

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục hành trình
giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng - Hội An
dành cho sinh viên quốc tế tại Công ty TNHH
Visit Indochina”**

Sinh viên thực hiện : Trương Anh Thoa

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục hành trình
giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng - Hội An
dành cho sinh viên quốc tế tại Công ty TNHH
Visit Indochina”**

< Công ty TNHH Visit Indochina >

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phan Kim Ngân

Sinh viên thực hiện : Trương Anh Thoa

Mã số sinh viên : 2254040052

Khóa học : 2022 – 2026

Lớp : 22DL2

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH

DANH MỤC BẢNG BIỂU

LỜI CẢM ƠN

PHẦN MỞ ĐẦU..... i

1. Lý do chọn đề tài i

2. Mục tiêu nghiên cứu ii

3. Đối tượng nghiên cứu ii

4. Phương pháp nghiên cứu ii

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

1.1 Khái quát chung về hoạt động kinh doanh lữ hành..... 1

1.1.1. Khái niệm hoạt động kinh doanh lữ hành..... 1

1.1.2. Chức năng và vai trò của kinh doanh lữ hành 2

1.1.3. Sản phẩm kinh doanh lữ hành 4

1.2. Khái quát chung về chương trình du lịch 6

1.2.1. Khái niệm chương trình du lịch..... 6

1.2.2. Phân loại chương trình du lịch..... 9

1.2.3. Đặc điểm chương trình du lịch 11

1.2.4. Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình du lịch 12

1.2.5. Vai trò của chương trình du lịch trong hoạt động kinh doanh lữ hành 14

1.3. Khái quát chung về du lịch giáo dục 15

1.3.1. Khái niệm du lịch giáo dục 15

1.3.2. Đặc điểm của du lịch giáo dục..... 17

1.3.3. Vai trò của du lịch giáo dục đối với sinh viên quốc tế 18

CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH KHAI THÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH GIÁO DỤC “HÀNH TRÌNH GIAO LƯU VĂN HÓA VÀ KHÁM PHÁ DI SẢN ĐÀ NẴNG – HỘI AN” TẠI CÔNG TY TNHH VISIT INDOCHINA 20

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Visit Indochina..... 20

2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH Visit Indochina..... 20

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng, nhiệm vụ của Công ty TNHH Visit Indochina ... 25

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động và thị trường khách của Công ty TNHH Visit Indochina 30

2.2.1. Các nguồn lực của Công ty TNHH Visit Indochina..... 33

2.2.3. Đánh giá chung về tình hình của Công ty TNHH Visit Indochina 41

2.3. Thực trạng khai thác chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina	42
2.3.1. Mục tiêu, đối tượng, thời lượng của chương trình du lịch giáo dục.....	43
2.3.2. Nội dung lịch trình chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An”	44
2.3.3. Tình hình kinh doanh chương trình du lịch giáo dục tại Công ty TNHH Visit Indochina	48
2.4. Đánh giá chung về chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina.....	57
2.4.1. Những kết quả đạt được của chương trình du lịch giáo dục.....	57
2.4.2. Những hạn chế của chương trình du lịch giáo dục	60
2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế trong chương trình du lịch giáo dục	62
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH GIÁO DỤC “HÀNH TRÌNH GIAO LƯU VĂN HÓA VÀ KHÁM PHÁ DI SẢN ĐÀ NẴNG – HỘI AN” TẠI CÔNG TY TNHH VISIT INDOCHINA	67
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	67
3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty TNHH Visit Indochina	67
3.1.2. Hạn chế trong khai thác chương trình du lịch giáo dục tại công ty TNHH Visit Indochina	68
3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina	69
3.2.1. Hoàn thiện nội dung chương trình và nâng cao chất lượng trải nghiệm	69
3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ và công tác tổ chức chương trình	72
3.2.3. Tăng cường công tác quảng bá chương trình	76
3.3.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.....	78
3.3.2. Đối với Công ty TNHH Visit Indochina	79
3.3.3. Đối với các đơn vị cung ứng dịch vụ tại Đà Nẵng – Hội An	80
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	82

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2. 1. Logo Công ty TNHH Visit Indochina.....	20
Hình 2. 2. Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Visit Indochina.....	25
Hình 2.3: Phản hồi của khách hàng về hướng dẫn viên trong chương trình du lịch giáo dục.	52
Hình 2.4: Phản hồi của khách hàng về dịch vụ trong chương trình du lịch giáo dục ...	54

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Các sản phẩm dịch vụ của Công ty TNHH Visit Indochina.....	30
Bảng 2.2. Tình hình nhân lực của Công ty giai đoạn 2022 – 2024.....	33
Bảng 2.3. Thống kê giới tính nhân viên của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024.	35
Bảng 2.4. Trình độ học vấn nhân viên của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024.	35
Bảng 2.5. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024.....	36
Bảng 2.6. Lượt Khách du lịch của Công ty TNHH Visit Indochina trong giai đoạn 2023- 2025	39
Bảng 2.7. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Visit Indochina trong giai đoạn 2023-2025.	40
Bảng 2.8. Lịch trình chương trình du lịch giáo dục Đà Nẵng – Hội An 3 ngày 2 đêm	44
Bảng 2.9. Số chuyến và lượt khách tour du lịch giáo dục	48
Bảng 2.10. Bảng tổng hợp chi phí – doanh thu – lợi nhuận tour du lịch giáo dục	49
Bảng 2.11. Chi phí – Doanh thu – Lợi nhuận chương trình du lịch giáo dục Đà Nẵng – Hội An 3 ngày 2 đêm.....	50

LỜI CẢM ƠN

Được sự phân công và tạo điều kiện của quý thầy cô Khoa Du lịch – Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, cùng với gần ba tháng thực tập và ba tháng nghiên cứu, em đã hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp của mình. Đây không chỉ là kết quả của quá trình học tập mà còn là dấu mốc quan trọng khép lại chặng đường sinh viên đầy ý nghĩa của em.

Trong suốt quãng thời gian học tập tại trường cũng như trong quá trình thực hiện đề tài khóa luận, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ và hỗ trợ quý báu từ phía nhà trường, quý thầy cô và những người đã đồng hành cùng em. Những sự hỗ trợ đó chính là nguồn động lực to lớn giúp em vượt qua những khó khăn, thử thách để hoàn thành tốt nhiệm vụ học tập và nghiên cứu của mình.

Nhìn lại chặng đường đã qua, từ những ngày đầu bỡ ngỡ bước vào giảng đường, em đã may mắn được các thầy cô tận tình giảng dạy, chỉ bảo và định hướng. Không chỉ truyền đạt kiến thức chuyên môn, thầy cô còn giúp em rèn luyện tư duy, kỹ năng và thái độ học tập nghiêm túc. Chính sự tận tâm đó đã giúp em từng bước trưởng thành hơn, từ những bài học lý thuyết trên lớp cho đến những lần thực tập đầu tiên, và cho đến kỳ thực tập tốt nghiệp hiện tại – một dấu mốc quan trọng khép lại quãng đời sinh viên của em.

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, đặc biệt là quý thầy cô Khoa Du lịch, những người đã không ngừng truyền đạt kiến thức, tận tâm giảng dạy và tạo điều kiện để em hoàn thành quá trình học tập và nghiên cứu. Những bài giảng, những kinh nghiệm quý báu mà thầy cô truyền đạt sẽ là nền tảng vững chắc giúp em tự tin bước vào môi trường làm việc sau này.

Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến ThS. Phan Kim Ngân – giảng viên hướng dẫn, người đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và luôn đồng hành cùng em trong suốt quá trình thực hiện đề tài. Cô không chỉ giúp em định hướng nội dung nghiên cứu mà còn luôn kiên nhẫn góp ý, chỉnh sửa và động viên để em có thể hoàn thiện bài khóa luận một cách tốt nhất. Những sự chỉ dẫn tận tâm của cô là yếu tố vô cùng quan trọng giúp em hoàn thành đề tài này.

Tiếp đến, em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc đến Ban lãnh đạo cùng toàn thể các anh chị nhân viên tại Công ty TNHH Visit Indochina đã nhiệt tình hỗ trợ, tạo điều kiện để em được tiếp cận thực tế, học hỏi kinh nghiệm và hoàn thành đề

tài khóa luận này. Những kinh nghiệm quý báu em được học tập và đúc kết tại công ty sẽ là hành trang quan trọng đối với em.

Cuối cùng, em xin gửi lời chúc sức khỏe và thành công đến quý thầy cô Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng – những người đã không ngừng truyền lửa tri thức và niềm tin cho thế hệ sinh viên. Em cũng xin chúc Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh chị nhân viên Công ty TNHH Visit Indochina luôn mạnh khỏe, hạnh phúc và đạt được nhiều thành công hơn nữa, để công ty ngày càng phát triển vững mạnh và khẳng định vị thế trên thị trường du lịch.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn tất cả sự giúp đỡ, chỉ dạy và đồng hành mà em đã may mắn nhận được trong suốt thời gian học tập và thực tập. Đây sẽ là những kỷ niệm quý giá, là hành trang quan trọng giúp em thêm tự tin, vững bước trên con đường nghề nghiệp trong tương lai.

Em xin chân thành cảm ơn!

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch, nhu cầu trải nghiệm văn hóa và học tập thông qua các hoạt động du lịch ngày càng được quan tâm, đặc biệt là đối với sinh viên quốc tế. Bên cạnh mục đích tham quan, nhiều sinh viên mong muốn tìm hiểu sâu hơn về lịch sử, văn hóa, đời sống và con người tại các quốc gia mà họ đến. Chính vì vậy, du lịch giáo dục đang dần trở thành một xu hướng phát triển mới của ngành du lịch, góp phần tạo ra những trải nghiệm vừa mang tính học tập vừa mang tính khám phá thực tế.

Việt Nam là quốc gia có nhiều tiềm năng phát triển loại hình du lịch giáo dục nhờ sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng về văn hóa và lịch sử. Trong đó, khu vực Đà Nẵng – Hội An là một trong những điểm đến tiêu biểu của miền Trung Việt Nam. Đà Nẵng là thành phố du lịch phát triển năng động với cơ sở hạ tầng hiện đại, trong khi Hội An là di sản văn hóa thế giới nổi tiếng với nhiều giá trị kiến trúc, lịch sử và truyền thống đặc sắc. Sự kết hợp giữa hai địa điểm này tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức các chương trình du lịch giáo dục gắn với hoạt động khám phá di sản và giao lưu văn hóa.

Tuy nhiên, để các chương trình du lịch giáo dục thực sự mang lại hiệu quả về mặt trải nghiệm và học tập, việc xây dựng và hoàn thiện nội dung chương trình là yếu tố rất quan trọng. Một chương trình phù hợp cần đảm bảo sự cân đối giữa hoạt động tham quan, tìm hiểu văn hóa, trải nghiệm thực tế và giao lưu với cộng đồng địa phương. Nếu chương trình chưa được thiết kế hợp lý, hoạt động du lịch có thể chỉ dừng lại ở mức tham quan thông thường mà chưa khai thác được giá trị giáo dục và trải nghiệm sâu sắc.

Công ty TNHH Visit Indochina là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch với định hướng phục vụ khách quốc tế và phát triển các sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm văn hóa. Trong đó, chương trình “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” dành cho sinh viên quốc tế được xây dựng nhằm giúp sinh viên có cơ hội tìm hiểu về văn hóa, lịch sử và đời sống địa phương thông qua các hoạt động trải nghiệm thực tế. Tuy nhiên, để chương trình ngày càng hoàn thiện và phù hợp hơn với nhu cầu của sinh viên quốc tế, việc nghiên cứu và đánh giá chương trình là cần thiết. Xuất phát từ những vấn đề trên, em lựa chọn đề tài: **“Hoàn**

thiện chương trình du lịch giáo dục Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An dành cho sinh viên quốc tế của Công ty TNHH Visit Indochina” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về chương trình du lịch, du lịch giáo dục trong hoạt động kinh doanh lữ hành.

- Phân tích tình hình khai thác chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” dành cho sinh viên quốc tế của Công ty TNHH Visit Indochina.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm và hiệu quả khai thác của doanh nghiệp.

3. Đối tượng nghiên cứu

- Phạm vi nghiên cứu

+ Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu và đánh giá thực trạng chương trình du lịch giáo dục dành cho sinh viên quốc tế của Công ty TNHH Visit Indochina, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình.

+ Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty TNHH Visit Indochina và tuyến điểm du lịch Đà Nẵng – Hội An.

+ Về thời gian: Đề tài tập trung nghiên cứu và phân tích chương trình du lịch giáo dục của công ty trong khoảng thời gian từ tháng 8 năm 2025 đến nay.

- Đối tượng nghiên cứu: chất lượng và nội dung chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” dành cho sinh viên quốc tế của Công ty TNHH Visit Indochina.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập và tổng hợp tài liệu: Thu thập các tài liệu, sách, báo, giáo trình, bài nghiên cứu liên quan đến chương trình du lịch, du lịch giáo dục và hoạt động kinh doanh lữ hành. Từ đó tổng hợp các cơ sở lý luận phục vụ cho việc nghiên cứu đề tài.

- Phương pháp quan sát và khảo sát thực tế: Tiến hành tìm hiểu thực tế về chương trình du lịch giáo dục của Công ty TNHH Visit Indochina, bao gồm nội dung chương trình, hoạt động trải nghiệm, hoạt động giao lưu văn hóa và cách thức tổ chức chương trình.

- Phương pháp phân tích và đánh giá: Phân tích các thông tin và dữ liệu thu thập được để đánh giá thực trạng chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An”, từ đó xác định những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân.

- Phương pháp so sánh và tổng hợp: So sánh giữa lý luận và thực tiễn tổ chức chương trình du lịch giáo dục để rút ra các nhận xét và đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình.

5. Nội dung khóa luận

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

Chương 2: Tình hình khai thác chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina.

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

1.1 Khái quát chung về hoạt động kinh doanh lữ hành

1.1.1. Khái niệm hoạt động kinh doanh lữ hành

Xuất phát từ những nội dung cơ bản của hoạt động du lịch thì việc định nghĩa hoạt động lữ hành, cũng như việc phân biệt lữ hành với du lịch là một việc cần thiết. Tuy nhiên, ở đây có hai cách tiếp cận về lữ hành và du lịch.

Cách tiếp cận thứ nhất: Hiểu theo nghĩa rộng thì lữ hành (Travel) bao gồm tất cả những 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 lữ hành là 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... Tại các nước phát triển, đặc biệt tại các nước Bắc Mỹ thì 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, hoạt động 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 du lịch với mục đích hưởng hoa hồng hoặc lợi nhuận. Kinh doanh lữ hành có thể là 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. Ví dụ sắp xếp để tiêu thụ hoặc bán các dịch vụ vận chuyển, lưu trú, chương trình du lịch hoặc bất kỳ dịch vụ du lịch khác: tổ chức hoặc thực hiện các chương trình du lịch vào và ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia; trực tiếp cung cấp hoặc chuyên gia cho thuê dịch vụ vận chuyển cho khách du lịch; trực tiếp cung cấp hoặc chuyên gia môi giới hỗ trợ các dịch vụ khác có liên quan đến các dịch vụ kể trên trong quá trình tiêu dùng của du khách.

Cách tiếp cận thứ hai, tiếp cận lữ hành ở một phạm vi hẹp. Để phân biệt hoạt động kinh doanh lữ hành với các hoạt động kinh doanh du lịch khác như khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí, người ta giới hạn hoạt động kinh doanh lữ hành chỉ bao

gồm những 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 2017 “Lữ hành là việc xây dựng, bán, tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch”.

Theo khoản 9 Điều 3 Luật Du lịch Việt Nam năm 2017, kinh doanh dịch vụ lữ hành là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch. Đây là định nghĩa mang tính pháp lý, làm cơ sở xác định phạm vi hoạt động của doanh nghiệp lữ hành.

Dưới góc độ chuyên môn, kinh doanh lữ hành là hoạt động mang tính tổng hợp, trong đó các dịch vụ du lịch riêng lẻ được kết hợp để hình thành chương trình du lịch hoàn chỉnh và cung cấp cho khách du lịch. Hoạt động này thể hiện rõ sự chuyên môn hóa trong ngành du lịch và có mối liên hệ chặt chẽ với sự phát triển của nhu cầu du lịch cũng như các yếu tố cung ứng dịch vụ.

Từ đó có thể hiểu một cách khái quát rằng, kinh doanh lữ hành là hoạt động xây dựng, tổ chức và cung ứng các chương trình du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

1.1.2. Chức năng và vai trò của kinh doanh lữ hành

1.1.2.1. Chức năng của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

- Chức năng thông tin

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

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

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

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

Các nhà kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho khách du lịch, chủ yếu là dựa vào nguồn thông tin thứ cấp. Việc cung cấp thông tin có thể bằng hình thức truyền thống, hiện đại hoặc cả hai. Trong đó, cần đặc biệt chú ý tới hình thức truyền tin hiện

đại, ứng dụng tiến bộ của công nghệ thông tin, phối hợp truyền thông marketing. Nội dung thông tin cho nhà cung cấp và điểm đến du lịch bao gồm mục đích động cơ chính của chuyến đi, quỹ thời gian rời cho tiêu dùng du lịch, thời điểm sử dụng thời gian rời cho tiêu dùng du lịch, kinh nghiệm tiêu dùng du lịch, yêu cầu về chất lượng và thói quen tiêu dùng của khách, các yêu cầu đặc biệt của khách.

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

- Chức năng tổ chức

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

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

- Chức năng thực hiện

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

1.1.2.2. Vai trò của doanh nghiệp lữ hành đối với khách du lịch và điểm đến

Doanh nghiệp lữ hành là cầu nối quan trọng trong hệ thống du lịch, kết nối nhu cầu của khách du lịch với khả năng cung ứng dịch vụ tại các điểm đến, đồng thời tạo ra giá trị cho cả hai phía.

Đối với khách du lịch, doanh nghiệp lữ hành đảm nhận vai trò tổ chức và bảo đảm chất lượng chuyến đi. Các chương trình du lịch được xây dựng sẵn giúp khách tiết kiệm thời gian, công sức trong việc tìm kiếm thông tin và đặt dịch vụ, đồng thời

giảm chi phí nhờ vào sự liên kết với các nhà cung cấp. Trong suốt hành trình, doanh nghiệp chịu trách nhiệm hướng dẫn, hỗ trợ và xử lý các tình huống phát sinh, góp phần đảm bảo an toàn và sự thuận lợi cho du khách. Thông qua hướng dẫn viên và nội dung chương trình, khách còn được cung cấp thông tin về văn hóa, lịch sử, phong tục của điểm đến, từ đó nâng cao chất lượng trải nghiệm. Doanh nghiệp cũng thiết kế nhiều loại hình sản phẩm linh hoạt, phù hợp với nhu cầu, sở thích và khả năng chi trả của từng nhóm khách, tạo điều kiện cho việc cá nhân hóa trải nghiệm du lịch.

Đối với điểm đến du lịch, doanh nghiệp lữ hành góp phần quảng bá hình ảnh và thu hút khách thông qua hoạt động xây dựng, giới thiệu và phân phối các sản phẩm du lịch. Việc đưa khách đến giúp gia tăng nhu cầu tiêu dùng các dịch vụ như lưu trú, ăn uống, vận chuyển và giải trí, tạo nguồn thu và việc làm cho người dân địa phương. Các doanh nghiệp còn liên kết các điểm tham quan riêng lẻ thành tuyến du lịch hoàn chỉnh, giúp khai thác hiệu quả tài nguyên và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến. Quá trình phối hợp với chính quyền và cộng đồng địa phương trong tổ chức hoạt động du lịch góp phần định hướng phát triển theo hướng bền vững, chú trọng bảo vệ môi trường và gìn giữ bản sắc văn hóa. Đồng thời, yêu cầu về chất lượng dịch vụ từ doanh nghiệp lữ hành thúc đẩy các cơ sở cung ứng không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn và thái độ phục vụ.

1.1.3. Sản phẩm kinh doanh lữ hành

1.1.3.1. Khái niệm sản phẩm kinh doanh lữ hành

Sản phẩm kinh doanh lữ hành là sản phẩm do doanh nghiệp lữ hành xây dựng và cung cấp cho khách du lịch, thường được thể hiện dưới dạng chương trình du lịch trọn gói. Sản phẩm này được hình thành trên cơ sở kết hợp nhiều dịch vụ du lịch khác nhau như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí và các dịch vụ bổ trợ khác nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch.

Theo Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2015), sản phẩm lữ hành là sự kết hợp tổng hợp của các dịch vụ du lịch được thiết kế thành một chương trình hoàn chỉnh và cung cấp cho khách du lịch dưới dạng trọn gói. Điều này cho thấy sản phẩm lữ hành không phải là một dịch vụ đơn lẻ mà là một hệ thống các dịch vụ có mối liên kết chặt chẽ với nhau.

Bên cạnh đó, sản phẩm kinh doanh lữ hành mang tính không đồng nhất, do chất lượng của sản phẩm phụ thuộc vào nhiều yếu tố như điều kiện cung ứng dịch vụ,

thời điểm thực hiện, yếu tố con người và các yếu tố khách quan trong quá trình tổ chức chuyến đi. Chính vì vậy, cùng một chương trình du lịch nhưng trải nghiệm của khách du lịch có thể khác nhau giữa các lần cung ứng.

1.1.3.2. Các thành phần cấu thành sản phẩm kinh doanh lữ hành

Sản phẩm kinh doanh lữ hành là sự kết hợp tổng hợp của nhiều dịch vụ du lịch và hàng hóa khác nhau, được thiết kế thành một chương trình hoàn chỉnh nhằm đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Do đó, sản phẩm lữ hành có cấu trúc phức hợp và bao gồm nhiều thành phần cấu thành khác nhau.

- Dịch vụ trung gian

Các dịch vụ trung gian hay còn gọi là các dịch vụ đơn lẻ. Đây là loại dịch vụ mà doanh nghiệp kinh doanh lữ hành làm trung gian giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm cho các nhà cung cấp sản phẩm du lịch để hưởng hoa hồng. Hầu hết các sản phẩm này được tiêu thụ một cách đơn lẻ không có sự gắn kết với nhau, thỏa mãn độc lập từng nhu cầu của khách. Các dịch vụ đơn lẻ mà các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành thực hiện bao gồm:

- Dịch vụ vận chuyển hàng không
- Dịch vụ vận chuyển đường sắt
- Dịch vụ vận chuyển tàu thủy
- Dịch vụ vận chuyển ô tô
- Dịch vụ vận chuyển bằng phương tiện khác
- Dịch vụ lưu trú và ăn uống
- Dịch vụ tiêu thụ chương trình du lịch
- Dịch vụ bảo hiểm
- Dịch vụ tư vấn thiết kế lộ trình
- Dịch vụ bán vé xem biểu diễn nghệ thuật, tham quan, thi đấu thể thao và các sự kiện khác.

- Chương trình du lịch

Chương trình du lịch là sản phẩm chủ yếu và đặc trưng của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành. Quy trình kinh doanh chương trình du lịch trọn gói gồm năm giai đoạn:

- Thiết kế chương trình và tính chi phí
- Tổ chức xúc tiến (truyền thông) hỗn hợp

- Tổ chức kênh tiêu thụ
- Tổ chức thực hiện
- Các hoạt động sau kết thúc thực hiện
- Các sản phẩm khác

- Du lịch khuyến thưởng là một dạng đặc biệt của chương trình du lịch trọn gói với chất lượng tốt nhất, được tổ chức theo yêu cầu của các tổ chức kinh tế hoặc phi kinh tế.

- Du lịch hội nghị, hội thảo
- Chương trình du học
- Tổ chức các sự kiện văn hóa xã hội kinh tế, thể thao lớn.

- Các loại sản phẩm và dịch vụ khác theo hướng liên kết dọc nhằm phục vụ khách du lịch trong một chu trình khép kín để có điều kiện, chủ động kiểm soát và bảo đảm được chất lượng của chương trình du lịch trọn gói.

1.2. Khái quát chung 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. Điểm thống nhất của các định nghĩa là về nội dung của chương trình du lịch. Còn điểm khác biệt xuất phát từ giới hạn, cách diễn đạt những đặc điểm và phương thức tổ chức chương trình du lịch. Có thể nêu ra các định nghĩa tiêu biểu sau đây:

Theo Charles J. Wetelka (1990): “Chương trình du lịch là bất kỳ chuyến đi chơi nào có sắp xếp trước (thường được trả tiền trước) đến một hoặc nhiều địa điểm và trở về nơi xuất phát. Thông thường bao gồm sự đi lại, ăn, ở, ngắm cảnh và những thành tố khác.”

Theo cẩm nang nghiệp vụ quản trị lữ hành tái bản lần thứ hai, Robert T. Reilly (1991) đưa ra hai định nghĩa:

Chương trình du lịch là sự kết hợp của ít nhất hai thành phần giao thông và nơi ăn ở mà nó bảo đảm cung cấp dịch vụ giao thông mặt đất, dịch vụ khách sạn, bữa ăn và dịch vụ giải trí.

Chương trình du lịch là tất cả các dịch vụ để thực hiện chuyến đi đã được trả tiền trước loại trừ các dịch vụ tiêu dùng đơn lẻ của khách.

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 (1992): “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 David Wright (1996): “Chương trình du lịch là các dịch vụ được thể hiện trong các lộ trình du lịch. Thông thường bao gồm các dịch vụ giao thông, vùng lãnh thổ hay thành phố. Sự phục vụ này phải được đăng ký đầy đủ hoặc ký hợp đồng trước với một doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch phải thanh toán đầy đủ trước khi các dịch vụ được thực hiện.”

Theo Gangnon và Ociepka (1997): “Chương trình du lịch là một sản phẩm được xác định mức giá trước, khách có thể mua riêng lẻ hoặc mua theo nhóm và có thể tiêu dùng chung với nhau. Một chương trình du lịch có thể bao gồm và theo các mức độ chất lượng khác nhau của bất kỳ hoặc tất cả các dịch vụ vận chuyển, hàng không, đường bộ, đường sắt, đường thủy, nơi ăn ở, tham quan và vui chơi giải trí.”

Theo cuốn “Tư điển quản lý du lịch, khách sạn và nhà hàng” S. Medlik (2003) 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... và mức 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... và phải trả tiền trước khi đi du lịch.

Theo Khoản 8 Điều 3 Luật Du lịch 2017, chương trình du lịch được định nghĩa là văn bản thể hiện lịch trình, dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi của khách du lịch, kéo dài từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

Từ các định nghĩa khác nhau về 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.

Về sự khác biệt giữa các định nghĩa chương trình du lịch, thể hiện ở các khía cạnh:

+ Không có sự nhất quán về tên gọi, có định nghĩa thì gọi là chuyến du lịch, có định nghĩa thì gọi là chương trình du lịch trọn gói, hoặc có định nghĩa thì gọi là chương trình du lịch.

+ Không có sự nhất quán về cả giới hạn dưới và giới hạn trên về số lượng dịch vụ trong nội dung của chương trình du lịch.

+ Cách diễn đạt khác nhau và sử dụng các từ ngữ khác nhau trong các định nghĩa.

Nguyên nhân chưa có sự thống nhất trong định nghĩa chương trình du lịch có thể là:

Thứ nhất, do tính chất năng động, phức tạp và sự tổng hợp của tiêu dùng trong du lịch. Mặt khác, do tính chất bộ phận của sản xuất du lịch dẫn đến có nhiều dịch vụ thành phần cấu thành dịch vụ chương trình du lịch và tính động của các thành phần cao, khó xác định đâu là phần cứng, đâu là phần mềm của chương trình du lịch. Cái gì càng có nhiều thành phần cấu thành và tính động của mỗi thành phần càng cao thì càng khó định nghĩa. Chương trình du lịch như là một đại diện cho quy luật này.

Thứ hai, do mục đích nghiên cứu, cách tiếp cận của mỗi tác giả mà có sự đồng nhất giữa chuyến đi, chương trình du lịch trọn gói, chương trình du lịch với nhau, do cách hiểu từ trọn gói (PACKAGE) của người Việt Nam.

Trên cơ sở kế thừa của các định nghĩa trên, có thể rút ra được định nghĩa về chương trình du lịch như sau:

Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ, hàng hóa được sắp xếp trước, liên kết với nhau, để thỏa mãn ít nhất hai nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của khách với mức giá gộp xác định trước và bán trước khi tiêu dùng của khách.

