

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà
Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi tại
Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Sinh viên thực hiện: Trần Phan Hồng Phúc

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà
Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi tại
Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Phương Anh
Sinh viên thực hiện : Trần Phan Hồng Phúc
Mã số sinh viên : 2254040066
Khóa học : 2022 - 2026
Lớp : 22DL2

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

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)

1. Họ và tên sinh viên:

Họ và tên người hướng dẫn:

Tên đề tài:

.....

.....

Nội dung nhận xét:

2. **Tinh thần, thái độ làm việc:**

.....

3. **Nội dung khóa luận:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. **Hình thức khóa luận:**

.....

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

.....

Đà Nẵng, ngày tháng năm 20

Người nhận xét

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến các thầy, cô giáo khoa Du lịch Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, đặc biệt là các thầy cô tại Khoa Du lịch đã truyền đạt cho em những kiến thức quý báu và kỹ năng chuyên môn trong suốt quá trình học tập tại trường.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới ThS. Nguyễn Thị Phương Anh - giảng viên hướng dẫn trực tiếp của em. Cô đã tận tình chỉ bảo, định hướng và đưa ra những lời khuyên chuyên môn sâu sắc giúp em hoàn thiện đề tài *"Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà"* một cách tốt nhất.

Một lần nữa, em xin gửi lời tri ân nhất đến Ban Giám đốc và các anh chị nhân viên tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà đã tạo điều kiện thuận lợi, cung cấp các số liệu thực tế về hoạt động kinh doanh lữ hành và hỗ trợ em trong quá trình khảo sát thực địa. Những kinh nghiệm thực tiễn từ quý Công ty là nguồn tư liệu vô cùng quý giá để em xây dựng giải pháp tour nhân văn và khả thi cho người cao tuổi.

Sau cùng, em xin cảm ơn gia đình và bạn bè đã luôn động viên, khích lệ em trong suốt thời gian thực hiện khóa luận này.

Dù đã rất cố gắng nhưng bản khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của quý thầy cô để đề tài được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện
Trần Phan Hồng Phúc

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	iii
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC BẢNG.....	vii
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	viii
MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu.....	3
5. Bố cục khóa luận	4
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG KINH DOANH LỮ HÀNH, DU LỊCH SINH THÁI VÀ KHÁCH DU LỊCH CAO TUỔI	5
1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh lữ hành	5
1.1.1. Khái niệm về kinh doanh lữ hành.....	5
1.1.2. Đặc điểm kinh doanh lữ hành.....	7
1.1.3. Phân loại kinh doanh lữ hành.....	9
1.2. Cơ sở lý luận về chương trình du lịch	9
1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch.....	9
1.2.2. Phân loại chương trình du lịch	11
1.2.3. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch.....	13
1.2.4. Một số điểm cần lưu ý khi xây dựng một chương trình du lịch	20
1.2.5. Nguyên tắc xây dựng chương trình du lịch	21
1.2.6. Quy trình xây dựng chương trình du lịch.....	22
1.3. Cơ sở lý luận về du lịch sinh thái.....	30
1.3.1. Khái niệm du lịch sinh thái.....	30
1.3.2. Hoạt động du lịch sinh thái.....	31
1.3.3. Đặc trưng cơ bản của du lịch sinh thái.....	32
1.3.4. Nguyên tắc phát triển du lịch sinh thái	35

1.4. Đặc điểm của khách du lịch cao tuổi	36
Tiểu kết chương 1.....	37
CHƯƠNG 2: TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN DÀNH CHO NGƯỜI CAO TUỔI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT ĐÀ	39
2.1. Tổng quan về Công ty Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	39
2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty	39
2.1.2. Lĩnh vực kinh doanh của Công ty	40
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty.....	41
2.1.4. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty	43
2.1.5. Thị trường khách hàng, đối tác và đối thủ cạnh tranh.....	44
2.1.6. Tình hình lao động của Công ty.....	47
2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.....	49
2.2.1. Hệ thống sản phẩm dịch vụ của Công ty.....	49
2.2.2. Kết quả kinh doanh của Công ty	51
2.3. Tiềm năng phát triển du lịch sinh thái tại Măng Đen.....	52
2.3.1. Giới thiệu về Măng Đen.....	52
2.3.2. Tài nguyên du lịch của Măng Đen.....	53
2.3.3. Cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch tại Măng Đen.....	55
2.3.4. Tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen.....	57
2.3.5. Chính sách và các nỗ lực phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen.....	58
2.3.6. Thực trạng phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen.....	60
2.4. Tham khảo một số chương trình du lịch sinh thái tại Măng Đen của các công ty lữ hành.....	61
2.5. Nhu cầu tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen của người cao tuổi tại Đà Nẵng.....	66
2.5.1. Thiết kế khảo sát.....	66
2.5.2. Đặc điểm nhân khẩu học và hành vi du lịch của người cao tuổi	66
2.5.3. Yếu tố hấp dẫn của du lịch sinh thái Măng Đen	68

2.5.4. Nhu cầu và kỳ vọng của người cao tuổi đối với chương trình du lịch sinh thái Măng Đen.....	69
Tiểu kết chương 2.....	72
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH SINH THÁI ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN DÀNH CHO NGƯỜI CAO TUỔI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT ĐÀ.....	74
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	74
3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	74
3.1.2. Nhu cầu tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi	75
3.2. Thiết kế chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.....	78
3.3. Giải pháp khai thác chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	93
3.3.1. Giải pháp về marketing và truyền thông.....	93
3.3.2. Giải pháp về kênh phân phối và xúc tiến bán hàng.....	94
3.3.4. Giải pháp về nguồn nhân lực	95
3.3.5. Giải pháp về liên kết đối tác và quản trị rủi ro.....	95
Tiểu kết chương 3.....	96
KẾT LUẬN	97
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	- 1 -
PHỤ LỤC.....	- 2 -

DANH MỤC BẢNG

SỐ BẢNG BIỂU	TÊN BẢNG BIỂU	SỐ TRANG
Bảng 2.1.	Ngành nghề kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	42
Bảng 2.2.	Tình hình cơ sở vật chất của Công ty	46
Bảng 2.3.	Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo giới tính và độ tuổi	50
Bảng 2.4.	Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo trình độ	51
Bảng 2.5.	Kết quả kinh doanh của Công ty	53
Bảng 2.6.	So sánh các chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen của các công ty lữ hành	66
Bảng 2.7.	Tổng hợp đặc điểm hành vi du lịch của người cao tuổi	69
Bảng 2.8.	Các yếu tố thu hút người cao tuổi đến với du lịch sinh thái Măng Đen	72
Bảng 2.9.	Mức độ quan tâm của người cao tuổi đối với các trải nghiệm tại Măng Đen	73
Bảng 2.10.	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình	75
Bảng 3.1.	Phác thảo hành trình tổng thể	87
Bảng 3.2.	Xây dựng hành trình chi tiết	87

DANH MỤC HÌNH ẢNH

SỐ HÌNH ẢNH	TÊN HÌNH ẢNH	SỐ TRANG
Hình 2.1	Logo của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	41
Hình 2.2	Cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà	43

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Đà Nẵng là thành phố biển năng động bậc nhất miền Trung Việt Nam, không chỉ được biết đến với những bãi biển trải dài và cảnh quan thiên nhiên hữu tình, mà còn là một trong những trung tâm du lịch lớn của cả nước. Hạ tầng giao thông là động lực quan trọng cho tăng trưởng khi thành phố đón hơn 48.000 chuyến bay, tăng 12,4%, bao gồm trên 20.200 chuyến bay quốc tế¹. Với hệ thống hạ tầng đồng bộ và vị trí địa lý thuận lợi, Đà Nẵng đang khẳng định vị thế là điểm xuất phát lý tưởng cho các hành trình du lịch khám phá khu vực miền Trung và Tây Nguyên. Đây cũng chính là điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp lữ hành đóng trên địa bàn thành phố phát triển và mở rộng các sản phẩm du lịch đến những điểm đến còn nhiều tiềm năng trong vùng.

Trong bối cảnh đó, Măng Đen là vùng cao nguyên thuộc huyện Kon Plông, nổi lên như một điểm đến sinh thái đặc sắc, được ví như Đà Lạt của Tây Nguyên với độ cao trung bình 1.200m so với mực nước biển, khí hậu mát mẻ quanh năm, hệ sinh thái rừng nguyên sinh phong phú cùng những hồ nước, thác ghềnh thơ mộng còn mang vẻ hoang sơ, ít bị tác động bởi quá trình đô thị hóa. Đáng chú ý, từ ngày 01/7/2025, tỉnh Quảng Ngãi và tỉnh Kon Tum chính thức sáp nhập, hình thành đơn vị hành chính mới với tên gọi là tỉnh Quảng Ngãi (Ủy ban Thường vụ Quốc hội, 2025). Khu du lịch sinh thái Măng Đen với khí hậu ôn hòa và hệ sinh thái đa dạng, đầy tiềm năng du lịch nghỉ dưỡng, trong định hướng xây dựng tỉnh phát triển nhanh, bền vững, hài hòa giữa vùng biển và vùng cao nguyên. Bên cạnh cảnh quan tự nhiên, Măng Đen còn lưu giữ bản sắc văn hóa đặc trưng của đồng bào dân tộc thiểu số Mơ Nâm, Xơ Đăng với các lễ hội truyền thống, kiến trúc nhà sàn và ẩm thực rừng núi độc đáo. Sự kết hợp giữa hành trình xuất phát từ Đà Nẵng và điểm đến Măng Đen tạo nên một lộ trình có chiều sâu và hoàn toàn phù hợp với xu hướng du lịch trải nghiệm đang được ưa chuộng hiện nay.

Về mặt thị trường, Việt Nam đang trải qua quá trình già hóa dân số với tốc độ thuộc hàng nhanh nhất thế giới. Dân số Việt Nam năm 2025 đạt 102,3 triệu người, trong đó tỷ trọng người trên 60 tuổi tăng lên 14,5%, nâng tổng số người cao tuổi lên 14,8 triệu

¹ <https://tuoitrethudo.vn/nam-2025-tp-da-nang-don-hon-173-trieu-luot-khach-du-lich-297773.html>

người. Bình quân cứ 7 người Việt Nam thì có một người từ 60 tuổi trở lên (Cục Thống kê, 2026). Cùng với sự cải thiện về điều kiện sống, mức thu nhập và nhận thức về chất lượng cuộc sống, người cao tuổi ngày càng có nhu cầu tham gia các hoạt động du lịch như một phương thức tận hưởng tuổi già, dưỡng sức và kết nối cộng đồng. Đây là tín hiệu rõ ràng cho thấy tiềm năng của phân khúc thị trường này là rất lớn và chưa được khai thác đúng mức trong ngành du lịch.

Tuy nhiên, thực trạng hiện nay cho thấy các chương trình du lịch được thiết kế chuyên biệt dành cho người cao tuổi vẫn còn rất hạn chế. Phần lớn sản phẩm du lịch trên thị trường được xây dựng theo hướng đại trà, áp dụng chung cho nhiều đối tượng mà không có sự điều chỉnh phù hợp về nhịp độ hành trình, phương tiện vận chuyển, chế độ dinh dưỡng, dịch vụ y tế đi kèm hay các hoạt động trải nghiệm phù hợp với thể trạng và tâm lý của người cao tuổi. Sự thiếu hụt này dẫn đến tình trạng người cao tuổi hoặc không tìm được sản phẩm phù hợp để tham gia, hoặc tham gia nhưng không đạt được trải nghiệm thực sự hài lòng, tạo nên một khoảng trống thị trường thực sự mà các doanh nghiệp lữ hành có thể và cần phải lấp đầy.

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà, với vị trí đặt trụ sở tại Đà Nẵng, kinh nghiệm nhiều năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch miền Trung và Tây Nguyên cùng mạng lưới đối tác rộng khắp khu vực, hội tụ đầy đủ điều kiện để phát triển một sản phẩm du lịch sinh thái chuyên biệt dành cho phân khúc người cao tuổi. Xuất phát từ những lý do trên, tác giả quyết định lựa chọn đề tài ***"Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà"***, với mong muốn giúp Công ty Việt Đà xây dựng được một sản phẩm du lịch có chất lượng, có chiều sâu và phù hợp với nhu cầu của nhóm khách hàng người cao tuổi tại Việt Nam.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung

Đề tài hướng đến việc xây dựng một chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Mục tiêu cụ thể

Căn cứ vào mục tiêu chung, tác giả đề ra các mục tiêu nghiên cứu cụ thể sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về kinh doanh lữ hành, chương trình du lịch, du lịch sinh thái và du lịch dành cho người cao tuổi

- Phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà, đánh giá tiềm năng khai thác du lịch sinh thái tại Măng Đen

- Khảo sát nhu cầu, thị hiếu và khả năng chi trả của người cao tuổi tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung đối với loại hình du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, từ đó xác định các yêu cầu đặc thù trong việc thiết kế chương trình dành cho đối tượng này.

- Thiết kế chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen phù hợp với nhu cầu của người cao tuổi, đồng thời đề xuất các giải pháp triển khai hiệu quả tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng và Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

- **Khách thể nghiên cứu:** Người cao tuổi (nữ trên 55 tuổi và nam trên 60 tuổi) đang sinh sống tại thành phố Đà Nẵng, có nhu cầu tham gia các chương trình du lịch sinh thái nghỉ dưỡng tại Măng Đen.

- **Phạm vi nghiên cứu:**

- + Về không gian: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

- + Về thời gian: Các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ năm 2023 đến năm 2025. Các dữ liệu sơ cấp được thu thập vào tháng 3,4 năm 2026.

- + Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu và xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành riêng cho nhóm khách cao tuổi đang sinh sống tại Thành phố Đà Nẵng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập, phân tích và tổng hợp tài liệu

Tác giả tiến hành thu thập và tổng hợp thông tin từ các giáo trình, bài báo khoa học, công trình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến các chủ đề du lịch sinh thái, du lịch người cao tuổi, kinh doanh lữ hành và thiết kế chương trình du lịch.

Tác giả thu thập, tổng hợp thông tin từ các tài liệu nội bộ, báo cáo hoạt động kinh doanh và website chính thức của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà nhằm đánh giá thực trạng hoạt động và định hướng phát triển của Công ty.

Phương pháp quan sát

Tác giả thực hiện quan sát trực tiếp tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà nhằm đánh giá tình hình tổ chức và hoạt động kinh doanh thực tế, quy trình phục vụ khách hàng, cũng như năng lực triển khai các sản phẩm tour của Công ty.

Phương pháp khảo sát và xử lý dữ liệu

Tác giả tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi đối với nhóm khách cao tuổi đang sinh sống tại Thành phố Đà Nẵng nhằm thu thập thông tin về nhu cầu, thị hiếu, khả năng chi trả và các yêu cầu đặc thù khi tham gia chương trình du lịch sinh thái.

Tác giả thực hiện phỏng vấn sâu các chuyên gia du lịch có kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch người cao tuổi và du lịch sinh thái khu vực miền Trung và Tây Nguyên.

Phương pháp khảo sát thực địa

Tác giả trực tiếp khảo sát thực địa tại khu vực Măng Đen thuộc huyện Kon Plông, tỉnh Quảng Ngãi, bao gồm việc quan sát các điểm tham quan sinh thái, đánh giá cảnh quan tự nhiên, hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông, cơ sở lưu trú và chất lượng dịch vụ du lịch hiện có tại địa bàn.

5. Bố cục khoá luận

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

Chương 1: Cơ sở lý luận về xây dựng chương trình du lịch trong kinh doanh lữ hành, du lịch sinh thái và khách du lịch cao tuổi

Chương 2: Tiềm năng phát triển du lịch sinh thái tại Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Chương 3: Đề xuất xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRONG KINH DOANH LỮ HÀNH, DU LỊCH SINH THÁI VÀ KHÁCH DU LỊCH CAO TUỔI

1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh lữ hành

1.1.1. Khái niệm về kinh doanh lữ hành

Để hiểu rõ hơn về kinh doanh lữ hành ta có thể xem khái niệm về kinh doanh lữ hành dưới hai mức tiếp cận sau:

Cách tiếp cận thứ nhất, hiểu theo nghĩa rộng thì lữ hành bao gồm tất cả các hoạt động di chuyển của con người, cũng như những hoạt động liên quan đến sự di chuyển đó. Với một phạm vi đề cập như vậy thì trong hoạt động du lịch có bao gồm yếu tố lữ hành. Nhưng không phải tất cả các hoạt động du lịch. Có thể hình dung như ở hoạt động của một Công ty hàng không, vận chuyển không chỉ khách du lịch mà bao gồm cả những đối tượng khác: học sinh, sinh viên đi thực tập, các nhà ngoại giao.... Vì vậy, người ta có thể sử dụng thuật ngữ "lữ hành du lịch" để ám chỉ các hoạt động đi lại và các hoạt động khác có liên quan tới các chuyến đi với mục đích du lịch. Cách tiếp cận lữ hành theo nghĩa rộng cho phép nghiên cứu hoạt động lữ hành ở một phạm vi rộng lớn.

Tiếp cận theo nghĩa rộng, kinh doanh lữ hành được hiểu là doanh nghiệp đầu tư để thực hiện một, một số hoặc tất cả các công việc trong quá trình tạo ra và chuyển giao sản phẩm từ lĩnh vực sản xuất sang lĩnh vực tiêu dùng với mục đích hướng hoa hồng hoặc lợi nhuận. Kinh doanh lữ hành là có thể kinh doanh một hoặc nhiều hơn một, hoặc tất cả các dịch vụ và hàng hóa thỏa mãn hầu hết các nhu cầu thiết yếu, đặc trưng và các nhu cầu khác của khách du lịch.

Cách tiếp cận thứ 2, tiếp cận lữ hành ở một phạm vi hẹp. Để phân biệt hoạt động kinh doanh lữ hành và các hoạt động kinh doanh du lịch như khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí, người ta giới hạn hoạt động kinh doanh lữ hành chỉ chỉ bao gồm các hoạt động tổ chức các chương trình du lịch. Điểm xuất phát của các giới hạn nói trên là các Công ty lữ hành thường rất chú trọng tới việc kinh doanh chương trình du lịch. Tiêu biểu cho cách tiếp cận này là định nghĩa về lữ hành trong Luật Du Lịch Việt Nam.

Theo quy định tại Luật du lịch năm 2017 "*Lữ hành là việc xây dựng, bán, tổ chức thực hiện một hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch*". Kinh doanh lữ hành

bao gồm kinh doanh lữ hành nội địa, kinh doanh lữ hành quốc tế. Kinh doanh lữ hành nội địa là việc xây dựng, bán và thực hiện các chương trình cho khách du lịch nội địa và phải có đủ 3 điều kiện. Kinh doanh lữ hành quốc tế là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế và phải có đủ năm điều kiện. Như vậy, theo định nghĩa này, kinh doanh lữ hành ở Việt Nam được hiểu theo nghĩa hẹp và được xác định một cách rõ ràng sản phẩm của kinh doanh lữ hành là chương trình du lịch. Ngoài ra, trong Luật Du lịch 2017 còn quy định rõ kinh doanh đại lý lữ hành. "*Kinh doanh đại lý lữ hành là một tổ chức, cá nhân nhận bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch để hưởng hoa hồng, tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện các chương trình du lịch*".

1.1.2. Đặc điểm kinh doanh lữ hành

Hoạt động kinh doanh lữ hành bao gồm các đặc điểm sau:

- Hoạt động kinh doanh lữ hành tạo ra những sản phẩm là *các dịch vụ tồn tại chủ yếu dưới dạng vô hình*. Sản phẩm lữ hành bao gồm các chương trình du lịch, các dịch vụ trung gian, các dịch vụ bổ sung và các sản phẩm tổng hợp. Do các sản phẩm này đều tồn tại dưới dạng vô hình nên nó cũng mang những đặc trưng chung của hàng hoá dịch vụ như tính không lưu kho, không nhận biết được sản phẩm trước khi tiêu dùng, không chuyển quyền sở hữu...

- Kết quả của hoạt động lữ hành *phụ thuộc vào nhiều nhân tố và không ổn định*. Quá trình hoạt động lữ hành để tạo ra sản phẩm phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố cả khách quan lẫn chủ quan như các nhà cung cấp, tài nguyên du lịch, điều kiện thời tiết khí hậu, điều kiện giao thông.... Do vậy, chất lượng của sản phẩm lữ hành thường khó xác định trước và không ổn định.

- *Quá trình sản xuất và quá trình tiêu dùng trong hoạt động kinh doanh lữ hành diễn ra cùng một lúc*. Các dịch vụ chỉ được thực hiện khi đã có khách hàng, doanh nghiệp hầu như không thể biết trước số lượng khách, khối lượng dịch vụ, doanh thu cũng như những chi phí mình sẽ thực hiện. Điều này làm cho việc lập kế hoạch, tính toán chi phí, giá cả của các Công ty lữ hành gặp nhiều khó khăn.

- Đối với các sản phẩm do doanh nghiệp lữ hành tạo ra, người tiêu dùng *rất khó cảm nhận được sự khác biệt trước khi tiêu dùng sản phẩm lữ hành*. Do quá trình sản xuất và tiêu dùng diễn ra cùng một lúc đồng thời Rao cản tiếp cận với các yếu tố đầu vào của hoạt động kinh doanh lữ hành rất thấp nên hình thức và kết cấu sản phẩm của các doanh nghiệp lữ hành rất dễ bị sao chép cũng như khó tạo ra được sự khác biệt. Du khách rất khó có thể phân biệt được chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp lữ hành khác nhau và chỉ có thể thực sự cảm nhận được chúng khi đã tiêu dùng sản phẩm.

- Hoạt động kinh doanh lữ hành thường *được triển khai trên một phạm vi địa lý rộng lớn*. Đặc điểm này xuất phát từ đặc điểm của cầu du lịch. Do cầu du lịch phân tán đồng thời các dòng di chuyển của khách du lịch lại hướng tới nhiều điểm khác nhau nên các doanh nghiệp lữ hành thường phải triển khai các hoạt động của mình trên một phạm vi địa lý rộng. Điều này cũng gây nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp lữ hành và thường làm tăng chi phí trong việc phân phối sản phẩm cũng như điều hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình.

- Hoạt động kinh doanh lữ hành *mang tính thời vụ rõ nét đối với từng đoạn thị trường*. Cầu du lịch phụ thuộc rất nhiều vào thời gian rỗi, cách phân bổ và sử dụng thời gian rỗi của dân cư cũng như điều kiện thời tiết khí hậu. Do vậy trong kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh lữ hành nói riêng tính thời vụ đã trở thành một hiện tượng phổ biến.

- Hoạt động kinh doanh lữ hành *phụ thuộc vào nhiều yếu tố khách quan thuộc môi trường vĩ mô, ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp*. Các yếu tố của môi trường vĩ mô bên cạnh những ảnh hưởng tới các doanh nghiệp lữ hành giống như các ngành khác còn là một thành tố tạo ra sản phẩm lữ hành. Do vậy thị trường du lịch nói chung mang tính nhạy cảm rất cao đối với các yếu tố này. Một sự biến động nhỏ (tính theo mức độ tác động chung) của môi trường vĩ mô như sự thay đổi của môi trường tự nhiên, an ninh chính trị, kinh tế... cũng gây ra những thay đổi (đôi khi là rất lớn) trong tương quan cung - cầu du lịch và vì vậy, ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp lữ hành.

1.1.3. Phân loại kinh doanh lữ hành

1.1.3.1. Phân theo tính chất hoạt động

Căn cứ vào tính chất của hoạt động để tạo ra sản phẩm có các loại: Kinh doanh đại lý lữ hành, kinh doanh chương trình du lịch và kinh doanh tổng hợp.

Kinh doanh đại lý lữ hành: loại hình hoạt động trung gian, chuyên tiêu thụ và bán lẻ sản phẩm du lịch cho các công ty lữ hành và nhà cung cấp dịch vụ để hưởng hoa hồng theo tỷ lệ phần trăm thỏa thuận. Điểm đặc trưng của loại hình này là đại lý không được phép làm gia tăng giá trị sản phẩm trong quá trình chuyển giao từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng, đồng thời không phải chịu rủi ro kinh doanh mà chỉ thực hiện chức năng bán hàng thay cho nhà sản xuất. Tuy nhiên, để hoạt động hiệu quả, đại lý lữ hành cần đáp ứng các yêu cầu khắt khe về vị trí địa lý, hệ thống đặt chỗ và đặc biệt là chất lượng đội ngũ nhân viên với đầy đủ kỹ năng chuyên môn, giao tiếp và bán hàng, bởi đây được xem là yếu tố quyết định đến 80% sự thành công của doanh nghiệp trong lĩnh vực này.

Kinh doanh chương trình du lịch hoạt động theo hướng hoàn toàn trái ngược với kinh doanh đại lý lữ hành. Thay vì bán lẻ sản phẩm có sẵn và hưởng hoa hồng, các công ty kinh doanh chương trình du lịch thực hiện chức năng "sản xuất" theo hình thức bán buôn, tức là liên kết các dịch vụ đơn lẻ của nhiều nhà cung cấp độc lập như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và tham quan thành một sản phẩm hoàn chỉnh, trọn gói và bán cho khách hàng theo giá gộp. Quá trình này làm gia tăng đáng kể giá trị sử dụng cho người tiêu dùng thông qua sự đóng góp chuyên môn của đội ngũ điều hành, marketing và hướng dẫn viên. Tuy nhiên, khác với đại lý lữ hành không phải gánh chịu rủi ro, các công ty kinh doanh chương trình du lịch phải chủ động chịu trách nhiệm và san sẻ rủi ro trong toàn bộ quá trình kinh doanh cũng như trong quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ.

Kinh doanh lữ hành tổng hợp: Hình thức kinh doanh lữ hành tổng hợp bao gồm tất cả các dịch vụ du lịch, có nghĩa là nó đồng thời vừa sản xuất trực tiếp từng loại dịch vụ, vừa liên kết các dịch vụ riêng lẻ thành một sản phẩm hoàn chỉnh, mang tính nguyên chiếc cao, vừa thực hiện việc bán buôn bán lẻ, vừa thực hiện chương trình du lịch đã bán. Đây là hoạt động kinh doanh gộp cả hai hình thức: kinh doanh đại lý lữ hành và kinh doanh chương trình du lịch, là kết quả trong quá trình phát triển và thực hiện liên

kết độc, liên kết ngang của các chủ thể kinh doanh du lịch. Vì thế các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh lữ hành tổng hợp được gọi là các Công ty du lịch (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

1.1.3.2. Phân theo phương thức và phạm vi hoạt động

Kinh doanh lữ hành gửi khách: Theo hoạt động kinh doanh này thì kinh doanh lữ hành gởi khách bao gồm các gói khách quốc tế, gởi khách nội địa. Đây là loại hình kinh doanh mà hoạt động của nó là tổ chức thu hút khách du lịch một cách trực tiếp để đưa khách hàng đến tận nơi sử dụng. Để hình thức kinh doanh này đạt hiệu quả cao thì yêu cầu đặt ra là phải diễn ra tại nơi có cầu du lịch lớn, khi cầu du lịch tại nơi đó lớn thì các Công ty này mới có đủ khách hàng để gửi khách tới nơi du lịch. Các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh lữ hành gửi khách được gọi là Công ty gửi khách.

Kinh doanh lữ hành nhận khách: Kinh doanh lữ hành nhận khách bao gồm các nhân khách quốc tế và nhân khách nội địa. Đây là loại hình kinh doanh mà hoạt động chính của nó là xây dựng các chương trình du lịch, quan hệ với các Công ty lữ hành gửi khách để bán các chương trình du lịch và tổ chức các chương trình du lịch đã bán cho khách thông qua các Công ty lữ hành gửi khách. Loại hình kinh doanh này chỉ phát triển và càng ngày càng mở rộng khi nó diễn ra tại nơi có nhiều tài nguyên du lịch nổi tiếng. Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành loại này được gọi là các Công ty nhận khách.

Kinh doanh lữ hành kết hợp: Là hình thức kết hợp giữa kinh doanh lữ hành nhận khách và kinh doanh lữ hành gửi khách. Những doanh nghiệp kinh doanh loại hình kết hợp này phải là những Công ty có quy mô, tiềm lực đủ lớn để thực hiện các hoạt động gửi khách và nhận khách. Các Công ty thực hiện kinh doanh lữ hành kết hợp này được gọi là các Công ty du lịch tổng hợp. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

Theo quy định của Luật Du Lịch Việt Nam (2017), kinh doanh lữ hành bao gồm:

- Kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa phục vụ khách du lịch nội địa.
- Kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế phục vụ khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài.

1.2. Cơ sở lý luận về chương trình du lịch

1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch

Hiện nay trong các tài liệu khoa học về du lịch chưa có định nghĩa thống nhất về chương trình du lịch. Có rất nhiều cách nhìn nhận về chương trình du lịch, có thể nêu ra các định nghĩa tiêu biểu sau đây:

Theo những quy định về du lịch lữ hành trọn gói của các nước liên minh châu Âu (EU) và Hiệp hội các hãng lữ hành Vương quốc Anh trong cuốn "Kinh doanh du lịch lữ hành": Chương trình du lịch là sự kết hợp được sắp xếp từ trước của ít nhất hai trong số các dịch vụ: nơi ăn ở, các dịch vụ khác sinh ra từ dịch vụ giao thông hoặc nơi ăn ở và nó được bán với mức giá gộp và thời gian của chương trình phải nhiều hơn 24 giờ.

Theo cuốn "Từ điển quản lý du lịch, khách sạn và nhà hàng" thì có hai định nghĩa: Chương trình du lịch (Inclusive Tour-IT) là các chuyến du lịch, giá của chương trình bao gồm vận chuyển, khách sạn, ăn uống v.v... và mức giá này rẻ hơn so với mua riêng lẻ từng dịch vụ. Chương trình du lịch trọn gói (Package Tour) là các chương trình du lịch mà mức giá bao gồm vận chuyển, khách sạn, ăn uống v.v... và phải trả tiền trước khi đi du lịch.

Theo nghị định số 27 /2001/ NĐ-CP về kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch ở Việt Nam ban hành ngày 5 tháng 6 năm 2001 định nghĩa: Chương trình du lịch là lịch trình được định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán chương trình.

Theo Luật Du lịch Việt Nam 2017, tại khoản 8 Điều 3 giải thích từ ngữ: Chương trình du lịch là văn bản thể hiện lịch trình, dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

Từ các định nghĩa khác nhau về chương trình du lịch, ta có thể rút ra các nhận xét về sự tương đồng và sự khác biệt giữa các định nghĩa như sau: Trong các định nghĩa chương trình du lịch đã nêu có sự thống nhất về lịch trình, các dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi.

Trên cơ sở kế thừa của các định nghĩa nêu trên, tác giả Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương đưa ra định nghĩa về chương trình du lịch như sau: *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 khi tiêu dùng của khách (Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương, 2006).

1.2.2. Phân loại chương trình du lịch

Chương trình du lịch được phân loại dựa trên nhiều tiêu chí như: nguồn gốc phát sinh, dịch vụ cấu thành, mức giá, theo mục đích và loại hình du lịch. Trong nội dung khoá luận, tác giả đề cập tới 2 tiêu chí: dịch vụ cấu thành và mức giá.

1.2.2.1. Theo các dịch vụ cấu thành

Căn cứ vào các dịch vụ cấu thành và mức độ phụ thuộc trong tiêu dùng, có năm loại: chương trình du lịch trọn gói có người tháp tùng, chương trình du lịch có hướng dẫn viên từng chặng, chương trình du lịch độc lập tối thiểu, chương trình du lịch độc lập đầy đủ (toàn phần), chương trình tham quan.

✓ *Chương trình du lịch trọn gói có người tháp tùng có đặc điểm nổi bật sau:*

- Bao gồm hầu hết các thành phần dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, 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 suốt từ khi đón khách cho đến khi tiễn khách. Tất cả các hoạt động của các thành viên đều phải tuân theo lịch trình đã được xác định trước dưới sự điều khiển của hướng dẫn viên, ít có khả năng lựa chọn theo sở thích riêng.

✓ *Chương trình du lịch 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 có người đại diện của doanh nghiệp lữ hành 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 đầy đủ theo đơn đặt hàng của khách*

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 du lịch độc lập tối thiểu theo đơn đặt hàng của khách*

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 các sở thích cá nhân của mình có nhiều khả năng để lựa chọn.

