

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ ĐỒNG NAI
KHOA QUẢN TRỊ
THIẾT KẾ VÀ ĐIỀU HÀNH TOUR



GIẢNG VIÊN: NGUYỄN HOÀI NHÂN

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
- Makettinh du lịch

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

NỘI DUNG MÔN HỌC

Chương 1. Cơ sở lý luận & một số khái niệm cơ bản về Du Lịch

Chương 2. Phương pháp xây dựng tuyến điểm du lịch.

Chương 3. Một số vấn đề cơ bản về kinh doanh lữ hành

Chương 4. Thiết kế chương trình du lịch

Chương 5. Tổ chức thực hiện chương trình du lịch

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

1. Khái niệm du lịch:

Có rất nhiều khái niệm về du lịch, mỗi một học giả, mỗi một nhà nghiên cứu lại đưa ra một khái niệm khác nhau:

1.1. Theo liên hiệp quốc tế các tổ chức lữ hành chính thức:

"Du lịch được hiểu là một hành động du hành đến một nơi khác với địa điểm cư trú thường xuyên của mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống".

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

1.2. Tại Roma Italia (28/08 – 05/09/1963) :

"Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên của họ hay ngoài nước họ với mục đích hòa bình nơi họ đến lưu trú không phải là nơi làm việc của họ".

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

2. Theo các nhà nghiên cứu và các học giả Việt Nam ?

2.1. Theo giáo sư Nguyễn Văn Lễ trong cuốn (tâm lý học du lịch nhà xuất bản trẻ)

- “ Du lịch là việc đi lại lưu trú tạm thời ở bên ngoài nơi ở thường trú của cá nhân. Mục đích nhằm thỏa mãn các nhu cầu đa dạng”

2.2. Theo từ điển tiếng việt nhà xuất bản khoa học xã hội Hà Nội thì:

- “du lịch là đi chơi cho biết xứ người”

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

2.3. Theo tiến sĩ Phạm Nguyễn Hùng thì cho rằng:

- “ Du lịch là sự khác biệt”.

2.4. Trong luật du lịch Việt Nam (năm 2005) thì du lịch được hiểu như sau :

- "Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người.
- Ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình. Nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng...
- Trong một khoảng thời gian nhất định".

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

3. Thiết kế Tour là gì ?

3.1. Khái niệm.

Đó là việc sắp xếp các hoạt động của du khách, các điểm tham quan theo trình tự, thời gian nhất định và hợp lý.

3.2. Vai trò của bộ phận thiết kế tour trong Cty lữ hành.

- ✓ Bộ phận thiết kế tour có vai trò rất quan trọng. Quyết định sự tồn tại và phát triển của Cty.
- Tạo ra những sản phẩm du lịch mới.
- Nhằm lôi cuốn và thu hút khách hàng.
- Chính vì vậy, nên có sự chuyên môn hóa giữa các bộ phận thiết kế tour, điều hành tour...
- ✓ Các chất liệu để thiết kế tour, bao gồm: phương tiện vận chuyển, các dịch vụ nhà hàng, khách sạn, điểm tham quan...

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

4. Một số loại hình du lịch

4.1. Du lịch sinh thái

a. Khái niệm:

✓ *Hiệp hội du lịch sinh thái Hoa Kỳ định nghĩa:*

- Du lịch sinh thái là du lịch có mục đích với các khu tự nhiên.
- Không làm biến đổi tình trạng của hệ sinh thái.
- Để phát triển kinh tế, bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên và lợi ích kinh tế cho cộng đồng địa phương.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

✓ Hiệp hội du lịch Australia:

- Du lịch sinh thái là một hình thức du lịch dựa vào thiên nhiên và định hướng về môi trường tự nhiên và nhân văn.
- Quản lý một cách bền vững và có lợi cho hệ sinh thái.

b. Nguyên tắc phát triển du lịch sinh thái.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

4.2. Du lịch văn hoá

a. Khái niệm

- ✓ *Du lịch văn hoá là loại hình du lịch mà du khách muốn được thâm nhận bề dày văn hoá của một nước, một vùng thông qua các di tích lịch sử, văn hoá, những phong tục tập quán còn hiện diện.*

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- ✓ Chúng ta cũng có thể hiểu du lịch văn hoá theo những cách khác:
 - Du lịch văn hoá là tổng của cái vật chất và của cái tinh thần có liên quan đến du lịch.
 - Du lịch văn hoá là kết quả tác động lẫn nhau giữa chủ thể du lịch khách thể du lịch với môi giới du lịch.
 - Du lịch văn hoá là một loại hình thái văn hoá của đời sống du lịch.
 - Du lịch văn hoá là văn hoá do du khách và người làm công tác du lịch tích lũy và sáng tạo trong hoạt động du lịch.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

b. Đặc trưng của du lịch văn hoá:

- ✓ *Tính tổng hợp*
- ✓ *Tính khu vực*
- ✓ *Tính kế thừa*
- ✓ *Tính xung đột*

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

4.3. Bên cạnh đó còn một số loại hình du lịch như:

- ✓ *Du lịch sự kiện*
- ✓ *Du lịch Mice*
- ✓ *Du lịch công nghiệp*
- ✓ *Du lịch thể thao:*
 - ❖ Có thể chia làm 2 loại:
 - *Du lịch thể thao chủ động*
 - *Du lịch thể thao bị động*
- ✓ *Du lịch Mice*
- ✓ *Du lịch sự kiện*

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

5. Khách du lịch (Theo Điều 34 Luật du lịch VN)

➤ *Khách du lịch*

Là người đi du lịch, hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

5.1. Phân loại khách du lịch:

a. Theo phạm vi lãnh thổ.

- ✓ *Khách du lịch quốc tế*
- ✓ *Khách du lịch nội địa*

b. Theo loại hình du lịch.

- ✓ *Khách du lịch sinh thái: Chia làm 3 loại cụ thể:*
 - *Khách du lịch sinh thái cảm giác mạnh.*
 - *Khách du lịch sinh thái an nhàn.*
 - *Khách du lịch sinh thái đặc biệt.*
- ✓ *- Khách du lịch văn hóa. Chia làm 2 loại:*
 - *Khách du lịch văn hóa đại trà.*
 - *Khách du lịch văn hóa chuyên đề.*

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

5.2. Phân biệt giữa khách du lịch và du khách.

✓ Khách du lịch:

Là những người thực hiện hoạt động rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình để đến một hay nhiều nơi khác , trong thời gian từ 24h trở lên đến dưới một năm

✓ Khách tham quan:

Là những người thực hiện hoạt động rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình để đến một hay nhiều nơi khác , trong khoảng thời gian dưới 24h.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

6. Sản phẩm du lịch

6.1. Khái niệm về sản phẩm du lịch.

- ✓ Là một tổng thể phức tạp bao gồm nhiều thành phần không đồng nhất cấu tạo thành:
 - Tài nguyên tự nhiên.
 - Tài nguyên nhân văn.
 - Cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng.
 - Dịch vụ du lịch và đội ngũ cán bộ nhân viên du lịch.
- ✓ Là những giá trị về vật chất và tinh thần được hình thành từ những yếu tố tự nhiên và nhân văn
- ✓ Được các công ty du lịch thông qua dịch vụ của mình để cung ứng cho khách du lịch.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- ✓ Là những giá trị về vật chất và tinh thần được hình thành từ những yếu tố tự nhiên và nhân văn
- ✓ Được các công ty du lịch thông qua dịch vụ của mình để cung ứng cho khách du lịch.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

6.2. Đơn vị cung ứng du lịch là gì?

- ✓ “ Là một cơ sở kinh doanh cung cấp cho du khách một phần hay toàn phần sản phẩm du lịch”.
- Một điểm vui chơi, giải trí.
- Một khách sạn cung ứng các dịch vụ lưu trú và ăn uống.
- Một Cty vận chuyển cung ứng các dịch vụ vận chuyển cho du khách.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

➤ Như vậy:

Sản phẩm du lịch = Tài nguyên du lịch + Hàng hoá và dịch vụ du lịch

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

6.3. Các yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch.

❖ Có 2 yếu tố cơ bản:

✓ Tài nguyên du lịch.

