



# **BÀI GIẢNG MÔN**

## **THIẾT KẾ VÀ TỔ CHỨC TOUR DU LỊCH**

**Vũng Tàu, 9/2009**



# TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **Giáo trình quản trị kinh doanh lý hành**, Nguyễn Văn Đính và Phạm Hồng Chương, Nxb Thống kê;
2. **Giáo trình quản trị kinh doanh lý hành**, Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân;
3. **Công nghệ du lịch**, Dennis L. Foster, Dịch giả Trần Đình Hải, Nxb Thống kê
4. **Cẩm nang nghiệp vụ tiếp thị và du lịch**, Trần Ngọc Nam và Hoàng Anh, NXb Lao động – Xã hội
5. Tài liệu về các tuyến điểm du lịch
6. internet, báo hình...

# **YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC**

**Sv cần trang bị cho những kiến thức về:**

- Các tuyến điểm du lịch
- Quản trị kinh doanh, Nguồn nhân lực, Du lịch
- Marketing du lịch

**Có tinh thần làm việc theo nhóm, tham gia thảo luận**

# **NỘI DUNG MÔN HỌC**

**Chương 1. Một số vấn đề cơ bản về kinh doanh lữ hành**

**Chương 2. Thiết kế chương trình du lịch**

**Chương 3. Tổ chức thực hiện chương trình du lịch**

# CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH DOANH LỮ HÀNH (KD LH)

## 1. Kinh doanh lữ hành

Là việc thực hiện các hoạt động nghiên cứu thị trường, thiết lập các chương trình du lịch trọn gói hay từng phần, quảng cáo và bán các chương trình này trực tiếp hay gián tiếp qua các trung gian hay văn phòng đại diện, tổ chức thực hiện chương trình và hướng dẫn du lịch. Các DN LH đương nhiên được phép tổ chức mạng lưới đại lý lữ hành.

**2. Doanh nghiệp lữ hành:** là các đơn vị có tư cách pháp nhân độc lập được thành lập nhằm mục đích sinh lợi bằng việc giao dịch, ký kết các hợp đồng du lịch và tổ chức thực hiện các CTDL trọn gói cho KDDL

### **Có vai trò:**

- Tổ chức các hoạt động trung gian, bán và tiêu thụ sản phẩm của các nhà cung cấp dịch vụ, rút ngắn hoặc xoá bỏ khoảng cách giữa khách du lịch với các cơ sở kinh doanh du lịch
- Tổ chức các CTDL trọn gói, các chương trình này nhằm liên kết sản phẩm du lịch như vận chuyển, lưu trú, tham quan, vui chơi, giải trí . . .thành một sản phẩm thống nhất, hoàn hảo, đáp ứng nhu cầu của khách.

### ***3. Phân loại DNLH***

#### ***Theo hình thái kinh tế và hình thức sở hữu tài sản***

- DNLH thuộc sở hữu nhà nước do nhà nước đầu tư
- DNLH tư nhân: công ty cổ phần, công ty TNHH, công ty liên doanh, công ty có vốn 100% nước ngoài)

#### ***Theo nhiệm vụ đặc trưng do hoạt động của doanh nghiệp***

- Công ty LH (công ty DL)
- Công ty lữ hành môi giới, trung gian.

***Theo kênh phân phối:*** DN bán buôn, bán lẻ, tổng hợp

***Theo qui mô hoạt động:*** DNLH lớn, trung bình, nhỏ

***Theo tổng cục DLVN :*** DNLH quốc tế, DNLH nội địa .

# CÁC CÔNG TY LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU CỦA VN

1. Công ty lữ hành Hanoitourist ([www.hanoitourist.vn](http://www.hanoitourist.vn), [www.hanoitourist-travel.com](http://www.hanoitourist-travel.com), [www.hanoitourist-travel.com.vn](http://www.hanoitourist-travel.com.vn))
  - “Top ten lữ hành quốc tế” các năm 2000, 2001, 2003, 2004 do Tổng cục Du lịch tặng.
  - Từ năm 1998- 2005: là đơn vị du lịch có tổng doanh thu đứng thứ nhất của Hàng không Việt Nam tại khu vực miền Bắc.



## 2. Công ty du lịch Vietravel ([www.vietravel.com](http://www.vietravel.com)) (1995)

Vietravel thu hút các quý khách bởi giá cả hợp lý, lịch trình tham quan định kỳ, thường xuyên, đảm bảo lợi ích tối đa, hạn chế tối thiểu rủi ro và bất lợi cho du khách...

- Huân Chương lao động hạng 3 (2001)
- Huân Chương Lao động hạng nhì (2005) do Chủ tịch nước tặng
- Danh hiệu “Một trong 10 công ty du lịch hàng đầu của Việt Nam” do Tổng cục du lịch Việt Nam trao tặng (2001, 2002)
- “Nhà điều hành tour có dịch vụ tốt nhất” do độc giả Báo Vietnam Economics Times (The Guide) bình chọn (2002, 2003, 2004, 2006)
- Doanh nghiệp du lịch xuất sắc nhất năm 2007 của báo The Guide, Top ten Lữ hành quốc tế năm 2006 do Tổng cục du lịch và Hiệp hội du lịch Việt Nam trao tặng...

### 3. Công ty dịch vụ lữ hành Saigontourist ([www.saigon-tourist.com](http://www.saigon-tourist.com) )

Chuyên kinh doanh các dịch vụ như: Khách sạn, nhà hàng, dịch vụ lữ hành, vận chuyển xuất nhập khẩu, xây dựng... Tổng công ty du lịch Sài Gòn ngày càng đa dạng hóa dịch vụ, hiện quản lý 08 công ty dịch vụ lữ hành, 54 khách sạn, 13 khu du lịch và 28 nhà hàng với đầy đủ tiện nghi... Ngoài ra còn có 50 công ty liên doanh trong nước, công ty hợp doanh và công ty cổ phần và 9 công ty liên doanh với nước ngoài.

**Đứng đầu Topten Lữ hành quốc tế năm 2006.**

#### 4. Công ty du lịch Fiditour ([www.fiditour.com](http://www.fiditour.com))

**Năm thành lập: 1989:** Công ty du lịch Fiditour chuyên kinh doanh lữ hành nội địa và quốc tế, khách sạn, nhà hàng, dịch vụ vé máy bay, dịch vụ du học, trung tâm tổ chức sự kiện MICE...Fiditour luôn chủ động trong việc khai phá, sáng tạo nên những sản phẩm độc đáo và chất lượng nhất để phục vụ khách hàng. Fiditour cũng là thành viên chính thức của các Hiệp hội Du lịch uy tín thế giới như: PATA, ASTA, JATA, Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VTA), Hiệp hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh (HTA)...

- Danh hiệu “ Một trong mười hãng lữ hành hàng đầu Việt Nam” liên tiếp 07 năm liền ( 2000 đến 2006) do Tổng cục Du lịch Việt Nam bình chọn
- Danh hiệu “Dịch vụ lữ hành được hài long nhất” năm 2003, 2004, 2005 và 2007 do báo Sài Gòn Tiếp Thị tổ
- Danh hiệu “Thương hiệu Việt yêu thích nhất” năm 2004, 2005, 2006, 2007 do báo SGGP tổ chức
- Danh hiệu “Nhà điều hành có dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất” năm 2007 do báo SGGP tổ chức.

