

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI
KHOA: DU LỊCH



BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP
THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY TNHH
MTV THƯƠNG MẠI DU LỊCH TRƯỜNG SA

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Văn Thị Ngọc Bình
Sinh viên thực hiện : NGUYỄN Xuân Hưởng
Lớp : 17QD16.2

Đà Nẵng, tháng 12/2025

LỜI CẢM ƠN

Trước hết cho phép em bày tỏ lòng biết ơn đến Công ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa và chân thành cảm ơn quý thầy cô trong khoa Du Lịch, trường đại học Cao Đẳng Thương Mại đã truyền đạt cho em hiểu biết thêm vô vàn những kiến thức quý giá. Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn trực tiếp đến giảng viên hướng dẫn – cô Nguyễn Thị Oanh Kiều người đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành chuyên đề báo cáo thực tập này.

Trong thời gian thực tập tại Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa, em đã có cơ hội tiếp cận và tìm hiểu sâu hơn về quy trình xây dựng, thiết kế chương trình du lịch; từ khâu khảo sát tuyến điểm, xây dựng ý tưởng tour, tính giá chương trình cho đến việc hoàn thiện nội dung và tổ chức thực hiện tour. Những kiến thức và kinh nghiệm thực tế này không chỉ giúp em củng cố nền tảng lý thuyết đã được học tại trường mà còn nâng cao kỹ năng chuyên môn, tư duy nghề nghiệp và khả năng vận dụng kiến thức vào thực tế.

Trong quá trình thực tập, do còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm thực tế nên không tránh khỏi những khó khăn và thiếu sót. Tuy nhiên, nhờ sự quan tâm, hướng dẫn tận tình của các anh chị trong công ty, em đã từng bước khắc phục và tích lũy thêm nhiều bài học quý báu cho bản thân.

Mặc dù đã rất cố gắng hoàn thành báo cáo thực tập, song do năng lực và thời gian có hạn nên nội dung báo cáo khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được sự góp ý, chỉ dẫn từ quý thầy cô và các anh chị để báo cáo được hoàn thiện hơn, đồng thời giúp em có thêm kinh nghiệm cho quá trình làm việc sau này.

Cuối cùng, em xin kính chúc quý thầy cô luôn dồi dào sức khỏe và thành công trong sự nghiệp giảng dạy. Kính chúc Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa ngày càng phát triển vững mạnh và gặt hái nhiều thành công trong lĩnh vực du lịch – lữ hành.

Em xin chân thành cảm ơn!

Đà Nẵng, ngày 20 tháng 12 năm 2025

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Xuân Hưởng

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1 Kết quả của việc nghiên cứu và phân tích thị trường khách hàng mục tiêu...	15
Hình 2.2 Kết quả lựa chọn phương án của nhà cung cấp	20
Hình 2.3 Kết quả chương trình khung	21
Hình 2.4 Kết quả chương trình chi tiết	23
Hình 2.5 Kết quả bảng tính giá	25
Hình 2.6 Kết quả xây dựng các điều khoản của chương trình	27

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Giải thích
1	TNHH MTV	Trách nhiệm hữu hạn một thành viên

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	
DANH MỤC HÌNH ẢNH	i
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	ii
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH.....	1
1.1 Cơ sở lý thuyết về thiết kế chương trình du lịch	1
1.1.1 Khái niệm về bản chất của chương trình du lịch.....	1
1.1.2 Phân loại chương trình du lịch	1
1.1.3 Vai trò và ý nghĩa của thiết kế chương trình du lịch.....	1
1.2 Nội dung thực tập tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa	2
1.2.1 Nghiên cứu phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu	2
1.2.2 Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch.....	3
1.2.3 Đặt tên gọi chương trình.....	5
1.2.4 Lựa chọn phương án của nhà cung cấp	6
1.2.5 Xây dựng chương trình khung.....	7
1.2.6 Xây dựng chương trình chi tiết.....	8
1.2.7 Tính giá thành, giá bán	10
1.2.8 Xây dựng các điều khoản của chương trình	11
KẾT LUẬN CHƯƠNG I	13
CHƯƠNG II: TÌNH HÌNH THỰC TẾ THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV THƯƠNG MẠI DU LỊCH TRƯỜNG SA.....	14
2.1 Thực trạng thiết kế chương trình du lịch tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa.....	14
2.1.1 Nghiên cứu và phân tích thị trường khách hàng mục tiêu.....	14
2.1.2 Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch.....	16
2.1.3 Đặt tên gọi chương trình.....	18
2.1.4 Lựa chọn phương án của nhà cung cấp	19
2.1.5 Xây dựng chương trình khung.....	20
2.1.6 Xây dựng chương trình chi tiết.....	21
2.1.7 Tính giá thành, giá bán	24
2.1.8 Xây dựng các điều khoản của chương trình	25
2.2 Đánh giá về thiết kế chương trình du lịch tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa	27
2.2.1 Ưu điểm	27
2.2.2 Nhược điểm	28

KẾT LUẬN CHƯƠNG II.....	29
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP/BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ THIẾT KẾ	
CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH.....	31
3.1 Những điểm giống và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về thiết kế chương trình du lịch.....	31
3.1.1 Những điểm giống nhau	31
3.1.2 Những điểm khác nhau.....	31
3.2 Bài học nhằm thiết kế Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa ...	32
3.2.1 Nghiên cứu phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu.....	32
3.2.2 Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch.....	32
3.2.3 Đặt tên gọi chương trình.....	33
3.2.4 Lựa chọn phương án của nhà cung cấp	33
3.2.5 Xây dựng chương trình khung.....	33
3.2.6 Xây dựng chương trình chi tiết.....	34
3.2.7 Tính giá thành, giá bán	34
3.2.8 Xây dựng các điều khoản của chương trình	34
3.3 Đề xuất, kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy thiết kế chương trình du lịch	34
3.4 Đề xuất, kiến nghị với Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa...	36
KẾT LUẬN CHƯƠNG III	37
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	38

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

1.1 Cơ sở lý thuyết về thiết kế chương trình du lịch

1.1.1 Khái niệm và bản chất của chương trình du lịch

Chương trình du lịch là một kế hoạch được xây dựng có hệ thống, bao gồm lịch trình di chuyển, các điểm tham quan, dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển và các hoạt động trải nghiệm nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan - nghỉ dưỡng - tìm hiểu văn hóa của du khách trong một khoảng thời gian nhất định. Chương trình du lịch vừa là sản phẩm cơ bản của doanh nghiệp lữ hành, vừa là căn cứ để tổ chức và điều hành tour.

Về bản chất, chương trình du lịch là sự kết hợp tổng hợp của nhiều loại hình dịch vụ, thể hiện sự liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành với các đơn vị cung ứng như nhà hàng, khách sạn, vận chuyển và điểm tham quan. Chương trình mang tính cam kết về chất lượng và nội dung, đồng thời mang tính đặc thù, phụ thuộc vào đối tượng khách, mục đích chuyến đi và các yếu tố khách quan khác. Mục tiêu cuối cùng của chương trình du lịch là mang đến cho du khách những trải nghiệm trọn vẹn, an toàn và đáng nhớ.

1.1.2 Phân loại chương trình du lịch

Trong hoạt động kinh doanh du lịch và lữ hành, phân loại khách hàng là bước quan trọng giúp doanh nghiệp nhận diện đúng nhu cầu, động cơ và hành vi mua của từng nhóm đối tượng, từ đó thiết kế sản phẩm phù hợp, xây dựng chiến lược marketing và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Việc phân loại chính xác giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ và gia tăng mức độ hài lòng, trung thành của khách.

- a. Phân loại theo mục đích chuyến đi : du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch MICE, ...
- b. Phân loại theo phương thức tổ chức : tour trọn gói, tour tự chọn, tour thiết kế theo yêu cầu đoàn riêng.
- c. Phân loại theo thời gian : tour nửa ngày, tour một ngày, tour ngắn ngày, tour dài ngày.
- d. Phân loại theo phạm vi : tour nội tỉnh, tour trong nước, tour quốc tế inbound, tour outbound.

1.1.3 Vai trò và ý nghĩa của thiết kế chương trình du lịch

Công tác thiết kế chương trình du lịch có vai trò đặc biệt quan trọng đối với doanh nghiệp lữ hành. Đây là bước tạo ra sản phẩm, quyết định khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Một chương trình được thiết kế khoa học sẽ giúp tối ưu chi phí, nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách, tăng tính hấp dẫn của điểm đến và góp phần quảng bá hình ảnh địa phương. Ngoài ra, thiết kế tour cũng là cơ sở để bộ phận điều hành tổ chức chuyến đi một cách hiệu quả và an toàn.

1.2 Nội dung thực tập tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa

1.2.1 Nghiên cứu phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu

Là một quá trình chiến lược không thể thiếu giúp các doanh nghiệp (công ty lữ hành , khách sạn , điểm tham quan) và cơ quan quản lý điểm đến hiểu rõ nơi họ đang hoạt động và người họ đang phục vụ , từ đó đưa ra các quyết định kinh doanh tối ưu .

a. Mô tả nội dung công việc

Nghiên cứu thị trường du lịch là bước đầu tiên và đóng vai trò nền tảng trong quá trình phát triển sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành . Đây là hoạt động thu thập , phân tích và đánh giá các thông tin về thị trường , bao gồm các nhu cầu của khách du lịch , xu hướng đi lại , đặc điểm điểm đến , sự thay đổi về thị hiếu và tình hình cạnh tranh trong ngành .

Nội dung chính của công việc là nhận diện xem khách đang quan tâm tới những loại hình du lịch nào , mức chi tiêu trung bình ra sao , các tuyến điểm nào có khả năng thu hút khách , và những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định mua tour . Nghiên cứu thị trường giúp doanh nghiệp nắm bắt xu hướng , xác định đúng phân khúc khách hàng tiềm năng và làm cơ sở để thiết kế các chương trình du lịch phù hợp .

b. Quy trình thực hiện

Quy trình nghiên cứu thị trường tại doanh nghiệp được tiến hành theo nhiều bước liên tiếp nhằm đảm bảo tính chính xác và độ tin cậy của thông tin thu thập được . Đầu tiên , nhân viên thu thập dữ liệu từ các nguồn trong và ngoài doanh nghiệp như báo các tour , phản hồi khách hàng , các trang đánh giá dịch vụ du lịch , thông tin từ cơ quan quản lý du lịch báo chí hoặc các trang web thống kê . Việc thu thập này nhằm tạo ra một bức tranh tổng quan về thị hiếu và tình hình thực tế .

Sau đó , dữ liệu được phân tích để xác định đặc điểm của từng nhóm khách , bao gồm độ tuổi , nghề nghiệp , mức thu nhập , động cơ du lịch , mức độ quan tâm đến từng loại hình trải nghiệm và khả năng chi trả . Bước tiếp theo là đánh giá xu hướng du lịch theo từng thời điểm như mùa cao điểm , mùa lễ hội , các xu hướng mới nổi như du lịch xanh , du lịch sức khỏe hay du lịch trải nghiệm bản địa.

Đồng thời , công ty thực hiện phân tích đối thủ cạnh tranh bằng cách so sánh giá tour , chất lượng dịch vụ , điểm nhấn sản phẩm và cách thức tiếp thị của các doanh nghiệp khác trên thị trường . Tất cả các thông tin này được tổng hợp thành báo cáo , làm cơ sở để đề xuất hướng xây dựng sản phẩm phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để nghiên cứu thị trường đạt hiệu quả , nhân viên cần có nguồn thông tin chính xác và cập nhật thường xuyên . Do đó , yêu cầu trước tiên là khả năng tìm kiếm dữ

liệu từ các nguồn uy tín, biết cách chọn lọc và đối chiếu thông tin nhằm hạn chế sai lệch. Bên cạnh đó, nhân viên phải có kiến thức nền tảng về sản phẩm du lịch, điểm đến, hành vi khách du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng.

Ngoài ra, kỹ năng phân tích và tổng hợp thông tin đóng vai trò quan trọng trong việc hiểu rõ bản chất thị trường. Người thực hiện cần có sự nhạy bén để phát hiện xu hướng mới, đánh giá mức độ hấp dẫn của điểm đến và dự đoán khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Khả năng giao tiếp và làm việc với khách hàng, hướng dẫn viên và đối tác cũng rất cần thiết khi phải thu thập ý kiến hoặc khảo sát thực tế.

Yếu tố quan trọng khác là tính khách quan và cẩn trọng trong quá trình đánh giá để đảm bảo thông tin cuối cùng phản ánh đúng tình hình thị trường, tránh đưa ra kết luận dựa trên cảm tính hoặc nguồn dữ liệu thiếu tính xác thực.

d. Kết quả

Kết quả của công việc nghiên cứu thị trường là một báo cáo tổng hợp toàn diện, trong đó trình bày rõ nhu cầu của khách du lịch, xu hướng phát triển các điểm đến, mức giá phù hợp và phân khúc khách hàng tiềm năng. Báo cáo này giúp doanh nghiệp nhận biết được sản phẩm nào đang được ưa chuộng, sản phẩm nào cần cải tiến và những chương trình tour nào có thể triển khai trong thời gian tới.

Thông qua kết quả nghiên cứu, doanh nghiệp có thể định hướng xây dựng các chương trình du lịch mới, điều chỉnh nội dung và chất lượng những tour hiện có, từ đó nâng cao sức cạnh tranh và khả năng thu hút khách. Đây là cơ sở quan trọng để công ty đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp, hạn chế rủi ro, tối ưu hóa chi phí và mang lại hiệu quả cao hơn trong hoạt động khai thác tour.

1.2.2 Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch

"Chương trình du lịch" hay "tour du lịch" là một kế hoạch chi tiết về mọi hoạt động, dịch vụ và lịch trình mà du khách sẽ trải qua trong suốt chuyến đi. Việc lên ý tưởng và xây dựng chương trình chi tiết là bước quan trọng nhất trong ngành du lịch, đòi hỏi sự sáng tạo, kiến thức sâu rộng về điểm đến, và khả năng sắp xếp logic.

a. Mô tả nội dung công việc

Công việc lên ý tưởng và xây dựng chương trình du lịch chi tiết là quá trình hình thành một sản phẩm tour hoàn chỉnh từ những thông tin đầu vào ban đầu. Nhân viên lữ hành phải xác định chủ đề chính của chương trình, lựa chọn điểm đến phù hợp và chuyển hóa ý tưởng thành một lịch trình cụ thể theo từng ngày. Nội dung công việc bao gồm nghiên cứu nhu cầu khách hàng, thiết kế hành trình, phân bổ thời gian hợp lý, xây dựng các hoạt động trải nghiệm và lựa chọn hệ thống dịch vụ đi kèm như phương tiện, khách sạn, nhà hàng và các điểm tham quan. Đây là quá trình đòi hỏi sự sáng tạo, am hiểu thực

tế và khả năng lập kế hoạch khoa học để đảm bảo tour vừa hấp dẫn vừa có tính khả thi cao.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình xây dựng chương trình bắt đầu bằng việc thu thập những thông tin cần thiết từ khách hoặc định hướng của doanh nghiệp. Dựa trên các dữ liệu này, nhân viên phân tích đặc điểm nhóm khách, mục đích chuyến đi, ngân sách và thời gian cụ thể. Từ đó, một ý tưởng chủ đạo cho tour được hình thành.