Từ định nghĩa này rút ra chương trình du lịch có các đặc trưng sau:

- + Chương trình du lịch là một sự hướng dẫn việc thực hiện các dịch vụ đã được sắp đặt trước, làm thỏa mãn nhu cầu khi đi du lịch của con người.
- + Trong chương trình du lịch phải có ít nhất hai dịch vụ và việc tiêu dùng được sắp đặt theo một trình tự thời gian và không gian nhất định.
- + Giá cả của chương trình là giá gộp của các dịch vụ có trong chương trình.
- + Chương trình du lịch phải được bán trước khi khách tiêu dùng.

Một chương trình du lịch có thể sử dụng để tổ chức nhiều chuyến du lịch vào các thời điểm kế tiếp nhau. Nhưng cũng có chương trình du lịch chỉ sử dụng một hoặc vài ba chuyến với khoảng thời gian xa nhau. Do đó cần có sự phân biệt giữa chuyến du lịch và chương trình du lịch. Một chương trình du lịch có thể có nhiều chuyến du lịch được thực hiện với số khách tham gia đông. Nhưng một chương trình du lịch khác chỉ thực hiện được một vài chuyến với số lượng khách tham gia ít. Vì vậy có rất nhiều loại chương trình du lịch khác nhau, cần phải phân biệt chúng để đảm bảo tính hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành. Nếu so sánh chương trình du lịch như một vở kịch, thì chuyến du lịch như là xuất diễn của vở kịch đó.

1.2.2. Phân loại chương trình du lịch

1.2.2.1. Phân loại chương trình du lịch theo mức độ trọn gói

Chương trình du lịch trọn gói (Package tour): Là chương trình du lịch bao gồm đầy đủ các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn và các dịch vụ liên quan khác, được xây dựng với mức giá xác định trước. Đây là loại hình phổ biến nhất trong kinh doanh lữ hành, giúp khách du lịch tiết kiệm thời gian, chi phí và hạn chế rủi ro trong quá trình tổ chức chuyến đi.

Chương trình du lịch từng phần (Partial tour): Là chương trình du lịch chỉ bao gồm một số dịch vụ nhất định, không bao gồm toàn bộ các dịch vụ cần thiết cho chuyến đi. Khách du lịch có thể tự lựa chọn và kết hợp các dịch vụ còn lại theo nhu cầu cá nhân.

Chương trình du lịch tự chọn (Optional tour): Là các chương trình bổ sung hoặc mở rộng, được thiết kế để khách du lịch lựa chọn tham gia thêm ngoài chương trình chính. Loại hình này thường được cung cấp trong quá trình thực hiện tour nhằm gia tăng trải nghiệm cho khách.

1.2.2.2. Phân loại chương trình du lịch theo mục đích chuyến đi

Chương trình du lịch tham quan, nghỉ dưỡng: Đây là loại hình chương trình phổ biến nhất, được xây dựng nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn và khám phá cảnh quan của khách du lịch. Nội dung chương trình thường tập trung vào các điểm đến có tài nguyên du lịch tự nhiên hoặc nhân văn nổi bật, kết hợp với các hoạt động giải trí và nghỉ dưỡng.

Chương trình du lịch văn hóa – lịch sử: Loại chương trình này hướng đến việc tìm hiểu các giá trị văn hóa, truyền thống và di sản lịch sử của điểm đến. Doanh nghiệp lữ hành thường thiết kế các hoạt động tham quan di tích, bảo tàng, làng nghề hoặc giao lưu với cộng đồng địa phương nhằm nâng cao hiểu biết của khách du lịch.

Chương trình du lịch sinh thái: Đây là chương trình du lịch gắn liền với môi trường tự nhiên, tập trung vào việc khám phá hệ sinh thái và nâng cao ý thức bảo vệ môi trường. Các hoạt động thường được tổ chức tại các khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia hoặc các điểm du lịch sinh thái đặc trưng.

Chương trình du lịch giáo dục: Là loại chương trình được thiết kế nhằm phục vụ mục đích học tập, nghiên cứu và trải nghiệm thực tế. Nội dung chương trình thường kết hợp giữa tham quan và các hoạt động mang tính giáo dục, phù hợp với

học sinh, sinh viên hoặc các nhóm nghiên cứu.

Chương trình du lịch công vụ (MICE): Đây là loại hình kết hợp giữa du lịch và các hoạt động hội nghị, hội thảo, khen thưởng hoặc sự kiện. Chương trình thường được tổ chức cho các tổ chức, doanh nghiệp nhằm phục vụ mục tiêu công việc kết hợp với tham quan, nghỉ dưỡng.

1.2.2.3. Phân loại chương trình du lịch theo đối tượng khách

Chương trình du lịch dành cho khách nội địa: Đây là loại chương trình được xây dựng nhằm phục vụ công dân trong nước, với nội dung và mức giá phù hợp với đặc điểm tiêu dùng của thị trường nội địa. Các chương trình thường tập trung vào các điểm đến quen thuộc và có tính phổ biến cao.

Chương trình du lịch dành cho khách quốc tế: Loại chương trình này phục vụ khách du lịch nước ngoài, do đó yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ, nội dung trải nghiệm và khả năng giao tiếp quốc tế. Doanh nghiệp lữ hành cần chú trọng yếu tố văn hóa, ngôn ngữ và sự khác biệt trong nhu cầu của khách.

Chương trình du lịch dành cho học sinh, sinh viên: Đây là loại chương trình có nội dung gắn với hoạt động học tập, trải nghiệm thực tế và phát triển kỹ năng. Các chương trình thường được thiết kế phù hợp với độ tuổi và mục tiêu giáo dục.

Chương trình du lịch dành cho khách cao tuổi: Loại chương trình này chú trọng đến yếu tố an toàn, sức khỏe và nhịp độ tham quan hợp lý. Nội dung chương trình thường nhẹ nhàng, tránh các hoạt động có cường độ cao.

Chương trình du lịch dành cho tổ chức, doanh nghiệp: Đây là các chương trình được thiết kế cho nhóm khách tập thể, phục vụ mục đích du lịch khen thưởng, nghỉ dưỡng hoặc xây dựng đội nhóm. Nội dung chương trình thường kết hợp giữa hoạt động tham quan và hoạt động tập thể.

1.2.2.4. Phân loại chương trình du lịch theo nguồn gốc hình thành

Chương trình du lịch chủ động: Doanh nghiệp lữ hành tiến hành nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch và ấn định trước thời gian thực hiện. Sau đó, doanh nghiệp tổ chức quảng bá, giới thiệu và bán chương trình cho khách du lịch. Khách hàng tiếp cận chương trình thông qua các hoạt động quảng cáo và chủ động lựa chọn tham gia.

Chương trình du lịch bị động: Doanh nghiệp lữ hành tiếp nhận yêu cầu cụ thể từ phía khách hàng, trên cơ sở đó xây dựng chương trình du lịch phù hợp với nhu cầu

đã được đưa ra. Sau khi hai bên thỏa thuận về nội dung và điều kiện thực hiện, chương trình sẽ được tổ chức theo yêu cầu của khách.

Chương trình du lịch kết hợp: Đây là loại chương trình kết hợp giữa hình thức chủ động và bị động. Doanh nghiệp lữ hành tiến hành nghiên cứu thị trường và xây dựng chương trình trước, nhưng không ấn định thời gian cụ thể. Khi có khách hàng quan tâm, hai bên sẽ tiến hành thỏa thuận để hoàn thiện chương trình và tổ chức thực hiện.

1.2.2.5. Phân loại chương trình du lịch theo mức giá

Chương trình du lịch trọn gói theo giá toàn phần: Là loại chương trình mà toàn bộ các dịch vụ cơ bản như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và hướng dẫn đều được tính chung trong một mức giá xác định trước. Khách du lịch hầu như không phải chi trả thêm các khoản chi phí cơ bản trong quá trình tham gia chương trình.

Chương trình du lịch theo giá cơ bản: Là loại chương trình chỉ bao gồm một số dịch vụ chính, các dịch vụ còn lại khách du lịch phải tự chi trả. Hình thức này tạo sự linh hoạt cho khách trong việc lựa chọn và sử dụng dịch vụ theo nhu cầu cá nhân.

1.2.3. Đặc điểm chương trình du lịch

1.2.3.1. Tính tổng hợp của chương trình du lịch

Chương trình du lịch là sản phẩm mang tính tổng hợp cao, được hình thành từ sự kết hợp của nhiều loại dịch vụ khác nhau như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, hướng dẫn và các dịch vụ bổ sung khác. Các dịch vụ này được sắp xếp và liên kết theo một trình tự nhất định về thời gian và không gian, tạo thành một chỉnh thể thống nhất.

Tính tổng hợp thể hiện ở chỗ chương trình du lịch không phải là một sản phẩm đơn lẻ mà là sự tích hợp của nhiều yếu tố khác nhau. Do đó, chất lượng của chương trình không chỉ phụ thuộc vào từng dịch vụ riêng biệt mà còn phụ thuộc vào mức độ phối hợp giữa các dịch vụ đó. Nếu một trong các thành phần không đảm bảo chất lượng sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ chương trình và trải nghiệm của khách du lịch.

1.2.3.2. Tính linh hoạt của chương trình du lịch

Chương trình du lịch có tính linh hoạt cao, thể hiện ở khả năng điều chỉnh nội dung, thời gian, dịch vụ và mức giá nhằm phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Trong thực tế, doanh nghiệp lữ hành thường xuyên phải thay đổi hoặc điều chỉnh chương trình để đáp ứng các yêu cầu cụ thể của khách hàng hoặc thích ứng với những

biến động của thị trường.

Tính linh hoạt còn thể hiện trong việc thiết kế các chương trình du lịch theo nhiều mức độ khác nhau, từ chương trình trọn gói đến chương trình theo yêu cầu riêng. Ngoài ra, trong quá trình tổ chức thực hiện, chương trình cũng có thể được điều chỉnh để phù hợp với điều kiện thực tế như thời tiết, tình hình giao thông hoặc các yếu tố khách quan khác.

1.2.3.3. Sự phụ thuộc của chương trình du lịch vào tài nguyên và dịch vụ du lịch

Chương trình du lịch phụ thuộc chặt chẽ vào tài nguyên du lịch và hệ thống cung ứng dịch vụ tại điểm đến. Tài nguyên du lịch, bao gồm tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa, là cơ sở để hình thành nội dung chương trình và quyết định sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó, chất lượng và khả năng cung ứng của các dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và hướng dẫn cũng ảnh hưởng trực tiếp đến việc xây dựng và tổ chức chương trình du lịch. Doanh nghiệp lữ hành phải dựa vào năng lực của các nhà cung cấp dịch vụ để thiết kế chương trình phù hợp, đồng thời đảm bảo tính khả thi trong quá trình thực hiện.

Sự phụ thuộc này cho thấy chương trình du lịch không tồn tại độc lập mà gắn liền với điều kiện cụ thể của điểm đến và hệ thống dịch vụ du lịch. Do đó, khi xây dựng chương trình, doanh nghiệp lữ hành cần xem xét đầy đủ các yếu tố liên quan nhằm đảm bảo chất lượng và hiệu quả của sản phẩm.

1.2.4. Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình du lịch

1.2.4.1. Tổ chức và điều hành chương trình du lịch

Tổ chức và điều hành chương trình du lịch là giai đoạn triển khai thực tế chương trình đã được thiết kế, nhằm đảm bảo các hoạt động du lịch diễn ra đúng kế hoạch, đạt chất lượng và đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Đây là khâu trung tâm trong hoạt động kinh doanh lữ hành, phản ánh trực tiếp năng lực tổ chức, phối hợp và xử lý tình huống của doanh nghiệp.

Quá trình tổ chức và điều hành chương trình du lịch được thực hiện qua bốn giai đoạn cơ bản:

- Giai đoạn 1: Thỏa thuận với khách du lịch

Giai đoạn này bắt đầu từ khi doanh nghiệp tiếp nhận yêu cầu của khách hoặc từ các công ty gửi khách, đại lý bán. Doanh nghiệp tiến hành thu thập các thông tin cần thiết như số lượng khách, quốc tịch, thời gian, địa điểm xuất – nhập cảnh, nội

dung chương trình và các yêu cầu đặc biệt. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp trao đổi, thương lượng với khách để thống nhất về chương trình du lịch, giá cả và các điều kiện thực hiện. Kết quả của giai đoạn này là sự thỏa thuận giữa các bên, làm cơ sở để triển khai các bước tiếp theo.

- Giai đoạn 2: Chuẩn bị thực hiện chương trình du lịch

Sau khi đạt được thỏa thuận, bộ phận điều hành tiến hành xây dựng chương trình chi tiết và chuẩn bị các dịch vụ cần thiết. Doanh nghiệp thực hiện việc đặt dịch vụ với các nhà cung cấp như khách sạn, phương tiện vận chuyển, nhà hàng, điểm tham quan; chuẩn bị vé, tem thanh toán (voucher) và các giấy tờ liên quan. Đồng thời, doanh nghiệp phân công hướng dẫn viên phù hợp, giao nhiệm vụ cụ thể và cung cấp đầy đủ thông tin, tài liệu cho quá trình phục vụ khách. Giai đoạn này nhằm đảm bảo mọi điều kiện sẵn sàng trước khi chương trình được triển khai.

- Giai đoạn 3: Thực hiện chương trình du lịch

Đây là giai đoạn trực tiếp phục vụ khách du lịch, trong đó hướng dẫn viên giữ vai trò trung tâm, đại diện cho doanh nghiệp tiếp xúc và phục vụ khách. Các hoạt động bao gồm tổ chức đón tiếp, hướng dẫn tham quan, phục vụ khách trong suốt hành trình và phối hợp với các nhà cung cấp để đảm bảo dịch vụ được cung ứng đầy đủ, đúng chất lượng. Doanh nghiệp đồng thời theo dõi, kiểm tra và xử lý kịp thời các tình huống phát sinh như thay đổi lịch trình, sự cố dịch vụ hoặc vấn đề liên quan đến khách nhằm đảm bảo chương trình diễn ra thuận lợi và đạt mục tiêu đề ra.

- Giai đoạn 4: Kết thúc chương trình du lịch

Sau khi chương trình kết thúc, doanh nghiệp tiến hành các hoạt động tổng kết như tổ chức tiễn khách, thu thập ý kiến phản hồi, đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch và rút kinh nghiệm. Đồng thời, doanh nghiệp thực hiện các công việc liên quan như thanh toán với các đối tác, giải quyết các vấn đề phát sinh sau tour và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Giai đoạn này có ý nghĩa quan trọng trong việc hoàn thiện sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ cho các chương trình tiếp theo.

1.2.4.2. Đánh giá và hoàn thiện chương trình du lịch sau khi thực hiện

Đánh giá và hoàn thiện chương trình du lịch sau khi thực hiện là giai đoạn cuối trong quy trình kinh doanh lữ hành, nhằm xem xét mức độ thành công của chương trình và rút ra những kinh nghiệm cần thiết cho các lần tổ chức tiếp theo. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm và nâng

cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

- Bước 1: Thu thập thông tin phản hồi từ khách du lịch.

Sau khi chương trình kết thúc, doanh nghiệp tiến hành thu thập ý kiến đánh giá của khách thông qua nhiều hình thức như phiếu khảo sát, phỏng vấn trực tiếp hoặc các kênh trực tuyến. Nội dung phản hồi thường tập trung vào mức độ hài lòng của khách đối với chương trình, chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ của hướng dẫn viên, tính hợp lý của lịch trình và những trải nghiệm thực tế trong chuyến đi. Những thông tin này phản ánh trực tiếp cảm nhận của khách và là căn cứ quan trọng để đánh giá chất lượng chương trình.

- Bước 2: Đánh giá nội bộ chương trình du lịch.

Bên cạnh việc thu thập ý kiến từ khách, doanh nghiệp tiến hành đánh giá nội bộ nhằm xem xét hiệu quả của quá trình tổ chức và điều hành. Nội dung đánh giá bao gồm mức độ phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp, năng lực làm việc của hướng dẫn viên, chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp và việc thực hiện các điều khoản đã cam kết trong hợp đồng. Qua đó, doanh nghiệp xác định được những điểm mạnh cần phát huy và những hạn chế cần khắc phục.

- Bước 3: Xử lý các công việc phát sinh sau chương trình.

Sau khi chương trình kết thúc, doanh nghiệp cần giải quyết các vấn đề còn tồn đọng như khiếu nại của khách, các sự cố phát sinh trong quá trình thực hiện, cũng như tiến hành thanh toán với các đối tác và nhà cung cấp dịch vụ. Việc xử lý kịp thời và hợp lý các vấn đề này không chỉ đảm bảo quyền lợi của khách hàng mà còn góp phần giữ uy tín cho doanh nghiệp.

- Bước 4: Hoàn thiện và điều chỉnh chương trình du lịch.

Trên cơ sở kết quả đánh giá và các thông tin thu thập được, doanh nghiệp tiến hành điều chỉnh và hoàn thiện chương trình du lịch. Các nội dung điều chỉnh có thể bao gồm thay đổi lịch trình, lựa chọn lại nhà cung cấp dịch vụ, cải tiến nội dung chương trình hoặc bổ sung các yếu tố mới nhằm nâng cao chất lượng và sức hấp dẫn của sản phẩm. Đồng thời, doanh nghiệp cũng xây dựng các biện pháp phòng ngừa nhằm hạn chế những sai sót đã xảy ra trong tương lai.

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

Chương trình du lịch là sản phẩm cơ bản và giữ vị trí trung tâm trong hoạt động kinh doanh lữ hành. Đây là kết quả của quá trình nghiên cứu, thiết kế và tổ chức

các dịch vụ du lịch, đồng thời là phương tiện trực tiếp kết nối nhu cầu của khách du lịch với các yếu tố cung ứng tại điểm đến.

Cơ sở để doanh nghiệp lữ hành tổ chức và cung cấp dịch vụ cho khách hàng: Thông qua chương trình, các yếu tố như tuyến điểm, thời gian, phương tiện vận chuyển, cơ sở lưu trú, ăn uống và các hoạt động tham quan được xác định cụ thể và sắp xếp thành một hệ thống thống nhất. Điều này tạo điều kiện cho quá trình tổ chức và điều hành được triển khai một cách đồng bộ và hiệu quả.

Công cụ marketing quan trọng của doanh nghiệp lữ hành: Nội dung chương trình phản ánh đặc điểm sản phẩm, giúp doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá hình ảnh điểm đến và thu hút khách du lịch. Một chương trình được thiết kế hợp lý, hấp dẫn và phù hợp với nhu cầu thị trường sẽ góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường khách.

Giữ vai trò liên kết các thành phần trong hệ thống du lịch: Thông qua việc xây dựng chương trình, doanh nghiệp lữ hành kết nối các nhà cung cấp dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các điểm tham quan thành một sản phẩm hoàn chỉnh. Sự liên kết này giúp khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch và nâng cao chất lượng phục vụ.

Căn cứ để xác định giá bán và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp: Việc tính toán chi phí, xác định giá thành và xây dựng giá bán đều dựa trên cấu trúc và nội dung của chương trình. Do đó, chất lượng và tính hợp lý của chương trình có ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp lữ hành.

Góp phần định hướng phát triển du lịch theo hướng bền vững: Việc lựa chọn điểm đến, tổ chức hoạt động và khai thác tài nguyên trong chương trình có thể tác động đến môi trường, văn hóa và cộng đồng địa phương. Một chương trình được xây dựng hợp lý sẽ góp phần bảo vệ môi trường, gìn giữ giá trị văn hóa và tạo lợi ích kinh tế lâu dài cho điểm đến.

1.3. Khái quát chung về du lịch giáo dục

1.3.1. Khái niệm du lịch giáo dục

Du lịch cho mục đích giáo dục không phải là mới. Từ những năm 1840, giáo dục chính thức đã bắt đầu cho các nhóm tuổi khác nhau, từ trẻ đến già. Machin (2015) cho rằng phương pháp này dựa trên việc đi từ các làng và thành phố đến trung tâm thành phố và thủ đô để tự cải tiến kiến thức.

Theo Tarlow (2011), du lịch giáo dục là một thuật ngữ bao gồm nhiều định

dạng như các chuyến đi học, trải nghiệm du xuân, trải nghiệm du học, kỳ nghỉ hội thảo và hiểu biết về chuyên môn, kỳ nghỉ rèn luyện kỹ năng và các chuyến đi khai sáng, học tập. Bodger (1998) cho rằng, ngày nay, thuật ngữ du lịch giáo dục có thể được hiểu là cơ hội du lịch với mục đích giáo dục, nó bao gồm việc học sinh đi nghỉ đến một địa điểm du lịch với một giảng viên, hoặc thậm chí là một sinh viên ngôn ngữ học tập tại Vương quốc Anh, các chuyến tham quan đào tạo giáo dục khác và một gói tour và đào tạo học viên.

Ngày nay, khách du lịch giáo dục hy vọng rằng một số lượng lớn các chương trình sẽ cung cấp chỗ ở chất lượng cộng với cơ sở vật chất giáo dục chất lượng, với sự sắp xếp du lịch giáo dục đáng tin cậy theo nhận định của Bodger (1998). Vì vậy, Tarlow (2011) cho rằng du lịch giáo dục cũng bao gồm các tổ chức giáo dục, lưu trữ và lĩnh vực lưu trú, truyền thông và các ngành vận tải, các ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống và lĩnh vực nhà hàng, cơ sở giải trí, nhà hát, bảo tàng nghệ thuật và các điểm tham quan thừa kế, thư giãn và vui chơi và các dịch vụ khác. Lanegran (2013) cho rằng: “Điều quan trọng ở đây là một khách du lịch tham gia chương trình du lịch giáo dục cũng khai thác các khía cạnh văn hóa và xã hội của điểm đến và không chỉ tham gia vào một số hoạt động do điểm đến cung cấp, mà còn liên quan đến người dân địa phương trong chuyến thăm của họ”.

Thuật ngữ du lịch giáo dục đề cập đến “bất kỳ chương trình nào trong đó người tham gia du lịch đến một địa điểm với tư cách là một nhóm với mục đích chính là tham gia vào trải nghiệm học tập liên quan trực tiếp đến điểm đến du lịch” theo định nghĩa của Rodger (1998). Ritchie (2003) nhận định du lịch giáo dục là một hoạt động du lịch được thực hiện bởi những người đang thực hiện một kỳ nghỉ qua đêm và những người đang thực hiện một chuyến tham quan mà giáo dục và học tập là một mục đích chính hoặc phụ của chuyến đi với một số loại hình du lịch như: du lịch sinh thái, du lịch di sản, du lịch nông thôn/nông trại và trao đổi sinh viên giữa các tổ chức giáo dục. Khái niệm du lịch cho mục đích giáo dục không phải là mới theo Gibson (1998) và mức độ phổ biến của nó trong thị trường du lịch được Holdnak và Holland (1996) dự kiến sẽ tăng. Loại hình du lịch này có thể được phân loại thành các hướng sau: văn hóa/ lịch sử, du lịch sinh thái/du lịch dựa vào thiên nhiên/du lịch nông thôn và các chương trình du học.

Từ những quan điểm trên, có thể hiểu rằng du lịch giáo dục là loại hình du lịch

trong đó người tham gia di chuyển đến một địa điểm cụ thể với mục đích chủ yếu hoặc kết hợp là học tập, nghiên cứu và trải nghiệm thực tế. Hoạt động này không chỉ dừng lại ở việc tham quan mà còn gắn liền với quá trình tiếp thu tri thức thông qua trải nghiệm trực tiếp, giao lưu văn hóa và tiếp cận môi trường thực tiễn tại điểm đến. Du lịch giáo dục thường được tổ chức dưới nhiều hình thức khác nhau như tham quan học tập, du học, nghiên cứu thực địa hoặc các chương trình đào tạo kết hợp trải nghiệm, qua đó góp phần nâng cao kiến thức, kỹ năng và nhận thức của người tham gia.

1.3.2. Đặc điểm của du lịch giáo dục

1.3.2.1. Kết hợp giữa học tập và trải nghiệm trong du lịch giáo dục

Đây là đặc điểm cốt lõi, thể hiện rõ triết lý “học đi đôi với hành” (learning by doing) của du lịch giáo dục. Hoạt động học tập không còn giới hạn trong không gian lớp học truyền thống mà được mở rộng ra môi trường thực tế, nơi người học trực tiếp quan sát, tiếp xúc và trải nghiệm các đối tượng nghiên cứu như di tích lịch sử, hệ sinh thái tự nhiên hay quy trình sản xuất.

Sự kết hợp giữa lý thuyết và thực hành giúp kiến thức được hiện thực hóa một cách sinh động, tạo điều kiện để người học hiểu sâu và ghi nhớ lâu dài. Trong quá trình tham gia, người học giữ vai trò trung tâm, chủ động khám phá và giải quyết các tình huống thực tế phát sinh, từ đó hình thành tư duy phản biện và khả năng vận dụng kiến thức vào thực tiễn. Đồng thời, đặc điểm này còn góp phần phát triển toàn diện năng lực cá nhân, không chỉ về mặt kiến thức chuyên môn mà còn về các kỹ năng mềm như quan sát, làm việc nhóm, thích nghi với môi trường mới và quản lý thời gian.

1.3.2.2. Giao lưu văn hóa trong du lịch giáo dục

Du lịch giáo dục tạo ra môi trường thuận lợi cho sự giao lưu và tiếp xúc giữa các nền văn hóa khác nhau, qua đó thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau giữa các cộng đồng. Người tham gia có cơ hội tiếp cận trực tiếp với đời sống của cư dân địa phương thông qua các hoạt động như lưu trú tại nhà dân, tham gia lễ hội, tìm hiểu phong tục tập quán và trải nghiệm ẩm thực bản địa. Quá trình này giúp người học tiếp nhận và thấu hiểu các giá trị văn hóa một cách sâu sắc, từ đó hình thành thái độ tôn trọng sự khác biệt và phát triển tư duy cởi mở. Việc tiếp xúc với những nền văn hóa khác nhau còn góp phần loại bỏ định kiến, nâng cao khả năng giao tiếp và thích nghi trong môi trường đa văn hóa, hướng tới hình thành ý thức về công dân toàn cầu.

Bên cạnh đó, sự giao lưu văn hóa mang tính hai chiều, không chỉ là quá trình tiếp nhận từ phía du khách mà còn là sự trao đổi tri thức, kinh nghiệm và quan điểm sống giữa các bên, qua đó làm phong phú thêm vốn hiểu biết cho cả người tham gia và cộng đồng địa phương.

1.3.2.3. Gắn với thực tiễn địa phương trong du lịch giáo dục

Du lịch giáo dục gắn liền với điều kiện thực tiễn của địa phương, trong đó các giá trị bản địa đóng vai trò nền tảng cho việc thiết kế và tổ chức hoạt động. Mỗi chương trình được xây dựng dựa trên những đặc trưng riêng của điểm đến như làng nghề truyền thống, hệ sinh thái đặc thù, di sản lịch sử hoặc các cơ sở sản xuất đặc sản, tạo nên tính độc đáo và giá trị học thuật cho sản phẩm du lịch.

Trong bối cảnh này, cộng đồng địa phương không chỉ là đối tượng phục vụ mà còn là chủ thể tham gia vào quá trình giáo dục. Người dân bản địa trở thành nguồn cung cấp tri thức thực tiễn thông qua việc chia sẻ kinh nghiệm sản xuất, kỹ năng nghề nghiệp và những hiểu biết văn hóa dân gian mà các tài liệu lý thuyết khó có thể truyền tải đầy đủ. Đặc điểm này đồng thời góp phần thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững. Việc khai thác các giá trị địa phương để phục vụ hoạt động học tập tạo động lực cho cộng đồng trong việc bảo tồn bản sắc văn hóa và gìn giữ môi trường tự nhiên, từ đó đảm bảo sự phát triển hài hòa giữa kinh tế, xã hội và môi trường.

1.3.3. Vai trò của du lịch giáo dục đối với sinh viên quốc tế

1.3.3.1. Giúp sinh viên quốc tế hiểu biết văn hóa và lịch sử địa phương

Du lịch giáo dục góp phần nâng cao nhận thức của sinh viên quốc tế về các giá trị văn hóa và lịch sử của địa phương thông qua trải nghiệm trực tiếp tại điểm đến. Việc tiếp cận các di tích lịch sử, bảo tàng, làng nghề truyền thống và các không gian văn hóa đặc trưng giúp người học có cái nhìn toàn diện hơn về quá trình hình thành và phát triển của cộng đồng bản địa.

Sự kết hợp giữa quan sát thực tế và tiếp nhận thông tin tại chỗ giúp sinh viên hiểu sâu hơn về bản sắc văn hóa, phong tục tập quán và hệ giá trị xã hội của địa phương. Qua đó, nhận thức văn hóa được hình thành một cách rõ nét, tạo nền tảng cho việc học tập, nghiên cứu và thích nghi trong môi trường quốc tế.

