách tới khu vực *Cầu Ba Nhà* tự do chụp hình với ruộng bậc thang hình *mắt gà*. Tại đây quý khách thuê xe ôm do chính những người Hmông bản địa điều khiển vượt qua những con đường dốc nhỏ và quanh co đến với *ruộng bậc thang Mù Xôi* - *biểu tượng đặc trưng nhất làm nên tên tuổi cho ruộng bậc thang Mù Cang Chải*. Sau đó, quý khách về khách sạn nhận phòng, nghỉ ngơi.

Hoặc quý khách có thể tự do khám phá những địa điểm gợi ý như sau:

- ✓ Tham quan *bản người Thái* và chụp hình tại *hệ thống Giếng nước* để đưa nước từ dòng suối lên phục vụ tưới tiêu và sinh hoạt của người dân.
- ✓ Tham quan *Rừng trúc* - tại đây quý khách sẽ cảm nhận như mình đang lạc vào trong bối cảnh của bộ phim *Thập diện mai phục*.

Tối: Quý khách dùng bữa tối tại nhà hàng. Ngắm nhìn khung cảnh hoàng vu, thơ mộng của núi rừng. Nghỉ đêm tại *Mù Cang Chải*.

NGÀY 03: MÙ CANG CHẢI – TÀ XÙA (ĂN SÁNG, TRƯA, TỐI)

Sáng: Quý khách dừng điểm tâm sáng, HDV hỗ trợ quý khách làm thủ tục trả phòng. Xe và HDV tiếp tục đưa quý khách đi tới *Bắc Yên (Sơn La)*.

Trưa: Quý khách dừng chân dừng bữa trưa tại nhà hàng, nghỉ ngơi.

Chiều: Quý khách đi chuyển về khách sạn, HDV hỗ trợ quý khách làm thủ tục check in, nghỉ ngơi. HDV sẽ hẹn giờ đưa quý khách đi thăm quan và chụp hình với *Thảo nguyên Tà Xùa*:

- Từ *đỉnh Tà Xùa*, bạn có thể dễ dàng ngắm nhìn những biển mây bao quanh các ngọn núi và thung lũng. Đây là địa điểm lý tưởng để săn mây vào sáng sớm.
- *Cây Cỏ đơn* - điểm check in nổi tiếng của giới trẻ.
- *Mùa cà heo* - điểm chụp hình sống ảo hấp dẫn, tuy nhiên để đến được đây quý khách cần chuẩn bị kĩ càng.

Tối: Quý khách dùng bữa tối tại nhà hàng. Sau đó, quý khách có hứng thú có thể ghé *Nhà H'Mông* cả phê ở trung tâm Tà Xùa, để thưởng thức đêm nhạc Acoustic. Đêm nhạc không chỉ là một buổi biểu diễn âm nhạc, mà còn là dịp để quý khách giao lưu với người dân bản địa. *(Chỉ phí tự túc)*. Nghỉ đêm tại *Tà Xùa*.

NGÀY 4: TÀ XÙA – HÀ NỘI (ĂN SÁNG, TRƯA, TỐI)

Sáng: Quý khách dừng điểm tâm sáng và đi chuyển đến *Sông lung Kháng Long* tại xã *Hàng Đồng* đón những tia nắng đầu tiên. Nhìn từ trên cao, sông lung khùng long trở nên huyền ảo hơn trong làn mây nhẹ trôi lững lờ cùng những cơn gió mát lạnh sáng tinh sương. Đường trên sông lung rộng chỉ chừng 1m với độ dốc gần 90 độ, chưa kể hai bên đều là vực sâu hun hút. Thế nhưng, cảnh quan thiên nhiên kỳ vĩ khi đứng trên đỉnh Tà Xùa thực sự là món quà cho những ai chinh phục được cung đường này.

Sau đó, *Ghé Thảo Coffee* thưởng thức tách cà phê nóng hổi & đổi mới nhìn ra núi đồi hùng vĩ xung quanh *(chỉ phí tự túc)*.

Trưa: Quý khách dùng bữa trưa tại nhà hàng, nghỉ ngơi.

Chiều: Xe đưa quý khách từ *Tà Xùa* về sân bay Nội Bài.

Tối: Quý khách thưởng thức đặc sản Hà Nội, đến sân bay làm thủ tục tại sân bay dự kiến lúc 21h00 và chuyến bay dự kiến: 22h25

Kết thúc chương trình tour 4 ngày 3 đêm, hẹn gặp lại quý khách vào tour sau!

Hình 2.3. Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” được xây dựng trong thời gian 4 ngày 3 đêm với lộ trình hợp lý, đảm bảo sự kết nối giữa

các điểm đến và cân đối giữa thời gian di chuyển với thời gian tham quan, trải nghiệm.

Trong ngày đầu tiên, du khách di chuyển từ Đà Nẵng hoặc tập trung tại Hà Nội, sau đó tiếp tục hành trình bằng ô tô đến Trạm Tàu (Yên Bái). Sau quãng đường di chuyển tương đối dài, chương trình bố trí điểm dừng chân tại khu du lịch suối khoáng nóng Trạm Tàu, nơi du khách có thể nghỉ ngơi, thư giãn và phục hồi sức khỏe thông qua hoạt động tắm khoáng.

Ngày thứ hai, hành trình tiếp tục đưa du khách đến Mù Cang Chải, một trong những điểm đến nổi bật nhất của chương trình với giá trị tài nguyên du lịch đặc sắc. Trên đường đi, du khách được trải nghiệm cung đường đèo Khau Phạ – một trong những cung đèo hiểm trở và nổi tiếng của khu vực miền núi phía Bắc. Việc kết hợp di chuyển với các điểm dừng chân tham quan như ruộng bậc thang Tú Lệ hay khu vực đèo Khau Phạ góp phần làm giảm cảm giác nhàm chán khi di chuyển đường dài, đồng thời tăng thêm giá trị trải nghiệm cho chương trình. Tại Mù Cang Chải, du khách tiếp tục khám phá các điểm đặc trưng như ruộng bậc thang Mâm Xôi, bản làng dân tộc và hệ thống guồng nước.

Ngày thứ ba của chương trình đưa du khách đến Tà Xùa (Sơn La), một điểm đến nổi bật với loại hình du lịch săn mây đang được ưa chuộng trong những năm gần đây. Tại đây, du khách có cơ hội tham quan các địa danh đặc trưng như thảo nguyên Tà Xùa, “Mỏm cá heo” và “Cây cô đơn”. Các điểm đến này chủ yếu phục vụ nhu cầu tham quan cảnh quan và chụp ảnh, phù hợp với xu hướng du lịch trải nghiệm và check-in của thị trường hiện nay.

Ngày thứ tư, du khách tham quan “Sông lưng Khủng Long” là một trong những điểm check-in nổi bật tại Tà Xùa, sau đó di chuyển về Hà Nội và kết thúc chương trình.

❖ *Các dịch vụ bao gồm*

Theo chương trình, giá đã bao gồm các dịch vụ chính như sau:

- Phương tiện vận chuyển: xe du lịch đạt tiêu chuẩn và vé máy bay khứ hồi Đà Nẵng – Hà Nội
- Lưu trú: homestay hoặc khách sạn tiêu chuẩn du lịch, từ 2–4 khách/phòng
- Ăn uống: các bữa ăn theo chương trình
- Hướng dẫn viên: phục vụ xuyên suốt hành trình

- Vé tham quan: các điểm du lịch trong chương trình
- Nước uống: 02 chai/người/ngày
- Bảo hiểm du lịch: mức bồi thường tối đa 120.000.000 VNĐ/người
- Quà tặng chương trình

Bên cạnh đó, giá tour không bao gồm một số chi phí như thuế VAT, chi phí cá nhân, chi phí phòng đơn và các dịch vụ phát sinh ngoài chương trình.