✓ *Chương trình du lịch 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. Chương trình du lịch tham quan có đặc điểm nổi bật sau đây:

- Phục vụ cho một chuyến tham quan ngắn ở một điểm hay 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.

1.2.2.2. Theo mức giá

Căn cứ vào mức giá có ba loại: giá trọn gói, giá của các dịch vụ cơ bản, giá tự chọn.

Chương trình du lịch theo mức giá trọn gói 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 chỉ bao gồm một số dịch vụ chủ yếu của chương trình du lịch với nội dung đơn giản. Hình thức này thường do các hãng hàng không bán cho khách du lịch công vụ. Giá chỉ bao gồm vé máy bay, một vài tối ngủ tại khách sạn và tiền taxi từ sân bay tới khách sạn.

Chương trình du lịch theo mức giá tự chọn. Với hình thức này 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.

1.2.3. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch

Chương trình du lịch là sự tổng hợp của các dịch vụ du lịch được kết hợp với nhau, có thể ở dạng trọn gói hoàn chỉnh hoặc chỉ bao gồm một số dịch vụ đơn lẻ tùy theo nhu cầu và hoàn cảnh cụ thể của từng đối tượng khách hàng. Trong *Giáo trình*

Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch của tác giả Lê Thái Phụng (2014), một chương trình du lịch thông thường vẫn được cấu thành bởi các thành phần cơ bản sau:

1.2.3.1. Lịch trình

Lịch trình được xem là xương sống của một chương trình du lịch, đóng vai trò quyết định đến chất lượng trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng. Không đơn thuần là danh sách địa điểm và thời gian, lịch trình là bản thiết kế tổng thể cho toàn bộ hành trình, cần được xây dựng dựa trên các yếu tố cốt lõi.

Cấu trúc thời gian cần được phân bổ hợp lý theo từng ngày và từng khung giờ. Các hoạt động đòi hỏi nhiều thể lực nên được bố trí vào buổi sáng khi du khách còn tỉnh táo và tràn đầy năng lượng, trong khi các hoạt động nhẹ nhàng như mua sắm hay thư giãn phù hợp hơn vào cuối ngày. Sự cân bằng giữa tham quan, di chuyển và nghỉ ngơi là yếu tố then chốt tạo nên hành trình chất lượng. Việc xen kẽ các hoạt động khác nhau như tham quan di tích, trải nghiệm ẩm thực và thư giãn thiên nhiên giúp tạo ra hành trình đa dạng, tránh gây mệt mỏi hoặc nhàm chán cho du khách. Tính linh hoạt là yêu cầu không thể thiếu dù lịch trình đã được lập kế hoạch chi tiết.

Tính logic và hiệu quả trong sắp xếp điểm đến giúp giảm thiểu thời gian di chuyển và tối ưu hóa hành trình. Các điểm tham quan gần nhau nên được ghép vào cùng một ngày, vừa tiết kiệm thời gian vừa giúp du khách có cái nhìn tổng quan hơn về khu vực đang thăm. Thời gian tự do cần được bố trí hợp lý trong lịch trình để du khách có cơ hội tự khám phá theo sở thích cá nhân, nghỉ ngơi hoặc tham gia các hoạt động ngoài chương trình chính, tạo cảm giác thoải mái và chủ động cho từng thành viên trong đoàn. Đặc điểm của từng loại địa bàn cần được tính đến khi thiết kế lịch trình.

Yếu tố mùa vụ và sự kiện đặc biệt tại điểm đến cần được lồng ghép vào lịch trình một cách chủ động. Trong mùa lễ hội, có thể điều chỉnh để du khách tham gia các hoạt động văn hóa đặc sắc; ngược lại, trong mùa thấp điểm cần có sự linh hoạt phù hợp với điều kiện thời tiết và khả năng cung ứng dịch vụ. Tính đa dạng của trải nghiệm là yếu tố tạo nên sức hấp dẫn và chiều sâu cho hành trình. Một lịch trình lý tưởng cần kết hợp nhiều loại hình trải nghiệm bao gồm văn hóa, lịch sử, thiên nhiên, ẩm thực và giao lưu cộng đồng địa phương, nhằm đáp ứng sở thích đa dạng của các thành viên trong đoàn và tạo nên một chuyến đi thực sự trọn vẹn.

1.2.3.2. Dịch vụ vận chuyển

Trong cấu trúc của một chương trình du lịch hoàn chỉnh, dịch vụ vận chuyển giữ vai trò không thể thiếu, ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của du khách ở từng chặng hành trình. Không đơn thuần là phương tiện di chuyển giữa các điểm đến, vận chuyển còn góp phần tạo nên trải nghiệm hành trình và dấu ấn văn hóa riêng biệt cho mỗi chuyến đi.

Sự đa dạng trong lựa chọn phương tiện là yếu tố đầu tiên cần được cân nhắc khi xây dựng chương trình. Từ máy bay, tàu hỏa, xe buýt, thuyền cho đến các phương tiện đặc trưng của địa phương như xe tuk-tuk ở Thái Lan hay gondola ở Venice, mỗi loại phương tiện mang đến một sắc thái trải nghiệm riêng. Việc kết hợp hài hòa giữa các loại hình vận chuyển không chỉ đáp ứng nhu cầu di chuyển mà còn làm phong phú thêm nội dung hành trình.

Chất lượng và an toàn của phương tiện là yếu tố không thể bỏ qua trong bất kỳ chương trình du lịch nào. Các công ty lữ hành cần đảm bảo toàn bộ phương tiện được sử dụng trong tình trạng kỹ thuật tốt, được bảo dưỡng định kỳ và đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn theo quy định. Đối với các chuyến bay dài, việc lựa chọn hãng hàng không có uy tín không chỉ đảm bảo sự an toàn mà còn nâng cao chất lượng trải nghiệm tổng thể cho du khách.

1.2.3.3. Dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú là một trong những thành phần cốt lõi không thể thiếu trong bất kỳ chương trình du lịch nào, ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách. Hơn cả một nơi nghỉ ngơi đơn thuần, cơ sở lưu trú còn là không gian thư giãn, phục hồi thể lực và đôi khi trở thành điểm nhấn đặc sắc nhất của cả hành trình.

Sự đa dạng trong loại hình lưu trú là yếu tố quan trọng tạo nên sức hấp dẫn cho chương trình du lịch. Từ khách sạn cao cấp, resort sang trọng đến homestay mang đậm bản sắc địa phương hay những lựa chọn độc đáo như lều trại hay nhà trên cây, mỗi loại hình đều mang đến trải nghiệm riêng biệt. Việc kết hợp linh hoạt giữa các loại hình lưu trú trong cùng một hành trình không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách mà còn tạo ra những kỷ niệm khó quên.

Vị trí của cơ sở lưu trú đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa thời gian và trải nghiệm của chuyến đi. Một khách sạn tại trung tâm thành phố thuận tiện cho việc tham quan và mua sắm, trong khi một resort biệt lập lại phù hợp hơn cho những ai tìm kiếm sự yên tĩnh và gần gũi với thiên nhiên. Việc lựa chọn vị trí lưu trú cần gắn liền với mục đích chuyến đi và khoảng cách đến các điểm tham quan trong lịch trình.

Chất lượng dịch vụ là yếu tố then chốt quyết định sự hài lòng của du khách. Chất lượng không chỉ thể hiện qua tiện nghi vật chất như phòng ốc, nhà hàng hay các tiện ích giải trí, mà còn ở sự chuyên nghiệp và thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên. Tùy theo phân khúc khách hàng và định hướng của chương trình, mức độ yêu cầu về chất lượng dịch vụ sẽ được điều chỉnh cho phù hợp.

Tính đặc trưng và bản sắc văn hóa trong dịch vụ lưu trú ngày càng được chú trọng khi du khách có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm đích thực và giàu chiều sâu. Các cơ sở lưu trú tích hợp yếu tố văn hóa địa phương vào thiết kế kiến trúc, ẩm thực và hoạt động trải nghiệm sẽ góp phần nâng cao giá trị văn hóa cho toàn bộ chương trình du lịch. Yếu tố giá cả và giá trị thực tế mang lại cần được cân nhắc kỹ lưỡng khi lựa chọn dịch vụ lưu trú.

1.2.3.4. Dịch vụ ăn uống

Ẩm thực là một phần không thể tách rời trong hành trình khám phá của du khách, vừa đáp ứng nhu cầu thiết yếu vừa là cầu nối đưa du khách đến gần hơn với văn hóa, lịch sử và con người của điểm đến. Một chương trình ẩm thực được thiết kế tốt có thể nâng tầm toàn bộ trải nghiệm du lịch và trở thành lý do chính để du khách lựa chọn hành trình. Sự đa dạng trong trải nghiệm ẩm thực là yếu tố đầu tiên cần được chú trọng. Việc kết hợp giữa nhà hàng cao cấp, quán ăn địa phương, chợ đêm và các lớp học nấu ăn truyền thống sẽ mang đến cái nhìn toàn diện về văn hóa ẩm thực của điểm đến, đồng thời đáp ứng sở thích phong phú của nhiều đối tượng du khách khác nhau.

Tính đặc trưng và bản sắc địa phương trong ẩm thực là yếu tố tạo nên chiều sâu cho hành trình. Các chương trình du lịch nên ưu tiên giới thiệu những món ăn đặc sản và kỹ thuật chế biến truyền thống, giúp du khách không chỉ thưởng thức mà còn hiểu sâu hơn về văn hóa và lối sống của cộng đồng địa phương. Chất lượng và an toàn thực phẩm là yêu cầu bắt buộc không thể thỏa hiệp. Tất cả cơ sở ăn uống được lựa chọn cần

đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, đồng thời cung cấp đầy đủ thông tin về thành phần món ăn để hỗ trợ du khách có yêu cầu đặc biệt về dị ứng hay khẩu vị.

Tính linh hoạt và cá nhân hóa trong phục vụ ăn uống ngày càng trở nên quan trọng khi nhu cầu của du khách ngày càng đa dạng. Các chương trình du lịch hiện đại cần sẵn sàng đáp ứng các chế độ ăn đặc biệt như ăn chay, ăn kiêng hay thực phẩm halal, thể hiện sự chuyên nghiệp và tận tâm của nhà tổ chức. Kết hợp ẩm thực với các hoạt động văn hóa và giáo dục là xu hướng đang được ưa chuộng trong du lịch hiện đại. Tham quan chợ địa phương, tham gia thu hoạch nông sản hay học chế biến món ăn truyền thống không chỉ làm phong phú trải nghiệm ẩm thực mà còn tạo cơ hội giao lưu trực tiếp với cộng đồng bản địa.

Việc cân bằng chi phí và giá trị trong dịch vụ ăn uống là bài toán quan trọng đối với nhà tổ chức tour. Sự kết hợp thông minh giữa các bữa ăn tại nhà hàng chất lượng cao và những bữa ăn bình dân đậm đà bản sắc địa phương sẽ giúp tối ưu hóa ngân sách mà vẫn đảm bảo trải nghiệm ẩm thực phong phú và đáng nhớ cho du khách.

1.2.3.5. Điểm tham quan

Trong bất kỳ chương trình du lịch nào, điểm tham quan luôn được xem là thành phần cốt lõi, tạo nên sức hút và định hình toàn bộ trải nghiệm của du khách trong suốt hành trình. Việc lựa chọn và kết hợp các điểm tham quan một cách hợp lý đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau.

Tính đa dạng và độc đáo là yêu cầu đầu tiên khi lựa chọn điểm tham quan. Một chương trình du lịch hấp dẫn thường kết hợp nhiều loại hình điểm đến khác nhau như di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, bảo tàng, khu vui chơi giải trí và các địa điểm văn hóa đương đại, nhằm đáp ứng sở thích đa dạng của nhiều đối tượng khách hàng. Giá trị văn hóa và lịch sử của điểm tham quan là yếu tố tạo nên chiều sâu cho hành trình. Những điểm đến được UNESCO công nhận, các công trình kiến trúc độc đáo hay khu bảo tồn thiên nhiên quý giá thường thu hút sự quan tâm lớn từ du khách và góp phần nâng cao giá trị tổng thể của chương trình.

Khả năng tiếp cận và cơ sở hạ tầng tại điểm tham quan cũng là yếu tố không thể bỏ qua. Hệ thống giao thông kết nối, nhà vệ sinh, khu vực nghỉ ngơi và các dịch vụ hỗ trợ tại chỗ đều ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của du khách. Một điểm đến dù hấp

dẫn đến đâu nhưng thiếu hạ tầng cơ bản cũng sẽ tạo ra tác động tiêu cực đến chất lượng chuyến đi. Các hoạt động trải nghiệm tại điểm tham quan đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sức hút và chiều sâu cho hành trình. Tour hướng dẫn, workshop văn hóa, hoạt động tương tác hay các sự kiện đặc biệt không chỉ làm phong phú thêm nội dung tham quan mà còn tạo ra những kỷ niệm khó quên cho du khách.

1.2.3.6. Hoạt động vui chơi, giải trí

Bên cạnh các dịch vụ cơ bản như lưu trú, ăn uống và tham quan, hoạt động vui chơi giải trí là thành phần góp phần làm phong phú và hoàn thiện trải nghiệm du lịch, giúp du khách thoát khỏi nhịp sống thường nhật, giảm căng thẳng và tận hưởng kỳ nghỉ một cách trọn vẹn.

Các hoạt động vui chơi giải trí trong du lịch rất đa dạng, tùy thuộc vào đặc điểm của điểm đến và sở thích của từng nhóm khách hàng. Từ tham quan danh lam thắng cảnh, khám phá văn hóa bản địa, thưởng thức nghệ thuật, mua sắm cho đến các hoạt động thể thao, tắm biển hay ngắm cảnh thiên nhiên, mỗi loại hình đều mang đến những cảm xúc và kỷ niệm riêng biệt. Sự phong phú này giúp đáp ứng nhu cầu giải trí của nhiều đối tượng du khách trong cùng một chương trình.

Để các hoạt động vui chơi giải trí phát huy hiệu quả, đơn vị tổ chức cần đầu tư chuẩn bị kỹ lưỡng từ khâu lựa chọn, thiết kế đến triển khai, đảm bảo tính hấp dẫn, an toàn và thuận tiện cho du khách. Hướng dẫn viên đóng vai trò quan trọng trong việc dẫn dắt, hỗ trợ và tạo không khí vui vẻ, gắn kết cho cả đoàn. Tuy nhiên, khi tổ chức các hoạt động vui chơi giải trí, cần chú ý tránh những hoạt động tiềm ẩn rủi ro, đồng thời tôn trọng văn hóa và phong tục địa phương, không gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và đời sống cộng đồng tại điểm đến.

1.2.3.7. Dịch vụ hướng dẫn

Trong chuỗi các dịch vụ cấu thành một chương trình du lịch, hướng dẫn viên được xem là nhân tố con người quan trọng nhất, trực tiếp quyết định chất lượng trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách. Hướng dẫn viên không đơn thuần là người dẫn đường hay cung cấp thông tin, mà còn là cầu nối văn hóa, người quản lý hành trình và thường là yếu tố tạo nên dấu ấn khó quên cho toàn bộ chuyến đi.

Kiến thức chuyên sâu và khả năng truyền đạt sinh động là yêu cầu nền tảng của một hướng dẫn viên chuyên nghiệp. Ngoài sự am hiểu về lịch sử, văn hóa, địa lý và điểm tham quan, hướng dẫn viên cần biết cách kể chuyện hấp dẫn, tạo ra những liên kết thú vị giữa quá khứ và hiện tại, giữa văn hóa bản địa và văn hóa của du khách, phù hợp với từng nhóm đối tượng cụ thể.

Khả năng quản lý nhóm và xử lý tình huống là kỹ năng không thể thiếu trong thực tiễn dẫn tour. Hướng dẫn viên cần đảm bảo hành trình diễn ra đúng lịch trình, linh hoạt điều chỉnh khi có sự cố phát sinh như thay đổi thời tiết, tắc đường hay vấn đề sức khỏe của du khách, đồng thời quản lý thời gian hiệu quả và cân bằng nhu cầu đa dạng của các thành viên trong đoàn. Vai trò đại sứ văn hóa của hướng dẫn viên ngày càng được đề cao trong bối cảnh du lịch có trách nhiệm. Bên cạnh việc giới thiệu điểm đến, hướng dẫn viên còn giúp du khách hiểu và tôn trọng phong tục, tập quán địa phương, khuyến khích lối ứng xử văn minh và ý thức bảo vệ môi trường, góp phần thúc đẩy du lịch bền vững.

Kỹ năng giao tiếp và khả năng xây dựng mối quan hệ là yếu tố hoàn thiện chân dung một hướng dẫn viên xuất sắc. Sự nhiệt tình, hài hước và khả năng tạo bầu không khí thân thiện, gắn kết trong nhóm có thể biến một chuyến đi bình thường thành trải nghiệm thực sự đáng nhớ. Bên cạnh đó, năng lực xử lý tình huống nhạy cảm, giải quyết mâu thuẫn và đảm bảo sự hài lòng của tất cả thành viên là những phẩm chất không thể thiếu của một hướng dẫn viên thực sự chuyên nghiệp.

1.2.3.8. Dịch vụ bổ sung

Dịch vụ bổ sung tuy không phải thành phần cốt lõi nhưng lại đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra giá trị gia tăng và sự khác biệt cho chương trình du lịch. Được thiết kế để hoàn thiện trải nghiệm tổng thể, các dịch vụ này góp phần làm cho chuyến đi trở nên thuận tiện, an toàn và đáng nhớ hơn.

Bảo hiểm du lịch là dịch vụ bổ sung quan trọng hàng đầu, mang lại sự an tâm cho cả du khách lẫn nhà tổ chức. Một gói bảo hiểm toàn diện thường bao gồm chi phí y tế khẩn cấp, mất hành lý, hủy chuyến và trách nhiệm cá nhân. Việc tích hợp bảo hiểm vào chương trình tour không chỉ tạo giá trị gia tăng mà còn thể hiện sự chuyên nghiệp và trách nhiệm của công ty lữ hành đối với khách hàng.

Dịch vụ đưa đón sân bay là yếu tố tạo ấn tượng tích cực ngay từ những phút đầu và cuối hành trình. Sự hiện diện của đại diện công ty tại sân bay, hỗ trợ hành lý và đưa du khách đến nơi lưu trú một cách chu đáo giúp giảm đáng kể căng thẳng sau chuyến bay dài, đồng thời đảm bảo trải nghiệm tích cực được duy trì đến tận phút cuối của chuyến đi.

Hỗ trợ thủ tục visa mang lại giá trị lớn, đặc biệt đối với các tour quốc tế. Dịch vụ này bao gồm tư vấn yêu cầu hồ sơ, hỗ trợ chuẩn bị giấy tờ và trong nhiều trường hợp là xử lý thủ tục trọn gói, giúp giảm bớt gánh nặng cho du khách ngay từ giai đoạn chuẩn bị và tạo lợi thế cạnh tranh rõ ràng cho công ty lữ hành.

Dịch vụ hỗ trợ đặc biệt dành cho các nhóm khách hàng có nhu cầu riêng ngày càng được chú trọng. Từ hỗ trợ người khuyết tật, dịch vụ trông trẻ cho gia đình có con nhỏ đến concierge cá nhân cho khách cao cấp, những dịch vụ này không chỉ mở rộng thị trường tiềm năng mà còn thể hiện cam kết của công ty trong việc phục vụ đa dạng đối tượng khách hàng.

1.2.4. Một số điểm cần lưu ý khi xây dựng một chương trình du lịch

Theo tác giả Phạm Thị Chi trong *Giáo trình Nghiệp vụ Điều hành tour*, quá trình xây dựng chương trình du lịch đòi hỏi nhà tổ chức phải cân nhắc kỹ lưỡng nhiều yếu tố nhằm đảm bảo chương trình vừa khả thi, vừa hấp dẫn và phù hợp với thị trường khách mục tiêu.

- Tiến độ hành trình cần được thiết kế ở mức độ hợp lý, tránh dồn ép quá nhiều hoạt động trong cùng một khung thời gian, gây quá tải về thể chất và tinh thần cho du khách. Khoảng cách di chuyển giữa các điểm tham quan cần được cân nhắc phù hợp với khả năng chịu đựng tâm sinh lý của du khách, đồng thời thời gian nghỉ ngơi phải được bố trí xen kẽ một cách khoa học, đặc biệt trong các chương trình nhiều ngày. Về mặt kỹ thuật, tổng quãng đường di chuyển trong một ngày không nên vượt quá 150km, tổng thời gian đi lại không được vượt quá tổng thời gian tham quan, và thời gian hành trình trong ngày không nên kéo dài quá 10 giờ.

- Chương trình cần được xây dựng sát với đặc điểm của từng nhóm đối tượng khách, bao gồm nhu cầu khám phá, tình trạng sức khỏe, khả năng tài chính và quỹ thời gian. Thứ tự sắp xếp các điểm tham quan cần tuân thủ quy luật tâm lý trong thưởng

ngoạn và quy luật nhận thức, chú trọng tạo ấn tượng mạnh ở buổi đầu tiên và buổi kết thúc, đồng thời bố trí điểm nhấn ở các hoạt động giữa hành trình. Thời gian dành cho từng điểm tham quan cần được tính toán dựa trên vai trò, sức hấp dẫn, diện tích của điểm đến, quy mô đoàn khách và các yếu tố thực tế như quãng đường từ bãi đỗ xe, thời gian lên xuống phương tiện và thời gian chụp ảnh lưu niệm.

- Trong điều kiện cho phép, nên bổ sung các hoạt động tự chọn nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách như tham quan điểm ngoài lịch trình chính, thưởng thức biểu diễn văn hóa nghệ thuật hoặc mua sắm. Tuy nhiên, những hoạt động này cần được kiểm soát chặt chẽ để không làm ảnh hưởng đến lịch trình chung của cả đoàn.

- Sự cân đối giữa nội dung, chất lượng chương trình với khả năng tài chính và quỹ thời gian của du khách là yêu cầu xuyên suốt trong quá trình thiết kế. Mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp và kỳ vọng của khách hàng cần được dung hòa một cách hợp lý. Một chương trình du lịch được xem là hoàn chỉnh khi mọi chi tiết, dù nhỏ nhất, đều đã được cân nhắc kỹ lưỡng, tạo cho du khách cảm giác tin tưởng và hứng khởi ngay từ khi tiếp cận thông tin về chương trình.

1.2.5. Nguyên tắc xây dựng chương trình du lịch

Theo tác giả Phạm Thị Chi trong *Giáo trình Nghiệp vụ Điều hành tour*, quá trình xây dựng và thiết kế chương trình du lịch mới cần tuân thủ sáu nguyên tắc cơ bản sau:

Nguyên tắc 1: Phân tích quy mô môi trường. Đây là bước nghiên cứu toàn diện về bối cảnh hiện tại và xu hướng phát triển trong tương lai gần trên bốn phương diện chính: môi trường kinh tế bao gồm tỷ giá hối đoái, lạm phát và tăng trưởng kinh tế; môi trường chính trị và xã hội liên quan đến tình hình an ninh và thủ tục visa; môi trường công nghệ gắn với việc ứng dụng thành tựu khoa học vào quảng bá và phân phối sản phẩm; và môi trường sinh thái hướng đến phát triển du lịch có trách nhiệm và bền vững.

Nguyên tắc 2: Phân tích thị trường. Nguyên tắc này tập trung vào ba nhiệm vụ cốt lõi gồm đo lường và dự báo quy mô thị trường, xác định các phân khúc trọng điểm, và phân tích đặc điểm, nhu cầu, thị hiếu cùng hành vi của khách hàng mục tiêu. Kết quả phân tích là cơ sở quan trọng để điều chỉnh và hoàn thiện sản phẩm tour cho phù hợp với từng nhóm đối tượng.

Nguyên tắc 3: Phân tích tình hình cạnh tranh. Doanh nghiệp cần xác định các nhóm khách hàng tiềm năng mà đối thủ đang khai thác, nhận diện lợi thế cạnh tranh độc quyền của mình và phát hiện những điểm yếu trong chiến lược của đối thủ có thể tận dụng. Kết hợp với hai nguyên tắc trên, bước này giúp doanh nghiệp nhận diện cơ hội và chủ động phòng ngừa rủi ro trong kinh doanh.

Nguyên tắc 4: Phân tích nguồn lực. Mục tiêu của nguyên tắc này là đánh giá khách quan điểm mạnh và điểm yếu của cả doanh nghiệp lẫn điểm đến du lịch, từ đó phát huy tối đa lợi thế nội tại, khắc phục các hạn chế còn tồn tại và khai thác những điểm yếu của đối thủ cạnh tranh một cách có chiến lược.

Nguyên tắc 5: Nguyên tắc định giá. Sản phẩm tour có thể được định giá theo bốn phương thức khác nhau gồm định giá dựa trên chi phí, định giá theo cạnh tranh, định giá theo nhu cầu thị trường và định giá cho sản phẩm mới với hai chiến lược là định giá cao hoặc định giá thấp tùy theo mục tiêu thâm nhập thị trường của doanh nghiệp.

Nguyên tắc 6: Khuyến cáo và tư vấn chiến lược phát triển. Sau khi đưa sản phẩm ra thị trường và thu thập phản hồi từ khách hàng, doanh nghiệp cần tiến hành điều chỉnh và hoàn thiện chương trình một cách liên tục. Đồng thời, các cơ quan nghiên cứu và doanh nghiệp cần đưa ra khuyến nghị về chiến lược phát triển du lịch địa phương, góp phần khai thác và phát huy tối ưu tiềm năng du lịch của từng vùng.

1.2.6. Quy trình xây dựng chương trình du lịch

Theo giáo trình *Nghệp vụ điều hành tour* của tác giả Phạm Thị Chi, các bước tiến hành thiết kế chương trình du lịch:

- + Bước 1: Thu thập thông tin
- + Bước 2: Khảo sát thực tế
- + Bước 3: Phân tích xử lý và lựa chọn thông tin
- + Bước 4: Phác thảo cung đường và lập lộ trình tuyển tham quan
- + Bước 5: Phác thảo hành trình và xây dựng chương trình chi tiết
- + Bước 6: Tính giá thành, giá bán và giá bổ sung của chương trình du lịch
- + Bước 7: Xây dựng qui định của chương trình

+ Bước 8: Hoàn thiện chương trình du lịch

Bước 1: Thu thập thông tin

Để phục vụ quá trình xây dựng chương trình du lịch, việc thu thập thông tin cần được tiến hành từ nhiều kênh đa dạng như phương tiện thông tin đại chúng, các cơ quan tổ chức và cá nhân liên quan, công ty du lịch, khách du lịch, cộng đồng địa phương, hội nghị hội thảo chuyên ngành cũng như các công trình khoa học và tài liệu tham khảo. Sự phong phú trong nguồn thông tin là cơ sở để đảm bảo tính toàn diện, khách quan và độ tin cậy của dữ liệu đầu vào cho quá trình thiết kế.

Nội dung thông tin cần thu thập được tổ chức thành bốn nhóm chính, mỗi nhóm phục vụ một mục đích cụ thể trong quá trình xây dựng chương trình.

- Thông tin về đối tượng phục vụ, bao gồm mục đích và động cơ du lịch như nhu cầu thể chất, văn hóa, giao tiếp hay thăng tiến cá nhân; khả năng thanh toán và thói quen chi tiêu; quỹ thời gian dành cho du lịch; thị hiếu và yêu cầu về chất lượng dịch vụ; thời điểm phát sinh nhu cầu cũng như tình trạng sức khỏe của du khách.

- Kết cấu và nội dung chương trình, gồm khả năng đáp ứng của các cơ sở lưu trú và ăn uống, thông tin về phương tiện vận chuyển, lộ trình và các điểm tham quan dừng chân, cùng với điều kiện cơ sở hạ tầng trên toàn tuyến hành trình.

- Công tác tổ chức thực hiện chương trình, tập trung vào chủng loại và quy mô dịch vụ, khả năng đặt chỗ, điều chỉnh và hủy dịch vụ khi cần thiết, cùng với các yếu tố tự nhiên như thời tiết, địa hình và môi trường xã hội như an ninh, phong tục tập quán có thể ảnh hưởng đến quá trình vận hành.

- Bao quát toàn bộ thông tin liên quan đến giá thành chương trình, bao gồm các khoản chi phí dự kiến như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn viên, lệ phí hành chính, bảo hiểm du lịch và các chi phí phát sinh trong quá trình tổ chức.

Bước 2: Khảo sát thực tế

Khảo sát thực tế là bước tiếp nối tự nhiên sau giai đoạn thu thập thông tin, với mục tiêu kiểm tra, đối chiếu và bổ sung những dữ liệu còn thiếu phục vụ trực tiếp cho quá trình xây dựng chương trình du lịch.

Trước khi bắt tay vào khảo sát, công tác chuẩn bị cần được thực hiện chu đáo

trên nhiều phương diện, từ nhân sự bao gồm bộ phận điều hành, hướng dẫn và sale, đến trang thiết bị như phương tiện di chuyển và máy ảnh, cùng với kinh phí và các giấy tờ cần thiết. Song song đó, cần xây dựng danh sách các nội dung khảo sát cụ thể để đảm bảo không bỏ sót thông tin quan trọng. Nội dung khảo sát cần bám sát bốn hạng mục chính gồm điều kiện giao thông và lộ trình di chuyển, khả năng đáp ứng của các cơ sở lưu trú và ăn uống, nội dung và điều kiện thực tế tại các điểm tham quan, cũng như giá cả của toàn bộ các dịch vụ liên quan đến chương trình.

Trong quá trình thực hiện, người khảo sát cần tiếp cận trực tiếp và tường tận từng hạng mục, kiểm tra kỹ lưỡng các dịch vụ chính, ghi chép đầy đủ và chính xác mọi thông tin thu thập được. Ngoài ra, cần chủ động khảo sát thêm các phương án và dịch vụ dự phòng nhằm đảm bảo tính linh hoạt và chủ động trong quá trình tổ chức thực hiện chương trình về sau.

Bước 3. Phân tích xử lý và lựa chọn thông tin

Sau khi hoàn thành khảo sát thực tế, toàn bộ thông tin thu thập được cần trải qua quá trình phân loại, sắp xếp và đánh giá có hệ thống trước khi được đưa vào phục vụ thiết kế chương trình.

Thông tin trước hết được phân loại theo chủng loại và lĩnh vực, bao gồm vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các dịch vụ liên quan khác. Việc phân loại rõ ràng ngay từ đầu giúp quá trình xử lý thông tin diễn ra nhanh chóng và có tổ chức hơn.

Thông tin được sắp xếp theo bốn mức độ sử dụng. Thông tin ở mức độ một là những thông tin có độ chính xác cao, cập nhật và phù hợp với ý đồ thiết kế, được ưu tiên lựa chọn để sử dụng ngay. Thông tin ở mức độ hai có giá trị nhưng chưa phù hợp với định hướng thiết kế hiện tại, cần lưu lại để khai thác cho các chương trình sau. Thông tin ở mức độ ba tuy phù hợp với ý đồ thiết kế nhưng chưa đảm bảo độ tin cậy, cần được kiểm tra và xác minh thêm trước khi sử dụng. Thông tin ở mức độ bốn là những thông tin thiếu chính xác, không cập nhật hoặc không phù hợp, cần loại bỏ để tránh ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng chương trình.

Sau khi hoàn tất việc phân loại và sắp xếp, cần xác nhận lại các thông tin đã được lựa chọn thông qua việc liên hệ trực tiếp với các đối tác và đơn vị liên quan bằng điện thoại, fax hoặc các phương tiện truyền thông phù hợp, kết hợp với kinh nghiệm thực

tiền của người thiết kế để đưa ra quyết định lựa chọn tối ưu nhất cho chương trình.

Bước 4: Phác thảo cung đường và lập lộ trình tuyến tham quan

Trên cơ sở thông tin đã được xử lý, công việc tiếp theo là phác thảo cung đường và lập lộ trình tuyến tham quan. Trước tiên, cần tập hợp và thể hiện các điểm thu hút chính phù hợp với chủ đề chương trình lên bản đồ, kết hợp với các điểm thu hút phụ có sức hấp dẫn cao, từ đó xác định cung đường đi qua các điểm này một cách hợp lý nhất.

Tuyến tham quan được xác định từ khi đoàn khách rời cơ sở lưu trú đến khi kết thúc hành trình, cần đảm bảo tính hệ thống, logic và tuân thủ trình tự thời gian hoặc theo chủ đề, tránh di chuyển lặp lại không cần thiết. Thông thường, thời gian di chuyển giữa các điểm tham quan nên duy trì trong khoảng 10 đến 15 phút là phù hợp. Người điều hành cũng cần chú ý đến độ dài tuyến tham quan, điều kiện thời tiết và địa hình để tránh gây mệt mỏi hay phân tán sự chú ý của du khách, đồng thời luôn tính đến khoảng thời gian dự phòng cho các tình huống phát sinh ngoài kế hoạch.