1.3.3.2. Tăng cường giao lưu văn hóa quốc tế

Du lịch giáo dục tạo ra môi trường thuận lợi để sinh viên quốc tế tham gia vào quá trình giao lưu văn hóa đa chiều. Trong quá trình trải nghiệm, người học có cơ hội

tiếp xúc và tương tác với cư dân địa phương cũng như với các nhóm sinh viên đến từ nhiều quốc gia khác nhau.

Sự tương tác này góp phần hình thành thái độ tôn trọng sự khác biệt văn hóa, nâng cao khả năng giao tiếp và phát triển tư duy cởi mở. Đồng thời, quá trình trao đổi văn hóa mang tính hai chiều, trong đó sinh viên không chỉ tiếp nhận mà còn chia sẻ các giá trị văn hóa của quốc gia mình, qua đó góp phần tăng cường sự hiểu biết và kết nối giữa các cộng đồng.

1.3.3.3. Phát triển kỹ năng trải nghiệm và học tập thực tế

Du lịch giáo dục là môi trường hiệu quả để phát triển các kỹ năng thực hành và năng lực học tập thông qua trải nghiệm. Việc tham gia trực tiếp vào các hoạt động thực tế giúp sinh viên nâng cao khả năng quan sát, phân tích và giải quyết vấn đề trong những bối cảnh cụ thể.

Bên cạnh đó, quá trình trải nghiệm còn góp phần rèn luyện các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, giao tiếp, thích nghi với môi trường mới và quản lý thời gian. Những kỹ năng này có ý nghĩa thiết thực đối với quá trình học tập cũng như khả năng hội nhập nghề nghiệp của sinh viên trong bối cảnh toàn cầu hóa.

CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH KHAI THÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH GIÁO DỤC “HÀNH TRÌNH GIAO LƯU VĂN HÓA VÀ KHÁM PHÁ DI SẢN ĐÀ NẴNG – HỘI AN” TẠI CÔNG TY TNHH VISIT INDOCHINA

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Visit Indochina

2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH Visit Indochina

2.1.1.1. Giới thiệu về đơn vị



Nguồn: <https://www.visitindochina.travel/>

Hình 2.1. Logo Công ty TNHH Visit Indochina

- **Tên doanh nghiệp:** CÔNG TY TNHH VISIT INDOCHINA
- **Tên quốc tế:** VISIT INDOCHINA COMPANY LIMITED
- **Tên giao dịch:** VISIT INDOCHINA CO., LTD
- **Mã số thuế:** 0402231769
- **Tình trạng hoạt động:** Đang hoạt động (đã được cấp phép)
- **Người đại diện pháp luật:** Ông Nguyễn Sơn Thủy – Giám đốc
- **Trụ sở chính:** Số 52 Nại Nam, Phường Hòa Cường Bắc, Quận Hải Châu, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam
- **Điện thoại:** 0236 356 1868
- **Email:** ceo@visitindochina.travel
- **Website chính:** www.visitindochina.travel
- **Fanpage:** <https://www.facebook.com/visitindochina.travel>
- **Ngành nghề kinh doanh chính:** Lữ hành
- **Giấy phép lữ hành quốc tế số:** 48-429/2024/CDLQGVN-GPLHQT

2.1.1.2. Lịch sử hình thành và quá trình phát triển

Công ty TNHH Visit Indochina được thành lập năm 2011 bởi ông Nguyễn Sơn Thủy, với điểm khởi đầu tại Hội An – một trong những điểm đến du lịch nổi bật của

miền Trung. Những năm đầu hoạt động, công ty tập trung khai thác các chương trình du lịch gắn với trải nghiệm thực tế, tham quan di sản và khám phá văn hóa bản địa. Với nền tảng là sự am hiểu thị trường và kinh nghiệm nhiều năm trong lĩnh vực lữ hành của người sáng lập, Visit Indochina từng bước tạo dựng được chỗ đứng riêng trên thị trường du lịch.

Từ một đơn vị lữ hành quy mô nhỏ tại Hội An, công ty dần mở rộng phạm vi hoạt động ra các địa phương lân cận, đặc biệt là Đà Nẵng – trung tâm kinh tế, giao thông và du lịch lớn của khu vực miền Trung. Việc phát triển hoạt động tại Đà Nẵng đã tạo điều kiện thuận lợi cho công ty trong việc kết nối các tuyến điểm, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch. Đây cũng là bước chuyển quan trọng giúp doanh nghiệp mở rộng quy mô và tiếp cận nhiều phân khúc khách hàng hơn. Trong quá trình phát triển, Visit Indochina không chỉ hướng đến thị trường nội địa mà còn từng bước mở rộng hoạt động sang lĩnh vực lữ hành quốc tế. Công ty xây dựng mạng lưới đối tác tại nhiều quốc gia trong khu vực châu Á như Thái Lan, Ấn Độ, Indonesia, Philippines..., từ đó tăng cường khả năng kết nối dịch vụ và khai thác nguồn khách quốc tế đến Việt Nam. Bên cạnh các chương trình tham quan thông thường, doanh nghiệp còn phát triển thêm nhiều dòng sản phẩm khác nhau như tour trải nghiệm văn hóa, tour dành cho đoàn, tour chuyên đề, MICE và một số chương trình du lịch kết hợp học tập, tìm hiểu thực tế.

Song song với việc mở rộng thị trường, công ty cũng tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch trong nước và quốc tế. Việc tham gia các hội chợ, hội thảo, sự kiện chuyên ngành đã giúp Visit Indochina mở rộng quan hệ hợp tác, nâng cao hình ảnh thương hiệu và từng bước khẳng định uy tín trong lĩnh vực lữ hành. Qua thời gian, công ty đã xây dựng được hình ảnh là một đơn vị hoạt động chuyên nghiệp, có khả năng tổ chức tour linh hoạt và đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của nhiều nhóm khách khác nhau.

Với phương châm hoạt động lấy khách hàng làm trung tâm và chất lượng làm nền tảng phát triển, Visit Indochina luôn chú trọng đến việc mang lại những trải nghiệm an toàn, mới mẻ và có ý nghĩa cho du khách. Không chỉ dừng lại ở việc tổ chức các chuyến đi tham quan đơn thuần, công ty còn hướng đến việc lồng ghép các giá trị văn hóa địa phương vào sản phẩm du lịch, giúp mỗi hành trình không chỉ là sự di chuyển mà còn là quá trình khám phá, học hỏi và kết nối. Chính định hướng này

đã góp phần giúp doanh nghiệp từng bước xây dựng hình ảnh thân thiện, uy tín và chuyên nghiệp trong mắt đối tác cũng như khách du lịch trong và ngoài nước..

2.1.1.3. Tầm nhìn và sứ mệnh

Quan điểm kinh doanh:

“Đồng hành cùng khách hàng – Gắn kết nguồn lực – Phát triển bền vững”.

Sứ mệnh:

Công ty TNHH Visit Indochina hoạt động với sứ mệnh mang đến cho khách hàng những hành trình du lịch an toàn – chuyên nghiệp – đáng nhớ, đồng thời khẳng định vai trò là nhà tổ chức tour uy tín và đối tác tin cậy trong ngành du lịch. Với mục tiêu phục vụ du khách trên toàn thế giới đặc biệt là khu vực Đông Nam Á, công ty chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch gắn liền với sinh thái, du lịch có trách nhiệm, du lịch bền vững và cộng đồng địa phương, góp phần kết nối con người với thiên nhiên, văn hóa và xã hội. Phương châm “Khách hàng là trung tâm” được đặt lên hàng đầu, thể hiện qua nỗ lực không ngừng trong việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, và đặc biệt là hỗ trợ khách hàng tận tâm để đáp ứng nhu cầu cá nhân một cách tốt nhất. Sứ mệnh của công ty còn là mang đến cho du khách những trải nghiệm đích thực, dựa trên sự tôn trọng truyền thống địa phương, bảo vệ hệ sinh thái và đóng góp tích cực cho nền kinh tế của những điểm đến. Qua đó, mỗi chuyến đi không chỉ là hành trình khám phá mà còn là cơ hội sẻ chia và lan tỏa các giá trị nhân văn.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, công ty dành một phần lợi nhuận để hỗ trợ người nghèo ở vùng cao, vùng nông thôn và tham gia các hoạt động thiện nguyện, góp phần xây dựng một xã hội phát triển hài hòa, nhân văn và bền vững.

- Là đơn vị tổ chức tour trong nước và quốc tế uy tín, chuyên nghiệp, mang đến những trải nghiệm khác biệt cho du khách.

- Là đối tác tin cậy của khách hàng, các đơn vị trong và ngoài nước, các hãng hàng không và nhà cung cấp dịch vụ.

- Đáp ứng trọn gói nhu cầu du lịch: tổ chức tour tham quan, du lịch sinh thái – cộng đồng, du lịch MICE, dịch vụ vận chuyển, đặt vé máy bay, đặt phòng khách sạn.

- Tạo dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, trẻ trung giúp nhân viên phát triển tốt nhất năng lực bản thân.

- Đào tạo và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp, thông thạo nhiều ngôn ngữ, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch quốc tế.

- Quảng bá hình ảnh đất nước – con người Việt Nam ra thế giới, thúc đẩy giao lưu văn hóa và phát triển bền vững ngành du lịch Việt.

- Đảm bảo vận chuyển du lịch an toàn và tiện nghi với hệ thống vận chuyển và phương tiện hiện đại.

Khẩu hiệu:

- “Khám phá Đông Dương – Trải nghiệm khác biệt”.

- Tiếng Anh: “Discover Indochina – Experience the Difference”.

Các giá trị cốt lõi:

Đối với khách hàng:

- Luôn đặt khách hàng làm trung tâm, coi sự hài lòng của khách hàng là thước đo thành công.

- Cung cấp dịch vụ du lịch đa dạng, từ tour khám phá, nghỉ dưỡng, sinh thái, MICE đến vé máy bay, khách sạn và vận chuyển.

- Đảm bảo an toàn, chuyên nghiệp, tận tâm trong từng hành trình.

- Tạo ra trải nghiệm mới mẻ, gắn kết con người với thiên nhiên và văn hóa bản địa.

- Khách hàng không phụ thuộc vào chúng ta, mà chính chúng ta phụ thuộc vào sự tin tưởng của khách hàng.

- Khách hàng mang đến cơ hội để Visit Indochina phục vụ và hoàn thiện dịch vụ.

- Phục vụ tận tâm, luôn đồng hành, hỗ trợ khách hàng trong suốt chuyến đi để tạo nên sự an tâm và tin tưởng.

Đối với nhân viên:

- Nhân viên là nguồn lực quý giá nhất, là linh hồn của dịch vụ công ty.

- Xây dựng môi trường làm việc năng động, công bằng, gắn kết và giàu tính nhân văn.

- Khuyến khích học hỏi, sáng tạo và phát triển bản thân để mỗi cá nhân trưởng thành cùng sự phát triển của Công ty.

- Ghi nhận và trân trọng mọi đóng góp, tạo cơ hội thăng tiến công bằng.

Đối với đối tác:

- Hợp tác trên tinh thần minh bạch, uy tín, lâu dài và đôi bên cùng có lợi.

- Tạo dựng mạng lưới liên kết bền chặt với các nhà cung cấp dịch vụ du lịch trong và ngoài nước.

- Trở thành cầu nối gắn kết Visit Indochina với cộng đồng doanh nghiệp trong ngành du lịch.

Đối với xã hội – cộng đồng:

- Phát triển du lịch bền vững, có trách nhiệm với môi trường và văn hóa địa phương.

- Tham gia tích cực vào hoạt động thiện nguyện, chia sẻ lợi nhuận để hỗ trợ người dân vùng khó khăn, vùng sâu vùng xa.

- Góp phần nâng cao đời sống cộng đồng địa phương thông qua việc tạo việc làm, tăng thu nhập và thúc đẩy phát triển du lịch bền vững.

Biện pháp để thành công: Để vững bước trên con đường phát triển, Công ty TNHH Visit Indochina luôn đặt khách hàng làm trung tâm trong mọi hoạt động, chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ và làm phong phú sản phẩm du lịch nhằm mang đến những trải nghiệm khác biệt. Công ty đồng thời quan tâm xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, mở rộng hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước, kết hợp ứng dụng công nghệ hiện đại để bắt kịp xu thế toàn cầu. Song song với hoạt động kinh doanh, Visit Indochina đặc biệt đề cao định hướng du lịch bền vững, tôn trọng văn hóa bản địa, bảo vệ môi trường và thực hiện trách nhiệm xã hội, từ đó khẳng định uy tín và vị thế là một trong những doanh nghiệp lữ hành đáng tin cậy tại Việt Nam và khu vực Đông Dương.

Công ty TNHH Visit Indochina được vinh danh với danh hiệu “Doanh nghiệp lữ hành quốc tế đón khách theo thị trường Đông Nam Á tiêu biểu 2024” tại Hội nghị của Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA) trong khuôn khổ Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam – VITM Hanoi 2025. Giải thưởng này là sự ghi nhận những nỗ lực không ngừng của công ty trong việc mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng dịch vụ và khẳng định uy tín trong ngành du lịch. Ngoài ra, Visit Indochina trong những năm qua còn liên tục đạt được nhiều giải thưởng lớn nhỏ khác do các tổ chức, hiệp hội du lịch trong và ngoài nước trao tặng. Điều này thể hiện sự phát triển bền vững, năng lực cạnh tranh và vị thế ngày càng vững chắc của công ty trên thị trường lữ hành quốc tế.

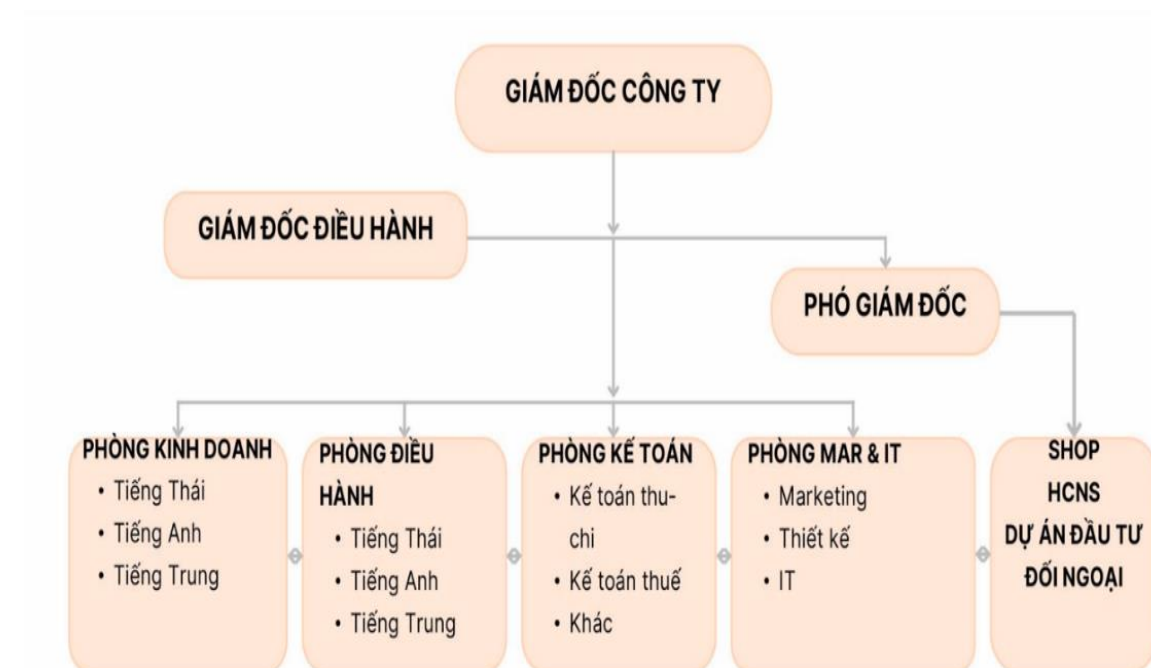
2.1.1.4. Định hướng phát triển

Công ty TNHH Visit Indochina định hướng phát triển theo hướng trở thành doanh nghiệp lữ hành chuyên nghiệp, uy tín và có khả năng cạnh tranh cao trên thị

trường trong nước và quốc tế. Công ty chú trọng mở rộng thị trường khách quốc tế, đặc biệt là các nước trong khu vực châu Á, đồng thời tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của du khách. Bên cạnh các tour truyền thống, doanh nghiệp còn tập trung phát triển các dòng sản phẩm có thể mạnh như du lịch giáo dục, du lịch trải nghiệm văn hóa, du lịch MICE, golf tour và các dịch vụ du lịch trực tuyến. Song song với đó, công ty không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đầu tư phát triển nguồn nhân lực, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và tăng cường hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước. Với định hướng phát triển bền vững, Visit Indochina hướng đến việc xây dựng những chương trình du lịch gắn với văn hóa bản địa, bảo vệ môi trường, tạo giá trị cho cộng đồng địa phương và góp phần quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam đến bạn bè quốc tế.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng, nhiệm vụ của Công ty TNHH Visit Indochina

2.1.2.1. Cơ cấu tổ chức



Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Visit Indochina

Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Visit Indochina được xây dựng theo mô hình trực tuyến kết hợp chức năng, thể hiện sự phân cấp rõ ràng và chuyên môn hóa cao. Mô hình quản lý tập trung này đảm bảo sự chỉ đạo thống nhất từ Ban Giám đốc đến các phòng ban chuyên môn, đồng thời phân công rõ ràng nhiệm vụ và trách nhiệm

cho từng bộ phận, tạo điều kiện phát huy năng lực và phối hợp hiệu quả trong toàn công ty. Hệ thống quản lý gồm ba cấp: Giám đốc công ty, Giám đốc điều hành và Phó Giám đốc, giúp phân bổ trách nhiệm hợp lý, góp phần nâng cao tính linh hoạt và hiệu quả trong công tác điều hành. Các phòng ban được tổ chức khoa học theo chức năng cụ thể như Kinh doanh, Điều hành, Kế toán, Marketing & IT cùng với bộ phận Hành chính – Nhân sự và Đối ngoại, đáp ứng tốt các nhu cầu vận hành thực tế. Đặc biệt, việc phân chia nhân sự theo các ngôn ngữ Tiếng Thái, Tiếng Trung và Tiếng Anh ở các phòng Kinh doanh và Điều hành cho thấy định hướng phát triển mạnh mẽ vào thị trường quốc tế, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho công ty.

2.1.2.2. Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận

Giám đốc công ty

- Là người đứng đầu cao nhất trong công ty, Giám đốc chịu trách nhiệm toàn diện về sự phát triển chiến lược và vận hành tổng thể của công ty.
- Xây dựng tầm nhìn, sứ mệnh và chiến lược dài hạn, đưa ra các quyết định quan trọng về đầu tư, mở rộng thị trường và phát triển sản phẩm, dịch vụ.
- Đại diện công ty làm việc với các đối tác, cơ quan quản lý nhà nước và các bên liên quan.
- Giám sát và đánh giá hoạt động của toàn bộ công ty, đặc biệt là các cấp quản lý dưới quyền để đảm bảo mục tiêu đề ra được thực hiện hiệu quả.

Giám đốc điều hành

- Chịu trách nhiệm trực tiếp quản lý và điều phối hoạt động hàng ngày của các phòng ban chuyên môn.
- Triển khai và đảm bảo thực hiện các chiến lược, kế hoạch do Giám đốc công ty đề ra.
- Giám sát hoạt động của các phòng ban chuyên môn (Kinh doanh, Điều hành, Kế toán, Marketing & IT); đảm bảo quy trình vận hành trơn tru, hiệu quả.
- Giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình hoạt động.
- Tổ chức các cuộc họp, báo cáo thường xuyên lên Giám đốc công ty về tình hình hoạt động, Kết quả kinh doanh và đề xuất các giải pháp cải tiến.
- Phối hợp chặt chẽ với Phó Giám đốc trong quản lý các bộ phận trực thuộc.

Phó Giám đốc

- Phó Giám đốc là người hỗ trợ Giám đốc điều hành trong công tác quản lý

chung và chịu trách nhiệm trực tiếp điều hành các bộ phận Hành chính – Nhân sự, Shop, Dự án đầu tư và Đối ngoại.

- Tổ chức và quản lý các công việc hành chính, quản trị nguồn nhân lực như tuyển dụng, đào tạo, đánh giá nhân sự và các chế độ phúc lợi.

- Chịu trách nhiệm triển khai các dự án đầu tư, hợp tác đối ngoại và đảm bảo các công việc hành chính – nhân sự được vận hành hiệu quả.

- Thay mặt Giám đốc điều hành xử lý công việc khi được ủy quyền và phối hợp chặt chẽ với các phòng ban để giải quyết các vấn đề phát sinh.

Phòng Kinh doanh

Chức năng:

- Chịu trách nhiệm phát triển thị trường và doanh số của công ty thông qua việc tìm kiếm, chăm sóc và duy trì khách hàng, đặc biệt trong các thị trường quốc tế thông qua các nhóm ngôn ngữ Tiếng Thái, Tiếng Trung và Tiếng Anh. Xây dựng và thực hiện các chiến lược kinh doanh, kế hoạch bán hàng phù hợp với từng thị trường.

- Tư vấn, chăm sóc khách hàng và đảm bảo dịch vụ phù hợp với nhu cầu thị trường. Thúc đẩy quan hệ hợp tác với các đối tác.

- Đảm bảo doanh số và chất lượng dịch vụ đáp ứng yêu cầu khách hàng và mục tiêu công ty.

• Nhiệm vụ:

- Tư vấn và chốt sale tour trong nước, tour inbound cho khách quốc tế.

- Bán dịch vụ online: vé máy bay, khách sạn, vé tham quan, combo du lịch.

Phân công nhân sự theo từng thị trường ngôn ngữ (Tiếng Thái, Tiếng Trung, Tiếng Anh) để phục vụ khách hàng đa quốc gia.

- Chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi đi tour.

- Gửi báo giá, lập hợp đồng tour và phối hợp với phòng Điều hành để triển khai dịch vụ.

- Phối hợp với phòng Marketing để nắm thông tin chương trình khuyến mãi, quảng bá sản phẩm.

Phòng Điều hành

• Chức năng:

- Chịu trách nhiệm tổ chức, triển khai và giám sát các chương trình du lịch đã được bán, đảm bảo hoạt động vận hành tour diễn ra hiệu quả, đúng lịch trình và đạt

chất lượng dịch vụ.

- Phối hợp với các bộ phận liên quan để điều phối nguồn lực, xử lý phát sinh và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

- *Nhiệm vụ:*

- Đặt và quản lý các dịch vụ trong tour: vé máy bay, khách sạn, nhà hàng, xe đưa đón, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch...

- Xây dựng và điều chỉnh lịch trình tour phù hợp với từng đoàn khách.

- Phân công hướng dẫn viên theo ngôn ngữ và tính chất tour.

- Theo dõi và hỗ trợ khách hàng trong quá trình thực hiện tour.

- Phối hợp với phòng Kế toán để kiểm soát chi phí và thanh toán dịch vụ.

- Xử lý các tình huống phát sinh: hoãn/hủy chuyến, thay đổi lịch trình, vấn đề phát sinh với đối tác hoặc khách hàng.

Phòng Kế toán

- *Chức năng:*

- Quản lý tài chính và dòng tiền của công ty, đảm bảo hoạt động thu – chi hợp lý, minh bạch và tuân thủ pháp luật.

- Phối hợp với các phòng ban để kiểm soát chi phí tour, thanh toán dịch vụ, và thực hiện nghĩa vụ thuế.

- *Nhiệm vụ:*

- Thực hiện thu – chi, lập phiếu và hạch toán các khoản chi phí tour, tạm ứng – hoàn ứng cho điều hành và hướng dẫn viên.

- Thanh toán cho đối tác dịch vụ: vé máy bay, khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển...

- Theo dõi công nợ khách hàng và nhà cung cấp.

- Lập báo cáo tài chính, báo cáo chi phí tour và lãi/lỗ định kỳ.

- Thực hiện kê khai và quyết toán thuế theo quy định pháp luật.

- Phối hợp với các bộ phận để kiểm soát ngân sách và sử dụng tài chính hiệu quả.

Phòng Marketing & IT:

- *Chức năng:*

- Quảng bá thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của công ty tới khách hàng thông qua các kênh truyền thông online và offline.

- Quản lý hạ tầng công nghệ, hệ thống thông tin và hỗ trợ kỹ thuật cho toàn công ty.

- **Nhiệm vụ:**

- Lên kế hoạch và triển khai các chiến dịch truyền thông cho tour trong nước, tour inbound, visa, vé máy bay,...

- Thiết kế tài liệu, ấn phẩm quảng cáo: brochure, banner, video giới thiệu sản phẩm.

- Quản trị website, đăng thông tin tour, tạo form đặt tour online và quản lý fanpage, email marketing.

- Theo dõi hiệu quả các chiến dịch quảng cáo (Google Ads, Facebook Ads...) và đề xuất tối ưu.

- Quản lý và hỗ trợ hệ thống CNTT nội bộ: máy tính, mạng, phần mềm CRM, dữ liệu khách hàng.

- Phối hợp với phòng Kinh doanh để cập nhật chương trình khuyến mãi, chiến dịch bán hàng.

Phòng Shop – Hành chính nhân sự – Dự án đầu tư – Đối ngoại:

- **Chức năng:**

- Quản trị nguồn nhân lực, hành chính văn phòng, triển khai các hoạt động hợp tác quốc tế và phát triển dự án.

- Phụ trách hoạt động đối ngoại, thủ tục pháp lý, và quản lý hệ thống bán hàng lưu niệm (shop) của công ty.

- **Nhiệm vụ:**

- Tuyển dụng, đào tạo và đánh giá nhân sự cho các phòng ban.

- Quản lý hồ sơ nhân sự, hợp đồng lao động, chế độ phúc lợi và chấm công – tính lương.

- Thực hiện công tác hành chính: quản lý con dấu, văn phòng phẩm, công văn, tài sản công ty.

- Hỗ trợ làm visa, hộ chiếu, bảo hiểm cho khách; thực hiện các thủ tục xin giấy phép tour inbound, visa đoàn,...

- Phối hợp với giám đốc và các bộ phận liên quan trong các dự án mở rộng kinh doanh và hợp tác đối ngoại.

- Quản lý cửa hàng lưu niệm (nếu có): nhân sự, hàng hóa, bán hàng, thu – chi.