Sau khi xác định ý tưởng, bước tiếp theo là lựa chọn tuyến điểm và xây dựng khung chương trình. Nhân viên lữ hành phải đánh giá điều kiện điểm đến, mùa vụ, thời tiết, khoảng cách di chuyển và những trải nghiệm đặc thù có thể khai thác. Khung chương trình sau đó được triển khai thành lịch trình chi tiết từng ngày: giờ đón khách, thời gian di chuyển, hoạt động tham quan, trải nghiệm văn hóa – ẩm thực, thời gian nghỉ ngơi và các dịch vụ ăn uống – lưu trú.

Tiếp theo, chương trình được đối chiếu với thực tế bằng cách kiểm tra tính khả thi, bao gồm liên hệ với các nhà cung cấp dịch vụ để xác minh giá cả, tình trạng phòng, chất lượng bữa ăn, phương tiện di chuyển và lịch vận hành của các điểm tham quan. Cuối cùng, bản chương trình được chỉnh sửa, hoàn thiện và trình lên cấp quản lý phê duyệt trước khi đưa vào khai thác.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để thực hiện tốt công việc này, nhân viên cần có kiến thức vững về điểm đến, văn hóa – xã hội địa phương, hệ thống dịch vụ du lịch và hành vi của từng phân khúc khách. Bên cạnh đó, kỹ năng lập kế hoạch, tư duy logic và khả năng tính toán thời gian – chi phí là yêu cầu bắt buộc. Người thực hiện cũng phải có khả năng giao tiếp và phối hợp với các đối tác như khách sạn, nhà hàng, vận chuyển, khu vui chơi để kiểm tra và xác nhận thông tin.

Ngoài ra, việc xây dựng tour phải đảm bảo các yêu cầu về tính an toàn, tính pháp lý và sự phù hợp với điều kiện thực tế. Chương trình cần đảm bảo không quá tải, không gây mệt mỏi cho khách, đồng thời mang lại những giá trị trải nghiệm tích cực. Các dịch vụ sử dụng phải được kiểm tra trước để tránh rủi ro trong quá trình tổ chức.

d. Kết quả

Kết quả của quá trình lên ý tưởng và xây dựng chương trình du lịch chi tiết là một sản phẩm tour hoàn chỉnh, có thể đưa vào khai thác thực tế. Chương trình bao gồm ý tưởng rõ ràng, lịch trình từng ngày mạch lạc, hệ thống dịch vụ kèm theo đầy đủ và đảm bảo tính khả thi cao. Bản chương trình trở thành tài liệu chính để bộ phận kinh doanh báo giá cho khách, để bộ phận điều hành triển khai dịch vụ và để hướng dẫn viên thực hiện khi tour diễn ra.

Một chương trình được thiết kế tốt sẽ tạo ra trải nghiệm du lịch trọn vẹn, giúp khách hàng cảm thấy hài lòng và góp phần nâng cao uy tín của doanh nghiệp lữ hành.

1.2.3 Đặt tên gọi chương trình

Trong du lịch, việc đặt tên chương trình (hay còn gọi là đặt tên tour du lịch) là một bước cực kỳ quan trọng, đóng vai trò như bộ mặt, thông điệp và lời mời gọi đầu tiên gửi đến khách hàng.

a. Mô tả nội dung

Công việc đặt tên gọi cho chương trình du lịch là quá trình lựa chọn và xây dựng một tên gọi có khả năng truyền tải được chủ đề, tính chất và điểm nhấn của hành trình. Đây là bước quan trọng bởi tên tour chính là yếu tố đầu tiên mà khách hàng tiếp cận, quyết định mức độ thu hút và ấn tượng ban đầu. Khi thực hiện nhiệm vụ này, tôi phải tìm hiểu nội dung toàn bộ hành trình, xác định các đặc điểm nổi bật về điểm đến, hoạt động trải nghiệm và nhóm khách mục tiêu, từ đó chuyển hóa các yếu tố này thành một tên gọi ngắn gọn, súc tích nhưng vẫn đảm bảo tính hấp dẫn và dễ nhận diện.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình đặt tên chương trình được tiến hành theo nhiều bước nhằm đảm bảo tính chính xác và phù hợp. Trước tiên, tôi thu thập và nghiên cứu đầy đủ các thông tin liên quan đến tour như thời gian, tuyến điểm, loại hình du lịch, chủ đề và đối tượng khách hướng đến. Sau đó, tôi phân tích những điểm nhấn đặc sắc của hành trình, chẳng hạn như cảnh quan nổi bật, giá trị văn hóa – lịch sử hay các hoạt động trải nghiệm độc đáo.

Từ những cơ sở đó, tôi xây dựng nhiều phương án tên gọi khác nhau, mỗi phương án đều thể hiện một góc độ đặc trưng của tour. Các phương án này tiếp tục được đánh giá dựa trên mức độ rõ ràng, dễ hiểu, tính hấp dẫn và khả năng sử dụng trong marketing. Cuối cùng, tôi lựa chọn một tên gọi phù hợp nhất và trình lên bộ phận phụ trách để được phê duyệt, sau đó đưa vào tài liệu chính thức của chương trình.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để quá trình đặt tên chương trình đạt hiệu quả, một số yêu cầu và điều kiện cần được đảm bảo. Trước hết, tên gọi phải ngắn gọn nhưng vẫn thể hiện đúng đặc trưng nổi bật của tour, đồng thời dễ nhớ, dễ đọc và phù hợp với nhóm khách mục tiêu. Ngôn ngữ sử dụng phải chính xác, rõ ràng, tránh các từ ngữ khó hiểu hoặc dễ gây nhầm lẫn. Bên cạnh đó, tên tour cần mang tính thương mại nhất định, nghĩa là phải đủ hấp dẫn để hỗ trợ việc quảng bá sản phẩm.

Việc đặt tên cũng phải tuân thủ các quy chuẩn trình bày của đơn vị thực tập, đồng thời không trùng lặp với các tour khác đang có trên thị trường để hạn chế sự nhầm lẫn. Một điều kiện quan trọng khác là người thực hiện cần hiểu rõ nội dung tour để đảm bảo tên gọi phản ánh chính xác bản chất của hành trình.

d. Kết quả

Kết quả của công việc là một tên gọi chính thức được lựa chọn cho chương trình du lịch, đáp ứng đầy đủ các tiêu chí về nội dung, hình thức và tính hấp dẫn. Tên tour sau khi hoàn thiện được sử dụng thống nhất trong toàn bộ hệ thống tài liệu như brochure, thông tin đăng tải trên mạng xã hội, file giới thiệu chi tiết và các ấn phẩm quảng cáo của doanh nghiệp.

Nhờ có tên gọi rõ ràng và thu hút, chương trình trở nên dễ dàng tiếp cận khách hàng hơn, đồng thời hỗ trợ bộ phận kinh doanh trong việc thuyết phục và tư vấn khách. Điều này góp phần nâng cao hiệu quả quảng bá sản phẩm và tăng khả năng cạnh tranh của chương trình trên thị trường.

1.2.4 Lựa chọn phương án của nhà cung cấp

Việc lựa chọn nhà cung cấp (Supplier/Vendor) là một khâu then chốt, quyết định chất lượng dịch vụ và lợi nhuận của chương trình du lịch.

a. Mô tả nội dung

Công việc lựa chọn phương án nhà cung cấp là quá trình tìm kiếm, đánh giá và quyết định chọn các đơn vị cung cấp dịch vụ phù hợp cho chương trình du lịch, bao gồm các hạng mục như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan, hướng dẫn viên địa phương và các dịch vụ bổ trợ khác.

Đây là bước quan trọng nhằm đảm bảo các dịch vụ sử dụng trong tour có chất lượng ổn định, giá cả hợp lý và phù hợp với yêu cầu của chương trình. Nội dung công việc đòi hỏi tôi phải nắm rõ đặc điểm của tour, nhu cầu của khách hàng và tiêu chuẩn của doanh nghiệp để từ đó lựa chọn được phương án tối ưu nhất.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình lựa chọn phương án nhà cung cấp được triển khai theo nhiều bước nhằm đảm bảo tính chính xác và phù hợp. Trước hết, tôi tiến hành thu thập thông tin từ nhiều nhà cung cấp khác nhau thông qua báo giá, hồ sơ dịch vụ, hợp đồng mẫu hoặc dữ liệu lưu trữ của doanh nghiệp.

Sau đó, tôi phân tích, so sánh từng nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí như chất lượng dịch vụ, sự uy tín, điều kiện phục vụ, năng lực đáp ứng theo thời gian khởi hành, mức giá và chính sách ưu đãi.

Khi cần thiết, tôi liên hệ trực tiếp để làm rõ các thông tin còn thiếu hoặc yêu cầu báo giá chi tiết hơn. Sau khi so sánh toàn diện, tôi lập bảng tổng hợp và đề xuất phương án tối ưu, trình cho bộ phận phụ trách hoặc giảng viên hướng dẫn xem xét và phê duyệt.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Việc lựa chọn nhà cung cấp đòi hỏi người thực hiện phải có đầy đủ thông tin về chương trình du lịch, bao gồm thời gian, số lượng khách dự kiến, tiêu chuẩn dịch vụ và ngân sách. Đồng thời, cần đảm bảo hiểu rõ quy chuẩn chất lượng của doanh nghiệp để đánh giá đúng mức độ phù hợp của từng nhà cung cấp.

Nhà cung cấp phải đáp ứng được các tiêu chí như uy tín cao, chất lượng dịch vụ ổn định, giá cả minh bạch, khả năng xử lý tình huống và có đầy đủ giấy phép kinh doanh theo quy định. Ngoài ra, việc lựa chọn phải tránh rủi ro trùng lặp thông tin, đảm bảo tính hợp đồng lâu dài và khả năng phối hợp hiệu quả giữa doanh nghiệp lữ hành và đối tác dịch vụ.

d. Kết quả

Kết quả đạt được từ công việc lựa chọn phương án nhà cung cấp là xác định được danh sách đối tác phù hợp cho từng hạng mục dịch vụ của chương trình du lịch. Danh sách này đảm bảo sự cân bằng giữa chất lượng và chi phí, đáp ứng tốt nhu cầu của đoàn khách và yêu cầu của doanh nghiệp.

Việc lựa chọn đúng nhà cung cấp giúp chương trình vận hành thuận lợi, hạn chế rủi ro và đảm bảo khách hàng có trải nghiệm tích cực. Đồng thời, đây cũng là cơ sở quan trọng để hoàn thiện bảng giá tour, xây dựng nội dung chi tiết của chương trình và chuẩn bị cho các bước triển khai tiếp theo.

1.2.5 Xây dựng chương trình khung

"Chương trình khung trong du lịch" là một bản tóm tắt, sườn cơ bản của một chuyến đi, được xây dựng trước khi đi vào chi tiết hóa từng hoạt động. Nó đóng vai trò là bản thiết kế tổng thể, giúp định hình lộ trình, thời gian, và các điểm nhấn chính của tour.

a. Mô tả nội dung

Xây dựng chương trình khung là quá trình thiết kế bản phác thảo tổng quát cho tour du lịch, trong đó thể hiện các nội dung chính như số ngày – đêm, tuyến điểm chính, lịch trình tổng thể, những hoạt động nổi bật và cấu trúc chung của chương trình.

Đây là bản nền tảng ban đầu để phát triển thành chương trình chi tiết sau này, vì vậy công việc đòi hỏi tôi phải nắm chắc nội dung tour, định hướng của doanh nghiệp cũng như đặc điểm của khách hàng mục tiêu. Chương trình khung đóng vai trò định hình cấu trúc tour, giúp đảm bảo tính logic, hợp lý về thời gian và phù hợp với mục tiêu của từng loại tour.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình xây dựng chương trình khung được tiến hành theo nhiều bước nhằm đảm bảo nội dung tour được thiết kế khoa học và bám sát thực tế. Trước tiên, tôi nghiên cứu thông tin về điểm đến, điều kiện di chuyển, thời gian mở cửa của các điểm tham quan và các dịch vụ liên quan. Sau đó, tôi lựa chọn tuyến điểm phù hợp, sắp xếp thứ tự các điểm tham quan theo tính hợp lý về không gian địa lý và thời gian di chuyển.

Dựa trên tuyến điểm đã chọn, tôi xây dựng kế hoạch phân bổ thời gian cho từng ngày, từng hoạt động chính, đảm bảo cân bằng giữa tham quan, nghỉ ngơi và trải nghiệm. Cuối cùng, tôi hoàn thiện bản chương trình khung với đầy đủ nội dung: thời gian tổng

chuyến đi, các điểm dừng chân chính, hoạt động tiêu biểu, phương tiện di chuyển và định hướng dịch vụ. Bản này được trình lên bộ phận phụ trách xem xét trước khi chuyển sang bước thiết kế chương trình chi tiết

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để xây dựng chương trình khung đạt chất lượng, người thực hiện phải có đầy đủ thông tin về mục đích tour, nhu cầu của khách hàng, khả năng đáp ứng của nhà cung cấp, cũng như các yếu tố về địa lý, thời tiết và đặc điểm điểm đến. Chương trình khung phải đảm bảo tính khoa học, logic, tránh dồn quá nhiều hoạt động trong một ngày hoặc di chuyển quá dài gây mệt mỏi cho khách.

Ngoài ra, chương trình cần thể hiện được điểm nhấn khác biệt của tour, đảm bảo phù hợp ngân sách dự kiến và bám sát quy định an toàn của ngành du lịch. Việc xây dựng chương trình khung cũng cần tuân thủ mẫu biểu và tiêu chuẩn nội bộ của doanh nghiệp để thuận lợi cho các bước triển khai tiếp theo.

d. Kết quả

Kết quả của công việc xây dựng chương trình khung là hoàn thành một bản phác thảo tổng thể của chương trình du lịch, thể hiện đầy đủ thông tin về tuyến điểm, thời gian, cấu trúc chuyến đi và các hoạt động chính. Chương trình khung đóng vai trò là tài liệu nền tảng để phát triển nội dung chi tiết, giúp bộ phận xây dựng tour dễ dàng tiếp tục bổ sung các thông tin liên quan như dịch vụ ăn uống, lưu trú, bảng giá và lịch trình cụ thể theo từng giờ.

Việc hoàn thiện chương trình khung giúp đảm bảo chương trình du lịch có tính định hướng rõ ràng, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp trong việc kiểm soát chất lượng, chi phí và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

1.2.6 Xây dựng chương trình chi tiết

Chương trình Chi tiết trong Du lịch là bước phát triển hoàn chỉnh từ "Chương trình Khung", là tài liệu quan trọng nhất và bắt buộc phải có để thực hiện một tour du lịch. Nó là bản mô tả từng giờ, từng hoạt động mà du khách sẽ trải qua, cùng với các thông tin hậu cần cần thiết.

a. Mô tả nội dung

Xây dựng chương trình chi tiết là giai đoạn cụ thể hóa toàn bộ nội dung đã được xác định trong chương trình khung, nhằm tạo ra một lịch trình đầy đủ và rõ ràng cho từng ngày, từng hoạt động của tour du lịch.