## **5. Công ty du lịch Bến Thành ([www.benthanhtourist.com](http://www.benthanhtourist.com))**

**Năm thành lập: 1989:** Bến Thành Tourist hoạt động trong các lĩnh vực như dịch vụ lữ hành, nhà hàng khách sạn dịch vụ thương mại – XNK và dịch vụ đầu tư phát triển... Bến Thành Tourist hợp tác với hơn 40 hãng lữ hành quốc tế của 25 quốc gia vùng lãnh thổ và là thành viên chính thức của các hiệp hội ASTA, PATA, JATA.

Với phương châm “Tinh tế trong phong cách phục vụ” công ty luôn hướng tới nhằm khẳng định sự chuyên nghiệp, uy tín thương hiệu, tạo lòng tin với du khách trong và ngoài nước

- Độc giả báo Sài Gòn Tiếp Thị bình chọn “dịch vụ lữ hành được hài lòng” trong hai năm liền 2003 - 2004.
- Tổng cục du lịch trao tặng cúp Top ten lữ hành quốc tế hàng đầu Việt nam trong 8 năm liên tiếp (1999 – 2006).
- Độc giả báo Sài Gòn giải phóng bình chọn danh hiệu du lịch Việt được yêu thích năm 2005 - 2006.
- Độc giả thời báo kinh tế Việt Nam bình chọn “nhà điều hành xuất sắc” tại Việt Nam (2004 và 2006)...

## **4. Hệ thống sản phẩm của DNLH:**

**4.1. Các dịch vụ trung gian:** Loại sản phẩm này là do các công ty lữ hành làm trung gian giới thiệu, bán hoặc tiêu thụ sản phẩm cho các nhà cung cấp để hưởng hoa hồng. Gồm có:

- + Vận chuyển (đăng ký, đặt chỗ, bán vé, cho thuê xe. . .)
- + Đặt chỗ trong các khách sạn, nhà hàng, hội nghị, tiệc. . .vv
- + Bán vé tham quan, vào cổng, biểu diễn nghệ thuật. . .
- + Bán bảo hiểm ( con người, phương tiện. . .)
- + Bán hàng lưu niệm.

## 4.2. Các chương trình du lịch (CTDL):

CTDL là lịch trình được đặt trước của chuyến du lịch do công ty lữ hành tổ chức trong đó xác định thời gian chuyển đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán của chương trình .

Một chương trình du lịch trọn gói gồm: vận chuyển, khách sạn, ăn uống, tham quan, vui chơi giải trí...

**Với các đặc điểm:**

- + Tính vô hình của sản phẩm
- + Tính không đồng nhất
- + Tính phụ thuộc vào uy tín của nhà cung cấp
- + Tính dễ bị sao chép và bắt chước
- + Tính thời vụ cao
- + Tính khó bán do kết quả của những đặt tính trên



## **Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh:**

+CTDL chủ động: DNLH nghiên cứu thị trường để xây dựng chương trình ấn định ngày thực hiện, tổ chức quảng cáo và bán - thực hiện.

+CTDL bị động: DNLH tiếp nhận yêu cầu của khách – xây dựng CTDL – khách thỏa thuận lại và CT được thực hiện

+CTDL kết hợp: DNLH nghiên cứu thị trường: xây dựng chương trình nhưng không ấn định ngày thực hiện – khách đến thỏa thuận và chương trình được thực hiện

Chương trình này phụ thuộc vào thị trường dung lượng không lớn, không ổn định và nó khắc phục được nhược điểm của hai chương trình trên.

## Căn cứ vào mức giá

- CTDL trọn gói : được chào bán với mức giá gộp, tổng hợp toàn bộ dịch vụ và hàng hoá phát sinh trong chuyến đi – là loại CTDL chủ yếu của DNLH
- CTDL với các mức giá cơ bản : Có giá của một số dịch vụ cơ bản : giá vận chuyển, lưu trú ...
- CTDL với mức giá tự chọn : dành cho khách lựa chọn các dịch vụ với các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau ở các mức giá khác nhau

# Căn cứ vào phạm vi không gian lãnh thổ

CTDL nội địa ( DIT)

- Đối tượng : Khách nội địa, khách quốc tế do hãng lữ hành gửi đến, người nước ngoài làm việc tại Việt Nam  
CTDL quốc tế ( FIT)

CTDL quốc tế gửi khách (out bound tour)

+ Theo nước gửi khách khách CTDL quốc tế nhận khách ( in bound Tour)

+ Số lượng khách:

CTDL quốc tế độc lập cho khách đi lẻ

CTDL quốc tế dành cho khách đi theo đoàn

## **Căn cứ vào nội dung vào mục đích chuyển đi**

- + CTDL nghỉ dưỡng, giải trí, tham quan
- + CTDL theo chuyên đề : văn hoá, lịch sử . . .
- + CTDL tôn giáo, tín ngưỡng
- + CTDL thể thao, khám phá, mạo hiểm

### 4.3. Các hoạt động kinh doanh lẻ hành tổng hợp:

- Trong quá trình hoạt động kinh doanh, một số công ty lẻ hành có điều kiện, có thể tự sản xuất trực tiếp ra các sản phẩm đơn lẻ phục vụ chủ yếu cho hoạt động kinh doanh các CTDL nhằm giảm mạnh các chi phí, nâng cao hơn nữa lợi nhuận, hiệu quả kinh doanh của công ty
- Do vậy họ có thể kinh doanh trong các lĩnh vực sau:
  - + Kinh doanh khách sạn
  - + Kinh doanh vận chuyển
  - + Kinh doanh các dịch vụ vui chơi, giải trí
  - + Các dịch vụ trong ngân hàng như: Phát hành các loại séc, thẻ thanh toán trong du lịch, dịch vụ đổi

## 5.TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

### 5.1.Tổ chức các kênh phân phối

Kênh phân phối là sự kết hợp hữu cơ giữa nhà sản xuất và những trung gian để tổ chức vận động hàng hóa hợp lí nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng cuối cùng.

Kênh phân phối có thể hiểu là một tập hợp có hệ thống các phần tử tham gia vào quá trình chuyển đưa hàng hóa từ nhà sản xuất (hoặc tổ chức hàng đầu nguồn) đến người sử dụng

Phân phối trong du lịch được hiểu là quá trình hoạt động, nhờ đó khách hàng đến được với sản phẩm thông qua môi giới trung gian.

- Thiết lập mối liên hệ giữa cung và cầu
- Thông tin đến khách hàng và đưa khách hàng đến với sản phẩm
- **Kênh phân phối trong du lịch:**

Hệ thống kênh phân phối trong du lịch là một tập hợp các đơn vị cung ứng hay cá nhân để hoạt động những việc thuộc lĩnh vực của mình hoặc của những đơn vị khác nhằm đưa khách hàng đến với sản phẩm hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm cho khách hàng.