2.1.3. Lĩnh vực hoạt động và thị trường khách của Công ty TNHH Visit Indochina

2.1.3.1. Sản phẩm dịch vụ

Bảng 2. 1. Các sản phẩm dịch vụ của Công ty TNHH Visit Indochina

STT	Loại chương trình	Sản phẩm
1	Tour du lịch trong nước (đa dạng điểm khởi hành)	Tour sinh thái – trải nghiệm
		Tour định kỳ (series tour)
		Tour Caravan
		Tour xe máy (Motorbike tour)
		Tour trong ngày (Daily tour)
		Tour du lịch nghỉ dưỡng – giải trí
		Tour du lịch miền Bắc – Trung – Nam
2	Tour Inbound	Tour tham quan Việt Nam cho khách từ Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ..
3	Dịch vụ du lịch	Dịch vụ trực tuyến (OTA/Online)
		Dịch vụ vận chuyển
		Dịch vụ đặt vé máy bay – khách sạn - resort
		Dịch vụ visa – hộ chiếu
		Dịch vụ hướng dẫn viên
		Bán lẻ sản phẩm lưu niệm – đặc sản
4	Tour học tập – giáo dục	Chương trình giao lưu trải nghiệm văn hóa
		Tour trao đổi học tập dành cho học sinh, sinh viên
5	Tour Golf	Tour chơi golf tại các sân golf cao cấp ở Đà Nẵng, Nha Trang, Phan Thiết, Hà Nội, ...
6	Tour MICE	Hội nghị, hội thảo
		Hội chợ
		Teambuilding
		Gala dinner
		Sự kiện doanh nghiệp

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

a. Dịch vụ du lịch trong nước

Các tour trong nước được thiết kế đa dạng, từ ngắn ngày đến dài ngày, với điểm khởi hành linh hoạt tại Hà Nội, Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh và nhiều địa phương khác. Điểm nổi bật là sự kết hợp giữa tham quan danh lam thắng cảnh, trải nghiệm văn hóa - ẩm thực, nghỉ dưỡng biển và du lịch sinh thái, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trong nước và kiều bào.

b. Dịch vụ dành cho khách inbound

Đây là sản phẩm mũi nhọn, chiếm tỉ trọng lớn trong hoạt động của công ty. Tập trung khai thác thị trường khách Thái, Ấn Độ, Malaysia, Philippines,... Các chương trình được xây dựng linh hoạt theo sở thích và văn hóa của từng thị trường, nhấn mạnh vào trải nghiệm văn hóa bản địa, thiên nhiên.

c. Tour học tập – giáo dục

Đây là sản phẩm mang tính đặc thù, phục vụ nhóm đối tượng học sinh – sinh viên. Chương trình được thiết kế nhằm kết hợp du lịch với học tập, tham quan cơ sở đào tạo, giao lưu văn hóa và rèn luyện kỹ năng sống. Loại hình tour này góp phần mở rộng đối tượng khách, đặc biệt là thị trường khách quốc tế quan tâm đến Việt Nam như một điểm đến giáo dục – văn hóa.

d. Dịch vụ Tour Golf

Hướng tới phân khúc khách hàng cao cấp, tour Golf của công ty được thiết kế chuyên biệt cho cả khách trong nước và quốc tế, mang đến cơ hội trải nghiệm những sân golf đẳng cấp hàng đầu Việt Nam như BRG Đà Nẵng Golf Resort, Diamond Bay Nha Trang, Sea Links Phan Thiết hay Long Biên Golf Hà Nội. Không chỉ dừng lại ở hoạt động thể thao, chương trình còn kết hợp nghỉ dưỡng tại các resort sang trọng, tận hưởng ẩm thực đặc trưng địa phương và tham quan những danh thắng nổi tiếng quanh khu vực. Với sự kết hợp giữa thể thao – nghỉ dưỡng – văn hóa, tour Golf không chỉ đáp ứng nhu cầu thư giãn và giải trí của giới thượng lưu mà còn khẳng định đẳng cấp, mang đến cho du khách những trải nghiệm trọn gói, khác biệt và đáng nhớ. Đây cũng là một trong những sản phẩm chiến lược nhằm nâng cao hình ảnh và vị thế của công ty trên thị trường du lịch cao cấp.

e. Dịch vụ Tour MICE (hội nghị, hội thảo, sự kiện)

Tour MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) là một trong những nhóm sản phẩm có giá trị kinh tế cao, hướng đến đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp, cơ quan và tổ chức trong và ngoài nước. Các chương trình MICE do công ty tổ

chức không chỉ bao gồm hội nghị, hội thảo, hội chợ triển lãm mà còn đa dạng với các hoạt động như team building, gala dinner, lễ kỷ niệm hay ra mắt sản phẩm mới. Nhờ đó, MICE không chỉ đơn thuần là dịch vụ du lịch mà còn là giải pháp toàn diện kết hợp giữa làm việc – kết nối – nghỉ dưỡng. Với đội ngũ nhân lực trẻ trung, sáng tạo và năng động, cùng hệ thống đối tác chiến lược là các khách sạn, trung tâm hội nghị và khu nghỉ dưỡng lớn tại những điểm đến du lịch trọng điểm, Visit Indochina có lợi thế trong việc thiết kế và triển khai trọn gói các chương trình MICE chuyên nghiệp, đáp ứng linh hoạt nhu cầu của từng khách hàng. Các chương trình được lên kế hoạch tỉ mỉ từ khâu ý tưởng, kịch bản đến tổ chức thực tế, đảm bảo tính sáng tạo, hiệu quả và ấn tượng.

Bên cạnh đó, công ty còn chú trọng yếu tố trải nghiệm kết hợp, giúp khách hàng vừa đạt được mục tiêu công việc vừa có cơ hội khám phá văn hóa – du lịch địa phương. Chính sự gắn kết giữa dịch vụ chất lượng cao và yếu tố trải nghiệm đã tạo nên sức hút riêng, giúp sản phẩm MICE của Visit Indochina ngày càng khẳng định vị thế trên thị trường du lịch cao cấp và đóng góp quan trọng vào doanh thu của công ty.

f. Các sản phẩm, dịch vụ online

Trong xu thế chuyển đổi số của ngành du lịch, Công ty TNHH Visit Indochina đã phát triển mạnh mẽ các sản phẩm và dịch vụ trực tuyến nhằm mang lại sự thuận tiện tối đa cho khách hàng. Thông qua hệ thống website và ứng dụng online, du khách có thể dễ dàng đặt tour trong nước và quốc tế, mua vé máy bay – vé tàu, đặt phòng khách sạn, đăng ký dịch vụ visa – hộ chiếu cũng như lựa chọn hướng dẫn viên theo ngôn ngữ mong muốn. Ngoài ra, công ty còn cung cấp dịch vụ thiết kế tour theo yêu cầu trực tuyến và hỗ trợ khách hàng 24/7, giúp quá trình trải nghiệm trở nên nhanh chóng, linh hoạt và hiện đại hơn. Việc đa dạng hóa dịch vụ online không chỉ nâng cao chất lượng phục vụ mà còn khẳng định năng lực cạnh tranh của công ty trên thị trường du lịch số hóa.

h. Dịch vụ vé máy bay

Dịch vụ vé máy bay và máy bay riêng là một trong những sản phẩm quan trọng của Công ty TNHH Visit Indochina nhằm đáp ứng nhu cầu đi lại ngày càng đa dạng của khách hàng. Với hệ thống liên kết cùng các hãng hàng không trong và ngoài nước, công ty cung cấp dịch vụ đặt vé máy bay trực tuyến nhanh chóng, thuận tiện, đa dạng về hạng vé và lịch trình, giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn theo nhu cầu và ngân sách. Bên cạnh đó, Visit Indochina còn phát triển dịch vụ máy bay thuê bao (charter flight), phục vụ các đoàn khách lớn, doanh nghiệp, tổ chức sự kiện hoặc nhóm khách hàng cao cấp mong muốn

sự riêng tư, linh hoạt và đẳng cấp. Sự kết hợp giữa dịch vụ vé máy bay truyền thống và máy bay riêng đã góp phần mở rộng thị trường khách hàng, đồng thời nâng cao hình ảnh của công ty như một đơn vị lữ hành chuyên nghiệp, hiện đại và đáp ứng tốt xu thế hội nhập quốc tế.

2.1.3.2. Thị trường khách mục tiêu

- Khách quốc tế đến Việt Nam (Inbound): Chủ yếu từ Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia, Philippines và một số nước khu vực Đông Nam Á, quan tâm đến trải nghiệm văn hóa, thiên nhiên và du lịch sinh thái.

- Khách du lịch nội địa: Gồm khách cá nhân, hộ gia đình, học sinh – sinh viên đi tham quan, nghỉ dưỡng tại các điểm đến nổi bật như Đà Nẵng – Hội An – Huế, Hà Nội – Hạ Long, Đà Lạt, Phú Quốc.

- Khách đoàn và doanh nghiệp: Là thị trường tiềm năng cho các dịch vụ MICE (hội nghị, hội thảo, team building, gala dinner), thường yêu cầu chương trình quy mô lớn, chuyên nghiệp và trọn gói.

- Khách hàng cao cấp: Nhóm khách có nhu cầu đặc biệt về dịch vụ sang trọng và riêng tư như tour golf, máy bay thuê bao (charter flight) và nghỉ dưỡng cao cấp, giúp khẳng định thương hiệu công ty trên thị trường.

2.2. Khái quát tình hình hoạt động của Công ty TNHH Visit Indochina

2.2.1. Các nguồn lực của Công ty TNHH Visit Indochina

2.2.1.1. Nguồn lực nhân sự

Bảng 2.2. Tình hình nhân lực của Công ty giai đoạn 2022 – 2024

Bộ phận	Số lượng qua các năm		
	2022	2023	2024
Ban giám đốc	3	3	3
Phòng kinh doanh	10	12	15
Phòng điều hành	7	7	8
Phòng kế toán	5	7	9
Phòng MAR & IT	6	8	10
Shop HCNS – Dự án đầu tư đối ngoại	10	11	10
Tổng	41	48	55

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong ba năm qua, quy mô nhân lực của Công ty TNHH Visit Indochina có sự gia tăng rõ rệt, từ 41 người năm 2022 lên 55 người năm 2024 (tăng 34,15%). Mức tăng trưởng này phản ánh định hướng mở rộng quy mô hoạt động, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và sự cạnh tranh trên thị trường du lịch. Sự gia tăng nhân sự tập trung chủ yếu vào các phòng Kinh doanh, Điều hành và Kế toán, thể hiện vai trò trọng tâm của các bộ phận này trong việc duy trì, vận hành cũng như mở rộng dịch vụ.

Việc bổ sung nhân sự giúp công ty nâng cao năng lực phục vụ, cải thiện chất lượng dịch vụ và tăng tính linh hoạt khi đối mặt với yêu cầu khẩn cấp. Đồng thời, đội ngũ Marketing & IT được mở rộng dần qua từng năm cho thấy công ty đã chú trọng hơn đến việc xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm và ứng dụng công nghệ trong quản lý. Bên cạnh đó, Phòng Hành chính – Nhân sự và Đối ngoại vẫn duy trì lực lượng ổn định, góp phần đảm bảo công tác quản trị nội bộ và duy trì quan hệ đối tác.

Tuy nhiên, sự gia tăng nhân sự cũng đặt ra những thách thức về quản lý, đào tạo và chi phí vận hành. Để khai thác hiệu quả nguồn lực hiện có, công ty cần chú trọng đến công tác đào tạo chuyên môn, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và xây dựng chính sách giữ chân nhân tài. Đặc biệt, trong bối cảnh du lịch quốc tế phục hồi, việc đầu tư cho nhân lực ngôn ngữ và công nghệ là cần thiết để bắt kịp xu hướng hội nhập.

Ngoài đội ngũ nhân viên chính thức, công ty còn duy trì một mạng lưới hợp tác linh hoạt với hơn 40 hướng dẫn viên và phiên dịch theo mùa trong nước và cả ngoài nước. Công ty không chỉ tập trung vào chất lượng dịch vụ để đáp ứng được các giai đoạn du lịch cao điểm trong năm mà còn chú trọng vào việc đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp với khả năng sử dụng nhiều ngôn ngữ như: Thái, Ấn Độ, Malaysia, Lào, Trung... Sự đa dạng về ngôn ngữ và chuyên môn của họ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách quốc tế.

Tổng thể, cơ cấu nhân sự của công ty giai đoạn 2022–2024 tăng trưởng đều, có trọng tâm, vừa đáp ứng nhu cầu phát triển dịch vụ vừa góp phần nâng cao chất lượng quản trị. Đây là tiền đề quan trọng để công ty tiếp tục mở rộng hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định thương hiệu trên thị trường du lịch trong những năm tới.

Bảng 2.3. Thống kê giới tính nhân viên của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024

Giới tính	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
Nam	30	54,6
Nữ	25	45,4
Tổng	55	100

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

Bảng 2.3 cho thấy cơ cấu giới tính của đội ngũ nhân viên Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024 tương đối cân đối, với 30 nam giới (chiếm 54,6%) và 25 nữ giới (chiếm 45,4%) trong tổng số 55 nhân sự. Sự phân bổ này phản ánh tính đa dạng và hài hòa trong cơ cấu lao động, đồng thời cho thấy công ty không có sự chênh lệch quá lớn giữa hai giới tính. Tỷ lệ nam giới nhỉnh hơn đôi chút phù hợp với đặc thù ngành du lịch, khi nhiều vị trí như hướng dẫn viên, điều hành tour hay lái xe thường yêu cầu cường độ làm việc cao, di chuyển nhiều. Trong khi đó, tỷ lệ nữ giới chiếm gần một nửa lực lượng lao động thể hiện sự tham gia mạnh mẽ của phụ nữ trong các lĩnh vực như kinh doanh, hành chính, kế toán và chăm sóc khách hàng. Cơ cấu giới tính cân bằng này là một lợi thế, giúp công ty phát huy được thế mạnh của cả hai giới, từ sự năng động, linh hoạt đến tính tỉ mỉ, chu đáo, qua đó nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng dịch vụ.

Bảng 2.4. Trình độ học vấn nhân viên của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024

Trình độ học vấn	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
Trung cấp nghề	4	7,27
Đại học	45	81,82
Trên Đại học	6	10,91
Tổng	55	100

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong tổng số 55 nhân viên, phần lớn lực lượng lao động của công ty có trình độ từ đại học trở lên, chiếm hơn 90%. Trong đó, nhóm có bằng đại học chiếm tỉ lệ cao nhất (81,82%), tiếp đến là trên đại học với 10,91%, và một số ít nhân viên trình độ trung cấp nghề (7,27%), chủ yếu đảm nhiệm vị trí lái xe và các công việc hỗ trợ kỹ thuật. Điều này cho thấy công ty ưu tiên tuyển chọn nguồn nhân lực có chuyên môn cao, nhằm đáp ứng đặc thù công việc và những yêu cầu khắt khe trong lĩnh vực du lịch.

Việc sở hữu đội ngũ nhân viên có trình độ học vấn vững vàng không chỉ đảm bảo chất lượng dịch vụ mà còn giúp doanh nghiệp linh hoạt xử lý các tình huống phức tạp, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường. Bên cạnh đó, sự kết hợp giữa kiến thức chuyên môn của nhân viên và kinh nghiệm quản lý của ban lãnh đạo đã tạo ra nền tảng vững chắc, góp phần củng cố uy tín, khẳng định vị thế của công ty trong ngành du lịch, và mở ra cơ hội phát triển lâu dài.

2.2.1.2. Nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật

Bảng 2.5. Tình hình cơ sở vật chất của Công ty TNHH Visit Indochina năm 2024

STT	Tên trang thiết bị	Số lượng
1	Máy vi tính	52
2	Máy quét thẻ tín dụng	03
3	Máy chiếu	01
4	Máy đếm tiền	02
5	Máy in	10
6	Máy photo	01
7	Điện thoại	34
8	Điều hòa	10
9	Bàn ghế làm việc	55
10	Tủ đựng hồ sơ	10
11	Bộ bàn ghế tiếp khách	02
12	Xe 45 chỗ	02
13	Xe bán tải	03
14	Một số vật dụng khác	10

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

Qua bảng số liệu, có thể thấy Công ty TNHH Visit Indochina đã trang bị hệ thống cơ sở vật chất khá đầy đủ, đáp ứng tương đối tốt cho nhu cầu hoạt động và quản lý. Với 52 máy vi tính và 34 điện thoại, công ty bảo đảm cho nhân viên có điều kiện làm việc thuận lợi, đảm bảo tính kết nối, liên lạc và xử lý công việc nhanh chóng. Việc bố trí 55 bộ bàn ghế làm việc tương ứng với số lượng nhân sự cho thấy sự cân đối hợp lý giữa lực lượng lao động và trang thiết bị văn phòng.

Ngoài ra, công ty còn chú trọng đến việc hỗ trợ các hoạt động tác nghiệp bằng các thiết bị chuyên dụng như máy in (10 chiếc), máy photo (1 chiếc), máy chiếu (1 chiếc), máy đếm tiền (2 chiếc) và máy quét thẻ tín dụng (3 chiếc). Những thiết bị này phục vụ trực tiếp cho công tác quản lý tài chính, lưu trữ hồ sơ và trình bày thông tin trong các cuộc họp, hội thảo. Hệ thống điều hòa (10 chiếc) cũng giúp cải thiện môi trường làm việc, mang lại sự thoải mái cho nhân viên.

Về phương tiện vận chuyển, công ty đã đầu tư 2 xe 45 chỗ và 3 xe bán tải, đây là điểm mạnh hỗ trợ tốt cho hoạt động tổ chức tour, đưa đón khách hàng cũng như vận chuyển vật dụng cần thiết. Bên cạnh đó, công ty có thêm 2 bộ bàn ghế tiếp khách và 10 tủ đựng hồ sơ, thể hiện sự chú trọng đến hình ảnh tiếp đón đối tác, khách hàng và việc lưu trữ tài liệu một cách khoa học.

Nhìn chung, cơ sở vật chất hiện tại không chỉ hỗ trợ nâng cao năng suất công việc mà còn góp phần tạo ra môi trường làm việc lành mạnh và kích thích sự sáng tạo. Công ty đã và đang tiếp tục phát triển cơ sở vật chất và các phương tiện để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của hoạt động kinh doanh và đảm bảo sự phát triển bền vững.

2.2.1.3. Nguồn lực quan hệ đối tác và nhà cung ứng dịch vụ

Nguồn lực quan hệ đối tác và nhà cung ứng dịch vụ là một trong những thế mạnh quan trọng của Công ty TNHH Visit Indochina trong hoạt động kinh doanh lữ hành. Trong nhiều năm hoạt động, công ty đã xây dựng được mạng lưới liên kết khá rộng với các đối tác trong ngành du lịch, từ đội ngũ hướng dẫn viên, đơn vị vận chuyển, đại diện địa phương đến các thương hiệu du lịch lớn tại Việt Nam. Mạng lưới này trải dài từ Bắc vào Nam, tạo nên hệ thống hỗ trợ tương đối vững chắc cho quá trình tổ chức và điều hành tour, giúp công ty chủ động hơn trong việc kết nối tuyến điểm, xử lý phát sinh và duy trì chất lượng dịch vụ cho khách hàng.

Một trong những nguồn lực nổi bật của công ty là đội ngũ hướng dẫn viên

đa ngôn ngữ và bộ phận vận chuyển phục vụ tour. Công ty cho biết đội ngũ hướng dẫn viên được lựa chọn kỹ, có kỹ năng nghề nghiệp, khả năng giao tiếp tốt với khách và trực tiếp góp phần tạo nên trải nghiệm du lịch hấp dẫn. Bên cạnh đó, hệ thống vận chuyển được tổ chức với các phương tiện từ xe 7 chỗ đến xe 45 chỗ, phù hợp với nhiều quy mô đoàn khác nhau, cùng đội ngũ lái xe có kinh nghiệm, giúp bảo đảm tính an toàn, sự thuận tiện và tính linh hoạt trong quá trình thực hiện chương trình du lịch.

Ngoài các nguồn lực phục vụ trực tiếp cho tour, Visit Indochina còn có các đại diện địa phương tại Philippines, Ấn Độ và Indonesia. Việc duy trì các đầu mối này hỗ trợ công ty kết nối nhanh với đối tác gửi khách, nắm bắt nhu cầu thị trường và mở rộng hoạt động khai thác khách quốc tế vào Việt Nam. Đây là một lợi thế quan trọng, nhất là trong bối cảnh công ty tập trung mạnh vào thị trường khách quốc tế tại khu vực châu Á và Đông Nam Á.

Về quan hệ hợp tác chiến lược, công ty đã thiết lập liên kết với nhiều thương hiệu du lịch lớn tại Việt Nam, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho các đoàn khách khi tiếp cận hệ thống điểm tham quan và khu vui chơi nổi bật. Ngay trên trang mạng lưới đối tác, doanh nghiệp cho biết các thỏa thuận hợp tác chiến lược giúp đoàn khách của Visit Indochina được ưu tiên tiếp cận nhiều điểm đến như Ba Na Hills, Fansipan, Hạ Long Bay và Phú Quốc. Bên cạnh đó, hoạt động đồng tổ chức famtrip cho đại lý Philippines tại Đà Nẵng – Hội An cũng cho thấy công ty có sự phối hợp với nhiều đơn vị như VietJet Air, cơ quan du lịch Đà Nẵng, Sun Group, Sun World Ba Na Hills, Mercure Hotels và Novotel. Những mối liên kết này không chỉ giúp công ty thuận lợi hơn trong đặt dịch vụ mà còn nâng cao khả năng xây dựng chương trình trọn gói, đa dạng và có chất lượng ổn định.

Bên cạnh các đối tác trong nước, công ty còn tích cực mở rộng quan hệ với các doanh nghiệp lữ hành và đối tác gửi khách ở thị trường nước ngoài. Các hoạt động xúc tiến, kết nối đối tác tại Philippines và Thái Lan cho thấy Visit Indochina đang duy trì quan hệ khá chặt chẽ với các đơn vị phân phối khách quốc tế, từ đó góp phần mở rộng thị trường và tăng khả năng khai thác khách inbound vào Việt Nam. Những liên kết này giúp doanh nghiệp không chỉ nâng cao uy tín trên thị trường mà còn tạo thêm cơ sở để phát triển các dòng sản phẩm chuyên biệt như tour giáo dục, MICE và tour trải nghiệm văn hóa.

2.2.2. Tình hình kinh doanh của Công ty TNHH Visit Indochina

2.2.2.1. Tình hình khách du lịch của công ty

Bảng 2.6. Lượt Khách du lịch của Công ty TNHH Visit Indochina trong giai đoạn 2023-2025

ĐVT: Lượt khách

Lượt khách	2023	2024	2025	2024/2023		2025/2024	
				CL	TT (%)	CL	TT (%)
Tổng lượt khách	9.864	11.742	15.386	1.878	19,04	3.644	31,04
Inbound	9.443	10.972	14.494	1.529	16,20	3.522	32,10
Nội địa	421	770	892	349	82,90	122	15,84

Nguồn: Phòng Tài chính Kế toán - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong giai đoạn 2023–2025, tổng lượt khách của Công ty TNHH Visit Indochina có xu hướng tăng trưởng tích cực. Cụ thể, tổng lượt khách tăng từ 9.864 lượt năm 2023 lên 11.742 lượt năm 2024 và đạt 15.386 lượt năm 2025, với tốc độ tăng trưởng lần lượt là 19,04% và 31,04%. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty đang trên đà phục hồi và phát triển, đặc biệt năm 2025 ghi nhận mức tăng trưởng cao hơn, phản ánh sự bứt phá trong việc khai thác thị trường.

Xét về cơ cấu khách, phân khúc khách quốc tế (inbound) chiếm tỷ trọng chủ đạo trong tổng lượt khách của công ty. Lượt khách inbound tăng từ 9.443 lượt năm 2023 lên 10.972 lượt năm 2024 và đạt 14.494 lượt năm 2025, tương ứng mức tăng 16,20% và 32,10%. Điều này cho thấy công ty tiếp tục phát huy thế mạnh trong lĩnh vực lữ hành quốc tế, không ngừng mở rộng thị trường và thu hút khách nước ngoài.

Đối với khách nội địa, số lượt khách tăng từ 421 lượt năm 2023 lên 770 lượt năm 2024 và đạt 892 lượt năm 2025, với tốc độ tăng trưởng tương ứng là 82,90% và 15,84%. Mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu khách, nhưng phân khúc này vẫn có sự tăng trưởng qua các năm, cho thấy công ty đã bước đầu khai thác hiệu quả thị trường nội địa, chủ yếu thông qua các chương trình tour ngắn ngày và dịch vụ theo nhu cầu.

Tổng thể, lượt khách của Visit Indochina trong giai đoạn 2023–2025 tăng trưởng ổn định, trong đó khách quốc tế tiếp tục đóng vai trò chủ lực. Sự gia tăng về quy mô khách, đặc biệt trong năm 2025, cho thấy công ty đang từng bước khẳng định vị thế trên thị trường lữ hành quốc tế, đồng thời tạo nền tảng để tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh trong những năm tiếp theo.

2.2.2.2. Tình hình doanh thu, chi phí và lợi nhuận của công ty

Sau đại dịch Covid-19, Visit Indochina đã chủ động tái cấu trúc hoạt động kinh doanh với mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ và bắt kịp xu thế phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch. Công ty tập trung phát triển những sản phẩm mới mẻ, ứng dụng công nghệ hiện đại vào quy trình phục vụ, đồng thời chú trọng cải thiện trải nghiệm của khách hàng ở mọi giai đoạn của hành trình.

Song song với đó, Visit Indochina triển khai nhiều chính sách ưu đãi linh hoạt, thiết kế đa dạng các gói tour để đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của du khách trong nước và quốc tế. Nhờ chiến lược này, chỉ trong vòng ba năm, công ty đã đạt được sự tăng trưởng rõ rệt cả về số lượng khách lẫn doanh thu. Kết quả tích cực ấy không chỉ giúp công ty vượt qua giai đoạn khó khăn sau dịch mà còn tạo tiền đề vững chắc cho sự phát triển lâu dài và nâng cao vị thế của Visit Indochina trên thị trường du lịch.

Không dừng lại ở đó, Visit Indochina còn đặt mục tiêu trở thành một trong những thương hiệu lữ hành uy tín hàng đầu khu vực, với định hướng phát triển bền vững gắn liền với trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Công ty chú trọng xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ và ngoại ngữ để đáp ứng nhu cầu hội nhập quốc tế. Đồng thời, việc hợp tác với nhiều đối tác chiến lược trong và ngoài nước giúp Visit Indochina mở rộng mạng lưới dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm, và khẳng định vị thế cạnh tranh. Những định hướng này không chỉ mang lại giá trị cho khách hàng mà còn góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến bạn bè quốc tế.

Bảng 2.7. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Visit Indochina trong giai đoạn 2023-2025

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	2024/2023		2025/2024	
				CL	TT (%)	CL	TT (%)
Tổng doanh thu	57,462	76,184	91,286	18,722	32,58	15,102	19,82
Tổng chi phí	53,218	70,442	83,742	16,923	31,80	13,601	19,39
Lợi nhuận	4,244	5,742	7,544	1,498	35,29	1,501	24,84

Nguồn: Phòng Tài chính Kế toán - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong giai đoạn 2023–2025, kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Visit Indochina cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ và liên tục qua các năm.

Về doanh thu, công ty đạt 57,462 tỷ đồng năm 2023, tăng lên 76,184 tỷ đồng năm 2024 và đạt 91,286 tỷ đồng năm 2025, với tốc độ tăng trưởng lần lượt là 32,58% và 19,82%. Mặc dù tốc độ tăng trưởng có sự điều chỉnh nhẹ qua các năm, nhưng mức tăng trên 19% trong năm 2025 vẫn được đánh giá là cao trong ngành du lịch. Đặc biệt, việc doanh thu vượt mốc 90 tỷ đồng cho thấy công ty đã có bước bứt phá rõ rệt về quy mô và năng lực kinh doanh.

Về chi phí, tổng chi phí tăng từ 53,218 tỷ đồng năm 2023 lên 70,442 tỷ đồng năm 2024 và đạt 83,742 tỷ đồng năm 2025, tương ứng mức tăng 31,80% và 19,39%. Tốc độ tăng chi phí nhìn chung phù hợp với tốc độ tăng doanh thu, phản ánh việc mở rộng hoạt động đi kèm với kiểm soát chi phí tương đối hiệu quả.

Về lợi nhuận, lợi nhuận tăng từ 4,244 tỷ đồng năm 2023 lên 5,742 tỷ đồng năm 2024 và đạt 7,544 tỷ đồng năm 2025, với mức tăng trưởng lần lượt là 35,29% và 24,84%. Điều này cho thấy hiệu quả kinh doanh của công ty không ngừng được cải thiện, đồng thời khẳng định khả năng khai thác thị trường và tối ưu hoạt động.

Tổng thể, giai đoạn 2023–2025 thể hiện rõ sự tăng trưởng mạnh và xu hướng phát triển tích cực của Visit Indochina. Quy mô doanh thu không ngừng mở rộng, lợi nhuận gia tăng ổn định và chi phí được kiểm soát hợp lý. Đặc biệt, năm 2025 đánh dấu bước bứt phá quan trọng, góp phần củng cố vị thế của công ty trên thị trường du lịch và tạo nền tảng vững chắc cho các giai đoạn phát triển tiếp theo.

2.2.3. Đánh giá chung về tình hình của Công ty TNHH Visit Indochina

2.2.3.1. Những thuận lợi của công ty trong hoạt động kinh doanh lữ hành

- Tăng trưởng nhân lực ổn định: Trong ba năm 2022–2024, quy mô nhân sự tăng từ 40 lên 55 người, tập trung nhiều vào các phòng Kinh doanh, Điều hành và Kế toán. Đội ngũ nhân viên trẻ trung, trình độ học vấn cao (đa số từ đại học trở lên), năng động và sáng tạo, góp phần nâng cao hiệu quả công việc.

- Khách quốc tế tăng trưởng mạnh mẽ: Inbound là phân khúc chủ lực, số lượng khách quốc tế đến Việt Nam qua công ty tăng đột biến, cho thấy Visit Indochina đã tận dụng tốt xu hướng du lịch Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn sau đại dịch.

- Doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng vững chắc: Doanh thu tăng đều qua từng năm (57,462 tỷ đồng năm 2023 lên 91,286 tỷ đồng năm 2025), trong khi chi phí được

kiểm soát, giúp lợi nhuận tăng đều sau ba năm.

- Đa dạng sản phẩm dịch vụ: Ngoài tour du lịch nội địa và quốc tế, công ty còn mở rộng sang các dịch vụ MICE, tour golf, dịch vụ trực tuyến (bán vé, đặt tour online), cũng như các gói du lịch cao cấp, đáp ứng đa dạng phân khúc khách hàng.