✓ Kỹ nghệ du lịch:

❖ Dịch vụ du lịch + tình cảm = kỹ nghệ du lịch

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

a. Tài nguyên du lịch:

- ✓ Tài nguyên du lịch có 2 loại:
 - *Tài nguyên tự nhiên (TNDL).*
 - *Tài nguyên du lịch nhân văn.*
- Trong sản phẩm du lịch tài nguyên du lịch đóng vai trò hạt nhân, nó có giá trị tác động trực tiếp vào nhu cầu của khách du lịch.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

b. Kỹ nghệ du lịch:

Là tổng hợp những hoạt động:

- ✓ Tìm tòi.
- ✓ Khám phá đầu tư xây dựng.
- ✓ Tổ chức khai thác.
- ✓ Tổ chức giữ gìn.
- Đến cách thức cung ứng, cách thức giới thiệu, cách thức đưa sản phẩm du lịch đến với du khách.

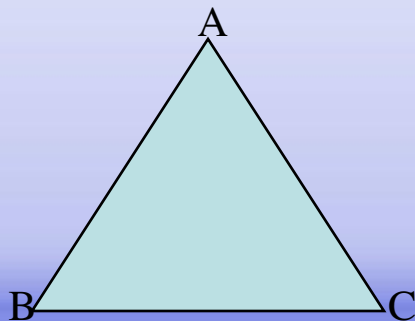
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

➤ Tóm lại:

Tất cả sản phẩm du lịch cung ứng cho khách du lịch đều được cấu thành bởi 2 yếu tố:

- + Tài nguyên du lịch
- + Kỹ nghệ du lịch.

Ta có thể minh họa toàn bộ quá trình hoạt động du lịch bởi tam giác ABC sau:



CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- Trong đó:
 - ✓ A: Chủ thể du lịch: Khách du lịch.
 - ✓ B: Khách thể du lịch: Sản phẩm du lịch.
 - ✓ C: Môi giới : Các công ty du lịch, chính quyền sở tại, cộng đồng dân cư địa phương.
- Mỗi quan hệ trong tam giác ABC là mỗi quan hệ tổng thể, đa chiều:
 - Mỗi quan hệ giữa A và C là mỗi quan hệ cung - cầu.
 - Mỗi quan hệ giữa A và B là mỗi quan hệ tác động – phát sinh.
 - Mỗi quan hệ giữa B và C là mỗi quan hệ tìm tòi đầu tư – xây dựng, khai thác.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- ✓ Trong bản thân của A,B,C lại có mối quan hệ nội tại của nó:
 - Mối quan hệ nội tại trong A là mối quan hệ giới thiệu lan truyền.
 - Mối quan hệ trong C là mối quan hệ hỗ trợ, tác nghiệp.
 - Mối quan hệ nội tại trong B là mối quan hệ bổ sung giá trị.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

6.4. Các loại sản phẩm du lịch.

- ✓ Trong du lịch có 4 lĩnh vực cơ bản mà thiếu 1 trong 4 lĩnh vực này thì hoạt động du lịch sẽ không diễn ra được:
 - Vận chuyển.
 - Lưu trú – ăn uống.
 - Lữ hành.
 - Dịch vụ.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- Vận chuyển.

a. Khái niệm về vận chuyển du lịch:

Vận chuyển du lịch là hoạt động đưa du khách du lịch từ nơi này đến nơi khác để thực hiện một chương trình du lịch.

b. Phân loại :

- ✓ Có 2 loại vận chuyển du lịch:
 - Vận chuyển du lịch chính
 - Vận chuyển du lịch phụ

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

○ Vận chuyển du lịch chính.

Là hoạt động đưa khách du lịch từ nơi này đến nơi khác, trên những lộ trình chính bằng những phương tiện vận chuyển chính.

○ Vận chuyển du lịch phụ.

Là hoạt động đưa khách du lịch từ nơi này đến nơi khác trên những lộ trình phụ và trên những lộ trình chính mà ở đó phương tiện vận chuyển chính là không sử dụng được.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

Ví dụ: Xác định đâu là vận chuyển chính, đâu là vận chuyển phụ:

- ✓ Máy bay chở khách: SG – HN
- ✓ Ô tô chở khách từ Phan Thiết – Đà Nẵng
- ✓ Thuyền chở khách từ Cầu Đá – Hòn Tằm
- ✓ Tàu chở khách từ Bãi Cháy – Vịnh Hạ Long
- ✓ Tàu chở khách SG – Đà Nẵng
- ✓ Thuyền chở khách từ bến Tòa Khâm – ca Huế Sông Hương
- ✓ Thuyền chở khách từ Sông Sơn – Động Phong Nha
- ✓ Thuyền chở khách từ Hòn Tằm - vòng quanh đảo

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- Lĩnh vực lưu trú – ăn uống

□ Dịch vụ lưu trú

Khi nói tới hoạt động lưu trú người ta hay quan tâm tới 3 chỉ tiêu sau:

- Chất lượng lưu trú.
- Cung cách điều hành - phục vụ.
- Mức độ sẵn sàng phục vụ.
- Một số loại hình lưu trú: Khách sạn (Hotel), Nhà nghỉ (Motel), Villa, Resort, Bungalow, Lều trại (Camping), lưu trú nhà dân (home-stay).

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

□ Dịch vụ ăn uống.

Khi nói tới nghệ thuật ăn uống người ta quan tâm tới 1 nguyên tắc quan trọng hàng đầu là: “vệ sinh, an toàn thực phẩm”.

Ngoài ra cũng cần chú ý đến:

- Đối tượng, thành phần khách du lịch.
- Cảnh quan, âm thanh, ánh sáng.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

- Lĩnh vực lữ hành

- ❑ Là lĩnh vực quan trọng nhất. Vì đó là mục đích của hầu hết khách du lịch.
- ❑ Trong lữ hành có một số sản phẩm sau:
 - *Điểm du lịch*
 - *Tuyến du lịch*
 - *Tour du lịch...*

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

□ Điểm du lịch du lịch là gì?

✓ Khái niệm:

- Là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn.
- Phục vụ nhu cầu tham quan của khách du lịch.

✓ Có 2 loại điểm du lịch:

- Điểm du lịch tài nguyên.
- Điểm du lịch chức năng.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

□ Tuyên du lịch là gì?

✓ *Khái niệm.*

○ Là lộ trình liên kết các khu du lịch

○ Các điểm du lịch

○ Cơ sở cung cấp các dịch vụ du lịch

○ Gắn liền với các tuyến giao thông: đường bộ, đường sắt, đường không...

✓ Căn cứ vào vị trí địa lý (phạm vi lãnh thổ). Có 2 loại tuyến du lịch sau:

○ Tuyến liên vùng.

○ Tuyến nội vùng.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

□ Tour du lịch.

✓ Khái niệm:

- Tour du lịch là hoạt động tham quan nhiều điểm du lịch,
- Thực hiện nhiều dịch vụ du lịch, đi trên nhiều tuyến du lịch....
- Trong một chương trình du lịch cụ thể.
- ✓ Căn cứ vào hình thức tổ chức có một số loại tour du lịch như sau:
 - Tour trọn gói
 - Tour hộ tống
 - Tour riêng lẻ
 - Tour mở....

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN & MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

❑ Lĩnh vực dịch vụ

✓ Ta có thể kể một số loại hình dịch vụ như sau:

- Dịch vụ văn hóa: ca nhạc, thời trang, giao lưu văn hóa, ca Huế, văn hóa công điền....
- Dịch vụ tổ chức vui chơi, giải trí: tắm biển, lửa trại, leo núi, trượt cát...
- Dịch vụ visa, hộ chiếu.
- Dịch vụ thông tin liên lạc và bưu chính viễn thông
- Dịch vụ bán quà lưu niệm.
- Dịch vụ sức khỏe: Matsa, vật lý trị liệu, tắm bùn khoáng...