Công việc này bao gồm việc mô tả chính xác thời gian di chuyển, thời gian tham quan, vị trí điểm đến, các hoạt động trải nghiệm, thông tin về bữa ăn, khách sạn, phương tiện, cũng như những lưu ý quan trọng trong suốt hành trình.

Đây là một nhiệm vụ đòi hỏi sự cẩn thận, nắm bắt thông tin chính xác và khả năng sắp xếp thời gian hợp lý để đảm bảo toàn bộ chương trình vận hành trơn tru khi đưa vào

thực tế. Chương trình chi tiết càng rõ ràng thì khả năng phục vụ khách càng hiệu quả và hạn chế được các sự cố phát sinh.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình xây dựng chương trình chi tiết được tiến hành theo nhiều bước đòi hỏi sự phối hợp thông tin từ nhiều nguồn. Trước tiên, dựa trên chương trình khung đã được phê duyệt, tôi tiến hành thu thập dữ liệu cụ thể như giờ mở cửa và đóng cửa của điểm tham quan, thời gian di chuyển thực tế giữa các điểm, tiêu chuẩn dịch vụ ăn uống và lưu trú mà doanh nghiệp lựa chọn. Sau đó, tôi phân bổ thời gian cho từng hoạt động trong ngày sao cho phù hợp và cân đối, tránh việc lịch trình quá dồn dập hoặc quá nhiều khoảng trống gây nhàm chán cho khách. Bên cạnh việc mô tả hoạt động chính, tôi bổ sung các nội dung phụ trợ như điểm tập trung, số điện thoại liên hệ, các ghi chú quan trọng về trang phục, thời tiết, sự an toàn hoặc lưu ý khi tham quan.

Tiếp theo, tôi xây dựng bảng chương trình chi tiết theo cấu trúc ngày–giờ, thể hiện từng giai đoạn của hành trình, đảm bảo dễ đọc và dễ theo dõi. Sau khi hoàn thiện bản dự thảo, tôi rà soát lần cuối để kiểm tra tính logic, tính thực tế và mức độ phù hợp với nhóm khách mục tiêu. Cuối cùng, chương trình chi tiết được gửi cho bộ phận phụ trách hoặc giảng viên hướng dẫn để xem xét và phê duyệt trước khi đưa vào sử dụng chính thức trong quá trình bán tour hoặc tổ chức tour.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để xây dựng chương trình chi tiết đạt chất lượng, người thực hiện phải có khả năng tổng hợp và xử lý thông tin chính xác về điểm đến, dịch vụ liên quan và điều kiện thực tế tại thời điểm xây dựng tour. Chương trình chi tiết phải đảm bảo tính khả thi cao, phản ánh đúng thời gian di chuyển và điều kiện giao thông thực tế. Bên cạnh đó, nội dung phải được trình bày rõ ràng, dễ hiểu, có tính liên kết giữa các hoạt động trong ngày, tránh gây nhầm lẫn cho người điều hành hoặc khách du lịch.

Một yêu cầu quan trọng khác là chương trình phải phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách như khách gia đình, khách cao tuổi, khách trẻ, khách công ty hoặc khách quốc tế. Đồng thời, người thực hiện cần tuân thủ đầy đủ tiêu chuẩn trình bày của doanh nghiệp, đảm bảo tính thẩm mỹ và thống nhất giữa các chương trình khác. Cuối cùng, mọi thông tin liên quan đến giá, dịch vụ và hoạt động đều phải được kiểm tra cẩn thận để tránh thiếu sót khi triển khai thực tế.

d. Kết quả

Kết quả của công việc xây dựng chương trình chi tiết là hoàn thành một lịch trình cụ thể, rõ ràng và đầy đủ, bao gồm tất cả các thông tin cần thiết để triển khai tour. Chương trình chi tiết trở thành tài liệu quan trọng cho cả bộ phận bán tour, điều hành tour và hướng dẫn viên, giúp họ nắm rõ trình tự hoạt động, dịch vụ đi kèm và các yêu cầu cần lưu ý. Nhờ có chương trình chi tiết được chuẩn hóa và chính xác, tour du lịch

có thể được triển khai hiệu quả hơn, hạn chế các sai sót trong quá trình phục vụ khách và nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách hàng. Đây cũng là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp đánh giá, điều chỉnh và hoàn thiện sản phẩm trong những lần tổ chức tour tiếp theo.

1.2.7 Tính giá thành , giá bán

Việc tính toán Giá thành và Giá bán là quy trình cốt lõi và quan trọng nhất trong kinh doanh du lịch, quyết định khả năng cạnh tranh và lợi nhuận của công ty lữ hành.

a. Mô tả nội dung

Tính giá thành và giá bán của chương trình du lịch là bước tổng hợp toàn bộ chi phí liên quan đến tour, từ đó xác định mức giá bán phù hợp để doanh nghiệp vừa đảm bảo chất lượng dịch vụ, vừa đạt được lợi nhuận mong muốn. Công việc này đòi hỏi sự chính xác trong từng hạng mục chi phí như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan, bảo hiểm, hướng dẫn viên, nước uống, chi phí điều hành và các khoản phát sinh dự phòng.

Bên cạnh đó, tôi còn phải tính toán các yếu tố như hệ số mùa vụ, chính sách hoa hồng, tỷ lệ lợi nhuận của doanh nghiệp và mức độ cạnh tranh trên thị trường. Đây là giai đoạn quan trọng vì giá bán không chỉ ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách mà còn quyết định trực tiếp hiệu quả kinh doanh của chương trình.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình tính giá thành và giá bán được thực hiện theo một chuỗi bước cụ thể. Đầu tiên, tôi tiến hành thu thập báo giá từ tất cả các nhà cung cấp đã được lựa chọn, bao gồm giá xe, giá khách sạn theo loại phòng, giá mỗi bữa ăn, giá vé tham quan và các dịch vụ bổ sung. Sau đó, tôi tổng hợp các chi phí này vào bảng giá thành dựa trên số lượng khách dự kiến của đoàn. Mỗi hạng mục được tính toán chi tiết theo đơn giá và tổng số lượng sử dụng.

Tiếp theo, tôi cộng các chi phí cố định và chi phí biến đổi để xác định giá thành cơ bản của tour. Sau khi tính được tổng giá thành, tôi cộng thêm các khoản chi phí khác như chi phí điều hành, chi phí marketing và khoản dự phòng rủi ro. Dựa trên chính sách kinh doanh của doanh nghiệp, tôi tiếp tục áp dụng tỷ lệ lợi nhuận mong muốn để tính ra giá bán cuối cùng. Cuối cùng, bảng giá bán này được đối chiếu với mức giá thị trường nhằm đảm bảo tính cạnh tranh, trước khi trình lên cấp quản lý phê duyệt và sử dụng trong hoạt động chào bán tour.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để tính giá thành và giá bán chính xác, người thực hiện cần có đầy đủ thông tin và báo giá mới nhất từ các nhà cung cấp. Mọi chi phí phải được kiểm tra kỹ, tránh thiếu sót hoặc trùng lặp. Việc tính toán cần tuân theo mẫu biểu và quy trình chuẩn của doanh nghiệp để đảm bảo sự thống nhất giữa các chương trình.

Ngoài ra, người thực hiện cần hiểu rõ đối tượng khách và mức giá thị trường nhằm đưa ra mức giá bán phù hợp, không quá cao gây khó bán và không quá thấp gây ảnh hưởng lợi nhuận. Khả năng sử dụng thành thạo các phần mềm tính toán như Excel cũng là yêu cầu quan trọng để đảm bảo độ chính xác và trình bày rõ ràng. Đặc biệt, cần bảo mật thông tin về giá thành vì đây là dữ liệu quan trọng liên quan trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

d. Kết quả

Kết quả của công việc tính giá thành và giá bán là hoàn thiện một bảng giá bán chính thức cho chương trình du lịch, thể hiện rõ từng hạng mục chi phí và mức giá được doanh nghiệp sử dụng để chào bán cho khách hàng. Bảng giá này giúp bộ phận kinh doanh nắm rõ cơ cấu chi phí, dễ dàng giải thích giá tour cho khách và tự tin trong quá trình tư vấn.

Việc tính toán chính xác và hợp lý góp phần tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường, đồng thời mang lại lợi nhuận ổn định cho doanh nghiệp. Đây cũng là tài liệu quan trọng để điều hành tour và sử dụng cho các đợt điều chỉnh giá trong tương lai khi có biến động về dịch vụ hoặc mùa vụ.

1.2.8 Xây dựng các điều khoản của chương trình

Các điều khoản của chương trình du lịch là phần pháp lý và ràng buộc nhất của một chương trình tour. Chúng là tập hợp các quy tắc, quyền lợi, và nghĩa vụ của cả công ty lữ hành và du khách khi tham gia tour. Việc xây dựng điều khoản rõ ràng giúp bảo vệ quyền lợi của cả hai bên và giải quyết tranh chấp phát sinh.

a. Mô tả nội dung

Xây dựng các điều khoản của chương trình du lịch là quá trình thiết lập những quy định, cam kết và phạm vi dịch vụ giữa doanh nghiệp lữ hành và khách hàng. Đây là phần quan trọng nhằm đảm bảo sự minh bạch, hạn chế hiểu nhầm và xác định rõ quyền – nghĩa vụ của các bên trong suốt thời gian thực hiện tour.

Công việc này bao gồm việc quy định những gì đã bao gồm trong giá tour, các dịch vụ không bao gồm, những chính sách hoàn hủy, điều kiện thanh toán, trách nhiệm của công ty và của khách, các điều khoản về an toàn, bảo hiểm, điều kiện thay đổi lịch trình, cùng những lưu ý đặc thù của từng chương trình. Việc xây dựng điều khoản đòi hỏi sự cẩn trọng, chính xác vì đây là cơ sở pháp lý quan trọng cho quá trình ký kết và triển khai tour.

b. Quy trình thực hiện

Quá trình xây dựng điều khoản được thực hiện theo từng bước cụ thể. Trước tiên, tôi tham khảo các mẫu điều khoản chuẩn của doanh nghiệp cũng như các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động lữ hành và quyền lợi của khách du lịch. Tiếp theo, dựa trên nội dung chương trình, tôi xác định những dịch vụ mà tour sẽ cung cấp, bao gồm phương

tiện di chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan, hướng dẫn viên và các dịch vụ bổ sung. Mỗi dịch vụ đều phải được mô tả rõ ràng về phạm vi và mức độ cung cấp.

Sau đó, tiếp tục bổ sung các điều khoản không bao gồm trong giá tour để đảm bảo khách hàng hiểu rõ những chi phí có thể phát sinh. Các chính sách như hoàn hủy tour, thay đổi ngày khởi hành, điều kiện hoãn chuyến do thời tiết hoặc sự cố bất khả kháng cũng được đưa vào. Tôi phối hợp với bộ phận điều hành để xác định những điều khoản đặc biệt nhằm đảm bảo an toàn, như quy định về sức khỏe, thời gian tập trung, quy định về hành lý, hoặc các lưu ý bắt buộc khi tham gia hoạt động tham quan đặc thù. Khi hoàn thiện bản dự thảo, điều khoản được trình lãnh đạo phê duyệt và thống nhất trước khi đưa vào chương trình tour chính thức.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để xây dựng điều khoản chính xác và phù hợp, người thực hiện phải có kiến thức về pháp lý cơ bản trong lĩnh vực lữ hành cũng như hiểu rõ các chuẩn mực của doanh nghiệp. Các điều khoản cần được diễn đạt rõ ràng, tránh mơ hồ, đảm bảo khách hàng dễ dàng hiểu được nội dung. Ngoài ra, người thực hiện phải nắm vững toàn bộ chương trình tour để đưa ra những điều khoản phù hợp với tính chất từng hành trình. Sự cẩn thận, tính chính xác và khả năng rà soát rủi ro là yêu cầu quan trọng nhằm tránh các tranh chấp phát sinh trong quá trình thực hiện.

Bên cạnh đó, điều khoản phải tuân thủ quy định của pháp luật, đặc biệt là các điều khoản liên quan đến bảo hiểm du lịch, an toàn, trách nhiệm bồi thường, và quyền lợi khách hàng. Việc cập nhật thường xuyên theo sự thay đổi của thị trường, nhà cung cấp và chính sách mới của công ty cũng là yếu tố quan trọng để đảm bảo điều khoản luôn phù hợp và hiệu quả.

d. Kết quả

Kết quả của công việc xây dựng các điều khoản là một bộ điều khoản hoàn chỉnh, rõ ràng và đồng bộ, được tích hợp vào chương trình tour và sử dụng trong quá trình tư vấn, ký kết hợp đồng với khách hàng. Bộ điều khoản này giúp khách nắm rõ quyền lợi và nghĩa vụ của mình, đồng thời tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho doanh nghiệp lữ hành trong trường hợp xảy ra tranh chấp hoặc phát sinh tình huống ngoài ý muốn.

Nhờ có điều khoản được xây dựng chặt chẽ và hợp lý, việc triển khai tour trở nên thuận lợi, hạn chế rủi ro, nâng cao tính chuyên nghiệp và uy tín của doanh nghiệp. Đây cũng là tài liệu quan trọng để các bộ phận liên quan như điều hành, kinh doanh và hướng dẫn viên phối hợp thống nhất trong quá trình phục vụ khách.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

Chương 1 đã trình bày cơ sở lý luận quan trọng liên quan đến quy trình xây dựng chương trình du lịch – một trong những nghiệp vụ then chốt của ngành quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Thông qua việc hệ thống hóa khái niệm, bản chất và các nội dung cấu thành chương trình du lịch, chương này giúp làm rõ vai trò của sản phẩm tour trong hoạt động kinh doanh lữ hành, đồng thời nêu bật những yếu tố quyết định đến chất lượng và tính cạnh tranh của một chương trình.

Bên cạnh đó, chương 1 cũng đi sâu vào phân tích từng bước trong quy trình xây dựng chương trình du lịch, từ việc lên ý tưởng, khảo sát nhu cầu, đặt tên, lựa chọn nhà cung cấp, xây dựng chương trình khung – chương trình chi tiết, cho đến việc tính giá thành và định giá bán cũng như thiết lập hệ thống các điều khoản. Mỗi công đoạn đều đòi hỏi sự cẩn trọng, tính chính xác và hiểu biết chuyên môn nhằm đảm bảo chương trình du lịch vừa có tính hấp dẫn, vừa phù hợp với điều kiện thực tế và yêu cầu của khách hàng.

Những cơ sở lý luận được trình bày trong chương này chính là nền tảng để đối chiếu và phân tích trong các chương tiếp theo, đặc biệt là khi áp dụng vào thực tiễn tại đơn vị thực tập. Qua đó, chương 1 không chỉ giúp củng cố kiến thức chuyên môn mà còn góp phần định hướng cho quá trình đánh giá, nhận xét và rút kinh nghiệm về nghiệp vụ xây dựng chương trình du lịch trong phần nội dung thực tập sau này

CHƯƠNG II: TÌNH HÌNH THỰC TẾ THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TẠI CÔNG TY TNHH MTV THƯƠNG MẠI DU LỊCH TRƯỜNG SA

2.1. Thực trạng thiết kế chương trình du lịch tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa

2.1.1. Nghiên cứu và phân tích thị trường khách hàng mục tiêu

a. Mô tả nội dung công việc

Nghiên cứu và phân tích thị trường khách hàng mục tiêu là bước đầu tiên trong quá trình thiết kế chương trình du lịch tại Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa. Nội dung công việc tập trung vào việc thu thập, tổng hợp và đánh giá thông tin liên quan đến nhu cầu, xu hướng, khả năng chi trả và đặc điểm hành vi của từng nhóm khách hàng mà công ty hướng đến.