- Ứng dụng công nghệ và marketing: Tăng cường triển khai dịch vụ online, quảng bá qua nền tảng số và hợp tác với đối tác quốc tế, giúp nâng cao hình ảnh thương hiệu và mở rộng tệp khách hàng.

2.2.3.2. Những khó khăn của công ty trong hoạt động kinh doanh lữ hành

- Chi phí gia tăng nhanh tạo áp lực: Tổng chi phí của công ty có xu hướng tăng mạnh qua các năm. Trong giai đoạn 2023–2024, chi phí tăng 31,80%, và tiếp tục tăng 19,39% trong giai đoạn 2024–2025. Mặc dù sự gia tăng này gắn liền với quá trình mở rộng hoạt động kinh doanh, nhưng cũng đặt ra áp lực không nhỏ đối với doanh nghiệp trong việc cân đối tài chính. Nếu không kiểm soát hiệu quả, chi phí tăng nhanh có thể ảnh hưởng đến biên lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh trong dài hạn, do đó đòi hỏi công ty phải chú trọng hơn đến việc tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

- Áp lực đào tạo và quản lý nhân lực: Quy mô nhân sự ngày càng mở rộng đòi hỏi công ty phải có chiến lược đào tạo, phát triển kỹ năng và quản lý nguồn nhân lực hiệu quả để đảm bảo chất lượng dịch vụ đồng đều.

- Hạn chế về phương tiện vận chuyển: Nguồn lực xe du lịch hiện tại chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu khi lượng khách tăng nhanh, công ty phải phụ thuộc vào thuê ngoài, có thể làm giảm tính chủ động.

- Cạnh tranh gay gắt: Trên thị trường Đà Nẵng, Visit Indochina phải đối mặt với nhiều đối thủ từ các công ty quy mô lớn như Vitours, Vietnam Travelmart, cho tới doanh nghiệp vừa và nhỏ linh hoạt. Điều này đòi hỏi công ty phải liên tục đổi mới sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ để giữ lợi thế cạnh tranh.

- Phụ thuộc nhiều vào khách quốc tế: Inbound là phân khúc chủ lực, trong khi khách nội địa chiếm tỷ trọng nhỏ. Điều này có thể gây rủi ro nếu thị trường quốc tế biến động (ví dụ: khủng hoảng kinh tế, hạn chế đi lại).

2.3. Thực trạng khai thác chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina

2.3.1. Mục tiêu, đối tượng, thời lượng của chương trình du lịch giáo dục

2.3.1.1. Mục tiêu giáo dục của chương trình du lịch

Chương trình được xây dựng với mục tiêu chủ yếu là tạo điều kiện cho sinh viên quốc tế tìm hiểu trực tiếp về văn hóa, lịch sử và đời sống xã hội tại khu vực Đà Nẵng – Hội An. Thông qua hệ thống các điểm tham quan tiêu biểu và các hoạt động trải nghiệm thực tế, người tham gia có cơ hội tiếp cận gần hơn với những giá trị đặc trưng của miền Trung Việt Nam, từ đó nâng cao nhận thức về bản sắc văn hóa, môi trường sống và sự phát triển du lịch của địa phương.

Bên cạnh mục tiêu cung cấp tri thức thực tiễn về điểm đến, chương trình còn hướng đến việc tăng cường giao lưu văn hóa và học thuật giữa sinh viên quốc tế với môi trường giáo dục địa phương. Hoạt động giao lưu với cơ sở đào tạo tại Đà Nẵng giúp người tham gia có cơ hội tìm hiểu về môi trường học tập, đời sống sinh viên và phong cách đào tạo tại Việt Nam. Qua đó, chương trình góp phần mở rộng hiểu biết, thúc đẩy sự tương tác liên văn hóa và hình thành cái nhìn toàn diện hơn về điểm đến.

Ngoài ra, chương trình còn có ý nghĩa trong việc hỗ trợ phát triển các kỹ năng trải nghiệm và học tập thực tế cho sinh viên quốc tế. Việc tham gia trực tiếp vào các hoạt động tại điểm đến giúp người học tăng cường khả năng quan sát, thích nghi, giao tiếp và tiếp cận tri thức ngoài không gian lớp học. Do đó, chương trình vừa mang ý nghĩa du lịch, vừa thể hiện rõ giá trị giáo dục và trải nghiệm.

2.3.1.2. Đối tượng tham gia chương trình du lịch giáo dục

Đối tượng tham gia chủ yếu của chương trình là sinh viên quốc tế đến từ các trường đại học, tổ chức giáo dục hoặc các đoàn giao lưu học thuật có nhu cầu tìm hiểu về văn hóa, lịch sử và môi trường học tập tại Việt Nam. Đây là nhóm khách có đặc điểm nổi bật là quan tâm đến hoạt động học hỏi, giao lưu và trải nghiệm thực tế, thay vì chỉ hướng đến mục đích tham quan, nghỉ dưỡng đơn thuần.

Ngoài nhóm sinh viên quốc tế, chương trình cũng có thể phù hợp với các đoàn học sinh, sinh viên nước ngoài đi theo nhóm, các câu lạc bộ quốc tế, các tổ chức trao đổi văn hóa hoặc các đơn vị giáo dục có nhu cầu tổ chức chuyến đi trải nghiệm ngắn ngày tại khu vực miền Trung. Nhìn chung, đây là nhóm khách trẻ, năng động, có khả năng thích nghi cao và có xu hướng quan tâm đến những chương trình mang tính khám phá, giao lưu và tiếp cận chiều sâu văn hóa địa phương.

Việc xác định đúng đối tượng tham gia là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp xây dựng nội dung chương trình phù hợp. Đối với sinh viên quốc tế, lịch trình cần có sự cân đối giữa yếu tố tham quan, trải nghiệm và giao lưu; đồng thời các hoạt động phải bảo đảm tính linh hoạt, tính kết nối và phù hợp với mục tiêu học tập của người tham gia

2.3.1.3. Thời lượng, thời điểm và quy mô tổ chức chương trình

Chương trình “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” được tổ chức với thời lượng 3 ngày 2 đêm. Đây là khoảng thời gian tương đối phù hợp để kết hợp giữa hoạt động tham quan, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa mà vẫn bảo đảm tính hợp lý về cường độ chương trình đối với sinh viên quốc tế. Với thời lượng này, chương trình có thể triển khai được các nội dung cơ bản như khám phá điểm đến, tìm hiểu di sản, trải nghiệm văn hóa địa phương và tham gia các hoạt động giao lưu học thuật.

Về thời điểm tổ chức, chương trình được triển khai linh hoạt tùy theo kế hoạch của từng đoàn khách, căn cứ vào lịch học, thời gian lưu trú hoặc chương trình trao đổi của sinh viên quốc tế tại Việt Nam. Trên thực tế, chương trình thường thuận lợi hơn khi tổ chức vào những giai đoạn có điều kiện thời tiết phù hợp, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển và tổ chức các hoạt động ngoài trời.

Về quy mô tổ chức, chương trình chủ yếu được xây dựng cho các đoàn sinh viên quốc tế đi theo nhóm. Hình thức tổ chức theo đoàn giúp doanh nghiệp thuận lợi hơn trong công tác điều hành, quản lý lịch trình, tổ chức hoạt động giao lưu và bố trí dịch vụ đồng bộ. Tùy theo số lượng khách cụ thể, công ty có thể điều chỉnh phương tiện vận chuyển, số lượng hướng dẫn viên và các yếu tố phục vụ khác nhằm bảo đảm chất lượng chương trình. Điều này cho thấy chương trình có tính linh hoạt nhất định, phù hợp với đặc điểm của dòng sản phẩm du lịch giáo dục dành cho đối tượng khách trẻ và có tính tập thể cao.

2.3.2. Nội dung lịch trình chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An”

2.3.2.1. Lịch trình chương trình du lịch

Bảng 2.8: Lịch trình chương trình du lịch giáo dục Đà Nẵng – Hội An 3 ngày 2 đêm

NGÀY 1: ĐÀ NẴNG – HỘI AN	
SÁNG	Sáng: 10:00 Đón đoàn tại sân bay Đà Nẵng. Xe và hướng dẫn viên đón khách, khởi hành tham quan Cầu Rồng và Cầu Tình Yêu – hai công trình tiêu biểu của thành phố Đà Nẵng, giúp sinh viên quốc tế cảm nhận diện mạo hiện đại, năng động của một đô thị du lịch biển miền Trung. 11:30: Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng Tuyên Sơn. Sau bữa trưa, đoàn nghỉ ngơi ngắn trước khi tiếp tục hành trình.
CHIỀU	14:00: Đoàn tham quan cơ sở giới thiệu sản phẩm đặc trưng địa phương tại Đà Nẵng, tìm hiểu thêm về các mặt hàng lưu niệm và nét văn hóa tiêu dùng địa phương. 15:00: Khởi hành đến Rừng Dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh, trải nghiệm không gian sinh thái sông nước và tìm hiểu đời sống cư dân bản địa gắn với hoạt động du lịch cộng đồng. 16:30: Tiếp tục tham quan phố cổ Hội An – Di sản Văn hóa Thế giới, nơi lưu giữ nhiều giá trị đặc sắc về lịch sử, kiến trúc và văn hóa truyền thống. Đây là điểm đến quan trọng giúp sinh viên quốc tế cảm nhận rõ hơn chiều sâu văn hóa của miền Trung Việt Nam.
TỐI	18:30: Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng Golden Light. 20:00: Xe đưa đoàn trở về Đà Nẵng, nhận phòng tại Magnolia Hotel Da Nang và nghỉ đêm tại khách sạn.
NGÀY 2: ĐÀ NẴNG – BÀ NÀ HILLS – SƠN TRÀ	
SÁNG	07:00: Đoàn dùng bữa sáng tại khách sạn. 08:00: Khởi hành tham quan Sun World Ba Na Hills – một trong những khu du lịch nổi bật của Đà Nẵng, nơi hội tụ cảnh quan thiên nhiên, kiến trúc đặc sắc và nhiều hoạt động vui chơi giải trí hiện đại. Chương trình tham quan tại đây giúp sinh viên quốc tế có thêm góc nhìn về sự phát triển của du lịch nghỉ dưỡng và du lịch giải trí tại Việt Nam. 12:00: Đoàn dùng bữa trưa buffet tại Bà Nà Hills.

CHIỀU	14:30: Kết thúc chương trình tại Bà Nà, đoàn tiếp tục hành trình tham quan chùa Linh Ứng và Sơn Trà Marina. Đây là những điểm đến tiêu biểu của thành phố Đà Nẵng, vừa mang ý nghĩa về cảnh quan, vừa gắn với yếu tố văn hóa và tín ngưỡng. Qua hoạt động này, du khách có cơ hội tìm hiểu thêm về tài nguyên du lịch biển và không gian văn hóa địa phương. 17:00: Đoàn tham quan thêm cơ sở sản phẩm địa phương, góp phần tăng trải nghiệm thực tế trong chương trình.
TỐI	18:30: Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng Organic. 20:00: Trở về Magnolia Hotel Da Nang, nghỉ đêm tại khách sạn.
NGÀY 3: GIAO LƯU HỌC THUẬT – THAM QUAN THÀNH PHỐ - TIỀN KHÁCH	
SÁNG	07:30: Đoàn dùng bữa sáng tại khách sạn, làm thủ tục trả phòng. 08:30: Đoàn tham gia chương trình giao lưu với trường Đại học Đà Nẵng. Đây là hoạt động mang ý nghĩa giáo dục rõ nét, giúp sinh viên quốc tế có cơ hội gặp gỡ, trao đổi và tìm hiểu môi trường học tập tại địa phương, qua đó tăng cường giao lưu văn hóa và mở rộng hiểu biết thực tế.
CHIỀU	11:30: Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng Minh Phát Đà Nẵng. 13:00: Tiếp tục tham quan Nhà thờ Con Gà và mua sắm tại chợ Hàn – những địa điểm quen thuộc phản ánh nhịp sống đô thị và nét văn hóa địa phương của thành phố Đà Nẵng. 15:30: Đoàn thưởng thức bánh mì Đồng Tiến trước khi ra sân bay, tạo thêm một điểm nhấn nhỏ về ẩm thực địa phương trong hành trình trải nghiệm.
TỐI	16:30: Xe đưa đoàn ra sân bay Đà Nẵng làm thủ tục. 18:10: Đoàn khởi hành rời Đà Nẵng, kết thúc chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An”.

Nguồn: Phòng Hành chính nhân sự - Công ty TNHH Visit Indochina

2.3.2.2. Dịch vụ của chương trình du lịch

Chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” bao gồm các dịch vụ chính sau:

- Dịch vụ vận chuyển: Chương trình bố trí xe đón đoàn tại sân bay Đà Nẵng và phục vụ di chuyển trong suốt hành trình. Xe đưa khách đến các điểm tham quan tại Đà Nẵng – Hội An như Cầu Rồng, Cầu Tình Yêu, rừng dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh, phố cổ Hội An, Bà Nà Hills, chùa Linh Ứng, Sơn Trà Marina và các điểm dừng khác trong chương trình.

- Dịch vụ lưu trú: Khách được bố trí lưu trú tại Magnolia Hotel Đà Nẵng trong thời gian tham gia chương trình. Dịch vụ lưu trú nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của đoàn sau các hoạt động tham quan, trải nghiệm và di chuyển trong ngày.

- Dịch vụ ăn uống: Chương trình bao gồm các bữa ăn chính tại các nhà hàng được sắp xếp trong lịch trình như Tuyên Sơn Restaurant, Golden Light, Organic Restaurant, Minh Phát Đà Nẵng, Bánh mì Đồng Tiến và buffet tại Bà Nà Hills. Các bữa ăn được bố trí theo từng ngày nhằm đảm bảo nhu cầu ăn uống của khách trong suốt hành trình.

- Dịch vụ tham quan: Chương trình bao gồm các điểm tham quan tiêu biểu tại Đà Nẵng – Hội An như Cầu Rồng, Cầu Tình Yêu, rừng dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh, phố cổ Hội An, Bà Nà Hills, chùa Linh Ứng, Sơn Trà Marina, chợ Hàn và một số điểm dừng giới thiệu sản phẩm địa phương.

- Dịch vụ hướng dẫn: Chương trình có hướng dẫn viên đồng hành cùng đoàn, thực hiện nhiệm vụ đón khách, giới thiệu điểm đến, hỗ trợ di chuyển, sắp xếp thời gian tham quan và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện tour.

- Hoạt động giao lưu văn hóa: Chương trình có hoạt động giao lưu với Khoa Tiếng Trung – Trường Đại học Ngoại ngữ Đà Nẵng. Đây là nội dung quan trọng nhằm tạo điều kiện cho sinh viên quốc tế giao lưu với sinh viên Việt Nam, tìm hiểu môi trường học tập và văn hóa địa phương.

- Dịch vụ hỗ trợ khác: Chương trình còn bao gồm các hoạt động hỗ trợ như xác nhận ăn uống, phối hợp với nhà hàng – khách sạn – điểm tham quan, hỗ trợ khách trong quá trình di chuyển, nhận phòng, tham quan và kết thúc chương trình.

2.3.3. Tình hình kinh doanh chương trình du lịch giáo dục tại Công ty TNHH Visit Indochina

2.3.3.1. Tình hình khách du lịch tham gia chương trình

Bảng 2.9. Số chuyến và lượt khách tour du lịch giáo dục

Chỉ tiêu	ĐVT	2023	2024	2025	CL 24/23	TT (%)	CL 25/24	TT (%)
Số chuyến tour	Tour	11	14	18	3	27,27	4	28,57
Số lượng khách	Lượt	362	478	652	116	32,04	174	36,40
Số khách TB/chuyến	Lượt	32,91	34,14	36,22	1,23	3,74	2,08	6,09

Nguồn: Phòng Tài chính Kế toán - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong giai đoạn 2023–2025, hoạt động tổ chức tour du lịch giáo dục của Công ty TNHH Visit Indochina có xu hướng tăng cả về số chuyến tour và lượt khách. Cụ thể, số chuyến tour tăng từ 11 chuyến năm 2023 lên 14 chuyến năm 2024, tăng 3 chuyến, tương ứng 27,27%. Đến năm 2025, số chuyến tour tiếp tục tăng lên 18 chuyến, tăng 4 chuyến so với năm 2024, tương ứng 28,57%. Điều này cho thấy chương trình du lịch giáo dục đang được công ty khai thác ngày càng nhiều hơn qua từng năm.

Lượt khách tham gia chương trình cũng ghi nhận mức tăng rõ rệt. Năm 2023, chương trình phục vụ 362 lượt khách, đến năm 2024 tăng lên 478 lượt khách, tăng 116 lượt, tương ứng 32,04%. Năm 2025, lượt khách tiếp tục tăng lên 652 lượt, tăng 174 lượt so với năm 2024, tương ứng 36,40%. Tốc độ tăng lượt khách cao hơn tốc độ tăng số chuyến tour cho thấy sức hút của chương trình có sự cải thiện, đồng thời quy mô khách tham gia mỗi năm cũng được mở rộng hơn.

Xét về số khách trung bình trên mỗi chuyến, chỉ tiêu này tăng từ 32,91 khách/chuyến năm 2023 lên 34,14 khách/chuyến năm 2024, tăng 1,23 khách/chuyến, tương ứng 3,74%. Đến năm 2025, số khách trung bình đạt 36,22 khách/chuyến, tăng 2,08 khách/chuyến so với năm 2024, tương ứng 6,09%. Mặc dù mức tăng không quá lớn, nhưng vẫn cho thấy quy mô đoàn khách có xu hướng tăng dần qua các năm.

Tuy nhiên, xét về quy mô tổ chức, số chuyến tour vẫn còn ở mức tương đối thấp, trung bình khoảng 1–2 chuyến/tháng. Điều này cho thấy chương trình du lịch

giáo dục tuy có xu hướng phát triển nhưng chưa được khai thác thường xuyên và chưa trở thành mảng kinh doanh chính của công ty. Bên cạnh đó, số khách bình quân mỗi chuyến tăng không nhiều, phản ánh quy mô đoàn khách chưa có sự mở rộng rõ rệt. Vì vậy, công ty cần tiếp tục hoàn thiện nội dung chương trình, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường quảng bá để mở rộng thị trường khách trong thời gian tới.

Tổng thể, hoạt động du lịch giáo dục của công ty đang trong giai đoạn phát triển nhưng vẫn còn hạn chế về quy mô khai thác. Số lượng chuyến chưa nhiều và quy mô khách chưa lớn là những yếu tố có thể ảnh hưởng đến khả năng đóng góp doanh thu của loại hình này trong tổng thể hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2.3.3.2. Doanh thu, chi phí, lợi nhuận từ chương trình du lịch giáo dục

Bảng 2.10: Bảng tổng hợp chi phí – doanh thu – lợi nhuận tour du lịch giáo dục

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	CL 24/23	TT (%)	CL 25/24	TT (%)
Doanh thu	2,098	2,987	4,102	0,889	42,38	1,115	37,34
Chi phí	1,948	2,746	3,745	0,798	40,96	0,999	36,38
Lợi nhuận	0,150	0,241	0,357	0,091	60,67	0,116	48,13

Nguồn: Phòng Tài chính Kế toán - Công ty TNHH Visit Indochina

Trong giai đoạn 2023–2025, hoạt động kinh doanh tour du lịch giáo dục của Công ty TNHH Visit Indochina có xu hướng tăng trưởng rõ rệt về cả doanh thu, chi phí và lợi nhuận.

Về doanh thu, doanh thu tăng từ 2,098 tỷ đồng năm 2023 lên 2,987 tỷ đồng năm 2024 và đạt 4,102 tỷ đồng năm 2025, với tốc độ tăng trưởng lần lượt là 42,38% và 37,34%. Mức tăng này cho thấy nhu cầu đối với loại hình du lịch giáo dục đang gia tăng, đồng thời công ty đã mở rộng hoạt động khai thác sản phẩm này.

Về chi phí, chi phí tăng từ 1,948 tỷ đồng năm 2023 lên 2,746 tỷ đồng năm 2024 và 3,745 tỷ đồng năm 2025, tương ứng mức tăng 40,96% và 36,38%. Tốc độ tăng chi phí gần tương đương với tốc độ tăng doanh thu, phản ánh đặc thù của tour du lịch giáo dục là chi phí đầu vào lớn, bao gồm vận chuyển, lưu trú, ăn uống và tổ chức hoạt động trải nghiệm.

Về lợi nhuận, lợi nhuận tăng từ 0,150 tỷ đồng năm 2023 lên 0,241 tỷ đồng năm 2024 và đạt 0,357 tỷ đồng năm 2025, với tốc độ tăng trưởng 60,67% và 48,13%. Tuy nhiên, mức tăng cao này chủ yếu do quy mô lợi nhuận ban đầu còn nhỏ, nên xét về giá trị tuyệt đối, lợi nhuận vẫn ở mức thấp.

Xét tổng thể, mặc dù doanh thu và lợi nhuận đều tăng qua các năm, nhưng biên lợi nhuận của tour du lịch giáo dục chưa cao, do chi phí chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu. Điều này cho thấy loại hình tour này hiện chưa phải là nguồn tạo lợi nhuận chính của doanh nghiệp, mà chủ yếu đóng vai trò hỗ trợ trong chiến lược đa dạng hóa sản phẩm.

Bảng 2.11: Minh họa chi tiết chi phí – Doanh thu – Lợi nhuận của chương trình du lịch giáo dục cho khách Thái Lan.

Đoàn 33 khách Thái Lan, ĐVT: VNĐ

STT	Khoản mục chi phí	Cách tính	Thành tiền (VNĐ)
1	Vé máy bay khứ hồi BKK – DAD – BKK	3.189.157 x 33	105.242.181
2	Xe du lịch 45 chỗ phục vụ 3 ngày	Trọn gói theo lịch trình	9.000.000
3	Hướng dẫn viên suốt tuyến	1.500.000 x 3 ngày	4.500.000
4	Khách sạn Magnolia 2 đêm	16 phòng x 2 đêm x 1.050.000	33.600.000
5	Ăn trưa ngày 1 tại Tuyên Sơn (có tôm hùm nhỏ)	400.000 x 33	13.200.000
6	Vé rừng dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh	150.000 x 33	4.950.000
7	Vé tham quan phố cổ Hội An	120.000 x 33	3.960.000
8	Ăn tối ngày 1 tại Golden Light	200.000 x 33	6.600.000
9	Vé Bà Nà Hills + buffet trưa	1.300.000 x 33	42.900.000
10	Ăn tối ngày 2 tại Organic	250.000 x 33	8.250.000
11	Ăn trưa ngày 3 tại Minh Phát	220.000 x 33	7.260.000
12	Bánh mì Đồng Tiến	30.000 x 33	990.000
13	Bảo hiểm du lịch	20.000 x 33	660.000
14	Nước suối phục vụ đoàn	Khoán	700.000

15	Nón đoàn/tặng phẩm cơ bản	25.000 x 33	825.000
16	Chi phí điều hành, in ấn, phát sinh	Khoán	1.500.000
TỔNG CHI PHÍ			243.137.181
DOANH THU			280.500.000
LỢI NHUẬN			37.362.819
TỶ SUẤT LỢI NHUẬN			13,32%

Nguồn: Phòng Tài chính Kế toán - Công ty TNHH Visit Indochina

Bảng trên trình bày chi phí, doanh thu và lợi nhuận của chương trình du lịch giáo dục Đà Nẵng – Hội An 3 ngày 2 đêm (đoàn 33 khách Thái Lan). Theo đó, tổng chi phí của chương trình là 243,137 triệu đồng, trong khi doanh thu đạt 280,500 triệu đồng, chênh lệch giữa doanh thu và chi phí là 37,363 triệu đồng, tương ứng với tỷ suất lợi nhuận 13,32%.

Xét về cơ cấu chi phí, khoản chi lớn nhất là vé máy bay với hơn 105 triệu đồng, tiếp đến là chi phí lưu trú và vé tham quan, cho thấy các dịch vụ vận chuyển và lưu trú chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng chi phí. Các khoản chi khác như ăn uống, hướng dẫn viên, bảo hiểm và chi phí điều hành chiếm tỷ trọng nhỏ hơn nhưng góp phần hoàn thiện chương trình.

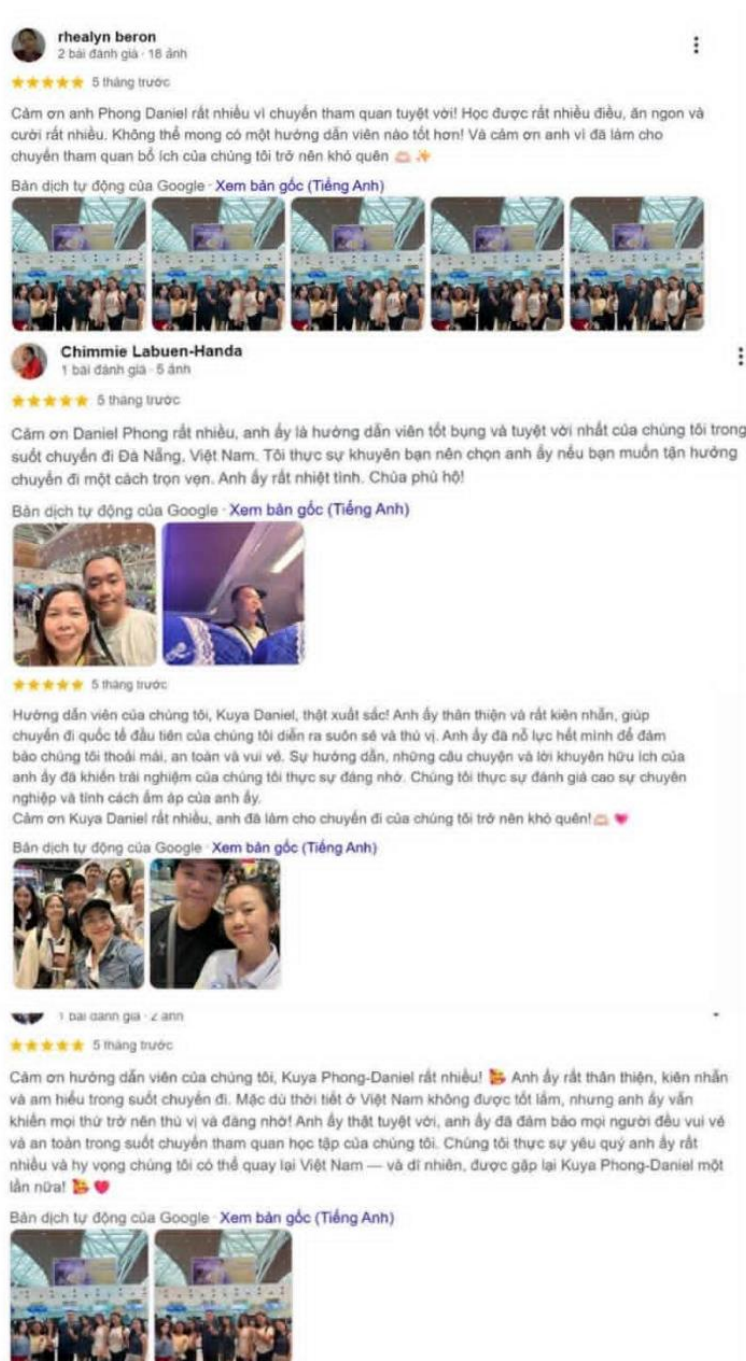
Doanh thu của chương trình được tính theo mức giá 8.500.000 đồng/khách với quy mô 33 khách, phản ánh hình thức tổ chức tour theo đoàn. Việc xác định mức giá này có sự cân đối giữa chi phí tổ chức và khả năng chi trả của khách.

2.3.3.3. Hiệu quả khai thác chương trình du lịch giáo dục của công ty

- **Hiệu quả về kinh doanh**

Xét về mặt kinh doanh, một chương trình đã tạo ra doanh thu 280,5 triệu đồng, trong khi tổng chi phí tổ chức ở mức 243,137 triệu đồng. Qua đó, chương trình mang lại lợi nhuận 37,363 triệu đồng, tương ứng tỷ suất lợi nhuận đạt 13,32%. Kết quả này cho thấy chương trình có khả năng sinh lời và đảm bảo hiệu quả tài chính trong quá trình khai thác.

Xét trong xu hướng chung, doanh thu từ tour du lịch giáo dục có sự gia tăng qua các năm, phản ánh nhu cầu thị trường đối với loại hình này đang dần mở rộng. Tuy nhiên, chi phí cũng tăng gần tương đương với doanh thu, chủ yếu do các khoản chi lớn như vé máy bay, lưu trú và vé tham quan, khiến biên lợi nhuận chưa cao. Điều này cho thấy hiệu quả kinh doanh của chương trình vẫn còn phụ thuộc nhiều vào cơ cấu chi phí đầu vào.