2.3.3. Các dịch vụ trong chương trình du lịch

2.3.3.1. Dịch vụ vận chuyển

Đối với dịch vụ vận chuyển, chương trình sử dụng kết hợp máy bay và ô tô. Vận chuyển bằng ô tô chiếm ưu thế tuyệt đối, ước tính khoảng 80–90% tổng thời gian và quãng đường di chuyển, trong khi máy bay chỉ chiếm khoảng 10–20%, chủ yếu đóng vai trò kết nối hai đầu hành trình. Điều này cho thấy chương trình tour phụ thuộc lớn vào hệ thống giao thông đường bộ, đặc biệt trong bối cảnh các điểm đến đều nằm ở khu vực miền núi, nơi hạ tầng giao thông còn hạn chế và chưa có các phương tiện thay thế hiệu quả hơn.

Việc kết hợp hai loại hình vận chuyển này mang lại lợi ích rõ rệt trong việc tối ưu hóa thời gian và tăng tính linh hoạt cho hành trình, đồng thời giúp du khách tiếp cận trực tiếp các điểm du lịch đặc thù.

Ưu điểm của hình thức này là giúp rút ngắn thời gian di chuyển đường dài, đồng thời tạo sự linh hoạt trong việc tiếp cận các điểm đến vùng núi. Tuy nhiên, nhược điểm là phụ thuộc vào lịch trình bay và điều kiện thời tiết, bên cạnh đó việc di chuyển bằng ô tô trên địa hình đèo dốc kéo dài có thể gây mệt mỏi, đặc biệt đối với nhóm khách trung niên và khách lớn tuổi.

2.3.3.2. Dịch vụ ăn uống

Về dịch vụ ăn uống, các bữa ăn được bao gồm theo chương trình và tổ chức tại nhà hàng địa phương. Dịch vụ ăn uống trong chương trình tour được xây dựng theo hình thức bao gồm các bữa ăn chính trong lịch trình và được tổ chức chủ yếu tại các nhà hàng địa phương trên tuyến điểm. Các bữa ăn thường được phục vụ theo dạng set menu dành cho đoàn, đảm bảo đầy đủ các nhóm dinh dưỡng cơ bản, kết hợp giữa các món ăn phổ thông và đặc sản vùng miền như các món chế biến từ cá suối, gà đồi, rau rừng hay các đặc sản Tây Bắc. Việc bố trí ăn tại nhà hàng địa

phương không chỉ giúp đảm bảo chất lượng phục vụ mà còn tạo điều kiện để du khách trải nghiệm văn hóa ẩm thực bản địa.

Xét về tiêu chuẩn, các nhà hàng phục vụ trong chương trình chủ yếu đạt mức tiêu chuẩn du lịch phổ thông tương đương 2–3 sao, phù hợp với phân khúc tour đại trà và chi phí hợp lý. Các bữa ăn được sắp xếp tại các điểm dừng chân trên hành trình như Phú Thọ, Trạm Tấu, Mù Cang Chải và Tà Xùa, thuận tiện cho việc nghỉ ngơi và di chuyển. Tuy nhiên, do phục vụ theo thực đơn cố định cho đoàn, mức độ đa dạng món ăn còn hạn chế và có thể chưa đáp ứng hoàn toàn khẩu vị của tất cả du khách, đặc biệt là khách đến từ nhiều vùng miền khác nhau.

2.3.3.3. Dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú trong chương trình được bố trí tại các homestay và khách sạn tiêu chuẩn du lịch tại các điểm đến như Trạm Tấu, Mù Cang Chải và Tà Xùa. Đây là các cơ sở lưu trú có quy mô vừa và nhỏ, thường nằm gần khu trung tâm hoặc các điểm tham quan nổi bật, thuận tiện cho việc di chuyển và tham gia các hoạt động trong chương trình. Một số điểm lưu trú còn gắn với không gian sinh thái hoặc bản làng, mang lại trải nghiệm gần gũi với thiên nhiên và văn hóa địa phương.

Về chất lượng, các cơ sở lưu trú chủ yếu đạt mức 3 sao hoặc tương đương, đáp ứng các tiện nghi cơ bản như phòng nghỉ, nước nóng, điều hòa tùy khu vực, phù hợp với tính chất tour khám phá vùng núi. Tuy nhiên, do đặc thù địa hình và điều kiện phát triển du lịch tại khu vực Tây Bắc, chất lượng dịch vụ giữa các điểm lưu trú chưa đồng đều, đặc biệt tại các homestay. Điều này có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm của những du khách có yêu cầu cao về tiện nghi, nhưng đồng thời lại góp phần tạo nên nét đặc trưng riêng của loại hình du lịch trải nghiệm.

2.3.3.4. Hướng dẫn viên và tổ chức tour

Chương trình được xây dựng và vận hành theo hình thức trọn gói, có sự phối hợp giữa các bộ phận như điều hành, hướng dẫn viên và các nhà cung cấp dịch vụ tại điểm đến. Ưu điểm của công tác tổ chức là đảm bảo tính đồng bộ trong toàn bộ chương trình, giúp các hoạt động diễn ra theo kế hoạch, hạn chế phát sinh và tạo sự thuận tiện cho du khách, đặc biệt là khách đoàn. Tuy nhiên, hoạt động điều hành tour vẫn phụ thuộc vào nhiều yếu tố bên ngoài như thời tiết, điều kiện giao thông và sự phối hợp giữa các đơn vị cung ứng dịch vụ, do đó trong một số trường hợp có thể xảy ra sự thay đổi lịch trình ngoài dự kiến.

Trong quá trình đó, hướng dẫn viên đóng vai trò là người trực tiếp triển khai và kết nối các khâu trong tổ chức tour, đảm bảo chương trình được thực hiện đúng kế hoạch. Ưu điểm của dịch vụ hướng dẫn viên là giúp nâng cao chất lượng trải nghiệm thông qua việc thuyết minh, hỗ trợ và xử lý tình huống phát sinh, đồng thời tạo sự gắn kết giữa du khách và điểm đến. Tuy nhiên, chất lượng phục vụ phụ thuộc vào năng lực và kinh nghiệm của từng hướng dẫn viên, do đó có thể chưa đồng đều giữa các đoàn khách.

2.3.4. Tình hình khai thác chương trình du lịch trong giai đoạn 3 năm gần đây

2.3.4.1. Tình hình khách du lịch

Trong giai đoạn 2022–2024, chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” đã được công ty khai thác với tần suất tương đối ổn định, chủ yếu phục vụ đối tượng khách đoàn. Theo số liệu thống kê nội bộ, số lượng chương trình tour được tổ chức có sự biến động qua các năm, phản ánh tình hình khai thác sản phẩm và nhu cầu thị trường.

Bảng 2.4. Số lượng khách và chương trình du lịch giai đoạn 2022 – 2024

Chỉ tiêu	ĐVT	2022	2023	2024	2023/2022 (%)	2024/2023 (%)
Lượt khách tham gia chương trình	Lượt khách	275	790	560	287,3	70,9
Số lượt tổ chức chương trình	Tour	12	18	7	150,0	38,9
Khách bình quân/Tour	Lượt khách/Tour	22,9	43,9	80,0	191,7	182,2

Nguồn: Phòng Kinh doanh – Công ty Non Nước Việt

Dựa vào bảng số liệu cho thấy, tình hình khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt có sự biến động trong giai đoạn 2022–2024.

Năm 2022, chương trình thu hút 275 lượt khách tham gia với 12 lượt tổ chức tour, bình quân đạt 22,9 khách/tour. Đây là giai đoạn chương trình mới được khai thác ở quy mô còn tương đối nhỏ, lượng khách chưa cao nhưng đã bước đầu thu hút được sự quan tâm của du khách yêu thích các tuyến du lịch khám phá vùng núi Tây Bắc.

