

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐH QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Sinh viên: Vũ Thị Hoài Phương

HẢI PHÒNG – 2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

THỰC TRẠNG KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH
DU LỊCH HỌC SINH CỦA CÔNG TY TNHH KỸ
NGUYÊN XANH TRAVEL

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VIỆT NAM HỌC
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Sinh viên: Vũ Thị Hoài Phương
Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG - 2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Vũ Thị Hoài Phương

Mã SV: 2212405001

Lớp: DL2601

Chuyên ngành: Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Tên đề tài: Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

- Làm rõ cơ sở lý luận về thị trường khách du lịch và hoạt động khai thác thị trường khách du lịch học sinh.
- Phân tích thực trạng hoạt động khai thác tại Công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel.
- Đề xuất hệ thống giải pháp phù hợp, khả thi, mang tính ứng dụng cao đối với doanh nghiệp và địa phương.

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

- Nghiên cứu các khái niệm về lữ hành, thị trường khách du lịch và đặc điểm tâm lý khách học sinh.
- Tổng hợp các tiêu chí đánh giá hiệu quả khai thác thị trường khách du lịch.
- Tài liệu sử dụng: Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành (Nguyễn Văn Mạnh), Giáo trình Kinh tế Du lịch (Đại học Kinh tế Quốc dân).
- Số liệu kinh doanh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel (2022-2024):

- Tổng doanh thu và lợi nhuận qua các năm.
- Số lượng chương trình (tour) đã tổ chức cho khối học sinh.
- Số lượng lượt khách học sinh phân theo cấp học (Mầm non, Tiểu học, THCS, THPT).

- Tỷ trọng doanh thu mảng du lịch học đường trong tổng doanh thu của công ty.

- Số liệu về thị trường mục tiêu tại Hải Phòng:

- Số lượng các trường học trên địa bàn huyện Thủy Nguyên và các quận lân cận (Hồng Bàng, An Dương...).
- Quy mô học sinh và nhu cầu tham quan ngoại khóa theo Chương trình giáo dục phổ thông 2018.
- Tài liệu sử dụng: Báo cáo nội bộ công ty, Niên giám thống kê Hải Phòng, thông tin từ Sở Giáo dục & Đào tạo.

- Khảo sát thực tế:

- Xây dựng và triển khai phiếu khảo sát ý kiến khách hàng (Ban giám hiệu, phụ huynh, học sinh).
- Tổng hợp đánh giá về: Chất lượng dịch vụ, tính hấp dẫn của chương trình tour, mức giá và công tác an toàn của công ty.

- Phỏng vấn sâu cán bộ quản lý và hướng dẫn viên về những thuận lợi, khó khăn khi triển khai tour học đường.

- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng và sản phẩm du lịch:

- Đánh giá hệ thống sản phẩm hiện có của công ty (Tour lịch sử Bạch Đằng Giang, Tour nông nghiệp, Tour Cát Bà...).

- Phân tích các kênh phân phối và hoạt động quảng bá (Fanpage, liên kết trực tiếp với trường học).

- Tài liệu sử dụng: Hồ sơ sản phẩm, các hợp đồng mẫu, kịch bản chương trình Teambuilding/trải nghiệm của doanh nghiệp.

- Xây dựng định hướng và giải pháp:

- Căn cứ vào mục tiêu phát triển du lịch của Hải Phòng và chiến lược của doanh nghiệp đến năm 2030.

- Đề xuất các nhóm giải pháp: Hoàn thiện sản phẩm, mở rộng địa bàn, nâng cao chất lượng nhân sự và tăng cường liên kết đối tác.

- Tài liệu sử dụng: Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, các nghị quyết về du lịch của thành phố Hải Phòng.

3. Địa điểm nghiên cứu đề tài tốt nghiệp

Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel

Địa chỉ: Thôn 5, xã Cao Nhân, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng.

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: Nguyễn Thị Phương Thảo

Đơn vị công tác: Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng

Họ và tên sinh viên: Vũ Thị Hoài Phương

Chuyên ngành: Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Đề tài tốt nghiệp: Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel

Nội dung hướng dẫn:

.....

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

.....

.....

.....

2. Đánh giá chất lượng của đồ án/ khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T.T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu,...)

.....

.....

.....

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ ☐

Không được bảo vệ ☐

Điểm hướng dẫn ☐

Hải Phòng, ngày.....tháng.....năm 2025

Giảng viên hướng dẫn

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành chương trình đào tạo tại trường và thực hiện đề tài khóa luận tốt nghiệp này, ngoài sự nỗ lực của bản thân, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ và ủng hộ quý báu từ quý thầy, cô, gia đình, bạn bè và đơn vị lẫn hành.

Lời đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới Ban Giám hiệu, cùng toàn thể quý thầy, cô giáo trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng, đặc biệt là các thầy, cô giáo trong Khoa Du lịch – những người đã truyền đạt cho em những kiến thức quý báu, những kỹ năng nghề nghiệp và đạo đức làm nghề trong suốt bốn năm học tập dưới mái trường.

Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành và sâu sắc nhất tới Thạc sĩ Nguyễn Thị Phương Thảo. Trong suốt quá trình triển khai và hoàn thiện đề tài, cô đã dành rất nhiều tâm huyết, tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và đưa ra những định hướng quý báu giúp em vượt qua những khó khăn về mặt học thuật cũng như thực tiễn. Những lời khuyên và sự khích lệ của cô không chỉ giúp em hoàn thành tốt khóa luận mà còn là hành trang quý giá cho công việc của em sau này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban lãnh đạo cùng tập thể anh, chị cán bộ nhân viên tại Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Cảm ơn các anh chị đã nhiệt tình giúp đỡ, tạo điều kiện thuận lợi và cung cấp những số liệu thực tế cần thiết để em có thể hoàn thành chuyên đề nghiên cứu của mình.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn tới gia đình và bạn bè đã luôn ở bên cạnh, động viên và hỗ trợ em về mọi mặt để em có thể tập trung hoàn thành tốt khóa luận này.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, song do kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế, bài khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, chỉ bảo của quý thầy, cô để bài làm được hoàn thiện hơn.

Em xin kính chúc quý thầy, cô giáo cùng tập thể công ty sức khỏe, hạnh phúc và thành công!

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Bố cục khóa luận	5
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH.....	6
1.1. Cơ sở lý luận về thị trường khách du lịch	6
1.1.1. Khái niệm và vai trò của thị trường du lịch.....	6
1.1.2. Phân loại thị trường khách du lịch.....	8
1.1.3. Đặc điểm tâm lý và hành vi tiêu dùng của khách du lịch học sinh.	10
1.1.4. Vai trò, ý nghĩa của thị trường khách du lịch học sinh đối với doanh nghiệp.....	12
1.2. Khai thác thị trường khách du lịch của doanh nghiệp lữ hành	14
1.2.1. Khái niệm và nội dung của hoạt động khai thác thị trường khách du lịch.....	14
1.2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác khách du lịch	16
1.3.2. Bài học rút ra cho Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel	20
1.4. Tiểu kết chương 1	22
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH CỦA CÔNG TY TNHH KỶ NGUYÊN XANH TRAVEL..	23
2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel	23
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	23
2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng, nhiệm vụ các bộ phận	24
2.1.3. Các lĩnh vực kinh doanh chính	26
2.2. Thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel.....	28
2.2.1. Phạm vi khai thác chủ yếu thị trường khách học sinh của công ty	28
2.2.2. Đặc điểm tâm lý, xu hướng và nhu cầu đi du lịch của thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel	30