CHƯƠNG 2. PHƯƠNG PHÁP XÂY DỰNG TUYẾN, ĐIỂM DU LỊCH

I. Các tiêu chí xây dựng tuyến, điểm du lịch

1. Các nguyên tắc xây dựng tuyến, điểm du lịch

1.1. Nguyên tắc liên hoàn

1.2. Nguyên tắc đại chúng

1.3. Nguyên tắc cập nhật

1.4. Nguyên tắc thuận tiện

2. Các mục tiêu khi xây dựng tuyến, điểm du lịch

2.1. Mục tiêu kinh tế

2.2. Mục tiêu văn hóa

2.3. Mục tiêu an ninh, chính trị và trật tự xã hội

2.4. Mục tiêu về môi trường

II. Các bước xây dựng tuyến du lịch

1. Chuẩn bị

2. Khảo sát

3. Phân tích, chọn phương án thành lập tuyến

I. Các tiêu chí xây dựng tuyến, điểm du lịch

* Ý nghĩa của tuyến, điểm du lịch:

Tuyến, điểm du lịch → Chương trình du lịch → Tour du lịch

1. Các nguyên tắc xây dựng tuyến, điểm du lịch

1.1. Nguyên tắc liên hoàn

NỘI DUNG	Ý NGHĨA
<p>Vẽ ra được một lộ trình:</p> <ul style="list-style-type: none">- Không bỏ sót điểm, dịch vụ du lịch nào- Phải là lộ trình ngắn nhất, hợp lý nhất: lộ trình qua các điểm, dịch vụ phải khép kín	<ul style="list-style-type: none">- Không bị lặp lại lộ trình nên khách cảm thấy thoải mái.- Về mặt thiết kế: lộ trình ngắn, hợp lý nên khách đỡ tốn thời gian, tiền bạc, sức khỏe, các công ty thì có thể hạ giá thành tour, tăng tính cạnh tranh- Nhà tổ chức: chuẩn bị trước được kế hoạch đón tiếp khách hợp lý- Khách du lịch: được chuẩn bị trước tâm lý, vật chất cho chuyến đi

1.2. Nguyên tắc đại chúng

NỘI DUNG	Ý NGHĨA
<ul style="list-style-type: none">- Quy mô dịch vụ rộng rãi.- Tiêu chuẩn phục vụ không quá cứng nhắc và khắt khe<ul style="list-style-type: none">- Giá cả uyển chuyển.- Cấp độ rộng rãi.- Đối tượng phục vụ phong phú và đa dạng...	<ul style="list-style-type: none">- Về mặt chương trình xã hội: tạo nên sự bình đẳng của con người trước sản phẩm du lịch, thể hiện tính ưu việt của chế độ.- Về mặt kinh tế: các công ty du lịch có thể mở rộng đối tượng phục vụ, thị trường kinh doanh, mở rộng khả năng tìm kiếm lợi nhuận

1.3. Nguyên tắc cập nhật

NỘI DUNG	Ý NGHĨA
<ul style="list-style-type: none">- Tính mới mẻ của dịch vụ- Những thông tin sử dụng phải là những thông tin đầy đủ, chính xác, khoa học, mới mẻ và sử dụng được ngay- Thông tin về dịch vụ, môi trường, xã hội, hiện tượng tự nhiên trên tuyến, các loại giá cả có liên quan	<ul style="list-style-type: none">- Về mặt kinh tế: Các cty du lịch có thể hoạch toán giá thành tour một cách chính xác, tránh được 2 trường hợp bất lợi: Không lấy giá quá cao -> giảm sức cạnh tranh; Không lấy giá quá cũ, thấp hơn thực tế -> thua lỗ.- Về mặt tổ chức: Các đơn vị tổ chức đã tiên liệu trước những tình huống xấu có thể xảy ra để có kế hoạch chuẩn bị đối phó.- Về mặt khách du lịch: Họ chuẩn bị trước về mặt tâm lý, sẵn sàng đối diện với những khó khăn, phức tạp

1.4. Nguyên tắc thuận tiện

NỘI DUNG	Ý NGHĨA
<p>Sự thuận tiện phải được áp dụng trong mọi lĩnh vực của đời sống du lịch từ cơ sở vật chất kỹ thuật đến cơ sở hạ tầng</p> <p>Nhà thiết kế phải chú ý:</p> <ul style="list-style-type: none">+ Phải tạo cho tuyến của mình thuận tiện cả về thời gian.+ Cả về thời điểm, lộ trình, kiến trúc, vị trí, dịch vụ...	<p>Giúp du khách tiếp cận với dịch vụ một cách nhanh chóng nhất, thoải mái nhất. Điều này có ý nghĩa tăng sự cạnh tranh, tăng sức thu hút, tạo cảm giác thoải mái cho du khách.</p>

2. Các mục tiêu khi xây dựng tuyến, điểm du lịch

MỤC TIÊU	NỘI DUNG
Mục tiêu kinh tế	Là những giá trị thu hút của tuyến đó: phong phú về nội dung, độc đáo về loại hình, đa dạng về sản phẩm => Hiệu quả kinh tế cao hơn.
Mục tiêu văn hóa	Văn hóa làm cho chương trình du lịch độc đáo, hấp dẫn, có cơ hội phát triển nền văn hóa của nước nhà, học tập được cái hay, cái đẹp, cái mới lạ của những nền văn hóa khác nhau.
Mục tiêu an ninh, chính trị và trật tự xã hội	Nhu cầu của khách du lịch là an toàn. Chỉ có ổn định xã hội, du lịch và nền kinh tế mới có thể phát triển được. Các doanh nghiệp có thể mở rộng thị trường, mở rộng giao lưu để tìm kiếm nguồn khách, phát triển du lịch.
Mục tiêu về môi trường	Du lịch chỉ có thể phát triển một cách lâu dài và bền vững khi môi trường sinh thái được bảo vệ. Phải làm sao để có thể phát triển du lịch hiệu quả, nhưng vẫn bảo đảm gìn giữ được môi trường sinh thái.

II. Các bước xây dựng tuyến du lịch

CÁC BƯỚC	NỘI DUNG
1. Chuẩn bị	<ul style="list-style-type: none">- Xác định đối tượng phục vụ: cho một hay nhiều đối tượng- Thu thập thông tin có liên quan đến tuyến: vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan...- Chuẩn bị nội dung khảo sát: vạch nội dung cần khảo sát, hạn mục cần làm, địa chỉ cần tiếp cận, cơ quan cần giao dịch,...- Chuẩn bị nhân sự khảo sát: đi mấy người, đi những đâu,...- Chuẩn bị trang thiết bị và vật dụng phục vụ khảo sát như: máy quay phim, máy ảnh, máy ghi âm, sổ sách ghi chép...
2. Khảo sát	<ul style="list-style-type: none">- Hướng khảo sát theo tuyến mở: thu thập nhiều thông tin, tìm hiểu nhiều phương án khai thác tuyến, thông tin phải được tiếp cận theo chiều rộng.- Hướng khảo sát theo tuyến lớn: đi sâu vào một số lĩnh vực cụ thể, chuyên sâu đặc thù. Các thông tin phải được tiếp cận theo chiều sâu, phù hợp với một số lĩnh vực, đối tượng nhất định.
3. Phân tích, chọn phương án thành lập tuyến	<p>Phải xác định được các thông tin sau để thành lập tuyến:</p> <p>Loại tuyến, loại đối tượng phục vụ, quy mô của tuyến, thời gian khai thác tuyến, thời điểm khai thác tuyến, nội dung cơ bản của tuyến, các điều kiện đặt thù của tuyến.</p>

CHƯƠNG 3. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH DOANH LỮ HÀNH (KDLH)

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 DNLH 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 khách du lịch (KDL)

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 lý 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 .

4. CÁC CÔNG TY LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU CỦA VIỆT NAM

**4.1. Công ty lữ hành Hanoitourist (www.hanoitourist.vn,
www.hanoitourist-travel.com, 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.

4.2. Công ty du lịch Vietravel (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...

4.3. Công ty dịch vụ lữ hành Saigontourist (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.

4.4. Công ty du lịch Fiditour (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 chức.
- 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.