## **5.2.hệ thống phân phối du lịch:**

- Công ty du lịch trọn gói
- Các văn phòng du lịch hay đại lý du lịch
- Các công ty chuyên biệt.

### **1.Công ty du lịch trọn gói:**

Là một trong những bộ phận của dịch vụ lữ hành.

- + Đối với khách hàng: biết được những chi tiết của tuyến đi, chi phí, giá cả, tiết kiệm được nhờ giá rẻ của dịch vụ trọn gói.
- + Đối với đơn vị cung ứng: cải thiện được tình trạng kinh doanh, tiết kiệm được phí tổn



## **Hoạt động:**

- Những chuyến du lịch trọn gói thường thường được bán thông qua bản thân những công ty cung ứng du lịch trọn gói hoặc thông qua những điểm bán lẻ của chính công ty đó hoặc những điểm bán lẻ mà công ty kiểm soát hay là các văn phòng du lịch được công ty chấp nhận
- những công ty du lịch trọn gói thường cộng tác với các hãng hàng không, hãng tàu biển, khách sạn nhà hàng, các địa điểm dịch vụ tham quan, giải trí, các công ty thuê xe...

## **2.Đại lý lữ hành**

Đại lý lữ hành là tất cả các tổ chức hoặc cá nhân thực hiện chức năng tư vấn cho khách, bán các CTDL cho khách . Đại lý du lịch là tất cả văn phòng đại diện bán hoặc tư vấn lữ hành

### **Theo luật du lịch:**

Đại lý lữ hành và các tổ chức hay cá nhân bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch để hưởng hoa hồng. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện chương trình du lịch.

- tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành phải đáp ứng các điều kiện sau:
  - Đăng ký kinh doanh đại lý lữ hành tại cơ quan đăng ký kinh doanh có thẩm quyền
  - Có hợp đồng đại lý với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

## **Đặc điểm:**

- Đại lý chỉ quan tâm đến việc tiêu thụ sản phẩm công ty để hưởng hoa hồng
- Đại lý chỉ có chức năng thương mại cho công ty .
- Là người đại diện cho khách hàng đặt mua sản phẩm dịch vụ từ công ty
- Do đại lý là người trung gian nên họ không mua trước sản phẩm . Họ không có hoạt động dự trữ lưu kho. Không có chi phí cho cơ sở lưu kho thấp hơn so với các dịch vụ cùng loại của các ngành khác

- Đại lý không chịu trách nhiệm trực tiếp về số lượng, chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ tiêu thụ
- Hoạt động của đại lý và của công ty lữ hành thường tồn tại thông qua những hợp đồng ủy thác, mua bán ....
- Tỷ lệ hoa hồng biểu hiện kết quả kinh doanh của Đại lý, tỷ lệ này khác nhau giữa các loại sản phẩm và tập quán của từng quốc gia

## Trách nhiệm

- + Đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng phục vụ khi tiến hành bán sản phẩm của các nhà cung cấp cho khách du lịch : tốc độ phục vụ, thái độ của nhân viên.
- + Sử dụng các tài liệu quảng cáo của các nhà cung cấp . Chỉ được dán tem của đại lý lên các ấn phẩm quảng cáo này nếu được các nhà cung cấp đồng ý
- + Cung cấp thông tin chính xác cho khách . Đội ngũ nhân viên phải thường xuyên nghiên cứu, hiểu rõ mọi thông tin để có thể tư vấn cho khách, giúp họ lựa chọn được sản phẩm thích hợp nhất
- + Sử dụng các mẫu biểu đăng ký đặt chỗ của các nhà cung cấp. Tuân thủ đúng quy định của các nhà cung

- + Thu tiền phạt đối với khách nếu họ thay đổi đăng ký đặt chỗ theo đúng mức qui định
- + Đảm bảo khách thực hiện đúng các nội dung cần thiết theo các mẫu biểu đăng ký đặt chỗ của nhà cung cấp
- + Thông báo cho khách thực hiện các dịch vụ bảo hiểm
- + Kiểm tra tài liệu của các nhà cung cấp trước khi chuyển tới khách du lịch
- + Thông tin cho khách về các điều kiện vệ sinh, giữ gìn sức khỏe trong quá trình tiêu thụ sản phẩm du lịch .
- + Nếu có những vấn đề bất thường xảy ra đều có sự tham gia chịu trách nhiệm của các nhà cung cấp và

# **Hệ thống sản phẩm của các đại lý du lịch**

- + Dịch vụ hàng không
- + Dịch vụ lưu trú ăn uống
- + Dịch vụ là các CTDL
- + Cung cấp các DVLH bằng tàu thủy
  - + Các dịch vụ khác



# Quy trình phục vụ của ĐLLH

- Tiếp nhận các yêu cầu từ phía khách ( trực tiếp hoặc gián tiếp ), phải đảm bảo sự tiện lợi và giảm đến mức tối thiểu khả năng chờ đợi của khách, khách phải được thông tin kịp thời, đầy đủ, chính xác về thông tin dịch vụ mà họ yêu cầu

- Tư vấn và thuyết phục khách tiêu dùng sản phẩm, nắm được tâm lý, động cơ, mục đích tiêu dùng, khả năng chi tiêu của khách. Thể hiện được sự lành nghề, nhiệt tình, chân thành, cởi mở và có sự quan tâm đến khách đặc biệt là khả năng nghiệp vụ của nhân viên tiếp xúc trực tiếp với khách.
- Nếu khách mua sản phẩm thì tiến hành làm thủ tục thanh toán và hướng dẫn khách các nội dung, sản phẩm của công ty . Nếu khách không mua thì kết thúc quá trình phục vụ trong một sự niềm nở ân cần biết kiểm chế, bình tĩnh.

### **3. Các công ty và văn phòng chuyên biệt khác:**

- Văn phòng giao dịch:

Là tổ chức bán sản phẩm cho một nhà cung ứng trong một vùng nhất định. Thừa hưởng hoa hồng từ các nhà cung ứng từ khoảng 2-3% về kết quả bán sản phẩm.

Các văn phòng giao dịch thường bán, quảng cáo cho những sản phẩm bán dễ chạy và có thể họ hoạt động quảng cáo, bán sản phẩm cho đối thủ cạnh tranh

- Văn phòng marketing du lịch của chính phủ

Đây là cơ quan chuyên trách Marketing của chính phủ, có vai trò quan trọng đối với kênh của các nhà cung ứng.