Hoạt động này bao gồm việc tìm hiểu phân khúc khách nội địa và quốc tế, phân tích độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập, sở thích du lịch, thời gian du lịch ưa thích cũng như các yêu cầu đặc thù của từng nhóm. Bên cạnh đó, công việc còn bao gồm việc đánh giá mức độ cạnh tranh trên thị trường, nhận diện các sản phẩm tour tương tự của đối thủ và xác định lợi thế mà công ty có thể khai thác.

b. Quy trình thực hiện

Quá trình nghiên cứu thị trường được thực hiện theo các bước cụ thể để đảm bảo độ chính xác và tính thực tế. Trước tiên, tôi tiến hành thu thập dữ liệu từ các nguồn thông tin sẵn có của công ty như báo cáo kinh doanh, phản hồi khách hàng, số liệu bán tour của các năm trước, cũng như từ các nguồn dữ liệu bên ngoài như internet, báo cáo ngành du lịch và khảo sát thị trường. Sau khi có dữ liệu, tôi tiến hành phân loại và phân tích theo từng nhóm khách tiềm năng để nhận diện nhu cầu nổi bật của từng phân khúc.

Bước tiếp theo là so sánh nhu cầu khách hàng với sản phẩm hiện có của công ty để xác định các điểm mạnh, hạn chế và cơ hội cải thiện. Tôi cũng tham khảo ý kiến bộ phận kinh doanh và điều hành tour để có thêm thông tin thực tế từ quá trình tư vấn và phục vụ khách. Từ những dữ liệu trên, tôi xây dựng bản nhận diện thị trường khách mục tiêu, bao gồm mô tả khách hàng điển hình, nhu cầu du lịch, khả năng chi trả và các yếu tố tác động đến quyết định mua tour. Bản phân tích này sẽ là căn cứ quan trọng cho các bước thiết kế chương trình du lịch tiếp theo.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để thực hiện tốt công việc nghiên cứu thị trường, người thực hiện cần có khả năng thu thập và xử lý thông tin một cách khách quan và hệ thống. Kiến thức về thị trường du lịch, tâm lý khách hàng và xu hướng tiêu dùng là điều kiện quan trọng giúp đánh giá chính xác nhu cầu mục tiêu. Bên cạnh đó, người thực hiện cần có kỹ năng phân tích số liệu, tổng hợp thông tin, sử dụng các công cụ thống kê đơn giản và có khả năng so sánh, đối chiếu dữ liệu với thực tế thị trường.

Ngoài ra, việc nghiên cứu thị trường cần phải đảm bảo độ chính xác, tránh chủ quan và phải cập nhật thường xuyên vì nhu cầu khách hàng thay đổi liên tục theo mùa vụ, điều kiện kinh tế và xu hướng xã hội. Yêu cầu khác là phải tham khảo đầy đủ các nguồn thông tin đáng tin cậy và có sự phối hợp với các bộ phận liên quan để đảm bảo đánh giá khách hàng mục tiêu phù hợp với định hướng kinh doanh của công ty.

d. Kết quả

Kết quả của quá trình nghiên cứu và phân tích thị trường cho thấy nhóm khách hàng chủ yếu mà Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa đang hướng đến bao gồm khách nước ngoài từ 18–45 tuổi, có thu nhập trung bình khá, yêu thích các tour biển đảo, tham quan kết hợp nghỉ dưỡng. Bên cạnh đó, nhu cầu về các tour giá hợp lý, thời gian linh hoạt và dịch vụ chất lượng ổn định cũng được ghi nhận là xu hướng nổi bật của thị trường hiện nay. Phân tích cũng chỉ ra một số thị trường mới mà công ty có thể khai thác, như khách gia đình, khách đi theo nhóm bạn trẻ và nhóm khách doanh nghiệp tổ chức teambuilding.

Những kết quả này đã cung cấp căn cứ quan trọng cho bước xây dựng ý tưởng chương trình du lịch, giúp định hướng rõ loại hình tour phù hợp, mức giá dự kiến và các dịch vụ cần đưa vào chương trình để đáp ứng đúng nhu cầu khách.

1	CÔNG TY LỮ HÀNH : TNHH MTV THƯƠNG MẠI DU LỊCH TRƯỜNG SA	
2	ĐỊA CHỈ: 97 PHÙNG CHÍ KIẾN	
3	KHẢO SÁT NHU CẦU CỦA KHÁCH DU LỊCH	
4	Đối tượng	Nhóm gia đình , nhóm bạn trẻ , nhân viên công ty
5	Độ dài của thời gian rảnh	Tùy vào nhu cầu khách
6		
7		
8	Thời điểm bắt đầu nghỉ ngơi	Thoải mái về thời gian
9		
10		
11	Mục đích của chuyến đi	Thư giãn , tránh nắng , khám phá thiên nhiên , tâm linh
12		
13		
14	Thu nhập khả năng chi trả	2.000.000 - 2.500.000 VND/người
15		
16		
17	Yêu cầu thói quen về sử dụng dịch vụ	Thích ở nơi yên tĩnh ,khí hậu mát mẻ , ăn uống hợp vệ sinh, lịch trình nhẹ nhàng , ưu tiên hướng dẫn viên nhiệt tình
18		
19		
20		

Hình 2.1 Kết quả của việc nghiên cứu và phân tích thị trường khách hàng mục tiêu

e. Nhận xét

Qua quá trình thực hiện, tôi nhận thấy công tác nghiên cứu và phân tích thị trường tại công ty được tiến hành tương đối đầy đủ nhưng vẫn còn hạn chế ở khâu thu thập dữ liệu trực tiếp từ khách hàng. Hiện nay công ty chủ yếu dựa vào báo cáo và phản hồi cũ mà chưa xây dựng hệ thống khảo sát định kỳ hoặc đánh giá theo mùa vụ. Tuy nhiên, công ty có đội ngũ nhân viên kinh doanh nhiều kinh nghiệm nên việc nắm bắt nhu cầu thực tế vẫn khá chính xác. Trong thời gian tới, công ty nên tăng cường các hoạt động khảo sát trực tuyến, phân tích dữ liệu thị trường du lịch, từ đó nâng cao độ chính xác

của công tác nhận diện khách hàng mục tiêu. Điều này sẽ giúp quá trình thiết kế chương trình du lịch đạt hiệu quả cao hơn.

2.1.2. Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch

a. Mô tả nội dung công việc

Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch là giai đoạn quan trọng nhằm biến kết quả nghiên cứu thị trường thành một sản phẩm tour cụ thể. Nội dung công việc này bao gồm việc xác định chủ đề tour, định hướng phong cách trải nghiệm, thời gian khởi hành, số ngày thực hiện và các điểm tham quan chủ đạo. Trên cơ sở nhu cầu và đặc điểm của nhóm khách mục tiêu, người phụ trách sẽ lựa chọn loại hình phù hợp như tour biển đảo, tour tham quan kết hợp nghỉ dưỡng, tour trải nghiệm văn hóa hoặc tour teambuilding.

Sau khi định hình ý tưởng chính, công việc tiếp tục tập trung vào việc xây dựng lịch trình theo từng ngày, bao gồm thời gian di chuyển, thời lượng tham quan, sắp xếp các bữa ăn, hoạt động vui chơi, thời gian nghỉ ngơi và các điểm nhấn trải nghiệm trong từng giai đoạn. Việc xây dựng lịch trình cần đảm bảo sự hợp lý, không quá dày đặc nhưng vẫn đủ hấp dẫn để thu hút khách. Đây là bước tạo nên “linh hồn” của một chương trình du lịch.

b. Quy trình thực hiện

Quá trình lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết được thực hiện theo trình tự khoa học. Trước tiên, tôi dựa trên kết quả phân tích thị trường để xác định mục đích của tour và nhóm khách mục tiêu. Từ đó, tôi lựa chọn điểm đến phù hợp, tham khảo các tour mẫu của công ty và đối thủ để tìm ra định hướng riêng. Bước tiếp theo là thu thập thông tin về khoảng cách di chuyển, thời gian đường đi, giá vé tham quan, thời tiết, điều kiện địa phương và các dịch vụ sẵn có tại điểm đến.

Sau khi có đầy đủ dữ liệu, tôi bắt đầu phác thảo khung lịch trình gồm số ngày, các điểm chính và lượt tham quan. Tiếp đến, tôi xây dựng lịch trình chi tiết theo từng ngày và từng mốc thời gian, bao gồm các hoạt động: đón khách, di chuyển, ăn uống, tham quan, nghỉ ngơi và trải nghiệm. Lịch trình cũng phải tính đến các yếu tố an toàn, sức khỏe của khách và khả năng tùy biến nếu có sự cố phát sinh.

Khi hoàn thiện dự thảo lịch trình, tôi trình bộ phận điều hành và hướng dẫn viên để góp ý về tính khả thi. Sau khi thống nhất, lịch trình được hoàn thiện và chuyển sang bước lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để xây dựng một lịch trình tour chi tiết và hiệu quả, người thực hiện cần nắm vững kiến thức về điểm đến, hiểu rõ đặc điểm văn hóa – xã hội, thời tiết, giao thông và hạ tầng du lịch tại địa phương. Bên cạnh đó, khả năng sắp xếp thời gian hợp lý, tính toán

khoảng cách và dự đoán tình huống phát sinh cũng là yêu cầu quan trọng để đảm bảo tour diễn ra suôn sẻ.

Công việc này cũng đòi hỏi sự sáng tạo nhằm tạo ra bản tour có điểm nhấn riêng, tránh trùng lặp với các chương trình phổ biến trên thị trường. Ngoài ra, người thực hiện phải tuân thủ các yêu cầu của công ty như phù hợp ngân sách dự kiến, phù hợp phân khúc khách hàng, đảm bảo yếu tố an toàn và trải nghiệm tốt nhất cho du khách. Việc phối hợp chặt chẽ với bộ phận điều hành và nhà cung cấp dịch vụ cũng là điều kiện cần thiết để xây dựng lịch trình mang tính thực tế và khả thi cao.

d. Kết quả

Kết quả của quá trình lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết là một chương trình du lịch hoàn chỉnh, có nội dung rõ ràng, mạch lạc và phù hợp với nhóm khách hàng mục tiêu. Lịch trình được xây dựng đảm bảo tính hợp lý về thời gian, cân đối giữa hoạt động tham quan và nghỉ ngơi, đồng thời tạo được sự hấp dẫn thông qua các điểm nhấn trải nghiệm đặc trưng. Đây là cơ sở quan trọng cho các bước tiếp theo như làm việc với nhà cung cấp, tính giá thành tour, định giá bán và hoàn thiện chương trình chính thức.

Lịch trình hoàn chỉnh không chỉ giúp công ty phát triển sản phẩm mới có tính cạnh tranh mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Đồng thời, hoạt động này cũng hỗ trợ đội ngũ điều hành và hướng dẫn viên trong việc tổ chức tour hiệu quả, hạn chế rủi ro và nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách.

e. Nhận xét

Quá trình lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch được thực hiện một cách tương đối đầy đủ và có hệ thống. Nhóm đã chủ động xác định chủ đề của chương trình dựa trên đặc trưng điểm đến và nhu cầu của khách, qua đó tạo nên định hướng thống nhất cho toàn bộ hành trình. Việc phân tích đối tượng khách được triển khai phù hợp, góp phần xây dựng lịch trình đảm bảo hài hòa giữa trải nghiệm, thời gian nghỉ ngơi và chi phí.

Bên cạnh đó, việc lựa chọn tuyến điểm và sắp xếp thứ tự tham quan được nhóm thực hiện theo nguyên tắc khoa học, hạn chế trùng lặp nội dung và rút ngắn thời gian di chuyển không cần thiết. Lịch trình các ngày được mô tả rõ ràng, cụ thể về khung giờ, hoạt động và dịch vụ đi kèm, thể hiện sự đầu tư trong khâu thiết kế.

Đặc biệt, nhóm đã chú trọng đến việc dự báo rủi ro và xây dựng các phương án xử lý, cho thấy sự chuyên nghiệp trong công tác tổ chức, đồng thời nâng cao khả năng vận hành chương trình trong thực tế.

Tuy nhiên, một số nội dung vẫn có thể hoàn thiện hơn, chẳng hạn như mở rộng thêm các phương án thay thế dự phòng, tăng tính đa dạng trải nghiệm hoặc cập nhật dữ liệu thực tế từ các nhà cung cấp để lịch trình có tính chính xác và khả thi cao hơn.

Nhìn chung, công tác lên ý tưởng và xây dựng lịch trình đã đáp ứng yêu cầu của đề tài, đảm bảo tính hợp lý, tính khả thi và tạo nền tảng quan trọng cho việc triển khai các bước tiếp theo trong thiết kế chương trình du lịch.

2.1.3. Đặt tên gọi chương trình

a. Mô tả nội dung công việc

Công việc đặt tên chương trình du lịch là bước quan trọng nhằm tạo nên dấu ấn nhận diện và góp phần định hướng hoạt động marketing cho sản phẩm. Tên chương trình cần phản ánh được chủ đề, điểm nhấn và giá trị cốt lõi mà tour mang lại cho khách hàng. Nhóm thực hiện xem xét kỹ các yếu tố như đặc trưng điểm đến, phong cách chương trình, thời gian khởi hành, đối tượng khách và mức độ hấp dẫn khi truyền thông để lựa chọn phương án tên gọi phù hợp.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình đặt tên được thực hiện theo các bước:

-Thu thập thông tin nền: phân tích tuyến điểm, chủ đề, đặc trưng văn hóa – thiên nhiên của hành trình.

-Xác định thông điệp chính: lựa chọn những yếu tố nổi bật nhất mà chương trình muốn truyền tải đến khách.

-Lên danh sách các tên gọi dự kiến: xây dựng nhiều phương án tên khác nhau, đảm bảo đa dạng về hướng tiếp cận.

-Đánh giá và sàng lọc: nhóm tiến hành thảo luận, xem xét mức độ phù hợp, dễ nhớ, dễ truyền thông và tính khác biệt của từng tên.

-Lựa chọn tên cuối cùng: thống nhất phương án tối ưu, đáp ứng tốt tiêu chí thị trường và mục tiêu kinh doanh.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để tên chương trình đạt hiệu quả tối đa, việc đặt tên cần đáp ứng một số yêu cầu sau:

-Ngắn gọn, rõ ràng và dễ ghi nhớ.

-Thể hiện đúng tinh thần, chủ đề và nét đặc trưng của tour.

-Phù hợp với thị hiếu khách hàng mục tiêu và dễ dàng sử dụng trong các hoạt động quảng bá.

-Không gây hiểu nhầm, không trùng lặp với các chương trình khác trên thị trường để tránh nhầm lẫn thương hiệu.