Nguồn: Google Maps - Công ty TNHH Visit Indochina

Hình 2.3: Phản hồi của khách hàng về hướng dẫn viên trong chương trình du lịch giáo dục

Các phản hồi của khách hàng trên các kênh (hình 2.3) cho thấy mức độ hài lòng cao đối với chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên trong chương trình du lịch giáo dục của Công ty TNHH Visit Indochina. Nội dung đánh giá phản ánh tương đối rõ các khía cạnh quan trọng trong hoạt động phục vụ, bao gồm thái độ làm việc, kỹ năng giao tiếp và năng lực tổ chức chương trình.

Yếu tố được nhấn mạnh nhiều nhất là thái độ phục vụ của hướng dẫn viên. Các nhận xét như “thân thiện”, “nhiệt tình”, “kiên nhẫn” và “luôn đảm bảo sự an toàn” cho thấy hướng dẫn viên đã tạo dựng được sự tin tưởng và cảm giác thoải mái cho khách trong suốt hành trình. Đối với nhóm sinh viên quốc tế, đây là yếu tố có ý nghĩa quan trọng, bởi sự khác biệt về ngôn ngữ và môi trường có thể gây ra tâm lý e ngại trong quá trình tham gia chương trình. Việc duy trì phong cách phục vụ tích cực góp phần giảm thiểu rào cản này và hỗ trợ khách thích nghi tốt hơn với điểm đến.

Các đánh giá cũng cho thấy hướng dẫn viên có khả năng điều hành chương trình hiệu quả. Nhiều ý kiến đề cập đến việc chuyển đi diễn ra “suôn sẻ”, “thuận lợi”, cho thấy công tác tổ chức và phối hợp giữa các hoạt động trong hành trình được thực hiện tương đối tốt. Điều này phản ánh năng lực kiểm soát tiến độ và xử lý tình huống của hướng dẫn viên, giúp hạn chế gián đoạn và đảm bảo trải nghiệm liên tục cho khách.

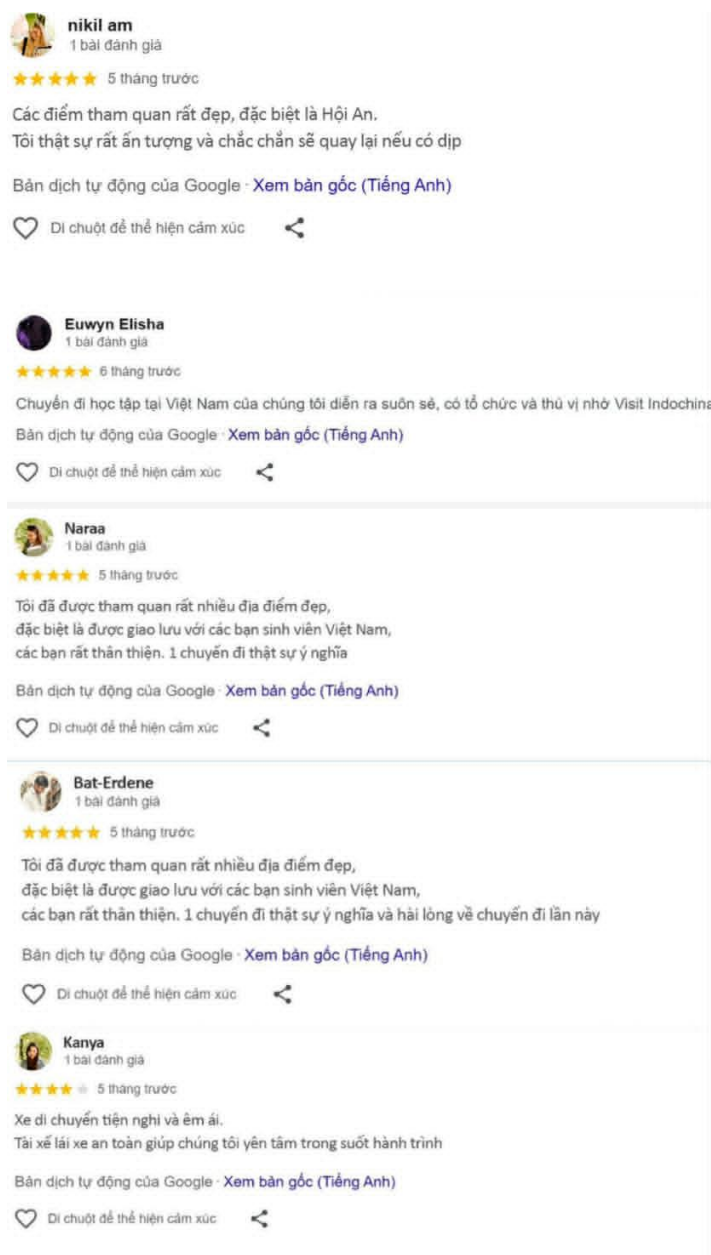
Một nội dung đáng chú ý là khả năng truyền đạt và tạo giá trị trải nghiệm. Hướng dẫn viên không chỉ cung cấp thông tin mà còn chủ động chia sẻ câu chuyện, kinh nghiệm và các kiến thức liên quan đến điểm đến. Những nhận xét về “câu chuyện thú vị” hay “lời khuyên hữu ích” cho thấy hoạt động thuyết minh đã góp phần nâng cao chiều sâu trải nghiệm, giúp khách hiểu rõ hơn về văn hóa và môi trường địa phương. Đây là yếu tố quan trọng đối với chương trình du lịch giáo dục, khi giá trị sản phẩm gắn liền với mức độ nhận thức và cảm nhận của người tham gia.

Mức độ hài lòng của khách còn thể hiện qua ý định quay lại hoặc giới thiệu chương trình cho người khác. Việc khách bày tỏ mong muốn quay lại Việt Nam hoặc tiếp tục đồng hành với cùng hướng dẫn viên cho thấy chất lượng phục vụ đã tạo được ấn tượng tích cực và giá trị cảm xúc lâu dài. Điều này góp phần nâng cao khả năng giữ chân khách và phát triển nguồn khách tiềm năng trong tương lai.

Các phản hồi tích cực tập trung chủ yếu vào vai trò của hướng dẫn viên. Điều này cho thấy đội ngũ hướng dẫn viên đang đóng vai trò then chốt trong việc tạo nên

chất lượng trải nghiệm tổng thể, đồng thời phản ánh mức độ phụ thuộc nhất định của sản phẩm vào yếu tố con người.

- Hiệu quả về giá trị sản phẩm (thông qua đánh giá khách hàng)



Nguồn: Google Maps - Công ty TNHH Visit Indochina

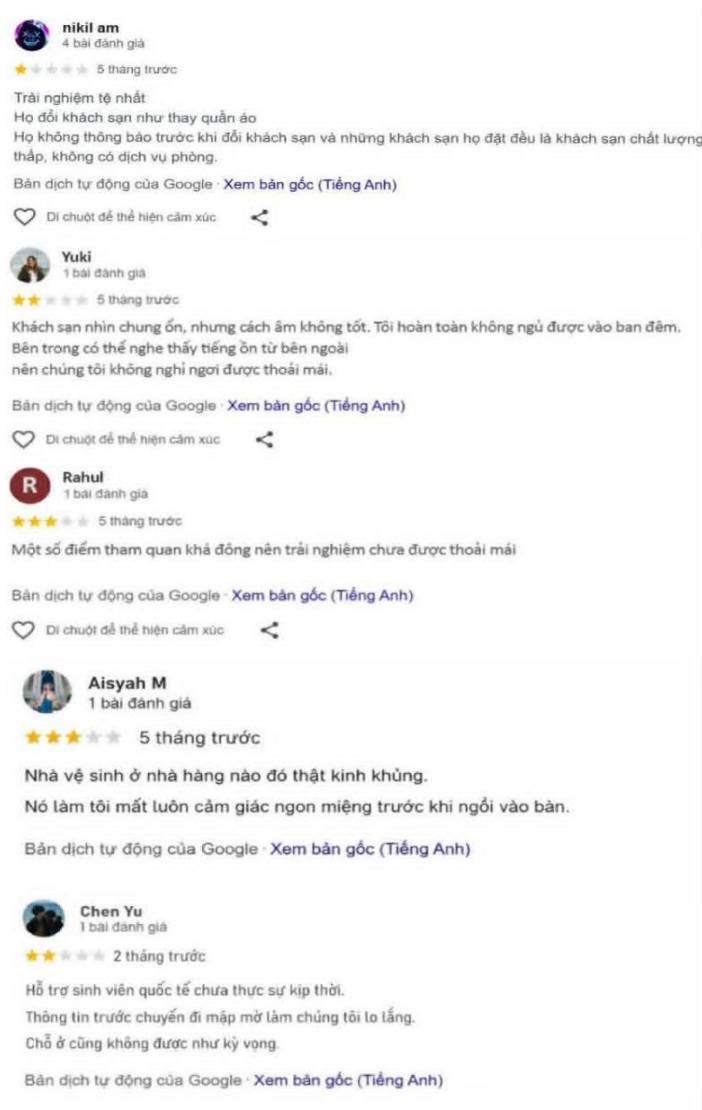
Hình 2.4: Phản hồi của khách hàng về dịch vụ trong chương trình du lịch giáo dục

Các ý kiến phản hồi của khách hàng cho thấy chất lượng dịch vụ trong chương trình được đánh giá tích cực ở nhiều khía cạnh. Trước hết, phương tiện vận chuyển đáp ứng tốt yêu cầu về tiện nghi và an toàn. Những nhận xét như “xe tiện nghi, êm ái” và tài xế “lái xe an toàn” phản ánh khả năng tổ chức và kiểm soát dịch vụ vận chuyển của công ty ở mức ổn định, góp phần tạo cảm giác yên tâm cho khách trong suốt hành trình.

Đối với nội dung tham quan, các đánh giá tập trung vào giá trị cảnh quan và

sức hấp dẫn của điểm đến, đặc biệt là phố cổ Hội An. Các nhận xét như “các điểm tham quan rất đẹp”, “ấn tượng” hay “muốn quay lại” cho thấy chương trình đã khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch đặc trưng, đồng thời tạo được dấu ấn cảm xúc rõ rệt đối với khách tham gia. Việc xuất hiện ý định quay lại cũng là một chỉ báo quan trọng phản ánh mức độ hài lòng và khả năng thu hút của chương trình.

Hoạt động giao lưu với sinh viên Việt Nam được ghi nhận là một trong những điểm có ý nghĩa của chương trình. Khách đánh giá cao sự thân thiện và cởi mở của sinh viên địa phương, qua đó góp phần tăng cường sự kết nối và hiểu biết văn hóa giữa các bên tham gia. Điều này cho thấy yếu tố giao lưu văn hóa đã được triển khai phù hợp và mang lại giá trị thực tế, đúng với định hướng của chương trình du lịch giáo dục.



Nguồn: Google Maps - Công ty TNHH Visit Indochina

Hình 2.5: Phản hồi của khách hàng về dịch vụ trong chương trình du lịch giáo dục

Ngược lại, phần lớn phản hồi chưa tốt của khách hàng tập trung vào các vấn đề liên quan đến chất lượng dịch vụ và công tác tổ chức, cho thấy đây là những khía cạnh còn tồn tại hạn chế trong chương trình. Một số ý kiến phản ánh thông tin trước chuyến đi chưa rõ ràng, khiến khách cảm thấy lo lắng và bị động khi tham gia. Điều này cho thấy công tác cung cấp thông tin và chuẩn bị trước tour chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách, đặc biệt là khách quốc tế.

Chất lượng lưu trú cũng được đề cập trong các đánh giá. Một số khách nhận xét khách sạn có khả năng cách âm kém, gây ảnh hưởng đến giấc ngủ và sự thoải mái trong quá trình nghỉ ngơi. Điều này phản ánh việc lựa chọn hoặc kiểm soát chất lượng dịch vụ lưu trú chưa thật sự đồng đều, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách trong suốt hành trình.

Một số phản hồi còn cho thấy sự thiếu nhất quán trong khâu tổ chức, cụ thể là việc thay đổi khách sạn nhưng không được thông báo trước, việc phản hồi hỗ trợ khách quốc tế chưa kịp thời. Những tình huống như vậy thể hiện hạn chế trong công tác điều phối và truyền đạt thông tin, có thể làm giảm mức độ tin tưởng của khách đối với chương trình. Điều này đặt ra yêu cầu cần cải thiện khả năng hỗ trợ và xử lý tình huống trong quá trình phục vụ.

Vấn đề vệ sinh tại một số điểm dịch vụ cũng được khách hàng đề cập, đặc biệt là khu vực nhà vệ sinh tại nhà hàng. Những nhận xét tiêu cực về điều kiện vệ sinh cho thấy việc kiểm soát chất lượng tại các đơn vị cung ứng dịch vụ chưa được thực hiện chặt chẽ, dù đây là yếu tố nhỏ nhưng có ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách.

Ở góc độ nội dung chương trình, một số ý kiến cho rằng việc bố trí các điểm dừng mua sắm khiến trải nghiệm chưa thật sự thoải mái, đặc biệt khi khách bị người bán tiếp cận và mời mua hàng. Điều này phản ánh yếu tố thương mại còn hiện diện rõ trong hành trình, làm giảm mức độ tập trung vào trải nghiệm và mục tiêu của chương trình.

Tình trạng đông đúc tại một số điểm tham quan cũng được đề cập, ảnh hưởng đến sự thoải mái trong quá trình trải nghiệm. Điều này cho thấy việc lựa chọn thời điểm hoặc tổ chức tham quan tại điểm đến chưa thật sự tối ưu.

Các phản hồi cho thấy mặc dù chương trình đảm bảo được một số yếu tố cơ bản, vẫn còn tồn tại những hạn chế liên quan đến quản lý dịch vụ, cung cấp thông tin và tổ chức thực hiện, cần được cải thiện nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách.

Từ các phản hồi trên, có thể thấy chương trình đã phát huy tốt lợi thế về tài nguyên du lịch và yếu tố giao lưu văn hóa, đồng thời cần hoàn thiện hơn về cơ cấu nội dung và cách thức tổ chức nhằm nâng cao hiệu quả khai thác sản phẩm du lịch giáo dục.

2.4. Đánh giá chung về chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina

2.4.1. Những kết quả đạt được của chương trình du lịch giáo dục

2.4.1.1. Kết quả về nội dung chương trình du lịch giáo dục

Một trong những kết quả nổi bật của chương trình là đã xây dựng được nội dung tương đối phù hợp với định hướng của loại hình du lịch giáo dục. Chương trình được thiết kế theo hướng kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa, góp phần tạo nên một hành trình có giá trị không chỉ về du lịch mà còn về nhận thức và trải nghiệm.

Các điểm đến trong chương trình được lựa chọn tương đối tiêu biểu, bao gồm phố cổ Hội An, rừng dừa Bảy Mẫu, chùa Linh Ứng, Bà Nà Hills và Nhà thờ Con Gà. Đây đều là những địa điểm có giá trị về cảnh quan, văn hóa và lịch sử, giúp sinh viên quốc tế có cơ hội tiếp cận với đặc trưng du lịch và đời sống văn hóa của khu vực miền Trung. Việc tham quan các điểm đến này không chỉ mang ý nghĩa giải trí mà còn tạo điều kiện để người tham gia quan sát, tìm hiểu và tích lũy kiến thức từ thực tế.

Nội dung chương trình cũng đã lồng ghép hoạt động giao lưu với các trường đại học tại Đà Nẵng, tạo cơ hội cho sinh viên quốc tế tiếp cận môi trường học tập, trao đổi văn hóa và tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau. Hoạt động này góp phần thể hiện rõ yếu tố giáo dục trong chương trình, đồng thời tạo sự khác biệt so với các tour du lịch thông thường.

Cách tổ chức nội dung theo hướng kết hợp giữa tham quan và trải nghiệm giúp chương trình đảm bảo được sự cân đối giữa yếu tố giải trí và yếu tố học tập. Điều này không chỉ nâng cao giá trị của sản phẩm mà còn phù hợp với đặc điểm nhu cầu của đối tượng khách là sinh viên quốc tế.

Các phản hồi của khách hàng cũng cho thấy nhiều đánh giá tích cực đối với nội dung chương trình, đặc biệt là về cảnh quan điểm đến và giá trị trải nghiệm thực tế. Một số ý kiến bày tỏ sự ấn tượng với phố cổ Hội An và cho rằng chương trình mang lại trải nghiệm ý nghĩa, góp phần nâng cao hiểu biết về văn hóa Việt Nam. Điều

này cho thấy nội dung chương trình không chỉ phù hợp về mặt thiết kế mà còn được ghi nhận tích cực từ góc nhìn của người tham gia.

Nhìn chung, nội dung chương trình đã đạt được những kết quả nhất định trong việc đáp ứng mục tiêu của du lịch giáo dục, thể hiện ở khả năng kết hợp tương đối hợp lý giữa tham quan, trải nghiệm và giao lưu văn hóa, qua đó góp phần nâng cao giá trị tổng thể của chương trình.

2.4.1.2. Kết quả về khả năng thu hút sinh viên quốc tế tham gia chương trình

Chương trình đã bước đầu tiếp cận đúng đối tượng khách mục tiêu là sinh viên quốc tế đi theo đoàn, thể hiện sự phù hợp nhất định giữa nội dung sản phẩm và nhu cầu của thị trường. Việc thu hút được khách nước ngoài tham gia cho thấy chương trình đáp ứng được xu hướng du lịch kết hợp trải nghiệm, học tập và giao lưu văn hóa của nhóm khách trẻ.

Trong bối cảnh du lịch giáo dục vẫn còn là loại hình chưa được khai thác rộng rãi, kết quả này phản ánh định hướng tiếp cận thị trường tương đối phù hợp của doanh nghiệp. Chương trình được triển khai theo hình thức đoàn nhóm, giúp công ty thuận lợi trong công tác tổ chức, điều hành và kiểm soát chất lượng dịch vụ trong suốt hành trình.

Quy mô đoàn khách được duy trì ở mức hợp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các hoạt động giao lưu và trải nghiệm thực tế. Đồng thời, việc thu hút được sinh viên quốc tế cũng cho thấy chương trình bước đầu có sức hấp dẫn đối với nhóm khách có nhu cầu tìm hiểu văn hóa Việt Nam kết hợp với trải nghiệm tại điểm đến.

Các phản hồi của khách hàng cho thấy nhiều đánh giá tích cực về chương trình, đặc biệt ở khía cạnh trải nghiệm và cơ hội giao lưu. Một số khách còn bày tỏ mong muốn quay lại trong tương lai, cho thấy chương trình không chỉ thu hút được khách ban đầu mà còn tạo được ấn tượng và mức độ hài lòng đủ lớn để hình thành ý định quay lại. Đây là một chỉ báo quan trọng phản ánh khả năng thu hút và duy trì khách của sản phẩm.

Chương trình đã đạt được những kết quả nhất định trong việc thu hút sinh viên quốc tế, tạo nền tảng để doanh nghiệp tiếp tục mở rộng thị trường và phát triển loại hình du lịch giáo dục trong thời gian tới.

2.4.1.3. Kết quả về giá trị trải nghiệm và giao lưu văn hóa của chương trình

Chương trình đã tạo ra giá trị trải nghiệm tương đối rõ nét cho người tham gia thông qua việc kết hợp nhiều loại hình hoạt động khác nhau. Hành trình khám phá Đà

Năng – Hội An giúp sinh viên quốc tế tiếp cận đồng thời không gian đô thị hiện đại và môi trường văn hóa truyền thống, từ đó hình thành cái nhìn tương đối toàn diện về điểm đến. Các hoạt động như tham quan phố cổ Hội An, trải nghiệm tại rừng dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh, tham quan các địa điểm du lịch đặc trưng và thưởng thức ẩm thực địa phương đã góp phần làm phong phú nội dung và nâng cao tính thực tế của chương trình.

Giá trị trải nghiệm được thể hiện rõ qua mức độ tiếp xúc trực tiếp với môi trường địa phương. Việc tham gia các hoạt động tại điểm đến giúp sinh viên không chỉ quan sát mà còn có cơ hội cảm nhận và hiểu rõ hơn về đời sống văn hóa – xã hội, qua đó nâng cao ý nghĩa của chuyến đi so với các chương trình du lịch thuần túy.

Về phương diện giao lưu văn hóa, chương trình đã tạo điều kiện để sinh viên quốc tế tiếp cận môi trường học tập tại Việt Nam thông qua hoạt động giao lưu với các trường Đại học tại Đà Nẵng. Hoạt động này góp phần tăng cường sự tương tác, trao đổi và hiểu biết lẫn nhau giữa các bên tham gia, đồng thời làm rõ vai trò của yếu tố giáo dục trong chương trình.

Các phản hồi của khách hàng cho thấy nhiều đánh giá tích cực về trải nghiệm tổng thể, đặc biệt là sự ấn tượng đối với các điểm đến mang giá trị văn hóa như Hội An và các hoạt động mang tính thực tế. Một số khách còn bày tỏ mong muốn quay lại trong tương lai, cho thấy chương trình không chỉ mang lại trải nghiệm nhất thời mà còn tạo được ấn tượng và giá trị cảm xúc lâu dài đối với người tham gia.

2.4.1.4. Kết quả về hiệu quả khai thác sản phẩm của công ty

Về góc độ kinh doanh, chương trình đã tạo ra doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, đảm bảo bù đắp chi phí tổ chức và tạo ra phần chênh lệch dương. Mặc dù chi phí chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu, đặc biệt ở các khoản như vé máy bay, lưu trú, vận chuyển và vé tham quan, chương trình vẫn duy trì được mức lợi nhuận nhất định. Điều này phản ánh khả năng kiểm soát chi phí và định giá sản phẩm ở mức ổn. Tuy nhiên, do chi phí đầu vào cao nên biên lợi nhuận chưa lớn, cho thấy hiệu quả kinh doanh của sản phẩm vẫn còn ở mức trung bình.

Ở khía cạnh tổ chức và vận hành, chương trình được triển khai với quy mô đoàn hợp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác điều hành, quản lý và kiểm soát chất lượng dịch vụ. Quá trình tổ chức diễn ra khá ổn định, cho thấy doanh nghiệp đã có kinh nghiệm nhất định trong việc xây dựng và khai thác các chương trình du lịch giáo dục.

Về mặt sản phẩm, chương trình góp phần đa dạng hóa danh mục tour của công ty, tạo thêm hướng khai thác bên cạnh các tour truyền thống. Nội dung được xây dựng theo hướng kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm và giao lưu văn hóa, giúp sản phẩm có sự khác biệt nhất định và phù hợp với nhu cầu của nhóm khách sinh viên quốc tế.

Nhìn chung, chương trình đã đạt được những kết quả bước đầu trong khai thác sản phẩm, thể hiện ở khả năng tạo doanh thu, duy trì lợi nhuận và mở rộng danh mục sản phẩm của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiệu quả khai thác vẫn còn chịu tác động từ chi phí đầu vào cao và quy mô khai thác chưa lớn, cần tiếp tục được cải thiện trong thời gian tới.

2.4.2. Những hạn chế của chương trình du lịch giáo dục

2.4.2.1. Hạn chế về nội dung chương trình

Chương trình bao gồm nhiều điểm đến mang giá trị văn hóa rõ ràng như phố cổ Hội An, rừng dừa Bảy Mẫu Cẩm Thanh, chùa Linh Ứng. Đây đều là những điểm đến phù hợp với định hướng giao lưu văn hóa và khám phá di sản. Tuy nhiên, chương trình có bao gồm điểm tham quan Bà Nà Hills, vốn là khu du lịch tổng hợp thiên về vui chơi, giải trí và nghỉ dưỡng hiện đại. Việc bổ sung điểm này là hợp lý nếu xét trên phương diện tăng sức hấp dẫn cho hành trình và đáp ứng nhu cầu trải nghiệm đa dạng của sinh viên quốc tế. Dù vậy, nếu đặt trong tổng thể chủ đề “giao lưu văn hóa và khám phá di sản”, Bà Nà Hills lại chưa có mối liên hệ thật sự rõ nét với trục nội dung chính của chương trình. Sự xuất hiện của điểm đến này làm cho cấu trúc nội dung có phần thiếu thống nhất, bởi chương trình đang đồng thời theo đuổi hai hướng khác nhau: một bên là trải nghiệm văn hóa – di sản, một bên là vui chơi – giải trí hiện đại. Điều này không làm chương trình trở nên sai lệch, nhưng làm giảm độ tập trung của chủ đề và khiến bản sắc riêng của tour du lịch giáo dục chưa được thể hiện thật sự nổi bật.

Một hạn chế khác thể hiện khá rõ qua phản hồi của khách hàng là chương trình còn bố trí nhiều điểm dừng mang tính mua sắm hoặc giới thiệu sản phẩm địa phương. Về nguyên tắc, việc đưa khách đến các cơ sở sản phẩm địa phương có thể góp phần giúp người tham gia hiểu thêm về hàng hóa, đặc sản và hoạt động kinh tế gắn với điểm đến. Tuy nhiên, trong thực tế, giá trị tham quan tại các điểm này chưa cao và chưa tạo được nội dung trải nghiệm đủ hấp dẫn. Một số khách cho biết họ cảm thấy không thoải mái khi người bán tiếp cận quá nhiều và mời mua hàng, từ đó làm giảm chất lượng cảm nhận chung của chuyến đi. Điều này cho

thấy các điểm dừng mua sắm hiện chưa được khai thác như một nội dung trải nghiệm văn hóa có chiều sâu, mà chủ yếu mang tính thương mại. Khi những điểm như vậy xuất hiện với tần suất tương đối nhiều trong hành trình, khách dễ có cảm giác chương trình bị phân tán nội dung và giảm đi tính tập trung vào mục tiêu giao lưu văn hóa, trải nghiệm thực tế. Đây là hạn chế đáng chú ý vì nó tác động trực tiếp đến sự thoải mái của khách và làm giảm giá trị tổng thể của chương trình dưới góc nhìn của người tham gia.

2.4.2.2. Hạn chế về hoạt động giao lưu văn hóa trải nghiệm

Chương trình đã có nhiều hoạt động trải nghiệm tại các điểm đến, tuy nhiên một số nội dung chưa khai thác hết giá trị văn hóa địa phương, dẫn đến trải nghiệm chưa tạo được dấu ấn rõ nét.

Cụ thể, tại các điểm như phố cổ Hội An hay rừng dừa Cẩm Thanh, hoạt động chủ yếu vẫn dừng ở mức tham quan và trải nghiệm cơ bản như đi thuyền, tham quan không gian, chụp ảnh. Trong khi đó, các yếu tố như đời sống người dân, nghề truyền thống hay nét sinh hoạt văn hóa địa phương chưa được thể hiện rõ trong hành trình.

Qua phản hồi của khách hàng, có thể thấy các hoạt động giao lưu như tiếp xúc với sinh viên Việt Nam được đánh giá tích cực và mang lại ý nghĩa rõ rệt. Tuy nhiên, các hoạt động này còn diễn ra trong thời gian ngắn và chưa có nhiều nội dung tương tác cụ thể, dẫn đến mức độ kết nối giữa các bên tham gia chưa thật sự sâu.

Ngoài ra, một số chi tiết trong chương trình chưa tạo được điểm nhấn về văn hóa, ví dụ như việc sử dụng bánh mì Đồng Tiến làm phần kết thúc tour mang tính tiện lợi nhưng chưa thể hiện rõ nét đặc trưng ẩm thực địa phương. Điều này làm cho trải nghiệm tổng thể tuy đầy đủ nhưng chưa thật sự sâu và chưa tạo được ấn tượng rõ ràng về văn hóa vùng miền. Hạn chế không nằm ở việc thiếu trải nghiệm, mà ở mức độ khai thác chiều sâu của trải nghiệm, khiến giá trị văn hóa địa phương chưa được thể hiện một cách nổi bật.

2.4.2.3. Hạn chế về hệ thống dịch vụ trong chương trình

Hệ thống dịch vụ của chương trình nhìn chung đáp ứng được yêu cầu về chất lượng và tiêu chuẩn phục vụ đối với khách quốc tế. Vẫn tồn tại một số hạn chế liên quan đến cơ cấu chi phí và hiệu quả khai thác dịch vụ. Cụ thể, chi phí của chương trình tập trung lớn vào dịch vụ vận chuyển, đặc biệt là vé máy bay quốc tế, chiếm tỷ

trọng đáng kể trong tổng giá tour. Do đó, mặc dù số lượng điểm tham quan trong chương trình không quá nhiều, nhưng tổng chi phí vẫn ở mức cao.