4.5. Công ty du lịch Bến Thành (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)...

5. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

5.1. HIỆP HỘI LỮ HÀNH MỸ (ASTA)

(*American Society of Travel Agent*)

- Thành lập năm 1940, trụ sở tại New York, Mỹ
- Mục đích hoạt động:
 - Bảo vệ quyền lợi cho các thành viên hiệp hội
 - Nâng cao trình độ nghề nghiệp, đào tạo nguồn nhân lực
 - Trao đổi kinh nghiệm và thông tin
- Tiếng Anh là ngôn ngữ chính thức

5. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

5.2. HIỆP HỘI QUỐC TẾ CÁC HÃNG LỮ HÀNH (WATA)

(*World Association of Travel Agencies*)

– Thành lập năm 1949, trụ sở tại Geneve, Thụy sĩ

– Mục đích hoạt động:

- Đảm bảo quyền lợi cho các thành viên hiệp hội thông qua trao đổi dịch vụ
- Soạn thảo và phân phát tài liệu nghiệp vụ chuyên môn của Hiệp hội
- Tuyên truyền, quảng bá, kích cầu du lịch

C.Tiếng Anh , Pháp là ngôn ngữ chính thức

5. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

5.3. HIỆP HỘI DU LỊCH CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG (PATA)

(*Pacific Asian Travel Association*)

– Thành lập năm 1951, tại Hawaii

Hiệp hội du lịch có uy tín trên thế giới, có 17.000 thành viên (bao gồm cả cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch)

Việt nam gia nhập PATA ngày 04/01/1994

– Mục đích hoạt động:

- Phát triển hợp tác thành viên hiệp hội thông qua xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, nghiên cứu thị trường
- Tổ chức hội chợ du lịch, đào tạo nguồn nhân lực
- Xúc tiến, quảng bá, kích cầu du lịch

C. Tiếng Anh là ngôn ngữ chính thức

5. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

5.4. HIỆP HỘI DU LỊCH ĐÔNG NAM Á (ASEANTA)

(*ASEAN Travel Association*)

- Thành lập năm 1967, có trụ sở tại Singapore
- Mục đích hoạt động:
 - Xúc tiến hợp tác, bảo vệ các thành viên hiệp hội
 - Xây dựng tiêu chuẩn về tiện nghi, dịch vụ trong khu vực
 - Các thành viên bao gồm hãng hàng không quốc gia, hiệp hội khách sạn, hiệp hội du lịch 10 quốc gia thành viên

C. Tiếng Anh là ngôn ngữ chính thức

5. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

5.5. TỔ CHỨC DU LỊCH THẾ GIỚI (WTO)

(*World Tourism Organization*)

- Là tổ chức liên Chính phủ của chương trình Phát triển Liên hiệp quốc, thành lập 02/01/1975.
- Trụ sở tại Madrid (Tây ban Nha)
- WTO quyết định lấy ngày 17/9 hàng năm là ngày Du lịch thế giới
- Đại hội đồng WTO họp 2 năm /lần
- Ngày 17/9/1981 Việt nam được kết nạp vào WTO (Tại Kỳ họp 4)
- Mục đích hoạt động:
 - Điều phối hoạt động liên quan phát triển du lịch
 - Kích thích hợp tác nghiên cứu kinh doanh giữa các quốc gia
 - Tổ chức hội nghị hội thảo, tổng kết kinh nghiệm,
 - Khuyến cáo chính phủ có chính sách phù hợp phát triển du lịch
- Tiếng Anh, Pháp, Nga, Tây Ban Nha là ngôn ngữ chính thức

6. CÁC CTY LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

6.1. TẬP ĐOÀN DU LỊCH THOMSON- Anh (Thomson Travel Group)

- Nguồn gốc từ nước Anh, lớn nhất Châu Âu
 - 75% vốn thuộc về gia đình Thomson
 - Phục vụ 5-7 triệu lượt khách /năm
 - Luôn có giá tour rẻ nhất, nhưng đảm bảo chất lượng
- Mục tiêu kinh doanh:
 - Sản phẩm thoả mãn nhu cầu khách
 - Giảm giá, nâng cao giá trị và chất lượng phục vụ
 - Tăng độ tin cậy của thương hiệu
 - Tăng lợi nhuận

6. CÁC CTY LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

6.2. LIÊN ĐOÀN DU LỊCH QUỐC TẾ “TUI”- Đức

(Tourists Union International)

- Nguồn gốc từ nước Đức, lớn thứ hai Châu Âu
 - Doanh thu 3 tỷ DM / năm (2,3 tỷ USD)
 - Phục vụ 3 triệu lượt khách /năm
 - Hệ thống điều hành tour có hiệu quả
- Mục tiêu kinh doanh:
 - Đảm bảo tính cá nhân cao nhất trong du lịch tập thể
 - Có hệ thống lớn về lưu trú, ăn uống tại điểm du lịch
 - Thuê bao phương tiện vận chuyển để tiết kiệm chi phí (khoảng 700.000 chỗ đường sắt, 400.000 chỗ chuyên cơ)
 - Tự động hoá kinh doanh tốt nhất hiện nay

6. CÁC TỔ CHỨC LỮ HÀNH HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

6.3. CLB ĐỊA TRUNG HẢI – Pháp

(Mediterranean Club)

- Công ty lữ hành hàng đầu của Pháp
 - Thành lập năm 1950
 - Cơ sở vật chất khá lớn : 125.000 giường khách sạn, 20 máy bay, 70 đại lý du lịch trên khắp thế giới
 - Khẩu hiệu hành động “Đến với thiên nhiên”
- Loại hình kinh doanh:
 - Du lịch trên biển, cho thuê nhà nghỉ
 - Tổ chức hội nghị, hội thảo, Du lịch dành cho trẻ em
 - Mỗi ngày một thành phố, một bảo tàng
 - Mục tiêu: chất lượng tương xứng với giá sản phẩm

7. Hệ thống sản phẩm của DNLH:

7.1. 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 công, biểu diễn nghệ thuật. . .
 - Bán bảo hiểm (con người, phương tiện. . .)
 - Bán hàng lưu niệm.

7.2. Các chương trình du lịch (CTDL):

❖ *Khái niệm:*

- CTDL là lịch trình được đặt trước của chuyến du lịch do công ty 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 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 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 Xuyên Việt
- ✓ CTDL Khám phá
- ✓ CTDL Chiến trường xưa
- ✓ CTDL Sinh thái
- ✓ CTDL MICE
- ✓ CTDL Dài ngày
- ✓ CTDL Ngắn ngày...

7.3. Các hoạt động kinh doanh lõi hành tổng hợp:

- ✓ Trong quá trình hoạt động kinh doanh, một số công ty lõi 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 tiền . .

8.TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

8.1.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 lý 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.

8.2.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.

a. 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...

b. 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 lý hành phải đáp ứng các điều kiện sau:
 - ✓ Đăng ký kinh doanh đại lý lý hành tại cơ quan đăng ký kinh doanh có thẩm quyền
 - ✓ Có hợp đồng đại lý với doanh nghiệp kinh doanh lý 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 lý 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 qui định của các nhà cung cấp.