Đến năm 2023, lượng khách tham gia chương trình tăng mạnh lên 790 lượt khách, tăng 515 lượt khách so với năm 2022, tương ứng đạt 287,3%. Đồng thời số

lượt tổ chức chương trình cũng tăng từ 12 lên 18 tour, đạt 150,0% so với năm trước. Nhờ đó, số khách bình quân trên mỗi tour tăng từ 22,9 lên 43,9 khách/tour. Kết quả này cho thấy chương trình ngày càng được thị trường đón nhận, doanh nghiệp đã đẩy mạnh hoạt động khai thác và quảng bá sản phẩm, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của chương trình.

Sang năm 2024 lượng khách tham gia chương trình giảm xuống còn 560 lượt khách, giảm 230 lượt khách so với năm 2023, tương ứng chỉ đạt 70,9%. Số lượt tổ chức chương trình cũng giảm từ 18 xuống còn 7 tour, chỉ bằng 38,9% so với năm trước. Nguyên nhân chủ yếu là do ảnh hưởng của bão Yagi cùng tình trạng mưa lũ, sạt lở tại khu vực Tây Bắc, gây khó khăn cho hoạt động khai thác tour, ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận điểm đến và làm giảm nhu cầu du lịch của du khách. Do đó, doanh nghiệp đã thu hẹp quy mô khai thác và giảm số lượt tổ chức chương trình nhằm đảm bảo an toàn cho du khách cũng như phù hợp với điều kiện thực tế. Mặc dù lượng khách và số lượt tổ chức chương trình đều giảm trong năm 2024, chương trình vẫn duy trì được một lượng khách tương đối ổn định, cho thấy sản phẩm vẫn có sức hấp dẫn nhất định đối với nhóm khách yêu thích du lịch trải nghiệm và khám phá vùng Tây Bắc.

2.3.4.2. Tình hình kinh doanh

Bảng 2.5. Doanh thu, chi phí và lợi nhuận trong giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: Triệu đồng

Chi tiêu	2022	2023	2024	2023/2022		2024/2023	
				Chênh lệch	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ tăng trưởng (%)
Doanh thu	465	780	560	315	167,7 %	-220	71,8 %
Chi phí	418,5	702,0	504,0	283,5	167,7 %	-198,0	71,8 %
Lợi nhuận	46,5	78	56	31,5	167,7 %	-22,0	71,8 %

Nguồn: Phòng Kinh doanh – Công ty Non Nước Việt

- Doanh thu: Trong giai đoạn 2022–2024, doanh thu của chương trình du lịch có sự biến động rõ rệt. Năm 2022, doanh thu đạt 465 triệu đồng. Đến năm 2023, doanh thu tăng lên 780 triệu đồng, tăng 315 triệu đồng so với năm 2022, tương ứng tăng 67,7%. Kết quả này phản ánh sự gia tăng đáng kể về lượng khách

tham gia chương trình cũng như số lượt tổ chức tour trong năm. Điều đó cho thấy chương trình ngày càng được du khách quan tâm và doanh nghiệp đã khai thác hiệu quả hơn so với năm trước.

Tuy nhiên, đến năm 2024, doanh thu giảm xuống còn 560 triệu đồng, giảm 220 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng giảm 28,2%. Nguyên nhân chủ yếu là do ảnh hưởng của bão Yagi cùng tình trạng mưa lũ, sạt lở tại khu vực Tây Bắc, làm giảm lượng khách tham gia và số lượt tổ chức chương trình du lịch. Bên cạnh đó, điều kiện thời tiết bất lợi cũng ảnh hưởng đến nhu cầu du lịch của du khách, dẫn đến doanh thu của chương trình suy giảm so với năm trước.

- Chi phí: Chi phí thực hiện chương trình du lịch có xu hướng biến động cùng chiều với doanh thu. Năm 2022, chi phí thực hiện chương trình đạt 418,5 triệu đồng. Sang năm 2023, chi phí tăng lên 702 triệu đồng, tăng 283,5 triệu đồng so với năm 2022, tương ứng tăng 67,7%. Mức tăng này chủ yếu xuất phát từ việc doanh nghiệp gia tăng số lượt tổ chức tour và phục vụ lượng khách lớn hơn, kéo theo các khoản chi phí về vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ trợ khác tăng theo.

Đến năm 2024, chi phí giảm xuống còn 504 triệu đồng, giảm 198 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng giảm 28,2%. Nguyên nhân là do số lượt tổ chức chương trình giảm đáng kể, dẫn đến các khoản chi phí trực tiếp phục vụ tour cũng giảm theo. Việc cắt giảm quy mô khai thác trong năm đã góp phần giúp doanh nghiệp kiểm soát chi phí trong bối cảnh hoạt động kinh doanh gặp nhiều khó khăn.

- Lợi nhuận: Lợi nhuận của chương trình du lịch có sự biến động tương đồng với doanh thu. Năm 2022, lợi nhuận đạt 46,5 triệu đồng. Đến năm 2023, lợi nhuận tăng lên 78 triệu đồng, tăng 31,5 triệu đồng so với năm trước, tương ứng tăng 67,7%. Kết quả này cho thấy việc gia tăng lượng khách và mở rộng hoạt động khai thác chương trình đã mang lại hiệu quả kinh doanh tích cực cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, sang năm 2024, lợi nhuận giảm xuống còn 56 triệu đồng, giảm 22 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng giảm 28,2%. Nguyên nhân chủ yếu là do doanh thu giảm dưới tác động của thiên tai và sự sụt giảm về số lượt tổ chức chương trình. Mặc dù vậy, chương trình vẫn duy trì được mức lợi nhuận dương, cho thấy sản phẩm vẫn có khả năng tạo doanh thu và đóng góp vào kết quả kinh doanh chung của doanh nghiệp.

2.3.5. Giá chương trình du lịch

2.3.5.1. Giá bán hiện tại

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” hiện

đang được công ty cung cấp với mức giá 6.970.000 VNĐ/khách, áp dụng cho đoàn từ 15 khách trở lên. Đây là mức giá trọn gói cho hành trình 4 ngày 3 đêm, bao gồm nhiều dịch vụ cơ bản trong chương trình.

Về cơ cấu giá, mức giá này được đánh giá là tương đối hợp lý so với đặc điểm của tour dài ngày, có kết hợp cả vận chuyển bằng máy bay và ô tô, cùng với nhiều điểm đến đặc trưng tại khu vực Tây Bắc. Giá tour đã bao gồm các chi phí chính như: vé máy bay khứ hồi, phương tiện vận chuyển nội địa, lưu trú, ăn uống và các hoạt động tham quan giúp du khách dễ dàng dự trù chi phí và hạn chế phát sinh trong quá trình tham gia tour.

Tuy nhiên, do chương trình hướng đến đối tượng khách đoàn, mức giá được xây dựng theo hướng cạnh tranh, phù hợp với khả năng chi trả của số đông khách hàng. Điều này phần nào ảnh hưởng đến biên lợi nhuận của doanh nghiệp, khi phải cân đối giữa chất lượng dịch vụ và giá bán.

2.3.5.2. So sánh mức giá và nội dung chương trình với các tour du lịch có tuyến điểm tương tự

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” của doanh nghiệp có mức giá 6.970.000 VNĐ/khách cho hành trình 4 ngày 3 đêm. Để đánh giá tính cạnh tranh của sản phẩm, cần so sánh với các chương trình có tuyến điểm tương tự trên thị trường.

Theo khảo sát từ một số doanh nghiệp lữ hành, các tour du lịch Tây Bắc hiện nay có mức giá dao động từ khoảng 4.500.000 đến 7.000.000 VNĐ/khách, tùy thuộc vào thời gian và dịch vụ đi kèm. Các tour sử dụng phương tiện ô tô thường có giá thấp hơn, trong khi các tour có kết hợp vé máy bay và dịch vụ trọn gói có mức giá cao hơn. So với mặt bằng chung, chương trình của doanh nghiệp thuộc phân khúc trung khá cao.