Nếu so sánh với các chương trình du lịch nội địa dành cho sinh viên trong nước, với cùng mức chi phí, người tham gia có thể trải nghiệm nhiều điểm đến hơn, thậm chí di chuyển qua nhiều tỉnh, thành phố khác nhau. Trong khi đó, đối với chương trình này, phần lớn chi phí được phân bổ cho vận chuyển quốc tế, dẫn đến khả năng mở rộng số lượng điểm tham quan và hoạt động trải nghiệm bị hạn chế hơn.

Đối tượng khách của chương trình là sinh viên quốc tế, có mức chi tiêu và nhu cầu trải nghiệm khác so với khách nội địa. Đối với nhóm khách này, việc tham gia một chương trình kết hợp tham quan, giao lưu văn hóa và trải nghiệm thực tế tại Việt Nam vẫn được xem là phù hợp và nằm trong khả năng chi trả, đặc biệt trong các trường hợp có sự hỗ trợ từ nhà trường hoặc các chương trình hợp tác quốc tế.

Bên cạnh hạn chế về cơ cấu chi phí, một số phản hồi của khách hàng cũng cho thấy hệ thống dịch vụ trong chương trình chưa thật sự đồng đều về chất lượng. Cụ thể, có ý kiến phản ánh về điều kiện vệ sinh tại một số nhà hàng chưa đảm bảo, ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm ăn uống của khách. Một số khách cũng cho rằng chất lượng lưu trú chưa ổn định, như tình trạng cách âm kém, gây ảnh hưởng đến việc nghỉ ngơi. Ngoài ra, việc thay đổi khách sạn hoặc thông tin dịch vụ chưa được thông báo rõ ràng trước chuyến đi cũng khiến khách cảm thấy thiếu chủ động và chưa yên tâm trong quá trình tham gia chương trình.

Hạn chế của chương trình không chỉ nằm ở cơ cấu chi phí chưa tối ưu, mà còn ở sự chưa đồng đều trong chất lượng dịch vụ giữa các khâu. Đây là yếu tố quan trọng cần được doanh nghiệp chú trọng trong quá trình hoàn thiện và nâng cao hiệu quả khai thác chương trình.

2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế trong chương trình du lịch giáo dục

2.4.3.1. Nguyên nhân từ phía doanh nghiệp

Nguyên nhân đầu tiên xuất phát từ việc doanh nghiệp chưa phát triển tour du lịch giáo dục như một dòng sản phẩm chuyên biệt với định vị rõ ràng. Qua thực tế khai thác có thể thấy chương trình hiện nay vẫn được xây dựng trên nền tảng của một tour tham quan dành cho khách quốc tế, sau đó lồng ghép thêm yếu tố giao lưu và trải nghiệm. Cách xây dựng này giúp doanh nghiệp dễ tổ chức và phù hợp với nhu cầu thực tế của khách, nhưng đồng thời cũng làm cho chủ đề “giao lưu văn hóa và khám

phá di sản” chưa được thể hiện thật sự nhất quán trong toàn bộ hành trình. Đây là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến tình trạng một số điểm đến và hoạt động trong chương trình chưa gắn chặt với trục nội dung chính.

Một nguyên nhân khác là mức độ đầu tư cho thiết kế chiều sâu sản phẩm còn hạn chế. Doanh nghiệp đã tổ chức được chương trình có lịch trình tương đối hoàn chỉnh, có doanh thu và lợi nhuận, tuy nhiên hiệu quả khai thác mới dừng ở mức tương đối, chưa tạo được bản sắc thật rõ cho sản phẩm. Điều này cho thấy doanh nghiệp vẫn đang ưu tiên tính khả thi trong tổ chức hơn là đầu tư mạnh vào việc xây dựng trải nghiệm có chiều sâu. Hệ quả là chương trình có thể đáp ứng tốt nhu cầu tham quan, nhưng ở một số khâu, giá trị giáo dục và giao lưu văn hóa chưa được khai thác đến mức nổi bật.

Nguyên nhân thứ ba liên quan đến phương thức khai thác thị trường. Tour du lịch giáo dục hiện chủ yếu được triển khai theo từng đoàn, phụ thuộc khá nhiều vào đối tác gửi khách, nhà trường hoặc các chương trình hợp tác. Điều này làm cho sản phẩm mang tính bị động trong khai thác, khó hình thành quy mô ổn định và khó chuẩn hóa theo một mẫu thống nhất. Khi lượng khách chưa lớn và tần suất tổ chức chưa cao, doanh nghiệp cũng khó mạnh dạn đầu tư thêm cho nội dung, truyền thông và hệ thống dịch vụ riêng cho sản phẩm này. Chính vì vậy, hiệu quả khai thác tuy có nhưng chưa cao, biên lợi nhuận còn chịu áp lực lớn từ chi phí đầu vào.

Ngoài ra, hoạt động marketing đối với tour du lịch giáo dục chưa được chú trọng đúng mức. Từ phần phân tích hiệu quả khai thác cho thấy sản phẩm này chưa được quảng bá như một dòng tour riêng biệt mà chủ yếu vẫn tồn tại dưới dạng sản phẩm khai thác theo cơ hội thị trường. Việc thiếu chiến lược truyền thông riêng dẫn đến mức độ nhận diện của sản phẩm còn thấp, thị trường tiếp cận chưa rộng, làm hạn chế khả năng mở rộng quy mô khách. Khi quy mô khai thác chưa lớn, doanh nghiệp khó tạo lợi thế về đàm phán giá với nhà cung ứng, từ đó tiếp tục ảnh hưởng ngược lại đến hiệu quả kinh doanh.

2.4.3.2. Nguyên nhân từ phía điểm đến và hệ thống dịch vụ

Một nguyên nhân quan trọng dẫn đến những hạn chế của chương trình xuất phát từ hệ thống dịch vụ được sử dụng trong quá trình tổ chức tour. Do chương trình là sản phẩm tổng hợp, chất lượng trải nghiệm của khách không chỉ phụ thuộc vào nội dung lịch trình mà còn chịu tác động trực tiếp từ các dịch vụ thành phần

như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, điểm tham quan và các cơ sở phục vụ tại điểm đến. Trong thực tế, các phản hồi của khách hàng cho thấy chất lượng dịch vụ giữa các khâu chưa thật sự đồng đều. Có những dịch vụ được đánh giá tốt như phương tiện di chuyển và sự an toàn trong hành trình, nhưng cũng có những dịch vụ chưa đáp ứng kỳ vọng, chẳng hạn như điều kiện vệ sinh tại nhà hàng, chất lượng cách âm của khách sạn, hay việc thay đổi thông tin dịch vụ chưa được thông báo rõ ràng từ đầu. Điều này cho thấy nguyên nhân không nằm ở toàn bộ hệ thống điểm đến, mà nằm ở khả năng lựa chọn, phối hợp và kiểm soát chất lượng dịch vụ trong quá trình cung ứng chương trình.

Cơ cấu chi phí dịch vụ cũng tạo ra áp lực lớn đối với việc tổ chức chương trình. Trong tổng chi phí tour, các khoản như vé máy bay quốc tế, lưu trú, vận chuyển và vé tham quan chiếm tỷ trọng cao. Khi phần lớn ngân sách tập trung vào các khoản chi bắt buộc này, khả năng linh hoạt của doanh nghiệp trong việc nâng cấp dịch vụ, bổ sung trải nghiệm hoặc thay thế bằng những lựa chọn chất lượng cao hơn sẽ bị hạn chế. Đây là một nguyên nhân khiến chương trình dù vẫn đảm bảo được mức chất lượng cơ bản, nhưng chưa dễ đạt đến sự đồng đều và tối ưu ở tất cả các khâu.

Tại một số điểm dừng trong hành trình, đặc biệt là các điểm mang tính mua sắm hoặc giới thiệu sản phẩm địa phương, giá trị trải nghiệm chưa thật sự tương xứng với vai trò của chúng trong chương trình. Một số khách cho biết họ cảm thấy không thoải mái do bị người bán tiếp cận và mời mua hàng quá nhiều. Điều này phản ánh rằng một số dịch vụ tại điểm chưa được chọn lọc kỹ theo tiêu chí phù hợp với chủ đề chương trình, từ đó ảnh hưởng đến cảm nhận chung của khách về chất lượng tour.

Nhìn chung, nguyên nhân từ phía hệ thống dịch vụ và điều kiện cung ứng tại điểm đến không nằm ở việc điểm đến thiếu giá trị, mà chủ yếu nằm ở sự chưa đồng đều trong chất lượng dịch vụ, áp lực từ cơ cấu chi phí và việc lựa chọn một số điểm phục vụ chưa thật sự phù hợp với định hướng của chương trình du lịch giáo dục

2.4.3.3. Nguyên nhân từ đặc điểm của loại hình du lịch giáo dục và đối tượng khách

Bản thân du lịch giáo dục là một loại hình có tính phức hợp cao, nên việc thiết kế chương trình luôn khó hơn so với tour tham quan thông thường. Một chương trình du lịch giáo dục không thể chỉ thiên về học tập vì sẽ làm giảm tính hấp dẫn của chuyến đi, nhưng nếu thiên nhiều về tham quan và giải trí thì lại làm mờ đi bản sắc giáo dục.

Việc phải dung hòa nhiều yêu cầu cùng lúc như tham quan, trải nghiệm, giao lưu văn hóa, tính hấp dẫn, khả năng chi trả và hiệu quả tổ chức là nguyên nhân làm cho quá trình xây dựng sản phẩm dễ phát sinh những điểm chưa đồng nhất.

Đối tượng khách của chương trình là sinh viên quốc tế, đây là nhóm khách có nhu cầu rất đặc thù. Họ không chỉ muốn tìm hiểu văn hóa và môi trường học tập tại Việt Nam mà còn mong muốn có chuyến đi thú vị, thoải mái và đáng nhớ. Chính vì vậy, chương trình buộc phải có sự kết hợp giữa yếu tố giáo dục với yếu tố giải trí, trải nghiệm và thư giãn. Điều này giải thích vì sao trong hành trình lại xuất hiện những điểm đến như Bà Nà Hills. Xét từ nhu cầu khách thì đây là lựa chọn hợp lý, nhưng xét từ chủ đề “giao lưu văn hóa và khám phá di sản” thì lại làm cho cấu trúc nội dung kém tập trung hơn. Như vậy, hạn chế ở đây không phải do doanh nghiệp thiết kế sai, mà do bản thân việc cân bằng giữa nhu cầu thực tế của khách và định hướng chuyên đề của sản phẩm là một bài toán khó.

Một đặc điểm khác của nhóm khách sinh viên quốc tế là khả năng cảm nhận chương trình thường rất nhạy với trải nghiệm thực tế. Họ dễ đánh giá cao những yếu tố tạo cảm xúc trực tiếp như điểm đến đẹp, hướng dẫn viên thân thiện, giao lưu ý nghĩa; đồng thời cũng dễ bị ảnh hưởng bởi những chi tiết tưởng như nhỏ như vệ sinh nhà hàng, chất lượng phòng nghỉ, thông tin chưa rõ ràng hay các điểm mua sắm gây áp lực. Điều này làm cho yêu cầu đối với tour du lịch giáo dục không chỉ nằm ở nội dung chương trình mà còn ở độ mượt của toàn bộ trải nghiệm. Chỉ cần một vài khâu chưa tốt, giá trị cảm nhận chung của chương trình có thể giảm đi đáng kể.

Ngoài ra, thời gian tổ chức tour thường ngắn cũng là một nguyên nhân khách quan. Với quỹ thời gian chỉ vài ngày, doanh nghiệp phải vừa đảm bảo tham quan các điểm nổi bật, vừa tổ chức giao lưu, vừa đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống và di chuyển. Vì vậy, nhiều nội dung chỉ có thể triển khai ở mức giới thiệu và trải nghiệm bước đầu, khó đạt đến độ sâu như mong muốn. Đây là giới hạn mang tính đặc thù của loại hình sản phẩm, đặc biệt khi đối tượng khách là đoàn sinh viên quốc tế đi theo lịch trình cố định.

Từ những phân tích trên có thể thấy, các hạn chế của chương trình không xuất phát từ một nguyên nhân đơn lẻ mà hình thành từ sự tác động đồng thời của ba nhóm yếu tố: năng lực và mức độ đầu tư của doanh nghiệp, điều kiện thực tế của điểm đến và hệ thống dịch vụ, cùng với tính đặc thù của loại hình du lịch giáo dục và đối tượng

khách sinh viên quốc tế. Chính sự đan xen giữa các yếu tố này làm cho việc xây dựng và khai thác chương trình vừa có tiềm năng, vừa đặt ra nhiều yêu cầu phức tạp cần tiếp tục được hoàn thiện trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH GIÁO DỤC “HÀNH TRÌNH GIAO LƯU VĂN HÓA VÀ KHÁM PHÁ DI SẢN ĐÀ NẴNG – HỘI AN” TẠI CÔNG TY TNHH VISIT INDOCHINA

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển của Công ty TNHH Visit Indochina

3.1.1.1. Định hướng phát triển chung của công ty

Công ty TNHH Visit Indochina định hướng phát triển theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tập trung vào việc xây dựng các chương trình có nội dung rõ ràng, tổ chức ổn định và đảm bảo trải nghiệm cho khách hàng. Hoạt động kinh doanh được triển khai theo hướng chuyên nghiệp, chú trọng kiểm soát chất lượng trong toàn bộ quá trình tổ chức nhằm nâng cao uy tín và vị thế của doanh nghiệp trên thị trường.

Trong định hướng phát triển sản phẩm, công ty chú trọng xây dựng các chương trình du lịch mang tính trải nghiệm, kết hợp giữa tham quan và tìm hiểu văn hóa địa phương. Việc phát triển sản phẩm được thực hiện trên cơ sở khai thác giá trị đặc trưng của điểm đến, đồng thời đảm bảo sự phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách cụ thể.

Việc hướng đến phân khúc khách có khả năng chi trả cao được xác định là một trong những định hướng phát triển của công ty trong quá trình xây dựng và hoàn thiện sản phẩm du lịch. Theo đó, doanh nghiệp tập trung phát triển các chương trình có tiêu chuẩn dịch vụ cao, chú trọng đến tính đồng bộ trong tổ chức và nâng cao chất lượng trải nghiệm cho khách. Định hướng này cũng gắn với việc lựa chọn nhà cung ứng phù hợp, hoàn thiện quy trình tổ chức và từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng yêu cầu của phân khúc khách mục tiêu. Công ty hướng đến việc mở rộng danh mục sản phẩm theo hướng chuyên biệt hóa, từng bước hình thành các dòng sản phẩm ổn định, có khả năng khai thác lâu dài và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

3.1.1.2. Định hướng phát triển thị trường khách quốc tế

Công ty TNHH Visit Indochina định hướng tập trung khai thác thị trường khách quốc tế đến từ khu vực châu Á, trong đó chủ yếu là các quốc gia như Philippines, Indonesia, Thái Lan và một số thị trường lân cận. Nguồn khách được tổ chức chủ yếu theo đoàn thông qua các công ty, tổ chức hoặc trường học tham gia chương trình giao lưu, trải nghiệm và tìm hiểu văn hóa.

Công ty chú trọng duy trì và mở rộng mối quan hệ với các đối tác gửi khách là doanh nghiệp, tổ chức và đơn vị lữ hành nhằm đảm bảo nguồn khách ổn định. Hình thức khai thác theo đoàn tạo điều kiện thuận lợi cho công tác tổ chức, điều hành chương trình và kiểm soát chất lượng dịch vụ.

Định hướng phát triển sản phẩm tập trung vào việc xây dựng các chương trình phù hợp với đặc điểm của khách châu Á, chú trọng yếu tố trải nghiệm thực tế, giao lưu văn hóa và tính linh hoạt trong tổ chức, đáp ứng yêu cầu đa dạng của từng đoàn khách.

3.1.1.3. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch giáo dục

Công ty TNHH Visit Indochina định hướng phát triển sản phẩm du lịch giáo dục theo hướng kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa, phù hợp với đặc điểm của thị trường khách quốc tế, đặc biệt là nhóm khách đi theo đoàn. Sản phẩm được xây dựng trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, lịch sử và đời sống địa phương, đồng thời đảm bảo tính tổ chức linh hoạt và khả năng đáp ứng các yêu cầu cụ thể của từng đoàn khách.

Định hướng phát triển tập trung vào việc hình thành các chương trình có nội dung rõ ràng, thể hiện được yếu tố trải nghiệm và giá trị học tập thông qua hoạt động tại điểm đến, thay vì chỉ dừng lại ở tham quan đơn thuần. Việc thiết kế chương trình hướng đến việc tạo điều kiện để khách tiếp cận môi trường thực tế, tăng cường sự tương tác với cộng đồng địa phương và nâng cao ý nghĩa của chuyến đi.

Sản phẩm du lịch giáo dục được định hướng phát triển gắn với khả năng tổ chức theo đoàn, phù hợp với mô hình khai thác khách hiện tại của doanh nghiệp. Nội dung chương trình được xây dựng theo hướng linh hoạt, có thể điều chỉnh theo mục đích của từng đoàn khách, đồng thời đảm bảo sự ổn định trong chất lượng dịch vụ và quá trình vận hành.

Việc phát triển sản phẩm du lịch giáo dục cũng gắn với mục tiêu từng bước chuyên biệt hóa danh mục sản phẩm của công ty, tạo nền tảng để hình thành các chương trình có tính ổn định và khả năng khai thác lâu dài, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và mở rộng thị trường trong thời gian tới.

3.1.2. Hạn chế trong khai thác chương trình du lịch giáo dục tại công ty TNHH Visit Indochina

3.1.2.1. Hạn chế về nội dung chương trình và hoạt động trải nghiệm

Nội dung chương trình du lịch giáo dục đã có sự kết hợp giữa tham quan, trải

nghiệm và giao lưu văn hóa. Tuy nhiên, mức độ thể hiện chủ đề “giao lưu văn hóa và khám phá di sản” chưa thật sự rõ ràng, khi việc lựa chọn và sắp xếp một số điểm đến chưa đảm bảo tính thống nhất về định hướng nội dung, làm cho chương trình có phần phân tán.

Các hoạt động trải nghiệm và giao lưu văn hóa tuy đã được đưa vào nhưng chưa được khai thác sâu, chủ yếu dừng lại ở mức tiếp cận và quan sát, chưa tạo được sự liên kết rõ ràng với mục tiêu giáo dục của chương trình. Điều này khiến giá trị trải nghiệm chưa được thể hiện một cách rõ nét.

Chương trình còn bố trí nhiều điểm dừng mang tính mua sắm, trong khi giá trị tham quan tại các điểm này chưa cao. Gây cảm giác không thoải mái, ảnh hưởng đến trải nghiệm chung và làm giảm sự tập trung vào nội dung chính của chương trình.

3.1.2.2. Hạn chế về chất lượng dịch vụ và công tác tổ chức chương trình

Chất lượng dịch vụ trong chương trình chưa đồng đều giữa các khâu, đặc biệt ở các yếu tố như lưu trú, ăn uống và điều kiện vệ sinh tại một số điểm phục vụ. Những hạn chế này ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm nghỉ ngơi và cảm nhận chung của khách trong suốt hành trình.

Công tác tổ chức và điều hành chương trình vẫn còn một số điểm chưa ổn định. Việc cung cấp thông tin trước chuyến đi chưa đầy đủ, trong khi quá trình triển khai chương trình đôi khi còn thiếu sự chủ động trong xử lý các tình huống phát sinh. Điều này làm giảm mức độ thuận tiện và sự yên tâm của khách khi tham gia chương trình.

Nhìn chung, chất lượng dịch vụ và công tác tổ chức chưa được kiểm soát một cách đồng bộ, ảnh hưởng đến tính ổn định của chương trình và mức độ hài lòng của khách, đặc biệt đối với nhóm khách quốc tế có yêu cầu cao về dịch vụ.

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” tại Công ty TNHH Visit Indochina

3.2.1. Hoàn thiện nội dung chương trình và nâng cao chất lượng trải nghiệm

3.2.1.1. Điều chỉnh lịch trình và tổ chức các điểm dừng theo hướng hợp lý

Cần điều chỉnh nội dung chương trình theo hướng giảm bớt các điểm dừng chưa thật sự cần thiết, đặc biệt là các điểm mua sắm nhỏ lẻ, nhằm tăng thời gian cho các điểm tham quan chính trong từng ngày. Cụ thể, trong ngày thứ hai, có thể lược bỏ một điểm dừng mua sắm để du khách có thêm thời gian tham quan và trải nghiệm

tại các điểm chính như Bà Nà Hills, chùa Linh Ứng và Sơn Trà Marina. Việc điều chỉnh này giúp lịch trình bớt dàn trải, hạn chế cảm giác bị dẫn đến nhiều điểm thương mại và nâng cao chất lượng cảm nhận của khách.

Đối với nội dung tham quan tại Hội An trong ngày đầu tiên, chương trình nên khai thác sâu hơn các giá trị lịch sử – văn hóa thay vì chỉ dừng ở việc dạo phố cổ. Có thể kết hợp tham quan các công trình tiêu biểu như Chùa Cầu, chùa Ông và các nhà cổ để du khách hiểu rõ hơn về kiến trúc, lịch sử hình thành và đời sống văn hóa của khu phố cổ. Cách tổ chức tham quan theo tuyến cụ thể giúp nội dung chương trình có tính hệ thống và phù hợp với định hướng du lịch giáo dục.

Về các điểm dừng mua sắm, cần tổ chức lại theo hướng chọn lọc và có giá trị trải nghiệm hơn. Thay vì bố trí nhiều điểm bán hàng nhỏ lẻ, có thể lựa chọn một điểm tại khu vực làng đá mỹ nghệ Non Nước, như cơ sở Đại Cò Việt, du khách có thể quan sát trực tiếp quá trình chế tác sản phẩm, tìm hiểu về kỹ thuật thủ công cũng như ý nghĩa văn hóa của nghề truyền thống. Cách tổ chức này giúp hoạt động mua sắm trở thành một phần của trải nghiệm học tập, thay vì chỉ mang tính tiêu dùng đơn thuần. Điểm này phù hợp vì nằm trên tuyến di chuyển từ Đà Nẵng vào Hội An, thuận tiện trong lịch trình và có khả năng chuyển hoạt động mua sắm thành trải nghiệm tìm hiểu nghề truyền thống.

Vào ngày cuối chương trình, có thể bố trí tham quan chợ Hàn sẽ hợp lý hơn về mặt tâm lý và nhu cầu của du khách. Đây không chỉ là nơi cung cấp đa dạng đặc sản địa phương mà còn phản ánh rõ nét hoạt động giao thương và đời sống sinh hoạt của người dân Đà Nẵng. Khi tham quan tại đây, hướng dẫn viên cần đóng vai trò định hướng, giới thiệu các khu vực mua sắm phù hợp, đồng thời hỗ trợ du khách trong việc lựa chọn sản phẩm, góp phần tạo cảm giác yên tâm và thoải mái trong quá trình trải nghiệm.

Việc tổ chức lại các điểm dừng cần gắn với nguyên tắc mỗi điểm trong lịch trình đều phải có giá trị rõ ràng, hoặc phục vụ cho tham quan, hoặc hỗ trợ trải nghiệm văn hóa, hoặc đáp ứng nhu cầu thực tế của du khách. Khi các điểm dừng được lựa chọn hợp lý và sắp xếp theo tuyến thuận lợi, chương trình sẽ có mạch tham quan rõ hơn, giảm yếu tố thương mại không cần thiết và nâng cao hiệu quả khai thác của chương trình du lịch giáo dục.

3.2.1.2. Nâng cao chất lượng nội dung tham quan và trải nghiệm tại điểm đến

Cần nâng cao chất lượng nội dung tham quan theo hướng khai thác sâu hơn

giá trị lịch sử, văn hóa và đời sống địa phương tại từng điểm đến. Đối với Hội An, hoạt động tham quan không nên chỉ dừng ở việc dạo phố cổ hoặc chụp ảnh, mà cần được tổ chức theo tuyến rõ ràng.

Tại các điểm tham quan văn hóa như Hội An, nội dung thuyết minh cần được xây dựng theo hướng dễ hiểu, có câu chuyện và gắn với trải nghiệm thực tế của du khách. Thay vì chỉ giới thiệu thông tin khái quát về lịch sử hay kiến trúc, hướng dẫn viên có thể khai thác các câu chuyện về đời sống cư dân phố cổ, hoạt động buôn bán truyền thống, sự giao thoa văn hóa Việt – Hoa – Nhật và quá trình bảo tồn di sản. Cách tiếp cận này giúp sinh viên quốc tế không chỉ “biết” về điểm đến mà còn hiểu được ý nghĩa văn hóa của không gian đang tham quan.

Tại rừng dừa Bảy Mẫu, hoạt động trải nghiệm cần được định hướng rõ hơn về giá trị đời sống địa phương. Bên cạnh hoạt động đi thuyền thúng, hướng dẫn viên có thể giới thiệu thêm về vai trò của rừng dừa trong đời sống người dân Cẩm Thanh, cách người dân khai thác môi trường sông nước để phát triển du lịch cộng đồng và sự thay đổi sinh kế của địa phương khi du lịch phát triển. Như vậy, hoạt động trải nghiệm không chỉ mang tính vui chơi mà còn giúp du khách hiểu thêm về mối quan hệ giữa tài nguyên tự nhiên, cộng đồng dân cư và hoạt động du lịch.

Đối với các điểm có lượng khách lớn như Bà Nà Hills, cần có phương án tổ chức tham quan hợp lý để hạn chế tình trạng chen lấn và thời gian chờ đợi. Đoàn nên được bố trí di chuyển theo tuyến cụ thể như cáp treo, Cầu Vàng, khu trung tâm và các khu vực tham quan khác, tránh dừng quá lâu tại một điểm hoặc quay lại nhiều lần giữa các khu vực. Đồng thời, có thể bố trí thời gian tham quan và ăn uống lịch giờ cao điểm, chẳng hạn dừng bữa trước 11h30 hoặc sau 13h, nhằm giảm áp lực tại khu vực nhà hàng và tạo không gian thoải mái hơn cho du khách.

Trong suốt quá trình tham quan, hướng dẫn viên cần theo sát tình hình thực tế tại điểm đến để điều tiết đoàn phù hợp. Khi một khu vực quá đông, hướng dẫn viên có thể linh hoạt thay đổi thứ tự tham quan, chuyển sang khu vực khác trước rồi quay lại sau. Cách điều phối này giúp trải nghiệm của du khách diễn ra liên tục, hạn chế cảm giác chờ đợi và nâng cao sự hài lòng trong quá trình tham gia chương trình.

Hoạt động trải nghiệm cũng cần tăng sự tham gia chủ động của du khách. Hướng dẫn viên có thể gợi mở một số nội dung quan sát đơn giản như: điểm đến thể hiện đặc trưng văn hóa nào, đời sống địa phương được thể hiện ra sao, hoạt động du

lịch đã làm thay đổi không gian điểm đến như thế nào. Những định hướng này không làm chương trình trở nên nặng tính học thuật nhưng giúp sinh viên có cơ sở ghi nhận, trao đổi và rút ra cảm nhận sau chuyến đi.

3.2.1.3. Nâng cao hiệu quả hoạt động giao lưu văn hóa

Hoạt động giao lưu văn hóa là một nội dung quan trọng trong chương trình du lịch giáo dục, vì đây là cơ hội để sinh viên quốc tế tiếp xúc trực tiếp với môi trường học tập và sinh viên Việt Nam. Tuy nhiên, để hoạt động này đạt hiệu quả cao hơn, công ty cần chuẩn bị tốt hơn ở khâu phối hợp và tổ chức, thay vì chỉ đóng vai trò kết nối địa điểm.

Trước khi chương trình diễn ra, công ty cần làm việc cụ thể với các trường Đại học tại Đà Nẵng về thời gian, địa điểm, số lượng sinh viên tham gia và hình thức tổ chức. Việc trao đổi trước giúp hai bên chủ động chuẩn bị, tránh tình trạng hoạt động diễn ra bị động hoặc không khớp với lịch trình chung của đoàn.

Nội dung giao lưu cần được thống nhất ở mức phù hợp với vai trò của công ty. Công ty không can thiệp sâu vào nội dung chuyên môn của nhà trường, nhưng có thể đề xuất các chủ đề giao lưu chung như đời sống sinh viên, văn hóa học đường, văn hóa địa phương hoặc trải nghiệm học tập tại Việt Nam. Những chủ đề này gần gũi, dễ trao đổi và phù hợp với mục tiêu giao lưu văn hóa của chương trình.