Mỗi chính phủ thường có một phòng phụ trách về Marketing du lịch ở nước ngoài, thường khuyến khích việc du lịch và cung cấp những tin tức về du lịch của nước mình, cho phép những những nhà cung ứng của nước mình, các công ty lữ hành kết hợp làm công tác Marketing

- Tổ chức những dịch vụ du lịch, hội chợ du lịch với sự cộng tác của những nhà cung ứng.
- Hành động như một trung gian để phân phát các cẩm nang và những tài liệu liên quan đến thông tin du lịch
- Đảm nhận trách nhiệm xúc tiến nhanh chóng việc cấp giấy phép xuất nhập cảnh

# CHƯƠNG 2. THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

## 2.1. Định nghĩa chương trình du lịch

### Những nghiên cứu ở nước ngoài:

#### - Theo Gagnon và Ociepka:

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

- *Theo Charles J. Wetelka:*

CTDL là bất kỳ chuyến đi chơi nào có **sự sắp xếp trước** (thường được **trả tiền trước**) đến một hoặc nhiều địa điểm và trở về nơi xuất phát. Thông thường bao gồm **sự đi lại, ở, ăn, ngắm cảnh và những thành tố khác**

- Theo **EU**:

CTDL là sự kết hợp được **sắp xếp từ trước** của ít nhất hai trong số các dịch vụ: **nơi ăn ở, các dịch vụ khác sinh ra từ dịch vụ giao thông** hoặc nơi ăn ở và nó **được bán với mức giá gộp** và thời gian của chương trình phải nhiều hơn 24 giờ.



- *Theo Robert T.Reilly:*

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

CTDL là **tất cả các dịch vụ** để thực hiện chuyến đi đã **được trả tiền trước** loại trừ các dịch vụ tiêu dùng đơn lẻ của khách

## Ở Việt Nam

### - Theo ND số 27/2001/ND-CP:

CTDL là lịch trình được định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán chương trình.

### - Theo luật du lịch Việt Nam:

CTDL là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi

- **Theo nhóm tg bộ môn du lịch, DH KTQD:**

CTDL trọn gói là những nguyên mẫu để căn cứ vào đó, người ta tổ chức các chuyến du lịch với mức giá đã được xác định trước. Nội dung của CTDL thể hiện lịch trình thực hiện chi tiết các hoạt động từ vận chuyển lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí tới tham quan...Mức giá của chuyến bao gồm giá của hầu hết các dịch vụ và hàng hoá phát sinh trong quá trình thực hiện du lịch.

## ***Định nghĩa:***

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

## 2.2. Đặc điểm của sản phẩm là chương trình du lịch

Các yêu cầu của một CTDL:

- Nội dung CTDL phải phù hợp với nhu cầu của khách
- Nội dung CTDL phải có tính khả thi
- CTDL phải đáp ứng được mục tiêu và tính phù hợp với nguồn lực, khả năng của doanh nghiệp

## 2.3. Phân loại CTDL

### a. Ý nghĩa:

- Hoàn thiện nội dung chính sách sản phẩm
- Lựa chọn các đoạn thị trường mục tiêu phù hợp với đặc điểm của từng loại chương trình du lịch
- Có chính sách đầu tư phù hợp với từng loại CTDL
- Làm cơ sở để nghiên cứu các sản phẩm mới hấp dẫn

## ***b. Các tiêu chí phân loại:***

### ***- Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh:***

+CTDL chủ động: DNLH nghiên cứu thị trường để xây dựng chương trình ấn định ngày thực hiện, tổ chức quảng cáo và bán - thực hiện.

+CTDL bị động: DNLH tiếp nhận yêu cầu của khách – xây dựng CTDL – khách thỏa thuận lại và CT được thực hiện

+CTDL kết hợp: DNLH nghiên cứu thị trường: xây dựng chương trình nhưng không ấn định ngày thực hiện – khách đến thỏa thuận và chương trình được thực hiện

## **- Căn cứ vào mức giá:**

- + CTDL trọn gói : được chào bán với mức giá gộp, tổng hợp toàn bộ dịch vụ và hàng hoá phát sinh trong chuyến đi – là loại CTDL chủ yếu của DNLH
- + CTDL với các mức giá cơ bản : Có giá của một số dịch vụ cơ bản : giá vận chuyển, lưu trú ...
- + CTDL với mức giá tự chọn : dành cho khách lựa chọn các dịch vụ với các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau ở các mức giá khác nhau



- ***Căn cứ vào nội dung và mục đích chuyến đi:***
  - + CTDL nghỉ dưỡng, giải trí, tham quan
  - + CTDL theo chuyên đề : văn hoá, lịch sử . . .
  - + CTDL tôn giáo, tín ngưỡng
  - + CTDL thể thao, khám phá, mạo hiểm
  - + CTDL tổng hợp

- ***Căn cứ vào các dịch vụ cấu thành và mức độ phụ thuộc trong tiêu dùng:***

### **1. CTDL trọn gói có người tháp tùng:**

- Gồm có hầu hết các thành phần dịch vụ đã được sắp đặt trước
- Giá trọn gói của tất cả các dịch vụ, chi phí thường thấp hơn so với dịch vụ cùng loại của các CTDL khác
- Khách mua chương trình được tổ chức thành đoàn và có hướng dẫn viên chuyên nghiệp đi cùng phục vụ suốt tuyến
- Tất cả các hoạt động của du khách đều phải tuân theo lịch trình đã được xác định trước dưới sự điều khiển của HDV

### **2. CTDL có HDV từng chặng:**

### 3. *CTDL độc lập đầy đủ theo yêu cầu của khách:*

- Đáp ứng chính xác mong muốn của khách, mọi chi tiết trong suốt quá trình du lịch đều được lên kế hoạch trước, tiêu dùng độc lập theo sở thích riêng
- Giá của chương trình là giá trọn gói của tất cả các dịch vụ. Giá thường đắt hơn so với các chương trình du lịch khác có các dịch vụ cùng thứ hạng, số lượng và thời gian

#### ***4.CTDL độc lập tối thiểu theo đơn đặt hàng của khách:***

- Gồm hai thành phần dịch vụ cơ bản là vận chuyển và lưu trú
- Giá trọn gói gồm chi phí vé máy bay, buồng ngủ khách sạn, chi phí vận chuyển từ sân bay đến khách sạn và ngược lại
- Chi phí cho các dịch vụ thường đắt hơn so với chi phí của các dịch vụ cùng loại trong CTDL có người tháp tùng
- Khách tự đi và tự định liệu các hoạt động theo sở thích của mình

## ***5.CTDL tham quan:***

- Phục vụ cho một tuyến tham quan ngắn ở một điểm hay khu du lịch nào đó
- Độ dài của chương trình có thể là từ vài giờ đến vài ngày trong phạm vi hẹp
- Phần lớn có HDV của doanh nghiệp đi kèm hoặc có dịch vụ hướng dẫn tham quan tại chỗ
- Giá của CT là giá trọn gói của các dịch vụ phục vụ cho quá trình tham quan
- Có thể được bán tách rời và có thể được bán kèm theo với các sản phẩm của hãng vận chuyển hoặc các cơ sở kinh doanh lưu trú.

## 2.4. Qui trình xây dựng CTDL:

1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường
2. Nghiên cứu khả năng đáp ứng
3. Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp
4. Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình
5. Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa
6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản
7. Xây dựng phương án vận chuyển, lưu trú, ăn uống .
8. Điều chỉnh và bổ sung tuyến hành trình và chi tiết hoá CTDL
9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình
10. Xây dựng những qui định của chương trình .