The image displays two side-by-side screenshots of travel agency websites. The left screenshot shows a tour package titled "TÂY BẮC (5N5Đ): HÀ NỘI - TÀ XÙA - TRẠM TẮU - MÙ CANG CHẢI - SAPA" with a price of 7.090.000 VND. It includes a "THÊM VÀO GIỎ HÀNG" button and a list of services. The right screenshot shows a similar tour package titled "HÀ NỘI - TÀ XÙA - TRẠM TẮU - MÙ CANG CHẢI - SAPA" with a price range of 0 - 4.700.000 VND. It includes a "Chọn loại vé" section with options for different age groups: "Người lớn (từ 10 tuổi trở lên)", "Trẻ em (từ 5 tới dưới 10 tuổi)", and "Trẻ em dưới 5 tuổi".

Hình 2.4. Mức giá chương trình của một số doanh nghiệp lữ hành khác

Chương trình tập trung vào các điểm đến tiêu biểu như Trạm Tầu, Mù Cang Chải và Tà Xùa, với các hoạt động đặc trưng như tắm khoáng nóng, tham quan ruộng bậc thang và săn mây. Trong khi đó, một số chương trình trên thị trường có thời gian dài hơn và mở rộng thêm điểm đến như Sapa hoặc các bản làng dân tộc, giúp tăng tính đa dạng trải nghiệm. Tuy nhiên, các chương trình này thường chưa bao gồm đầy đủ dịch vụ hoặc phát sinh thêm chi phí ngoài chương trình.

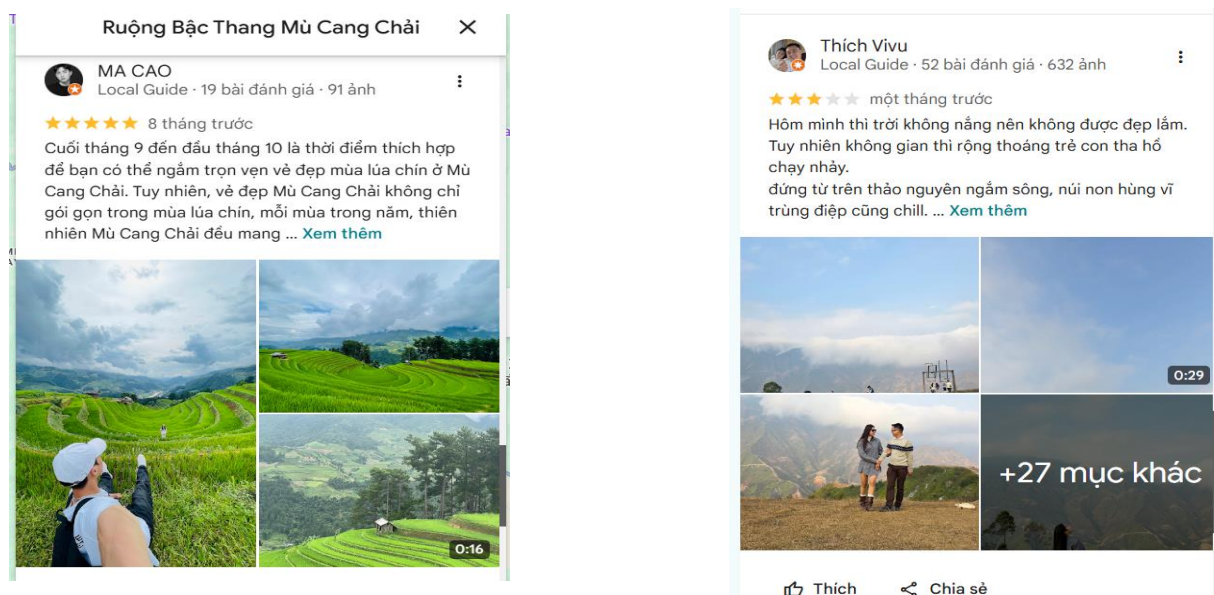
2.3.6. Đánh giá hiệu quả khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”

2.3.6.1. Mức độ hài lòng của khách du lịch

Mức độ hài lòng của khách du lịch đối với chương trình “Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” được đánh giá ở mức khá cao, thể hiện qua các nguồn thông tin từ website du lịch, phản hồi của cộng đồng và ý kiến từ phía doanh nghiệp tổ chức tour.

Trước hết, theo các bài review trên website du lịch, phần lớn du khách bày tỏ sự hài lòng đối với giá trị trải nghiệm mà chương trình mang lại. Các điểm đến nổi bật như Tà Xùa với hoạt động săn mây, Mù Cang Chải với ruộng bậc thang mùa lúa chín và Trạm Tầu với suối khoáng nóng đều tạo nên sức hấp dẫn đặc biệt. Những trải nghiệm này mang lại cảm giác mới lạ, gần gũi với thiên nhiên, giúp du khách thoát khỏi môi trường đô thị, từ đó nâng cao mức độ hài lòng tổng thể.

Bên cạnh đó, các ý kiến từ cộng đồng du lịch trên mạng xã hội cũng phản ánh khá tích cực về chương trình. Du khách đánh giá cao sự đa dạng trong hoạt động trải nghiệm như khám phá bản làng, lưu trú homestay và tắm khoáng nóng. Những yếu tố này góp phần làm phong phú hành trình và tạo dấu ấn riêng cho sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, một số ý kiến cũng chỉ ra những hạn chế như thời gian di chuyển dài, địa hình đèo núi khó đi và sự phụ thuộc vào điều kiện thời tiết, đặc biệt đối với hoạt động săn mây tại Tà Xùa. Các yếu tố này phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm của một bộ phận khách du lịch.



Hình 2.5. Hình ảnh đánh giá từ khách du lịch

Theo phản hồi từ phía doanh nghiệp tổ chức tour, khách hàng nhìn chung đánh giá cao chất lượng phục vụ. Chương trình được nhận xét là tổ chức tốt, chu đáo từ khâu chuẩn bị đến triển khai thực tế. Lịch trình được thiết kế hợp lý, phù hợp với đối tượng khách du lịch yêu thích trải nghiệm và khám phá, đồng thời vẫn đảm bảo sự cân đối giữa tham quan và nghỉ ngơi. Điều này cho thấy doanh nghiệp đã có sự nghiên cứu kỹ về nhu cầu thị trường mục tiêu, từ đó xây dựng sản phẩm phù hợp và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.



Hình 2.6. Hình ảnh feedback của khách hàng

Tổng hợp các nguồn đánh giá, có thể nhận thấy chương trình du lịch đạt mức độ hài lòng cao nhờ sự kết hợp giữa tài nguyên du lịch tự nhiên đặc sắc và công tác tổ chức tương đối chuyên nghiệp. Tuy nhiên, để nâng cao hơn nữa chất lượng trải nghiệm, cần tiếp tục cải thiện các yếu tố liên quan đến thời gian di chuyển, điều kiện dịch vụ tại địa phương và khả năng thích ứng với yếu tố thời tiết.

2.3.6.2. Tính hợp lý của lịch trình chương trình du lịch

Lịch trình của chương trình “Hà Nội – Trạm Tầu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” được xây dựng theo tuyến du lịch vòng cung Tây Bắc, đảm bảo kết nối hợp lý giữa các điểm đến có giá trị tài nguyên nổi bật. Các điểm tham quan được sắp xếp theo trình tự địa lý, giúp tối ưu quãng đường di chuyển và hạn chế việc quay đầu tuyến.