2.2.3. Vai trò của thị trường khách học sinh đối với Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel	33
2.3. Hoạt động khai thác, phục vụ thị trường khách học sinh của công ty ...	36
2.3.1. Một số điều kiện khai thác thị trường khách học sinh của công ty	36
2.3.2. Công tác nghiên cứu và kết nối thị trường khách du lịch học sinh	41
2.3.3. Một số sản phẩm du lịch dành cho thị trường khách học sinh	43
2.3.4. Kết quả kinh doanh thị trường khách du lịch học sinh.....	46
5 truo. Đánh giá những thuận lợi – ưu điểm và khó khăn – hạn chế trong việc khai thác thị trường khách du lịch học sinh của công ty.....	50
2.4.1. Những thuận lợi – ưu điểm.....	50
2.4.2. Những khó khăn – hạn chế	51
2.5. Tiểu kết chương 2.....	52
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH CỦA CÔNG TY TNHH KỸ NGUYÊN XANH TRAVEL.....	54
3.1. Định hướng phát triển của công ty.....	54
3.2. Các giải pháp chủ yếu.....	55
3.2.1. Giải pháp về xây dựng sản phẩm.....	55
3.2.2. Giải pháp về đẩy mạnh hoạt động marketing và truyền thông.....	60
3.2.3. Giải pháp về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực	61
3.2.4. Giải pháp về liên kết và hợp tác.....	61
3.2.5. Một số giải pháp khác	62
3.3. Kiến nghị.....	64
3.3.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước.....	65
3.3.2. Đối với công ty	65
3.3.3. Đối với nhà trường và phụ huynh.....	66
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	68

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, ngành du lịch Việt Nam đã đạt được những bước phát triển vượt bậc và ngày càng khẳng định vai trò là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2025), trong năm 2024, Việt Nam đón khoảng 17,5 triệu lượt khách quốc tế và 110 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 840 nghìn tỷ đồng, tăng hơn 20% so với năm 2023.

Trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, Chính phủ đã xác định mục tiêu phát triển du lịch theo hướng bền vững, chuyên nghiệp và đa dạng hóa sản phẩm, trong đó chú trọng phát triển các loại hình du lịch gắn với giáo dục, văn hóa và trải nghiệm cộng đồng. Một trong những hướng phát triển được đánh giá có tiềm năng cao là du lịch học đường (du lịch học sinh) – loại hình kết hợp giữa học tập, trải nghiệm, kỹ năng sống và tham quan thực tế. Theo Cục Du lịch Quốc gia (2023), loại hình này “đang ngày càng được các trường học, phụ huynh và doanh nghiệp lưu ý hành quan tâm vì mang lại giá trị giáo dục toàn diện, góp phần hình thành nhân cách và nâng cao hiểu biết xã hội cho học sinh”.

Tại Hải Phòng, loại hình du lịch trải nghiệm dành cho học sinh cũng đang phát triển mạnh, đặc biệt ở các trường tiểu học và trung học cơ sở. Trong bối cảnh đó, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã xác định rõ thị trường mục tiêu là nhóm khách học sinh các cấp, tập trung xây dựng các sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn với giáo dục kỹ năng sống, bảo vệ môi trường và khám phá văn hóa địa phương. Tuy nhiên, hoạt động khai thác thị trường này vẫn còn một số hạn chế như: sản phẩm chưa thật sự đa dạng, quy mô tổ chức còn nhỏ, hoạt động quảng bá chưa đồng bộ.

Do đó, việc nghiên cứu đề tài “Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel” là cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn. Nghiên cứu này không chỉ giúp doanh nghiệp đánh giá đúng tình hình hoạt động, nhận diện cơ hội và thách thức, mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch học đường tại Hải Phòng nói riêng và Việt Nam nói chung.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát của khóa luận là đánh giá thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả khai thác và phát triển bền vững phân khúc khách học sinh.

Cụ thể, đề tài hướng đến ba mục tiêu chính:

- Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn liên quan đến hoạt động khai thác thị trường khách du lịch học sinh.
- Thứ hai, phân tích và đánh giá thực trạng khai thác thị trường học sinh tại Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel trong giai đoạn 2022–2024.
- Thứ ba, đề xuất các giải pháp khả thi nhằm nâng cao hiệu quả khai thác và mở rộng thị trường khách học sinh trong thời gian tới.

Để đạt được mục tiêu này, khóa luận tập trung giải quyết các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

- (1) Làm rõ cơ sở lý luận về thị trường khách du lịch và hoạt động khai thác thị trường học sinh;
- (2) Phân tích thực trạng hoạt động khai thác tại Công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel;
- (3) Đề xuất hệ thống giải pháp phù hợp, khả thi, mang tính ứng dụng cao đối với doanh nghiệp và địa phương.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là hoạt động khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, bao gồm các nội dung: nghiên cứu thị trường, thiết kế và tổ chức sản phẩm, marketing, quản lý và đánh giá hiệu quả khai thác.

Phạm vi nghiên cứu được xác định cụ thể như sau:

- Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện chủ yếu tại thành phố Hải Phòng, nơi công ty đặt trụ sở chính và triển khai phần lớn các tour du lịch học đường; đồng thời mở rộng khảo sát đến một số địa phương lân cận như Quảng Ninh, Hải Dương, Thái Bình – các địa điểm thường xuyên được lựa chọn làm điểm đến.
- Về thời gian: Đề tài tập trung phân tích giai đoạn 2022–2024, tương ứng với thời kỳ phục hồi mạnh mẽ của du lịch nội địa sau đại dịch COVID-19.
- Về nội dung: Khóa luận chỉ tập trung nghiên cứu hoạt động khai thác và phát triển thị trường khách học sinh, không đi sâu vào khía cạnh tài chính hay cơ cấu nhân sự của doanh nghiệp.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, khóa luận sử dụng tổng hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau, đảm bảo tính khách quan, khoa học và độ tin cậy của kết quả. Cụ thể bao gồm:

4.1. Phương pháp thu thập và tổng hợp tài liệu thứ cấp

Phương pháp này được sử dụng nhằm xây dựng cơ sở lý luận và thực tiễn cho đề tài. Các tài liệu được thu thập từ những nguồn chính thống như:

- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (www.vietnamtourism.gov.vn) – cung cấp số liệu thống kê về khách du lịch nội địa, xu hướng du lịch học đường và chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2021–2030, tầm nhìn đến 2045.
- Tổng cục Thống kê Việt Nam (GSO) – cung cấp dữ liệu kinh tế - xã hội, trong đó có chỉ tiêu doanh thu và lượng khách du lịch theo nhóm tuổi.

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch – các báo cáo thường niên về tình hình hoạt động du lịch, chính sách phát triển du lịch bền vững và định hướng giáo dục trải nghiệm.

- Ngoài ra, các công trình nghiên cứu khoa học, bài báo chuyên ngành du lịch, luận văn – khóa luận trước đây, và các báo cáo nội bộ của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel cũng được sử dụng để tham chiếu, đối chiếu và tổng hợp thông tin.

Việc thu thập và phân tích tài liệu thứ cấp giúp hình thành khung lý thuyết, nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến việc khai thác thị trường khách du lịch học sinh, đồng thời cung cấp bối cảnh thực tiễn để đánh giá hoạt động của doanh nghiệp.

4.2. Phương pháp phỏng vấn sâu (định tính)

Song song với khảo sát định lượng, đề tài sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu nhằm khai thác thông tin chuyên sâu và định tính từ các bên liên quan.

Đối tượng phỏng vấn bao gồm:

- Ban Giám đốc và nhân viên phòng kinh doanh – marketing của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel;
- Đại diện giáo viên phụ trách hoạt động ngoại khóa của một số trường THPT và THCS hợp tác với công ty;
- Hướng dẫn viên trực tiếp tổ chức tour học đường.

Các cuộc phỏng vấn được tiến hành dưới dạng bán cấu trúc (semi-structured interview) với danh mục câu hỏi mở, tập trung vào nội dung như: chiến lược thị trường, chính sách giá, sản phẩm du lịch học đường, khó khăn trong khai thác và giải pháp phát triển trong tương lai.