Thời gian tổ chức hoạt động cũng cần được sắp xếp hợp lý để sinh viên hai bên có đủ thời gian trao đổi, làm quen và tương tác. Nếu thời lượng quá ngắn, hoạt động dễ chỉ dừng lại ở mức chào hỏi hình thức; nếu kéo dài quá mức, có thể ảnh hưởng đến các nội dung khác trong lịch trình. Vì vậy, công ty cần phối hợp với nhà trường để xác định thời lượng phù hợp, bảo đảm hoạt động diễn ra trọn vẹn nhưng vẫn không làm xáo trộn chương trình.

Trong quá trình thực hiện, hướng dẫn viên và nhân sự điều phối cần theo sát để hỗ trợ về thời gian, di chuyển, phiên dịch cơ bản nếu cần và xử lý các vấn đề phát sinh. Việc chuẩn bị kỹ và điều phối tốt sẽ giúp hoạt động giao lưu diễn ra đúng kế hoạch, tạo không khí cởi mở và để lại ấn tượng tích cực cho sinh viên quốc tế.

3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ và công tác tổ chức chương trình

3.2.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của du khách trong chương trình du lịch giáo dục. Đối với nhóm khách sinh viên

quốc tế, thời gian tham quan và di chuyển trong ngày khá nhiều nên chất lượng nghỉ ngơi tại khách sạn càng có vai trò quan trọng. Nếu khách sạn không đảm bảo về vệ sinh, cách âm hoặc có sự thay đổi đột ngột mà không được thông báo trước, du khách dễ cảm thấy bất tiện và thiếu tin tưởng vào công tác tổ chức của doanh nghiệp.

Để khắc phục hạn chế này, công ty cần lựa chọn cơ sở lưu trú có chất lượng ổn định, phù hợp với đặc điểm của khách quốc tế. Khách sạn được đưa vào chương trình cần đáp ứng các tiêu chí cơ bản như phòng sạch sẽ, hệ thống cách âm tương đối tốt, vị trí thuận tiện cho việc di chuyển và đội ngũ nhân viên có khả năng hỗ trợ khách nước ngoài. Việc lựa chọn khách sạn không nên chỉ dựa vào giá hoặc sự quen thuộc với đối tác mà cần xem xét cả trải nghiệm thực tế của khách sau mỗi chương trình.

Công ty cũng cần hạn chế tối đa tình trạng thay đổi khách sạn vào phút cuối. Trong trường hợp bắt buộc phải thay đổi do nguyên nhân khách quan, thông tin cần được thông báo sớm cho khách hoặc đơn vị đại diện đoàn, đồng thời khách sạn thay thế phải có tiêu chuẩn tương đương hoặc tốt hơn so với phương án ban đầu. Cách làm này giúp đảm bảo tính minh bạch trong tổ chức và hạn chế cảm giác bị động cho khách.

Sau mỗi chương trình, công ty nên tổng hợp phản hồi của khách về chất lượng lưu trú, đặc biệt là các vấn đề như vệ sinh phòng, tiếng ồn, thái độ phục vụ và sự thuận tiện trong quá trình nghỉ ngơi. Những khách sạn thường xuyên bị phản ánh không tốt cần được xem xét thay thế hoặc yêu cầu cải thiện trước khi tiếp tục hợp tác. Việc kiểm soát chất lượng lưu trú một cách thường xuyên sẽ giúp chương trình ổn định hơn và nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của công ty.

3.2.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống

Dịch vụ ăn uống có ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của du khách trong suốt chương trình, đặc biệt đối với khách quốc tế khi khẩu vị, thói quen ăn uống và yêu cầu vệ sinh có thể khác so với khách nội địa. Một số phản hồi của khách cho thấy vấn đề vệ sinh tại điểm phục vụ ăn uống có thể làm giảm trải nghiệm chung, thậm chí ảnh hưởng đến ấn tượng của khách trước khi sử dụng bữa ăn. Vì vậy, công ty cần xem xét dịch vụ ăn uống như một khâu quan trọng trong chất lượng tổng thể của chương trình, thay vì chỉ coi đây là dịch vụ bổ trợ.

Trước khi đưa nhà hàng vào chương trình, công ty cần khảo sát tình trạng thực tế của cơ sở phục vụ, bao gồm không gian ăn uống, điều kiện vệ sinh chung, khả năng phục vụ đoàn khách quốc tế và sự ổn định trong chất lượng món ăn. Những nhà hàng

có phản hồi không tốt hoặc chưa đảm bảo điều kiện phục vụ cần được thay thế bằng các đơn vị có chất lượng ổn định hơn. Việc lựa chọn nhà hàng nên dựa trên cả chất lượng thực tế và mức độ phù hợp với đối tượng khách, không chỉ dựa vào giá hoặc mối quan hệ với đối tác.

Thực đơn trong chương trình cũng cần được xây dựng theo hướng phù hợp với khách quốc tế. Công ty nên ưu tiên các món ăn dễ tiếp cận, đảm bảo vệ sinh, hạn chế các món quá nhiều gia vị hoặc khó ăn đối với khách nước ngoài. Đồng thời, cần tránh tình trạng lặp lại món ăn giữa các bữa để tạo cảm giác phong phú và giúp khách có thêm trải nghiệm về ẩm thực địa phương. Một số món đặc sản Đà Nẵng – Hội An có thể được đưa vào thực đơn ở mức phù hợp, vừa tạo điểm nhấn văn hóa vừa không gây khó khăn cho khách trong quá trình thưởng thức.

Trong quá trình thực hiện chương trình, hướng dẫn viên cần quan sát phản hồi của khách sau từng bữa ăn và kịp thời thông tin cho bộ phận điều hành nếu phát sinh vấn đề về món ăn, khẩu vị hoặc vệ sinh. Sau mỗi chương trình, công ty nên tổng hợp đánh giá của khách về nhà hàng và thực đơn để làm căn cứ điều chỉnh cho các tour tiếp theo. Việc theo dõi và cải thiện thường xuyên sẽ giúp dịch vụ ăn uống ổn định hơn, góp phần nâng cao mức độ hài lòng và chất lượng trải nghiệm của du khách.

3.2.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên

Hướng dẫn viên là người trực tiếp đồng hành với du khách trong suốt chương trình, giữ vai trò kết nối giữa công ty, nhà cung ứng và khách tham gia tour. Đối với chương trình du lịch giáo dục dành cho sinh viên quốc tế, vai trò của hướng dẫn viên không chỉ dừng lại ở việc thuyết minh và dẫn đoàn mà còn bao gồm hỗ trợ, điều phối và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình.

Trước hết, hướng dẫn viên cần theo sát đoàn trong suốt hành trình, đặc biệt tại các điểm đông khách, điểm mua sắm, nhà hàng và khách sạn. Việc theo sát đoàn giúp hướng dẫn viên nắm bắt kịp thời tình hình thực tế, hỗ trợ khách khi gặp khó khăn và hạn chế các tình huống làm ảnh hưởng đến trải nghiệm, chẳng hạn như khách bị chèo kéo tại điểm mua sắm, không hài lòng về bữa ăn hoặc gặp bất tiện khi nhận phòng.

Bên cạnh việc hỗ trợ khách, hướng dẫn viên cần chủ động hơn trong xử lý tình huống phát sinh. Khi có vấn đề về lịch trình, dịch vụ ăn uống, lưu trú hoặc sức khỏe của khách, hướng dẫn viên cần nhanh chóng trao đổi với bộ phận điều hành để có phương án xử lý phù hợp. Điều này giúp hạn chế tình trạng khách phải chờ đợi quá

lâu hoặc cảm thấy không được hỗ trợ kịp thời.

Kỹ năng giao tiếp và thuyết minh của hướng dẫn viên cũng đòi hỏi cao hơn. Đối với khách quốc tế, hướng dẫn viên cần sử dụng ngôn ngữ rõ ràng, dễ hiểu, đồng thời biết điều chỉnh cách truyền đạt phù hợp với đối tượng sinh viên. Nội dung thuyết minh không nên chỉ cung cấp thông tin khái quát mà cần gắn với các yếu tố văn hóa, lịch sử và đời sống địa phương để làm rõ giá trị giáo dục của chương trình.

Công ty có thể tổ chức các buổi đào tạo nội bộ hoặc chia sẻ kinh nghiệm sau tour để hướng dẫn viên rút kinh nghiệm từ những tình huống thực tế. Việc nâng cao năng lực của hướng dẫn viên sẽ góp phần cải thiện chất lượng phục vụ, tăng sự hài lòng của khách và giúp chương trình du lịch giáo dục được tổ chức chuyên nghiệp hơn.

3.2.2.4. Hoàn thiện công tác tổ chức và điều hành

Công tác tổ chức và điều hành có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chương trình diễn ra ổn định, đúng kế hoạch và hạn chế các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện. Đối với chương trình du lịch giáo dục dành cho khách quốc tế, yếu tố này càng cần được chú trọng vì khách thường có yêu cầu cao về thông tin, sự rõ ràng trong lịch trình và khả năng hỗ trợ khi có thay đổi.

Trước chuyến đi, công ty cần cung cấp thông tin đầy đủ và thống nhất cho khách hoặc đơn vị đại diện đoàn. Các nội dung như lịch trình chi tiết, thời gian di chuyển, khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan, dịch vụ bao gồm và những lưu ý cần chuẩn bị nên được gửi trước để khách chủ động nắm bắt. Nếu có thay đổi về khách sạn, thời gian hoặc dịch vụ, công ty cần thông báo kịp thời, tránh để khách rơi vào trạng thái bị động hoặc cảm thấy thiếu minh bạch.

Trong quá trình thực hiện chương trình, cần tăng cường sự phối hợp giữa bộ phận điều hành, hướng dẫn viên và các đối tác cung ứng dịch vụ. Bộ phận điều hành cần cập nhật thường xuyên tình hình tour, hướng dẫn viên cần phản hồi nhanh các vấn đề phát sinh tại điểm đến, còn đối tác cần đảm bảo dịch vụ đúng như đã cam kết. Sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên sẽ giúp xử lý nhanh các tình huống liên quan đến lịch trình, lưu trú, ăn uống hoặc vận chuyển, hạn chế ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách.

Công ty cũng cần kiểm soát chất lượng các nhà cung ứng một cách thường xuyên hơn. Sau mỗi chương trình, nên tổng hợp phản hồi của khách về khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan, điểm mua sắm và các dịch vụ liên quan để đánh giá lại

mức độ phù hợp của từng đơn vị. Những nhà cung ứng thường xuyên bị phản ánh không tốt cần được yêu cầu cải thiện hoặc thay thế bằng đối tác khác có chất lượng ổn định hơn.

Việc hoàn thiện công tác tổ chức và điều hành sẽ giúp chương trình được triển khai chuyên nghiệp, hạn chế rủi ro và tạo sự yên tâm cho khách trong suốt hành trình. Đây cũng là cơ sở quan trọng để nâng cao uy tín của công ty và đảm bảo chất lượng ổn định cho các chương trình du lịch giáo dục trong thời gian tới.

3.2.3. Tăng cường công tác quảng bá chương trình

3.2.3.1. Hoàn thiện nội dung truyền thông chương trình

Để tăng hiệu quả quảng bá chương trình, công ty cần hoàn thiện nội dung truyền thông theo hướng làm rõ bản chất của sản phẩm du lịch giáo dục, tránh giới thiệu chương trình như một tour tham quan thông thường. Nội dung truyền thông cần thể hiện rõ chương trình không chỉ đưa khách đến các điểm nổi bật của Đà Nẵng – Hội An mà còn tạo cơ hội cho sinh viên quốc tế tìm hiểu văn hóa, di sản, đời sống địa phương và tham gia hoạt động giao lưu.

Các tài liệu giới thiệu chương trình như brochure, website, bài đăng mạng xã hội hoặc hồ sơ gửi đối tác cần nhấn mạnh giá trị trải nghiệm và học tập. Thay vì chỉ liệt kê điểm đến, công ty nên trình bày rõ khách sẽ học được gì, trải nghiệm gì và hoạt động nào thể hiện yếu tố giáo dục. Ví dụ, khi giới thiệu Hội An, nội dung có thể nhấn mạnh giá trị lịch sử – văn hóa, kiến trúc phố cổ và đời sống cộng đồng địa phương; với hoạt động giao lưu, cần làm rõ cơ hội trao đổi văn hóa giữa sinh viên quốc tế và sinh viên Việt Nam.

Hình ảnh và video truyền thông cũng cần được lựa chọn theo hướng thể hiện đúng tinh thần của chương trình. Công ty nên sử dụng hình ảnh sinh viên tham quan, trải nghiệm thực tế, giao lưu với sinh viên Việt Nam, tìm hiểu làng nghề hoặc đời sống địa phương thay vì chỉ tập trung vào cảnh đẹp và hoạt động vui chơi. Điều này giúp khách hàng và đối tác nhận diện rõ sự khác biệt của chương trình so với các tour du lịch thông thường.

Việc hoàn thiện nội dung truyền thông sẽ giúp chương trình có hình ảnh rõ ràng hơn trên thị trường, tăng khả năng tiếp cận đúng nhóm khách mục tiêu và góp phần xây dựng sản phẩm du lịch giáo dục như một dòng tour có giá trị riêng của công ty.

3.2.3.2. Mở rộng liên kết với đối tác

Để phát triển chương trình du lịch giáo dục ổn định hơn, công ty cần mở rộng liên kết với các đối tác có khả năng cung cấp nguồn khách phù hợp, đặc biệt là các trường đại học, tổ chức giáo dục và đơn vị lữ hành quốc tế. Đây là nhóm đối tác có vai trò quan trọng trong việc kết nối sinh viên quốc tế với các chương trình giao lưu, học tập và trải nghiệm văn hóa tại Việt Nam.

Đối với các trường đại học, công ty có thể chủ động xây dựng mối quan hệ với các khoa, phòng hợp tác quốc tế hoặc trung tâm trao đổi sinh viên. Việc hợp tác này giúp công ty tiếp cận đúng nhóm khách mục tiêu là sinh viên có nhu cầu tham gia các chương trình trải nghiệm thực tế, giao lưu văn hóa và tìm hiểu điểm đến. Công ty cũng có thể đề xuất các chương trình theo từng chủ đề như giao lưu văn hóa, khám phá di sản, trải nghiệm đời sống địa phương hoặc tìm hiểu môi trường học tập tại Việt Nam để phù hợp với nhu cầu của từng đoàn.

Đối với đối tác quốc tế, công ty cần duy trì và mở rộng hợp tác với các đơn vị gửi khách, công ty lữ hành, tổ chức giáo dục hoặc trung tâm đào tạo tại các thị trường châu Á như Philippines, Indonesia, Thái Lan và một số quốc gia lân cận. Đây là những thị trường có đặc điểm khách đi theo đoàn và phù hợp với khả năng tổ chức của công ty. Việc thiết lập quan hệ đối tác ổn định sẽ giúp công ty chủ động hơn về nguồn khách, giảm phụ thuộc vào các đơn đặt tour ngắn hạn.

Khi mở rộng liên kết, công ty cần xây dựng bộ thông tin chương trình rõ ràng để gửi cho đối tác, bao gồm lịch trình, mục tiêu giáo dục, hoạt động trải nghiệm, dịch vụ đi kèm và mức giá dự kiến. Việc cung cấp thông tin đầy đủ giúp đối tác dễ giới thiệu chương trình đến khách hàng, đồng thời tạo sự chuyên nghiệp trong quá trình hợp tác. Qua đó, chương trình du lịch giáo dục có thể được quảng bá rộng hơn và từng bước trở thành sản phẩm có khả năng khai thác lâu dài của công ty.

3.2.2.3. Xây dựng hình ảnh chương trình du lịch giáo dục đặc thù

Để chương trình du lịch giáo dục có khả năng phát triển lâu dài, công ty cần xây dựng hình ảnh chương trình như một sản phẩm riêng, có định hướng rõ ràng thay vì chỉ xem đây là một tour tham quan kết hợp giao lưu. Việc định vị sản phẩm riêng sẽ giúp chương trình tạo được dấu ấn trên thị trường và dễ dàng tiếp cận đúng nhóm khách mục tiêu là sinh viên quốc tế, trường học, tổ chức giáo dục và các đối tác nước ngoài.

Trước hết, công ty cần làm rõ điểm khác biệt của chương trình so với các tour

du lịch thông thường. Nếu tour thông thường chủ yếu tập trung vào tham quan, nghỉ dưỡng và giải trí, thì chương trình du lịch giáo dục cần nhấn mạnh yếu tố học tập, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa. Các nội dung như tìm hiểu di sản Hội An, trải nghiệm đời sống địa phương, tham quan làng nghề, giao lưu với sinh viên Việt Nam cần được xem là giá trị cốt lõi của sản phẩm.

Công ty cũng nên xây dựng tên gọi, thông điệp và hình ảnh nhận diện riêng cho dòng tour du lịch giáo dục. Nội dung truyền thông cần thống nhất, thể hiện rõ tinh thần “học qua trải nghiệm” và “khám phá văn hóa địa phương”. Việc sử dụng hình ảnh sinh viên tham gia hoạt động thực tế, giao lưu và tìm hiểu văn hóa sẽ giúp chương trình có bản sắc rõ hơn, tránh bị nhầm lẫn với các tour tham quan đại trà.

Khi hình ảnh chương trình được xây dựng rõ ràng, công ty sẽ thuận lợi hơn trong việc quảng bá, giới thiệu với đối tác và mở rộng thị trường khách quốc tế. Đây cũng là cơ sở để Visit Indochina phát triển du lịch giáo dục thành một dòng sản phẩm đặc thù, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả khai thác trong thời gian tới.

3.3. Kiến nghị

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

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần tiếp tục quan tâm và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp lành hành phát triển những sản phẩm du lịch có tính chuyên đề, trong đó có du lịch giáo dục. Đây là loại hình có khả năng kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm, giao lưu văn hóa và học tập thực tế, phù hợp với xu hướng phát triển du lịch chất lượng cao và nhu cầu của khách quốc tế.

Cần có định hướng hỗ trợ doanh nghiệp trong việc khai thác các điểm đến văn hóa, di sản, làng nghề và không gian cộng đồng theo hướng phục vụ tốt hơn cho hoạt động giáo dục trải nghiệm. Các điểm đến tại Đà Nẵng – Hội An nên được cung cấp thêm thông tin thuyết minh, tài liệu giới thiệu song ngữ, bảng chỉ dẫn rõ ràng và nội dung diễn giải phù hợp với khách quốc tế, đặc biệt là nhóm sinh viên.

Cơ quan quản lý cũng cần tăng cường kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ tại các điểm tham quan, nhà hàng, cơ sở mua sắm và điểm dừng chân phục vụ khách du lịch. Việc kiểm soát tình trạng chèo kéo, ép mua hàng, vệ sinh chưa đảm bảo hoặc phục vụ thiếu chuyên nghiệp sẽ góp phần tạo môi trường du lịch văn minh, an toàn và thân thiện hơn cho du khách.

Đồng thời, cần khuyến khích sự liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, cơ sở giáo dục, điểm tham quan và cộng đồng địa phương trong việc xây dựng các chương trình du lịch giáo dục. Sự phối hợp này sẽ giúp sản phẩm có nội dung rõ ràng hơn, tăng giá trị trải nghiệm và góp phần quảng bá hình ảnh điểm đến Đà Nẵng – Hội An đến thị trường khách quốc tế.

3.3.2. Đối với Công ty TNHH Visit Indochina

Công ty TNHH Visit Indochina cần tiếp tục hoàn thiện chương trình du lịch giáo dục theo hướng nâng cao chất lượng nội dung, dịch vụ và công tác tổ chức. Chương trình cần được rà soát thường xuyên sau mỗi lần thực hiện để kịp thời điều chỉnh những điểm chưa phù hợp, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến điểm dừng mua sắm, chất lượng lưu trú, ăn uống, vệ sinh và hỗ trợ khách quốc tế.

Công ty cần chú trọng hơn đến việc lựa chọn và kiểm soát các nhà cung ứng dịch vụ. Các khách sạn, nhà hàng, điểm dừng chân và cơ sở mua sắm đưa vào chương trình cần được khảo sát thực tế, đánh giá định kỳ và thay thế khi không còn đáp ứng yêu cầu. Việc này giúp hạn chế các phản hồi tiêu cực từ khách, đồng thời đảm bảo chất lượng chương trình ổn định hơn trong quá trình khai thác.

Đối với đội ngũ hướng dẫn viên và điều hành, công ty cần tăng cường đào tạo kỹ năng phục vụ khách quốc tế, kỹ năng xử lý tình huống và kỹ năng thuyết minh theo định hướng du lịch giáo dục. Hướng dẫn viên không chỉ thực hiện nhiệm vụ dẫn đoàn mà còn cần hỗ trợ khách trong suốt hành trình, kết nối các nội dung tham quan với giá trị văn hóa – trải nghiệm của điểm đến.

Công ty cũng cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá chương trình như một sản phẩm du lịch giáo dục riêng, thay vì chỉ giới thiệu như một tour tham quan thông thường. Nội dung truyền thông cần làm rõ giá trị học tập, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa của chương trình, từ đó giúp sản phẩm tiếp cận đúng nhóm khách mục tiêu là sinh viên quốc tế, trường học và các tổ chức giáo dục.

Nhìn chung, Công ty TNHH Visit Indochina cần xem chương trình du lịch giáo dục là một sản phẩm có tiềm năng phát triển lâu dài. Việc đầu tư vào chất lượng chương trình, kiểm soát dịch vụ và xây dựng hình ảnh sản phẩm rõ ràng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả khai thác, tăng mức độ hài lòng của khách và nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty trên thị trường.

3.3.3. Đối với các đơn vị cung ứng dịch vụ tại Đà Nẵng – Hội An

Các đơn vị cung ứng dịch vụ tại Đà Nẵng – Hội An như khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan, cơ sở mua sắm và đơn vị vận chuyển cần nâng cao chất lượng phục vụ để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách quốc tế.

Các cơ sở lưu trú cần đảm bảo điều kiện nghỉ ngơi ổn định, chú trọng vệ sinh phòng, khả năng cách âm, thái độ phục vụ và khả năng hỗ trợ khách nước ngoài. Nhà hàng cần quan tâm hơn đến vệ sinh, không gian phục vụ, chất lượng món ăn và sự phù hợp của thực đơn đối với khách quốc tế. Đây là những yếu tố cơ bản nhưng có ảnh hưởng lớn đến cảm nhận của du khách trong suốt hành trình.

Đối với các điểm tham quan và cơ sở mua sắm, cần tổ chức hoạt động phục vụ theo hướng văn minh, hạn chế tình trạng chèo kéo hoặc tạo áp lực mua hàng cho khách. Các cơ sở giới thiệu sản phẩm địa phương nên chú trọng cung cấp thông tin về nguồn gốc, quy trình sản xuất và giá trị văn hóa của sản phẩm, thay vì chỉ tập trung vào mục tiêu bán hàng. Cách làm này sẽ giúp hoạt động mua sắm trở thành một phần của trải nghiệm tìm hiểu văn hóa địa phương.

Các đơn vị cung ứng cũng cần phối hợp chặt chẽ hơn với doanh nghiệp lữ hành trong quá trình tổ chức chương trình. Việc thống nhất trước về thời gian phục vụ, số lượng khách, tiêu chuẩn dịch vụ và phương án xử lý tình huống phát sinh sẽ giúp chương trình diễn ra thuận lợi, hạn chế sai sót và nâng cao chất lượng trải nghiệm cho du khách.

KẾT LUẬN

Khóa luận đã thực hiện nghiên cứu và phân tích chương trình du lịch giáo dục “Hành trình giao lưu văn hóa và khám phá di sản Đà Nẵng – Hội An” dành cho sinh viên quốc tế tại Công ty TNHH Visit Indochina. Trong quá trình nghiên cứu, đề tài đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về du lịch giáo dục, chương trình du lịch giáo dục và hoạt động tổ chức chương trình trong doanh nghiệp lữ hành. Đồng thời, đề tài tiến hành khảo sát, phân tích thực trạng khai thác chương trình thông qua các nội dung như lịch trình tour, chất lượng dịch vụ, hoạt động giao lưu văn hóa, công tác tổ chức điều hành và phản hồi của khách hàng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy chương trình du lịch giáo dục của Công ty TNHH Visit Indochina có nhiều ưu điểm như kết hợp được giữa tham quan, trải nghiệm thực tế và giao lưu văn hóa; lựa chọn điểm đến phù hợp với đối tượng sinh viên quốc tế; đội ngũ hướng dẫn viên có tinh thần hỗ trợ tốt và chương trình bước đầu tạo được sự hài lòng từ phía khách hàng. Bên cạnh đó, đề tài cũng chỉ ra một số hạn chế còn tồn tại như nội dung trải nghiệm tại một số điểm đến chưa thật sự sâu, việc bố trí các điểm mua sắm còn gây gián đoạn mạch tham quan, thời gian tại các điểm chính chưa được khai thác hiệu quả và chất lượng dịch vụ chưa đồng đều giữa các lần tổ chức.

Trên cơ sở đó, khóa luận đã đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình theo hướng nâng cao chất lượng trải nghiệm, tăng tính giáo dục và cải thiện hiệu quả tổ chức chương trình. Các giải pháp tập trung vào việc điều chỉnh lịch trình hợp lý, nâng cao nội dung tham quan và trải nghiệm thực tế, cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao vai trò của hướng dẫn viên, hoàn thiện công tác tổ chức điều hành và tăng cường hoạt động quảng bá chương trình du lịch giáo dục của công ty.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Sách và giáo trình học thuật (Nguồn tài liệu cốt lõi)

- [1] Nguyễn Văn Mạnh & Phạm Hồng Chương. (2015). *Giáo trình Quản trị kinh doanh lý hành*. Hà Nội, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [2] Viện Đào tạo và Nghiên cứu Du lịch – Trường Đại học Duy Tân. (2020). *Đề cương ôn tập tốt nghiệp ngành Quản trị Du lịch & Lý hành*.

II. Văn bản quy phạm pháp luật và tiêu chuẩn ngành

- [1] Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2017). Luật Du lịch số 09/2017/QH14.
- [2] Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng. (2012). Tiêu chuẩn Quốc gia TCVN 9506:2012 về cơ sở lưu trú du lịch và dịch vụ liên quan – Thuật ngữ và định nghĩa.

III. Tài liệu điện tử và nguồn internet

- [1] Công ty Luật ACC. (2024). *Doanh nghiệp lý hành quốc tế theo phạm vi hoạt động*. Truy cập 22/03/2026, từ <https://congtyluatacc.vn/doanh-nghiep-lu-hanh-quoc-te/>
- [2] Công ty Luật ACC. (2024). *Doanh nghiệp lý hành nội địa là gì?* Truy cập 22/03/2026, từ <https://congtyluatacc.vn/cong-ty-lu-hanh-noi-dia-la-gi/>
- [3] Trường Trung cấp Du lịch Sài Gòn. (2023). Chương trình du lịch là gì? Truy cập 21/03/2026: <https://dulichsaigon.edu.vn/chuong-trinh-du-lich-la-gi/>
- [4] Visit Indochina. (2025). Trang thông tin chính thức của Công ty TNHH Visit Indochina. Truy cập 20/4/2026, từ <https://www.visitindochina.travel/>
- [5] Google Maps. (2025). Đánh giá khách hàng về Công ty TNHH Visit Indochina. Truy cập 20/04/2026, từ https://www.google.com/maps/place/Visit+Indochina+Co.,+Ltd./@16.0350501,108.2293686,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x314219e4ad701441:0xa36ffca1c4f9ac4b!8m2!3d16.035045!4d108.2319435!16s%2Fg%2F11t87gpwrđ?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI2MDUyNy4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D

IV. Bài báo khoa học và tài liệu nghiên cứu

- [1] Aliyeva, G. (2015). Impacts of Educational Tourism on Local Community: The Case of Gazimagusa, North Cyprus. Eastern Mediterranean University.
- [2] Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). Special Interest Tourism. London: Belhaven Press.

- [3] Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education*, 69(4), 28–31.
- [4] Ritchie, B. W. (2009). School excursion management in national capital cities. In *City Tourism: National Capital Perspectives*.
- [5] Gibson, H. (1998). The educational tourist. *Journal of Physical Education*, 69(4), 32–34.
- [6] Holdnak, A., & Holland, S. (1996). Edutourism: Vacationing to learn. *Scientific Research*, 72–75.
- [7] Lanegran, D. (2005). *What Makes a Good Field Trip?* St. Paul, Minnesota.
- [8] Tarlow, P. (2008), Educational Tourism Comes in Many Forms. Truy cập ngày 13 tháng 10 năm 2018 tại <http://www.brilliantpublishing.com/%20Writers/.com>.
- [9] Philip Kotler, Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.)*. Pearson.