Thời gian phân bổ giữa các điểm đến nhìn chung khá cân đối, kết hợp giữa hoạt động tham quan, trải nghiệm và nghỉ ngơi. Các điểm như Trạm Tầu đóng vai trò nghỉ dưỡng (tắm khoáng), trong khi Tà Xùa và Mù Cang Chải thiên về khám phá và trải nghiệm, tạo sự đa dạng trong hành trình. Tuy nhiên, do đặc thù địa hình miền núi, thời gian di chuyển giữa các điểm khá dài, có thể gây mệt mỏi cho du khách, đặc biệt là trong các ngày di chuyển liên tục. Một số lịch trình còn khá dày, nếu không kiểm soát tốt tiến độ có thể ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm. Do đó, cần có sự điều chỉnh linh hoạt nhằm đảm bảo tính hợp lý và phù hợp với thể trạng của khách du lịch.

2.3.6.3. Chất lượng các dịch vụ trong chương trình du lịch

Chất lượng dịch vụ trong chương trình được đánh giá ở mức khá, đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách du lịch trải nghiệm. Hệ thống lưu trú chủ yếu là homestay hoặc khách sạn địa phương, mang lại cảm giác gần gũi và cơ hội tiếp cận văn hóa bản địa. Dịch vụ ăn uống đa dạng với các món đặc sản vùng Tây Bắc, góp phần làm phong phú trải nghiệm của du khách.

Phương tiện vận chuyển thường là xe du lịch, đảm bảo di chuyển theo đoàn, tuy nhiên yêu cầu cao về chất lượng xe do địa hình đèo núi phức tạp. Hướng dẫn viên đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối chương trình, cung cấp thông tin và xử lý tình huống phát sinh.

Chất lượng dịch vụ giữa các điểm đến chưa đồng đều, đặc biệt ở các khu vực vùng sâu như Tà Xùa, nơi cơ sở hạ tầng du lịch còn hạn chế. Điều này ảnh hưởng nhất định đến trải nghiệm tổng thể của khách, đòi hỏi doanh nghiệp cần lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ uy tín và kiểm soát chất lượng tốt hơn.

2.3.6.4. Đánh giá mức độ tương xứng giữa giá và chất lượng

Mức giá 6.970.000 VNĐ/khách của chương trình được xây dựng dựa trên các chi phí thực tế như vé máy bay, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan và hướng dẫn viên. So với mặt bằng chung của các chương trình du lịch Tây Bắc có

thời lượng và lịch trình tương tự, mức giá này được đánh giá tương đối phù hợp và có khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Xét trong mối quan hệ giữa giá bán và chất lượng dịch vụ, chương trình cơ bản đáp ứng được nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm của khách du lịch. Chương trình bao gồm đầy đủ các dịch vụ thiết yếu theo hình thức trọn gói, giúp du khách thuận tiện trong quá trình tham gia và hạn chế các khoản chi phí phát sinh ngoài dự kiến.

Bên cạnh đó, chương trình còn mang lại nhiều giá trị trải nghiệm như khám phá cảnh quan thiên nhiên Tây Bắc, săn mây tại Tà Xùa và tìm hiểu nét văn hóa đặc sắc của đồng bào dân tộc vùng cao. Đây là những yếu tố góp phần nâng cao giá trị của chương trình và tạo sự tương xứng giữa giá bán với trải nghiệm thực tế mà khách hàng nhận được.

Tuy nhiên, do đặc thù địa hình miền núi và cơ sở hạ tầng tại một số điểm đến còn hạn chế, chất lượng dịch vụ lưu trú và thời gian di chuyển đôi lúc chưa thực sự đáp ứng kỳ vọng của một số du khách. Vì vậy, doanh nghiệp cần tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ, tối ưu lịch trình và xây dựng chính sách giá linh hoạt hơn nhằm tăng tính cạnh tranh và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

2.3.6.5. Mức độ an toàn và khả năng tổ chức chương trình du lịch

Chương trình có mức độ an toàn tương đối tốt nếu được tổ chức bởi các đơn vị chuyên nghiệp. Các yếu tố như lựa chọn phương tiện phù hợp với địa hình đồi núi, đội ngũ hướng dẫn viên có kinh nghiệm và việc xây dựng phương án dự phòng cho các tình huống phát sinh đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo an toàn cho du khách.

Tuy nhiên, do đặc điểm địa hình vùng núi Tây Bắc với nhiều đèo dốc, nguy cơ sạt lở và điều kiện thời tiết biến động, chương trình vẫn tiềm ẩn những rủi ro nhất định. Điều này đòi hỏi đơn vị tổ chức phải có năng lực điều hành tốt, đồng thời linh hoạt điều chỉnh lịch trình khi cần thiết nhằm đảm bảo an toàn và chất lượng trải nghiệm.

Bên cạnh đó, xét về khả năng tổ chức và khai thác chương trình, trong thời gian gần đây có xu hướng tần suất khai thác tour ở mức trung bình và có dấu hiệu giảm dần. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ việc sản phẩm du lịch chưa có nhiều đổi mới, nội dung chương trình còn mang tính lặp lại, chưa tạo được sự khác biệt rõ rệt so với các tour cùng tuyến trên thị trường. Ngoài ra, khu vực này vẫn còn thiếu

sự tham gia của các nhà đầu tư lớn trong phát triển hạ tầng và dịch vụ du lịch, dẫn đến hạn chế trong việc nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm.

Những yếu tố trên ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng tổ chức và duy trì sức hút của chương trình trong dài hạn. Do đó, để nâng cao hiệu quả khai thác, cần có sự đầu tư đồng bộ hơn về sản phẩm du lịch, cơ sở hạ tầng và chiến lược phát triển điểm đến.

2.3.6.7. Doanh thu của chương trình du lịch

Dựa trên bảng số liệu về doanh thu và lợi nhuận của chương trình du lịch, có thể thấy chương trình “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” mang lại nguồn doanh thu tương đối khả quan cho doanh nghiệp trong giai đoạn 2022–2024. Cụ thể, doanh thu năm 2023 đạt 780 triệu đồng, tăng 315 triệu đồng so với năm 2022, tương ứng tăng 67,7%. Tuy nhiên, đến năm 2024 doanh thu giảm còn 560 triệu đồng, giảm 220 triệu đồng, tương ứng giảm 28,2% so với năm 2023. Mặc dù có sự sụt giảm, doanh thu năm 2024 vẫn cao hơn năm 2022, cho thấy chương trình vẫn duy trì được khả năng tạo doanh thu và đóng góp vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Doanh thu của chương trình chịu tác động bởi nhiều yếu tố như lượng khách tham gia, tính mùa vụ và điều kiện khai thác tại điểm đến. Các điểm du lịch nổi bật như Tà Xùa và Mù Cang Chải vẫn là những điểm đến có sức hút đối với du khách yêu thích trải nghiệm thiên nhiên và khám phá văn hóa vùng cao. Đặc biệt, vào các thời điểm cao điểm như mùa lúa chín hoặc mùa săn mây, chương trình thường thu hút lượng khách đáng kể, góp phần tạo nguồn thu cho doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, doanh thu của chương trình còn phản ánh khả năng khai thác thị trường khách có nhu cầu du lịch trải nghiệm và khám phá thiên nhiên. Tuy nhiên, doanh thu vẫn chịu ảnh hưởng bởi một số yếu tố như tính mùa vụ, điều kiện thời tiết, chi phí vận chuyển và mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp lữ hành trên thị trường. Vì vậy, doanh nghiệp cần tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm nhằm duy trì khả năng khai thác hiệu quả chương trình trong thời gian tới.

2.3.6.8. Lợi nhuận của chương trình du lịch

Căn cứ vào bảng số liệu, lợi nhuận của chương trình du lịch có sự biến động trong giai đoạn nghiên cứu. Năm 2023, lợi nhuận đạt 78 triệu đồng, tăng 31,5 triệu

đồng so với năm 2022, tương ứng tăng 67,7%. Đến năm 2024, lợi nhuận giảm xuống còn 56 triệu đồng, giảm 22 triệu đồng, tương ứng giảm 28,2% so với năm 2023. Mặc dù có sự sụt giảm so với năm trước, chương trình vẫn duy trì được mức lợi nhuận dương, góp phần vào kết quả kinh doanh chung của doanh nghiệp.