Kết quả phỏng vấn được tổng hợp, mã hóa và phân loại thành các nhóm chủ đề để hỗ trợ cho việc phân tích thực trạng ở chương 2.

4.3. Phương pháp phân tích, tổng hợp và so sánh

Sau khi thu thập dữ liệu, khóa luận tiến hành phân tích tổng hợp thông tin từ nhiều nguồn để đưa ra kết luận có cơ sở.

Phương pháp so sánh được áp dụng để đối chiếu hoạt động khai thác khách học sinh của Kỷ Nguyên Xanh Travel với một số doanh nghiệp lữ hành tương tự tại Hải Phòng và khu vực miền Bắc (như Vietravel, Saigontourist Hải Phòng, hoặc các đơn vị tổ chức tour học đường của Sở Giáo dục). Qua đó, đề tài rút ra các bài học kinh nghiệm, nhận diện điểm khác biệt và khoảng trống thị trường mà công ty có thể khai thác trong tương lai.

4.4. Phương pháp phân tích SWOT

Phương pháp SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats) được sử dụng để đánh giá tổng thể hoạt động khai thác thị trường khách học sinh của công ty.

5. Bố cục khóa luận

Khóa luận “Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel” được kết cấu thành ba chương chính, ngoài phần Mở đầu, Kết luận – Kiến nghị và Tài liệu tham khảo. Cấu trúc cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về khai thác thị trường khách du lịch học sinh.

Chương 2: Thực trạng khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel.

Chương 3: Giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách du lịch học sinh của công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH

1.1. Cơ sở lý luận về thị trường khách du lịch

1.1.1. Khái niệm và vai trò của thị trường du lịch

Theo *Tổ chức Du lịch Thế giới của Liên Hợp Quốc (UNWTO, 2023)*, thị trường du lịch được hiểu là “tổng hợp các quan hệ kinh tế, xã hội phát sinh trong quá trình trao đổi hàng hóa, dịch vụ du lịch giữa người cung ứng và người tiêu dùng du lịch”. Nói cách khác, đó là nơi diễn ra sự gặp gỡ giữa cung và cầu du lịch, trong đó du khách là chủ thể của cầu, còn các doanh nghiệp, tổ chức du lịch là chủ thể của cung.

Theo *Giáo trình Kinh tế Du lịch* của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2021), thị trường du lịch là “tổng thể các mối quan hệ mua bán, trao đổi dịch vụ và hàng hóa phục vụ nhu cầu du lịch của con người trong không gian và thời gian nhất định”. Thị trường du lịch không chỉ bao gồm khách du lịch (người mua) và doanh nghiệp (người bán), mà còn gồm các yếu tố trung gian như đại lý lữ hành, đơn vị vận chuyển, cơ quan quản lý nhà nước và các bên hỗ trợ khác.

Như vậy, *thị trường du lịch có thể hiểu là tổng thể các quan hệ cung ứng và tiêu dùng sản phẩm – dịch vụ du lịch, được hình thành thông qua sự tương tác giữa du khách, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, vận chuyển, điểm đến và các cơ quan quản lý. Thị trường này không chỉ phản ánh nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm của du khách mà còn thể hiện cách các doanh nghiệp du lịch tổ chức, quản trị và phân phối sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu đó. Vì vậy, thị trường du lịch được hiểu như một hệ thống hoạt động gắn kết, nơi các chủ thể du lịch phối hợp với nhau để tạo ra, vận hành và trao đổi các giá trị du lịch trong một không gian và thời gian xác định.*

Thị trường du lịch có vai trò đặc biệt quan trọng trong sự phát triển của nền kinh tế nói chung và ngành du lịch nói riêng. Vai trò này thể hiện trên các khía cạnh kinh tế, xã hội, văn hóa và chính trị.

a) Vai trò kinh tế

Thị trường du lịch là động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, sự phát triển của du lịch thúc đẩy nhiều ngành phụ trợ như nông nghiệp, thủ công mỹ nghệ, giao thông vận tải, thương mại, truyền thông và công nghệ thông tin. Nhờ tính lan tỏa rộng, du lịch được xem là ngành kinh tế tổng hợp, đóng góp lớn vào nền kinh tế quốc dân.

b) Vai trò xã hội

Thị trường du lịch góp phần quan trọng trong việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân. Đi du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn, mà còn giúp mở rộng hiểu biết, giao lưu văn hóa và tăng cường sự gắn kết cộng đồng.

Theo *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030* (Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020), Nhà nước xác định phát triển du lịch phải “trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, đóng góp tích cực vào nâng cao chất lượng cuộc sống và bảo tồn bản sắc dân tộc”. Như vậy, thị trường du lịch chính là nền tảng để hiện thực hóa mục tiêu phát triển con người toàn diện.

c) Vai trò văn hóa – giáo dục

Thị trường du lịch là cầu nối giao lưu văn hóa trong và ngoài nước, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị di sản dân tộc. Nhiều địa phương đã xây dựng sản phẩm du lịch gắn với bảo tồn văn hóa (như làng nghề, lễ hội, ẩm thực truyền thống). Đồng thời, thông qua hoạt động du lịch, khách du lịch có cơ hội học hỏi, nâng cao nhận thức về lịch sử – văn hóa – môi trường.

d) Vai trò chính trị – đối ngoại

Thị trường khách du lịch quốc tế là công cụ quan trọng trong quảng bá hình ảnh quốc gia và thúc đẩy ngoại giao nhân dân. Việc thu hút khách quốc tế giúp nâng cao vị thế Việt Nam, đồng thời xây dựng hình ảnh một quốc gia an toàn, thân thiện và giàu bản sắc.

Nhìn chung, thị trường khách du lịch là bộ phận quan trọng của nền kinh tế, nơi diễn ra trao đổi dịch vụ và giá trị giữa khách du lịch và nhà cung cấp. Thị trường này không chỉ tạo ra lợi ích kinh tế và thúc đẩy các ngành liên quan, mà còn mang lại giá trị xã hội, văn hóa và chính trị. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, việc hiểu rõ đặc điểm và vai trò của thị trường du lịch giúp doanh nghiệp - như Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel - định hướng phát triển phù hợp, đặc biệt khi khai thác phân khúc du lịch trải nghiệm cho học sinh, vốn có tiềm năng và tính ổn định cao tại Việt Nam.

1.1.2. Phân loại thị trường khách du lịch

❖ Căn cứ phân loại thị trường khách du lịch

Thị trường khách du lịch được phân loại theo nhiều tiêu chí nhằm giúp cơ quan quản lý và doanh nghiệp nhận diện nhóm khách, từ đó xây dựng sản phẩm, giá, kênh phân phối và phương thức xúc tiến phù hợp. Thị trường khách du lịch thường được phân loại theo các căn cứ chủ yếu sau:

a) Phân loại theo phạm vi lãnh thổ

Khách du lịch nội địa: Khách du lịch nội địa là người cư trú trong một quốc gia, đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ của chính quốc gia đó và có thời gian lưu trú qua đêm (tối thiểu là một đêm) hoặc đi tham quan (du lịch trong ngày), nhưng không vì mục đích kiếm tiền hay định cư tại nơi đến.

Khách du lịch quốc tế: Bao gồm khách đến Việt Nam và khách Việt Nam ra nước ngoài.

b) Phân loại theo mục đích chuyến đi

Theo Luật Du lịch 2017, gồm các nhóm chính:

- Nghỉ dưỡng - giải trí: Tập trung vào nhu cầu thư giãn, tận hưởng dịch vụ nghỉ dưỡng, spa, resort,...
- Tham quan - khám phá: Hướng đến cảnh quan tự nhiên, văn hóa, lịch sử.
- Công vụ và MICE: Đi công tác, hội nghị, khen thưởng,
- Học tập - trải nghiệm - giáo dục: Nhóm học sinh, sinh viên tham gia hoạt động ngoại khóa, du lịch học đường.