-Tên cần có tính gợi cảm xúc hoặc tạo được sự tò mò, kích thích nhu cầu trải nghiệm.

d. Kết quả

Sau quá trình phân tích và đánh giá, nhóm đã lựa chọn được tên chương trình phù hợp nhất, đảm bảo hài hòa giữa yếu tố nhận diện và giá trị nội dung. Tên gọi được thiết

kế ngắn gọn, dễ truyền thông và thể hiện rõ nét chủ đề hành trình, góp phần nâng cao tính hấp dẫn của sản phẩm du lịch trong mắt khách hàng.

e. Nhận xét

Công tác đặt tên chương trình được thực hiện một cách khoa học và hợp lý, có sự tham khảo thực tế và bám sát mục tiêu của chương trình du lịch. Tên gọi cuối cùng được chọn có tính độc đáo, mang thông điệp rõ ràng và hỗ trợ tốt cho hoạt động marketing. Tuy nhiên, trong thực tế cần tiếp tục theo dõi phản hồi của khách hàng và thị trường để điều chỉnh nếu cần thiết nhằm tối ưu hiệu quả truyền thông.

2.1.4. Lựa chọn phương án của nhà cung cấp

a. Mô tả nội dung công việc

Công việc lựa chọn phương án của nhà cung cấp tập trung vào việc tìm kiếm, thu thập và đánh giá các đơn vị cung ứng dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các dịch vụ bổ trợ khác nhằm đảm bảo chương trình du lịch có chất lượng ổn định và chi phí hợp lý.

Nội dung chính là xem xét mức độ uy tín, chất lượng, kinh nghiệm, khả năng đáp ứng và giá cả của từng nhà cung cấp để lựa chọn phương án tối ưu nhất. Hoạt động này đóng vai trò quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng và hiệu quả vận hành tour.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình lựa chọn nhà cung cấp được tiến hành qua các bước: trước tiên xác định rõ danh mục dịch vụ cần thuê ngoài theo tính chất của tour. Tiếp theo thu thập báo giá và thông tin năng lực từ nhiều nhà cung cấp để có cơ sở so sánh. Sau đó đánh giá từng nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí như chất lượng dịch vụ, uy tín thương hiệu, mức độ linh hoạt, chính sách hỗ trợ, an toàn và chi phí.

Tiếp tục thực hiện thương lượng để điều chỉnh giá, bổ sung quyền lợi hoặc thay đổi điều khoản hợp tác. Cuối cùng tổng hợp thông tin, lựa chọn phương án tốt nhất và tiến hành ký kết hợp đồng để đảm bảo tính pháp lý và quyền lợi trong quá trình thực hiện chương trình du lịch.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để công việc diễn ra hiệu quả, cần có nguồn thông tin minh bạch, chính xác và được cập nhật từ các nhà cung cấp. Người thực hiện phải am hiểu dịch vụ du lịch, nắm rõ yêu cầu của chương trình và có kỹ năng phân tích, so sánh cũng như thương lượng.

Ngoài ra, cần tuân thủ quy trình quản lý của doanh nghiệp, đảm bảo tính công bằng và khách quan khi lựa chọn đối tác. Các điều kiện hợp đồng phải được kiểm tra kỹ lưỡng để hạn chế rủi ro, đặc biệt trong các vấn đề liên quan đến giá, điều kiện thanh toán, khả năng bồi hoàn và trách nhiệm khi xảy ra sự cố.

d. Kết quả

Kết quả đạt được là doanh nghiệp lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp nhất về chất lượng, chi phí và năng lực phục vụ. Các dịch vụ ký kết đảm bảo đáp ứng đầy đủ nhu cầu của chương trình du lịch, góp phần tạo nên sản phẩm tour hoàn chỉnh và nâng cao trải nghiệm cho khách hàng.

Đồng thời việc lựa chọn đúng đối tác giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí đầu vào, cải thiện lợi nhuận và hạn chế tối đa rủi ro phát sinh trong quá trình điều hành tour.

BẢNG PHƯƠNG ÁN DỊCH VỤ TRONG TOUR					
Thời gian	Vận chuyển	Lưu trú	Ăn uống	Dịch vụ khác	
Ngày 1	Công ty TNHH TM DV VT & DL HANA TRAVEL (29 chỗ)	Hotel Măng Đen Green	Nhà hàng Dương Lâm - Kon Plông (ăn trưa)		
			Nhà hàng Hoa Sim Măng Đen (ăn tối)		
Ngày 2	Công ty TNHH TM DV VT & DL HANA TRAVEL (29 chỗ)	Hotel Măng Đen Green	Nhà hàng T&T Măng Đen (ăn trưa)		
			Nhà hàng Gà nướng Plây Măng (ăn tối)		
Ngày 3	Công ty TNHH TM DV VT & DL HANA TRAVEL (29 chỗ)		Nhà hàng Ba Tài - Quảng Ngãi (ăn trưa)		

Hình 2.2 Kết quả lựa chọn phương án của nhà cung cấp

e. Nhận xét

Qua quá trình thực hiện, có thể thấy công tác lựa chọn phương án nhà cung cấp đã được tiến hành khá thận trọng, đúng quy trình và đảm bảo khách quan. Các tiêu chí đánh giá được áp dụng rõ ràng, giúp lựa chọn được đối tác phù hợp với định hướng của chương trình du lịch.

Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại hạn chế như thời gian thu thập thông tin kéo dài hoặc sự biến động giá dịch vụ khiến việc so sánh gặp khó khăn. Dù vậy, nhìn chung nhiệm vụ được thực hiện hiệu quả, đáp ứng được yêu cầu thực tế và đóng góp tích cực cho quá trình thiết kế chương trình du lịch.

2.1.5. Xây dựng chương trình khung

a. Mô tả nội dung công việc

Xác định cấu trúc tổng quát của chương trình du lịch, bao gồm số ngày thực hiện, các điểm đến chính, định hướng trải nghiệm cho khách, phương thức di chuyển cơ bản và trình tự sắp xếp các hoạt động trong ngày.

Công việc này nhằm tạo ra một bản khung nền tảng để làm cơ sở phát triển chương trình chi tiết ở các bước tiếp theo.

b. Quy trình thực hiện

Bắt đầu bằng việc tổng hợp thông tin từ các nguồn liên quan như mục tiêu của tour, nhóm khách hàng mục tiêu và dữ liệu khảo sát điểm đến. Sau đó tiến hành phân tích tính khả thi về thời gian di chuyển giữa các điểm, mức độ phù hợp của từng hoạt động với đối tượng khách, rồi xây dựng chương trình với phân bổ thời gian hợp lý cho từng ngày.

Cuối cùng, tiến hành rà soát và điều chỉnh để đảm bảo khung chương trình mạch lạc, cân đối và tuân thủ các tiêu chuẩn tổ chức tour.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Việc đảm bảo tất cả các điểm trong chương trình phải khả thi về mặt thời gian, chi phí và mức độ an toàn. Ngoài ra, các hoạt động được lựa chọn cần phù hợp với thị hiếu khách hàng, không trùng lặp trải nghiệm, tránh lịch trình quá dày hoặc quá ít nội dung.

Người xây dựng chương trình phải nắm rõ thông tin về thời tiết, tình trạng giao thông, năng lực phục vụ của từng điểm đến và các yêu cầu pháp lý liên quan.

d. Kết quả

Một chương trình khung hoàn chỉnh, trong đó nêu rõ số ngày tour, các điểm đến chính theo từng ngày, định hướng hoạt động và nội dung chủ đạo.

Chương trình khung này trở thành tài liệu định hướng để phát triển chương trình chi tiết, đồng thời hỗ trợ bộ phận kinh doanh trong việc giới thiệu sản phẩm ban đầu cho khách.

4	Tên CTDL: DU LỊCH KHÁM PHÁ THIÊN NHIÊN			
5	TUYẾN DL: 3N2Đ ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN			
6	Địa điểm	NGÀY 1	NGÀY 2	Ngày 3
7	Nơi xuất phát	Đà Nẵng	Măng Đen	Măng Đen - Đà Nẵng
8	Các điểm thu hút	Đèo Violak	Thác Pa Sỹ	Tham quan mua sắm đặc sản Kon Tum
9		Nhà Rông Kon	Tượng Đức Mẹ	Về lại Đà Nẵng
10		Hồ Đắk Ke	Nông trại dâu ,	
11	Các điểm nghỉ	Hotel Măng Đen	Hotel Măng Đen	Kết thúc tour , không nghỉ đêm

Hình 2.3 Kết quả chương trình khung

e. Nhân xét

Cho thấy việc xây dựng chương trình khung đóng vai trò quan trọng trong toàn bộ quy trình thiết kế tour, bởi nó giúp định hình rõ ràng cấu trúc và tính logic của chương trình ngay từ đầu.

Một khung chương trình tốt sẽ giảm thiểu sai sót ở các bước tiếp theo, đồng thời tạo sự chủ động trong việc điều chỉnh, bổ sung hoặc tối ưu nội dung theo yêu cầu thực tế.

2.1.6. Xây dựng chương trình chi tiết

a. Mô tả nội dung công việc

Cụ thể hóa toàn bộ chương trình du lịch dựa trên chương trình khung đã được xây dựng trước đó. Đây là giai đoạn chuyển hóa những ý tưởng và khung thời gian tổng quát thành một lịch trình hoàn chỉnh, có đầy đủ thông tin về thời gian, địa điểm, hoạt động, dịch vụ và phương thức tổ chức.

Nội dung công việc bao gồm việc xác định rõ từng điểm tham quan trong từng ngày, thời lượng trải nghiệm tại mỗi địa điểm, các dịch vụ đi kèm như ăn uống, nghỉ ngơi, di chuyển, vui chơi giải trí cũng như các hoạt động tự chọn.

Ngoài ra còn phải mô tả các yêu cầu đặc thù của điểm đến, quy định đối với khách, mức độ chuẩn bị và các lưu ý an toàn. Đây là bước đảm bảo chương trình du lịch trở nên cụ thể, khả thi và dễ triển khai trong thực tế.

b. Quy trình thực hiện

Được triển khai theo nhiều bước liên hoàn. Đầu tiên, bộ phận thiết kế tour tiến hành phân tích lại chương trình khung để xác định các mốc thời gian chính và thứ tự các điểm tham quan. Tiếp theo là bước kiểm tra thực địa (nếu cần) hoặc thu thập thông tin chính xác về khoảng cách di chuyển, điều kiện giao thông, thời gian mở cửa – đóng cửa của các điểm tham quan, giá vé, dịch vụ và các yêu cầu bắt buộc.

Sau đó, nhân viên thực hiện sắp xếp lại lịch trình theo hướng tối ưu hóa: đảm bảo sự hài hòa giữa thời gian tham quan, thời gian di chuyển, thời gian nghỉ ngơi và thời gian dành cho các hoạt động ăn uống, mua sắm. Khi lịch trình tạm hoàn tất, công ty sẽ liên hệ với các nhà cung cấp để xác nhận tính khả thi, điều chỉnh khung giờ ăn – ở – di chuyển sao cho đồng bộ.

Cuối cùng, toàn bộ thông tin được tổng hợp và biên soạn lại thành chương trình chi tiết ở định dạng chuyên nghiệp để chuẩn bị cho khâu chào bán và điều hành sau này.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Yêu cầu về tính chính xác, tính logic và mức độ phù hợp với từng nhóm khách hàng mục tiêu. Người xây dựng chương trình cần nắm rõ địa lý điểm đến, thời gian di chuyển thực tế, các yếu tố về thời tiết, mùa vụ, văn hóa – tập quán địa phương và những rủi ro có thể phát sinh trong hành trình.

Chương trình cần đảm bảo phù hợp với khả năng tiếp nhận và phục vụ của nhà cung cấp, cũng như đáp ứng kỳ vọng của khách hàng về trải nghiệm du lịch. Lịch trình phải có tính linh hoạt nhất định để xử lý khi có thay đổi, nhưng đồng thời phải đủ rõ ràng và chi tiết để thuận tiện cho hướng dẫn viên và bộ phận điều hành trong quá trình triển khai.

Ngoài ra, các yêu cầu về an toàn cho khách luôn được đặt lên hàng đầu, do đó cần xây dựng chương trình khoa học, không quá dày đặc, không di chuyển quá nhiều và có thời gian nghỉ ngơi hợp lý.

d. Kết quả

Một chương trình du lịch chi tiết hoàn chỉnh, được trình bày rõ ràng theo từng ngày, từng giai đoạn và từng hoạt động cụ thể. Văn bản chương trình chi tiết bao gồm đầy đủ thông tin về thời gian khởi hành, phương tiện di chuyển, tên khách sạn và tiêu chuẩn phòng, danh sách các bữa ăn, điểm tham quan, hoạt động trải nghiệm, cũng như các dịch vụ bổ sung hoặc dịch vụ không bao gồm.

Đây là tài liệu quan trọng dùng để chào bán đến khách hàng, giúp khách dễ dàng hình dung toàn bộ hành trình. Đồng thời, chương trình chi tiết cũng là căn cứ để bộ phận

điều hành phối hợp với hướng dẫn viên tổ chức tour, đảm bảo tính nhất quán trong phục vụ và hạn chế tối đa rủi ro trong quá trình triển khai thực tế.

CHƯƠNG TRÌNH CHI TIẾT				
TUYẾN DL: 3N2Đ ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN				
	THỜI GIAN	NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG	NƠI ĂN UỐNG, LƯU TRÚ	GHI CHÚ
	NGÀY 1			
	6h00	Đón khách tại Đà Nẵng , khởi hành đi Măng Đen	Tự chuẩn bị	Xe du lịch máy lạnh
	10h30	Dừng chân tại Đèo Violak , chụp ảnh , nghỉ ngơi		
	12h30	Ăn trưa tại nhà hàng	Nhà hàng Dương Lâm - Kon Klông	
	14h00	Nhận phòng khách sạn	Hotel Măng Đen Green	
	15h30 - 17h30	Tham quan hồ Đắc Ke , Tượng Đức Mẹ		Chụp ảnh tham quan tự do
	18h30	Ăn tối tại nhà hàng	Nhà hàng Hoa Sim Măng Đen	Gợi ý món : gà nướng cơm lam
	20h00	Tham quan tự do chợ đêm Măng Đen		
	NGÀY 2			
	6h30	Ăn sáng buffet tại khách sạn	Hotel Măng Đen Green	
	7h30-9h30	Tham quan Thác Pa Sỷ		Mang giày thể thao
	10h00-11h30	Tham quan vườn dâu Măng Đen		Có thể hái dâu , chụp ảnh
	12h00	Ăn trưa tại nhà hàng	Nhà hàng T&T Măng Đen	Nhà hàng cơm gia đình
	14h00-16h00	Tham quan Làng văn hóa Kon Bring		Giao lưu văn hóa
	17h00	Nghỉ ngơi tại khách sạn	Hotel Măng Đen Green	
	18h30	Ăn tối tại nhà hàng	Nhà hàng Gà nướng Plây Măng	
	20h00	Tự do dạo phố , thưởng thức cà phê tại Phố núi Măng Đen		Cà phê chill
	Ngày 3			
	6h30	Trả phòng , ăn sáng tại khách sạn	Hotel Măng Đen Green	Kiểm tra hành lý
	8h00-11h00	Khởi hành về lại Đà Nẵng	Trên xe	
	12h00	Ăn trưa tại nhà hàng	Nhà hàng Ba Tài - Quảng Ngãi	Nhà hàng sạch sẽ , đặc sản miền Trung
	15h30-16h00	Về đến Đà Nẵng , kết thúc chương trình , chia tay đoàn		Hẹn gặp lại quý khách

Hình 2.4 Kết quả chương trình chi tiết

e. Nhận xét

Cho thấy việc xây dựng chương trình chi tiết là một trong những công việc đòi hỏi sự cẩn trọng, tỉ mỉ và kiến thức sâu về sản phẩm du lịch. Đây là giai đoạn chuyển hóa toàn bộ ý tưởng và kế hoạch ban đầu thành một sản phẩm hoàn chỉnh và sẵn sàng đưa vào thực tế.