Lợi nhuận của chương trình có sự biến động qua các năm. Sau khi tăng vào năm 2023, lợi nhuận năm 2024 có xu hướng giảm, cho thấy hiệu quả khai thác chương trình chưa thực sự ổn định. Tuy nhiên, chương trình vẫn duy trì được mức lợi nhuận nhất định, góp phần vào doanh thu chung của doanh nghiệp. Việc khai thác các dịch vụ địa phương như homestay, ẩm thực vùng cao và các điểm tham quan tự nhiên góp phần tối ưu chi phí tổ chức và nâng cao hiệu quả khai thác chương trình.

Tuy nhiên, mức lợi nhuận của chương trình vẫn chịu tác động bởi nhiều yếu tố như chi phí nhiên liệu, chi phí vận chuyển đường dài, giá dịch vụ lưu trú theo mùa và các khoản chi phí phát sinh do điều kiện thời tiết hoặc thay đổi lịch trình. Ngoài ra, sự cạnh tranh về giá giữa các đơn vị tổ chức tour cũng ảnh hưởng đến khả năng gia tăng lợi nhuận. Qua đó cho thấy chương trình vẫn có tiềm năng mang lại hiệu quả kinh doanh tốt nếu doanh nghiệp tiếp tục kiểm soát chi phí hợp lý và nâng cao chất lượng dịch vụ.

2.4. Đánh giá chung chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa”

2.4.1. Kết quả đạt được

Chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong việc khai thác tài nguyên du lịch và đáp ứng nhu cầu của thị trường khách.

Trước hết, chương trình đã tận dụng hiệu quả các tài nguyên du lịch tự nhiên đặc sắc của vùng Tây Bắc. Các điểm đến như Tà Xùa, Mù Cang Chải và Trạm Tàu đều có giá trị nổi bật về cảnh quan và trải nghiệm, góp phần tạo nên một sản phẩm du lịch hấp dẫn, mang tính đặc trưng cao. Điều này giúp chương trình có khả năng cạnh tranh tốt trên thị trường, đặc biệt đối với phân khúc khách du lịch trẻ yêu thích khám phá và trải nghiệm. Bên cạnh đó, chương trình đã đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách du lịch thông qua việc kết hợp đa dạng các hoạt động như tham quan, trekking, nghỉ dưỡng và trải nghiệm văn hóa bản địa. Mức độ hài lòng của khách

nhìn chung khá cao, thể hiện qua các phản hồi tích cực về cảnh quan, trải nghiệm và công tác tổ chức tour. Việc thiết kế lịch trình phù hợp với đối tượng khách trải nghiệm cũng góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm.

Chương trình còn mang lại hiệu quả kinh doanh nhất định cho doanh nghiệp thông qua việc tạo doanh thu và lợi nhuận trong quá trình khai thác.

2.4.2. Thuận lợi

- Lịch trình chương trình du lịch được xây dựng có tính logic và hợp lý, đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa các điểm đến. Các hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm được phân bổ tương đối cân đối giữa các ngày, vừa đáp ứng nhu cầu khám phá của du khách, vừa đảm bảo yếu tố sức khỏe trong điều kiện di chuyển đường dài tại khu vực miền núi.

- Chương trình sở hữu nhiều điểm tham quan nổi bật như Trạm Tầu, Mù Cang Chải và Tà Xùa, đây đều là những điểm đến có cảnh quan thiên nhiên đặc sắc và thu hút đông đảo du khách, đặc biệt vào mùa lúa chín và mùa săn mây.

- Chương trình phù hợp với xu hướng du lịch trải nghiệm và khám phá thiên nhiên đang được nhiều du khách quan tâm, đặc biệt là nhóm khách trẻ yêu thích các hoạt động ngoài trời và tìm hiểu văn hóa bản địa.

- Chương trình kết hợp nhiều hoạt động trải nghiệm đặc sắc như tắm khoáng nóng Trạm Tầu, tham quan ruộng bậc thang Mù Cang Chải, khám phá bản làng dân tộc, săn mây tại Tà Xùa và chinh phục Sóng lưng Khủng Long. Nội dung trải nghiệm đa dạng góp phần nâng cao sức hấp dẫn và giá trị của chương trình đối với du khách.

2.4.3. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, tuy nhiên một số khách du lịch cho rằng chương trình du lịch vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục.

- Hạn chế lớn nhất của chương trình là thời gian di chuyển khá dài do đặc điểm địa hình miền núi phía Bắc với nhiều đèo dốc, cung đường quanh co và khoảng cách giữa các điểm tham quan tương đối xa. Điều này khiến du khách dễ cảm thấy mệt mỏi, đặc biệt đối với người lớn tuổi hoặc những khách có sức khỏe không ổn định. Việc phải di chuyển liên tục trong thời gian dài cũng phần nào làm giảm thời gian nghỉ ngơi và trải nghiệm thực tế tại các điểm đến, ảnh hưởng đến cảm nhận tổng thể của du khách về chương trình.

- Hạn chế thứ hai, chất lượng dịch vụ giữa các điểm đến chưa đồng đều. Một số khu vực như Tà Xùa vẫn còn hạn chế về cơ sở hạ tầng và dịch vụ du lịch, dẫn đến trải nghiệm của khách chưa thực sự ổn định. Vào mùa cao điểm, tình trạng quá tải phòng lưu trú hoặc thiếu hụt một số dịch vụ cần thiết vẫn có thể xảy ra, làm ảnh hưởng đến sự thuận tiện và mức độ hài lòng của khách du lịch. Ngoài ra, chất lượng phục vụ tại một số cơ sở địa phương chưa thật sự đồng bộ, gây ra sự chênh lệch trong trải nghiệm của khách giữa các điểm tham quan.

- Thứ ba, chương trình du lịch cũng phụ thuộc khá nhiều vào điều kiện thời tiết, đặc biệt đối với các hoạt động trải nghiệm thiên nhiên như săn mây tại Tà Xùa hoặc tham quan mùa lúa chín ở Mù Cang Chải. Khi thời tiết không thuận lợi như mưa lớn, sương mù dày hoặc xảy ra sạt lở tại các tuyến đường miền núi, lịch trình có thể bị thay đổi hoặc một số hoạt động không thể diễn ra như kế hoạch. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng chương trình mà còn tác động trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách.

2.4.4. Nguyên nhân

Tần suất khai thác chương trình có xu hướng giảm dần trong thời gian gần đây. Nguyên nhân chủ yếu là do sản phẩm du lịch chưa có nhiều đổi mới, nội dung chương trình còn mang tính lặp lại và thiếu sự khác biệt so với các tour cùng tuyến. Bên cạnh đó, khu vực vẫn thiếu các nhà đầu tư lớn để phát triển hạ tầng và dịch vụ du lịch, làm hạn chế khả năng nâng cao chất lượng và mở rộng sản phẩm. Đồng thời, yếu tố mùa vụ trong du lịch, đặc biệt đối với các tuyến điểm miền núi, cũng ảnh hưởng đáng kể đến tần suất khai thác chương trình. Ngoài ra, điều kiện giao thông còn nhiều hạn chế, thời gian di chuyển dài có thể làm giảm sức hấp dẫn đối với một số nhóm khách, nhất là khách trung niên và khách có yêu cầu cao về sự tiện nghi. Bên cạnh đó, công tác quảng bá và tiếp cận thị trường chưa thực sự hiệu quả cũng là một trong những nguyên nhân khiến lượng khách chưa ổn định, từ đó ảnh hưởng đến tần suất tổ chức chương trình.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH “HÀ NỘI – TRẠM TÁU – MÙ CANG CHẢI – TÀ XÙA” CỦA CÔNG TY DU LỊCH NON NƯỚC VIỆT

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng hoạt động của Công ty Du lịch Non Nước Việt