Phân loại theo mục đích giúp doanh nghiệp thiết kế sản phẩm chuyên biệt và nâng cao cạnh tranh trên thị trường.

c) Phân loại theo nhân khẩu học

Theo lý thuyết Kotler (2018), nhân khẩu học là một trong những căn cứ cơ bản để chia nhỏ thị trường. Trong du lịch, yếu tố này bao gồm độ tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, học vấn...

Ví dụ: Học sinh – sinh viên: Ưu tiên tour ngắn ngày, chi phí thấp, thiên về trải nghiệm. Trung niên: Chú trọng tiện nghi, an toàn. Cao tuổi: Thường chọn tour nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe.

d) Phân loại theo yếu tố tâm lý và hành vi tiêu dùng

Ngoài các yếu tố định lượng, thị trường du lịch còn có thể chia theo các yếu tố tâm lý – hành vi, như:

- Động cơ du lịch: Thư giãn, khám phá, học hỏi, gắn kết cộng đồng...
- Thái độ tiêu dùng: Mức độ trung thành với thương hiệu, khả năng chi trả, cách tiếp cận thông tin du lịch.
- Hành vi mua: Cách đặt tour (trực tuyến hay truyền thống), thời gian đi, tần suất du lịch, sự nhạy cảm về giá.

e) Phân loại theo thời gian và tần suất du lịch

Khách du lịch thường xuyên: Đi nhiều lần trong năm, thường thuộc nhóm thu nhập ổn định. Khách du lịch mùa vụ: Đi vào các dịp nghỉ lễ, hè; với học sinh, cao điểm là tháng 5–8 hằng năm. Khách ngẫu hứng: Quyết định nhanh, chịu ảnh hưởng bởi

xu hướng và cảm xúc. Phân loại này giúp doanh nghiệp lập kế hoạch marketing theo mùa và bố trí nguồn lực hợp lý.

Như vậy, phân loại thị trường khách du lịch là bước quan trọng trong nghiên cứu và hoạch định kinh doanh.

1.1.3. Đặc điểm tâm lý và hành vi tiêu dùng của khách du lịch học sinh.

Khách du lịch học sinh là nhóm khách đặc thù, chủ yếu trong độ tuổi từ 6 đến 18 tuổi, đang trong giai đoạn phát triển về thể chất và tâm lý. Đặc điểm tâm lý của nhóm khách này chịu ảnh hưởng rõ rệt bởi độ tuổi và môi trường học đường, do đó hành vi tiêu dùng du lịch thường không mang tính tự quyết mà phụ thuộc nhiều vào gia đình, nhà trường và đơn vị tổ chức.

Xét theo độ tuổi, học sinh tiểu học có tâm lý hồn nhiên, tò mò, yêu thích các hoạt động trực quan và vui chơi. Học sinh trung học cơ sở có xu hướng thích khám phá, tham gia hoạt động tập thể và giao lưu bạn bè. Học sinh trung học phổ thông có khả năng nhận thức tương đối hoàn thiện, quan tâm nhiều hơn đến giá trị giáo dục, văn hóa – lịch sử và các hoạt động trải nghiệm, định hướng kỹ năng và nghề nghiệp.

Về nhu cầu du lịch, học sinh không chỉ có nhu cầu vui chơi, giải trí mà còn gắn liền với mục tiêu học tập và trải nghiệm thực tế. Các chuyến du lịch thường kết hợp tham quan di tích lịch sử, bảo tàng, làng nghề truyền thống nhằm mở rộng kiến thức và gắn lý thuyết với thực tiễn. Bên cạnh đó, nhu cầu rèn luyện kỹ năng sống, kỹ năng làm việc nhóm và ý thức kỷ luật cũng được thể hiện rõ thông qua các hoạt động tập thể trong chuyến đi. Ngoài ra, nhu cầu giao lưu và giải trí giữ vai trò quan trọng trong du lịch học sinh, giúp các em giảm căng thẳng, tăng cường sự gắn kết tập thể và phát triển kỹ năng giao tiếp xã hội. Mức độ hài lòng của học sinh phụ thuộc lớn vào tính an toàn, sự phù hợp lứa tuổi và tính hấp dẫn của các hoạt động.

Các địa điểm du lịch phù hợp với học sinh thường là khu di tích lịch sử – văn hóa, bảo tàng, khu du lịch sinh thái, nông trại trải nghiệm, làng nghề truyền thống, khu

vui chơi giải trí và trung tâm giáo dục kỹ năng sống. Những điểm đến này vừa đáp ứng mục tiêu giáo dục, vừa phù hợp với tâm lý và nhu cầu của học sinh.

Quyết định mua chịu chi phối mạnh bởi nhà trường và phụ huynh: Học sinh thường đi theo đoàn do trường hoặc phụ huynh tổ chức, vì vậy quyết định lựa chọn nhà cung cấp, chương trình và ngân sách là quyết định tập thể. Mục tiêu chuyến đi ưu tiên yếu tố giáo dục và trải nghiệm.

Nhu cầu về an toàn và minh bạch pháp lý ở mức cao: An toàn vận chuyển, ăn uống, y tế, bảo hiểm là tiêu chí tiên quyết để nhà trường và phụ huynh chấp thuận cho học sinh tham gia. Các khuyến nghị về chuyên nghiệp hóa du lịch học đường yêu cầu doanh nghiệp có quy trình quản lý rủi ro, phương án khẩn cấp và đầy đủ giấy phép, hợp đồng, chứng nhận năng lực. Hồ sơ chào hàng cần thể hiện rõ phương án an toàn và minh bạch pháp lý.

Tính mùa vụ và sự nhạy cảm về chi phí: Hoạt động du lịch học sinh tập trung vào dịp hè và các ngày ngoại khóa nên có tính mùa vụ rõ rệt. Chi phí chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi phụ huynh, vì vậy giá tour phải hợp lý, có ưu đãi theo số lượng, minh bạch chi phí và hỗ trợ đối với các trường hợp hạn chế kinh phí. Các khuyến nghị của Sở Du lịch đều nhấn mạnh sự phù hợp giữa khung thời gian học tập và khả năng chi trả.

Kỳ vọng chương trình gắn với nội dung giáo dục của nhà trường: Nhà trường ưu tiên các chương trình có thể tích hợp nội dung môn học như: lịch sử, khoa học, nghề nghiệp, kỹ năng sống... Tour học đường hiệu quả phải bổ trợ mục tiêu giáo dục, có nhiệm vụ học tập cụ thể (bài thu hoạch, báo cáo...) và được thiết kế phù hợp với chương trình giáo dục phổ thông hiện hành.

Do phụ huynh – nhà trường là người quyết định, các kênh tiếp cận chủ yếu gồm: làm việc trực tiếp với ban giám hiệu, hội thảo giới thiệu chương trình cho phụ huynh, bộ hồ sơ gửi trường, các kênh trực tuyến dành cho phụ huynh (website,

fanpage, Zalo OA). Tài liệu hướng dẫn của cơ quan quản lý điều kiện kinh doanh có bộ hồ sơ hoàn chỉnh, dễ thuyết phục.

1.1.4. Vai trò, ý nghĩa của thị trường khách du lịch học sinh đối với doanh nghiệp
Thị trường khách du lịch học sinh bao gồm nhóm khách từ tiểu học đến trung học phổ thông, tham gia các chương trình tham quan, trải nghiệm, dã ngoại và du lịch học tập ngoài nhà trường. Đây là thị trường có tính ổn định và bền vững, phù hợp xu hướng phát triển du lịch giáo dục trong bối cảnh Bộ Giáo dục và Đào tạo khuyến khích hoạt động trải nghiệm thực tế.