- ✓ 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 các công ty lữ hành

❑ 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 dịch vụ lữ hành bằng tàu thủy
- ✓ Các dịch vụ khác

Quy trình phục vụ của đại lý lữ hành (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 kiềm chế, bình tĩnh.

c. 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 4. 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 tác giả bộ môn du lịch, ĐH 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 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
- CTDL tổng hợp

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

■ ***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

■ ***CTDL có HDV từng chặng:***

- ***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

▪ ***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

■ ***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:

2.4.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường

2.4.2. Nghiên cứu khả năng đáp ứng

2.4.3. Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp

2.4.4. Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình

2.4.5. Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa

2.4.6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

2.4.7. Xây dựng phương án vận chuyển, lưu trú, ăn uống

2.4.8. Điều chỉnh và bổ sung tuyến hành trình và chi tiết hoá CTDL

2.4.9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình

2.4.10. Xây dựng những qui định của chương trình .

2.4.1. 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 chuyến 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)

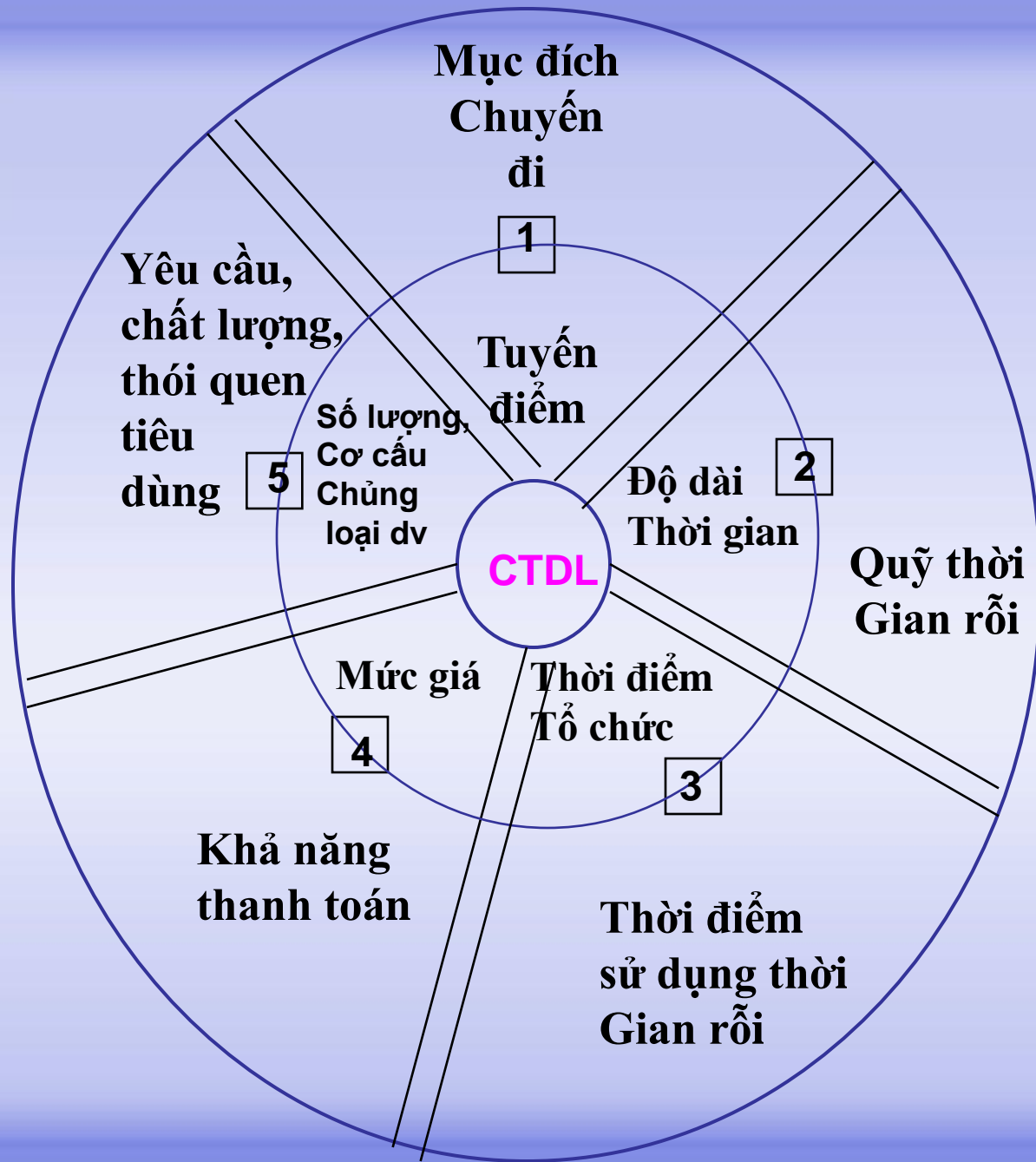
▪ ***Phương pháp điều tra An –két (bảng hỏi, phiếu trưng cầu ý kiến):***

- 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...



2.4.2. *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...

2.4.3. 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.
- Nhân viên thiết kế phải căn cứ vào năng lực phục vụ của doanh nghiệp nghĩa là:
 - Năng lực doanh nghiệp tới đâu thì lựa chọn quy mô, cấp độ, nội dung của chương trình du lịch phải phù hợp đến đó.
 - Tránh 2 tình huống thiết kế quá cao hay quá thấp so với năng lực doanh nghiệp, sẽ dẫn đến kinh doanh không hiệu quả.
- Năng lực phục vụ của doanh nghiệp phụ thuộc vào các yếu tố sau:
 - Tiềm lực tài chính: (vốn) DN có tiềm lực tài chính mạnh sẽ thực hiện những dịch vụ tốt hơn.
 - Những kinh nghiệm trong kinh doanh du lịch

2.4.4. 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.

2.4.5. 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.

2.4.6. 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.

2.4.7. 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

❖ Những thông tin cần thiết thể hiện trong chương trình du lịch.

- **Passport** : còn hiệu lực trên 6 tháng
- **Visa** : còn áp dụng đối với một số nước
 - Trung quốc, Hongkong, Hàn Quốc, Nhật Bản, Châu Âu, Hoa Kỳ...
 - Có thể chấp tiền mặt, tài sản hay không ?
 - Có phỏng vấn hay không ?
- **Giá bán tour** : bao gồm hoặc không bao gồm những chi phí gì ? Tiêu chuẩn nào ?
 - Thuế phi trường, bảo hiểm du lịch, passport, visa...
 - Phụ thu xăng dầu, bồi dưỡng HDV...

❖ Một số lưu ý khi xây dựng chương trình:

- 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 loại du khách;
- Cần đa dạng hóa các loại hình hoạt động, tăng cường các trải nghiệm trong tiêu dùng dịch vụ cho du khách, tránh sự đơn điệu tạo cảm giác nhàm chán cho du khách;
- Phải có sự cân đối giữa khả năng về thời gian, tài chính của khách với nội dung và chất lượng của chương trình.
- Tạo ấn tượng: Đón tiếp đầu tiên; Tiễn khách cuối cùng
- Đáp ứng nhu cầu: Tham quan, mua sắm, vui chơi, giải trí; Mục đích chuyến du lịch; Chương trình tự chọn của du khách

2.4.8. Điều chỉnh và bổ sung tuyến hành trình và chi tiết hoá CTDL.

2.4.9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình

2.4.9.1. Xác định giá thành của CTDL

□ Khái niệm:

- 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.

❑ Phương pháp xác định giá thành CTDL.

- Nhóm chi phí cố định cho **cả đoàn khách**

+ 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

➤ Ví dụ: Vận chuyển, Phí hướng dẫn viên, các hoạt động khác: lưu trại, sân khấu hóa...

- Nhóm chi phí biến đổi cho 1 khách

+ Chi phí biến đổi là chi phí của tất cả các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá của chúng được qui 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.

Ví dụ: lưu trú, ăn uống, bảo hiểm cá nhân, vé tham quan, khăn, nón, nước, lệ phí sân bay.

❑ Công thức tính Giá Thành CTDL (có 2 cách tính)

- Là phương pháp tính phổ biến
- Có thể áp dụng trên bảng biểu

- *Giá thành cho một khách:*

$$z = b + (\text{Đ} / N)$$

- *Giá thành cho cả đoàn khách:*

$$Z = N * b + \text{Đ}$$

➤ Trong đó :

- **N** : số khách trong đoàn
- **b** : Chi phí biến đổi cho 1 khách
- **Đ** : Chi phí cố định cho 1 đoàn khách

❖ Ví dụ 1:

➤ Tính giá thành chương trình du lịch :

○ TP Hồ Chí Minh-Nha Trang (4 ngày-3đêm)

1.Số lượng khách : 20 người

2.Khoảng cách : 450Km, tham quan : 100Km

3.Tàu tham quan đảo : 04 giờ

4.Nội dung chi phí :

- Khách sạn : 300.000 đ/đêm/2 người
- Xe vận chuyển : 8.000 đ/Km
- Tàu tham quan : 100.000 đ/giờ
- Ăn : 20.000 đ/sáng, 35.000 đ/trưa, 40.000 đ/tối
- Tham quan : 150.000 đ/người
- Phí hướng dẫn : 150.000 đ/ ngày