Sau khi được lập, tuyến tham quan cần được kiểm chứng thực tế từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc. Trong quá trình triển khai, hướng dẫn viên có thể linh hoạt điều chỉnh cho phù hợp với nhu cầu thực tế của đoàn, song phải luôn đảm bảo nội dung, mục đích và chất lượng tổng thể của chương trình không bị ảnh hưởng.

Bước 5. Phác thảo hành trình và xây dựng chương trình chi tiết

Đây là bước chuyển hóa toàn bộ thông tin và định hướng thiết kế thành một chương trình du lịch cụ thể, được triển khai qua hai giai đoạn chính.

Giai đoạn 1 là lập bảng phác thảo hành trình. Bảng phác thảo là sự bố trí giản lược toàn bộ hành trình, thể hiện sự phân bổ cân đối về không gian và thời gian giữa các hoạt động tham quan, di chuyển và nghỉ ngơi theo từng ngày. Đây là công cụ giúp người thiết kế có cái nhìn tổng quát về toàn bộ chương trình trước khi đi vào chi tiết.

Giai đoạn 2 là xây dựng hành trình chi tiết hay còn gọi là bảng kỹ thuật. Trên cơ sở bảng phác thảo đã được xác lập, người thiết kế tiến hành phát triển thành bảng kỹ thuật, trong đó xác định cụ thể từng cung đường, loại phương tiện vận chuyển, khoảng cách, thời gian di chuyển và thời gian dừng tại từng điểm tham quan theo từng ngày. Tổng số kilomet di chuyển trong một ngày không nên vượt quá 150km.

Bước 6. Tính giá thành, giá bán, giá bổ sung của chương trình du lịch

Chi phí biến đổi: Chi phí của hàng hóa và dịch vụ thay đổi theo số lượng khách, gắn trực tiếp với sự tiêu dùng riêng biệt của từng khách du lịch. Bao gồm các loại sau:

+ Chi phí vận chuyển bằng hệ thống giao thông công cộng (máy bay, tàu hỏa, ô tô khách): chi phí vận chuyển/ khách = giá vé

+ Chi phí lưu trú: chi phí lưu trú/khách. Đơn giá 1 ngày phòng x số ngày lưu trú

+ Chi phí ăn uống: chi phí ăn uống khách. Đơn giá một ngày ăn x số ngày lưu trú

+ Vé tham quan

+ Các chi phí khác: bảo hiểm, hộ chiếu, visa, thuế sân bay

Chi phí cố định: Toàn bộ các chi phí không thay đổi theo số lượng khách. Chi phí này được tính chung cho cả đoàn khách, phân bổ trên đầu khách như sau:

Chi phí cố định / khách. Tổng chi phí/ số lượng khách

Chi phí cố định bao gồm các khoản sau:

+ Chi phí vận chuyển bằng các phương tiện của T.O, hoặc phương tiện đi thuê từ các công ty vận chuyển du lịch (ô tô du lịch): Nếu là phương tiện của T.O: Chi phí vận chuyển/khách = (Tổng chi phí khai thác phương tiện + lợi nhuận)/số khách; Nếu là phương tiện đi thuê: Chi phí vận chuyển/khách = Giá thuê bao/khách

+ Chi phí hướng dẫn

+ Các chi phí thuê bao khác (thuyền, chương trình biểu diễn âm nhạc, ...)

a. Phương pháp tính giá thành: Trên cơ sở hai loại chi phí cố định và chi phí biến đổi, ta có hai phương pháp xác định giá thành như sau:

Phương pháp xác định giá thành theo khoản mục chi phí: Phương pháp này nhằm nhóm gộp các chi phí phát sinh vào hai khoản mục chủ yếu. Bảng xác định giá thành của một chương trình du lịch:

TT	Nội dung chi phí	Chi phí biến đổi	Chi phí cố định
1	Máy bay	*	
2	Vận chuyển ô tô		*
3	Lưu trú	*	
4	Ăn uống	*	
5	Phương tiện tham quan (tàu thủy)		*
6	Vé tham quan	*	
7	Phí hướng dẫn		*
8	Bảo hiểm	*	
9	Visa - Hộ chiếu	*	
10	Thuế sân bay	*	
11	Các chi phí thuê bao khác (văn nghệ, lửa trại)		*
	Tổng chi phí (TC)	VC	FC

Công thức tính giá thành:

- Giá thành cho một khách: $Z = VC + FC/Q$

- Công thức tính giá thành cho cả đoàn khách du lịch $TC = FC + VC \times Q$

Hoặc $= Z \times Q$

Trong đó:

+ Z: giá thành cho một khách

+ TC: Tổng chi phí cho cả đoàn khách

+ Q: Số khách trong đoàn

+ VC: Tổng chi phí biến đổi tính cho một khách

+ FC: Tổng chi phí cố định tính cho cả đoàn khách

Phương pháp xác định giá thành theo lịch trình:

Thời gian lịch trình	Số thứ tự	Nội dung chi phí	Phí biến đổi	Phí cố định
Ngày 1	1	Vận chuyển		*
	2	Khách sạn	*	
Ngày 2	5	Vé tham quan	*	
	6	Khách sạn	*	
Ngày 4	17	Vận chuyển		*
	19			
		Tổng số	VC	FC

b, Giá bán tour

Giá bán chương trình du lịch là mức giá được thỏa thuận giữa doanh nghiệp lữ hành và khách hàng để thực hiện chương trình du lịch. Về cơ cấu, giá bán bao gồm bốn thành phần: giá thành trực tiếp, chi phí chung, lợi nhuận doanh nghiệp và thuế, được thể hiện qua công thức tổng quát:

$$G = Z + P + Cb + Ck + T$$

Trong đó: G là giá bán; Z là giá thành tính cho một khách; P là lợi nhuận dành cho công ty lữ hành; Cb là chi phí bán (quảng cáo, hoa hồng đại lý); Ck là chi phí khác (quản lý, thiết kế, marketing, thuê văn phòng); T là các khoản thuế.

Giá bán chương trình du lịch chịu tác động của hai nhóm nhân tố. Nhóm nhân tố chủ quan bao gồm: giá thành chương trình, mục tiêu kinh doanh, phương thức bán sản phẩm và nguồn lực của doanh nghiệp. Nhóm nhân tố khách quan bao gồm: quan hệ cung - cầu, mức độ cạnh tranh trên thị trường, giá bán của đối thủ cạnh tranh và môi trường kinh doanh.

Tùy theo từng trường hợp cụ thể, doanh nghiệp có thể áp dụng các công thức tính giá bán khác nhau: tính hệ số các khoản mục theo giá thành, theo giá bán, hoặc kết hợp

cả hai, với tổng hệ số các khoản chi phí, lợi nhuận và thuế dao động phổ biến trong khoảng từ 0,25 đến 0,40.

Bước 7. Xây dựng quy định của chương trình du lịch

Song song với việc xây dựng nội dung và định giá chương trình, việc xác định rõ các quy định là yêu cầu không thể thiếu nhằm đảm bảo quyền lợi và trách nhiệm của các bên liên quan.

Về nội dung và mức giá, giá tour trong nước được tính bằng VNĐ, giá tour nước ngoài tính theo USD và quy đổi theo tỷ giá thị trường tại thời điểm thanh toán. Giá tour chỉ bao gồm những khoản được liệt kê rõ trong phần "Bao gồm" của chương trình, trong khi mức giá dành cho trẻ em được áp dụng theo từng độ tuổi cụ thể.

Về hủy tour và phí hủy, mức phí được tính căn cứ vào thời điểm thông báo hủy so với ngày khởi hành, dao động từ 50% đến 100% tổng giá trị chương trình. Trường hợp doanh nghiệp lữ hành không thực hiện được chương trình theo hợp đồng, doanh nghiệp có trách nhiệm hoàn trả toàn bộ số tiền đã thu và chịu mọi thiệt hại phát sinh cho khách hàng.

Về dịch vụ lưu trú, phòng khách sạn được cung cấp theo tiêu chuẩn tương ứng với mức giá tour đã đăng ký. Trong trường hợp cần thay đổi, cơ sở thay thế phải đảm bảo tương đương tiêu chuẩn ban đầu và thông báo cho du khách trước khi khởi hành.

Về dịch vụ ăn uống, mức ăn được thực hiện đúng theo cam kết với khách hàng, phù hợp với quy định của cơ sở ăn uống tại điểm đến và yêu cầu thực tế của đoàn.

Về phương tiện vận chuyển, loại phương tiện được sắp xếp phù hợp với quy mô đoàn khách và đặc điểm từng chương trình, đảm bảo phục vụ liên tục và ổn định trong suốt hành trình.

Về các trường hợp bất khả kháng và yêu cầu đặc biệt, mọi yêu cầu riêng của khách cần được thông báo ngay tại thời điểm đăng ký để doanh nghiệp lữ hành có thể chủ động sắp xếp. Doanh nghiệp sẽ nỗ lực đáp ứng trong phạm vi khả năng nhưng không chịu trách nhiệm trong trường hợp nhà cung cấp dịch vụ từ chối thực hiện.

Bước 8. Hoàn thiện chương trình du lịch

Hoàn thiện chương trình du lịch là bước cuối cùng trong quy trình xây dựng sản phẩm, nhằm đảm bảo chương trình đáp ứng đầy đủ các yêu cầu về nội dung lẫn hình

thức trước khi chính thức đưa ra thị trường.

Một chương trình du lịch hoàn chỉnh cần đảm bảo năm tiêu chí cơ bản. Rõ ràng, tức là thông tin về thời gian và dịch vụ không được gây ra bất kỳ sự hiểu nhầm nào cho khách hàng. Ngắn gọn, nghĩa là văn phong súc tích, kiểu chữ chuẩn mực và dễ nhìn. Dễ hiểu và dễ nhớ, đòi hỏi sử dụng ngôn ngữ phổ thông, tránh các thuật ngữ chuyên sâu hay từ địa phương.

Khi hoàn thiện chương trình, cần xem xét đầy đủ các căn cứ kỹ thuật gồm thời gian thực hiện từng dịch vụ, thời điểm tiếp cận dịch vụ phù hợp nhất, nội dung cùng tính mới lạ và độc đáo của từng hoạt động, lộ trình và cách tiếp cận các điểm dịch vụ, cùng với quy mô và sức chứa của từng điểm đến.

Nội dung cụ thể cần thể hiện đầy đủ trong bản chương trình bao gồm lộ trình từng ngày, thời gian biểu theo hệ đếm 24 giờ, địa điểm và nội dung các hoạt động, tiêu chuẩn dịch vụ, các dịch vụ có phí và miễn phí, các dịch vụ khách tự túc, mức giá tour và các ghi chú cùng lưu ý cần thiết kèm theo.

1.3. Cơ sở lý luận về du lịch sinh thái

1.3.1. Khái niệm du lịch sinh thái

Héctor Ceballos - Lascuráin, một nhà nghiên cứu tiên phong về du lịch sinh thái, lần đầu tiên đưa ra định nghĩa về du lịch sinh thái vào năm 1983 như sau: “Du lịch sinh thái là du lịch đến những khu vực tự nhiên ít bị ô nhiễm hoặc ít bị xáo trộn với những mục tiêu đặc biệt: nghiên cứu, trân trọng và thưởng ngoạn phong cảnh và thế giới động thực vật hoang dã và các biểu thị văn hoá được khám phá trong khu vực này” (Ceballos, 1996). Khái niệm du lịch sinh thái này đã chính thức được Tổ chức bảo tồn thiên nhiên thế giới IUCN lần đầu chấp nhận chính thức và công bố tại Hội nghị Bảo tồn Thế giới lần thứ nhất tại Montreal năm 1996.

Năm 1989, Ziffer cho rằng Du lịch sinh thái là một loại hình du lịch chủ yếu lấy cảm hứng từ giá trị tự nhiên của một khu vực, bao gồm cả các nền văn hóa bản địa của nó. Du lịch sinh thái thực hiện đóng góp cho khu vực thông qua sử dụng lao động hoặc các phương tiện tài chính nhằm mục đích bảo tồn động vật hoang dã và nguồn tài nguyên thiên nhiên, mang lại lợi ích và kinh tế, phúc lợi cho người dân địa phương.

Tại Việt Nam, khái niệm du lịch sinh thái đã bắt đầu được chú ý và xây dựng từ khá sớm từ cuối những năm 1990. Định nghĩa này như sau: “Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương có tính giáo dục môi trường, đóng góp cho các nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững với sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương” (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 1999). Như vậy ngay từ rất sớm khi nhận định về khái niệm du lịch sinh thái trong bối cảnh Việt Nam có các nhà khoa học, quản lý và điều hành kinh doanh đã có quan điểm khá tổng thể về du lịch sinh thái Việt Nam bao trùm cả lĩnh vực thiên nhiên, văn hóa xã hội và phát triển cộng đồng, khá gần với khái niệm bền vững.

Sau này nhiều nhà khoa học đã tiếp tục nghiên cứu làm rõ hơn khái niệm về du lịch sinh thái. Theo tác giả Phạm Trung Lương (2002), du lịch sinh thái là hình thức du lịch thiên nhiên có mức độ giáo dục cao về sinh thái và môi trường có tác động tích cực đến việc bảo vệ môi trường và văn hóa, đảm bảo mang lại các lợi ích về tài chính cho cộng đồng địa phương và có đóng góp cho các nỗ lực bảo tồn.

Luật Du lịch năm 2017 đã đưa ra khái niệm: “*Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hoá địa phương, có sự tham gia của cộng đồng dân cư, kết hợp giáo dục về bảo vệ môi trường*”. Khái niệm này đã rất tương đồng với các khái niệm nêu trên và phản ánh rất đầy đủ bản chất và các nguyên tắc của du lịch sinh thái, bao gồm các yếu tố môi trường tự nhiên, bảo tồn và phát triển cộng đồng. Hơn nữa, định nghĩa này còn lồng ghép những đòi hỏi về các yếu tố bản sắc văn hóa địa phương và sự tham gia của cộng đồng, là đặc trưng của các phương thức phát triển du lịch cộng đồng và các loại hình văn hóa.

1.3.2. Hoạt động du lịch sinh thái

Về mặt lý thuyết, với khái niệm và tính chất của du lịch sinh thái đã đề cập, có thể thấy về cơ bản những hoạt động du lịch được tổ chức đến những khu vực thiên nhiên hoang sơ, đảm bảo tính thân thiện với môi trường, có giáo dục diễn giải môi trường và các hệ sinh thái, góp phần bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, văn hóa, thu hút được sự tham gia của cộng đồng địa phương và mang lại lợi ích cho cộng đồng, đều được coi là hoạt động du lịch sinh thái.

Như vậy các hoạt động du lịch sinh thái có thể gồm những loại sau:

Tham quan, dã ngoại tìm hiểu đời sống thực vật hoang dã. Đây là cách mà các doanh nghiệp và các công ty du lịch sinh thái thường tổ chức. Các sản phẩm của loại hình này gồm các tour tham quan các điểm du lịch sinh thái như các vườn quốc gia, các khu bảo tồn thiên nhiên hay các khu dự trữ sinh quyển, đi bộ trong rừng, ngắm chim, leo núi, lặn biển ngắm san hô.

Tham quan thắng cảnh hang động.

Tham quan các hệ sinh thái nông nghiệp như tham quan miệt vườn ở đồng bằng sông Cửu Long, tham quan các ruộng lúa bậc thang ở các tỉnh miền núi phía Bắc, tham quan các vườn cây ăn trái ở các tỉnh đồng bằng sông Hồng.

Du thuyền trên sông, hồ tham quan thắng cảnh, hệ sinh thái như các tour du lịch sông nước đồng bằng sông Cửu Long, du thuyền sông Hồng, sông Hương, sông Sài Gòn, du lịch hồ Hoà Bình, hồ Ba Bể, hồ Thác Bà,...

Hoạt động nghiên cứu, tìm hiểu các hệ sinh thái: nghiên cứu đa dạng sinh học ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn, các hang động. Tùy theo nhu cầu khách du lịch có thể sử dụng các dịch vụ của khu du lịch sinh thái như phương tiện, thiết bị hoặc cơ sở vật chất kỹ thuật, hướng dẫn... Cũng có thể khách tự lập hoàn toàn, tự tìm hiểu, tự nghiên cứu khám phá theo dạng khách du lịch ba lô.

Hoạt động nghỉ dưỡng, tại các khu du lịch sinh thái vẫn có thể tổ chức các dịch vụ nghỉ dưỡng. Tuy nhiên các khu du nghỉ phải được quy hoạch tại những vị trí phù hợp sao cho không ảnh hưởng tới môi trường sinh thái, mặc dù vậy, vẫn tạo cho du khách được trải nghiệm những giá trị thiên nhiên và văn hóa bản địa thông qua các sản phẩm du lịch của mình đồng thời cũng mang tính giáo dục môi trường cao. Đặc biệt là kiến trúc phải đảm bảo hài hòa với cảnh quan tự nhiên.

1.3.3. Đặc trưng cơ bản của du lịch sinh thái

Trong thực tế, có một số hình thức du lịch có những đặc điểm và màu sắc tương tự như du lịch sinh thái và yếu tố tiền đề của những loại hình du lịch này là dựa vào nguồn tài nguyên tự nhiên như Du lịch thiên nhiên, du lịch mạo hiểm, du lịch hoang dã, du lịch nông thôn... Thực chất, du lịch sinh thái có những đặc điểm khác biệt nhất định so với các loại hình du lịch khác. Bên cạnh những đặc điểm, tính chất chung của hoạt động du lịch như tính đa ngành, đa thành phần, đa mục tiêu, tính liên vùng, liên quốc

gia, tính mùa vụ..., du lịch sinh thái còn có những đặc tính riêng cơ bản.

Qua việc phân tích các nghiên cứu trong nước và trên thế giới về du lịch sinh thái và cân nhắc điều kiện tài nguyên du lịch, điều kiện hạ tầng vật chất và xã hội, năng lực của các chủ thể tham gia vào quá trình quy hoạch, xây dựng, điều hành và giám sát phát triển du lịch sinh thái, việc đưa ra đặc trưng cơ bản của du lịch sinh thái sẽ dựa chủ yếu trên khái niệm về du lịch sinh thái do tổ chức TIES xây dựng và bốn đặc điểm của du lịch sinh thái của Stephan & John để thống nhất một số nội dung về du lịch sinh thái:

- Diễn ra trong các khu vực thiên nhiên được bảo vệ hay ít bị tác động với những hệ sinh thái đặc sắc, tính đa dạng sinh học cao với tồn tại của ít nhất một loài sinh vật đặc hữu, nguy cấp có trong danh mục Sách đỏ của Việt Nam hoặc của thế giới. Du lịch sinh thái tập trung vào các loại hình dựa vào thiên nhiên như nghiên cứu học tập, khám phá, nghỉ dưỡng, thể thao mạo hiểm...

- Gắn với mục đích bảo tồn, vì vậy thường được tổ chức cho các nhóm nhỏ; sử dụng các cơ sở vật chất, phương tiện, tiện nghi quy mô nhỏ và thân thiện với môi trường nhằm làm giảm thiểu tác động môi trường; không làm thay đổi tính toàn vẹn và quá trình diễn thế tự nhiên của hệ sinh thái hay không làm giảm đa dạng sinh học; khuyến khích các cơ chế tạo nguồn thu từ du lịch sinh thái và sử dụng chúng để đầu tư cho công tác bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và môi trường.

- Có tính giáo dục cao, không chỉ đối với du khách mà với cả ngành du lịch và cộng đồng địa phương. Du lịch sinh thái giúp phát triển kiến thức, nhận thức và sự tôn trọng đối với môi trường thiên nhiên và văn hóa địa phương thông qua các hoạt động diễn giải hay khám phá, học tập.

- Góp phần phát triển nền kinh tế địa phương và thu hút sự tham gia tích cực, trao quyền lực, nâng cao năng lực và đem lại lợi ích tối đa cho cộng đồng người dân địa phương nơi diễn ra các hoạt động du lịch sinh thái.

Trên cơ sở những phân tích trên, có thể thấy du lịch sinh thái có những đặc trưng cơ bản sau:

✓ ***Dựa trên địa bàn hấp dẫn về tự nhiên***

Đối tượng của du lịch sinh thái là những khu vực hấp dẫn với các đặc điểm phong phú về tự nhiên, đa dạng về sinh học và kể cả những nét văn hoá bản địa đặc sắc. Đặc biệt, những khu tự nhiên còn tương đối nguyên sơ, ít bị tác động lớn bởi các hoạt động

của con người. Chính vì vậy, hoạt động du lịch sinh thái thường diễn ra và thích hợp tại lãnh thổ các vườn quốc gia và các khu bảo tồn tự nhiên.

✓ ***Hỗ trợ bảo tồn, đảm bảo bền vững về sinh thái***

Thách thức đối với du lịch sinh thái trong bất kỳ một quốc gia hay một khu vực nào là khai thác hợp lý tiềm năng cho du lịch, đảm bảo chất lượng sản phẩm mà lại không gây tác động có hại ngược trở lại môi trường. Du lịch sinh thái có thể tạo ra nguồn thu cho việc quản lý bảo tồn nguồn tài nguyên ngoài những lợi ích về văn hoá - xã hội. Sự đóng góp về tài chính với một phần chi phí trong chuyến đi của du khách có thể giúp chi trả cho một dự án bảo tồn nào đó.

✓ ***Có giáo dục môi trường***

Đặc điểm giáo dục môi trường trong du lịch sinh thái là một yếu tố cơ bản thứ hai phân biệt nó với loại du lịch tự nhiên khác. Giải thích và giáo dục môi trường là những công cụ quan trọng trong việc tăng thêm những kinh nghiệm du lịch thú vị và nâng cao kiến thức và sự trân trọng môi trường cho du khách, dẫn đến hành động tích cực đối với bảo tồn, góp phần tạo nên sự bền vững lâu dài của hoạt động du lịch sinh thái trong những khu tự nhiên.

✓ ***Mang lại lợi ích cho địa phương***

Du lịch sinh thái cải thiện đời sống, tăng thêm lợi ích cho cộng đồng địa phương và môi trường của khu vực. Cộng đồng địa phương chỉ có thể tham gia vào những công việc vận hành du lịch sinh thái, trên phương diện cung cấp về kiến thức, những kinh nghiệm thực tế, các dịch vụ, các trang thiết bị và các sản phẩm phục vụ khách. Những lợi ích này nhất thiết phải "nặng ký" hơn sự trả giá về môi trường và văn hoá - xã hội nảy sinh từ du lịch mà cộng đồng địa phương phải gánh chịu.

✓ ***Thoả mãn nhu cầu về kinh nghiệm du lịch cho du khách***

Việc thoả mãn những mong muốn của khách tham quan với những kinh nghiệm du lịch lý thú là cần thiết đối với sự tồn tại sống còn lâu dài của ngành du lịch sinh thái, trong đó có một phần quan trọng là sự an toàn cho du khách và phải thoả mãn hoặc vượt quá sự mong đợi của du khách.

Trong 5 đặc trưng trên, ba đặc trưng đầu được coi là cần thiết của loại hình du lịch sinh thái và là những đặc trưng để phân biệt với các loại hình du lịch khác.

1.3.4. Nguyên tắc phát triển du lịch sinh thái

Bởi vì Du lịch sinh thái buổi ban đầu chỉ là một ý tưởng, không phải là một ngành khoa học, nên rất nhiều các nhà kinh doanh du lịch và chính phủ các nước thúc đẩy phát triển nó mà không hiểu về những nguyên tắc cơ bản của nó.

Để phát triển loại hình Du lịch sinh thái theo đúng hướng (tức là khai thác các tài nguyên cho phát triển Du lịch sinh thái nhưng vẫn phải giữ được hệ sinh thái bền vững) đòi hỏi những nhà quản lý phải tuân thủ những nguyên tắc sau:

- Có hoạt động giáo dục và diễn giải nhằm nâng cao hiểu biết về môi trường, qua đó tạo ý thức tham gia vào các nỗ lực bảo tồn

Đây là một trong những nguyên tắc cơ bản của hoạt động Du lịch sinh thái, tạo ra sự khác biệt rõ ràng giữa Du lịch sinh thái với các loại hình du lịch dựa vào tự nhiên khác. Du khách khi rời khỏi nơi mình đến tham quan sẽ phải có được sự hiểu biết cao hơn về các giá trị của môi trường tự nhiên, về những đặc điểm sinh thái khu vực và văn hoá bản địa. Từ những hiểu biết đó, du khách có những thái độ và hành động tích cực hơn trong việc bảo tồn và phát triển những giá trị về tự nhiên, sinh thái và nhân văn.

- Tránh đến mức tối đa sự can thiệp nhân tạo vào môi trường sinh thái tự nhiên

Đây là nguyên tắc đặc biệt quan trọng trong quá trình xây dựng một điểm du lịch sinh thái. Nguyên tắc này cần được quán triệt trong quá trình quy hoạch phát triển điểm du lịch. Mọi hoạt động xây dựng phải tuân thủ nghiêm ngặt những quy chế bảo vệ sự toàn vẹn của hệ sinh thái, không làm ảnh hưởng đến sự cân bằng sinh thái trong khu vực.

- Phải nghiên cứu xây dựng quy hoạch

Đây là nguyên tắc đặc biệt quan trọng trong phát triển du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng. Cần phải quy hoạch phù hợp với chức năng bảo tồn quốc gia, phát triển khu vực, phát triển Du lịch sinh thái và kinh tế nói chung. Đảm bảo hoạt động du lịch đi đúng hướng, bài bản có kiến thức chuyên môn về Du lịch sinh thái.

Điều đặc biệt quan tâm là vai trò của cộng đồng địa phương trong quá trình nghiên cứu quy hoạch và tổ chức quản lý thực hiện quy hoạch. Cộng đồng địa phương cần được tham gia vào quá trình này bởi họ là chủ nhân của hệ sinh thái và có vai trò quan trọng đối với việc bảo tồn.

- Nghiên cứu xác định sức chứa

Tính bảo tồn của Du lịch sinh thái liên quan chặt chẽ tới sức chứa của nó. Du lịch sinh thái cần được tổ chức với sự tuân thủ chặt chẽ các quy định về sức chứa, vì nếu những hoạt động du lịch diễn ra vượt quá ngưỡng cần thiết để bảo tồn chính hệ sinh thái thì sẽ dẫn đến sự đổi thay ảnh hưởng đến môi trường, dẫn đến làm mất cân bằng sinh thái, suy giảm đa dạng sinh học.

- Phải quan tâm đến phát triển cộng đồng

Đây vừa là nguyên tắc vừa là mục tiêu hướng tới của Du lịch sinh thái. Nguyên tắc này phải được tuân thủ và thực hiện nghiêm túc từ khâu quy hoạch cho đến quản lý vận hành sau quy hoạch. Du lịch sinh thái phải hướng tới việc huy động tối đa sự tham gia của người dân địa phương, như tham khảo ý kiến của cộng đồng khi thiết kế quy hoạch, tạo điều kiện để cộng đồng góp phần tham gia vào đảm nhiệm vai trò hướng dẫn viên, đáp ứng chỗ nghỉ cho khách, cung ứng các nhu cầu về thực phẩm, hàng lưu niệm cho khách...

1.4. Đặc điểm của khách du lịch cao tuổi

Theo tác giả Nguyễn Hữu Thụ viết trong Giáo trình Tâm lý học du lịch, du khách cao tuổi là những người đã đủ tuổi về hưu, nữ 55 tuổi trở lên, nam 60 tuổi trở lên. Đặc điểm nổi bật của người cao tuổi là các quá trình tâm, sinh lý có chiều hướng suy giảm: chân chậm, mắt mờ, tai nghe không rõ, có thể có bệnh nghề nghiệp. Vì thế nhu cầu tiêu dùng du lịch của người cao tuổi có sự thay đổi rất lớn. Khi đi du lịch họ thường có những đặc điểm tâm lý sau:

Thích đi du lịch cùng gia đình, người cao tuổi thường thích đi nghỉ cùng gia đình nhằm tăng cường tình cảm trong gia đình và thoả mãn nhu cầu an toàn của họ. Khi đi du lịch họ thích được phục vụ chu đáo, tận tình và có chế độ ăn nghỉ phù hợp.

Thích các loại hình du lịch an dưỡng chữa bệnh, du lịch sinh thái. Họ thích địa điểm du lịch có cảnh quan môi trường du lịch đẹp, yên tĩnh và không khí trong lành và được sử dụng các dịch vụ như tắm nước khoáng, khám chữa bệnh tại phòng.

Nhu cầu về ăn, do có thay đổi về sinh lý, phản ứng vị giác của người cao tuổi dần bị suy thoái, khứu giác và hệ thống tiêu hoá thoái hoá dần, răng rụng gây ra khó khăn

trong việc ăn uống. Thích được phục vụ chu đáo, nhiệt tình như: được phục vụ ăn tại nhà và được ăn nhiều lần trong ngày theo giờ của họ.

Nhu cầu về chỗ ở, du khách cao tuổi thường thích lựa chọn phòng nghỉ đơn, rộng, thoáng mát và yên tĩnh có nhà vệ sinh bên cạnh. Trong phòng được trang bị điều hoà, đèn ngủ, tivi và các dịch vụ cần thiết (điện thoại, báo...).

Nhu cầu trợ giúp các thiết bị tăng cường thị giác, thính giác hoặc gậy để đi lại. Do năng lực thị giác và thính giác ngày càng suy giảm, đi lại khó khăn, vì thế du khách cao tuổi có nhu cầu cao đối với máy trợ thính, kính lão hoặc gậy chống để đi lại bảo đảm an toàn.

Hành vi tiêu dùng du lịch theo thói quen. Du khách cao tuổi thường tiêu dùng theo thói quen, khi đã dùng quen với một loại sản phẩm, dịch vụ nào đó thì rất khó thay đổi. Họ rất nhớ nhãn mác sản phẩm đã dùng hồi trẻ.

Nhu cầu được phục vụ nhiệt tình, chu đáo. Do tuổi cao sức khỏe giảm sút du khách cao tuổi luôn muốn nhận được sự quan tâm, chăm sóc của những người phục vụ và người thân. Họ mong muốn được tôn trọng trong giao tiếp ứng xử, vì thế khi giao tiếp cần hết sức thận trọng trong lời nói, hành vi, cách thức trả lời.

Họ rất thích kết bạn với những du khách cùng độ tuổi, theo họ khi đi du lịch với các bạn cùng tuổi dễ nói chuyện, chia sẻ và hiểu biết lẫn nhau tốt hơn. Người cao tuổi thường có nhu cầu, sở thích tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ du lịch giống nhau điều này càng tăng cường khả năng gắn kết trong hoạt động du lịch.

Tiểu kết chương 1

Qua Chương 1, tác giả đã hệ thống hóa những cơ sở lý luận cần thiết phục vụ cho việc xây dựng chương trình du lịch sinh thái dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà, bao gồm bốn nội dung cốt lõi.

Chương 1 đã làm rõ khái niệm theo hai cách tiếp cận rộng và hẹp, phân tích sáu đặc điểm nổi bật của hoạt động kinh doanh lữ hành và hệ thống hóa các loại hình kinh doanh lữ hành theo tính chất hoạt động và phương thức hoạt động.

Tác giả đã tổng hợp các khái niệm từ nhiều nguồn tài liệu, phân loại chương trình du lịch theo dịch vụ cấu thành và mức giá, phân tích tám yếu tố cấu thành chương trình,

làm rõ những điểm cần lưu ý khi xây dựng chương trình, sáu nguyên tắc và quy trình tám bước xây dựng chương trình du lịch theo giáo trình của tác giả Phạm Thị Chi.

Chương đã trình bày các khái niệm từ nhiều tổ chức và nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, phân tích các hoạt động, năm đặc trưng cơ bản và năm nguyên tắc phát triển du lịch sinh thái, qua đó khẳng định Măng Đen là điểm đến phù hợp để triển khai loại hình du lịch này.

Về đặc điểm khách du lịch cao tuổi, chương đã làm rõ các đặc điểm tâm lý tiêu dùng đặc trưng của nhóm khách này, bao gồm thói quen đi cùng gia đình, ưa thích du lịch an dưỡng sinh thái, nhu cầu cao về ăn uống, lưu trú, hỗ trợ sức khỏe và mong muốn được phục vụ chu đáo, tận tình.