# 1. Nghiên cứu thị trường khách du lịch:

- Thiết lập được mối quan hệ giữa nội dung của CTDL và nhu cầu của khách

Thị trường tổng thể luôn bao gồm một số lượng rất lớn khách du lịch với những nhu cầu, đặc tính mua và sức mua khác nhau. Để đáp ứng hết nhu cầu của tất cả khách hàng là điều rất khó. Do đó cần phải phân đoạn thị trường để lựa chọn các thị trường mục tiêu và tiến hành điều tra khảo sát nghiên cứu thị trường.

## - **Nghiên cứu tài liệu:**

Sử dụng các dữ liệu sẵn có (dữ liệu thứ cấp) từ các công trình nghiên cứu, sách, báo, tạp chí, ý kiến của chuyên gia... để tổng hợp, phân tích, đánh giá và rút ra kết luận.

Tuy phương pháp này đơn giản, ít tốn kém nhưng mức độ tin cậy và phù hợp không cao.



- **Lấy thông tin từ thị trường gửi khách và các chuyên du lịch làm quen (Famtrip):**

**Famtrip** là hình thức du lịch tìm hiểu, làm quen, tiếp thị. Đây là một chương trình du lịch miễn phí dành cho các hãng lữ hành, các nhà báo tới một hay nhiều điểm du lịch của một quốc gia, hoặc một hay nhiều địa phương để làm quen với các sản phẩm du lịch tại các điểm du lịch của quốc gia hay địa phương đó để các hãng lữ hành khảo sát, lựa chọn, xây dựng chương trình du lịch có hiệu quả thiết thực để chào bán cho khách, các nhà báo viết bài tuyên truyền nhằm thu hút khách du lịch.

- **Khảo sát trực tiếp:**

### ***Phương pháp phỏng vấn***

Là phương pháp dùng một hệ thống các câu hỏi miệng để người được phỏng vấn trả lời bằng miệng nhằm thu được những thông tin về đối tượng nghiên cứu.

Phương pháp này có nhiều ưu điểm như thu được thông tin trực tiếp chính xác, bổ ích, thu được thông tin nhiều mặt.

Tuy nhiên cách này lại rất tốn thời gian, công sức, kinh phí (xử lý tốn kém, phức tạp)

## ***Phương pháp điều tra An –két (bảng hỏi, phiếu trưng cầu ý kiến):***

Là phương pháp dùng một hệ thống câu hỏi đã được chuẩn bị sẵn trên giấy theo những nội dung xác định, người được hỏi sẽ trả lời bằng cách viết trong một thời gian nhất định.

Phương pháp này cho phép điều tra, thăm dò ý kiến đồng loạt nhiều người.

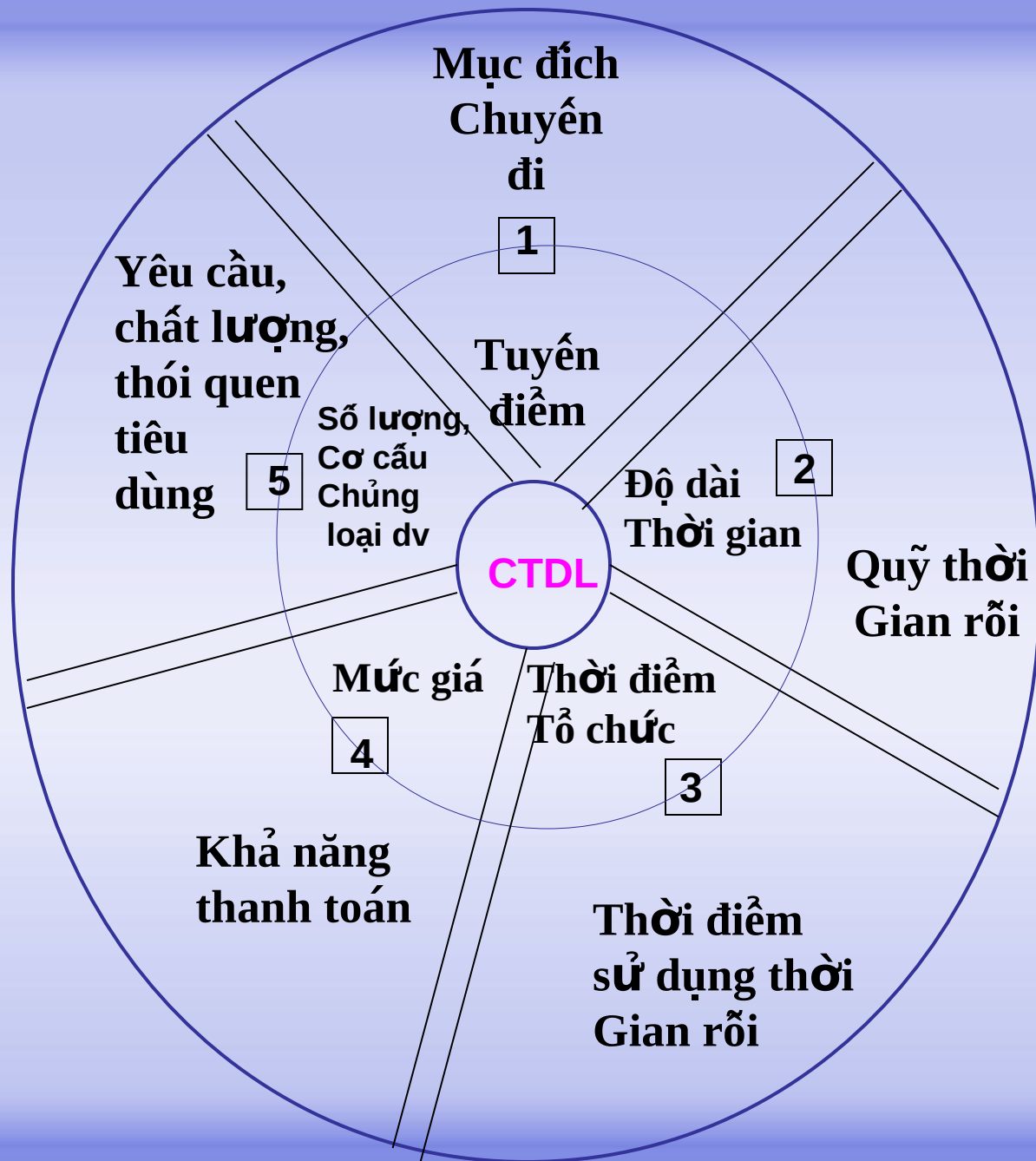
Hiệu quả của phương pháp phụ thuộc rất lớn vào việc xây dựng một bảng an-két chuẩn, có khả năng đem lại cho người nghiên cứu những thông tin đầy đủ, chính xác về đối tượng nghiên cứu.

Phương pháp này tiết kiệm được kinh phí hơn so với phương pháp phỏng vấn. Tuy nhiên, phải đầu tư nhiều thời gian và công sức để soạn thảo một bảng hỏi chuẩn.

Thường nhiều câu hỏi không nhận được sự trả lời cho nên sẽ hạn chế sự đầy đủ của thông tin.