➤ TÍNH TOÁN

- Các chi phí biến đổi được tính cho 1 khách (b): 940.000đ
(Ăn theo chương trình : 4 bữa sáng, 4 bữa trưa, 3 bữa tối)
 - Tiền ăn : $4(20.000đ) + 4(35.000đ) + 3(40.000đ) = 340.000đ$
 - Khách sạn : $3 \text{ đêm}(300.000đ/\text{đêm}) / 2 \text{ người} = 450.000đ$
 - Phí tham quan : 150.000đ
- Các chi phí cố định tính cho đoàn khách (Đ) 9.000.000đ
 - Xe vận chuyển: $8.000đ \times [2(450) + 100] = 8.000.000đ$
 - Tàu tham quan: $100.000đ/\text{giờ} \times 4 \text{ giờ} = 400.000đ$
 - Phí hướng dẫn : $150.000đ/\text{ngày} \times 4 \text{ ngày} = 600.000đ$

❖ KẾT QUẢ

➤ Giá thành tính cho 1 khách

$$\begin{aligned} z &= b + (\text{Đ}/N) \\ &= 940.000\text{đ} + (9.000.000\text{đ}/20) = \mathbf{1.390.000\text{đ}} \end{aligned}$$

➤ Giá thành tính cho cả đoàn 20 du khách

$$\begin{aligned} Z &= N \times b + \text{Đ} \\ &= (20 \times 940.000\text{đ}) + 9.000.000\text{đ} = \mathbf{27.800.000\text{đ}} \end{aligned}$$

2.4.9.2. Phương pháp xác định giá bán CTDL

□ Công thức tính giá bán:

– Áp dụng công thức

$$G_v = Z + C_b + C_k$$

$$G_{bo} = G_v + P$$

$$G_b = G_{bo} + T$$

$$T = G_{bo} * 10\%$$

➤ Trong đó :

- G_v : giá vốn
- G_{bo} : giá bán chưa thuế
- G_b : giá bán có thuế
- C_b : chi phí bán hàng (quảng cáo, hoa hồng đại lý, mở rộng mạng lưới...)
- C_k : chi phí khác (phí quản lý, phí khảo sát thiết kế)
- P : lợi nhuận định mức cho Cty lữ hành
- T :Thuế VAT

❖ Thí dụ 2 : với số liệu của thí dụ 1

- Lãi định mức (P) : 15% Z
- Chi phí bán hàng (Cb) : 7% Z
- Chi phí khác (Ck) : 5% Z
- Thuế VAT (T) : 10% của giá bán chưa thuế.

Áp dụng bằng số. Với Z = ?. Ta có :

$$P = ? \text{ đ}, Cb = ? \text{ đ}, Ck = ? \text{ đ}$$

$$Gv = Z + Cb + Ck =$$

$$Gbo = Gv + P =$$

$$T = Gbo * 10\% =$$

$$Gb = Gbo + T =$$

$$\text{Đơn giá bán} = Gb / N = ? \text{ đ} / 42 \text{ khách} = ? \text{ đ}$$

$$\text{Tính tròn số : ? đ/ khách}$$

2.4.9.3. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH ĐIỂM HÒA VỐN

– Khái niệm điểm hòa vốn:

- Là một số khách tham gia nhất định, với mức giá bán dự kiến.
- Doanh thu từ việc bán chương trình du lịch đúng bằng toàn bộ chi phí tổ chức chương trình.

⇒ Điểm hòa vốn là doanh nghiệp không có lãi và cũng không bị lỗ.

➤ Công thức tính điểm hòa vốn:

Q_{h_v}: điểm hòa vốn.

Đ : Chi phí cố định cho cả đoàn khách.

G_b : Giá bán cho 1 khách (có thuế hoặc không thuế)

b : Chi phí biến đổi cho 1 khách.

$$Q_{h_v} = \frac{Đ}{(G_b - b)}$$

Phương pháp tính giá thành theo bảng biểu:

1. Theo khoản mục chi phí:

- Liệt kê các khoản chi phí
- phân ra các khoản mục chi phí (b và Đ)
- 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 bản biểu

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	Tổng chi phí	b	Đ

Xác định giá thành theo lịch trình

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

2.4.9.4. 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

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.

Đơn vị tính: VND

STT	Khoản mục chi phí	b	Đ
	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

• **2.4.10. 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 lữ hành
- Các trường hợp đặc biệt

2.5. Một số chương trình du lịch tại Việt Nam:

2.5.1. 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 hà 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 tới 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**

2.5.2. 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

2.5.3. 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

2.6. Một số chương trình du lịch nước ngoài tiêu biểu.

2.6.1. TOUR CHÂU ÂU.

❖ Châu Âu: Ý - Đức - Hà Lan - Bỉ - Pháp

Thời gian: 12 ngày 11 đêm

Giá: 83,400,000 VND/khách

Phương tiện: Đi về bằng máy bay

Khởi hành: 07/8; 16, 30/09/2009

Giới thiệu tour: Trong hành trình xuyên Châu Âu (Ý – Đức – Hà Lan – Bỉ - Pháp), du khách sẽ có dịp đến với một Di sản thế giới đã được UNESCO xếp hạng là Lâu đài Napoleon (Fontainebleau) và một trong 7 kỳ quan thế giới mới là thành Roma cổ (Colosseum) để chiêm ngưỡng quần thể đấu trường La Mã – được coi là một trong những công trình kiến trúc vĩ đại nhất của La Mã cổ đại.



2.6.2. TRUNG QUỐC.

❖ Du lịch Trung Quốc (Bắc Kinh – Thượng Hải - Hàng Châu - Thẩm Quyên - Quảng Châu)



Thời gian: 8 ngày 7 đêm

Giá: 16,827,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng tháng 7 bằng HK CZ)

17,780,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng tháng 8 bằng HK VN)

- Phương tiện: Đi về bằng máy bay bằng hàng không VN hoặc CZ
Khởi hành: 29/07; 31/8

– Giới thiệu tour: Nếu như TQ có 20 di sản thế giới thì Hàng Châu đã chiếm hai. Đó tổ hợp danh thắng Tây Hồ với mặt nước rộng 650 ha được gắn với truyền thuyết mảnh gương của tiên nữ rơi xuống tạo thành, Tam đàn Ấn Nguyệt được xếp là một trong 10 đại danh thắng của TQ

2.6.3. HONGKONG-DISNEYLAND

❖ Du lịch Hongkong – Disneyland

Thời gian: 4 ngày 3 đêm

Giá: 11,515,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 7/2009)

11,500,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 8/2009)

11,736,000 VND/khách/phòng đôi (khởi hành 1/9/2009)

Phương tiện: Đi về bằng máy bay - Hàng không VN hoặc hàng không UA

Khởi hành: 26/07 (bằng HK UA); 7/8 (bay bằng HK VN); 2, 9, 22/8 (bay bằng HK UA); 1/9 (bay bằng HK UA)

- Giới thiệu tour: Không ít người chọn Hồng Kông làm nơi lý tưởng cho tuần trăng mật, người thích shopping cũng coi đây là thiên đường mua sắm, chủ yếu là tòa nhà The Landmark và Prince, chợ Stanley hoặc dễ dàng tìm mua sản phẩm ưng ý trên đường Hollywood,



2.6.4. MALAYSIA-SINGAPORE

❖ Du lịch Malaysia – Singapore



Thời gian: 7 ngày 6 đêm

Giá: 11,775,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 7/2009)

11,905,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 8/2009)

Phương tiện: Đi về bằng máy bay - Hàng không Vietnam

Khởi hành: 24, 26, 28, 29, 31/07; 4, 5, 7, 9, 11, 12, 14, 18, 19, 23, 25/8 (bay bằng HK VN); 21/8 (bay bằng HK M-S)

Giới thiệu tour:

- Singapore với bảo tàng Sáp,
- Thế giới dưới mặt nước với hàng trăm loài sinh vật biển mang đến cho du khách cảm giác như đang dạo chơi dưới đáy biển, đỉnh núi Faber - được coi là đỉnh cao nhất của Singapore, nơi có thể ngắm toàn cảnh Hải Cảng
- Malaysia với tòa tháp đôi Petronat nổi tiếng, động Batu huyền ảo, hấp dẫn casino Gengting...