Những cơ sở lý luận được trình bày trong chương 1 là nền tảng quan trọng để tác giả tiến hành phân tích thực trạng và xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen phù hợp với nhóm khách cao tuổi trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2: TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN DÀNH CHO NGƯỜI CAO TUỔI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT ĐÀ

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà (Viet Da Travel) là một công ty du lịch có trụ sở tại Đà Nẵng, Việt Nam, chuyên cung cấp các dịch vụ du lịch lữ hành, cho thuê xe, đại lý vé máy bay, đặt phòng khách sạn và các dịch vụ liên quan đến visa, hộ chiếu. Họ cũng tổ chức các tour du lịch Mice, du lịch nội địa, quốc tế, tour nghỉ dưỡng và sự kiện, bao gồm cả team building.

Thông tin chi tiết về Công ty:

Tên đầy đủ: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Tên viết tắt: Viet Da Travel

Trụ sở: 02 Trịnh Công Sơn, Hải Châu, Đà Nẵng.

Văn phòng: 18 Trần Thủ Độ, Cẩm Lệ, Đà Nẵng.

Điện thoại: (0236) 3647979 – 3647981 – 3647986 - 2215960.

Email: vietdatravel@gmail.com.

Website: www.vietdatravel.com.



Hình 2.1. Logo của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

2.1.2. Lĩnh vực kinh doanh của Công ty

*** Ngành nghề kinh doanh:**

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà hiện đang kinh doanh các ngành nghề sau:

Bảng 2.1. Ngành nghề kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

STT	Ngành nghề kinh doanh	Mã ngành
1	Đại lý, môi giới, đấu giá	4610
2	Bán lẻ hàng hóa khác mới trong các cửa hàng chuyên doanh	4773
3	Bán lẻ theo yêu cầu đặt hàng qua bưu điện hoặc internet	4791
4	Hoạt động dịch vụ hỗ trợ khác liên quan đến vận tải	5229
5	Dịch vụ lưu trú ngắn ngày	5510
6	Nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động	5610
7	Hoạt động tư vấn quản lý – Tư vấn quản lý doanh nghiệp	7020
8	Dịch vụ quảng cáo	7310
9	Nghiên cứu thị trường và thăm dò dư luận	7320
10	Vệ sinh chung nhà cửa – Dịch vụ dọn vệ sinh nhà ở và văn phòng	8121
11	Dịch vụ hành chính văn phòng tổng hợp – Dịch vụ dịch thuật	8211
12	Tổ chức giới thiệu và xúc tiến thương mại – Tổ chức sự kiện	8230
13	Đào tạo trung cấp – Đào tạo Anh ngữ, tin học và nghề ngắn hạn	8532
14	Dịch vụ hỗ trợ giáo dục – Tư vấn du học, học nghề	8560

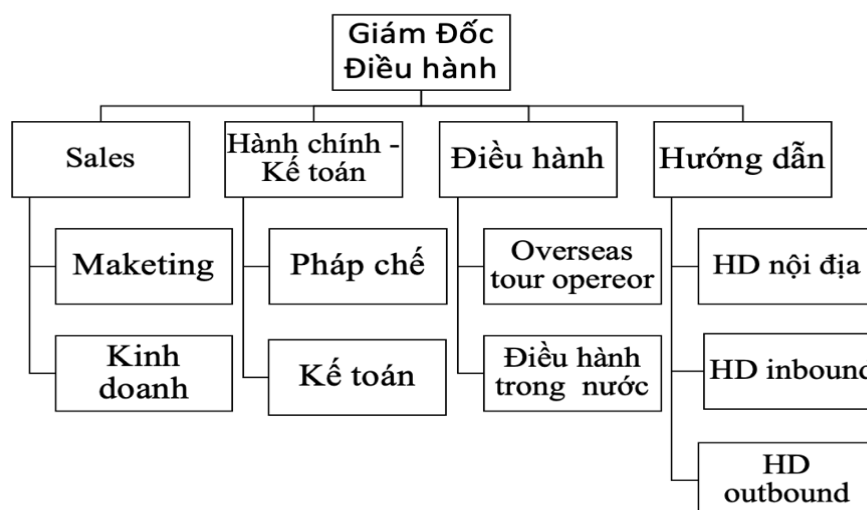
(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

*** Lĩnh vực hoạt động:**

Công ty hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực đại lý du lịch, kinh doanh tour du lịch và các dịch vụ hỗ trợ liên quan đến quảng bá, tổ chức tour. Viet Da Travel là đơn vị tổ chức lữ hành chuyên nghiệp, cung cấp:

- Dịch vụ du lịch, cho thuê xe du lịch, bán vé máy bay, vé tàu hỏa, vé xe open tour.
- Đào tạo và tư vấn nguồn nhân lực.
- Tư vấn quản lý doanh nghiệp.
- Tổ chức sự kiện, biểu diễn ca nhạc, thời trang, hội chợ triển lãm.
- Dịch vụ quảng cáo, tiếp thị, nghiên cứu thị trường, PR, truyền thông, du học.
- Môi trường, mua bán bất động sản, dịch vụ chuyển quyền sử dụng đất.
- Dịch vụ dọn dẹp vệ sinh phòng, cơ quan.
- Kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ, đám mây tre, đá điêu khắc, tranh đá quý.
- Đại diện quảng cáo cho tạp chí Du Lịch và Giải thích của Bộ Văn Hoá Thể Thao và Du lịch tại Đà Nẵng, báo Sài Gòn Giải phóng 12 giờ, báo Người Lao Động tại miền Trung...

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty



Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

**** Chức năng, nhiệm vụ của từng Bộ phận trong Công ty***

Giám đốc Điều hành:

Giám đốc điều hành đóng vai trò là người lãnh đạo cao nhất trong hệ thống quản lý của công ty, có chức năng điều hành tổng thể mọi hoạt động kinh doanh và quản trị doanh nghiệp. Vị trí này chịu trách nhiệm đưa ra các quyết định chiến lược quan trọng, giám sát và điều phối hoạt động của toàn bộ các phòng ban trong công ty.

Nhiệm vụ cụ thể của Giám đốc điều hành bao gồm xây dựng và triển khai các chiến lược phát triển dài hạn, đảm bảo các mục tiêu kinh doanh được thực hiện đúng kế hoạch, quản lý nguồn nhân lực cấp cao và chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh tổng thể của công ty trước ban lãnh đạo và các cổ đông.

Bộ phận Sales:

Bộ phận Sales có chức năng chủ chốt trong việc thúc đẩy doanh thu thông qua các hoạt động bán hàng và phát triển thị trường. Bộ phận này đảm nhận vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm, tiếp cận khách hàng và xây dựng mối quan hệ kinh doanh bền vững để mở rộng thị phần của công ty.

Nhiệm vụ của bộ phận Sales được chia thành hai mảng chính: mảng Marketing chuyên về xây dựng thương hiệu, triển khai các chiến dịch quảng bá sản phẩm du lịch và nghiên cứu thị trường để định vị sản phẩm phù hợp; mảng Kinh doanh tập trung vào việc tìm kiếm khách hàng tiềm năng, đàm phán và ký kết hợp đồng, chăm sóc khách hàng sau bán hàng và duy trì mối quan hệ lâu dài với đối tác.

Bộ phận Hành chính - Kế toán:

Phòng Hành chính - Kế toán có chức năng hỗ trợ và đảm bảo hoạt động nội bộ của công ty diễn ra một cách hiệu quả và tuân thủ các quy định pháp luật. Bộ phận này đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý tài chính, duy trì trật tự hành chính và đảm bảo tính minh bạch trong các hoạt động kinh doanh.

Nhiệm vụ của phòng được phân chia thành hai chuyên môn chính: bộ phận Pháp chế có nhiệm vụ đảm bảo mọi hoạt động của công ty tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của pháp luật, xử lý các vấn đề pháp lý phát sinh và tư vấn về các rủi ro pháp lý trong kinh doanh; bộ phận Kế toán chịu trách nhiệm quản lý tài chính, lập và theo dõi các báo

cáo tài chính, kiểm soát thu chi, quản lý ngân sách và đảm bảo tính chính xác trong các giao dịch tài chính.

Bộ phận Điều hành:

Bộ phận Điều hành có chức năng cốt lõi trong việc tổ chức và vận hành các chương trình du lịch, đảm bảo các tour được thực hiện theo đúng chất lượng và tiến độ đã cam kết với khách hàng. Bộ phận này đóng vai trò then chốt trong việc biến các kế hoạch du lịch thành hiện thực và mang lại trải nghiệm tốt nhất cho du khách.

Nhiệm vụ của phòng Điều hành được chia thành hai hướng chính: bộ phận Overseas tour operator chuyên về điều hành các tour du lịch quốc tế, bao gồm việc phối hợp với các đối tác nước ngoài, sắp xếp lịch trình, đặt vé máy bay và khách sạn, xử lý các thủ tục visa và hải quan; bộ phận Điều hành trong nước tập trung vào việc tổ chức các tour du lịch nội địa, phối hợp với các nhà cung cấp dịch vụ địa phương, sắp xếp phương tiện di chuyển và lưu trú, đảm bảo chương trình tour diễn ra suôn sẻ.

Bộ phận Hướng dẫn:

Bộ phận Hướng dẫn có chức năng cung cấp dịch vụ hướng dẫn du lịch chuyên nghiệp, đảm bảo du khách nhận được thông tin chính xác, hỗ trợ kịp thời và có những trải nghiệm văn hóa phong phú trong suốt hành trình. Bộ phận này đại diện cho hình ảnh và chất lượng dịch vụ của công ty thông qua sự tương tác trực tiếp với khách hàng.

Nhiệm vụ của phòng Hướng dẫn được phân chia theo ba loại hình du lịch: đội ngũ HD nội địa chuyên hướng dẫn các tour trong nước, có nhiệm vụ giới thiệu văn hóa, lịch sử và cảnh quan Việt Nam cho du khách; đội ngũ HD inbound phục vụ khách quốc tế đến Việt Nam, yêu cầu khả năng ngoại ngữ tốt và hiểu biết sâu về văn hóa để tạo ấn tượng tích cực; đội ngũ HD outbound hỗ trợ khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài, cần có kinh nghiệm về các điểm đến quốc tế và khả năng xử lý các tình huống phát sinh trong môi trường văn hóa khác biệt.

2.1.4. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty

Tình hình cơ sở vật chất của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà hiện ở trạng thái khá đầy đủ và ổn định. Toàn bộ trang thiết bị phục vụ hoạt động văn phòng gồm 1 văn phòng, 6 máy vi tính, 3 máy in, 10 bàn làm việc, 15 ghế, 5 điều hòa, 5 máy quạt và 5 kệ đựng hồ sơ đều được đánh giá ở mức chất lượng tốt, không có thiết bị nào trong tình

trạng hỏng hay cần thay thế. Điều này cho thấy công ty đã chú trọng đầu tư và duy trì cơ sở vật chất một cách có hệ thống, tạo điều kiện thuận lợi cho đội ngũ nhân viên làm việc hiệu quả. Tuy nhiên, với quy mô 6 máy vi tính và 10 bàn làm việc, hệ thống trang thiết bị hiện tại phù hợp với quy mô hoạt động của một doanh nghiệp vừa và nhỏ, đáp ứng đủ nhu cầu vận hành trong điều kiện hiện tại nhưng có thể cần được mở rộng và nâng cấp khi công ty phát triển thêm sản phẩm và mở rộng thị trường trong thời gian tới.

Bảng 2.2. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty

Trang thiết bị	Số lượng	Chất lượng		
		Tốt	Hỏng	Thay thế
Văn phòng	1	x	-	-
Máy vi tính	6	x	-	-
Máy in	3	x	-	-
Bàn làm việc dài	10	x	-	-
Ghế	15	x	-	-
Điều hoà	5	x	-	-
Máy quạt	5	x	-	-
Kệ đựng hồ sơ	5	x	-	-

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

2.1.5. Thị trường khách hàng, đối tác và đối thủ cạnh tranh

*** Thị trường**

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà định vị trong thị trường du lịch miền Trung với trụ sở tại Đà Nẵng - cửa ngõ kết nối các điểm đến nổi tiếng như Hội An, Huế, Nha Trang, Phú Quốc. Vị trí địa lý này mang lại lợi thế cạnh tranh khi khu vực miền Trung kết hợp hài hòa du lịch văn hóa lịch sử, biển đảo và sinh thái, tạo cơ hội phát triển sản phẩm du lịch đa dạng. Chiến lược mở rộng của Công ty thể hiện tầm nhìn dài hạn khi không chỉ tập trung du lịch nội địa mà còn phát triển mạnh dịch vụ quốc tế, đồng thời đa dạng hóa từ tour truyền thống sang vé máy bay, cho thuê xe, tổ chức sự kiện, du học và quảng cáo. Mô hình kinh doanh tích hợp này giúp tối đa hóa doanh thu từ mỗi khách hàng và giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một dịch vụ duy nhất.

*** Khách hàng mục tiêu**

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà xây dựng chiến lược phân khúc khách hàng toàn diện, bao phủ cả thị trường khách hàng cá nhân (B2C) và khách hàng doanh nghiệp (B2B), nhằm tối ưu hóa khả năng khai thác thị trường và đa dạng hóa nguồn doanh thu.

Trong phân khúc khách hàng cá nhân, Công ty hướng đến nhiều nhóm đối tượng khác nhau. Nhóm khách hàng trẻ tuổi có thu nhập ổn định là phân khúc năng động với nhu cầu khám phá và trải nghiệm linh hoạt, đa dạng, thường tìm kiếm các chương trình du lịch mới lạ với mức giá hợp lý. Nhóm khách hàng có khả năng chi trả cao thuộc phân khúc cao cấp, ưu tiên các trải nghiệm độc đáo, cá nhân hóa và yêu cầu chất lượng dịch vụ vượt trội. Nhóm khách hàng gia đình có nhu cầu đặc thù về sự an toàn, tiện nghi và các hoạt động phù hợp với mọi lứa tuổi trong gia đình. Nhóm khách hàng độc thân quan tâm đến các tour có tính cộng đồng cao, tạo cơ hội kết nối và phát triển bản thân.

Đặc biệt, nhóm khách hàng cao tuổi đang ngày càng trở thành phân khúc chiến lược quan trọng của Công ty. Đây là nhóm khách hàng có thời gian tự do dồi dào sau khi nghỉ hưu, khả năng chi trả ổn định và nhu cầu rõ ràng đối với các loại hình du lịch an dưỡng, sinh thái, nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe. Người cao tuổi thường có xu hướng đi theo nhóm bạn cùng lứa hoặc cùng gia đình, ưu tiên chất lượng dịch vụ và sự chu đáo trong phục vụ hơn là giá cả. Đây chính là cơ sở để Công ty Việt Đà tập trung phát triển chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng và Măng Đen được thiết kế chuyên biệt cho nhóm đối tượng này.

Trong phân khúc khách hàng doanh nghiệp, Công ty tập trung khai thác dịch vụ MICE bao gồm tổ chức hội nghị, hội thảo, sự kiện và du lịch khen thưởng. Song song đó, việc xây dựng Câu lạc bộ Hữu nghị và triển khai các hoạt động thiện nguyện được xem là chiến lược tiếp cận cộng đồng trí thức và doanh nhân một cách bền vững, từ đó hình thành mạng lưới khách hàng chất lượng dựa trên nền tảng tin cậy và gắn kết lâu dài.

*** Đối tác kinh doanh**

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà đã xây dựng mạng lưới đối tác rộng khắp, bao phủ toàn bộ chuỗi giá trị dịch vụ du lịch, tạo nền tảng vững chắc để cung cấp sản phẩm hoàn chỉnh và chất lượng cho khách hàng.

Trong lĩnh vực hàng không và vận tải, Công ty duy trì quan hệ hợp tác với các hãng hàng không lớn tại Việt Nam như Vietnam Airlines, Vietjet Air và Bamboo Airways, đảm bảo khả năng cung cấp vé máy bay đa dạng về chặng bay, thời gian và mức giá. Kết hợp với hệ thống dịch vụ vận tải đường bộ, Công ty có thể xây dựng lộ trình di chuyển hoàn chỉnh và linh hoạt cho từng chương trình du lịch.

Về cơ sở lưu trú, Công ty hợp tác với hệ thống khách sạn từ 3 đến 5 sao tại các điểm đến trọng điểm trong khu vực miền Trung và Tây Nguyên. Sự đa dạng trong tiêu chuẩn lưu trú cho phép Công ty thiết kế sản phẩm phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng khác nhau, từ khách hàng phổ thông đến khách hàng cao cấp.

Các khu du lịch và điểm tham quan nổi tiếng như Bà Nà Hills, Asia Park, Hội An Ancient Town là những đối tác chiến lược giúp Công ty xây dựng các chương trình tham quan độc đáo và hấp dẫn, tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

Trong lĩnh vực MICE, Công ty hợp tác với các trung tâm hội nghị và khách sạn cao cấp như Novotel và Grand Mercure Đà Nẵng, đảm bảo năng lực tổ chức các sự kiện doanh nghiệp quy mô lớn với tiêu chuẩn dịch vụ chuyên nghiệp và đồng bộ.

Ngoài ra, Công ty còn mở rộng quan hệ hợp tác sang lĩnh vực giáo dục thông qua liên kết với các trường đại học và tổ chức tư vấn du học, cũng như hợp tác với các công ty truyền thông và quảng cáo nhằm nâng cao hiệu quả tiếp thị sản phẩm. Bên cạnh đó, mối quan hệ tốt với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch giúp Công ty nắm bắt kịp thời các chính sách hỗ trợ, đồng thời nâng cao uy tín và vị thế trên thị trường.

**** Đối thủ cạnh tranh***

Thị trường du lịch tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung hiện có sự cạnh tranh khá gay gắt với sự hiện diện của nhiều doanh nghiệp lữ hành có thương hiệu và tiềm lực mạnh. Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà đang phải cạnh tranh trực tiếp với bốn đối thủ chính sau:

Vitours là đối thủ cạnh tranh trực tiếp và đáng gờm nhất trong khu vực với quy mô nhân sự từ 100 đến 499 nhân viên, vượt trội hơn nhiều so với 26 nhân viên của Việt Đà. Với chứng nhận ISO 9001:2000 và danh hiệu TOP 50 thương hiệu cạnh tranh Việt Nam, Vitours có lợi thế rõ ràng về uy tín, hệ thống quản lý chất lượng chuẩn hóa và khả năng đầu tư mạnh vào marketing, công nghệ cũng như nguồn nhân lực. Tuy nhiên, quy

mô lớn cũng là điểm hạn chế khi khiến Vitours kém linh hoạt, phản hồi chậm và khó cá nhân hóa dịch vụ cho từng khách hàng cụ thể.

Saigon Tourist nổi bật với mạng lưới quốc tế rộng lớn gồm hơn 400 đối tác từ 36 quốc gia, tạo lợi thế vượt trội trong lĩnh vực tour quốc tế và du lịch đa quốc gia. Kinh nghiệm lâu năm cùng danh hiệu đơn vị lữ hành hàng đầu được công nhận liên tục giúp Saigon Tourist có sức hút lớn với nhóm khách có nhu cầu du lịch châu Á, châu Âu và châu Mỹ. Điểm yếu của đối thủ này là tập trung quá nhiều vào thị trường quốc tế, ít chú trọng phát triển du lịch nội địa và các sản phẩm địa phương đặc thù, đồng thời gặp khó khăn trong việc cá nhân hóa dịch vụ.

Vietravel được xem là đối thủ có tiềm lực mạnh nhất với hệ thống hơn 40 văn phòng trong nước và 3 chi nhánh quốc tế, tạo khả năng tiếp cận khách hàng trên diện rộng. Chiến lược đa dạng hóa ấn tượng với hệ sinh thái tích hợp gồm Vietravel Airlines, Beevent và Vietravel Invest giúp doanh nghiệp này kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị du lịch và tối ưu hóa chi phí vận hành. Tuy nhiên, quy mô quá lớn dẫn đến mất tính cá nhân trong phục vụ, khó quan tâm đặc biệt đến từng khách hàng và chi phí vận hành cao khiến khó cạnh tranh về giá trong một số phân khúc nhất định.

Dimo Trip đại diện cho xu hướng số hóa trong ngành du lịch với nền tảng công nghệ cung cấp dịch vụ đặt phòng, villa và tour trực tuyến với mức giá cạnh tranh. Giao diện thân thiện, quy trình đặt dịch vụ đơn giản và khả năng giảm chi phí trung gian là những ưu điểm giúp Dimo Trip thu hút nhóm khách trẻ am hiểu công nghệ. Tuy nhiên, mô hình kinh doanh thuần số này lại thiếu tương tác trực tiếp với khách hàng, hạn chế khả năng tư vấn chuyên sâu và xử lý các tình huống phức tạp trong hành trình, đặc biệt trong bối cảnh ngành du lịch đề cao yếu tố tin tưởng và quan hệ cá nhân.

2.1.6. Tình hình lao động của Công ty

a. Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo giới tính và độ tuổi

Về giới tính, Cơ cấu nguồn nhân lực của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà cho thấy sự phân bố khá cân bằng giữa nam và nữ với tổng số 16 nam và 11 nữ giới. Tuy nhiên, sự phân bố này không đồng đều giữa các phòng, thể hiện rõ sự phân công lao động theo đặc thù nghề nghiệp. Phòng Hướng dẫn chiếm ưu thế tuyệt đối với 10 nhân viên nam và không có nhân viên nữ, điều này phản ánh yêu cầu về thể lực và khả năng

di chuyển nhiều của nghề hướng dẫn viên du lịch. Ngược lại, phòng Sales lại có xu hướng tuyển dụng chủ yếu nhân viên nữ với 4 nữ và không có nam giới, cho thấy Công ty đánh giá cao khả năng giao tiếp, thuyết phục và tính tỉ mỉ của nhân viên nữ trong công việc bán hàng và marketing. Các phòng còn lại như Hành chính - Kế toán và Điều hành có sự cân bằng tương đối giữa nam và nữ, thể hiện tính chất công việc không phân biệt giới tính rõ rệt.

Bảng 2.3. Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo giới tính và độ tuổi

Tên bộ phận	Giới tính		Độ tuổi		
	Nam	Nữ	<30	30-40	>40
Giám đốc điều hành	1	-	-	-	1
Phó giám đốc	-	1		1	
Sales	-	4	1	3	-
Hành chính - Kế toán	3	3	3	2	1
Điều hành	2	3	1	4	-
Hướng dẫn	10	-	4	5	1
Tổng	16	11	9	15	3

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

Về độ tuổi, Công ty có một đội ngũ nhân sự khá trẻ với 15 nhân viên trong độ tuổi 30-40 chiếm tỷ lệ cao nhất, tiếp theo là 9 nhân viên dưới 30 tuổi và chỉ có 3 nhân viên trên 40 tuổi. Điều này cho thấy Công ty ưu tiên tuyển dụng lực lượng lao động trẻ, năng động và có thể thích ứng nhanh với những thay đổi trong ngành du lịch. Đặc biệt, vị trí Giám đốc điều hành là người trên 40 tuổi, thể hiện sự cần thiết của kinh nghiệm và sự trưởng thành trong vai trò lãnh đạo cao nhất. Phòng Hướng dẫn có cơ cấu tuổi đa dạng nhất với 4 nhân viên dưới 30 tuổi, 5 nhân viên từ 30-40 tuổi và 1 nhân viên trên 40 tuổi, cho thấy sự kết hợp hài hòa giữa sức trẻ và kinh nghiệm trong công việc tiếp xúc trực tiếp với khách hàng. Các phòng khác như Hành chính - Kế toán và Điều hành cũng có xu hướng tập trung nhân lực ở độ tuổi trung bình, đảm bảo sự ổn định và tính chuyên môn trong công việc quản lý và điều hành.

b. Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo trình độ

Bảng 2.4. Tình hình nguồn nhân lực của Công ty theo trình độ

Tên bộ phận	Số lượng	Trình độ học vấn			Trình độ ngoại ngữ		
		Cao đẳng	Đại học	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Tiếng Trung	Khác
Giám đốc điều hành	1	-	-	1	1	-	1
Phó giám đốc	1	-	-	1	1	-	1
Sales	4	-	4	-	4	3	-
Hành chính - Kế toán	6	-	6	-	6	-	-
Điều hành	5	-	5	-	5	3	-
Hướng dẫn	10	-	10	-	10	5	5
Tổng	27	-	25	2	27	11	7

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

Về trình độ học vấn, Phần lớn nhân sự có trình độ Đại học (25/27 người, chiếm 92,6%). Có 1 nhân sự có trình độ Thạc sĩ (3,7%), cho thấy công ty có nguồn lực chất lượng cao. Không có nhân sự chỉ dừng ở trình độ Cao đẳng, thể hiện công ty chú trọng tuyển chọn nhân sự có học vấn cao, chuyên môn phù hợp.

Về trình độ ngoại ngữ, phần lớn nhân sự có khả năng sử dụng tiếng Anh (27/27 người, chiếm 100%), đây là lợi thế rất lớn trong việc phục vụ khách quốc tế. Ngoài ra, Có 11 nhân sự biết Tiếng Trung và 7 nhân sự biết ngoại ngữ khác, đây là lợi thế khi công ty mở rộng thị trường và phục vụ đa dạng nhóm khách hàng. Tuy nhiên, tỷ lệ nhân sự thông thạo nhiều ngoại ngữ cùng lúc chưa cao, vì vậy công ty nên tiếp tục chú trọng đào tạo ngoại ngữ, đặc biệt là các ngôn ngữ phổ biến khác như Hàn, Nhật, để đáp ứng xu thế hội nhập du lịch quốc tế.

2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

2.2.1. Hệ thống sản phẩm dịch vụ của Công ty

Tour du lịch trọn gói, bao gồm:

Tour nội địa trọn gói: Ví dụ: Tour Đà Nẵng - Hội An – Huế 4N3Đ, Tour Hà Nội - Sapa 3N2Đ.

Tour quốc tế trọn gói: Ví dụ: Tour Thái Lan 5N4Đ, Tour Hàn Quốc 6N5Đ, Tour châu Âu 10N9Đ.

Tour nghỉ dưỡng trọn gói: Ví dụ: Combo Resort + Vé máy bay + Ăn uống tại Phú Quốc, Nha Trang.

Tour hành hương - tâm linh: Ví dụ: Tour chùa Yên Tử, Tour Myanmar - Ấn Độ - Nepal hành hương...

Tour nội địa, bao gồm:

Tour tham quan - nghỉ dưỡng: Du lịch biển (Đà Nẵng, Nha Trang, Phú Quốc, Vũng Tàu...), du lịch núi (Đà Lạt, Sapa, Mộc Châu, Hà Giang...).

Tour văn hóa - lịch sử: Tham quan di tích, đền chùa, cố đô Huế, phố cổ Hội An, Hà Nội – nghìn năm văn hiến...

Tour sinh thái - khám phá: Rừng quốc gia Cúc Phương, Tràm Chim, Cát Tiên, U Minh, hang động Quảng Bình...

Tour trải nghiệm - cộng đồng: Homestay ở miền núi phía Bắc, Tây Nguyên, miền Tây sông nước...

Tour hành hương - tâm linh: Yên Tử, chùa Hương, Bái Đính, Linh Ứng, Núi Bà Đen...

Tour quốc tế, bao gồm những tour:

- Tour Đông Nam Á (gần, dễ đi, không cần visa hoặc visa đơn giản)

+ Thái Lan: Bangkok - Pattaya, Bangkok - Chiang Mai.

+ Singapore - Malaysia.

+ Campuchia: Phnom Penh - Siem Reap - Angkor Wat.

- Tour Đông Bắc Á

+ Trung Quốc: Bắc Kinh - Thượng Hải - Hàng Châu - Tô Châu.

+ Hàn Quốc: Seoul - Nami - Jeju.

- + Nhật Bản: Tokyo - Osaka - Kyoto - Núi Phú Sĩ.
- Tour Nam Á & Trung Đông
 - + Ấn Độ: Delhi - Agra - Jaipur (tam giác vàng), tour hành hương Phật giáo.
 - + Nepal: Kathmandu - Himalaya.
 - + Dubai – Abu Dhabi (UAE).
- Tour châu Âu: Pháp - Ý - Thụy Sĩ, Đức - Hà Lan - Bỉ - Pháp, Séc - Hungary - Ba Lan, Áo.

2.2.2. Kết quả kinh doanh của Công ty

Bảng 2.5. Kết quả kinh doanh của Công ty

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	20245	Tỷ trọng 2024/2023	Tỷ trọng 2025/2024
Doanh thu	32,3	45,1	55,4	139,6%	122,7%
Chi phí	28,39	38,8	47,15	136,6%	121,4%
Lợi nhuận	3,91	6,3	8,25	161,2%	130,4%

(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà)

✓ **Nhận xét:**

Qua Bảng 2.5, kết quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà trong giai đoạn 2023 đến 2025 cho thấy xu hướng tăng trưởng tích cực và liên tục trên cả ba chỉ tiêu doanh thu, chi phí và lợi nhuận.

Về doanh thu, năm 2023 đạt 32,3 tỷ đồng, tăng lên 45,1 tỷ đồng vào năm 2024 (tương đương tăng 39,6% so với năm 2023) và tiếp tục tăng lên 55,4 tỷ đồng vào năm 2025 (tăng 22,7% so với năm 2024). Mức tăng trưởng doanh thu ổn định qua các năm phản ánh khả năng mở rộng thị trường và phát triển sản phẩm hiệu quả của Công ty.

Về chi phí, tốc độ tăng chi phí qua các năm luôn thấp hơn tốc độ tăng doanh thu. Cụ thể, chi phí tăng 36,6% trong giai đoạn 2023 đến 2024 và tăng 21,4% trong giai đoạn

2024 đến 2025, trong khi doanh thu tăng tương ứng 39,6% và 22,7%. Đây là dấu hiệu tích cực cho thấy Công ty đang kiểm soát chi phí ngày càng hiệu quả hơn.

Về lợi nhuận, đây là chỉ tiêu có mức tăng trưởng ấn tượng nhất. Lợi nhuận tăng từ 3,91 tỷ đồng năm 2023 lên 6,3 tỷ đồng năm 2024 (tăng 61,2%) và đạt 8,25 tỷ đồng năm 2025 (tăng 30,4%). Tốc độ tăng trưởng lợi nhuận luôn cao hơn tốc độ tăng doanh thu và chi phí, cho thấy hiệu quả kinh doanh của Công ty ngày càng được cải thiện rõ rệt.

2.3. Tiềm năng phát triển du lịch sinh thái tại Măng Đen

2.3.1. Giới thiệu về Măng Đen

Măng Đen là một xã thuộc tỉnh Quảng Ngãi. Xã Măng Đen nằm trên cao nguyên Măng Đen, ở độ cao khoảng 1200 mét so với mực nước biển. Xã có quốc lộ 24 đi qua, nằm cách thành phố Kon Tum (cũ) khoảng 50 km về phía đông bắc và cách thành phố Quảng Ngãi (cũ) khoảng 140 km về phía tây nam.

Phía bắc Măng Đen giáp xã Măng Bút, phía nam giáp xã Đăk Rve và tỉnh Gia Lai, phía đông giáp xã Kon Plông, phía tây giáp xã Măng Ri, xã Đăk Pxi và Đăk Kôi.

Do nằm ở độ cao 1200 mét so với mực nước biển, được các dãy núi cùng quần hệ thực vật rừng nguyên sinh bao quanh, xã có nền khí hậu miền núi ôn hòa mát dịu quanh năm. Bên cạnh thảm rừng nguyên sinh, cảnh quan thiên nhiên nơi đây còn thuận lợi cho phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và nông nghiệp cây xứ lạnh, cây dược liệu do độ ẩm cao, thổ nhưỡng phù hợp, địa hình đa phần gò đồi thấp, cùng hệ thống sông, suối và nhiều hồ, thác nước. Ngay từ những thập niên đầu thế kỷ 20, người Pháp đã đến Măng Đen khảo sát, đưa cây thông vào trồng với ý định xây dựng một trạm nghỉ dưỡng trên vùng đất này. Vì khí hậu và cảnh quan đặc biệt, có nhiều nét tương đồng với Đà Lạt nên nơi đây được ví như là Đà Lạt của vùng Bắc Tây Nguyên, và hiện được quy hoạch để trở thành Khu du lịch sinh thái quốc gia.