Trong bối cảnh ngành du lịch nội địa ngày càng phát triển mạnh mẽ, nhu cầu của khách du lịch không chỉ dừng lại ở việc tham quan mà còn hướng đến trải nghiệm, khám phá văn hóa bản địa và nghỉ dưỡng chất lượng cao. Trước xu thế đó, Công ty Du lịch Non Nước Việt xác định định hướng phát triển trong thời gian tới là tập trung nâng cao chất lượng chương trình du lịch, đặc biệt là các tuyến du lịch miền núi phía Bắc – nơi có tiềm năng lớn về cảnh quan thiên nhiên và bản sắc văn hóa dân tộc. Đồng thời, công ty tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm du lịch, xây dựng các chương trình mang tính trải nghiệm cao nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Đối với chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tấu – Mùa Càng Chải – Tà Xùa”, công ty định hướng tiếp tục khai thác theo hướng chuyên sâu, tạo sự khác biệt so với các chương trình cùng tuyến trên thị trường. Bên cạnh đó, công ty chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển và đội ngũ hướng dẫn viên nhằm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng. Đồng thời, tăng cường liên kết với các đơn vị cung ứng dịch vụ và cộng đồng địa phương để bổ sung thêm các hoạt động trải nghiệm đặc sắc, góp phần nâng cao giá trị của chương trình du lịch.

Ngoài ra, công ty cũng đẩy mạnh hoạt động marketing số thông qua các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok, Website và các kênh bán hàng trực tuyến nhằm tiếp cận hiệu quả hơn với nhóm khách hàng trẻ tuổi, khách du lịch theo nhóm và khách du lịch tự tổ chức theo đoàn nhỏ. Song song với đó là việc xây dựng các chính sách giá linh hoạt, phù hợp với từng mùa du lịch nhằm tăng khả năng cạnh tranh và thu hút khách hàng. Công ty cũng hướng tới việc ứng dụng công nghệ trong quản lý, quảng bá và chăm sóc khách hàng để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

Phát triển du lịch bền vững, đảm bảo an toàn cho khách du lịch và bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hóa địa phương tiếp tục là những định hướng quan trọng mà công ty theo đuổi. Thông qua việc không ngừng hoàn thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, công ty hướng đến mục tiêu xây dựng hình ảnh doanh nghiệp uy tín, chuyên nghiệp và phát triển ổn định trên thị trường du lịch.

3.1.2. Những hạn chế của chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt

Qua phân tích ở Chương 2, chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” vẫn còn một số hạn chế cần được khắc phục nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả khai thác.

- Lịch trình chương trình còn khá dài do đặc điểm địa hình miền núi và quãng đường di chuyển xa, dễ gây mệt mỏi cho du khách.
- Chất lượng dịch vụ tại một số điểm đến chưa đồng đều, đặc biệt về cơ sở lưu trú và hạ tầng du lịch tại Tà Xùa vào mùa cao điểm.
- Chương trình còn phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết, ảnh hưởng đến quá trình tổ chức tour và trải nghiệm của khách du lịch.

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” của Công ty Du lịch Non Nước Việt

Trên cơ sở những hạn chế đã được phân tích ở phần trên, việc đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” là cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng khả năng cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách du lịch. Các giải pháp không chỉ tập trung vào việc cải thiện lịch trình, chất lượng dịch vụ mà còn hướng đến việc đổi mới hoạt động quảng bá, mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả khai thác chương trình trong thời gian tới. Bên cạnh đó, việc hoàn thiện chương trình còn góp phần nâng cao mức độ hài lòng của du khách, gia tăng khả năng thu hút khách hàng mới và xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho doanh nghiệp trên thị trường du lịch. Đây cũng là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp duy trì sự phát triển ổn định và nâng cao hiệu quả kinh doanh trong bối cảnh thị trường du lịch ngày càng cạnh tranh.

3.2.1. Điều chỉnh lịch trình và tối ưu hóa thời gian di chuyển

Chương trình du lịch Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa có đặc điểm là quãng đường di chuyển dài, địa hình chủ yếu là đồi núi nên thời gian ngồi xe tương đối nhiều. Điều này có thể khiến du khách cảm thấy mệt mỏi, đặc biệt đối với người cao tuổi hoặc khách có thể trạng không tốt. Vì vậy, công ty cần nghiên cứu điều chỉnh lịch trình theo hướng hợp lý hơn giữa thời gian tham quan, nghỉ ngơi và di chuyển nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm cho du khách.

Trong quá trình tổ chức tour, doanh nghiệp nên bổ trí thêm các điểm dừng chân phù hợp để du khách nghỉ ngơi, sử dụng các dịch vụ cần thiết và thư giãn trước khi tiếp tục hành trình. Bên cạnh đó, cần ưu tiên sử dụng các phương tiện vận chuyển đời mới, trang bị đầy đủ tiện nghi như ghế ngả, điều hòa và hệ thống giải trí nhằm tạo cảm giác thoải mái trong suốt chuyến đi. Hướng dẫn viên cũng cần chủ động tổ chức các hoạt động giao lưu, giới thiệu thông tin về điểm đến hoặc trò chơi nhẹ trên xe để giảm cảm giác nhàm chán khi di chuyển đường dài. Việc tối ưu hóa lịch trình không chỉ giúp giảm áp lực về thời gian và quãng đường cho du khách mà còn góp phần nâng cao mức độ hài lòng, từ đó tăng khả năng khách quay lại.

Để nâng cao trải nghiệm của du khách, công ty cần rà soát và điều chỉnh lại thời gian di chuyển giữa các điểm tham quan nhằm hạn chế tình trạng phải di chuyển liên tục trong thời gian dài. Một số điểm tham quan có thời gian lưu lại ngắn có thể được sắp xếp lại hoặc kết hợp hợp lý hơn để giảm áp lực cho du khách, đặc biệt là người cao tuổi và gia đình có trẻ em. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật tình hình giao thông, thời tiết và điều kiện khai thác thực tế để chủ động điều chỉnh lịch trình khi cần thiết. Việc phối hợp chặt chẽ với các đơn vị vận chuyển, khảo sát tuyến đường định kỳ và thu thập ý kiến khách hàng sau mỗi chuyến đi sẽ giúp chương trình được hoàn thiện hơn, góp phần giảm cảm giác mệt mỏi trong quá trình di chuyển, nâng cao sự hài lòng của du khách và đảm bảo chương trình được triển khai hiệu quả.

3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ tại điểm đến

Mặc dù chương trình sở hữu nhiều điểm đến hấp dẫn và cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, tuy nhiên chất lượng dịch vụ tại một số điểm đến vẫn chưa thực sự đồng đều, đặc biệt là dịch vụ lưu trú và cơ sở hạ tầng du lịch tại Tà Xùa trong mùa

cao điểm. Điều này có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm chung của du khách và làm giảm tính cạnh tranh của chương trình trên thị trường.

Để khắc phục hạn chế này, công ty cần xây dựng hệ thống tiêu chí cụ thể trong việc lựa chọn và đánh giá các nhà cung cấp dịch vụ. Các cơ sở lưu trú được đưa vào chương trình cần đảm bảo các yêu cầu về cơ sở vật chất, vệ sinh, an toàn và chất lượng phục vụ. Doanh nghiệp nên thường xuyên khảo sát thực tế, thu thập phản hồi của khách hàng sau mỗi chuyến đi để kịp thời phát hiện và xử lý các tồn tại phát sinh.

Công ty cần thiết lập mối quan hệ hợp tác lâu dài với các khách sạn, homestay và nhà hàng có uy tín tại địa phương nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ ổn định cũng như chủ động nguồn cung trong các giai đoạn cao điểm. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ giúp gia tăng sự hài lòng của khách du lịch mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao uy tín thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường lữ hành.