❖ Vai trò của thị trường khách du lịch học sinh đối với doanh nghiệp lữ hành
Góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch: Theo TS Nguyễn Văn Mạnh, thị trường học sinh tạo điều kiện để doanh nghiệp mở rộng danh mục sản phẩm sang các chương trình mang tính giáo dục và trải nghiệm như du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái – làng nghề, du lịch lịch sử.

Các mô hình tiêu biểu như “Em yêu lịch sử Việt Nam”, “Một ngày làm chiến sĩ”, “Học làm nông dân” của các doanh nghiệp Saigontourist, Vietravel, Kỷ Nguyên Xanh Travel cho thấy thị trường học sinh không chỉ nâng cao sức cạnh tranh mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu đặc thù, ổn định hơn so với thị trường du lịch thuần túy giải trí.

Tăng doanh thu, ổn định nguồn khách và xây dựng tệp khách hàng trung thành:
Khách du lịch học sinh thường đi theo đoàn lớn, được tổ chức theo trường học hoặc cơ sở giáo dục, giúp doanh nghiệp duy trì doanh thu ổn định, giảm tính mùa vụ trong kinh doanh. Điều này cho thấy thị trường học sinh đóng vai trò “điều tiết mùa vụ”, giúp các doanh nghiệp duy trì hoạt động hiệu quả ngay cả trong thời gian du lịch nội địa giảm.

Khách học sinh là nguồn khách tiềm năng lâu dài. Khi được trải nghiệm dịch vụ tốt từ sớm, các em cùng phụ huynh có xu hướng tiếp tục lựa chọn cùng doanh nghiệp trong tương lai (du lịch gia đình, du lịch đoàn thể, du lịch học sinh – sinh viên).

Vì vậy, thị trường học sinh có ý nghĩa xây dựng tệp khách hàng trung thành và gắn bó dài hạn, góp phần củng cố thương hiệu doanh nghiệp.

Thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp – nhà trường – cộng đồng: Hoạt động tổ chức tour cho học sinh đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp, nhà trường và chính quyền địa phương. Nhiều doanh nghiệp đã thiết lập hợp tác lâu dài với các Sở Giáo dục và Đào tạo, tổ chức chương trình ngoại khóa định kỳ, đồng thời góp phần quảng bá hình ảnh địa phương và thúc đẩy du lịch nội địa.

❖ Ý nghĩa chiến lược của thị trường khách học sinh

a) Ý nghĩa về kinh tế

Thị trường khách du lịch học sinh được đánh giá là một trong những nguồn khách tương đối ổn định và ít biến động so với nhiều phân khúc khác. Hoạt động tổ chức tham quan, dã ngoại cho học sinh thường được xây dựng theo kế hoạch từ trước, gắn với năm học và các chương trình giáo dục, do đó có tính dự báo cao. Nhờ đặc điểm này, doanh nghiệp lữ hành có thể chủ động trong việc quản lý dòng tiền, xây dựng kế hoạch kinh doanh cũng như phân bổ nguồn lực một cách hợp lý, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và hạn chế rủi ro trong quá trình khai thác thị trường.

b) Ý nghĩa xã hội – giáo dục

Du lịch học sinh hỗ trợ giáo dục toàn diện, tăng kỹ năng sống, trải nghiệm thực tế và ý thức bảo vệ môi trường. Báo cáo UNESCO “Learning through Experience” (2022) chỉ ra rằng hoạt động trải nghiệm giúp tăng 25% khả năng ghi nhớ và hiểu kiến thức.

c) Ý nghĩa về thương hiệu và phát triển bền vững

Doanh nghiệp khai thác tốt thị trường học sinh thường được đánh giá cao về uy tín và trách nhiệm xã hội. Các chương trình an toàn, mang giá trị giáo dục giúp doanh nghiệp tạo hình ảnh thân thiện với phụ huynh và cộng đồng, đồng thời mở ra cơ hội phát triển các sản phẩm du lịch giáo dục trong và ngoài nước.

Như vậy, thị trường khách du lịch học sinh mang lại lợi ích toàn diện về kinh tế, xã hội, giáo dục và phát triển bền vững cho doanh nghiệp lữ hành. Với quy mô lớn, ổn định, ít biến động và khả năng hình thành tệp khách hàng trung thành, đây là một trong những thị trường chiến lược quan trọng đối với doanh nghiệp lữ hành Việt Nam hiện nay.

1.2. Khai thác thị trường khách du lịch của doanh nghiệp lữ hành

1.2.1. Khái niệm và nội dung của hoạt động khai thác thị trường khách du lịch.

a) Khái niệm của hoạt động khai thác thị trường khách du lịch

Theo *Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành* của Đại học Kinh tế Quốc dân (2006), “*khai thác thị trường du lịch*” có thể được hiểu là tổng hợp các biện pháp, cách thức mà các tổ chức hoặc doanh nghiệp du lịch tác động vào thị trường nhằm thu hút, đáp ứng nhu cầu và biến nhu cầu tiềm năng của khách hàng thành hành động mua sản phẩm/dịch vụ du lịch cụ thể. Hoạt động này bao gồm chuỗi công việc liên quan đến nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm du lịch, định giá, quảng bá – xúc tiến, tổ chức tour và chăm sóc khách hàng.

Trong khi đó, *Giáo trình Marketing Du lịch* (Nguyễn Văn Mạnh & Phạm Hồng Long, 2020) xem “khai thác thị trường” là giai đoạn doanh nghiệp duy trì và mở rộng quan hệ với nhóm khách mục tiêu thông qua hệ thống chiến lược sản phẩm – giá – phân phối – xúc tiến.

Như vậy, khai thác thị trường khách du lịch là quá trình liên tục và mang tính hệ thống, nhằm biến nhu cầu du lịch tiềm năng trở thành nhu cầu thực tế và tối đa hóa giá trị mang lại cho doanh nghiệp cũng như khách du lịch.

b) Nội dung của hoạt động khai thác thị trường khách du lịch

Hoạt động khai thác thị trường khách du lịch bao gồm sáu nhóm nội dung cơ bản sau:

Nghiên cứu thị trường khách du lịch: Nghiên cứu thị trường đóng vai trò định hướng, giúp doanh nghiệp xác định nhu cầu, đặc điểm hành vi, động cơ du lịch, khả năng chi trả và xu hướng tiêu dùng của từng phân khúc khách. Nội dung nghiên cứu bao gồm: Nghiên cứu cầu du lịch: nhu cầu, thị hiếu, động cơ và quy mô thị trường. Nghiên cứu cung du lịch: nguồn tài nguyên, sản phẩm hiện có, năng lực của doanh nghiệp. Nghiên cứu môi trường: yếu tố kinh tế – xã hội, chính sách, pháp lý, công nghệ và phân tích đối thủ cạnh tranh.

Thiết kế và phát triển sản phẩm du lịch: Dựa trên kết quả nghiên cứu thị trường, doanh nghiệp xây dựng và hoàn thiện sản phẩm du lịch theo nhu cầu của từng nhóm khách. Nội dung thiết kế sản phẩm gồm: Hình thành ý tưởng sản phẩm, lựa chọn tuyến điểm và thời lượng chương trình, kết hợp dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi, hướng dẫn và bảo đảm tính hấp dẫn, an toàn và khả thi.

Chính sách định giá sản phẩm du lịch: Định giá trong du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh và sức mua của thị trường. Việc định giá dựa trên: Chi phí dịch vụ cấu thành tour, giá trị cảm nhận của khách, mức giá của đối thủ cạnh tranh, mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp. Doanh nghiệp thường áp dụng các loại giá như: Giá theo mùa vụ, giá trọn gói cho đoàn thể, giá ưu đãi, khuyến mãi.

Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch: Xúc tiến – quảng bá giúp doanh nghiệp đưa sản phẩm đến gần khách hàng, tăng độ nhận diện thương hiệu. Các hình thức phổ biến: Quảng cáo truyền thống (tờ rơi, pano, ấn phẩm), hội chợ du lịch, roadshow, sự kiện văn hóa – du lịch, marketing điện tử: website, mạng xã hội, email, video, quan hệ công chúng (PR), các chương trình kích cầu, giảm giá.

Tổ chức và điều hành tour du lịch: Tổ chức – điều hành tour là khâu trực tiếp tạo ra trải nghiệm cho khách hàng. Nội dung bao gồm: Lập kế hoạch vận hành tour, phối hợp với nhà hàng, khách sạn, khu du lịch, vận chuyển, phân công nhân sự và đảm bảo an toàn, giám sát chất lượng và xử lý phát sinh.

Chăm sóc và duy trì khách hàng: Chăm sóc khách hàng giúp doanh nghiệp tăng tỷ lệ quay lại và củng cố lòng trung thành. Nội dung gồm: Thu thập và đánh giá phản hồi, duy trì liên hệ qua email, mạng xã hội, ưu đãi thành viên, tổ chức tri ân, khuyến mãi, khảo sát mức độ hài lòng.

Tóm lại, hoạt động khai thác thị trường khách du lịch là một chuỗi liên hoàn từ nghiên cứu thị trường đến chăm sóc khách hàng. Các bước này bổ trợ lẫn nhau, giúp doanh nghiệp tiếp cận và giữ chân khách hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh và phù hợp với định hướng phát triển bền vững của Du lịch Việt Nam đến năm 2030.

1.2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác khách du lịch

Hiệu quả khai thác thị trường khách du lịch phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau, tác động trực tiếp đến khả năng thu hút, phục vụ và duy trì khách du lịch. Một số yếu tố cơ bản bao gồm:

Chất lượng và tính hấp dẫn của sản phẩm du lịch: Sản phẩm du lịch giữ vai trò trung tâm trong mọi hoạt động khai thác thị trường. Sản phẩm càng đa dạng, độc đáo và phù hợp với nhu cầu của khách thì khả năng thu hút thị trường càng cao.

Năng lực và chất lượng đội ngũ nhân lực: Nhân lực du lịch - bao gồm nhân viên kinh doanh, hướng dẫn viên, điều hành và bộ phận chăm sóc khách hàng - quyết định mức độ hài lòng của khách và uy tín của doanh nghiệp. Nhân sự có chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và am hiểu điểm đến giúp nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả khai thác thị trường.

Hoạt động marketing và truyền thông: Marketing giữ vai trò kết nối sản phẩm với khách hàng. Việc xây dựng chiến lược quảng bá phù hợp, đặc biệt thông qua marketing số, giúp doanh nghiệp tiếp cận đúng phân khúc khách và mở rộng độ nhận diện thương hiệu.

Nguồn vốn và cơ sở vật chất kỹ thuật: Nguồn lực tài chính vững mạnh cho phép doanh nghiệp đầu tư vào cơ sở vật chất như phương tiện vận chuyển, hệ thống lưu

trú, thiết bị phục vụ tour, công nghệ quản lý và các hoạt động xúc tiến. Cơ sở vật chất hiện đại, an toàn và đồng bộ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ, góp phần tạo lợi thế cạnh tranh

Cơ chế, chính sách của Nhà nước và ngành giáo dục: Hệ thống chính sách của Nhà nước và các bộ, ngành có ảnh hưởng mạnh đến hoạt động khai thác thị trường khách du lịch. Luật Du lịch 2017, các nghị định – thông tư hướng dẫn, chính sách phát triển du lịch bền vững, cũng như quy định liên quan đến an toàn, bảo hiểm, tiêu chuẩn dịch vụ... tạo ra hành lang pháp lý quan trọng cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các chính sách giáo dục, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, liên kết trường – doanh nghiệp, và phát triển chương trình đào tạo thực hành giúp nâng cao chất lượng nhân lực ngành, từ đó tác động tích cực đến hiệu quả khai thác thị trường.

Nhìn chung, hiệu quả khai thác thị trường khách du lịch chịu tác động tổng hòa của chất lượng sản phẩm, năng lực nhân sự, hoạt động marketing, nguồn lực tài chính – vật chất và hệ thống chính sách. Việc nhận diện rõ các yếu tố này giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược phù hợp, tăng khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững trên thị trường du lịch.

1.3. Kinh nghiệm khai thác thị trường khách học sinh tại một số doanh nghiệp

1.3.1. Phân tích mô hình của các công ty thành công trong việc khai thác thị trường khách học sinh

Việc phân tích mô hình các doanh nghiệp thành công trong khai thác phân khúc này sẽ giúp rút ra bài học kinh nghiệm và đề xuất chiến lược khả thi cho doanh nghiệp lữ hành, đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh và yêu cầu chất lượng ngày càng cao.

Trong đề tài khóa luận này, tôi tập trung phân tích mô hình của Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist (Saigontourist Travel) - trực thuộc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist Group) và doanh nghiệp tại Hải Phòng là Công ty Cổ phần Du lịch Hải Phòng, qua đó chỉ ra điểm mạnh, hạn chế và đề xuất hướng phát triển cho doanh nghiệp Kỷ Nguyên Xanh Travel.

a) Mô hình thực tiễn của Saigontourist Group – Doanh nghiệp quy mô quốc gia
Saigontourist Group là một trong những tập đoàn du lịch lớn nhất Việt Nam, trực thuộc UBND TP.HCM, với hơn 100 đơn vị thành viên. Theo Báo cáo thường niên 2023, doanh nghiệp đạt hơn 17.000 tỷ đồng doanh thu; du lịch nội địa chiếm 60%, trong đó phân khúc học sinh – sinh viên tăng trưởng khoảng 15%/năm.

Trong giai đoạn 2018–2025, Saigontourist xác định du lịch học đường là chiến lược trọng tâm, với các sản phẩm theo định hướng “Giáo dục – Trải nghiệm – Giải trí”, gồm các chương trình: “Học mà chơi – Chơi mà học”, tour trải nghiệm văn hóa miền Tây, “Một ngày làm nông dân Củ Chi”, “Khám phá di sản Cần Giò”, cùng tour kỹ năng sống phối hợp với Sở GD&ĐT TP.HCM.

Theo Niên giám Du lịch 2023, mỗi năm tập đoàn phục vụ hơn 250.000 lượt học sinh, sinh viên, doanh thu khoảng 300 tỷ đồng, đứng đầu trong phân khúc này. Mô hình được tổ chức theo chuỗi cung ứng đồng bộ từ khảo sát điểm đến, thiết kế tour, đào tạo hướng dẫn viên đến kiểm soát an toàn. Tỷ lệ giám sát viên đạt 1:20; doanh nghiệp hợp tác với hơn 30 trường học và trung tâm kỹ năng sống; ứng dụng hệ thống đặt tour trực tuyến cho phụ huynh và nhà trường theo dõi hành trình.

Năm 2022, Saigontourist được Bộ VHTTDL khen thưởng là “Đơn vị tiên phong phát triển du lịch học đường”. Thành công của mô hình đến từ sự liên kết hiệu quả giữa doanh nghiệp – nhà trường – địa phương và sự chú trọng vào giáo dục, an toàn và trải nghiệm.

b) Mô hình thực tiễn của Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hatraco

Hatraco là doanh nghiệp du lịch hơn 30 năm, thuộc nhóm dẫn đầu tại Hải Phòng. Theo Báo cáo phát triển du lịch Hải Phòng 2023, Hatraco đóng góp gần 20% doanh thu du lịch địa phương, trong đó phân khúc học sinh chiếm khoảng 35% doanh thu nội địa.