2.6.5. SINGAPORE



Du lịch Singapore



Thời gian: 4 ngày 3 đêm

Giá: 9,921,000 VND/khách/phòng đôi (khởi hành 4/2009, bằng HK VN & SQ)

9,554,000 VND/khách/phòng đôi (khởi hành 5/2009, bằng HK VN & SQ)

9,890,000 VND/khách/phòng đôi (khởi hành 30,31/8, bằng HK VN & SQ)

- Phương tiện: Đi về bằng máy bay - Hàng không VN, hàng không GA hoặc hàng không SQ
Khởi hành: 26/07 (bay bằng VN); 29/07 (bay bằng SQ); 2, 9, 16, 23/8 (bay bằng VN); 5, 7, 10, 12, 14, 19, 21, 26, 28, 30, 31/8 (bay bằng SQ)

Giới thiệu tour:

- Du lịch Singapore giờ đây đã quen với câu khẩu hiệu “Độc đáo Singapore”.
- Một trong những điểm nhấn về du lịch của quốc đảo này gần đây chính là sự đa dạng về ẩm thực: món ăn Trung Quốc, Malaysia, Ấn Độ... và nhiều dân tộc khác.

2.6.6. THAILAND



❖ Du lịch Thái Lan

Thời gian: 6 ngày 5 đêm

Giá: 3,910,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 3/2009)

4,080,000 VND/khách/phòng đôi (áp dụng 6/2009)

4,420,000 VND/khách/phòng đôi (khởi hành 29,30/4/2009)

Phương tiện: Đi về bằng máy bay - Hãng hàng không

PG

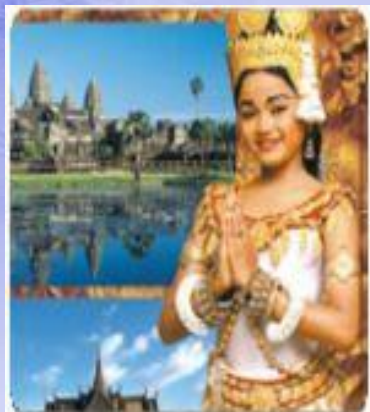
Khởi hành: 24, 25, 26, 28, 29, 31/7; 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 29/8

Giới thiệu tour :

- Tham quan và mua sắm tại Thái Lan với chương trình khuyến mãi đặc biệt, chiêm ngưỡng Chùa Vàng, ngôi chùa nổi tiếng tại Bangkok với tượng Phật bằng vàng nặng 5,5 tấn,
- Hoàng Cung với các công trình kiến trúc tuyệt mỹ theo kiểu Thái Lan và Chùa Phật Ngọc Lục Bảo.

2.6.7. ANGKOR

Du lịch Angkor huyền bí (Chương trình 2)



Thời gian: 4 ngày 3 đêm

Giá: 3,366,000 VND/khách (chưa bao gồm phí visa)

Phương tiện: Đi về bằng xe

Khởi hành: Thứ Ba, thứ Bảy hàng tuần (28, 31/3; 2, 7, 11/3)

Giới thiệu tour:

- Angkor, một vương quốc ở Đông Nam Á vừa gần gũi vừa kỳ bí với thủ đô Phnompenh trên 500 tuổi,
- Soi bóng bên dòng Tonle Sap, Hoàng cung tráng lệ mang nét kiến trúc đặc trưng của văn hóa Phật giáo Tiểu Thừa ...

Chương 5. TỔ CHỨC THỰC HIỆN VÀ ĐIỀU HÀNH CTDL

3.1. Quy trình điều hành CTDL

- Tiếp nhận đầy đủ hồ sơ bàn giao tour từ các bộ phận liên quan kinh doanh, khách lẻ,..
- Chuẩn bị dịch vụ bao gồm trong tour
- Cập nhật thông tin thường xuyên với các nhà cung cấp dịch vụ và bộ phận kinh doanh
- Xác nhận dịch vụ cuối cùng
- Lập sổ cái điều hành tour
- Bàn giao tour cho HDV
- Theo dõi quá trình tour diễn ra
- Tập hợp và xử lý thông tin phản hồi từ khách hàng, HDV, dịch vụ sau đó chuyển cho các bộ phận liên quan nếu cần thiết
- Kết thúc

❖ *Khái niệm quy trình điều hành CTDL:*

- ✓ Là người có trách nhiệm xúc tiến khâu tổ chức để cho chương trình tour trở thành sản phẩm cụ thể.
- ✓ Tổ chức và sắp đặt các dịch vụ trong chương trình tour đã thỏa thuận/ hợp đồng giữa công ty và khách hàng
- ✓ Thiết lập và cập nhật hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ, bao gồm: phương tiện vận chuyển, cơ sở lưu trú, ăn uống, tham quan, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác đáp ứng với yêu cầu của khách hàng và phù hợp tiêu chuẩn tour đã thiết kế.
- ✓ Chọn lựa và thiết lập mối quan hệ hợp tác và thân thiện với các nhà cung cấp dịch vụ

- ✓ Thiết lập và củng cố hệ thống hướng dẫn viên cộng tác đảm bảo yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ, tác phong và quan điểm của công ty.
- ✓ Thiết kế các tour tuyến mới, tư vấn cho bộ phận kinh doanh trong phạm vi chuyên môn
- ✓ Đề xuất kế hoạch xây dựng hệ thống cung cấp dịch vụ hiệu quả - tin cậy; phát triển thị trường khách lẻ; tour khách lẻ định kỳ,.. hoặc các kế hoạch khả thi khác nhằm mang lại lợi ích cho công ty.

❖ Yêu cầu:

- ✓ Xây dựng được nền tảng và luôn cập nhật kiến thức về địa lý, văn hóa, kinh nghiệm và chuyên môn du lịch, tâm lý khách hàng.
- ✓ Nhạy bén, quyết đoán, có tính logic, có khả năng thuyết phục
- ✓ Sáng tạo, có khả năng ngôn ngữ
- ✓ Chu đáo, cẩn thận

3.2. QUY TRÌNH ĐIỀU HÀNH TOUR:

a. Mục đích

- ✓ Đảm bảo đúng chất lượng tour theo thỏa thuận với khách hàng
- ✓ Đảm bảo quy định và quan điểm kinh doanh của công ty
- ✓ Đảm bảo lợi nhuận cao nhất trong khoản chi phí hợp lý nhất

b. Phạm vi

- ✓ Áp dụng cho hoạt động điều hành tour từ khâu tiếp nhận hồ sơ tour đã ký kết, chuẩn bị dịch vụ cho đến khi kết thúc tour;
- ✓ Tập hợp thông tin phản hồi và phản ánh ngược lại cho bộ phận kinh doanh/ marketing

3.3. Nội dung quy trình điều hành tour:

- Tiếp nhận đầy đủ hồ sơ bàn giao tour từ các bộ phận liên quan kinh doanh, khách lẻ,.. với đầy đủ thông tin về khách hàng, mức độ dịch vụ yêu cầu
- Chuẩn bị dịch vụ bao gồm trong tour: vận chuyển, lưu trú, nhà hàng ăn uống, HDV, vật dụng cho tour, bảo hiểm, chi phí tour
- Cập nhật thông tin thường xuyên với các nhà cung cấp dịch vụ và bộ phận kinh doanh
- Xác nhận dịch vụ cuối cùng.
- Lập sổ cái điều hành tour. Sổ cái điều hành lưu giữ đầy đủ chi tiết dịch vụ xác nhận trên toàn tour và được lưu giữ tại văn phòng..
- Bàn giao tour cho HDV
- Theo dõi quá trình tour diễn ra
- Tập hợp và xử lý thông tin phản hồi từ khách hàng, HDV, dịch vụ sau đó chuyển cho các bộ phận liên quan nếu cần thiết