Một chương trình được biên soạn bài bản, logic và rõ ràng sẽ góp phần nâng cao chất lượng tour, giúp khách hàng có trải nghiệm trọn vẹn, đồng thời hỗ trợ bộ phận điều hành và hướng dẫn viên làm việc hiệu quả.

Qua quá trình đánh giá, công tác xây dựng chương trình chi tiết tại công ty nhìn chung được triển khai khá tốt, tuy nhiên vẫn có thể cải thiện hơn về tính linh hoạt và cập

nhất thông tin dịch vụ để phù hợp hơn với nhu cầu du lịch ngày càng đa dạng của khách hàng.

2.1.7. Tính giá thành , giá bán

a. Mô tả nội dung công việc

Công việc tính giá thành và giá bán chương trình du lịch là quá trình xác định toàn bộ các khoản chi phí cấu thành nên tour và chuyển hóa những chi phí đó thành mức giá bán hợp lý cho khách hàng. Đây là một nhiệm vụ quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh của chương trình du lịch cũng như hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Việc tính giá không chỉ đơn thuần là cộng các khoản phí lại với nhau mà còn yêu cầu người thực hiện đánh giá tổng thể các yếu tố thị trường, phân tích khả năng sinh lời, dự đoán rủi ro và đưa ra mức giá vừa đáp ứng nhu cầu khách hàng vừa mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình tính giá thành và giá bán được tiến hành qua một chuỗi các bước liên tục và logic. Trước hết, người thực hiện thu thập đầy đủ báo giá từ tất cả các nhà cung cấp liên quan đến chương trình như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, điểm tham quan, hướng dẫn viên và các dịch vụ bổ sung.

Sau đó, tất cả các chi phí này được tổng hợp và phân loại theo từng hạng mục để tính chi phí trực tiếp. Tiếp theo, các chi phí gián tiếp như chi phí quản lý, điều hành, marketing và dự phòng được xác định và cộng vào cơ cấu giá thành. Khi đã có tổng giá thành, người thực hiện tiếp tục xác định tỷ lệ lợi nhuận phù hợp dựa trên chính sách của doanh nghiệp và tính toán giá bán cuối cùng. Cuối cùng, toàn bộ dữ liệu được rà soát lại để đảm bảo tính chính xác và phù hợp trước khi hoàn thiện bảng giá chính thức.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để công việc tính giá được tiến hành chính xác và hiệu quả, người thực hiện cần đảm bảo nhiều điều kiện quan trọng. Trước hết, tất cả báo giá từ nhà cung cấp phải rõ ràng, thống nhất về thời gian áp dụng và đúng loại dịch vụ dự kiến. Đồng thời, người tính giá cần có kiến thức vững về phương pháp xây dựng giá tour, am hiểu thị trường và các yếu tố có thể làm chi phí biến động.

Bên cạnh đó, quá trình tính toán phải chính xác tuyệt đối để tránh những sai sót làm ảnh hưởng đến lợi nhuận hoặc gây thiếu hụt khi triển khai thực tế. Ngoài ra, cần đánh giá rủi ro phát sinh và tính toán khoản dự phòng phù hợp để bảo đảm an toàn tài chính cho chương trình.

d. Kết quả

Kết quả của công việc tính giá thành và giá bán là một bảng giá hoàn chỉnh bao gồm toàn bộ chi phí cấu thành, giá thành thực tế, mức lợi nhuận mong muốn và giá bán chính thức dành cho khách hàng.

Bảng giá này sẽ trở thành tài liệu nền tảng cho các bộ phận kinh doanh, marketing và điều hành sử dụng trong quá trình tư vấn, quảng bá và triển khai tour. Đồng thời, việc tính toán chính xác giúp doanh nghiệp chủ động về tài chính, hạn chế tối đa rủi ro và đảm bảo chương trình du lịch vận hành hiệu quả.

BẢNG TÍNH CHI PHÍ						
TUYẾN DL: ĐÀ NẴNG - MÃNG ĐEN 3N2Đ						
STT	Nội dung chi phí	Đơn giá (VND)	ĐVT	Chi phí biến đổi(VC)	Chi phí cố định (FC)	Ghi chú
1	Vận chuyển (xe 29 chỗ	7,500,000	VND		7,500,000	Trọn gói
2	HĐV	500,000	VND		1,500,000	3 ngày
3	Ăn trưa	160,000	VND	480,000		3 bữa
4	Ăn tối	160,000	VND	320,000		2 bữa
5	Khách sạn	600,000	VND	600,000		Đã bao gồm ăn sáng
6	Vé Thác Pa Sỹ	20,000	VND	20,000		
7	Bảo hiểm	10,000	VND	30,000		3 ngày
8	Chi phí biến đổi khác	10,000	VND	30,000		3 ngày
9	Chi phí cố định khác	200,000	VND		200,000	
	Chi phí biến đổi (VC)=			1,480,000		
	Chi phí cố định (FC)=				9,200,000	
	Giá thành cho 1 khách=	1,848,000		Cb=		0.02 Gb
	Giá thành cho cả đoàn=	46,200,000		Ck=		0.03 z
	Giá bán cho 1 khách=	1,980,000		P=		0.02 z
	Giá bán có VAT=	2,178,000		VAT=		0.08
	Số lượng khách hoà với	13.18		Q=		25 Khách

Hình 2.5 Kết quả bảng tính giá

e. Nhận xét

Công việc tính giá thành và giá bán chương trình du lịch là một công đoạn đòi hỏi sự cẩn thận, chính xác và am hiểu sâu về thị trường cũng như chi phí dịch vụ. Nếu được thực hiện đầy đủ và đúng quy trình, mức giá đưa ra sẽ đảm bảo tính cạnh tranh, phù hợp với nhu cầu khách hàng và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, nếu thiếu sự kiểm tra và đánh giá kỹ lưỡng, chương trình có thể gặp phải những rủi ro như chi phí phát sinh, lợi nhuận thấp hoặc khó triển khai vì giá bán không phù hợp. Do đó, việc tính giá luôn được coi là một trong những bước quan trọng nhất trong quá trình xây dựng và hoàn thiện chương trình du lịch.

2.1.8. Xây dựng các điều khoản của chương trình

a. Mô tả nội dung công việc

Công việc xây dựng các điều khoản của chương trình du lịch là quá trình xác định và trình bày rõ ràng những quy định, quyền lợi và trách nhiệm giữa doanh nghiệp lữ hành và khách hàng trong suốt quá trình tham gia tour.

Nội dung điều khoản bao gồm phạm vi dịch vụ được cung cấp, các chi phí đã bao gồm hoặc chưa bao gồm trong giá tour, chính sách hủy – đổi tour, những trường hợp bất khả kháng, nghĩa vụ của khách hàng, nghĩa vụ của công ty và các quy tắc đảm bảo an toàn cho chuyến đi.

Mục tiêu của công việc này là giúp tránh mâu thuẫn, tạo sự minh bạch và đảm bảo quyền lợi hợp pháp cho cả hai bên trước và trong khi triển khai chương trình du lịch.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình xây dựng điều khoản được tiến hành bắt đầu bằng việc thu thập toàn bộ thông tin từ các bộ phận liên quan như kinh doanh, điều hành, pháp chế và dịch vụ nhà cung cấp. Sau đó, người thực hiện phân tích các rủi ro có thể phát sinh trong suốt hành trình để đưa vào các quy định phù hợp nhằm hạn chế tranh chấp.

Tiếp theo, các điều khoản được soạn thảo theo từng nhóm nội dung như điều khoản về giá tour, điều khoản về quyền lợi khách hàng, điều khoản về thời gian và lịch trình, điều khoản về hủy tour và hoàn tiền, điều khoản về bảo hiểm du lịch và trách nhiệm pháp lý. Tất cả nội dung sau đó được đối chiếu với quy định pháp luật hiện hành để đảm bảo tính hợp lệ và minh bạch. Cuối cùng, bản điều khoản được bổ sung, chỉnh sửa và hoàn thiện trước khi đưa vào chương trình chính thức.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để xây dựng điều khoản một cách chính xác, người thực hiện cần nắm rõ các quy định pháp lý liên quan đến du lịch lữ hành, hợp đồng dịch vụ và quyền lợi của người tiêu dùng. Đồng thời phải hiểu rõ cấu trúc chương trình du lịch, đặc điểm khách hàng và những yếu tố có thể ảnh hưởng đến quá trình triển khai tour.

Tất cả nội dung điều khoản cần đảm bảo tính rõ ràng, dễ hiểu, không sử dụng thuật ngữ gây nhầm lẫn hoặc đa nghĩa. Ngoài ra, điều khoản phải có tính khả thi, phù hợp với tình hình thực tế và cân bằng quyền lợi giữa khách hàng và doanh nghiệp, đồng thời phải được soạn thảo với tinh thần phòng ngừa rủi ro và giảm thiểu tranh chấp.

d. Kết quả

Kết quả của công việc này là một hệ thống điều khoản đầy đủ, rõ ràng và hợp pháp được đính kèm trong chương trình du lịch hoặc hợp đồng tour. Bộ điều khoản này giúp khách hàng nắm rõ quyền lợi của mình, hiểu những nội dung dịch vụ được cung cấp và những trường hợp không thuộc phạm vi trách nhiệm của công ty.

Đồng thời, điều khoản cũng là căn cứ quan trọng để các bộ phận trong doanh nghiệp triển khai tour đúng quy định, đảm bảo sự thống nhất và tránh những hiểu lầm không đáng có. Đây là tài liệu quan trọng góp phần tạo nên sự minh bạch, chuyên nghiệp và uy tín của doanh nghiệp lữ hành.

3	QUY ĐỊNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH
4	TUYẾN DL: 3N2Đ ĐÀ NẴNG - MÃNG ĐEN
5	TOUR BAO GỒM
6	Khách sạn 3 sao hoặc tương đương (4 người/1 phòng) hoặc khách sạn 4 sao tùy thuộc vào lựa chọn của khách
7	Bao gồm ăn sáng tại khách sạn, các bữa trưa và tối tại nhà hàng địa phương
8	HĐV có kinh nghiệm và hiểu biết sâu sắc về các địa điểm tham quan
9	Đảm bảo toàn và yên tâm trong suốt chuyến đi
10	Các chi phí của các điểm tham quan theo chương trình
11	Thuế VAT
12	Nước uống (2 chai nước suối/ngày)
13	TOUR KHÔNG BAO GỒM
14	Chi phí cá nhân (giặt là, điện thoại, đồ uống ngoài chương trình,v.v.)
15	Tiền tip cho hướng dẫn viên
16	Tham quan ngoài chương trình
17	ĐIỀU KIỆN ĐĂNG KÝ TOUR
18	Thủ tục đăng ký : Điền đầy đủ thông tin vào mẫu đăng ký, cung cấp giấy tờ cá nhân cần thiết như CMND/CCCD, Hộ chiếu (nếu có)
19	Thời gian đăng ký : Trước ít nhất 10 ngày so với ngày khởi hành
20	Đặt cọc : 50% tổng giá trị tour tại thời điểm đăng ký
21	Thanh toán : Phần còn lại phải được thanh toán trước ngày khởi hành ít nhất 5 ngày
22	Trẻ em dưới 18 tuổi đi cùng người lớn có trách nhiệm
23	Cung cấp giấy tờ cá nhân, các yêu cầu đặt biệt (như sinh nhật, ăn chay) khi ký tour
24	ĐIỀU KIỆN HỦY TOUR
25	Hủy trước 3 ngày : Hoàn trả 50% số tiền đã cọc
26	Hủy trước 2 ngày hoặc 1 ngày : Không hoàn trả tiền đã cọc
27	CHÍNH SÁCH TRẺ EM
28	Trẻ em 1-4 tuổi (dưới 1m) miễn phí
29	Trẻ em 5-10 tuổi (dưới 1m4) tính 70%
30	Trẻ em 11 tuổi trở lên tính như người lớn
31	GHI CHÚ
32	Nếu khách muốn ở riêng 1 phòng, sẽ áp dụng phụ thu theo quy định
33	Mang theo giấy tờ tùy thân cần thiết, giấy tờ để mua vé
34	Trang phục : Nên mặc quần áo gọn nhẹ, giày dép thoải mái, áo khoác
35	Vật dụng cá nhân : kem chống nắng, mũ, ô/dù
36	Thông tin liên hệ : Cung cấp đầy đủ liên hệ chính xác để nhà tổ chức có thể liên hệ khi cần
37	Thay đổi lịch trình : Lịch trình có thể thay đổi tùy vào điều kiện thời tiết, giao thông, và các yếu tố khách quan khác, nhà tổ chức sẽ thông báo để đảm bảo trải nghiệm của khách
38	Tùy vào tình hình thực tế, thứ tự các điểm tham quan trong chương trình có thể thay đổi nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các điểm tham quan như lúc đầu
39	Quy định nhận và trả phòng tại khách sạn, nhận phòng khách sạn 14h và trả phòng trước 12h
40	Trường hợp quý khách đến trễ giờ khởi hành được tính là hủy 5 ngày trước ngày khởi hành
41	

Hình 2.6 Kết quả xây dựng các điều khoản của chương trình

e. Nhận xét

Việc xây dựng các điều khoản của chương trình du lịch đóng vai trò then chốt trong quá trình thiết kế tour vì nó không chỉ bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp mà còn mang lại sự an tâm cho khách hàng. Một bản điều khoản được soạn thảo kỹ lưỡng sẽ giúp giảm thiểu tranh chấp, nâng cao chất lượng phục vụ và khẳng định tính chuyên nghiệp trong hoạt động tổ chức tour.

Tuy nhiên, nếu điều khoản được viết sơ sài hoặc thiếu chặt chẽ, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn khi xử lý các vấn đề phát sinh. Vì vậy, nội dung điều khoản phải được xây dựng một cách khoa học, đầy đủ và phù hợp với thực tiễn, đảm bảo tính minh bạch và công bằng cho tất cả các bên.

2.2. Đánh giá về thiết kế chương trình du lịch tại Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa

2.2.1. Ưu điểm

Qua quá trình khảo sát và phân tích quy trình thiết kế chương trình du lịch tại Công ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa, có thể nhận thấy rằng doanh nghiệp đã xây dựng được một quy trình tương đối khoa học, rõ ràng và có tính hệ thống cao. Một trong những ưu điểm nổi bật là sự chủ động trong việc nắm bắt nhu cầu của khách hàng, thường xuyên thu thập thông tin thị trường và cập nhật xu hướng du lịch mới. Nhờ đó, các chương trình tour khi được thiết kế đều đảm bảo phù hợp với mong đợi của từng nhóm khách, từ khách đoàn, khách lẻ cho đến khách du lịch theo yêu cầu riêng.