## ***Nội dung chính của tiêu dùng du lịch:***

- Động cơ, mục đích của chuyến đi
- Khả năng thanh toán
- Thói quen sử dụng, thị hiếu thẩm mỹ và yêu cầu về chất lượng các dịch vụ
- Các chỉ tiêu về thời gian dành cho du lịch
- Các tiêu thức khác như tần số đi du lịch, thời gian trung bình cho một chuyến du lịch, các tuyến điểm du lịch ưa thích...



## **2. Nghiên cứu khả năng đáp ứng:**

Thiết lập được mối quan hệ giữa khả năng cung ứng nhu cầu du lịch với nội dung của CTDL để đảm bảo tính khả thi.

- **Nghiên cứu nguồn tài nguyên:** nghiên cứu khả năng khai thác tài nguyên để phục vụ du lịch, sự phù hợp của giá trị tài nguyên du lịch đối với mục đích của CTDL
- **Khả năng sẵn sàng đón tiếp phục vụ du khách:**
- Tất cả các điều kiện về cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng, các điều kiện về kinh tế, chính trị...

### **3. Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp:**

CTDL phải phù hợp với nguồn lực (nhân lực và vật lực) cũng như khả năng của doanh nghiệp

### **4. Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình:**

Thể hiện ở tên gọi của chương trình sao cho lôi cuốn được sự chú ý, và nhất thiết trong nội dung phải thể hiện một số điều mới lạ. Ý tưởng của chương trình là sự kết hợp cao nhất, sáng tạo nhất giữa nhu cầu của khách du lịch và tài nguyên. Ý tưởng mới sẽ tạo ra một tên gọi lôi cuốn và trong một chừng mực nào đó sẽ tạo ra loại hình du lịch mới.



## **5. Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa:**

Tính toán đến sự cân đối giữa khả năng về thời gian và tài chính của khách với nội dung và chất lượng của CTDL, phải đảm bảo sự hài hoà giữa mục đích kinh doanh của công ty với yêu cầu du lịch của du khách.

## **6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản:**

Xây dựng lịch trình, lộ trình trong một không gian và thời gian cụ thể, chúng kết nối với nhau theo một tuyến hành trình nhất định.

Để xây dựng được các tuyến hành trình cần phải xác định được hệ thống các điểm du lịch và hệ thống đường giao thông.

## 7. Xây dựng phương án vận chuyển, lưu trữ, ăn uống:

- + Phương án vận chuyển : **Xác định khoảng cách di chuyển**, xác định địa hình để lựa chọn phương tiện vận chuyển thích hợp, xác định điểm dừng chân trên tuyến hành trình, chú ý độ dốc, tính tiện lợi, độ an toàn, mức giá của phương tiện vận chuyển.
- + Lưu trữ và ăn uống: Căn cứ vào vị trí thứ hạng, mức giá, chất lượng, số lượng , sự tiện lợi và mối quan hệ giữa nhà cung ứng và doanh nghiệp

- **MỘT SỐ chú ý khi xây dựng chương trình du lịch:**
- CTDL phải có tốc độ thực hiện hợp lý, các hoạt động không nên quá nhiều, việc di chuyển phải phù hợp với khả năng chịu đựng về tâm sinh lý của từng baidu khách;
- Cần đa dạng hóa các baidình hoạt động, tăng cường các trải nghiệm trong tầu dùng dịch vụ cho du khách, tránh sự đơn điệu tạo cảm giác nhàm chán cho du khách;
- Phải có sự cân đốigiữa khả năng về thời gian, tài chính của khách với nội dung và chất lượng của chương trình.

## **8. Điều chỉnh và bổ sung tuyến hành trình và chi tiết hoá CTDL**

## **9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình**

### **9.1. Xác định giá thành của CTDL**

- Giá thành của một CTDL là tất cả những chi phí trực tiếp mà DNLH phải chi trả để thực hiện chương trình. Chi phí cho một khách gọi là giá thành, chi phí cho cả đoàn gọi là tổng chi phí.
- + chi phí cố định là chi phí của tất cả các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá của chúng được xác định cho cả đoàn khách (mọi thành viên trong đoàn đều tiêu dùng chung). Loại chi phí này thường tính cho cả đoàn khách

+ chi phí biến đổi là chi phí của tất cả các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá của chúng được quy định cho từng khách, chúng gắn liền trực tiếp với sự tiêu dùng riêng biệt của từng khách. Các chi phí biến đổi tính cho một khách.

***Công thức tính giá thành:***

- ***Giá thành cho một khách:***

$$z = VC + \frac{FC}{Q}$$

- ***Tổng chi phí cho cả đoàn khách:***

$$Z = z \cdot Q = VC \cdot Q + FC$$

## **Trong đó:**

- **z**: giá thành cho một khách
- **Z**: tổng chi phí cho cả đoàn khách
- **Q**: Số thành viên trong đoàn
- **FC**: Tổng chi phí cố định
- **VC**: Tổng chi phí biến đổi

## ***Phương pháp tính giá thành:***

### ***1. Theo khoản mục chi phí:***

- Liệt kê các khoản chi phí
- phân ra các khoản mục chi phí (FC và VC)
- Nhóm toàn bộ các chi phí phát sinh vào các khoản mục đã xác định.
- Lập bảng tính giá thành



# Xác định giá thành theo khoản mục chi phí

STT	Nội dung chi phí	Phí biến đổi	Phí cố định
1	Vận chuyển		+
2	Khách sạn	+	
3	Ăn uống	+	
4	Phương tiện tham quan		+
5	Vé tham quan	+	
6	Phí hướng dẫn		+
7	Visa- Hộ chiếu	+	
8	Các chi phí khác		
9	<b>Tổng chi phí</b>	VC	FC

# Xác định giá thành theo lịch trình

<b>Thời gian Lịch trình</b>	<b>STT</b>	<b>Nội dung chi phí</b>	<b>Phí biến đổi</b>	<b>Phí cố định</b>
Ngày 1	1	Vận chuyển		+
Ngày 2	2	Khách sạn	+	
Ngày 3	5	Vé tham quan	+	
...	6	Khách sạn	+	
...	17	Vận chuyển		+
	19			
		<b>Tổng số</b>	<b>VC</b>	<b>FC</b>

## **9.2.Xác định giá bán của CTDL:**

Giá bán của một CTDL thường phụ thuộc vào:

- Mức giá phổ biến trên thị trường
- Vai trò, vị thế, thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường
- Mục tiêu của doanh nghiệp
- Giá thành của chương trình
- Thời vụ du lịch

## *Công thức tính giá bán của CTDL:*

$$\mathbf{G = z + Cb + Ck + P + T \quad (1)}$$

Trong đó:

- z: giá thành tính cho một khách
- P: khoản lợi nhuận dành cho doanh nghiệp lữ hành
- Cb: chi phí bán, gồm hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuếch trương
- Ck: Các chi phí khác: quản lý, thiết kế CT...
- T: các khoản thuế

## **Trường hợp 1: Cb, Ck, P, T được tính theo giá thành (z):**

Gọi  $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$  lần lượt là hệ số của Cb, Ck, P, T được tính theo giá thành.