Măng Đen là vùng đất cổ có cấu tạo địa chất lâu dài và phức tạp, được hình thành từ thời kỳ Tiền Cambri cách đây khoảng 2.500 triệu năm. Cùng với quá trình vận động của vỏ Trái Đất vào cuối Kỷ Đệ Tam, Măng Đen chịu ảnh hưởng từ sức đẩy của vận động uốn nếp dãy Himalaya. Sang Kỷ Đệ Tứ, một mặt dung nham bazan tràn ra, mặt khác các hoạt động nâng lên theo các nếp oằn đứt gãy từ trước, các khối tảng Ngọc Linh,

Pleiku tiếp tục ổn định, còn Măng Đen không thuộc hệ núi Ngọc Linh mà nó là khúc đuôi về phía Đông Bắc của cao nguyên Pleiku, với một địa hình đa dạng, khí hậu ôn hòa mát mẻ của vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa cao nguyên, với dải đất đỏ bazan trù phú².

2.3.2. Tài nguyên du lịch của Măng Đen

2.3.2.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Măng Đen sở hữu nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú và đặc sắc, được coi là nền tảng cốt yếu để hình thành các sản phẩm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và chữa lành theo định hướng phát triển bền vững.

Lợi thế nổi bật nhất của Măng Đen chính là tài nguyên khí hậu ôn đới. Nằm ở độ cao trung bình từ 1.200m đến 1.500m so với mực nước biển, Măng Đen có khí hậu mát mẻ quanh năm³. Sương mù bao phủ thường xuyên tạo nên khung cảnh huyền ảo, thuận lợi cho các loại hình du lịch nhiếp ảnh và săn mây. Bên cạnh đó, khí hậu ôn đới còn cho phép canh tác các loài hoa và rau củ xứ lạnh, mở ra tiềm năng phát triển du lịch trải nghiệm nông nghiệp công nghệ cao.

Tài nguyên địa hình và địa chất của Măng Đen cũng đóng góp quan trọng vào sự đa dạng của sản phẩm du lịch nơi đây. Địa hình xen kẽ giữa các bình nguyên tương đối bằng phẳng, thung lũng sâu và các dãy núi dốc, cùng với nền đất đỏ bazan trù phú là đặc trưng nổi bật của vùng cao nguyên này². Các tuyến đèo quanh co như đèo Măng Đen và đèo Viôlăk tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch lái xe mạo hiểm và ngắm cảnh, trong khi địa hình đồi núi là không gian lý tưởng để xây dựng các khu resort nghỉ dưỡng ẩn mình giữa thiên nhiên.

Hệ thống thủy văn với "bảy hồ ba thác" gắn liền với những truyền thuyết dân gian địa phương là một trong những điểm nhấn quan trọng nhất của tài nguyên du lịch Măng Đen⁴. Nổi bật là hồ Đăk Ke và hồ Toong Đam với mặt nước phẳng lặng bao quanh bởi rừng cây xanh mát, cùng các dòng thác hùng vĩ như thác Pa Sỷ và thác Lô Ba mang vẻ đẹp hoang sơ còn nguyên vẹn. Hệ thống thủy văn phong phú này cung cấp không

² <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/3149>

³ <https://vietnamnet.vn/mang-den-doi-dao-tiem-nang-de-hat-trien-du-lich-xanh-ben-vung-2262381.html>

⁴ <https://baovanhoa.vn/du-lich/mang-den-tu-thien-duong-xanh-den-cuc-tang-truong-du-lich-do-thi-sinh-thai-moi-cua-tay-nguyen-223166.html>

gian lý tưởng cho các hoạt động chèo thuyền, câu cá, cắm trại ven hồ và tham quan thác nước sinh thái.

Tài nguyên sinh vật với mức độ đa dạng sinh học cao là nền tảng quan trọng nhất cho phát triển du lịch sinh thái bền vững tại Măng Đen. Độ che phủ rừng tại đây đạt từ 75% đến 93% diện tích tự nhiên, với những cánh rừng thông nguyên sinh bạt ngàn tạo nên hình ảnh đặc trưng. Hệ thực vật đa dạng với nhiều loài hoa theo mùa như hoa mai anh đào nở rộ vào tháng 12 đến tháng 1, hoa ban và hoa mimosa vào tháng 2 đến tháng 3, và hoa sim tím ngắt các triền đồi vào tháng 4 đến tháng 5, tạo nên những cung đường có giá trị thẩm mỹ cao và sức hút lớn đối với du khách. Đây chính là nền tảng vững chắc để phát triển các loại hình du lịch sinh thái, khám phá rừng nguyên sinh và giáo dục môi trường.

2.3.2.2. Tài nguyên du lịch văn hoá

Tài nguyên du lịch văn hóa tại Măng Đen là sự hòa quyện giữa bản sắc dân tộc thiểu số lâu đời và các công trình kiến trúc, tâm linh đặc sắc, tạo nên sức hút khác biệt và chiều sâu riêng có cho vùng đất này.

Măng Đen là nơi định cư lâu đời của các dân tộc thiểu số như Xơ Đăng (nhánh Mơ Nâm), Hre và Ba Na, lưu giữ một kho tàng di sản văn hóa phong phú⁵. Biểu tượng kiến trúc truyền thống nổi bật nhất là những ngôi Nhà Rông cao vút và nhà sàn gỗ mộc mạc tại các làng du lịch cộng đồng như làng Kon Pring và làng Kon Bring, nơi không gian kể chuyện huyền thoại Tây Nguyên bên bếp lửa hồng vẫn được duy trì đến ngày nay. Cùng với đó, không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại vẫn được gìn giữ sống động qua các đội múa xoang và biểu diễn nhạc cụ truyền thống tại các làng bản.

Hệ thống lễ hội tại Măng Đen mang đậm tính cộng đồng và tinh thần tri ân thiên nhiên. Lễ Mừng lúa mới là nghi thức quan trọng nhất của người bản địa, thể hiện sự gắn kết sâu sắc giữa con người và đất trời. Bên cạnh các lễ hội truyền thống, hàng năm huyện Kon Plông còn tổ chức Tuần văn hóa du lịch Măng Đen với nhiều hoạt động đặc sắc

⁵ <https://mangdenkontum.com/mang-den-gan-ket-di-san-van-hoa-va-du-lich-cong-dong/>

nghệ thuật, lễ hội khinh khí cầu và bắn pháo hoa, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước⁶.

Ẩm thực Măng Đen phản ánh sự thích nghi độc đáo của con người với khí hậu lạnh và núi rừng đại ngàn. Những món ngon đặc sản như gà nướng cơm lam được vinh danh trong top 50 món ngon Việt Nam, lẩu xuyên tiêu cay nồng phù hợp với tiết trời se lạnh, hay các loại rau rừng như rau dớn và lá bếp đã tạo nên bản sắc ẩm thực riêng biệt không thể nhầm lẫn. Chợ phiên Măng Đen và các nhà hàng độc đáo như In The Forest là những không gian trải nghiệm ẩm thực đặc trưng, nơi du khách có thể thưởng thức gỏi lá, rượu cần và các nông sản địa phương trong không gian gần gũi với thiên nhiên.

Tài nguyên văn hóa tâm linh là một chiều kích quan trọng khác góp phần tạo nên sức hút đa dạng cho du lịch Măng Đen. Trung tâm hành hương Đức Mẹ Măng Đen thuộc Giáo phận Kon Tum là điểm hành hương linh thiêng nổi tiếng, gắn liền với những câu chuyện đức tin sâu sắc, thu hút hàng nghìn lượt khách hành hương mỗi năm. Chùa Khánh Lâm với kiến trúc uy nghiêm trên đỉnh đồi cao, kết hợp hài hòa giữa phong cách đình chùa truyền thống và nhà rông Tây Nguyên, là điểm đến tâm linh độc đáo thu hút cả tín đồ Phật giáo lẫn du khách yêu thích kiến trúc đặc sắc.

2.3.3. Cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch tại Măng Đen

Tính đến đầu năm 2025, hạ tầng lưu trú tại Măng Đen đã có bước phát triển đáng kể so với giai đoạn trước. Tổng số cơ sở lưu trú đạt khoảng 139 đến 143 cơ sở, bao gồm resort, khách sạn, biệt thự du lịch và homestay, với tổng quy mô hơn 1.250 phòng nghỉ, đáp ứng nhu cầu cho khoảng 6.000 lượt khách mỗi ngày đêm. Hiệu suất khai thác lưu trú duy trì ở mức tích cực với công suất sử dụng phòng bình quân đạt từ 70% đến 75%, riêng các dịp cao điểm như lễ và Tết thường xuyên đạt mức 90% đến 100%⁷.

Về định hướng phát triển dài hạn, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt đồ án Quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch Măng Đen đến năm 2045, xác định Măng Đen là trọng điểm du lịch quốc gia với quy mô diện tích nghiên cứu khoảng 90.152. Về hạ tầng điểm đến, hiện có 7 điểm du lịch trên địa bàn huyện đã được UBND tỉnh chính thức công nhận, kèm theo hệ thống bảng biển chỉ dẫn, bãi đỗ xe và hạ tầng vệ sinh được nâng

⁶ <https://caonguyentourist.com/le-hoi-o-mang-den-hung-ca-tay-nguyen-hoang-da>

⁷ <https://nhandan.vn/hon-12-trieu-luot-du-khach-den-voi-mang-den-nam-2024-post859548.html>

cấp đồng bộ, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho du khách trong quá trình tham quan và trải nghiệm.

Bên cạnh hệ thống cơ sở lưu trú và hạ tầng giao thông, Măng Đen đang từng bước hoàn thiện các hạng mục hạ tầng chuyên biệt phục vụ du lịch theo hướng hiện đại, bền vững và đồng bộ.

Nắm bắt xu hướng chuyển đổi số trong ngành du lịch, Măng Đen đang triển khai hệ thống du lịch thông minh với các ứng dụng cung cấp thông tin điểm đến, bản đồ số và đặt dịch vụ trực tuyến. Song song đó, hệ thống Wi-Fi miễn phí được phủ sóng tại các điểm công cộng trọng yếu như hồ Đắk Ke, thác Pa Sỹ và quảng trường trung tâm, đáp ứng nhu cầu kết nối của du khách và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động quảng bá điểm đến thông qua mạng xã hội một cách tự nhiên và hiệu quả.

Hệ thống thương mại tại Măng Đen đang được nâng cấp theo hướng chuyên nghiệp hóa. Các trung tâm trưng bày và bán sản phẩm OCOP như sâm dây, chuối rừng và cà phê xứ lạnh được thiết kế hiện đại, đáp ứng tiêu chuẩn phục vụ khách quốc tế. Hệ thống dịch vụ tài chính cũng được mở rộng với các trạm ATM và phương thức thanh toán không tiền mặt qua QR code và POS hiện diện tại hầu hết nhà hàng, quán cà phê và điểm tham quan, tạo sự tiện lợi tối đa cho du khách trong suốt hành trình.

Với định hướng phát triển du lịch chữa lành và nghỉ dưỡng, hạ tầng y tế được xác định là ưu tiên đầu tư quan trọng. Trung tâm Y tế huyện Kon Plông và các trạm y tế khu vực được nâng cấp để xử lý kịp thời các vấn đề sức khỏe của du khách, đặc biệt liên quan đến khí hậu lạnh hoặc chấn thương trong các hoạt động trekking và khám phá rừng. Về an ninh, hệ thống camera giám sát tại các trục đường chính kết hợp với lực lượng cảnh sát du lịch và trật tự đô thị hoạt động thường xuyên đã góp phần xây dựng và duy trì hình ảnh Măng Đen là điểm đến an toàn và thân thiện trong mắt du khách.

Măng Đen đang dần khẳng định vị thế là điểm đến tiềm năng cho các sự kiện hội nghị và hội thảo doanh nghiệp. Các hội trường quy mô lớn tại các khu resort cao cấp như Golden Boutique và Măng Đen Heritage, kết hợp với không gian quảng trường trung tâm rộng lớn, tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức các festival hoa, lễ hội văn hóa và các chương trình du lịch khen thưởng doanh nghiệp quy mô lớn, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch và kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

2.3.4. Tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen

Du lịch sinh thái là một loại hình du lịch có sự tương tác, kết hợp giữa thiên nhiên và con người. Loại hình du lịch này không chỉ mang lại trải nghiệm mới mẻ cho du khách, mà còn đóng góp quan trọng trong việc bảo tồn và phát triển bền vững thiên nhiên hoang sơ. Có thể thấy, thị trấn Măng Đen hội tụ nhiều tiềm năng để có thể phát triển mạnh mẽ loại hình du lịch sinh thái này (Phương Anh, 2025), đó là:

Một là, nguồn gốc và văn hoá độc đáo về dân tộc gốc Tây Nguyên. Nguồn gốc người Mơ Nâm sống ở địa bàn Măng Đen ngày nay vẫn còn nhiều điều bí ẩn đối với các nhà nghiên cứu dân tộc học, có nhiều giả thuyết, song chưa đủ tư liệu chứng minh một cách đầy đủ và khoa học về họ. Các dấu tích và hiện vật khảo cổ về thời kỳ tiền sử vẫn chưa được phát hiện; các công trình nghiên cứu về các dân tộc ở Kon Tum và Tây Nguyên chỉ giới thiệu sơ lược, chưa có tính hệ thống, cụ thể về người Mơ Nâm. Có thể nói, đây là giá trị văn hóa độc đáo của người Mơ Nâm mà du khách mong muốn tìm hiểu khi đến đây du lịch.

Hai là, điều kiện tự nhiên rất thuận lợi cho phát triển du lịch xanh, du lịch sinh thái. Măng Đen có độ cao khoảng 1.200 m so với mực nước biển; là vùng sinh thái có khí hậu ôn đới nên quanh năm mát mẻ, nhiệt độ ôn hòa, biên độ nhiệt trong ngày lớn, do đó tạo nên khí trời se se lạnh vào buổi sáng và buổi chiều; lượng mưa khá lớn, trung bình 2.310 mm. Đây là điều kiện thời tiết rất lý tưởng để phát triển du lịch sinh thái.

Ba là, cảnh quan thiên nhiên kỳ thú tạo sự khác biệt riêng có. Măng Đen nằm ở bình nguyên giữa bạt ngàn rừng nguyên sinh bao bọc và có độ che phủ hơn 80% diện tích tự nhiên. Nhờ khí hậu ôn hòa, do đó Măng Đen có khá nhiều hệ động thực vật sinh sống, tạo nên tính đa dạng sinh học cao.

Theo đó, Măng Đen sở hữu diện tích rừng thông tự nhiên khá lớn. Theo thống kê hiện nay, Măng Đen có khoảng 4.200 ha. Như vậy, Măng Đen là đô thị có diện tích rừng thông tự nhiên lớn thứ 2 ở Việt Nam (chỉ sau Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng); là đô thị duy nhất ở Việt Nam có đường giao thông đi vào trung tâm huyện chạy qua rừng thông tự nhiên dày đặc 20 km; trung tâm hành chính huyện có một tượng đài chiến thắng ở giữa công viên được trồng cây cảnh quan, tạo mảng xanh rất ấn tượng đối với du khách.

Măng Đen còn sở hữu diện tích sim rừng khoảng 1.000 ha, trong đó tập trung khoảng 400 ha, đứng đầu cả nước. Đây là tiềm năng rất lớn để khai thác chế biến rượu vang, nguyên liệu từ thiên nhiên ban tặng và khai thác du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch khám phá thiên nhiên... Đặc biệt, Măng Đen có số lượng cây mai anh đào tầm cỡ quốc gia và đẳng cấp quốc tế. Có thể nói, đây là sự tôn tạo cảnh quan rất kỳ diệu đối với Măng Đen. Hiện nay Quảng Ngãi chọn Măng Đen để tổ chức Lễ hội Mai anh đào 2 năm/lần.

Măng Đen còn có 3 hồ, 7 núi vì vậy nơi đây được ví như Tiên cảnh giữa đại ngàn Tây Nguyên và được ví như “Đà Lạt thứ hai” ở Việt Nam. Hiện nay, trên địa bàn Huyện đã có 7 điểm du lịch được UBND Tỉnh công nhận. Trong thời gian tới, tiếp tục hướng dẫn làm hồ sơ công nhận thêm các điểm du lịch mới, như: Khu Đức Mẹ Măng Đen, Điểm du lịch sinh thái Hoàng Vũ Măng Đen, điểm du lịch hồ Toong Rpoong (Hồ Đắc Ke) và các điểm du lịch sinh thái trên địa bàn xã...

2.3.5. Chính sách và các nỗ lực phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen

Với tiềm năng, lợi thế nói trên, những năm qua, các cơ quan quản lý nhà nước đã nỗ lực thực hiện triển khai nhiều giải pháp nhằm hỗ trợ du lịch nói chung, du lịch sinh thái nói riêng phát triển. Hiện nay, hạ tầng giao thông đến trung tâm Kon Plông rất thuận lợi. Theo đó, Măng Đen có quốc lộ 24 đi qua, nằm cách TP. Kon Tum cũ khoảng 50 km về phía đông bắc và cách TP. Quảng Ngãi khoảng 140 km về phía Tây Nam và trong tương lai sẽ triển khai Dự án cao tốc Quảng Ngãi - Kon Tum sẽ góp phần tạo điều kiện cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng.

Đặc biệt, ngày 20/8/2023, làm việc với Ban Thường vụ Tỉnh ủy Kon Tum, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã đồng ý chủ trương bổ sung Sân bay Măng Đen vào Quy hoạch cảng hàng không theo đề xuất của tỉnh Kon Tum (Quảng Ngãi). Trước đó, vào tháng 9/2022, tỉnh Kon Tum kiến nghị Bộ Giao thông vận tải đưa Măng Đen vào Quy hoạch Cảng hàng không 2021-2030, tầm nhìn đến 2050. Chi phí đầu tư sân bay là 4.000 tỷ đồng. Sân bay Măng Đen dự kiến có quy mô cấp 4E (có thể đón được các loại máy bay thân rộng như Boeing 787, Airbus A350), diện tích đất khoảng 350 ha, công suất thiết kế từ 3 đến 5 triệu lượt hành khách mỗi năm, đặt tại Măng Đen.

Cùng với đó, nhiều chính sách với tầm nhìn dài hạn cho sự phát triển bền vững đối với du lịch nói chung, du lịch sinh thái nói riêng đã được ban hành. Điển hình có thể kể tới: Xác định phát triển du lịch là một trong những lợi thế lớn của xã, ngày 19/4/2016, Ban Chấp hành Đảng bộ huyện Kon Plông khóa XVIII đã ban hành Nghị quyết số 02-NQ/HU về đẩy mạnh phát triển khu du lịch sinh thái Măng Đen, huyện Kon Plông đến năm 2025. Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Quyết định số 1492/QĐ-TTg, ngày 29/11/2023 về phê duyệt Nhiệm vụ Quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch Măng Đen, tỉnh Quảng Ngãi đến năm 2045. Mục tiêu của Nhiệm vụ Quy hoạch chung là xây dựng và phát triển Khu du lịch Măng Đen trở thành một trong những động lực phát triển du lịch cả nước.

Phân đầu đến năm 2045, Khu du lịch Măng Đen trở thành trung tâm du lịch, nghỉ dưỡng, văn hóa tâm cổ quốc gia và khu vực, với hệ thống hạ tầng xã hội và kỹ thuật, cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại, sản phẩm du lịch đa dạng, chất lượng cao, có thương hiệu và khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực.

Ngày 08/10/2024, Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Hồng Hà đã ký ban hành Quyết định số 1128/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch Măng Đen, tỉnh Quảng Ngãi đến năm 2045. Theo đó, phạm vi lập quy hoạch bao gồm diện tích tự nhiên của Măng Đen và 5 xã: Măng Bút, Đắk Tăng, Măng Vành, Hiếu và Pờ Ê, Kon Plông, với quy mô diện tích là 90.153ha.

Về tính chất, chức năng, Khu du lịch Măng Đen là khu du lịch nằm trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Quốc gia với trọng tâm là các hoạt động kinh tế du lịch khai thác các lợi thế độc đáo về điều kiện khí hậu, cảnh quan tự nhiên và nét văn hóa truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc của địa phương. Khu du lịch Măng Đen có vai trò, động lực quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là phát triển du lịch, thương mại, dịch vụ cho tỉnh, khu vực Tây Nguyên và cả nước. Bảo đảm quốc phòng, an ninh, thích ứng với biến đổi khí hậu; nâng cao chất lượng, ổn định đời sống nhân dân.

Khu du lịch Măng Đen phát triển theo mô hình phân tán, đa trung tâm gắn kết với hệ sinh thái rừng tự nhiên: 02 hành lang phát triển (dọc tuyến quốc lộ 24 và dọc tuyến tỉnh lộ 676); 3 trung tâm du lịch (trung tâm du lịch chính - thị trấn Măng Đen và đô thị Măng Cành; 2 trung tâm du lịch vệ tinh, tương hỗ phía Bắc - đô thị Măng Bút và

xã Đăk Tăng; phía Đông - đô thị Hiếu và Pờ Ê); 4 đô thị (thị trấn Măng Đen và các đô thị Măng Cành, Măng Bút, Hiếu).

2.3.6. Thực trạng phát triển du lịch sinh thái ở Măng Đen

Hiện nay, đến với thị trấn Măng Đen, khách du lịch chủ yếu tham quan Khu du lịch sinh thái Măng Đen. Đây là khu du lịch tọa lạc tại thị trấn cùng tên, thuộc địa phận huyện Kon Plông, tỉnh Kon Tum, nay thuộc tỉnh Quảng Ngãi. Nơi đây là một vùng đất có địa thế khá đẹp, được bao quanh bởi những cánh rừng thông Măng Đen và những đồi núi thấp. Với địa thế ấy, Khu du lịch sinh thái Măng Đen sở hữu tất cả những đặc trưng thú vị của một vùng đất ôn đới như khí hậu mát mẻ, thời tiết khô ráo và sẽ hơi se lạnh vào những thời điểm như đêm khuya hoặc sáng sớm. Cách trung tâm TP. Kon Tum cũ không quá xa (khoảng 55 km), Khu du lịch sinh thái Măng Đen được coi là khu du lịch trọng điểm của khu vực Tây Nguyên.

Theo thống kê của UBND huyện Kon Plông (Quảng Ngãi), những năm gần đây, lượng khách đến với Khu du lịch sinh thái Măng Đen tăng nhanh chóng. Giai đoạn 2016-2025, Khu du lịch sinh thái Măng Đen đã đón gần 3,5 triệu lượt khách, trong đó có khoảng 35.000 lượt khách quốc tế.

Nguồn thu từ du lịch cũng ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ, với doanh thu đạt 180 tỷ đồng năm 2022, 110 tỷ đồng năm 2023 và hơn 420 tỷ đồng năm 2024. Riêng trong gần 2 tháng đầu năm 2025, Khu du lịch này cũng đón hơn 370.000 lượt khách, thu về gần 100 tỷ đồng từ các dịch vụ lưu trú, nhà hàng, tham quan các khu, điểm du lịch. Nhìn chung, việc du khách đến với Khu du lịch sinh thái Măng Đen ngày càng đông đã khẳng định vị thế là điểm đến du lịch sinh thái xanh, sạch, đẹp, với thiên nhiên hoang sơ và sự thân thiện, hiếu khách của người dân địa phương.

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được, phát triển du lịch sinh thái Măng Đen cũng đang đặt ra một số hạn chế, bất cập. Theo đó, vấn đề đặt ra khá bất cập trong phát triển du lịch nói chung, du lịch sinh thái ở Măng Đen nói riêng hiện nay là, ý thức của nhiều du khách vẫn chưa cao, vẫn còn tình trạng du khách vứt rác bừa bãi; số lượng điểm thu gom rác chưa đủ và bố trí chưa hợp lý, chưa đáp ứng vào dịp lễ, Tết; chưa có hệ thống thu gom, xử lý nước thải sinh hoạt tập trung.

Bên cạnh đó, chất lượng cơ sở lưu trú du lịch vẫn còn nhiều hạn chế. Cùng với đó, Tỉnh cũng chưa tổ chức xúc tiến, quảng bá sâu rộng hình ảnh, sản phẩm du lịch Quảng Ngãi đến thị trường quốc tế. Ngoài ra, sản phẩm du lịch sinh thái còn đơn điệu, trùng lặp với sản phẩm du lịch của các địa phương thuộc vùng Tây Nguyên.

2.4. Tham khảo một số chương trình du lịch sinh thái tại Măng Đen của các công ty lữ hành

Chương trình 1: Tour Măng Đen 3 ngày 2 đêm - Công ty DANAGO ⁸

Ngày 1: Đà Nẵng - Kon Tum

Khởi hành từ Đà Nẵng, tham quan Nhà thờ gỗ Kon Tum, Cầu treo Kon Klor, Nhà rông Kon Klor, Tòa Giám Mục.

Tối thưởng thức đặc sản Tây Nguyên, nghỉ đêm tại Kon Tum.

Ngày 2: Gia Lai - Măng Đen

Tham quan Đồi chè Biển Hồ T'Nung, Chùa Minh Thành, Biển Hồ Gia Lai.

Đến Măng Đen tham quan Tượng Đức Mẹ, Hồ Đăk Ke, Làng văn hóa Kon Pring.

Tối tự do tham quan Măng Đen về đêm.

Ngày 3: Măng Đen - Đà Nẵng

Tùy chọn săn mây buổi sáng.

Tham quan Chùa Khánh Lâm, Thác Pa Sỷ, Quảng trường Măng Đen.

Trải nghiệm hái dâu tây tại vườn nông nghiệp công nghệ cao.

11h30: Ăn trưa, khởi hành về Đà Nẵng.

Dịch vụ bao gồm: Xe đưa đón, lưu trú khách sạn, các bữa ăn theo chương trình, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch.

Chương trình 2: Tour Măng Đen 2 ngày 1 đêm - Công ty Tuấn Nguyễn Travel⁹

Ngày 1: Đà Nẵng - Thác Pa Sỷ - Măng Đen

06h00: Khởi hành từ Đà Nẵng.

12h00: Ăn cơm đặc sản, nhận phòng khách sạn.

⁸ <https://danago.vn/tour-mang-den-3-ngay-2-dem>

⁹ <https://www.tuannguyentravel.com/606-tour-da-nang-mang-den.html>

Chiều: Tham quan Khu du lịch Sinh thái Thác Pa Sỷ tại làng Kon Tu Răng của đồng bào Mơ Nâm, ngắm vườn tượng gỗ dân gian.

18h00: Ăn tối, tự do tham quan Măng Đen về đêm.

Ngày 2: Tượng Đức Mẹ - Hồ Đắc Ke - Đà Nẵng

Tham quan Tượng Đức Mẹ Măng Đen.

Tham quan Hồ Đắc Ke, hồ lớn nhất trong hệ thống 7 hồ diện tích 3ha, trải nghiệm đập vệt, xe đạp nước.

13h30: Ăn trưa, khởi hành về Đà Nẵng lúc 17h30.

Dịch vụ bao gồm: Xe đưa đón, hướng dẫn viên suốt chuyến, 4 bữa ăn chính, bảo hiểm du lịch 30 triệu đồng/vụ.

Chương trình 3: Tour Măng Đen 3 ngày 2 đêm - Công ty VITRACO Tour¹⁰

Ngày 1: Đà Nẵng - Đường số 24 - Măng Đen

06h00: Xe đón khách tại Đà Nẵng, dừng ăn sáng dọc đường.

Trưa: Ăn trưa nhà hàng địa phương, nhận phòng.

Chiều: Check-in Đường số 24, tham quan trung tâm thị trấn, dạo phố đi bộ Măng Đen.

Ngày 2: Tượng Đức Mẹ - Chùa Khánh Lâm - Hồ Toong Đam - Rừng thông

Tham quan Tượng Đức Mẹ Măng Đen, Chùa Khánh Lâm trên đỉnh đồi cao.

Thăm Hồ Toong Đam, dạo rừng thông nguyên sinh, Khu du lịch hồ Đam Bri.

Tùy chọn tham gia giao lưu Cồng chiêng Tây Nguyên buổi tối.

Ngày 3: Thác Pa Sỷ - Làng Kon Tu Răng - Đà Nẵng

Tùy chọn săn mây buổi sáng.

Tham quan Thác Pa Sỷ, ngắm vườn tượng gỗ hơn 100 bức, xuống 186 bậc thang đến thác.

11h30: Ăn trưa, khởi hành về Đà Nẵng.

Chương trình 4: Tour Đà Nẵng - Gia Lai - Kon Tum - Măng Đen 4 ngày 3 đêm - Công ty Latour¹¹

¹⁰ <https://vitracotour.com/tour/tour-du-lich-mang-den-tu-da-nang/>

¹¹ <https://tourdulichmangden.vn/tour-da-nang-gia-lai-kon-tum-4-ngay-3-dem>

Ngày 1: Đà Nẵng - Gia Lai

06h00: Hướng dẫn viên đón khách tại Đà Nẵng khởi hành đi Gia Lai.

Tham quan Biển Hồ T'Nung "Đôi mắt Pleiku", Đồi chè Biển Hồ, Đường thông 100 tuổi.

Tham quan Chùa Minh Thành với kiến trúc độc đáo phong cách Nhật Bản và Trung Quốc.

Tối thưởng thức đặc sản địa phương, tự do khám phá Pleiku về đêm.

Ngày 2: Gia Lai - Măng Đen

Sáng: Ăn sáng, trả phòng, di chuyển đến Măng Đen.

Trưa: Ăn trưa tại Măng Đen, nhận phòng khách sạn.

Chiều: Tham quan Tượng Đức Mẹ Măng Đen, Hồ Đăk Ke, Làng văn hóa Kon Pring, tìm hiểu đời sống đồng bào M'Nâm.

Tham quan vườn cà chua, vườn dâu tây, trải nghiệm hái dâu tây.

Tối: Tùy chọn Gala Dinner kết hợp lễ hội công chiêng.

Ngày 3: Khám phá Măng Đen

Tham quan Thác Pa Sỹ cao 45m, ngắm vườn tượng gỗ dân gian.

Tham quan Chùa Khánh Lâm, Quảng trường Măng Đen.

Tối nghỉ ngơi tại Măng Đen.

Ngày 4: Măng Đen - Kon Tum - Đà Nẵng

Ăn sáng, trả phòng, di chuyển về Kon Tum.

Tham quan Cầu treo Kon Klor, Nhà rông Kon Klor, Nhà thờ gỗ Kon Tum, Tòa Giám Mục.

13h00: Khởi hành về Đà Nẵng.

18h00: Về đến Đà Nẵng, kết thúc hành trình.

Dịch vụ bao gồm: Xe đưa đón từ Đà Nẵng suốt tuyến, lưu trú khách sạn 2–3 sao, 3 bữa sáng và 7 bữa ăn chính, vé tham quan, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch.

Bảng 2.6. So sánh các chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen của các công ty lữ hành

Công ty	UÙ ĐIỂM	HẠN CHẾ	NHẬN XÉT
Công ty DANAGO 3N2Đ	- Lịch trình phong phú, kết hợp nhiều điểm đến tại 3 tỉnh Kon Tum, Gia Lai và Măng Đen - Giá hợp lý: 2.950.000đ/khách - Đa dạng loại hình trải nghiệm: văn hóa, sinh thái, tâm linh	- Di chuyển qua 3 tỉnh trong 3 ngày, quãng đường dài gây mệt mỏi - Lịch trình dày đặc, thời gian nghỉ ngơi giữa các điểm còn ít - Chưa phân khúc đối tượng khách hàng rõ ràng	Lịch trình di chuyển quá nhiều, không phù hợp thể trạng người cao tuổi
Công ty Tuấn Nguyễn Travel 2N1Đ	- Giá cạnh tranh nhất: từ 1.190.000đ/khách - Lịch trình gọn nhẹ, không quá dày đặc	- Thời gian quá ngắn, chỉ 2 ngày 1 đêm, chưa đủ để trải nghiệm sâu Măng Đen - Số lượng điểm tham quan còn ít, chưa đa dạng - Không có thời gian nghỉ dưỡng thực sự - Chưa có sự điều chỉnh về nhịp độ phù hợp với người cao tuổi	Phù hợp một phần Giá tốt, lịch trình nhẹ nhàng nhưng thời gian quá ngắn, chưa đủ nghỉ dưỡng
Công ty VITRACO Tour 3N2Đ	- Lịch trình cân bằng giữa thiên nhiên, văn hóa và tâm linh - Nhịp độ tương đối linh hoạt, có thời gian tự do buổi tối - Tập trung tại Măng Đen, không di chuyển nhiều tỉnh thành	- Chưa có chế độ ăn uống riêng phù hợp thể trạng người cao tuổi - Chưa có phương tiện hỗ trợ đi lại cho người khó di chuyển - Chưa phân khúc sản phẩm rõ ràng cho từng đối tượng	Phù hợp một phần Nhịp độ tương đối linh hoạt nhưng thiếu dịch vụ hỗ trợ đặc thù cho người cao tuổi
Công ty TNHH Du Lịch Latour 4N3Đ	- Hành trình dài nhất, trải nghiệm toàn diện nhất trong 4 chương trình - Bao phủ nhiều điểm đến đặc sắc: Gia Lai, Măng Đen, Kon Tum - Có tùy chọn Gala Dinner kết hợp lễ hội cồng chiêng Tây Nguyên - Dịch vụ ăn uống đầy đủ: 3 bữa sáng và 7 bữa ăn chính	- Di chuyển nhiều nhất trong 4 chương trình, qua 3 tỉnh thành - Lịch trình dày đặc, thời gian dừng chân tại mỗi điểm còn hạn chế - Không có phương tiện hỗ trợ đi lại cho người khó di chuyển - Không điều chỉnh nhịp độ phù hợp cho người cao tuổi - Giá cao nhất: 3.450.000đ/khách	Chưa phù hợp Hành trình quá dài và di chuyển nhiều, không phù hợp thể trạng người cao tuổi.