Doanh nghiệp định hướng “Du lịch học đường xanh – học đi đôi với hành”, phát triển các tour theo chủ đề văn hóa, lịch sử, sinh thái và kỹ năng sống như: “Khám

phá đảo Cát Bà”, “Em yêu lịch sử Hải Phòng”, “Kỹ năng sinh tồn Đồ Sơn”. Các tour được thiết kế phù hợp lứa tuổi và được phối hợp kiểm định với Phòng GD&ĐT các quận Ngô Quyền, Lê Chân, Hải An.

Năm 2023, Hatraco phục vụ 30.000 lượt học sinh (tăng 25% so với 2022), doanh thu đạt 45 tỷ đồng, chiếm 1/3 doanh thu nội địa. Doanh nghiệp chú trọng đặc biệt tới an toàn: mỗi đoàn có bác sĩ đi kèm, hướng dẫn viên được tập huấn sơ phạm, học sinh được bảo hiểm du lịch với mức chi trả tối đa 100 triệu đồng/trường hợp.

Theo Sở Du lịch Hải Phòng (2024), Hatraco là đơn vị duy nhất đạt danh hiệu “Doanh nghiệp lành hành tiêu biểu trong tổ chức tour học sinh”. Mô hình của doanh nghiệp là chuỗi cung ứng nội địa ngắn, kết nối chặt chẽ giữa trường học – phụ huynh – điểm đến, tạo nền tảng phát triển bền vững.

c) Đánh giá tổng hợp

Cả hai mô hình trên đều cho thấy sự chuyển hướng chiến lược từ du lịch thuần túy sang du lịch giáo dục trải nghiệm, đáp ứng xu hướng phát triển bền vững theo Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2030 (Quyết định 147/QĐ-TTg, 2020).

Tuy nhiên, vẫn có sự khác biệt giữa hai doanh nghiệp:

Bảng 1. So sánh sự khác nhau giữa hai doanh nghiệp

Tiêu chí	Saigontourist Group	Hatraco Hải Phòng
Quy mô	Toàn quốc, hệ thống lớn	Địa phương, tập trung khu vực
Mục tiêu	Giáo dục – Văn hóa – Xã hội	Giáo dục – Sinh thái – Kỹ năng sống
Sản phẩm	Tour dài ngày, kết hợp nhiều điểm	Tour ngắn, chuyên đề địa phương
Công nghệ	Ứng dụng đặt tour và quản lý số hóa	Quản lý truyền thống, đang chuyển đổi số
Liên kết	Rộng, cấp quốc gia	Hẹp, chủ yếu cấp thành phố

Từ bảng trên cho thấy, Saigontourist thể hiện mô hình chuẩn hóa, đồng bộ và quy mô lớn, trong khi Hatraco Hải Phòng thể hiện sự linh hoạt, gần gũi và tính địa phương hóa cao.

Qua nghiên cứu hai mô hình thành công của Saigontourist Group và Công ty Cổ phần Du lịch Hải Phòng, có thể thấy việc khai thác thị trường khách học sinh không chỉ mang lại hiệu quả kinh tế mà còn đóng góp tích cực cho giáo dục và xã hội. Đây là hướng đi phù hợp với xu thế phát triển du lịch bền vững và du lịch trải nghiệm học đường mà Chính phủ Việt Nam đang khuyến khích trong giai đoạn 2021–2030.

1.3.2. Bài học rút ra cho Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel

a) Bài học từ mô hình của Saigontourist

Saigontourist là minh chứng cho sự chuyên nghiệp và chiến lược dài hạn trong khai thác thị trường học sinh – sinh viên. Từ mô hình này, Kỷ Nguyên Xanh Travel có thể rút ra các bài học sau:

Thứ nhất: Định vị rõ phân khúc và mục tiêu phát triển: Saigontourist xác định khách học sinh – sinh viên là nhóm khách bền vững, nhờ đó đầu tư bài bản về sản phẩm, nhân lực và truyền thông. Kỷ Nguyên Xanh Travel cần xây dựng chiến lược định vị riêng cho mảng “du lịch trải nghiệm học đường”, phù hợp với Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2030– nhấn mạnh phát triển sản phẩm du lịch giáo dục, văn hóa và trải nghiệm cho thanh thiếu niên.

Thứ hai: Chú trọng yếu tố giáo dục và trải nghiệm: Tour của Saigontourist đều gắn với chương trình giảng dạy (Bộ GD&ĐT, 2020). Kỷ Nguyên Xanh Travel nên thiết kế tour theo chủ đề cụ thể như môi trường, lịch sử địa phương, kỹ năng sống hoặc định hướng nghề nghiệp. Ví dụ: “Tôi yêu Hải Phòng xanh”, “Một ngày làm hướng dẫn viên”, “Học sinh với di sản Việt Nam” – giúp định hình thương hiệu lữ hành học đường.

Thứ ba: Đẩy mạnh chuyển đổi số: Saigontourist ứng dụng nền tảng đặt tour trực tuyến, hệ thống theo dõi hành trình và phản hồi. Kỷ Nguyên Xanh Travel có thể số hóa ở mức phù hợp như: website chuyên biệt, mã QR xem lịch trình, hệ thống phản

hội online. Theo Tổng cục Du lịch (2024), 80% phụ huynh tìm tour học đường qua Internet, nên chuyển đổi số giúp tiếp cận khách hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

Thứ tư: Phát triển nguồn nhân lực chuyên biệt: Saigontourist có đội ngũ hướng dẫn viên được đào tạo về sư phạm, kỹ năng nhóm và xử lý tình huống. Kỷ Nguyên Xanh Travel nên phối hợp với các đơn vị đào tạo tại Hải Phòng để huấn luyện hướng dẫn viên chuyên phục vụ học sinh, tạo lợi thế cạnh tranh và bảo đảm an toàn.

b) Bài học từ mô hình của Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hatraco

Hatraco có nhiều điểm tương đồng với Kỷ Nguyên Xanh Travel về quy mô và địa bàn, nhưng đã thành công nhờ khai thác chuỗi giá trị địa phương. Một số bài học gồm:

Thứ nhất: Phát huy lợi thế địa phương hóa sản phẩm: Hatraco tập trung tour ngắn ngày gắn với văn hóa – lịch sử – sinh thái Hải Phòng như Cát Bà, Đồ Sơn. Đây cũng là hướng phù hợp cho Kỷ Nguyên Xanh Travel. Có thể mở rộng tour “Làng nghề Tràng Cát”, “Di sản Nhà hát Lớn”, “Bảo tồn rừng ngập mặn Cát Hải” — phù hợp báo cáo định hướng phát triển du lịch sinh thái của Sở Du lịch Hải Phòng (2024) và nhu cầu trải nghiệm của học sinh.

Thứ hai: Tăng cường liên kết với trường học và chính quyền: Hatraco ký hợp tác với phòng giáo dục và nhiều trường học, giúp nguồn khách ổn định. Kỷ Nguyên Xanh Travel có thể xây dựng hợp tác dài hạn với 5–10 trường trọng điểm (THPT Lê Quý Đôn, THCS Trần Phú, Tiểu học Vĩnh Niệm...), đồng thời tổ chức chuỗi tour theo học kỳ như “Lịch sử – Di sản” và “Sinh thái – Kỹ năng sống” để giảm tính thời vụ

Thứ ba: Ưu tiên an toàn và chăm sóc khách hàng học sinh: Hatraco luôn có bác sĩ đi kèm, bảo hiểm đầy đủ và nhân sự được tập huấn. Kỷ Nguyên Xanh Travel nên xây dựng “Bộ quy tắc an toàn du lịch học sinh” gồm quy trình y tế, trang thiết bị an toàn, tiêu chuẩn nhân sự và kênh liên lạc khẩn cấp. Theo Tổng cục Du lịch (2023), 72% phụ huynh ưu tiên an toàn khi chọn tour học đường — vì vậy chuẩn hóa an toàn giúp tăng uy tín doanh nghiệp.