Bên cạnh đó, công ty thể hiện sự linh hoạt và sáng tạo trong việc xây dựng lịch trình, biết cách kết hợp đa dạng các yếu tố như tham quan, nghỉ dưỡng, trải nghiệm văn hóa, hoạt động vui chơi và ẩm thực địa phương. Điều này giúp sản phẩm tour trở nên phong phú, không bị đơn điệu, tạo nên giá trị trải nghiệm cao cho khách hàng. Hơn nữa, đội ngũ nhân viên thiết kế chương trình có chuyên môn khá vững, thường xuyên tham khảo các nguồn thông tin đáng tin cậy và có kinh nghiệm thực tế, giúp hạn chế rủi ro và tối ưu hóa chi phí trong quá trình xây dựng tour.

Công ty cũng chú trọng đến việc xác định rõ ràng trách nhiệm, quyền lợi và nghĩa vụ giữa các bên tham gia, đặc biệt trong khâu phối hợp với nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các điểm tham quan. Việc thiết lập các điều khoản thanh toán, bảo mật thông tin và xử lý vi phạm được tiến hành khá chặt chẽ, góp phần đảm bảo tính ổn định và tính pháp lý của chương trình. Nhờ vậy, quá trình triển khai tour diễn ra thuận lợi, giảm thiểu tình trạng phát sinh chi phí hoặc thay đổi không mong muốn.

Ngoài ra, hình ảnh thương hiệu của công ty được đánh giá là thân thiện và uy tín, giúp khách hàng có cảm giác yên tâm khi lựa chọn. Công tác chăm sóc khách hàng, giải đáp thắc mắc và hỗ trợ trước – trong – sau tour được thực hiện tương đối tốt, góp phần nâng cao mức độ hài lòng và khả năng khách quay lại sử dụng dịch vụ trong tương lai.

2.2.2. Nhược điểm

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, quá trình thiết kế chương trình du lịch tại Công ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Trước hết, nguồn dữ liệu nghiên cứu thị trường đôi khi chưa thật sự đầy đủ và cập nhật liên tục, dẫn đến việc dự đoán nhu cầu khách hàng đôi lúc chưa chính xác hoàn toàn. Điều này có thể khiến một số tour chưa đạt được mức độ hấp dẫn như kỳ vọng hoặc chưa thật sự khác biệt so với những sản phẩm đang được cung cấp rộng rãi trên thị trường.

Một hạn chế khác là doanh nghiệp đôi khi còn phụ thuộc khá nhiều vào các đối tác cung ứng dịch vụ, đặc biệt là về vận chuyển và lưu trú. Khi các đối tác này gặp trục trặc hoặc thay đổi chính sách giá, công ty phải mất nhiều thời gian để điều chỉnh lại chương trình, gây ảnh hưởng đến tiến độ và chất lượng thiết kế tour. Một số dịch vụ tại điểm

đến cũng chưa đồng đều, khiến trải nghiệm khách hàng không phải lúc nào cũng đạt mức tối ưu như mong muốn.

Ngoài ra, nguồn nhân lực làm công tác thiết kế tour dù có chuyên môn tốt nhưng chưa thật sự dồi dào, dẫn đến tình trạng khối lượng công việc lớn vào mùa cao điểm. Điều này phần nào ảnh hưởng đến khả năng sáng tạo, tốc độ xử lý yêu cầu và mức độ chăm chút cho từng chương trình du lịch. Một số hoạt động trải nghiệm độc đáo hay các dịch vụ mới lạ vẫn chưa được khai thác sâu, khiến một số tour còn thiếu điểm nhấn nổi bật để cạnh tranh mạnh mẽ hơn với các doanh nghiệp khác trên thị trường.

Bên cạnh đó, việc ứng dụng công nghệ vào khâu thiết kế và quản lý chương trình chưa thật sự đồng bộ. Các công cụ số hỗ trợ phân tích dữ liệu, tạo dựng hành trình, dự báo chi phí hoặc cá nhân hóa chương trình chưa được tối ưu hóa, dẫn đến năng suất làm việc chưa đạt mức cao nhất. Điều này làm hạn chế khả năng mở rộng quy mô sản phẩm và giảm tốc độ phản ứng trước sự thay đổi nhanh chóng của nhu cầu du lịch hiện đại.

KẾT LUẬN CHƯƠNG II

Trong Chương 2, báo cáo đã tập trung phân tích chi tiết quy trình thiết kế chương trình du lịch tại Công ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa, bao gồm toàn bộ các bước từ khảo sát nhu cầu khách hàng, xây dựng ý tưởng, thiết lập lịch trình, tính toán chi phí – giá bán cho đến việc xây dựng các điều khoản liên quan nhằm đảm bảo tính pháp lý và khả năng triển khai của tour. Qua quá trình tìm hiểu, có thể nhận thấy rằng doanh nghiệp đã hình thành được một quy trình thiết kế tour khá hoàn chỉnh, có sự liên kết chặt chẽ giữa các bộ phận và đảm bảo tính logic trong từng khâu thực hiện.

Công ty thể hiện được nhiều ưu điểm nổi bật như khả năng phân tích thị trường tương đối tốt, sự linh hoạt trong việc kết hợp các loại hình dịch vụ để xây dựng chương trình tour đa dạng và phù hợp với thị hiếu khách hàng. Đội ngũ nhân viên chuyên môn cao, có kinh nghiệm thực tiễn, giúp quá trình thiết kế được thực hiện hiệu quả và hạn chế những sai sót có thể phát sinh. Bên cạnh đó, việc chú trọng đến tính pháp lý, điều khoản hợp đồng và trách nhiệm giữa các bên cũng giúp tour sau khi xây dựng đạt được độ ổn định và an toàn trong vận hành. Những ưu điểm này góp phần nâng cao uy tín của công ty và tạo nền tảng để phát triển các sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh trong thị trường hiện nay.

Tuy nhiên, bên cạnh các kết quả tích cực, quy trình thiết kế chương trình du lịch tại công ty vẫn bộc lộ một số hạn chế nhất định. Nguồn dữ liệu thị trường đôi khi chưa được cập nhật liên tục, dẫn đến việc dự báo nhu cầu khách hàng chưa hoàn toàn chính xác. Sự phụ thuộc vào đối tác cung ứng dịch vụ, cũng như việc chưa ứng dụng mạnh mẽ các công cụ công nghệ trong quá trình thiết kế tour, phần nào ảnh hưởng đến chất lượng và tốc độ hoàn thành sản phẩm. Đồng thời, nguồn nhân lực còn hạn chế về số lượng

khiến áp lực công việc tăng cao trong mùa du lịch cao điểm, ảnh hưởng đến khả năng sáng tạo và mức độ chăm chút cho từng chương trình.

Tổng thể, Chương 2 đã cho thấy cái nhìn toàn diện về thực trạng thiết kế chương trình du lịch tại Công ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa. Những phân tích này không chỉ làm rõ các mặt mạnh và mặt hạn chế trong hoạt động thiết kế tour mà còn là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả công tác này trong Chương 3 của báo cáo. Đây là nền tảng quan trọng để công ty tiếp tục phát triển các sản phẩm du lịch chất lượng, đáp ứng tốt nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường du lịch hiện nay.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP/BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

3.1. Những điểm giống và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về thiết kế chương trình du lịch

3.1.1. Những điểm giống nhau

Trong quá trình học tập và thực tập, tôi nhận thấy rằng giữa lý thuyết được tiếp thu tại nhà trường và thực tiễn tại Công Ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa tồn tại cả những điểm giống nhau và khác biệt rõ rệt.

a. Quy trình thực hiện

Trong cả lý thuyết lẫn thực tiễn, quy trình thiết kế chương trình du lịch đều bắt đầu bằng việc nghiên cứu thị trường, phân tích nhu cầu khách hàng, xây dựng ý tưởng, lựa chọn điểm đến, thiết kế lịch trình chi tiết và cuối cùng là tính toán chi phí – giá bán. Điều này cho thấy lý thuyết được xây dựng dựa trên thực tế và phản ánh đúng quy trình chuẩn mà các doanh nghiệp đang áp dụng.

b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Cả hai môi trường đều nhấn mạnh rằng người thiết kế chương trình du lịch phải có kiến thức tổng hợp về điểm đến, dịch vụ, vận chuyển, lưu trú, ẩm thực, vui chơi giải trí và kỹ năng phân tích tâm lý khách hàng. Ngoài ra, khả năng dự đoán rủi ro, giao tiếp và phối hợp với các nhà cung cấp cũng là những yêu cầu chung được đề cập trong cả lý thuyết và thực hành.

c. Kết quả

Kết quả của quá trình thực hiện trong lý thuyết và thực tế cũng có điểm tương đồng. Một chương trình du lịch hoàn chỉnh, có tính hấp dẫn, hợp lý, đảm bảo an toàn cho khách và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp luôn là mục tiêu chung của cả hai. Cả giáo trình và doanh nghiệp đều đánh giá kết quả thiết kế chương trình dựa trên tính logic của lịch trình, chất lượng dịch vụ và khả năng đáp ứng nhu cầu khách.

d. Nhận xét

Nhận xét chung cho thấy lý thuyết đóng vai trò nền tảng giúp sinh viên hiểu quy trình cơ bản, còn thực tiễn giúp củng cố khả năng áp dụng và mở rộng kiến thức. Sự tương đồng giữa hai yếu tố giúp sinh viên không quá ngỡ ngàng khi bước vào công việc thực tế.

3.1.2. Những điểm khác nhau

a. Quy trình thực hiện

Quy trình thực hiện trong thực tế khác linh hoạt hơn so với quy trình lý thuyết. Khi vận dụng vào môi trường doanh nghiệp, nhiều bước có thể được rút gọn tùy thuộc vào loại tour, mùa du lịch hoặc thời gian yêu cầu của khách hàng. Trong khi lý thuyết trình

bày quy trình theo các bước tuần tự, thì thực tế có thể yêu cầu thay đổi đột xuất, xử lý nhanh và điều chỉnh kịp thời.

b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Điều kiện và yêu cầu thực hiện công việc trong thực tế khắt khe hơn nhiều so với mô tả trong lý thuyết. Tại doanh nghiệp, người thiết kế tour phải đối mặt với việc giá dịch vụ biến động, nhà cung cấp thay đổi báo giá, thời tiết xấu ảnh hưởng đến lịch trình hoặc yêu cầu đặc biệt từ phía khách hàng. Những yếu tố này lý thuyết khó đề cập đầy đủ, nhưng thực tế buộc người thiết kế tour phải linh hoạt và có kinh nghiệm xử lý.

c. Kết quả

Trong thực tiễn chịu tác động bởi nhiều yếu tố khách quan hơn so với lý thuyết. Một chương trình du lịch trong thực tế không chỉ được đánh giá dựa trên tính hợp lý của lịch trình, mà còn phụ thuộc vào khả năng bán tour, mức độ cạnh tranh của thị trường, chiến lược marketing và phản hồi từ khách hàng. Trong khi đó, lý thuyết chủ yếu đánh giá kết quả theo mức độ hoàn chỉnh của nội dung.

d. Nhận xét

Cho thấy thực tế luôn biến động và phức tạp hơn lý thuyết. Điều này đòi hỏi sinh viên phải vận dụng linh hoạt kiến thức, đồng thời rèn luyện khả năng quan sát, xử lý tình huống và thích nghi nhanh. Thực tiễn mang đến những kinh nghiệm mà lý thuyết khó truyền tải trọn vẹn, giúp sinh viên hiểu sâu hơn về bản chất công việc trong ngành lữ hành.

3.2. Bài học nhằm thiết kế Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa

3.2.1. Nghiên cứu phân tích thị trường và khách hàng mục tiêu

Qua quá trình thực tập, tôi nhận thấy việc nghiên cứu thị trường là bước đầu tiên và quan trọng nhất khi thiết kế chương trình du lịch. Tại Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa, công tác phân tích thị trường được tiến hành dựa trên các nguồn thông tin như số liệu khách năm trước, xu hướng du lịch theo mùa, đặc điểm kinh tế – xã hội của khách hàng và nhu cầu thực tế trong từng giai đoạn.

Doanh nghiệp đặc biệt chú trọng phân loại khách theo độ tuổi, sở thích, khả năng chi trả và mục đích chuyến đi. Việc xác định đúng khách hàng mục tiêu giúp công ty dễ dàng định hướng loại hình tour phù hợp, tối ưu chi phí và gia tăng khả năng cạnh tranh. Bài học quan trọng mà tôi rút ra là người thiết kế chương trình phải luôn đặt nhu cầu khách hàng làm trung tâm, từ đó xây dựng sản phẩm thu hút, khả thi và đáp ứng kỳ vọng của thị trường.

3.2.2. Lên ý tưởng và xây dựng lịch trình chi tiết cho chương trình du lịch

Sau khi xác định được thị trường mục tiêu, công ty bắt đầu bước lên ý tưởng chương trình. Tôi nhận thấy rằng để có một ý tưởng tốt, nhân viên phải am hiểu điểm

đến, ưu – nhược điểm của từng tuyến và có khả năng đánh giá xu hướng du lịch hiện hành.

Trong quá trình thực tập, tôi được hướng dẫn cách chọn chủ đề tour, xác định mức độ hấp dẫn của điểm tham quan, phân bổ thời gian hợp lý giữa các hoạt động và thiết kế lịch trình đảm bảo tính khoa học. Công ty luôn ưu tiên các chương trình có tính trải nghiệm cao, an toàn và phù hợp với năng lực của du khách.

Bài học tôi rút ra là người thiết kế tour phải linh hoạt trong việc sáng tạo ý tưởng nhưng vẫn phải tuân thủ tính thực tế, tránh xây dựng chương trình quá dày hoặc không phù hợp điều kiện thực tế.

3.2.3. Đặt tên chương trình

Việc đặt tên chương trình tuy đơn giản nhưng lại có vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng. Tại doanh nghiệp, tên tour phải thể hiện rõ tuyến điểm, thời gian và tính đặc trưng của chương trình. Ví dụ: “Tour Đà Nẵng – Hội An 2N1Đ – Khám phá phố cổ lung linh”.

Tên tour rõ ràng, hấp dẫn giúp khách dễ hình dung nội dung chính của hành trình và tạo ấn tượng ban đầu tốt. Qua quá trình thực hiện, tôi học được cách sử dụng ngôn ngữ quảng bá, mô tả đúng trọng tâm đồng thời tạo sự khác biệt so với các sản phẩm tương tự trên thị trường.

3.2.4. Lựa chọn phương án của nhà cung cấp

Trong thiết kế tour, việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ là yếu tố quyết định chất lượng sản phẩm. Công ty thường xem xét nhiều tiêu chí như giá thành, mức độ uy tín, chất lượng dịch vụ, sự ổn định và khả năng hỗ trợ khi có tình huống phát sinh.