(Nguồn: Phân tích của tác giả)

Qua việc phân tích bốn chương trình du lịch sinh thái Măng Đen tiêu biểu của các công ty lữ hành khởi hành từ Đà Nẵng, có thể rút ra một số bài học như sau:

Về thiết kế lịch trình, các chương trình hiện có đều xây dựng theo hướng đại trà, ưu tiên số lượng điểm tham quan thay vì chất lượng trải nghiệm tại từng điểm. Điều này dẫn đến lịch trình dày đặc, di chuyển nhiều và thời gian nghỉ ngơi giữa các hoạt động không đủ. Chương trình dành cho người cao tuổi cần được thiết kế theo nguyên tắc ưu tiên trải nghiệm, thời gian thư giãn và trải nghiệm có chiều sâu tại từng điểm dừng chân thay vì chạy theo số lượng địa điểm.

Về nhịp độ di chuyển, tất cả bốn chương trình đều có quãng đường di chuyển lớn, đặc biệt các tour 3 và 4 ngày phải di chuyển qua nhiều tỉnh thành trong thời gian ngắn. Đây là hạn chế lớn nhất khi áp dụng cho người cao tuổi. Chương trình mới cần kiểm soát chặt chẽ tổng quãng đường di chuyển mỗi ngày, bố trí thời gian dừng chân nghỉ ngơi hợp lý giữa các điểm tham quan và lựa chọn phương tiện di chuyển êm ái, tiện nghi.

Về dịch vụ hỗ trợ chuyên biệt, không có chương trình nào trong số bốn chương trình được khảo sát có dịch vụ y tế đi kèm, hỗ trợ đi lại cho người khó di chuyển hay chế độ ăn uống điều chỉnh phù hợp thể trạng người cao tuổi. Đây chính là khoảng trống lớn nhất mà chương trình của Việt Đà cần lấp đầy thông qua việc trang bị túi thuốc sơ cứu, bố trí hướng dẫn viên có kiến thức y tế cơ bản, thiết kế thực đơn ăn uống mềm và dễ tiêu hóa.

Về giá trị trải nghiệm sinh thái, các chương trình hiện có đều đưa khách đến Măng Đen nhưng chủ yếu tập trung vào tham quan điểm đến mà chưa khai thác sâu các giá trị sinh thái như thiền định trong rừng thông, hoạt động trải nghiệm nông nghiệp nhẹ nhàng hay giao lưu văn hóa cộng đồng bản địa. Đây là những hoạt động rất phù hợp và hấp dẫn với người cao tuổi, cần được tích hợp vào chương trình mới.

Về phân khúc thị trường, tất cả các chương trình đang phục vụ đối tượng khách đại trà mà chưa có sự định vị rõ ràng cho từng nhóm khách hàng cụ thể. Việc Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà xây dựng một chương trình được định vị chuyên biệt cho người cao tuổi sẽ tạo ra sự khác biệt rõ ràng trên thị trường, giúp thu hút đúng đối tượng khách hàng mục tiêu và nâng cao lòng trung thành thương hiệu trong phân khúc này.

2.5. Nhu cầu tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen của người cao tuổi tại Đà Nẵng

2.5.1. Thiết kế khảo sát

Để phục vụ cho việc xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng – Măng Đen dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà, tác giả đã tiến hành khảo sát thực tế đối với người cao tuổi sinh sống tại thành phố Đà Nẵng. Cuộc khảo sát được thực hiện thông qua phiếu hỏi trực tuyến (Google Forms) với tổng số 202 phiếu hợp lệ được thu về.

Nội dung phiếu khảo sát được thiết kế gồm 04 phần chính: (1) Thông tin chung và nhu cầu đi du lịch; (2) Mức độ hiểu biết về du lịch sinh thái Măng Đen; (3) Đánh giá nhu cầu, kỳ vọng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình; (4) Đề xuất và ý kiến đối với chương trình tour của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

Link khảo sát: <https://forms.gle/xnfwKYQrCfbyH2eL7>

2.5.2. Đặc điểm nhân khẩu học và hành vi du lịch của người cao tuổi

Trong tổng số 202 phiếu khảo sát thu được, cơ cấu giới tính tương đối cân bằng với 105 người là nữ (chiếm 52,0%) và 97 người là nam (chiếm 48,0%). Sự cân bằng về giới tính này đảm bảo dữ liệu khảo sát phản ánh được nhu cầu và mong muốn của cả hai giới đối với chương trình du lịch sinh thái Măng Đen.

Về độ tuổi, nhóm từ 61 - 70 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất với 116 người (57,4%), tiếp đến là nhóm 55 - 60 tuổi với 54 người (26,7%) và nhóm trên 70 tuổi với 32 người (15,8%).

Người cao tuổi tại Đà Nẵng có nhu cầu đi du lịch khá cao. Có tới 116 người (57,4%) đi du lịch trên 2 lần/năm và 56 người (27,7%) đi du lịch 1 - 2 lần/năm. Tổng cộng 85,1% người cao tuổi được khảo sát đã từng đi du lịch, chỉ 14,9% chưa bao giờ đi du lịch.

Về hình thức, 81,2% người cao tuổi ưu tiên các hình thức có sự hỗ trợ của công ty du lịch (47,0% chọn tour trọn gói và 34,2% chọn kết hợp), chỉ 18,8% đi tự túc. Đây là cơ sở quan trọng để Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà xây dựng các gói tour chuyên nghiệp, đầy đủ dịch vụ phục vụ nhóm khách hàng này.

Về đối tượng đi cùng, người cao tuổi thường đi du lịch cùng gia đình, con cháu (43,6%), bạn bè cùng độ tuổi (32,2%) và các câu lạc bộ, hội người cao tuổi (20,3%). Chỉ 4,0% đi một mình. Đặc điểm cộng đồng này gợi ý Công ty cần đẩy mạnh việc liên kết với các hội người cao tuổi, hội phụ nữ phường, câu lạc bộ hưu trí để khai thác khách hàng theo nhóm.

Bảng 2.7. Tổng hợp đặc điểm hành vi du lịch của người cao tuổi

Tiêu chí	Nội dung	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tần suất đi du lịch trong năm	Trên 2 lần/năm	116	57.4%
	1 – 2 lần/năm	56	27.7%
	Chưa bao giờ đi du lịch	30	14.9%
Hình thức đi du lịch ưa thích	Tour trọn gói	95	47.0%
	Kết hợp (một phần tự túc, một phần theo tour)	69	34.2%
	Tự túc hoàn toàn	38	18.8%
Đối tượng thường đi cùng	Gia đình / con cháu	88	43.6%
	Bạn bè / người quen cùng độ tuổi	65	32.2%
	Câu lạc bộ / hội người cao tuổi	41	20.3%
	Một mình	8	4.0%
Thời gian chuyến đi ưa thích	Trên 3 ngày	79	39.1%
	2 ngày 1 đêm	61	30.2%
	3 ngày 2 đêm	52	25.7%
	1 ngày (trong ngày)	10	5.0%
Mức chi tiêu cho 1 chuyến du lịch	3 – 5 triệu đồng	105	52.0%
	Trên 5 triệu đồng	67	33.2%

Tiêu chí	Nội dung	Số lượng	Tỷ lệ (%)
	Dưới 3 triệu đồng	30	14.9%
Trải nghiệm với điểm đến Măng Đen	Chưa đến Măng Đen	116	57.4%
	Đã đến Măng Đen	86	42.6%
Tổng số phiếu khảo sát hợp lệ		202	100.0%

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Về thời gian chuyến đi, 95,0% người cao tuổi ưa thích chuyến đi từ 2 ngày trở lên (39,1% chọn trên 3 ngày, 30,2% chọn 2 ngày 1 đêm và 25,7% chọn 3 ngày 2 đêm).

Về mức chi tiêu, có tới 85,1% người cao tuổi sẵn sàng chi từ 3 triệu đồng trở lên cho một chuyến du lịch (52,0% ở mức 3 - 5 triệu và 33,2% trên 5 triệu). Đây là phân khúc có khả năng chi trả tương đối tốt.

Về trải nghiệm với điểm đến, 57,4% người cao tuổi chưa từng đến Măng Đen, đây vừa là thách thức trong công tác truyền thông, vừa là cơ hội lớn để khai thác lượng khách mới đông đảo. Đối với 42,6% đã từng đến, đây có thể là nhóm khách hàng quan trọng giúp lan tỏa hình ảnh điểm đến đến người thân, bạn bè.

2.5.3. Yếu tố hấp dẫn của du lịch sinh thái Măng Đen

Bảng 2.8. Các yếu tố thu hút người cao tuổi đến với du lịch sinh thái Măng Đen

STT	Yếu tố thu hút	Số lượng (người)
1	Nghỉ dưỡng, phục hồi sức khỏe trong thiên nhiên	119
2	Khám phá cảnh quan thiên nhiên (hồ, thác, rừng thông)	106
3	Khí hậu mát mẻ, trong lành, tốt cho sức khỏe	98
4	Trải nghiệm văn hóa các dân tộc thiểu số Tây Nguyên	96
5	Thưởng thức ẩm thực đặc sản vùng cao	91
6	Tham quan điểm tâm linh (Tượng Đức Mẹ Măng Đen)	86

STT	Yếu tố thu hút	Số lượng (người)
7	Không gian yên tĩnh, tránh xa sự ồn ào đô thị	78
8	Chụp ảnh, ghi lại kỷ niệm tại vùng cao Tây Nguyên	49

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Yếu tố thu hút mạnh nhất là nghỉ dưỡng, phục hồi sức khỏe trong thiên nhiên với 119 lựa chọn, tiếp đến là khám phá cảnh quan thiên nhiên, khí hậu mát mẻ, trong lành và trải nghiệm văn hóa các dân tộc thiểu số. Yếu tố tham quan điểm tâm linh, tượng Đức Mẹ Măng Đen cũng được 86 người cao tuổi quan tâm. Kết quả này khẳng định ba trục giá trị cốt lõi mà chương trình du lịch sinh thái Măng Đen cần khai thác: (1) sức khỏe, nghỉ dưỡng, khí hậu, (2) thiên nhiên, cảnh quan, (3) văn hóa, tâm linh.

2.5.4. Nhu cầu và kỳ vọng của người cao tuổi đối với chương trình du lịch sinh thái Măng Đen

Mức độ quan tâm đối với các trải nghiệm du lịch sinh thái Măng Đen

Bảng 2.9. Mức độ quan tâm của người cao tuổi đối với các trải nghiệm tại Măng Đen

STT	Nội dung	Điểm TB
1	Tham quan làng du lịch cộng đồng Kon Bring, tìm hiểu văn hóa dân tộc thiểu số Viêng thăm Tượng Đức Mẹ Măng Đen và các điểm tâm linh	4,56
2	Viêng thăm Tượng Đức Mẹ Măng Đen và các điểm tâm linh	4,5
3	Trải nghiệm nông nghiệp xứ lạnh (trang trại rau, hoa, dâu tây)	4,49
4	Thưởng thức ẩm thực đặc sản Măng Đen (gà nướng, cơm lam, lẩu xuyên tiêu, sâm dây)	4,35
5	Giao lưu văn hóa công chiêng Tây Nguyên và các lễ hội bản địa	4,28
6	Khám phá thác nước, suối nhỏ và các cung đường trekking nhẹ nhàng	4,21

7	Mua sắm đặc sản địa phương (sâm dây, rượu vang sim, dược liệu rừng)	4,19
8	Tham quan Nhà thờ gỗ Kon Tum và các công trình kiến trúc trên đường	4,19
9	Nghỉ dưỡng, thư giãn tại các resort/homestay giữa thiên nhiên	4,16
10	Tham gia thiền định, yoga hoặc các hoạt động phục hồi sức khỏe	4,16
11	Trải nghiệm đi dạo, hít thở không khí trong lành dưới tán rừng thông	4,13
12	Tham quan cảnh quan thiên nhiên (hồ Đăk Ke, thác Pa Sỹ, rừng thông)	3,81

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả cho thấy 11/12 trải nghiệm có điểm trung bình từ 4,0 trở lên, chứng tỏ người cao tuổi có mức độ quan tâm cao đối với hầu hết các trải nghiệm du lịch sinh thái tại Măng Đen. Đáng chú ý:

Ba trải nghiệm được quan tâm cao nhất là viếng thăm Tượng Đức Mẹ Măng Đen và các điểm tâm linh (4,56), tham quan làng du lịch cộng đồng Kon Bring (4,5) và trải nghiệm nông nghiệp xứ lạnh (4,49). Đây phản ánh đúng đặc điểm tâm lý của người cao tuổi: nhu cầu tâm linh, nhu cầu khám phá văn hóa bản địa và sự yêu thích các trải nghiệm gắn với nông nghiệp.

Ẩm thực đặc sản Măng Đen cũng được đánh giá rất cao (4,35) cho thấy yếu tố ẩm thực địa phương là điểm nhấn quan trọng cần đưa vào chương trình tour. Việc trải nghiệm món gà nướng, cơm lam, lẩu xuyên tiêu, sâm dây kết hợp giao lưu văn hóa công chiêng (4,28) sẽ tạo nên những kỷ niệm khó quên.

Các hoạt động vận động nhẹ như khám phá thác nước, trekking nhẹ và đi dạo, hít thở không khí trong lành dưới rừng thông đều được đánh giá cao. Các hoạt động nghỉ dưỡng tại resort/homestay và thiền định, yoga cho thấy nhu cầu phục hồi sức khỏe chăm sóc bản thân vẫn là một trục giá trị cốt lõi đối với người cao tuổi.

Mức độ kỳ vọng đối với chương trình du lịch sinh thái Măng Đen

Theo kết quả khảo sát, ba tiêu chí được kỳ vọng cao nhất đều liên quan đến yếu tố tiện nghi an toàn: chất lượng lưu trú (4,48), phương tiện di chuyển an toàn êm ái (4,43) và hướng dẫn viên nhiệt tình am hiểu (4,41).

Các tiêu chí về chăm sóc sức khỏe đều được đánh giá rất cao: chế độ ăn uống phù hợp (4,34) và dịch vụ hỗ trợ y tế (4,30). Đây là tiêu chí tạo lợi thế cạnh tranh rõ rệt cho gói tour người cao tuổi so với các tour thông thường. Các tiêu chí về lịch trình nhẹ nhàng, ít di chuyển (4,20) và có thời gian tự do khám phá, nghỉ dưỡng (4,19) đều được đánh giá cao. Điều này cho thấy người cao tuổi muốn có chương trình thư giãn nhưng vẫn có hoạt động. Yếu tố giá cả (4,15) tuy quan trọng nhưng không phải là yếu tố hàng đầu.

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình

Bảng 2.10. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình

STT	Nội dung	Điểm TB
1	Uy tín của công ty du lịch	4,41
2	Chương trình khuyến mãi, ưu đãi dành cho người cao tuổi	4,37
3	Lịch trình nhẹ nhàng, phù hợp sức khỏe	4,36
4	Sự tiện lợi trong đặt tour và thanh toán	4,18
5	Giá tour phù hợp	4,15
6	Đánh giá, review của khách hàng trước	4,12
7	Dịch vụ hỗ trợ y tế và chăm sóc sức khỏe trong tour	3,91
8	Ý kiến của người thân	3,71

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả cho thấy yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất là uy tín của công ty du lịch (4,41). Tiếp đến là chương trình khuyến mãi, ưu đãi cho người cao tuổi (4,37) và lịch trình nhẹ nhàng phù hợp sức khỏe (4,36).

Uy tín thương hiệu là yếu tố quyết định hàng đầu. Người cao tuổi không sẵn sàng mạo hiểm với những công ty không tên tuổi, họ cần sự đảm bảo về chất lượng và sự an tâm. Ưu đãi dành riêng cho người cao tuổi có tác động rất lớn. Sự tiện lợi trong đặt tour và thanh toán cũng được quan tâm. Công ty cần thiết kế các kênh đặt tour đơn giản, có hỗ trợ qua điện thoại trực tiếp, có dịch vụ tư vấn tận nhà cho người cao tuổi không quen sử dụng công nghệ.

Mong muốn về chương trình tour du lịch sinh thái Măng Đen

Có tới 68,3% người được khảo sát đã nghe tên nhưng chưa sử dụng dịch vụ của Công ty Việt Đà, 15,8% đã sử dụng dịch vụ và 15,8% chưa biết. Như vậy, độ nhận diện thương hiệu của Việt Đà là khá tốt, nhưng tỷ lệ chuyển đổi từ biết thành khách hàng còn thấp.

Phần lớn người cao tuổi mong muốn lưu trú tại khách sạn cao cấp 4 - 5 sao (42,1%) hoặc resort/khu nghỉ dưỡng sinh thái (30,2%). Chỉ 14,4% chọn khách sạn 3 sao và 13,4% chọn homestay.

Về phương tiện vận chuyển, hơn một nửa số người được khảo sát sẵn sàng theo sắp xếp của Công ty và 23,8% chọn xe du lịch đoàn.

Hình thức tour được ưa chuộng nhất là tour trọn gói, tiếp theo là tour bán trọn gói và chỉ 20,3% tự túc. Như vậy, người cao tuổi muốn có sự hỗ trợ của Công ty ở các mức độ khác nhau.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã tập trung phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà, đánh giá tiềm năng phát triển du lịch sinh thái tại Măng Đen và khảo sát nhu cầu của người cao tuổi Đà Nẵng đối với loại hình du lịch này.

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà là doanh nghiệp lữ hành có uy tín tại Đà Nẵng với đội ngũ nhân sự trẻ, trình độ chuyên môn cao và kết quả kinh doanh tăng trưởng liên tục trong giai đoạn 2023 - 2025. Đây là nền tảng vững chắc để Công ty đầu tư phát triển sản phẩm mới hướng đến phân khúc người cao tuổi.

Măng Đen là địa phương sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch sinh thái phong phú với khí hậu ôn đới mát mẻ quanh năm, hệ thống bảy hồ ba thác, rừng thông tự nhiên

rộng lớn cùng bản sắc văn hóa Tây Nguyên đặc sắc. Du lịch sinh thái Măng Đen là sản phẩm du lịch đặc thù gắn liền với giá trị thiên nhiên và văn hóa bản địa, tạo nên lợi thế cạnh tranh khó sao chép.

Kết quả khảo sát nhu cầu người cao tuổi Đà Nẵng cho thấy đây là phân khúc có khả năng chi trả tốt, nhu cầu nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe cao và thái độ tích cực đối với du lịch sinh thái Măng Đen với 92,6% thể hiện sự quan tâm tham gia. Người cao tuổi mong muốn chương trình tour có lịch trình nhẹ nhàng, dịch vụ tiện nghi an toàn và khai thác ba trục giá trị: sức khỏe nghỉ dưỡng, thiên nhiên cảnh quan, văn hóa tâm linh. Tuy vậy, phân khúc này chưa được các doanh nghiệp lữ hành khai thác một cách hệ thống và chuyên biệt, mở ra khoảng trống thị trường đáng chú ý cho Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà.

Những phân tích về thực trạng doanh nghiệp, tiềm năng điểm đến và nhu cầu thị trường nêu trên là căn cứ thực tiễn quan trọng để tác giả đề xuất xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà ở Chương 3.

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH SINH THÁI ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN DÀNH CHO NGƯỜI CAO TUỔI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT ĐÀ

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà đã xác định những định hướng phát triển chiến lược trong giai đoạn 2026 - 2030 nhằm khẳng định vị thế trên thị trường du lịch miền Trung và mở rộng phạm vi hoạt động ra phạm vi toàn quốc.

Công ty xác định củng cố vị thế trên thị trường du lịch miền Trung và mở rộng thị phần khách nội địa là định hướng nền tảng. Với trụ sở đặt tại Đà Nẵng, Công ty tiếp tục phát huy lợi thế địa lý của thành phố cửa ngõ kết nối các điểm đến nổi tiếng như Hội An, Huế, Quảng Trị và Tây Nguyên để xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, chất lượng cao. Bên cạnh việc duy trì các tour truyền thống đã tạo dựng được uy tín, Công ty chú trọng phát triển các tuyến du lịch mới, độc đáo, có chiều sâu trải nghiệm, gắn với các điểm đến đang nổi lên mạnh mẽ trên bản đồ du lịch Việt Nam như Măng Đen, Lý Sơn, Phong Nha Kẻ Bàng.

Công ty định hướng đa dạng hóa sản phẩm theo hướng chuyên biệt cho từng phân khúc khách hàng cụ thể. Thay vì phục vụ đại trà như nhiều doanh nghiệp lữ hành khác trên thị trường, Công ty xác định cần xây dựng các sản phẩm tour được thiết kế riêng phù hợp với từng nhóm đối tượng, từ khách hàng trẻ tuổi năng động, khách hàng gia đình, khách hàng doanh nghiệp trong lĩnh vực MICE cho đến khách hàng cao tuổi.

Công ty đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và chữa lành. Bám sát xu thế phát triển du lịch bền vững toàn cầu và nhu cầu tìm về thiên nhiên của du khách sau đại dịch Covid-19, Công ty định hướng tập trung khai thác các điểm đến có tài nguyên sinh thái đặc sắc trong khu vực miền Trung và Tây Nguyên. Du lịch sinh thái không chỉ phù hợp với xu hướng tiêu dùng có trách nhiệm của khách hàng hiện đại mà còn đặc biệt thích hợp với phân khúc người cao tuổi vốn có nhu cầu cao về sức khỏe, sự yên tĩnh và không gian gần gũi với thiên nhiên.

Công ty chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ và đầu tư cho nguồn nhân lực. Với nhận thức rằng chất lượng dịch vụ là yếu tố quyết định sự thành công của một doanh

nghiệp lữ hành, Công ty cam kết tiếp tục đầu tư đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, ngoại ngữ và kỹ năng phục vụ cho đội ngũ nhân viên.

Công ty đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh và quảng bá. Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong toàn ngành du lịch, Công ty định hướng đầu tư xây dựng nền tảng website chuyên nghiệp, hệ thống đặt tour trực tuyến tiện lợi, ứng dụng các công cụ marketing số trên mạng xã hội Facebook, Zalo, YouTube và TikTok để tiếp cận đa dạng đối tượng khách hàng.

Công ty hướng đến phát triển bền vững thông qua việc tăng cường liên kết với các đối tác chiến lược và cộng đồng địa phương. Mạng lưới đối tác hiện có của Công ty với các hãng hàng không, hệ thống khách sạn 3 đến 5 sao, các khu du lịch và điểm tham quan tiếp tục được duy trì và mở rộng. Đặc biệt, Công ty chú trọng xây dựng quan hệ hợp tác chặt chẽ với chính quyền địa phương, cộng đồng dân tộc thiểu số và các cơ sở cung cấp dịch vụ nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ ổn định, giá cả cạnh tranh và góp phần phát triển kinh tế cho địa phương.

3.1.2. Nhu cầu tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi

Số lượng người cao tuổi tại Đà Nẵng

Việt Nam đang trong giai đoạn già hóa dân số nhanh nhất thế giới. Theo số liệu của Cục Thống kê Việt Nam, năm 2024 cả nước có khoảng 14,2 triệu người từ 60 tuổi trở lên¹². Dự báo đến năm 2030, số người từ 60 tuổi trở lên sẽ xấp xỉ 18 triệu người, tăng gần 4 triệu người so với năm 2024. Tốc độ già hóa dân số nhanh chóng này đang định hình lại cơ cấu thị trường tiêu dùng nói chung và thị trường du lịch nói riêng, mở ra cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp lữ hành biết khai thác phân khúc khách hàng cao tuổi một cách bài bản và chuyên nghiệp.

Tại thành phố Đà Nẵng, xu hướng già hóa dân số cũng diễn ra rõ nét và có tác động trực tiếp đến cơ cấu khách hàng tiềm năng của ngành du lịch địa phương. Tính đến ngày 31/12/2023, dân số thành phố là 1.192.348 người, trong đó người cao tuổi từ 60

¹² <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/01/xu-huong-gia-hoa-dan-so-nhanh-o-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap/>

tuổi trở lên là 134.325 người, chiếm 11,27% tổng dân số¹³. Đây là con số đáng kể, cho thấy người cao tuổi tại Đà Nẵng đã trở thành một phân khúc thị trường có quy mô lớn, đủ sức tạo nên sức cầu ổn định cho các sản phẩm du lịch chuyên biệt.

Người cao tuổi tại Đà Nẵng có tổ chức hội đoàn rất phát triển và quy củ. Hội Người cao tuổi thành phố Đà Nẵng hiện có 98.980 hội viên, chiếm 73,7% tổng số người cao tuổi, sinh hoạt tại 1.172 chi hội trên địa bàn các quận, huyện, phường, xã. Sự hiện diện của hệ thống chi hội rộng khắp này tạo nên một mạng lưới gắn kết chặt chẽ giữa những người cao tuổi cùng sinh sống trên cùng địa bàn, giúp họ thường xuyên giao lưu, chia sẻ thông tin và tổ chức các hoạt động tập thể.

Đây là phân khúc thị trường giàu tiềm năng nhưng chưa được các doanh nghiệp lưu hành tại Đà Nẵng khai thác một cách hệ thống và chuyên biệt, do đó việc Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà tiên phong xây dựng chương trình du lịch sinh thái dành riêng cho người cao tuổi sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh đáng kể, đồng thời đáp ứng được nhu cầu thực tế và ngày càng tăng của nhóm khách hàng này trong những năm tới.

Nhu cầu tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen

Kết quả khảo sát 202 người cao tuổi tại Đà Nẵng đã cung cấp bức tranh đầy đủ về nhu cầu, mong muốn và kỳ vọng của nhóm khách hàng này đối với chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng và Măng Đen, là cơ sở thực tiễn quan trọng để Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà xây dựng sản phẩm phù hợp.

Người cao tuổi tại Đà Nẵng được khẳng định là phân khúc khách hàng tích cực và có nhu cầu du lịch thực sự. Đa số người được khảo sát đều có thói quen đi du lịch định kỳ trong năm, ưa thích các hình thức tour có sự hỗ trợ chuyên nghiệp của công ty lưu hành thay vì tự túc, và sẵn sàng chi trả ở mức trung bình khá cho mỗi chuyến đi. Đặc biệt, phần lớn người cao tuổi thường đi du lịch cùng gia đình, bạn bè cùng độ tuổi hoặc các hội đoàn, câu lạc bộ hưu trí, phản ánh đặc điểm tâm lý ưa cộng đồng và mong muốn được chia sẻ trải nghiệm với những người thân quen.

¹³ <https://www.vietnam.vn/danang/thanh-lap-hoi-nguoi-cao-tuoi-thanh-pho-da-nang>

Về điểm đến Măng Đen, hơn một nửa số người được khảo sát chưa từng đến đây. Đây vừa là thách thức về mặt truyền thông, vừa là cơ hội lớn để Công ty khai thác lượng khách mới đông đảo trong thời gian tới. Đối với nhóm đã từng đến Măng Đen, họ có thể đóng vai trò là kênh truyền miệng quan trọng giúp lan tỏa hình ảnh điểm đến đến người thân, bạn bè cùng độ tuổi.

Phân tích về các yếu tố thu hút cho thấy người cao tuổi quan tâm đến du lịch sinh thái Măng Đen. Một là sức khỏe và nghỉ dưỡng, thể hiện qua mong muốn được phục hồi sức khỏe trong thiên nhiên, hít thở không khí trong lành và tận hưởng khí hậu ôn đới mát mẻ. Hai là khám phá thiên nhiên và cảnh quan, đặc biệt là rừng thông, hồ và thác nước. Ba là trải nghiệm văn hóa và tâm linh, gắn với cộng đồng dân tộc thiểu số Tây Nguyên và điểm hành hương Đức Mẹ Măng Đen. Đây chính là ba trụ cột mà chương trình tour cần khai thác đồng thời để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Về mức độ quan tâm đối với các trải nghiệm cụ thể, kết quả khảo sát cho thấy hầu hết các hoạt động du lịch sinh thái đặc trưng tại Măng Đen đều được người cao tuổi đánh giá cao. Trong đó nổi bật là viếng thăm Tượng Đức Mẹ Măng Đen, tham quan làng cộng đồng Kon Bring, trải nghiệm nông nghiệp xứ lạnh và thưởng thức ẩm thực địa phương. Các hoạt động vận động nhẹ như đi dạo dưới rừng thông, khám phá thác nước hay tham gia thiền định, yoga cũng được quan tâm, cho thấy người cao tuổi mong muốn có một chương trình thư giãn nhưng vẫn có hoạt động phù hợp với thể trạng.

Về kỳ vọng đối với chất lượng chương trình tour, người cao tuổi đặt yêu cầu cao đối với các yếu tố tiện nghi và an toàn, bao gồm chất lượng lưu trú, phương tiện di chuyển êm ái, đội ngũ hướng dẫn viên nhiệt tình và am hiểu. Các tiêu chí về chăm sóc sức khỏe như chế độ ăn uống phù hợp và dịch vụ hỗ trợ y tế đi kèm cũng được đặc biệt coi trọng. Đây là những điểm tạo nên sự khác biệt cốt lõi giữa tour dành cho người cao tuổi và các tour thông thường trên thị trường. Đáng chú ý, yếu tố giá cả tuy quan trọng nhưng không phải là yếu tố hàng đầu, cho thấy người cao tuổi sẵn sàng chi trả nhiều hơn để có được chất lượng dịch vụ tốt và sự an tâm trong suốt hành trình.

Đối với các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn, uy tín của công ty du lịch là yếu tố tác động mạnh nhất, tiếp đến là chương trình khuyến mãi dành riêng cho người cao tuổi và lịch trình nhẹ nhàng phù hợp sức khỏe. Người cao tuổi không sẵn sàng mạo

hiểm với những doanh nghiệp không tên tuổi, do đó việc Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà tận dụng uy tín đã có sẵn trên thị trường Đà Nẵng kết hợp với chính sách ưu đãi riêng cho phân khúc này sẽ là chìa khóa thành công.

Về mong muốn cụ thể đối với chương trình tour, người cao tuổi ưa thích lưu trú tại các cơ sở từ phân khúc khá trở lên như khách sạn 4 đến 5 sao hoặc resort sinh thái, lựa chọn hình thức tour có sự hỗ trợ đầy đủ của công ty và mong muốn thời gian chuyến đi từ 2 đến 3 ngày để vừa có đủ thời gian trải nghiệm trọn vẹn vừa không gây mệt mỏi do di chuyển. Đặc biệt, đại đa số người được khảo sát thể hiện thái độ tích cực và sẵn sàng tham gia chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng và Măng Đen do Công ty Việt Đà tổ chức ở các mức độ khác nhau, khẳng định tiềm năng thị trường thực sự rộng mở.

3.2. Thiết kế chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Trên cơ sở định hướng phát triển của Công ty và kết quả khảo sát nhu cầu của người cao tuổi tại Đà Nẵng, tác giả tiến hành thiết kế chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành riêng cho phân khúc khách hàng cao tuổi theo quy trình 8 bước.