Thay vào (1) ta có:

$$\begin{aligned} G &= z + \alpha_1 .z + \alpha_2 .z + \alpha_3 .z + \alpha_4 .z \\ &= z \left( 1 + \sum_{i=1}^4 \alpha_i \right) \end{aligned}$$

## Trong đó:

$\alpha_1 = \alpha_{Cb}$  là hệ số của chi phí bán

$\alpha_2 = \alpha_{Ck}$  là hệ số của các chi phí khác

$\alpha_3 = \alpha_P$  là hệ số của lợi nhuận

$\alpha_4 = \alpha_T$  là hệ số của thuế

$\Sigma$  là tổng của các hệ số  $C_b$ ,  $C_k$ ,  $P$ ,  $T$ . Giá trị của các hệ số phụ thuộc vào các yếu tố ảnh hưởng đến giá cả đã nêu ở trên, các quy định của nhà nước về thuế, tập quán kinh doanh của các doanh nghiệp và thường từ 0,25 đến 0,4.

## Trường hợp 2: $C_b, C_k, P, T$ được tính theo giá bán ( $G$ ):

Gọi  $\beta$  là hệ số của các khoản tính theo giá bán:

Thay vào (1), công thức giá bán trong trường hợp này là:

$$G = \frac{Z}{1 - \sum_{i=1}^4 \beta_i}$$

**Trường hợp 3: Cb, Ck, P, T được tính theo cả hai:**

$$G = \frac{z(1 + \sum \alpha)}{(1 - \sum \beta)}$$



VD1: Một chương trình du lịch có các dữ kiện sau:

- Thời gian: 2 ngày, một đêm
- Phí thuê xe: 2000000đ
- Phí thuê hướng dẫn: 300.000/ngày
- Vé tham quan: 55000/người cho cả chuyến hành trình
- Tiền phòng: 250.000/phòng đôi
- Tiền ăn: 70.000/ngày
- Phí bảo hiểm: 1.5000/khách/ngày
- Các chi phí biến đổi khác: 200.000/khách
- Chi phí cố định khác cho cả đoàn là 700.000đ
- Số lượng khách trong đoàn là 20 người.

Tính giá thành và giá bán cho một khách, tổng chi phí cho cả đoàn khách trong các trường hợp sau:

1.  $C_k = 15\%z$

$$C_b = 15\%z$$

$$P = 5\%z$$

$$T = 10\%z$$

3.  $C_k = 15\%z$

$$C_b = 15\%G$$

$$P = 5\%z$$

$$T = 10\%z \quad G$$

2.

$$C_k = 15\%G$$

$$C_b = 15\%G$$

$$P = 5\%G$$

$$Z = 10\%G$$

# Đơn vị tính: VND

STT	Khoản mục chi phí	FC	VC
	Thuê xe	2.000000	
	Thuê hướng dẫn	600.000	
	Vé tham quan		55.000
	Tiền phòng		250.000
	Tiền ăn		140.000
	Phí bảo hiểm		3000
	Chi phí cố định khác	700.000	
	700.000		200.000
	Chi phí biến đổi khác	3.300.000	200.000

$$z = 3300000 / 20 + 648000 = 813.000$$

$$a.G = 813.000 (1 + 0,45) = 1.178850$$

$$b.G = 813.000 / (1 - 0,45) = 1.478181,8$$

$$c.G = 813.000 (1 + 0,2) / (1 - 0,25) = 1.300800$$

## **Trường hợp 4: giá bán có thuế giá trị gia tăng (VAT)**

Khi tính giá bán cho khách còn phải cộng thêm thuế giá trị gia tăng, trong lĩnh vực du lịch VAT hiện nay là 10% giá doanh nghiệp. Giá doanh nghiệp là tổng các chi phí cho một lần thực hiện CTDL và lợi nhuận dự tính của doanh nghiệp

$$G_{dn} = z + C_b + C_k + P + T$$

Giá bán cho khách

$$G_b = G_{dn} + 0,1 G_{dn} = 1,1 G_{dn}$$

## **Trường hợp 5: mua hộ vé vận chuyển cho khách**

Ở đây doanh nghiệp lữ hành chỉ thực hiện chức năng làm đại lý để hưởng hoa hồng nên không tính giá vé của các dịch vụ vận chuyển mua hộ khách vào Z và Gdn mà để vào một khoản riêng sau đó cộng với giá bán để thu tiền chuyến du lịch cho một khách:

$$\mathbf{G = G_b + G_{vc}}$$

• **Tính giá bán theo lợi nhuận mục tiêu:**

• Dựa trên cơ sở định mức tỷ suất lợi nhuận đạt được theo tổng số vốn đầu tư:

$$Gb = z + \frac{LN}{Q}$$

• Số khách mua CTDL để đạt điểm hoà vốn:

$$Q_{hv} = \frac{FC}{Gb - VC}$$

• Số khách mua CTDL để đạt lợi nhuận mục tiêu:

$$Q = \frac{FC + LN}{Gb - VC}$$

- **VD 2 MỘT CTDL có các dữ kiện sau :**
- Thời gian: 4 ngày 3 đêm
- Tiền phòng: 120.000 / phòng đôi / đêm
- Tiền ăn: 50.000 / ngày
- Vé tham quan: 80.000 / khách cho cả chuyến
- phí thuê hướng dẫn: 100.000 / ngày
- phí thuê một suất biểu diễn: 350.000 / tối
- phí bảo hiểm : 1.500 / khách / ngày
- phí vận chuyển với xe 24 chỗ : 600.000 / ngày
- Với xe 45 chỗ : 800.000 / ngày



- Tính giá thành, giá bán cho một khách và số khách hoà vốn trong cả hai trường hợp
- $C_k = 10\% G_b$
- $C_b = 10\% G_b$
- $P = 10\% G_b$
- $T = 5\% G_b$

- **10. Xây dựng những quy định cho CTDL:**
- Nội dung, mức giá của CTDL
- Quy định về giấy tờ
- Quy định về vận chuyển
- Quy định về đăng ký đặt chỗ, tiền đặt cọc, hình thức và thời hạn thanh toán
- Trách nhiệm của doanh nghiệp ữ hành
- Các trường hợp đặc biệt

- **2.5. Một số chương trình du lịch tại Việt Nam :**
- **Các chương trình du lịch vùng Bắc Bộ:**
- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là du lịch văn hoá, sinh thái kết hợp với du lịch tham quan nghiên cứu, nghỉ dưỡng.
- **A1: Hà Nội**
- + Khu vực Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh
- + Khu phố cổ
- + Hệ thống các viện bảo tàng
- + Các nhà hát dân tộc
- + Hệ thống các đình chùa

- **Chương trình 1:**

- + Sáng: đón khách tại Hà Nội, tham quan Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Hoàng Thành
- + Trưa: ăn tại khách sạn hoặc một nhà hàng quanh khu phố cổ
- + Chiều: tham quan Văn Miếu, các viện bảo tàng
- + Tối: Xem biểu diễn nghệ thuật dân gian

- **Chương trình 2:**

- + Sáng: đón khách, tham quan Lăng Chủ tịch, Văn Miếu Quốc Tử Giám
- + Trưa: như CT1
- + Chiều: chùa Quán Sứ, chùa Trấn Quốc, khu phố cổ, di tích Hoàng Thành
- + Tối: xem biểu diễn nghệ thuật