A. Tiếp nhận hồ sơ bàn giao tour từ bộ phận kinh doanh/ khách lẻ:

- Hợp đồng
- Chương trình chi tiết
- Chiết tính được duyệt
- Phiếu yêu cầu điều hành tour, trong đó ghi rõ những thông tin chi tiết về khách hàng, dịch vụ - nếu có, yêu cầu đặc biệt cần lưu ý - nếu có
- Danh sách tên, ngày tháng năm sinh, giới tính - nếu có

B. Chuẩn bị dịch vụ:

- ❑ Phương tiện vận chuyển (xe/ tàu/ máy bay). Tùy theo tuyến, điểm đến của tour mà liên hệ với nhà cung cấp xe/ tàu/ vé máy bay định giá và đặt dịch vụ phù hợp.
- ❑ Yếu tố cần xác định về phía tour là:
 - Lộ trình, thời gian, địa điểm đón, số lượng dự kiến;
 - Về phía nhà cung cấp dịch vụ là giá cả, chủng loại, số lượng, thời hạn đặt cọc - nếu có.
- ❑ Việc định giá, kiểm tra giá nên tiến hành trước hoặc trong quá trình sales làm việc với khách hàng để đảm bảo độ chính xác của dịch vụ
- ❑ Luôn kiểm tra, theo dõi sau đó và chuẩn bị phương án dự phòng trong mọi trường hợp

❖ Lưu ý:

❑ **Trường hợp vận chuyển đường hàng không:**

Luôn kiểm tra tình trạng chỗ, loại vé, điều kiện hoàn/hủy/ đổi tên kèm theo loại giá, cập nhật thông tin khách hàng (tên, ngày sinh, CMND, hộ chiếu, khai sinh trẻ em), thời hạn đặt cọc, thời hạn xuất vé.

C. Cơ sở lưu trú:

- ❑ Dựa trên hệ thống khách sạn và theo yêu cầu tour, liên hệ với bộ phận đặt phòng/ kinh doanh kiểm tra tình trạng available của khách sạn.
- ❖ Lưu ý: để lựa chọn chi phí hiệu quả cho khách hàng và đảm bảo lợi nhuận cho công ty:
 - Giá phòng thay đổi theo thời điểm: cao điểm/ thấp điểm/ ngày trong tuần
 - Tùy đơn vị sẽ có chính sách hủy/ điều chỉnh/phòng khác nhau
 - Tùy đơn vị sẽ có chính sách ưu đãi ăn nghỉ cho nội bộ - HDV, tài xế

- ❑ Thông số yêu cầu trên booking: số lượng phòng; loại phòng; cơ cấu giường; số người (nếu là đoàn khách ghép giường); ngày nhận phòng; ngày trả phòng; đơn giá thanh toán, giá đã bao gồm hay không VAT, phí dịch vụ, ăn sáng; tên HDV/ trưởng đoàn.
- ❑ Kiểm tra hạn đặt cọc và hình thức thanh toán: trực tiếp bằng tiền mặt hoặc chuyển khoản.
- ❑ Yêu cầu xác nhận bằng văn bản kể cả khi hủy/ hoãn booking.

D. Chuẩn bị HDV toàn tuyến & HDV điểm:

- ❖ Công ty đánh giá cao sự đóng góp của HDV đối với sự thành công của tour, sự chuẩn bị của bộ phận điều hành.
- ❑ Lựa chọn HDV đạt yêu cầu và phù hợp với từng đặc thù tour, đối tượng khách hàng và các công việc trên tour.
- ❑ Phân công và bố trí HDV hợp lý, khoa học.
- ❑ Phối hợp HDV điểm khi cần, đảm bảo chất lượng tour

E. Hệ thống nhà hàng, cơ sở ăn uống:

- Dựa trên hệ thống nhà hàng đã có hoặc phát sinh do tuyến điểm, lựa chọn menu, giá cả phù hợp yêu cầu của tour
- Thông số yêu cầu trên booking:
 - ngày giờ ăn;
 - bữa ăn;
 - số khẩu phần;
 - đơn giá,
 - giá đã bao gồm VAT,
 - phí dịch vụ;
 - thực đơn và các yêu cầu riêng (nếu có);
 - số xuất nội bộ miễn phí.
- Xác nhận thủ tục thanh toán trước/ sau; tiền mặt/ chuyển khoản.
- Yêu cầu nhà hàng xác nhận bằng văn bản kể cả hủy/ hoãn booking.

F. Bảo hiểm:

- Tùy theo yêu cầu của khách hàng và thỏa thuận trên tour tiến hành mua bảo hiểm cho đoàn khách.
- Thông tin yêu cầu: danh sách tên, ngày sinh, ngày đi - về, mức phí
- Yêu cầu xác nhận bằng văn bản
- ❖ **Các dịch vụ và vật dụng cần thiết khác nếu có:**
Trong trường hợp tour bao gồm những chương trình Gala dinner, hoạt động ngoài trời, chương trình chủ đề/ sân khấu - game show,...

I. Đặt cọc và Tạm ứng chi phí tour

- Điều hành có trách nhiệm yêu cầu đặt cọc dịch vụ trong trường hợp đã có xác nhận bằng văn bản của khách hàng thể hiện cụ thể là hợp đồng tour hoặc văn bản khác tương đương. Lập tạm ứng đặt cọc cho kế toán tối thiểu 24 giờ trước thời hạn yêu cầu
- Trên cơ sở chiết tính được duyệt, tiến hành lập tạm ứng chi phí tour cho kế toán tối thiểu 02 ngày trước ngày khởi hành

K. Xác nhận dịch vụ :

- Xác nhận và kiểm tra, điều chỉnh dịch vụ nếu cần thiết trước khi khởi hành tối thiểu 24giờ
- Hoàn tất việc chuẩn bị công cụ, vật dụng khác cho tour

L. Bàn giao cho HDV

- ❑ Bàn giao bằng văn bản đầy đủ và cụ thể. Biên bản bàn giao, thể hiện tóm lược những điều cần lưu ý, yêu cầu đặc biệt từng tour:
 - Chương trình
 - Chi tiết dịch vụ + người liên lạc
 - Danh sách xếp phòng
 - Danh sách đoàn - thông tin cần thiết về khách hàng,
 - Chi phí đi tour
 - Vật dụng cho tour
 - Mẫu phiếu đánh giá/ ý kiến khách hàng
 - Báo cáo tour mẫu

- ❑ Lập hợp đồng Hướng dẫn cộng tác viên dài hạn hoặc từng tour. Yêu cầu quyết toán, bàn giao chứng từ tour hợp lệ, thanh toán công tác phí trong vòng 03 ngày sau khi kết thúc tour.
- ❑ Thông báo với HDV những yêu cầu về tác phong, chuyên môn nghiệp vụ của công ty, quy định về hóa đơn, thủ tục thanh quyết toán, các khoản phát sinh

M. Theo dõi tiến trình tour:

- Luôn theo dõi tiến trình tour, đặc biệt những thời điểm nhạy cảm như ngay sau khi đón khách ngày đầu tiên, ngay sau thời điểm nhận phòng, ăn tối đầu tiên,... kịp thời tác động hoặc điều chỉnh hợp lý nếu cần thiết
- Động viên tinh thần HDV và đội ngũ nhân sự làm việc trên tour

N. Kết thúc

- Quyết toán với HDV
- Quyết toán với kế toán
- Tập hợp thông tin phản hồi từ HDV, phiếu ý kiến khách hàng, báo cáo tour
- Chuyển số liệu phát sinh cho bộ phận kinh doanh tiến hành thanh lý hợp đồng
- Đánh giá HDV, chất lượng tour, dịch vụ
- Rút kinh nghiệm
- Lưu hồ sơ từng tour đầy đủ

❖ Hồ sơ lưu tour (1B) gồm có:

1. Chương trình chính thức
2. Hợp đồng
3. Chiết tính tour
4. Danh sách khách hàng
5. Phiếu yêu cầu điều hành
6. Phiếu đặt và xác nhận các dịch vụ
7. Danh sách + Hợp đồng bảo hiểm
8. Biên bản bàn giao tour
9. Ý kiến khách hàng
10. Báo cáo đi đoàn
11. Hợp đồng HDV cộng tác (nếu có), giấy xác nhận đi công tác nếu là nhân viên Cty



3.4. 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