Bước 1: Thu thập thông tin

Thông tin về đối tượng phục vụ

Khách cao tuổi tại Đà Nẵng đi du lịch chủ yếu để nghỉ dưỡng phục hồi sức khỏe, hành hương tâm linh và khám phá văn hóa bản địa, ưu tiên không gian yên tĩnh, khí hậu mát mẻ. Mức chi cho một chuyến dao động 4 - 6 triệu đồng/người, sẵn sàng chi thêm cho ăn uống, lưu trú và bảo hiểm chất lượng. Quỹ thời gian linh hoạt, ưa chuộng chuyến 3 - 5 ngày vào các ngày trong tuần. Khách yêu cầu lịch trình thông thả không quá 2 điểm tham quan/buổi, bữa ăn mềm ít cay ít dầu mỡ, khách sạn có thang máy hoặc phòng tầng thấp, hướng dẫn viên kiên nhẫn. Nhu cầu phát sinh tập trung vào mùa khô (tháng 12 - tháng 4). Phần lớn khách có bệnh nền (huyết áp, tim mạch, xương khớp), cần tránh độ cao gây khó thở và hạn chế đi bộ trên 1 km liên tục.

Kết cấu và nội dung chương trình

Lưu trú chính tại Resort Đăk Ke Măng Đen tiêu chuẩn 3 sao (dự phòng T&T Hotel, Hung Việt Hotel). Hệ thống nhà hàng phục vụ suất 180.000 đồng gồm Cô Sinh,

In The Forest, Du Tonkin, Măng Đỏ Quán và Đăk Ke Măng Đen, ưu tiên món hấp luộc hầm. Phương tiện vận chuyển là xe 29 chỗ đời mới có máy lạnh và ghế ngả. Lộ trình thiết kế dạng vòng cung mở: Đà Nẵng - Đèo Lò Xo - Măng Đen (3 đêm) - Đà Nẵng, với 12 điểm tham quan đều có lối đi bằng phẳng hoặc dốc nhẹ. Hạ tầng đáp ứng tốt: Quốc lộ 14 và đường Hồ Chí Minh đã nâng cấp, Măng Đen có Trung tâm Y tế huyện Kon Plông, sóng viễn thông ổn định tại trung tâm thị trấn.

Công tác tổ chức thực hiện chương trình

Sản phẩm là tour trọn gói cho đoàn 20 khách, bao gồm vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn viên, bảo hiểm và quà tặng. Các đối tác chấp nhận đặt trước 15 - 20 ngày và cho phép điều chỉnh trong 7 ngày; chính sách hủy được công khai theo từng mốc thời gian. Măng Đen ở độ cao 1.200 m, khí hậu mát quanh năm (16 - 22°C); khung thời gian tối ưu là tháng 12 - tháng 4 do mùa mưa (tháng 8 - tháng 11) có sương mù và đường đèo trơn trượt. An ninh khu vực ổn định, người dân địa phương (chủ yếu dân tộc Mơ Nâm) hiếu khách; khi tham quan nhà rông và làng Kon Bring cần tôn trọng tập quán, không tự ý chạm vật thiêng.

Bước 2: Khảo sát thực tế

Tác giả tiến hành khảo sát được tiến hành theo bốn hạng mục:

Điều kiện giao thông và lộ trình di chuyển: Khảo sát thực tế cung đường Đà Nẵng - Đèo Lò Xo - Daklei - Ngọc Hồi - Măng Đen, ghi nhận chất lượng mặt đường, độ dốc và độ quanh co của đèo Lò Xo (đoạn nhạy cảm với khách cao tuổi), các điểm có thể dừng nghỉ vệ sinh (Trạm dừng Thanh Mỹ, ngã ba Ngọc Hồi), thời gian di chuyển thực tế và mật độ giao thông trên tuyến.

Cơ sở lưu trú và ăn uống: Khảo sát Resort Đăk Ke Măng Đen và hai phương án dự phòng là T&T Hotel, Hưng Việt Hotel; chụp ảnh phòng nghỉ, kiểm tra vị trí phòng tầng thấp, tình trạng thang máy/hệ thống cầu thang, ánh sáng, độ êm của nệm, hệ thống nước nóng và mức độ cách âm. Các nhà hàng Cô Sinh, In The Forest, Du Tonkin, Măng Đỏ Quán và Đăk Ke Măng Đen để đánh giá khẩu vị, độ mềm của món ăn, vệ sinh an toàn thực phẩm và khả năng phục vụ đoàn 20 khách cao tuổi.

Nội dung và điều kiện thực tế tại điểm tham quan: Khảo sát các điểm tham quan về lối đi (bằng phẳng hay có bậc cấp), độ dốc, số lượng ghế nghỉ, vị trí nhà vệ sinh, mức

độ tiếp cận bằng xe lớn, mật độ khách cùng giờ cao điểm và các rủi ro tiềm ẩn (đường trơn ở thác Pa Sỹ).

Giá cả dịch vụ: Làm việc trực tiếp và lấy báo giá có dấu của Resort Đắk Ke, từng nhà hàng, đơn vị vận chuyển, ban quản lý các điểm tham quan, nhóm công chiêng người Mơ Nâm và công ty bảo hiểm.

Bên cạnh phương án chính, đoàn chủ động khảo sát phương án dự phòng: hai khách sạn thay thế cho Resort Đắk Ke, hai nhà hàng dự phòng cho mỗi bữa, lộ trình thay thế qua đèo Vi Ô Lắc (trong trường hợp đèo Lò Xo sạt lở mùa mưa), và liên hệ Trung tâm Y tế huyện Kon Plông cũng như Bệnh viện Đa khoa Kon Tum để sẵn sàng cho tình huống y tế khẩn cấp.

Bước 3. Phân tích xử lý và lựa chọn thông tin

Phân loại thông tin theo lĩnh vực

Toàn bộ dữ liệu thu thập được phân thành năm nhóm:

Vận chuyển: Báo giá xe 29 chỗ của 3 nhà cung cấp, thời gian di chuyển thực tế từng chặng, đánh giá tài xế quen tuyến Tây Nguyên.

Lưu trú: Hồ sơ Resort Đắk Ke và 2 khách sạn dự phòng, ảnh phòng, đánh giá an toàn cho khách cao tuổi.

Ăn uống: Thực đơn và báo giá suất 180.000 đồng của 5 nhà hàng, kết quả thử món, đánh giá khẩu vị.

Tham quan: Hồ sơ chi tiết các điểm tham quan, giá vé, tình trạng cơ sở vật chất, mức độ phù hợp người cao tuổi.

Dịch vụ hỗ trợ: Báo giá nhóm công chiêng Mơ Nâm, gói bảo hiểm 120 triệu đồng/người, đơn vị in banner và cung cấp quà tặng.

Sắp xếp theo bốn mức độ sử dụng

Mức độ 1 - Sử dụng ngay (thông tin chính xác, cập nhật, phù hợp): Resort Đắk Ke Măng Đen 3 đêm, xe 29 chỗ đời mới của nhà xe đối tác lâu năm, nhà hàng Cô Sinh, In The Forest, Du Tonkin, Măng Đỏ toàn bộ 12 điểm tham quan trong chương trình, nhóm công chiêng Mơ Nâm, gói bảo hiểm 120 triệu đồng/người.

Mức độ 2 - Lưu trữ cho chương trình sau (có giá trị nhưng chưa phù hợp): Khu du lịch Núi Lửa Chư Đăng Ya (mùa hoa dã quỳ tháng 11 có thể phát triển tour theo mùa), tour trekking Ngọc Linh (phù hợp khách trẻ trung niên), homestay nhà sàn người Xơ Đăng (chưa phù hợp tiêu chuẩn vệ sinh cho khách cao tuổi).

Mức độ 3 - Cần kiểm tra, xác minh thêm: Tình trạng đường đèo Lò Xo trong mùa mưa (cần cập nhật thường xuyên trước mỗi đoàn), khả năng huy động nhóm công chiêng vào cuối tuần (do trùng các sự kiện cộng đồng), một số quán ăn nhỏ tại Măng Đen được khách du lịch đề xuất nhưng chưa có giấy phép kinh doanh.

Mức độ 4 - Loại bỏ: Một khách sạn đã xuống cấp, không có thang máy và phòng ở tầng cao; nhà hàng có vệ sinh kém phát hiện trong khảo sát; điểm tham quan đường lên dốc đứng có bậc cao trên 25 cm không phù hợp khách cao tuổi.

Xác nhận thông tin đã lựa chọn

Sau khi sàng lọc, tác giả liên hệ lại tất cả đối tác Mức độ 1 qua điện thoại và email để xác nhận giá, tình trạng dịch vụ và khả năng giữ chỗ trong khung thời gian dự kiến triển khai (tháng 12 - tháng 4). Kết hợp với kinh nghiệm vận hành tuyến Tây Nguyên, các quyết định cuối cùng về nhà cung cấp được chốt lại làm cơ sở cho các bước thiết kế tiếp theo.

Bước 4: Phác thảo cung đường và lập lộ trình tuyến tham quan

Các điểm thu hút chính được thể hiện trên bản đồ và phân thành ba cụm theo trục di chuyển:

- Cụm Măng Đen (trọng tâm): Farmer's Garden, Đường thông số 24, Đức Mẹ Măng Đen, Chùa Khánh Lâm, Khu du lịch Hòn Phất, Quảng trường Măng Đen, Làng cộng đồng Kon Bring, Thác Pa Sỷ, Hồ Đăk Ke.

Cung đường tổng thể được thiết lập theo dạng vòng cung mở: Đà Nẵng → Đèo Lò Xo → Măng Đen (3 đêm lưu trú cố định) → Đà Nẵng, vận hành theo nguyên tắc đi và về không lặp lại đường, tận dụng tối đa các điểm tham quan trên trục di chuyển.

Trong khung thời gian Ngày 2 và Ngày 3, các điểm tham quan tại Măng Đen được sắp xếp theo nguyên tắc gom cụm địa lý và phân chủ đề rõ ràng để hạn chế di chuyển lặp lại:

- Buổi sáng Ngày 2 với chủ đề tâm linh: Đức Mẹ Măng Đen → Chùa Khánh Lâm → Khu du lịch Hồng Phát (3 điểm liền kề nhau trong bán kính 4 km, di chuyển giữa các điểm 8 – 12 phút).

- Buổi chiều Ngày 2 với chủ đề văn hóa: Quảng trường Măng Đen → Làng Kon Bring (cách trung tâm thị trấn 6 km).

- Buổi sáng Ngày 3 với chủ đề sinh thái thác nước: Khu du lịch sinh thái Thác Pa Sỹ.

- Buổi chiều Ngày 3 với chủ đề thư giãn: Hồ Đăk Ke (gần khu lưu trú, di chuyển khoảng 5 phút).

Thời gian di chuyển giữa các điểm tham quan nội vùng được duy trì trong khoảng 10 đến 20 phút, đúng theo nguyên tắc thiết kế lộ trình hợp lý.

Do Măng Đen cách Đà Nẵng tới 290 km, hai chặng di chuyển dài (Ngày 1 và Ngày 4) là yếu tố bắt buộc do điều kiện địa lý, không thể rút ngắn. Để khắc phục mệt mỏi cho khách cao tuổi, tuyến được thiết kế với các điểm dừng vệ sinh nghỉ ngơi mỗi 1,5 đến 2 giờ (Trạm dừng Thanh Mỹ, ngã ba Ngọc Hồi cho Ngày 1; kết hợp xe ghế ngả, nước uống và khăn lạnh phục vụ liên tục.

Bước 5. Phác thảo hành trình và xây dựng chương trình chi tiết

Giai đoạn 1 - Lập bảng phác thảo hành trình và xác định chủ đề

Chương trình tour nhấn mạnh ba giá trị cốt lõi mà khách cao tuổi quan tâm: nghỉ dưỡng giữa thiên nhiên khí hậu ôn đới, trải nghiệm tâm linh tại các điểm hành hương Phật giáo và Công giáo, đồng thời tìm hiểu văn hóa cồng chiêng, nhà rông của dân tộc Mơ Nâm.

Bảng 3.1. Phác thảo hành trình tổng thể

Ngày	Không gian	Trọng tâm hoạt động
Ngày 1	Đà Nẵng → Măng Đen	Di chuyển + Tham quan nhẹ (Farmer's Garden, Đường thông số 24)
Ngày 2	Nội vùng Măng Đen	Tâm linh + Văn hóa cộng đồng

Ngày	Không gian	Trọng tâm hoạt động
Ngày 3	Nội vùng Măng Đen	Sinh thái thác hồ + Giao lưu văn nghệ công chiêng
Ngày 4	Măng Đen → Đà Nẵng	Nghỉ ngơi + về Đà Nẵng

(Nguồn: Đề xuất của tác giả)

Giai đoạn 2 - Xây dựng bảng kỹ thuật chi tiết

Bảng 3.2. Xây dựng hành trình chi tiết

Ngày	Tuyến / Điểm	Khoảng cách
Ngày 1	Đà Nẵng → Đèo Lò Xo → Ngọc Hồi → Măng Đen	290 km
	Ăn trưa + nhận phòng Resort Đắk Ke	—
	Farmer's Garden	3 km
	Đường thông số 24	1 km
	Ăn tối tại Cơm Lam Cô Sinh	2 km
Ngày 2	Đức Mẹ Măng Đen	4 km
	Chùa Khánh Lâm	3 km
	Khu dược liệu Hồng Phát	2 km
	Ăn trưa In The Forest + nghỉ trưa	2 km
	Quảng trường Măng Đen	3 km
	Làng Kon Bring	6 km

Ngày	Tuyến / Điểm	Khoảng cách
	Ăn tối tại Du Tonkin	4 km
Ngày 3	Khu du lịch sinh thái Thác Pa Sỷ	9 km
	Ăn trưa Măng Đỏ Quán + nghỉ trưa	5 km
	Hồ Đăk Ke	2 km
	Giao lưu văn nghệ công chiêng người Mơ Nâm + ăn tối	—
Ngày 4	Chợ Măng Đen	4km
	Vườn Nghệ thuật Măng Đen	800m
	Măng Đen → Đà Nẵng	290km

Đánh giá tính khả thi về khoảng cách di chuyển: Theo nguyên tắc, tổng số kilomet di chuyển không nên vượt quá 150 km/ngày. Trong chương trình này, hai ngày di chuyển dài (Ngày 1,2 $\approx$ 290 km) đều vượt ngưỡng do đặc thù địa lý không thể rút ngắn. Tuy nhiên, tính khả thi được đảm bảo nhờ ba giải pháp đồng bộ: (i) bố trí 2 điểm dừng nghỉ vệ sinh, uống nước, vận động nhẹ trên mỗi chặng, mỗi điểm 15 - 20 phút; (ii) sử dụng xe 29 chỗ đời mới cho đoàn 20 khách, đảm bảo ghế ngả thoải mái và không gian rộng rãi; (iii) hai ngày giữa hành trình (2 và 3) di chuyển nội vùng chỉ 15 - 25 km/ngày.

Bước 6. Tính giá thành, giá bán, giá bổ sung của chương trình du lịch

BẢNG TÍNH GIÁ TOUR
ĐOÀN 20 KHÁCH, XUẤT PHÁT TỪ ĐÀ NẴNG

TT	Nội dung chi phí	Chi phí biến đổi VC	Chi phí cố định FC
1	Vận chuyển 29 chỗ		16.500.000
2	Lưu trú Resort Dakke Măng Đen (3 đêm)	1.500.000	
3	Ăn trưa (4 bữa), suất 180.000	720.000	
4	Ăn tối (3 bữa), suất 180.000	540.000	
5	Vé tham quan Thác Pa Sỷ	20.000	
6	Vé tham quan Hồ Dakke	20.000	
7	Vé vào cổng Farmer's Garden	70.000	
8	Hướng dẫn viên 4 ngày		2.400.000
9	Giao lưu văn nghệ		2.000.000
10	Bảo hiểm (6.000/ngày)	24.000	
11	Nước uống + khăn lạnh (4 ngày)	80.000	
12	Chi phí phát sinh khác (Banner, quà tặng, dụng cụ y tế...)		2.000.000
13	Dự trù		2.000.000
Tổng chi phí		2.974.000	24.900.000

Giá thành:

- Giá thành cho một khách: $Z = VC + FC/Q$

$$= 2.974.000 + 24.900.000/20$$

$$= 4.219.000$$

- Công thức tính giá thành cho cả đoàn khách du lịch $TC = FC + VC \times Q$

$$= 24.900.000 + 2.974.000 \times 20 = 84.380.000$$

Trong đó:

- + Z: giá thành cho một khách
- + TC: Tổng chi phí cho cả đoàn khách
- + Q: Số khách trong đoàn
- + VC: Tổng chi phí biến đổi tính cho một khách
- + FC: Tổng chi phí cố định tính cho cả đoàn khách

Giá bán tour:

- Dành cho 1 khách: $G = Z + P + Cb + Ck + T$

$$= 4.219.000 + (4.219.000 * 25\%)$$

$$= 5.273.750 \text{ đồng/khách, làm tròn thành } 5.280.000 \text{ đồng/khách}$$

- Dành cho cả đoàn khách du lịch: $= 5.280.000 * 20$

$$= 105.600.000 \text{ đ (sau làm tròn).}$$

Trong đó: G là giá bán

Z là giá thành tính cho một khách

P là lợi nhuận dành cho công ty lữ hành, dự kiến 12%

Cb là chi phí bán (quảng cáo, hoa hồng đại lý), dự kiến 5%

Ck là chi phí khác (quản lý, thiết kế, marketing, thuê văn phòng, lương nhân viên), dự kiến 5%

T là các khoản thuế và quản trị rủi ro, dự kiến 3%

Bước 7. Xây dựng quy định của chương trình du lịch

GIÁ TOUR BAO GỒM:

- Xe 29 chỗ đời mới, máy lạnh suốt hành trình. Tài xế chuyên nghiệp, nhiệt tình và chu đáo.

- Vé vào cửa các điểm tham quan theo chương trình (mỗi điểm 01 lượt).

- 3 đêm tại Resort Đăk Ke Măng Đen, tiêu chuẩn 2 người/phòng (khách lẻ nam/nữ ngủ phòng 3). Khách sạn dự kiến: T&T Hotel, Hưng Việt Hotel hoặc khách sạn cùng hạng tương đương.

- 3 bữa sáng tại khách sạn và 7 bữa trưa/tối tại nhà hàng (tiêu chuẩn 180.000đ/suất). Nước uống và khăn lạnh được phục vụ miễn phí trên xe.

- Hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm, nhiệt tình và chu đáo, đồng hành suốt chuyến đi.

- Bảo hiểm du lịch với mức bồi thường tối đa 120.000.000đ/người/vụ.

- Mỗi khách được tặng 01 mũ du lịch.

GIÁ TOUR KHÔNG BAO GỒM:

- Đồ uống trong các bữa ăn và các chi phí cá nhân khác ngoài chương trình.

- Tiền tip cho tài xế và hướng dẫn viên.

- Phụ thu phòng đơn (áp dụng cho khách yêu cầu ở riêng một phòng).

- Thuế VAT (nếu khách hàng có nhu cầu xuất hóa đơn).

GIÁ TRẺ EM:

- Trẻ em dưới 5 tuổi: không thu phí dịch vụ, bố mẹ tự túc các chi phí của bé. Hai người lớn chỉ được kèm 1 trẻ em dưới 5 tuổi.

- Trẻ em từ 5 tuổi đến dưới 11 tuổi: 50% giá tour người lớn (không có chế độ giường riêng).

- Trẻ em đủ 11 tuổi trở lên: 100% giá tour người lớn.

- Trẻ em vượt quá chiều cao theo quy định của điểm tham quan, quý khách vui lòng thanh toán thêm.

ĐIỀU KIỆN HUỖY TOUR:

Trong trường hợp khách hàng có nhu cầu hủy tour hoặc chuyển sang chương trình du lịch khác, chi phí hủy được tính theo thời điểm thông báo trước ngày khởi hành như sau:

- Trước 20 ngày trở lên: không mất chi phí.

- Từ 10 đến 19 ngày: chi phí hủy bằng 100% tiền cọc tour.

- Từ 5 đến 9 ngày: chi phí hủy bằng 50% giá tour.

- Từ 2 đến 4 ngày: chi phí hủy bằng 80% giá tour.

Trong vòng 1 ngày trước khởi hành hoặc không thông báo: chi phí hủy bằng 100% giá tour.

LƯU Ý:

- Trong những trường hợp khách quan như: khủng bố, thiên tai hoặc do có sự cố, có sự thay đổi lịch trình của các phương tiện vận chuyển công cộng như: máy bay, tàu hỏa... thì công ty sẽ giữ quyền thay đổi lộ trình bất cứ lúc nào vì sự thuận tiện, an toàn cho khách hàng và sẽ không chịu trách nhiệm bồi thường những thiệt hại phát sinh.
- Giá áp dụng cho thời điểm hiện tại. Giá có thể thay đổi tùy vào sự biến động của giá vé tham quan, dịch vụ, xăng dầu.
- Giá không áp dụng cho các giai đoạn Lễ, Tết.

Bước 8. Hoàn thiện chương trình du lịch

ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN - ĐÀ NẴNG

Thời gian: 4 ngày 3 đêm.

Phương tiện: Xe du lịch 29 chỗ.

Chương trình tour Đà Nẵng - Măng Đen mang đến cho du khách cơ hội khám phá vẻ đẹp hoang sơ và bản sắc văn hóa Tây Nguyên độc đáo. Từ những di tích lịch sử, chùa chiền tâm linh đến những thác nước hùng vĩ, vườn dược liệu nổi tiếng, chương trình không chỉ giúp du khách hiểu rõ hơn về vùng đất này mà còn trải nghiệm các nét văn hóa đặc sắc như công chiêng, nhà rông, và phong tục dân tộc M'Nâm. Đặc biệt, chuyến tham quan sẽ mang đến cho du khách những ấn tượng sâu sắc về kiến trúc và thiên nhiên Tây Nguyên.

NGÀY 01 | ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN (ĂN TRƯA, TỐI)

Sáng: 06h00: Xe và Hướng dẫn viên của Viet Da Travel đón Quý khách tại điểm hẹn ở trung tâm thành phố, khởi hành đi Măng Đen đi qua Đèo Lò Xo, Núi Ngọc Linh, Daklei - Ngọc Hồi.

Trưa: 11h30: Đến Măng Đen, Quý khách ăn trưa tại nhà hàng và sau đó nhận phòng khách sạn **Resort Đăkke Măng Đen** nghỉ ngơi

Chiều: 15h00: Đoàn khởi hành tham quan **Farmer's Garden Măng Đen**, khu trang trại nông nghiệp sạch nổi tiếng của vùng cao nguyên xứ lạnh. Tại đây, Quý khách được tận mắt chiêm ngưỡng những luống dâu tây đỏ mọng, vườn cà chua bi, rau cải xứ lạnh xanh mướt và các loài hoa ôn đới khoe sắc trong khung cảnh núi rừng nên thơ. Quý khách có cơ hội trực tiếp trải nghiệm hái dâu tây tại vườn, thưởng thức ngay tại chỗ.

17h00: Đoàn đi dạo nhẹ nhàng trên Đường số 24 - Đường thông Măng Đen. Đường bằng phẳng, rợp bóng mát, rất lý tưởng để hít thở không khí trong lành, chụp hình kỷ niệm nhẹ nhàng mà không mất sức.

Tối: 18h00: Đoàn dùng cơm tối với các món đặc sản núi rừng: Cơm Lam - Gà Nướng Cô Sinh, tự do khám phá Măng Đen về đêm.

Nghỉ đêm tại Măng Đen.

NGÀY 02 | KHÁM PHÁ MĂNG ĐEN (ĂN SÁNG, TRƯA, TỐI)

Sáng: Quý khách thức dậy trong bầu không khí trong lành của Măng Đen, ăn sáng tại khách sạn.

08h30: Quý khách tiếp tục tham quan **Măng Đen:**

- **Đức mẹ Măng Đen** là một di tích, điểm hành hương Công giáo của Giáo phận KonTum.

- **Chùa Khánh Lâm** - Chùa tọa lạc ở một vị trí đặc biệt trên đỉnh đồi cao của núi Kon Plông. Đến đây, du khách sẽ được chiêm ngưỡng các công trình kiến trúc được chế tác hết sức công phu như tượng 18 vị La Hán, tượng Quan Thế Âm Bồ Tát, dãy nhà Đông Tây Lan. Tất cả mang những nét văn hóa đặc trưng của nền Phật giáo Á Đông, du khách cũng sẽ hiểu hơn về sinh hoạt văn hóa tâm linh của người dân địa phương.

- **Khu dược liệu Hồng Phát** - Đoàn sẽ tham quan khu trưng bày các sản phẩm dược liệu nổi tiếng được nuôi trồng và chế biến thành phẩm tại Măng Đen như Cốt toái bổ, Sâm dây Ngọc Linh, mật ong ngâm dược liệu, các loại rượu từ Sâm Dây... Quý khách sẽ có cơ hội tìm hiểu về quy trình nuôi trồng, chăm sóc đến khâu chế biến các

được liệu thành sản phẩm. Nếu có nhu cầu, quý khách có thể mua về sử dụng và làm quà.

Trưa: Quý khách ăn trưa tại nhà hàng In The Forest – Nhà hàng gỏi lá Măng Đen, chuyên các món mẹt đặc sản, đặc biệt nổi tiếng với món gỏi lá Măng Đen (hơn 40 loại lá rừng), lẩu gà lá sâm, bò một nắng. Về lại khách sạn nghỉ ngơi.

Chiều: 15h00: Quý khách tiếp tục tham quan:

- **Quảng trường Măng Đen** - là nơi tìm hiểu văn hóa – lịch sử Tây Nguyên, tham quan di tích chiến tranh, vườn hoa Cẩm Tú Cầu và nhà rông truyền thống.

- **Tham quan làng du lịch cộng đồng Kon Bring**, tìm hiểu về văn hóa dân tộc M'Nâm qua nhà sàn, nhà rông và không gian công cộng Tây Nguyên.

Buổi tối: Quý khách ăn tối tại nhà hàng Du Tonkin, nổi bật với các mẹt heo rừng, cá tầm nấu măng rừng, gà đen hầm sâm dẫu, tự do khám phá Măng Đen về đêm.

Nghỉ đêm tại Măng Đen.

NGÀY 03 | THIÊN NHIÊN THUẦN KHIẾT - ĐÀ LẠT THỨ HAI - GIAO LƯU VĂN NGHỆ VỚI NGƯỜI MƠ NÂM (ĂN SÁNG, TRƯA TỐI)

Sáng: Quý khách ăn sáng tại khách sạn, nghỉ ngơi.

09h00: Quý khách bắt đầu tham quan **Khu du lịch sinh thái thác Pa Sỹ** - tại đây đoàn tham quan vườn tượng thác Pa Sỹ được tạo thành từ 3 ngọn suối lớn nhất Măng Đen, nằm ở độ cao 1.500 mét so với mực nước biển.

Trưa: Quý khách ăn trưa tại nhà hàng Măng Đỏ Quán, thưởng thức các món ăn đặc trưng vùng cao như lẩu cá tầm tươi sống, heo bản nướng bản gang, gà nướng lá tiêu rừng, cơm lam. Đồ ăn lên nhanh và phục vụ theo mâm khá chu đáo. Về lại khách sạn nghỉ ngơi

Chiều: 15h00: Quý khách tiếp tục tham quan **Hồ Đak Ke** - Một trong những hồ nước đẹp nhất ở Măng Đen gắn với sự tích "Ba thác, bảy hồ" của người dân tộc Mơ Nâm. Đến đây, quý khách sẽ được chiêm ngưỡng một không gian thiên nhiên tuyệt đẹp với mặt hồ xanh biếc và các dãy núi bao quanh.

Buổi tối: Ăn tối và Giao lưu biểu diễn văn nghệ của người Mơ Nâm (nhánh dân tộc Xê Đăng) gắn liền với núi rừng Tây Nguyên, thưởng thức các làn điệu cồng chiêng, múa xoang và các làn điệu dân ca.

Nghỉ đêm tại Măng Đen.

NGÀY 04 | MĂNG ĐEN - ĐÀ NẴNG (ĂN SÁNG, TRƯA)

Sáng: Quý khách ăn sáng tại khách sạn, làm thủ tục trả phòng.

08h00: Hướng dẫn viên đưa đoàn tham quan Chợ trung tâm Măng Đen, nơi Quý khách có thể tự do mua sắm các đặc sản vùng cao nguyên như sâm dây Ngọc Linh, mật ong rừng, cà phê, măng khô, dược liệu Tây Nguyên về làm quà cho gia đình, đồng thời giao lưu với bà con dân tộc Mơ Nâm, Xơ Đăng buôn bán tại chợ.

9h30: Đoàn tham quan **Vườn Nghệ thuật Măng Đen** với hàng trăm bức tượng gỗ mang đậm dấu ấn Tây Nguyên.

Buổi trưa: Đoàn ăn trưa tại Resort, nghỉ ngơi để chuẩn bị về lại Đà Nẵng

Khoảng 17h00 về Đà Nẵng, xe đưa đoàn về lại điểm đón ban đầu. Hướng dẫn viên chia tay, chào tạm biệt Quý khách!

Kết thúc chương trình, hẹn gặp lại Quý khách ở những chương trình tiếp theo!

Trật tự các điểm tham quan có thể thay đổi tùy theo tình hình thời tiết, giao thông thực tế nhưng vẫn đảm bảo thực hiện đầy đủ 100% các điểm tham quan theo chương trình.

TOUR TRỌN GÓI	Giá tour/khách
Người cao tuổi (đoàn 20 khách)	5.280.000 VNĐ

GIÁ TOUR BAO GỒM:

- Xe 29 chỗ đời mới, máy lạnh suốt hành trình. Tài xế chuyên nghiệp, nhiệt tình và chu đáo.
- Vé vào cửa các điểm tham quan theo chương trình (mỗi điểm 01 lượt).

- 3 đêm tại Resort Đăk Ke Măng Đen, tiêu chuẩn 2 người/phòng (khách lẻ nam/nữ ngủ phòng 3). Khách sạn dự kiến: T&T Hotel, Hưng Việt Hotel hoặc khách sạn cùng hạng tương đương.

- 3 bữa sáng tại khách sạn và 7 bữa trưa/tối tại nhà hàng (tiêu chuẩn 180.000đ/suất). Nước uống và khăn lạnh được phục vụ miễn phí trên xe.

- Hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm, nhiệt tình và chu đáo, đồng hành suốt chuyến đi.

- Bảo hiểm du lịch với mức bồi thường tối đa 120.000.000đ/người/vụ.

- Mỗi khách được tặng 01 mũ du lịch.

GIÁ TOUR KHÔNG BAO GỒM:

- Đồ uống trong các bữa ăn và các chi phí cá nhân khác ngoài chương trình.

- Tiền tip cho tài xế và hướng dẫn viên.

- Phụ thu phòng đơn (áp dụng cho khách yêu cầu ở riêng một phòng).

- Thuế VAT (nếu khách hàng có nhu cầu xuất hóa đơn).

GIÁ TRẺ EM:

- Trẻ em dưới 5 tuổi: không thu phí dịch vụ, bố mẹ tự túc các chi phí của bé. Hai người lớn chỉ được kèm 1 trẻ em dưới 5 tuổi.

- Trẻ em từ 5 tuổi đến dưới 11 tuổi: 50% giá tour người lớn (không có chế độ giường riêng).

- Trẻ em đủ 11 tuổi trở lên: 100% giá tour người lớn.

- Trẻ em vượt quá chiều cao theo quy định của điểm tham quan, quý khách vui lòng thanh toán thêm.

ĐIỀU KIỆN HUỖ TOUR:

Trong trường hợp khách hàng có nhu cầu hủy tour hoặc chuyển sang chương trình du lịch khác, chi phí hủy được tính theo thời điểm thông báo trước ngày khởi hành như sau:

- Trước 20 ngày trở lên: không mất chi phí.

- Từ 10 đến 19 ngày: chi phí hủy bằng 100% tiền cọc tour.

- Từ 5 đến 9 ngày: chi phí hủy bằng 50% giá tour.

- Từ 2 đến 4 ngày: chi phí hủy bằng 80% giá tour.

Trong vòng 1 ngày trước khởi hành hoặc không thông báo: chi phí hủy bằng 100% giá tour.