3.2.3. Đa dạng hóa sản phẩm và giảm tính mùa vụ

Một trong những hạn chế lớn của chương trình là phụ thuộc khá nhiều vào điều kiện thời tiết và các mùa du lịch đặc trưng như mùa lúa chín tại Mù Cang Chải hoặc mùa săn mây tại Tà Xùa. Khi thời tiết không thuận lợi hoặc ngoài mùa cao điểm, sức hấp dẫn của chương trình có thể giảm đáng kể, ảnh hưởng đến khả năng khai thác khách và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Để giảm bớt sự phụ thuộc này, công ty cần đa dạng hóa các hoạt động trải nghiệm trong chương trình thay vì chỉ tập trung vào hoạt động ngắm cảnh thiên nhiên. Doanh nghiệp có thể bổ sung các trải nghiệm văn hóa bản địa như giao lưu văn nghệ với đồng bào dân tộc, tham quan làng nghề truyền thống, khám phá chợ phiên vùng cao, tìm hiểu phong tục tập quán địa phương hoặc thưởng thức các món ăn đặc sản Tây Bắc. Những hoạt động này có thể tổ chức quanh năm và ít chịu ảnh hưởng bởi điều kiện thời tiết.

Bên cạnh đó, công ty cần thường xuyên cập nhật thông tin dự báo thời tiết và xây dựng các phương án thay thế đối với những điểm tham quan ngoài trời trong trường hợp thời tiết xấu. Việc chuẩn bị sẵn các kịch bản ứng phó sẽ giúp chương trình được triển khai linh hoạt, hạn chế rủi ro và đảm bảo chất lượng dịch vụ cho khách du lịch.

Thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm và chủ động thích ứng với điều kiện thời tiết, chương trình sẽ có khả năng khai thác khách ổn định hơn trong nhiều thời điểm khác nhau của năm, đồng thời nâng cao hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

3.3. Một số khuyến nghị

Để các giải pháp hoàn thiện chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” được triển khai hiệu quả, bên cạnh nỗ lực từ phía Công ty Du lịch Non Nước Việt, cần có sự phối hợp và hỗ trợ từ các cơ quan quản lý nhà nước cũng như chính quyền địa phương tại các điểm đến. Sự liên kết giữa doanh nghiệp, cơ quan quản lý và cộng đồng địa phương không chỉ góp phần nâng cao chất lượng chương trình du lịch mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển sản phẩm, quảng bá điểm đến và nâng cao hiệu quả khai thác trong thời gian tới. Trên cơ sở đó, một số khuyến nghị được đề xuất như sau:

3.3.1. Đối với Công ty Du lịch Non Nước Việt

Công ty cần tiếp tục đầu tư và xác định chương trình du lịch Tây Bắc là một trong những sản phẩm chiến lược trong hoạt động kinh doanh lõi hành. Việc xây dựng thương hiệu riêng cho tuyến du lịch này sẽ giúp nâng cao khả năng cạnh tranh, tạo dấu ấn riêng trên thị trường và gia tăng mức độ nhận diện đối với khách du lịch. Đồng thời, công ty cần thường xuyên nghiên cứu nhu cầu thị trường để kịp thời điều chỉnh và hoàn thiện chương trình theo xu hướng du lịch mới.

Hơn nữa công ty cần chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên và nhân viên điều hành tour nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và khả năng xử lý tình huống thực tế. Việc thường xuyên khảo sát ý kiến khách hàng sau mỗi chuyến đi cũng rất cần thiết để kịp thời điều chỉnh và hoàn thiện chương trình. Ngoài ra, doanh nghiệp nên tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý, quảng bá và bán tour nhằm mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng, nâng cao hiệu quả kinh doanh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường du lịch hiện nay.

3.3.2. Đối với địa phương tại các điểm đến

Chính quyền địa phương cần tiếp tục đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông, đặc biệt là các tuyến đường đến các điểm du lịch trọng điểm như Trạm Tàu, Mù Cang Chải và Tà Xùa nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển của khách du lịch. Bên cạnh đó, cần chú trọng công tác bảo vệ môi trường, giữ gìn cảnh

quan tự nhiên và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng địa phương để nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến.

Ngoài ra, cần khuyến khích thu hút các nhà đầu tư lớn tham gia phát triển cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng, các dịch vụ vui chơi giải trí và các sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương. Điều này sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo thêm nhiều trải nghiệm mới cho du khách và thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch bền vững. Đồng thời, địa phương cũng cần tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp lữ hành trong quá trình liên kết khai thác và phát triển các sản phẩm du lịch mới.

3.3.3. Đối với cơ quan quản lý du lịch

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác quảng bá điểm đến, xúc tiến du lịch và kết nối thị trường khách. Đồng thời, cần có các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp lữ hành trong việc chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ và mở rộng các kênh phân phối trực tuyến.

Ngoài ra, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch Tây Bắc thông qua các hội chợ du lịch, sự kiện xúc tiến và các nền tảng truyền thông số nhằm nâng cao khả năng nhận diện điểm đến trên thị trường. Việc tăng cường kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ tại các điểm du lịch cũng rất cần thiết nhằm đảm bảo môi trường du lịch an toàn, văn minh và tạo hình ảnh tích cực đối với du khách trong và ngoài nước

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh nhu cầu du lịch trải nghiệm thiên nhiên và khám phá văn hóa bản địa ngày càng gia tăng, chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” được xem là một sản phẩm có nhiều tiềm năng khai thác nhờ sở hữu cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, bản sắc văn hóa vùng cao độc đáo và nhiều hoạt động trải nghiệm hấp dẫn. Đây là một trong những chương trình góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch nội địa của Công ty Du lịch Non Nước Việt, đồng thời đáp ứng xu hướng du lịch khám phá và nghỉ dưỡng của du khách hiện nay.

Thông qua quá trình nghiên cứu, khóa luận đã hệ thống hóa những cơ sở lý luận liên quan đến chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành, đồng thời phân tích thực trạng khai thác chương trình du lịch “Hà Nội – Trạm Tàu – Mù Cang Chải – Tà Xùa” tại Công ty Du lịch Non Nước Việt. Kết quả nghiên cứu cho thấy chương trình có nhiều ưu điểm như lịch trình tương đối hợp lý, tài nguyên du lịch hấp dẫn, mức giá phù hợp và nhận được sự đánh giá tích cực từ khách hàng. Tuy nhiên, chương trình vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thời gian di chuyển dài, chất lượng dịch vụ tại một số điểm đến chưa đồng đều và chịu ảnh hưởng bởi yếu tố thời tiết cũng như tính mùa vụ.

Trên cơ sở đó, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình, bao gồm tối ưu hóa lịch trình, nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm để giảm tính mùa vụ. Những giải pháp này kỳ vọng sẽ góp phần nâng cao chất lượng chương trình, gia tăng sự hài lòng của khách du lịch, nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường du lịch.

Do hạn chế về thời gian nghiên cứu, nguồn số liệu và kinh nghiệm thực tiễn, khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô để đề tài được hoàn thiện hơn. Những kết quả nghiên cứu của khóa luận có thể là tài liệu tham khảo cho Công ty Du lịch Non Nước Việt trong quá trình hoàn thiện và phát triển chương trình du lịch Tây Bắc trong thời gian tới.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2006), Giáo trình quản trị kinh doanh
lữ hành, NXB Đại học Kinh tế quốc dân – Hà Nội
- [2]. Nguyễn Thị Thu Hằng, Đặng Việt Hà, Nguyễn Thúy Lan, Phạm Bình Quảng
(2021), *Thiết kế chương trình du lịch*, Tài liệu lưu hành nội bộ, Trường Đại học Hạ
Long, Quảng Ninh.
- [3]. Website Công ty TNHH MTV TM & DV Du lịch Non Nước Việt:
:<http://nonnuocviettravel.com/>.
- [4]. Luật Du lịch 2017.