- Nếu xây dựng các chương trình du lịch dài ngày, sử dụng các khu vực phụ cận:
- Khu vực Hồ Tây
- Làng nghề
- Hệ thống các chùa

- **A2: Hà Nội-Hạ Long**
- Ngày 1: sáng xuất phát từ Hà Nội, đến Hải Dương tham quan Côn Sơn-Kiếp Bạc. Buổi chiều ở Tuần Châu
- Ngày 2: Tham quan vịnh, chiều về Hà Nội
- **A3: Hà Nội-Hải Phòng-Cát Bà**
- **Hà Nội-Hạ Long-Cát Bà**
- **A4: Hà Nội-Ninh Bình**
- **A5: Hà Nội-Lào Cai**
- **A5: Hà Nội-Hoà Bình**

## • **2. Các chương trình du lịch vùng Bắc Trung Bộ:**

- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là du lịch tham quan các di tích lịch sử, văn hoá, di sản; du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.
- Con đường di sản Miền trung
- Ba quốc gia: một điểm đến
- Du lịch sinh thái rừng, biển đảo
- Du lịch nghỉ dưỡng



### **3. Các chương trình du lịch vùng Nam Trung Bộ và Nam Bộ**

Sản phẩm du lịch đặc trưng là du lịch tham quan, tìm hiểu văn hoá, nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.

- Chương trình du lịch Nha Trang, Đà Lạt, TP HCM, Vũng Tàu, Phú Quốc
- Du lịch sông nước ĐBSCL

# Chương 3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN CTDL

## 3.1. Quá trình thực hiện CTDL

### 1. *Thoả thuận với khách du lịch:*

- Bắt đầu từ khi công ty tổ chức bán đến khi CTDL được thoả thuận về mọi phương diện giữa các bên tham gia:
  - + Thực hiện thoả thuận trực tiếp với khách
  - + Nhận thông báo khách hoặc yêu cầu từ các công ty gửi khách hoặc các đại lý bán CTDL

- Thông báo khách hàng bao gồm những thông tin:
  - Số lượng khách (kèm danh sách)
  - Quốc tịch
  - Thời gian, địa điểm xuất, nhập cảnh
  - CT tham quan du lịch
  - Các yêu cầu về dịch vụ
  - Hình thức thanh toán

## 2. Chuẩn bị thực hiện CTDL:

- ***Xây dựng chương trình chi tiết:*** trên cơ sở thông báo khách của bộ phận Marketing, bộ phận điều hành sẽ xây dựng CTDL chi tiết với đầy đủ nội dung hoạt động cũng như các địa điểm tiến hành
- ***Chuẩn bị các dịch vụ:***
  - + Lưu trú:
    - Đặt phòng và và báo ăn cho khách tại các khách sạn. Cần làm rõ các yêu cầu về số lượng phòng, loại phòng, số lượng khách, thời gian lưu trú, các bữa ăn...

+ Vận chuyển:

- Mua vé vận chuyển
  - Điều động hoặc thuê xe ô tô
  - Mua vé tham quan
  - Đặt thuê bao các chương trình biểu diễn nghệ thuật
  - Điều động và giao nhiệm vụ cho hướng dẫn viên
- + Phương thức thanh toán

### **3.Thực hiện các chương trình du lịch:**

- Tổ chức các hoạt động đón tiếp trọng thể
- Theo dõi, kiểm tra đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đầy đủ
- Xử lý kịp thời những tình huống bất thường
- yêu cầu hướng dẫn viên báo cáo về tình hình thực hiện chương trình

#### **4. Những hoạt động kết thúc chương trình du lịch:**

- Tổ chức buổi liên hoan tiễn khách
- Trưng cầu ý kiến của khách
- Tổng kết và rút kinh nghiệm

### 3.2. Tổ chức các hoạt động sau khi kết thúc chương trình:

Tùy vào đặc điểm và tính chất quan trọng của từng đối tượng khách để thực hiện các hoạt động:

- Xử lý các công việc còn tồn đọng
- Thu nhận thông tin từ hướng dẫn viên để đánh giá và rút kinh nghiệm
- Thanh toán với công ty gửi khách và các nhà cung cấp, rút kinh nghiệm
- Các hoạt động sau khi khách tiêu dùng CTDL



# Đánh giá chất lượng của một CTDL

## 1. Khái niệm chất lượng CTDL

- *Tiếp cận chất lượng của CTDL theo đặc điểm của dịch vụ:*

- Khái niệm chất lượng dịch vụ là một khái niệm rất trừu tượng và khó đo lường
- Chất lượng dịch vụ là một cái gì đó có tính chất tương đối và chủ quan, lệ thuộc vào cảm nhận và mong đợi của người tiêu dùng với dịch vụ đó

## **Tiếp cận theo sự phù hợp giữa việc thiết kế và thực hiện sản phẩm:**

- Chất lượng sản phẩm bao gồm mức độ phù hợp của những đặc điểm được thiết kế của sản phẩm với chức năng và phương hướng sử dụng sản phẩm và là mức độ sản phẩm đạt được với các đặc điểm thiết kế của nó.

- Chất lượng thiết kế của sản phẩm: là những đặc điểm của sản phẩm có phù hợp với mục đích sử dụng của nó và có thuận tiện cho người tiêu dùng hay không
- Chất lượng thực hiện: là những sản phẩm sản xuất có đảm bảo đúng theo thiết kế ban đầu hay không.

Những nội dung cơ bản của chất lượng sản phẩm được thể hiện ở 5 khía cạnh sau:

- Sự phù hợp, thuận tiện cho mục đích sử dụng
- Là sự đảm bảo các đặc tính cho tất cả các sản phẩm ở mỗi lần sản xuất
- Là sự cảm nhận của người tiêu dùng
- Đảm bảo cung cấp sản phẩm ở mức giá phù hợp với khả năng của người tiêu dùng
- Phù hợp với mức giá của sản phẩm

**Khái niệm chất lượng CTDL: là tổng hợp những yếu tố đặc trưng của chương trình thể hiện mức độ thoả mãn các nhu cầu của khách du lịch trong những điều kiện tiêu dùng được xác định**

## **2.Đánh giá chất lượng sản phẩm của CTDL:**

### **Đánh giá theo thiết kế và thực hiện:**

- Chất lượng thiết kế:
  - + Sự hài hoà, hợp lý, an toàn của lịch trình, lộ trình
  - + Tuyến điểm du lịch, các dịch vụ phù hợp với mục đích và động cơ chính của chuyến đi
  - + Tính hấp dẫn và độc đáo của các tài nguyên du lịch trong chương trình
  - + Sự cung cấp dịch vụ du lịch
  - + Giá cả

- Chất lượng thực hiện:
- + dịch vụ bán và đăng ký đặt chỗ
- + Chất lượng HDV
- + Sản phẩm , dịch vụ của các nhà cung cấp
- + Điều kiện về môi trường, kinh tế, xã hội.
- + Sự hài lòng của du khách
- + Sự quan tâm của doanh nghiệp với CTDL