LƯU Ý:

- Trong những trường hợp khách quan như: khủng bố, thiên tai hoặc do có sự cố, có sự thay đổi lịch trình của các phương tiện vận chuyển công cộng như: máy bay, tàu hỏa... thì công ty sẽ giữ quyền thay đổi lộ trình bất cứ lúc nào vì sự thuận tiện, an toàn cho khách hàng và sẽ không chịu trách nhiệm bồi thường những thiệt hại phát sinh.
- Giá áp dụng cho thời điểm hiện tại. Giá có thể thay đổi tùy vào sự biến động của giá vé tham quan, dịch vụ, xăng dầu.
- Giá không áp dụng cho các giai đoạn Lễ, Tết.

Mọi chi tiết vui lòng liên hệ: Mr. Hồng Phúc - Tel/zalo: 0788.603.139

“THƯƠNG HIỆU UY TÍN - PHỤC VỤ TẬN TÂM”

3.3. Giải pháp khai thác chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà

Trên cơ sở chương trình tour đã được thiết kế hoàn chỉnh, tác giả đề xuất giải pháp đồng bộ nhằm giúp Việt Đà Travel khai thác hiệu quả phân khúc khách cao tuổi, vốn đang là phân khúc tăng trưởng nhanh nhưng còn nhiều dư địa tại thị trường Đà Nẵng.

3.3.1. Giải pháp về marketing và truyền thông

Khách cao tuổi có hành vi tiếp nhận thông tin khác biệt rõ rệt so với khách trẻ, ít sử dụng nền tảng số phức tạp và đặt trọng số rất lớn vào yếu tố tin cậy, truyền miệng. Vì vậy, Việt Đà Travel cần tái cấu trúc chiến lược truyền thông theo hướng đa kênh nhưng có ưu tiên rõ ràng.

Trên kênh truyền thông, Công ty nên duy trì in ấn brochure giấy khổ A5 chữ lớn (cỡ chữ tối thiểu 14pt) phân phối tại các Hội Người cao tuổi cấp phường, các câu lạc bộ hưu trí, đền chùa lớn.

Trên kênh số, nên tập trung vào Facebook và Zalo hai nền tảng phổ biến nhất với người cao tuổi tại Việt Nam, thay vì TikTok hay Instagram. Nội dung ưu tiên video chứng thực của khách đã trải nghiệm tour (đặc biệt là khách cùng độ tuổi), hình ảnh đại sứ là người trung niên cao tuổi thay vì người mẫu trẻ. Đồng thời, xây dựng chương trình khách cũ giới thiệu khách mới với mức hoa hồng 1-3% giá tour cho người giới thiệu thành công.

3.3.2. Giải pháp về kênh phân phối và xúc tiến bán hàng

Việt Đà Travel cần đa dạng hóa kênh tiếp cận khách cao tuổi thông qua các điểm chạm phù hợp với lối sống của họ. Cụ thể, ký kết hợp tác chính thức với Hội Người cao tuổi thành phố Đà Nẵng và các chi hội cấp phường để giới thiệu tour định kỳ trong các buổi sinh hoạt; phối hợp với các phòng khám đa khoa và bệnh viện điều dưỡng để triển khai gói du lịch phục hồi sức khỏe sau điều trị, một concept rất phù hợp với khí hậu Măng Đen.

Bên cạnh kênh trực tiếp, Công ty Việt Đà nên phát triển gói combo "Con tặng cha mẹ" hướng đến việc con mua tour làm quà cho phụ huynh nhân dịp sinh nhật, lễ Vu Lan, ngày Người cao tuổi Việt Nam (6/6) và Tết Nguyên đán. Gói này được bán mạnh trên Facebook và các nền tảng OTA (Booking, Traveloka). Về chính sách giá, áp dụng mức ưu đãi "Đặt sớm 30 ngày" giảm 3%, "Đoàn nhóm từ 10 khách" giảm 3%.

3.3.3. Giải pháp về nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là yếu tố quyết định khả năng tái sử dụng và giới thiệu của khách cao tuổi. Việt Đà Travel cần thiết lập bộ tiêu chuẩn dịch vụ riêng cho phân khúc này, bao gồm: trang bị bộ y tế chuyên dụng trên xe (máy đo huyết áp điện tử, máy đo đường huyết, bình oxy mini, thuốc thông dụng theo nhóm bệnh phổ biến của người cao tuổi); thu thập trước thông tin sức khỏe của từng khách qua phiếu khai báo y tế tự nguyện để hướng dẫn viên nắm rõ; chuẩn bị thực đơn tùy chỉnh cho khách có chế độ ăn đặc biệt (đái tháo đường, cao huyết áp, ăn chay).

Đối với khâu vận hành, cần duy trì cơ chế đánh giá định kỳ ba tháng một lần với toàn bộ đối tác trong chuỗi cung ứng (Resort Đăk Ke, nhà hàng, đơn vị vận chuyển) dựa trên phản hồi của khách. Bố trí thêm một trợ lý hướng dẫn viên đi cùng đoàn để hỗ trợ riêng cho 1 - 2 khách yếu nhất, tránh tình trạng cả đoàn phải chờ đợi và làm khách yếu cảm thấy áp lực. Cuối cùng, nâng cấp định kỳ chất lượng xe vận chuyển, ưu tiên xe

có ghế massage và sàn xe thấp giúp khách dễ lên xuống.

3.3.4. Giải pháp về nguồn nhân lực

Khác với các tour thông thường, tour phục vụ khách cao tuổi đòi hỏi hướng dẫn viên có kỹ năng chuyên biệt mà không phải nhân sự nào cũng đáp ứng. Việt Đà Travel cần xây dựng đội ngũ hướng dẫn viên chuyên phụ trách phân khúc người cao tuổi với ba yêu cầu cốt lõi: (i) độ tuổi từ 35 trở lên để khách dễ chia sẻ và tin tưởng, tránh khoảng cách thế hệ; (ii) được tập huấn xử lý các tình huống y tế thường gặp như tụt huyết áp, hạ đường huyết, say xe; (iii) am hiểu văn hóa Tây Nguyên, giao tiếp được một số câu cơ bản tiếng Mơ Nâm, yếu tố tạo trải nghiệm độc đáo cho khách khi tham quan làng Kon Bring.

Song song đó, công ty cần xây dựng KPI gắn với chỉ số hài lòng của khách cao tuổi thay vì chỉ dựa trên số lượng tour bán được. Tài xế cũng cần được đào tạo riêng ưu tiên tài xế có ít nhất 5 năm kinh nghiệm chạy tuyến đèo Lò Xo, ký cam kết không lái xe quá 4 tiếng liên tục và luôn có tài xế dự bị cho các chặng dài Ngày 1 và Ngày 4.

3.3.5. Giải pháp về liên kết đối tác và quản trị rủi ro

Do đặc thù khách cao tuổi có rủi ro sức khỏe cao và tuyến Măng Đen có yếu tố thời tiết và địa hình phức tạp, Việt Đà Travel cần thiết lập mạng lưới liên kết chặt chẽ để chủ động trong mọi tình huống. Cụ thể, ký hợp đồng nguyên tắc dài hạn (12 tháng) với Resort Đắk Ke và các nhà hàng đối tác để được ưu tiên giữ chỗ trong mùa cao điểm cũng như cố định mức giá; đăng ký dịch vụ hotline cấp cứu với Trung tâm Y tế huyện Kon Plông và Bệnh viện Đa khoa tỉnh Quảng Trị, kèm theo bảo hiểm du lịch nâng cao mức bồi thường lên 200 triệu đồng/người/vụ cho khách trên 70 tuổi.

Về quản trị rủi ro vận hành, Công ty cần xây dựng kịch bản ứng phó cụ thể cho ba tình huống thường gặp: (i) sạt lở hoặc sương mù dày tại đèo Lò Xo, sẵn sàng phương án lùi giờ khởi hành hoặc chuyển tuyến qua đèo Vi Ô Lắc; (ii) khách bệnh đột xuất, quy trình sơ cứu tại chỗ, liên hệ cơ sở y tế gần nhất, thông báo người thân; (iii) thời tiết xấu tại Măng Đen, phương án thay thế hoạt động ngoài trời bằng hoạt động trong nhà (tham quan dược liệu, giao lưu văn nghệ sớm). Bên cạnh đó, theo dõi sát thông tin từ Sở Du lịch Quảng Ngãi và Đài Khí tượng Thủy văn Trung Trung Bộ để cảnh báo sớm cho các đoàn sắp khởi hành.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà và kết quả khảo sát nhu cầu của người cao tuổi tại Đà Nẵng đã trình bày ở Chương 2, Chương 3 đã giải quyết trọn vẹn ba nhiệm vụ trọng tâm mà khoá luận đặt ra: xác lập căn cứ đề xuất, thiết kế chương trình du lịch và đề xuất giải pháp khai thác.

Về cơ sở đề xuất, tác giả đã đối chiếu hai nguồn dữ liệu quan trọng, chiến lược mở rộng sản phẩm dành cho phân khúc khách hàng đặc thù của Việt Đà Travel và kết quả khảo sát 150 người cao tuổi tại Đà Nẵng về nhu cầu, thị hiếu, khả năng chi trả làm tiền đề vững chắc để khẳng định tính cần thiết và khả thi của một chương trình du lịch sinh thái chuyên biệt dành cho người cao tuổi.

Về thiết kế chương trình, tác giả đã vận dụng quy trình 8 bước để xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen 4 ngày 3 đêm dành cho người cao tuổi, phục vụ đoàn 20 khách, mức giá bán 5.280.000 đồng/khách. Chương trình được thiết kế với nhịp độ thông thả, lộ trình hợp lý, cơ cấu dịch vụ phù hợp đặc điểm thể chất tâm lý người cao tuổi, đồng thời tận dụng được lợi thế khí hậu ôn hòa, cảnh quan sinh thái và bản sắc văn hóa Mơ Nâm độc đáo của vùng cao nguyên Kon Plông.

Về giải pháp khai thác, tác giả đề xuất nhóm giải pháp đồng bộ bao gồm marketing và truyền thông phù hợp với khách cao tuổi, đa dạng hóa kênh phân phối và xúc tiến bán hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, phát triển nguồn nhân lực chuyên biệt, cùng với liên kết đối tác và quản trị rủi ro. Năm nhóm giải pháp này có quan hệ tương hỗ chặt chẽ, không chỉ hỗ trợ việc triển khai chương trình tour đã thiết kế mà còn tạo nền tảng để Việt Đà Travel khẳng định vị thế tiên phong trong phân khúc du lịch người cao tuổi tại khu vực miền Trung.

KẾT LUẬN

Khoá luận "Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng – Măng Đen dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà" đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu đề ra. Chương 1 hệ thống hoá cơ sở lý luận về kinh doanh lữ hành, chương trình du lịch, du lịch sinh thái và đặc điểm khách du lịch cao tuổi, làm nền tảng học thuật cho toàn bộ nghiên cứu. Chương 2 phân tích thực trạng hoạt động của Việt Đà Travel, đánh giá tiềm năng du lịch sinh thái tại Măng Đen và khảo sát nhu cầu của 150 người cao tuổi đang sinh sống tại Đà Nẵng, từ đó khẳng định sự cần thiết và tính khả thi của một sản phẩm du lịch chuyên biệt cho phân khúc này.

Trên cơ sở đó, Chương 3 đã chuyển hoá toàn bộ phân tích lý luận và thực tiễn thành một sản phẩm cụ thể, đó là chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen 4 ngày 3 đêm dành cho người cao tuổi với mức giá 5.280.000 đồng/khách, được thiết kế theo quy trình 8 bước với nhịp độ thông thả, lộ trình hợp lý và cơ cấu dịch vụ phù hợp đặc điểm thể chất, tâm lý người cao tuổi. Đồng thời, khoá luận đề xuất năm nhóm giải pháp đồng bộ về marketing, kênh phân phối, chất lượng dịch vụ, nguồn nhân lực và liên kết đối tác, tạo cơ sở để Việt Đà Travel triển khai hiệu quả chương trình trong thực tiễn.

Bên cạnh những kết quả đạt được, khoá luận vẫn còn một số hạn chế. Phạm vi khảo sát mới giới hạn ở 150 người cao tuổi tại Đà Nẵng nên tính đại diện cho toàn khu vực miền Trung chưa cao. Chương trình mới được thiết kế ở dạng đề xuất, chưa được triển khai thực tế để đo lường mức độ hài lòng và hiệu quả kinh doanh. Các hướng nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng đối tượng khảo sát ra các tỉnh lân cận, nghiên cứu thêm các sản phẩm du lịch chuyên biệt cho phân khúc người cao tuổi như tour tâm linh, tour nghỉ dưỡng phục hồi sức khỏe, đồng thời theo dõi và đánh giá hiệu quả chương trình sau khi đưa vào vận hành.

Trong bối cảnh Việt Nam đang già hoá dân số nhanh và Măng Đen đang trở thành điểm đến sinh thái nổi bật của Tây Nguyên, hy vọng khoá luận sẽ đóng góp một tài liệu tham khảo hữu ích cho Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà nói riêng và các doanh nghiệp lữ hành tại Đà Nẵng nói chung trong việc khai thác hiệu quả phân khúc khách hàng đầy tiềm năng này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Cục Thống kê. (2026). *Báo cáo tình hình dân số Việt Nam năm 2025*. Bộ Tài chính.
- Lê Thái Phụng. (2024). *Giáo trình quản trị chất lượng dịch vụ du lịch*. Khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
- Nguyễn Thị Phương Anh. (2024). *Giáo trình du lịch sinh thái*. Khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
- Nguyễn Thị Tố Châu. (2024). *Bài giảng quản trị kinh doanh lễ hành*. Khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
- Nguyễn Văn Mạnh, & Phạm Hồng Chương. (2013). *Giáo trình quản trị kinh doanh lễ hành*. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Phạm Thị Chi. (2024). *Giáo trình nghiệp vụ điều hành tour*. Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
- Ủy ban Thường vụ Quốc hội. (2025). *Nghị quyết số 202/2025/QH15 về sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh*.

PHỤ LỤC
KHẢO SÁT NHU CẦU DU LỊCH SINH THÁI TẠI MĂNG ĐEN
DÀNH CHO NGƯỜI CAO TUỔI CỦA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH
VIỆT ĐÀ

Xin chào Cô/Chú!

Con tên là Trần Phan Hồng Phúc, sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng. Hiện tại, con đang nghiên cứu đề tài "Xây dựng chương trình du lịch sinh thái Đà Nẵng - Măng Đen dành cho người cao tuổi tại Công ty Cổ phần Du lịch Việt Đà". Xin Cô/Chú vui lòng dành chút thời gian trả lời các câu hỏi dưới đây. Sự giúp đỡ của Cô/Chú vô cùng ý nghĩa đối với việc hoàn thành đề tài nghiên cứu của con.

Con xin cam đoan mọi thông tin trong phiếu khảo sát này chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu và sẽ được bảo mật tuyệt đối. Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Cô/Chú!

Mọi thông tin xin liên hệ: Trần Phan Hồng Phúc

Email: Phuc_2254040066@dau.edu.vn

Phần 1 : Nhu cầu đi du lịch

1. Giới tính của Cô/Chú? *

- ☐ Nam
- ☐ Nữ

2. Độ tuổi của Cô/Chú? *

- ☐ 55 – 60 tuổi
- ☐ 61 – 70 tuổi
- ☐ Trên 70 tuổi

3. Cô/chú đi du lịch bao nhiêu lần/năm? *

- ☐ 1 – 2 lần
- ☐ Trên 2 lần
- ☐ Chưa bao giờ

4. Cô/chú thường đi du lịch theo hình thức nào? *

- ☐ Tự túc

- Tour trọn gói
- Kết hợp (một phần tự túc, một phần theo tour)

5. Cô/chú thường đi du lịch cùng với ai? *

- Một mình
- Bạn bè / người quen cùng độ tuổi
- Gia đình / con cháu
- Câu lạc bộ / hội người cao tuổi

6. Thời gian du lịch Cô/Chú ưa thích? *

- 1 ngày (trong ngày)
- 2 ngày 1 đêm
- 3 ngày 2 đêm
- Trên 3 ngày

7. Mức chi tiêu cho 1 chuyến du lịch của Cô/Chú? *

- Dưới 3 triệu đồng
- 3 – 5 triệu đồng
- Trên 5 triệu đồng

8. Cô/chú đã từng đến Măng Đen chưa? *

- Đã đến
- Chưa đến

Phần 2 : Hiểu biết về du lịch sinh thái Măng Đen

1. Cô/chú có biết đến khái niệm "du lịch sinh thái" không? *

- Biết rõ và đã từng tham gia
- Có nghe qua nhưng chưa tìm hiểu kỹ
- Chưa biết đến khái niệm này

2. Theo Cô/Chú, du lịch sinh thái là gì? *

- Là loại hình du lịch tham quan thiên nhiên, rừng núi, hồ thác
- Là du lịch gắn với nghỉ dưỡng, phục hồi sức khỏe trong môi trường tự nhiên

- Là du lịch có trách nhiệm với thiên nhiên, bảo vệ môi trường và hỗ trợ cộng đồng địa phương
- Chưa rõ khái niệm này

3. Cô/chú có biết những địa điểm nào tại Măng Đen không? (có thể chọn nhiều) *

- ☐ Hồ Đăk Ke
- ☐ Thác Pa Sỷ
- ☐ Làng du lịch cộng đồng Kon Bring
- ☐ Tượng Đức Mẹ Măng Đen
- ☐ Rừng thông Măng Đen
- ☐ Trang trại rau, hoa xứ lạnh
- ☐ Thác Lô Ba

4. Cô/chú biết đến du lịch sinh thái Măng Đen qua đâu? *

- Mạng xã hội (Facebook, YouTube, Zalo)
- Bạn bè / người thân
- Website du lịch
- Công ty lữ hành
- Báo chí, truyền hình
- Khác:

5. Điều gì khiến Cô/Chú quan tâm đến du lịch sinh thái Măng Đen? (có thể chọn nhiều) *

- ☐ Khí hậu mát mẻ, trong lành, tốt cho sức khỏe
- ☐ Nghỉ dưỡng, phục hồi sức khỏe trong thiên nhiên
- ☐ Khám phá cảnh quan thiên nhiên hoang sơ, hồ thác, rừng thông
- ☐ Trải nghiệm văn hóa các dân tộc thiểu số Tây Nguyên
- ☐ Thưởng thức ẩm thực đặc sản vùng cao (gà nướng, cơm lam, sâm dây...)
- ☐ Tham quan điểm tâm linh (Tượng Đức Mẹ Măng Đen)
- ☐ Không gian yên tĩnh, tránh xa sự ồn ào của đô thị

☐ Chụp ảnh, ghi lại kỷ niệm tại vùng cao Tây Nguyên

☐ Khác:

Phần 3 : Nội dung khảo sát

A. Để tìm hiểu nhu cầu và mức độ quan tâm đối với du lịch sinh thái Măng Đen, xin Cô/Chú vui lòng cho biết mức độ quan tâm đối với các trải nghiệm sau:

Đánh giá mức độ quan tâm: 1 = Rất không quan tâm • 2 = Không quan tâm • 3 = Bình thường • 4 = Quan tâm • 5 = Rất quan tâm

Nội dung	1	2	3	4	5
Tham quan cảnh quan thiên nhiên Măng Đen: hồ Đăk Ke, thác Pa Sỷ, rừng thông	☐	☐	☐	☐	☐
Trải nghiệm đi dạo, hít thở không khí trong lành dưới tán rừng thông	☐	☐	☐	☐	☐
Tham quan làng du lịch cộng đồng Kon Bring, tìm hiểu văn hóa dân tộc thiểu số	☐	☐	☐	☐	☐
Viếng thăm Tượng Đức Mẹ Măng Đen và các điểm tâm linh	☐	☐	☐	☐	☐
Trải nghiệm nông nghiệp xứ lạnh: tham quan trang trại rau, hoa, dâu tây	☐	☐	☐	☐	☐
Thưởng thức ẩm thực đặc sản Măng Đen (gà nướng, cơm lam, lẩu xuyên tiêu, sâm dây...)	☐	☐	☐	☐	☐
Tham quan Nhà thờ gỗ Kon Tum (Quảng Ngãi) và các công trình kiến trúc trên đường đến Măng Đen	☐	☐	☐	☐	☐
Nghỉ dưỡng, thư giãn tại các resort / homestay giữa thiên nhiên	☐	☐	☐	☐	☐
Tham gia thiền định, yoga hoặc các hoạt động phục hồi sức khỏe	☐	☐	☐	☐	☐
Khám phá thác nước, suối nhỏ và các cung đường trekking nhẹ nhàng	☐	☐	☐	☐	☐

Nội dung	1	2	3	4	5
Giao lưu văn hóa công chiêng Tây Nguyên và các lễ hội bản địa	☐	☐	☐	☐	☐
Mua sắm đặc sản địa phương (sâm dây, rượu vang sim, dược liệu rừng...)	☐	☐	☐	☐	☐

B. Để xây dựng chương trình du lịch sinh thái Măng Đen phù hợp với nhu cầu, xin Cô/Chú vui lòng cho biết mức độ kỳ vọng của mình đối với các nội dung sau:

Đánh giá mức độ đồng ý: 1 = Rất không đồng ý • 2 = Không đồng ý • 3 = Bình thường • 4 = Đồng ý • 5 = Rất đồng ý

Nội dung	1	2	3	4	5
Chương trình cần có lịch trình nhẹ nhàng, ít di chuyển, phù hợp thể trạng người cao tuổi	☐	☐	☐	☐	☐
Lịch trình cần được thiết kế hợp lý, không quá dày đặc, có thời gian nghỉ ngơi giữa các điểm	☐	☐	☐	☐	☐
Hướng dẫn viên cần nhiệt tình, am hiểu về thiên nhiên và văn hóa Tây Nguyên	☐	☐	☐	☐	☐
Phương tiện di chuyển cần đảm bảo an toàn, êm ái và thoải mái	☐	☐	☐	☐	☐
Dịch vụ lưu trú sạch sẽ, tiện nghi, có giường ngủ thoải mái và điều hòa nhiệt độ	☐	☐	☐	☐	☐
Chế độ ăn uống phù hợp với sức khỏe người cao tuổi (thanh đạm, đủ dinh dưỡng)	☐	☐	☐	☐	☐
Có thời gian tự do khám phá và nghỉ dưỡng	☐	☐	☐	☐	☐
Giá tour hợp lý, phù hợp với khả năng chi trả	☐	☐	☐	☐	☐
Chương trình cần có dịch vụ hỗ trợ y tế hoặc nhân viên chăm sóc sức khỏe đi kèm	☐	☐	☐	☐	☐

Nội dung	1	2	3	4	5
Có hoạt động tập thể nhẹ nhàng như đi bộ buổi sáng, tập dưỡng sinh trong không khí thiên nhiên	☐	☐	☐	☐	☐

C. Để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình du lịch sinh thái Măng Đen, xin Cô/Chú vui lòng cho biết mức độ đồng ý đối với các ý kiến sau:

Đánh giá mức độ đồng ý: 1 = Rất không đồng ý • 2 = Không đồng ý • 3 = Bình thường • 4 = Đồng ý • 5 = Rất đồng ý

Nội dung	1	2	3	4	5
Giá tour phù hợp ảnh hưởng lớn đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Ý kiến của người thân ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Đánh giá, review của khách hàng trước ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Lịch trình nhẹ nhàng, phù hợp sức khỏe ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Uy tín của công ty du lịch ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Chương trình khuyến mãi, ưu đãi dành cho người cao tuổi ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Sự tiện lợi trong đặt tour và thanh toán ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Dịch vụ hỗ trợ y tế và chăm sóc sức khỏe trong tour ảnh hưởng đến quyết định của tôi	☐	☐	☐	☐	☐

Phần 4 : Đề xuất và thông tin bổ sung

1. Cô/chú đã biết đến Công ty Cổ Phần Du Lịch Việt Đà chưa? *

- Đã biết và đã sử dụng dịch vụ
- Đã nghe tên nhưng chưa sử dụng
- Chưa biết

2. Cô/chú mong muốn lưu trú tại loại hình nào khi đi du lịch sinh thái Măng Đen?

- Khách sạn tầm trung (3 sao)
- Khách sạn cao cấp (4 – 5 sao)
- Resort / khu nghỉ dưỡng sinh thái
- Homestay / nhà nghỉ địa phương

3. Cô/chú muốn sử dụng phương tiện vận chuyển nào để đi Măng Đen? *

- Xe du lịch đoàn
- Xe riêng của gia đình
- Theo sự sắp xếp của Công ty

4. Cô/chú mong muốn chương trình du lịch được tổ chức dưới hình thức nào? *

- Tour trọn gói (bao gồm tất cả dịch vụ)
- Tour bán trọn gói (vận chuyển + lưu trú, tự khám phá)
- Tự túc hoàn toàn, chỉ cần tư vấn lịch trình

5. Cô/chú có sẵn sàng tham gia chương trình du lịch sinh thái Măng Đen dành cho người cao tuổi do Công ty Việt Đà tổ chức không? *

- Chắc chắn sẽ tham gia
- Có thể sẽ tham gia
- Còn phụ thuộc vào giá và lịch trình
- Không chắc chắn

6. Cô/chú mong muốn có thêm hoạt động gì trong chương trình du lịch sinh thái Măng Đen dành cho người cao tuổi? *

.....

.....

.....

.....

7. Theo Cô/Chú, điều gì làm chương trình du lịch sinh thái Măng Đen hấp dẫn hơn các chương trình khác? *

.....

.....

.....

.....

8. Góp ý khác của Cô/Chú (nếu có):

.....

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn Cô/Chú đã dành thời gian trả lời phiếu khảo sát!

Thực đơn nhà hàng 4 ngày 3 đêm tại Măng Đen

Ngày 1 27/07/2026

Bữa ăn trưa	Buổi ăn tối
Resort Đăkke Măng Đen – Hồ Đắc Ke, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi	Cơm Lam - Gà Nướng Cô Sinh – Măng Đen, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi
0917926926	0344446811
1 Thịt nai xào lá lốt	1. Gà Nướng lá tiêu rừng
2 Cá kho tộ	2. Cơm Lam ống tre
3 Ổ qua xào trứng	3. Heo lòng quay
4 Rau rừng/muống luộc	4. Rau rừng xào tỏi
5 Sườn xào chua ngọt	5. Canh lá sâm
6 Chả cá sốt cà chua	6. Trà đá
7 Canh cá thác lác nấu chua	
8 Cơm trắng	
9 Tráng miệng	
10 Trà đá + khăn lạnh	

Ngày 2 28/07/2026

Bữa ăn trưa In The Forest - Nhà hàng gói lá Măng Đen 134-1336-138 Phạm Văn Đồng, Kon Plông, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi 0931624999	Buổi ăn tối Nhà hàng Du Tonkin 105 Phạm Văn Đồng, Kon Plông, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi 0867906838
Gỏi lá rừng Măng Đen Ngũ quả chấm kho quẹt Mẹ gà nướng lá tiêu rừng + cơm lam Bê hấp cuốn bánh tráng Heo rừng nướng ống tre Lẩu cá tầm măng chua Tráng miệng + nước suối	Gà nướng lá tiêu rừng Heo làng xào sả ớt Cá diêu hồng chiên giòn sốt mắm tỏi Rau rừng xào tỏi Súp lơ xào lòng mề Canh cải thịt băm Cơm trắng Nước suối Tráng miệng

Ngày 3 29/07/2026

Bữa ăn trưa Nhà hàng Măng Đỏ Quán 58 Phạm Văn Đồng, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi 0978239887	Buổi ăn tối Giao lưu biểu diễn văn nghệ Resort Đăkke Măng Đen - Hồ Đăk Ke, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi 0917926926
Cơm trắng Khoai lang chiên vùng Gỏi hoa chuối rừng Mẹt gà nướng Mẹt heo làng nướng Trứng chiên Gà kho sả ớt Canh rau rừng thịt băm Trà đá – Tráng miệng	Gà nướng cơm lam Mắm cá thu chưng – dưa leo Thịt luộc – rau sống – cà pháo mắm nêm Tôm rim Thịt bò xào cần hành tây Canh chua cá lăng Cơm trắng Tráng miệng Trà đá + khăn lạnh

Ngày 4 30/07/2026

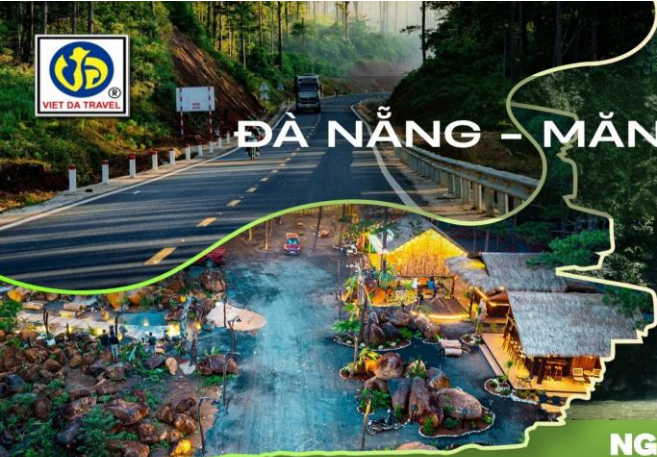
Bữa ăn trưa Resort Đăkke Măng Đen – Hồ Đăk Ke, Xã Măng Đen, Tỉnh Quảng Ngãi - 0917926926
Cơm trắng Rau rừng luộc Măng rừng tươi xào lá lốt Mẹt gà nướng Ba chỉ rang cháy cạnh Cá kho tộ Canh lá sâm thịt băm Trà đá – Tráng miệng

BROCHURE



ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN - KON TUM

4 ngày 3 đêm



NGÀY 1: ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN

Sáng: 6h00: Xe và Hdv đón quý khách tại điểm hẹn
Trưa: 11h30: Quý khách ăn trưa tại nhà hàng và nhận phòng Resort Dakke Măng Đen
Chiều: 15h30: Đoàn khởi hành tham quan Farmer's Garden Măng Đen, trải nghiệm nông nghiệp tại vùng cao. Sau đó đoàn đi dạo trên Đường thông Măng Đen
Tối: 18h00: Đoàn dùng cơm tối với các món đặc sản và tự do khám phá Măng Đen về đêm
Đoàn nghỉ đêm tại Resort Dakke Măng Đen, Măng Đen

NGÀY 2: KHÁM PHÁ MĂNG ĐEN

Sáng: 8h30: Đoàn ăn sáng tại khách sạn và tham quan Măng Đen:

- Đúc mẹ Măng Đen
- Chùa Khánh Lâm
- Khu được liệu Hồng Phát

Trưa: Đoàn ăn trưa tại nhà hàng In The Forest, cùng thưởng thức các món mệ đặc sản và về khách sạn nghỉ ngơi
Chiều: 15h00: Tham quan, tìm hiểu văn hoá - lịch sử Tây Nguyên tại Quảng trường Măng Đen và làng du lịch cộng đồng Kon Bring
Tối: Quý khách ăn tối tại nhà hàng Du Tonkin và tự do khám phá Măng Đen về đêm
Đoàn nghỉ đêm tại Resort Dakke Măng Đen, Măng Đen

Tel : 0236 3647979

Hotline: 0788 603 139 (Hồng Phúc)

18 Trần Thủ Độ, Đà Nẵng

NGÀY 3: THIÊN NHIÊN THUẦN KHIẾT

Sáng: 9h00: Đoàn ăn sáng và tham quan Khu du lịch sinh thái Thác Pa Sỹ, tham quan vườn tượng thác Pa Sỹ được tạo thành từ 3 con suối lớn nhất Măng Đen
Trưa: Quý khách ăn trưa tại nhà hàng Măng Đỏ Quán thưởng thức đặc sản vùng cao
Chiều: 15h00: Đoàn tham quan hồ Đak Ke - Một trong những hồ nước đẹp nhất Măng Đen.
Tối: Giao lưu biểu diễn văn nghệ của người Mơ Nâm, thưởng thức các làn điệu cồng chiêng, múa xoang....
Đoàn nghỉ đêm tại Resort Dakke Măng Đen, Măng Đen

NGÀY 4: KON TUM - ĐÀ NẴNG

Sáng: 8h00: Đoàn tham quan Chợ Trung tâm Măng Đen, mua sắm và thưởng thức các thức quà vùng cao
9h30: Đoàn tham quan Vườn Nghệ thuật Măng Đen
Trưa: Đoàn ăn trưa, nghỉ ngơi để chuẩn bị về lại Đà Nẵng
Khoảng 17h: Xe về Đà Nẵng, xe đưa đoàn về lại điểm đón ban đầu, kết thúc chương trình





Kết thúc chương trình, hẹn gặp lại quý khách ở những chương trình tiếp theo !

www.vietdatravel.com