Nhà cung cấp bao gồm khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển, điểm tham quan và các dịch vụ bổ sung. Trong thời gian thực tập, tôi được tiếp cận quy trình làm việc với nhà cung cấp, phân tích báo giá và so sánh nhiều lựa chọn để tối ưu chi phí tour.

Bài học rút ra là việc hợp tác với nhà cung cấp phải dựa trên mối quan hệ lâu dài và có sự đàm phán linh hoạt nhằm đảm bảo lợi ích cho cả doanh nghiệp và khách hàng.

3.2.5. Xây dựng chương trình khung

Chương trình khung là bản định hướng sơ bộ về hành trình trước khi được chi tiết hóa. Công ty xây dựng chương trình khung dựa trên ba yếu tố: thời gian, không gian và loại hình du lịch.

Bản chương trình khung giúp xác định các nội dung chính như số ngày, tuyến điểm chính, hình thức di chuyển và các trải nghiệm đặc trưng. Trong thời gian thực tập, em nhận thấy công ty luôn cố gắng xây dựng chương trình khung mang tính hợp lý, cân đối thời gian nghỉ ngơi – tham quan, tránh gây mệt mỏi cho du khách.

Bài học tôi rút ra là chương trình khung cần chính xác, rõ ràng để làm tiền đề cho các bước tiếp theo.

3.2.6. Xây dựng chương trình chi tiết

Sau khi hoàn thiện chương trình khung, công ty bắt đầu xây dựng lịch trình chi tiết bao gồm thời gian di chuyển, thời gian tham quan, ăn uống, nghỉ ngơi và các hoạt động giải trí.

Trong quá trình làm, tôi được hướng dẫn cách xác định thời lượng phù hợp cho từng điểm, đồng thời cân đối giữa trải nghiệm và thực tế giao thông. Chương trình chi tiết phải đảm bảo tính logic, hạn chế thay đổi đột ngột và có phương án dự phòng nếu xảy ra sự cố.

Bài học quan trọng là người thiết kế phải dựa trên hiểu biết sâu sắc về điểm đến, khoảng cách di chuyển và tâm lý khách để lập nên một lịch trình khả thi, hấp dẫn.

3.2.7. Tính giá thành , giá bán

Tính giá tour là một công việc đòi hỏi sự chính xác cao. Công ty thực hiện tính toán dựa trên các chi phí như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan, hướng dẫn viên, bảo hiểm du lịch và các khoản phát sinh. Sau đó, doanh nghiệp sẽ cộng thêm tỷ lệ lợi nhuận để đưa ra giá bán phù hợp.

Khi thực tập, em được giao nhiệm vụ hỗ trợ tính giá tour theo công thức chuẩn của công ty. Điều khó khăn nhất là phải cập nhật giá dịch vụ thường xuyên vì giá cả thay đổi liên tục theo mùa.

Bài học tôi rút ra là tính giá phải minh bạch, rõ ràng, tránh sai sót vì sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận và uy tín của doanh nghiệp.

3.2.8. Xây dựng các điều khoản của chương trình

Điều khoản tour là phần quan trọng nhằm quy định quyền lợi và trách nhiệm của cả khách hàng lẫn công ty. Nội dung điều khoản bao gồm những gì đã bao gồm trong giá tour, không bao gồm, các lưu ý đặc biệt, quy định đặt – hủy tour và các cam kết dịch vụ.

Trong thực tập, tôi học được rằng điều khoản càng rõ ràng thì càng hạn chế được các tranh chấp phát sinh. Công ty luôn xây dựng điều khoản một cách chi tiết, đảm bảo minh bạch và phù hợp với quy định pháp luật.

Bài học quan trọng nhất là người thiết kế tour phải biết cách diễn đạt điều khoản rõ ràng, chính xác và dễ hiểu, đảm bảo khách nắm được đầy đủ thông tin trước khi tham gia chương trình.

3.3. Đề xuất và kiến nghị

3.3.1 Đề xuất , kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy thiết kế chương trình du lịch

Trong quá trình thực tập và đối chiếu với những kiến thức đã được học tại trường, tôi nhận thấy việc giảng dạy học phần Thiết kế chương trình du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc trang bị cho sinh viên các kỹ năng nền tảng cần thiết trước khi

bước vào môi trường làm việc thực tế. Tuy nhiên, để nâng cao chất lượng đào tạo và giúp sinh viên tiếp cận gần hơn với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay, nhà trường cần có những điều chỉnh, cập nhật và bổ sung trong phương pháp giảng dạy. Học phần này nên được tăng cường thời lượng thực hành thay vì tập trung quá nhiều vào lý thuyết. Trong thực tế, việc xây dựng một chương trình du lịch không chỉ dựa trên khung kiến thức lý luận mà còn phụ thuộc vào khả năng khảo sát điểm đến, phân tích thị trường, làm việc với nhà cung cấp và đánh giá mức độ khả thi của từng phương án. Nếu sinh viên được thực hành thiết kế tour theo nhóm, xử lý tình huống mô phỏng và trực tiếp tham gia khảo sát, hiệu quả tiếp thu sẽ rõ rệt hơn.

Bên cạnh đó, nội dung giảng dạy nên được cập nhật theo xu hướng phát triển của ngành du lịch hiện nay. Các khái niệm về du lịch bền vững, du lịch thông minh, số hóa quy trình điều hành, hay ứng dụng công nghệ trong thiết kế sản phẩm du lịch cần được bổ sung sâu hơn để sinh viên không bị lạc hậu so với nhu cầu nhân lực của doanh nghiệp. Việc xây dựng tour hiện đại đòi hỏi kỹ năng sử dụng phần mềm lập kế hoạch, công cụ quản lý giá dịch vụ, nền tảng đặt phòng trực tuyến và khả năng phân tích dữ liệu hành vi khách. Do đó, nhà trường có thể xem xét tích hợp thêm các buổi thực hành trên phần mềm hoặc tổ chức workshop với chuyên gia trong ngành để sinh viên làm quen trước.

Ngoài ra, tôi cũng ý kiến nhà trường tăng cường hoạt động liên kết với doanh nghiệp du lịch để tổ chức các buổi tham quan thực tế, giao lưu nghề nghiệp hoặc mời các điều hành viên, hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm đến chia sẻ trong lớp học. Khi được tiếp xúc trực tiếp với những người đang làm nghề, sinh viên sẽ hiểu rõ hơn về cách doanh nghiệp xây dựng giá tour, cách liên hệ nhà cung cấp, xử lý rủi ro, hay cách sáng tạo sản phẩm mới phù hợp từng phân khúc khách hàng. Điều này không chỉ giúp bài giảng sinh động hơn mà còn truyền cảm hứng, tạo động lực học tập và giúp sinh viên định hướng rõ ràng hơn về nghề nghiệp tương lai.

Một đề xuất quan trọng khác là nhà trường nên đầu tư xây dựng các bộ giáo trình và tài liệu học tập có tính ứng dụng cao, bao gồm mẫu hợp đồng, bảng giá dịch vụ, quy trình điều hành tour, biểu mẫu booking, hay ví dụ thực tế về chương trình du lịch đang được doanh nghiệp triển khai. Những tài liệu thực tế như vậy sẽ giúp sinh viên tiếp cận đúng chuẩn mực nghề nghiệp, biết cách trình bày một lịch trình chuyên nghiệp và hiểu rõ quy trình xây dựng tour trong doanh nghiệp. Đồng thời, việc áp dụng phương pháp đánh giá đa dạng hơn – như bài tập dự án, thuyết trình, mô phỏng xây dựng tour, phân tích tình huống – sẽ khuyến khích sinh viên chủ động sáng tạo thay vì chỉ học thuộc kiến thức lý thuyết.

Cuối cùng, tôi ý kiến nhà trường hỗ trợ sinh viên nhiều hơn trong giai đoạn thực tập bằng cách tạo cơ hội tiếp cận các doanh nghiệp uy tín, đồng thời theo dõi, đánh giá và lắng nghe phản hồi từ phía doanh nghiệp để điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp

hơn. Việc kết nối chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp không chỉ giúp sinh viên được học đúng, làm đúng mà còn góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong tương lai. Thông qua những kiến nghị này, tôi mong rằng chương trình giảng dạy thiết kế chương trình du lịch tại trường sẽ ngày càng hoàn thiện, thực tiễn và đáp ứng tốt hơn nhu cầu phát triển của ngành du lịch trong bối cảnh mới.

3.3.2 Đề xuất, kiến nghị với Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa

Trong thời gian thực tập tại Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa, tôi có cơ hội trực tiếp quan sát và tham gia vào một số khâu liên quan đến thiết kế chương trình tour. Qua trải nghiệm thực tế, tôi đánh giá cao sự linh hoạt và kinh nghiệm của đội ngũ điều hành trong việc xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu từng nhóm khách. Tuy nhiên, để nâng cao chất lượng sản phẩm và gia tăng tính cạnh tranh trong thị trường du lịch ngày càng khắt khe, tôi xin đề xuất một số kiến nghị liên quan trực tiếp đến công tác thiết kế tour. Trước hết, công ty nên cập nhật thường xuyên thông tin về điểm đến, bao gồm dịch vụ, giá cả, tình trạng cơ sở hạ tầng và những trải nghiệm mới nổi. Việc cập nhật không chỉ giúp chương trình tour luôn mới mẻ mà còn đảm bảo công ty nắm bắt đúng xu hướng, từ đó xây dựng lịch trình hấp dẫn và phù hợp với thị hiếu khách hàng trẻ, khách gia đình hay khách cao tuổi.

Bên cạnh đó, công ty có thể nghiên cứu và thiết kế thêm các dòng tour chuyên biệt như tour nghỉ dưỡng, tour văn hóa, tour ẩm thực, tour trải nghiệm, tour thiên nhiên – sinh thái hoặc tour dành cho nhóm nhỏ muốn sự riêng tư. Các sản phẩm hiện nay trên thị trường đang có sự phân hóa rõ rệt, và khách hàng thường có nhu cầu chọn tour mang dấu ấn cá nhân thay vì những chương trình được xây dựng theo khuôn mẫu cũ. Việc đa dạng hóa sản phẩm cũng giúp công ty dễ dàng tiếp cận nhiều phân khúc khách hàng hơn, từ đó tăng khả năng mở rộng thị trường.

Một kiến nghị khác liên quan đến phương pháp thiết kế tour. Công ty có thể chuẩn hóa quy trình thiết kế bằng cách xây dựng một bộ tiêu chí đánh giá lịch trình, bao gồm tính hợp lý về thời gian, khoảng cách di chuyển, điểm nhấn trải nghiệm, tính an toàn, chi phí hợp lý và sự cân bằng giữa hoạt động tự do và hoạt động theo đoàn. Khi có bộ tiêu chí chuẩn, nhân viên điều hành và sinh viên thực tập sẽ dễ dàng hơn trong việc đánh giá chất lượng tour trước khi đưa vào khai thác. Bộ tiêu chí này cũng giúp giảm thiểu tình trạng lịch trình bị quá tải, gây mệt mỏi cho khách hoặc ngược lại quá ít trải nghiệm khiến tour thiếu điểm nhấn.

Ngoài ra, tôi ý kiến công ty tăng cường ứng dụng công nghệ trong thiết kế chương trình tour. Việc sử dụng các phần mềm lập kế hoạch, công cụ tính chi phí tự động hoặc các nền tảng so sánh dịch vụ sẽ giúp quá trình thiết kế trở nên nhanh chóng, chính xác và chuyên nghiệp hơn. Công nghệ cũng hỗ trợ công ty xây dựng bản trình bày tour đẹp

mất, dễ truyền đạt thông tin cho khách hàng, góp phần nâng cao giá trị cảm nhận của sản phẩm. Trong bối cảnh ngành du lịch đang chuyển dịch mạnh sang xu hướng số hóa, việc ứng dụng công nghệ không chỉ giúp tối ưu quy trình mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu.

Cuối cùng, tôi mong rằng công ty sẽ tiếp tục tạo điều kiện cho sinh viên thực tập được tham gia sâu hơn vào quá trình thiết kế tour, chẳng hạn như giao bài tập xây dựng lịch trình, tính giá tour thử nghiệm hoặc tham gia khảo sát điểm đến. Những trải nghiệm này không chỉ giúp sinh viên nâng cao năng lực chuyên môn mà còn hỗ trợ công ty có thêm nhiều góc nhìn sáng tạo từ thế hệ trẻ. Với những đề xuất trên, tôi hy vọng rằng công tác thiết kế chương trình tour của Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa sẽ ngày càng hoàn thiện, chuyên nghiệp và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng trong thời gian tới.

KẾT LUẬN CHƯƠNG III

Chương 3 đã trình bày toàn bộ quá trình thực tập, những kết quả đạt được cũng như các đề xuất, kiến nghị nhằm góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và hoạt động thực tiễn trong lĩnh vực du lịch. Thông qua thời gian thực tập tại Công ty TNHH MTV Thương mại Du lịch Trường Sa, tôi không chỉ có cơ hội áp dụng những kiến thức đã học vào thực tế mà còn hiểu sâu hơn về quy trình điều hành tour, cách xây dựng sản phẩm du lịch và các yêu cầu nghề nghiệp trong môi trường doanh nghiệp. Những nhiệm vụ được giao đã giúp tôi rèn luyện kỹ năng chuyên môn, nâng cao khả năng giao tiếp, xử lý tình huống và tiếp cận phong cách làm việc chuyên nghiệp.

Bên cạnh việc đánh giá kết quả thực tập, chương này cũng tập trung đưa ra những đề xuất đối với nhà trường và doanh nghiệp nhằm hoàn thiện hơn chương trình đào tạo và quy trình làm việc. Những kiến nghị dành cho nhà trường chủ yếu hướng đến việc tăng cường tính thực tiễn trong giảng dạy, cập nhật nội dung theo xu hướng phát triển của ngành và mở rộng sự liên kết với doanh nghiệp. Ngược lại, các kiến nghị dành cho công ty tập trung vào việc nâng cao chất lượng thiết kế tour, cải thiện quy trình, ứng dụng công nghệ và tăng cường hỗ trợ sinh viên thực tập.

Nhìn chung, nội dung chương 3 cho thấy sự kết nối chặt chẽ giữa kiến thức lý thuyết và thực tiễn ngành du lịch, đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Những kết quả đạt được trong thời gian thực tập là nền tảng quan trọng để tôi tiếp tục hoàn thiện bản thân, chuẩn bị tốt hơn cho con đường nghề nghiệp trong tương lai. Chương 3 vì thế không chỉ là phần đánh giá thực tập mà còn là bước tổng hợp giúp định hình những bài học kinh nghiệm quý báu cho bản thân tôi.

TÀI LIỆU KHẢO SÁT

1. Bài hướng dẫn/giáo trình : Intinerary planning & tour packaging (tài liệu giảng dạy) Trường Quốc Gia về Giáo Dục Mở
2. Báo cáo ngành/số liệu du lịch Việt Nam (thống kê, xu hướng khách, phân khúc thị trường)
3. Công Ty TNHH MTV Thương Mại Du Lịch Trường Sa (2024) . Tài liệu đào tạo thiết kế chương trình du lịch . Lưu hành nội bộ

Đà Nẵng, ngày 17 tháng 12 năm 2025

Giảng viên hướng dẫn

Nguyễn Thị Oanh Kiều