Thứ tư: Xây dựng thương hiệu qua truyền thông địa phương: Hatraco tận dụng truyền thông địa phương như Đài PT-TH Hải Phòng, báo An Ninh Hải Phòng. Kỷ Nguyên Xanh Travel cần đẩy mạnh truyền thông với báo chí địa phương, phối hợp Sở Du lịch, đồng thời quảng bá trên Facebook, Zalo và các kênh phụ huynh – trường học sử dụng phổ biến.

Có thể khẳng định rằng, việc học hỏi từ các mô hình thành công của Saigontourist Group và Công ty Cổ phần Thương mại và Du lịch Hatraco Hải Phòng sẽ giúp Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel hoàn thiện chiến lược khai thác thị trường khách học sinh một cách chuyên nghiệp, bền vững và phù hợp với xu thế phát triển của du lịch giáo dục Việt Nam trong giai đoạn mới. Đây cũng là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh, góp phần phát triển du lịch Hải Phòng, đồng thời thực hiện mục tiêu phát triển du lịch bền vững quốc gia đến năm 2030.

1.4. Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã tập trung làm rõ vai trò và ý nghĩa chiến lược của thị trường khách du lịch học sinh đối với doanh nghiệp lữ hành. Phân khúc này không chỉ mang lại doanh thu ổn định mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, mở rộng mối quan hệ với các cơ sở giáo dục và cộng đồng địa phương. Đồng thời, việc phát triển du lịch học đường còn góp phần thực hiện mục tiêu phát triển du lịch bền vững gắn với giáo dục thể hệ trẻ về văn hóa, môi trường và kỹ năng sống, phù hợp với định hướng của Chính phủ và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Tổng hợp lại, Chương 1 đã tạo nền tảng lý luận vững chắc cho quá trình phân tích thực tiễn khai thác thị trường khách học sinh tại doanh nghiệp được chọn nghiên cứu – Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Những khái niệm, mô hình và cơ sở khoa học được trình bày trong chương này sẽ là cơ sở để đánh giá thực trạng hoạt động khai thác, phân tích nguyên nhân hạn chế, và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả trong các chương tiếp theo của khóa luận.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH CỦA CÔNG TY TNHH KỸ NGUYÊN XANH TRAVEL

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam từng bước phục hồi và tăng trưởng trở lại sau đại dịch COVID-19, đặc biệt trong giai đoạn 2022–2023, nhu cầu du lịch nội địa, trong đó có du lịch trải nghiệm và du lịch giáo dục dành cho học sinh, ngày càng gia tăng. Trước xu thế đó, Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel đi vào hoạt động từ năm 2022, với mã số thuế 0202192664, do Cục Thuế Thành phố Hải Phòng cấp và được xác nhận trên hệ thống đăng ký doanh nghiệp quốc gia, khẳng định tư cách pháp nhân hợp pháp và đủ điều kiện hoạt động trong lĩnh vực du lịch – lữ hành nội địa.

Công ty có trụ sở chính tại thành phố Hải Phòng, địa bàn có tiềm năng lớn về phát triển du lịch học đường nhờ hệ thống trường học phong phú, vị trí địa lý thuận lợi và sự đa dạng về tài nguyên du lịch tự nhiên, lịch sử – văn hóa. Ngay từ khi thành lập, doanh nghiệp đã xác định rõ định hướng phát triển là tổ chức các chương trình du lịch trải nghiệm, du lịch giáo dục dành cho học sinh, kết hợp giữa học tập, rèn luyện kỹ năng và vui chơi giải trí an toàn, bổ ích.

Về mục tiêu chất lượng, Công ty Kỹ Nguyên Xanh Travel hướng tới việc cung cấp các sản phẩm du lịch an toàn, giàu giá trị giáo dục và phù hợp với tâm lý lứa tuổi học sinh, lấy trải nghiệm thực tế làm trung tâm, đồng thời đảm bảo tính chuyên nghiệp trong khâu tổ chức và quản lý đoàn. Doanh nghiệp lựa chọn slogan “Học qua trải nghiệm – Lớn qua hành trình”, thể hiện rõ triết lý kinh doanh gắn du lịch với giáo dục, góp phần hỗ trợ nhà trường trong hoạt động giáo dục ngoài giờ lên lớp.

Trong giai đoạn đầu hoạt động (2022–2023), công ty tập trung khai thác các tour trải nghiệm ngắn ngày tại Hải Phòng và các tỉnh lân cận như Quảng Ninh, Ninh

Bình và Hà Nội. Một số chương trình tiêu biểu có thể kể đến như “Hành trình khám phá di sản Tràng An”, “Trải nghiệm làng nghề truyền thống”, “Một ngày làm nông dân” và “Khám phá đảo Cát Bà – học kỹ năng sinh tồn”. Các chương trình này đã thu hút sự tham gia của nhiều đoàn học sinh và nhận được phản hồi tích cực từ phía nhà trường và phụ huynh. Hình ảnh hoạt động của các đoàn khách được doanh nghiệp cập nhật thường xuyên trên Fanpage “Du lịch Kỷ Nguyên Xanh”, góp phần xây dựng hình ảnh và uy tín ban đầu của công ty trên thị trường.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, công ty từng bước mở rộng hợp tác với các trường học, trung tâm giáo dục kỹ năng và tổ chức thanh thiếu niên, chú trọng yếu tố an toàn, nội dung giáo dục và phù hợp với định hướng của Bộ Giáo dục và Đào tạo về tăng cường hoạt động giáo dục ngoài nhà trường. Trên phương diện quản trị, doanh nghiệp đang từng bước hoàn thiện cơ cấu tổ chức, phát triển đội ngũ nhân sự trẻ, năng động, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng marketing số và tham gia các hoạt động quảng bá du lịch tại địa phương.

Mặc dù mới thành lập và quy mô còn hạn chế, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã lựa chọn hướng đi phù hợp khi tập trung vào phân khúc khách du lịch học sinh – một thị trường ổn định và giàu tiềm năng phát triển. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần tiếp tục chuẩn hóa quy trình tổ chức tour, nâng cao công tác đảm bảo an toàn và bảo hiểm du lịch, đồng thời tăng cường liên kết với các cơ quan quản lý du lịch và giáo dục để từng bước khẳng định vị thế trong lĩnh vực du lịch giáo dục tại Hải Phòng và khu vực miền Bắc.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng, nhiệm vụ các bộ phận

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel là doanh nghiệp tư nhân quy mô nhỏ, hoạt động theo mô hình trách nhiệm hữu hạn hai thành viên, bắt đầu hoạt động kinh doanh du lịch từ năm 2022 và đặt trụ sở tại thành phố Hải Phòng. Do đặc điểm là đơn vị mới tham gia thị trường, bộ máy tổ chức của công ty được xây dựng theo

hướng tinh gọn và linh hoạt, nhằm tiết giảm chi phí vận hành nhưng vẫn đảm bảo hiệu quả phối hợp trong quá trình kinh doanh và tổ chức tour.

Cơ cấu của công ty được thiết kế theo mô hình trực tuyến – chức năng, gồm Ban Giám đốc, Phòng Kinh doanh và Điều hành Tour, Phòng Marketing và Truyền thông, Phòng Kế toán – Hành chính và đội ngũ hướng dẫn viên cùng cộng tác viên. Bộ máy này đảm bảo phù hợp với quy mô hiện tại, đồng thời có khả năng mở rộng theo nhu cầu phát triển trong giai đoạn tiếp theo.

Ban Giám đốc giữ vai trò điều hành, hoạch định chiến lược, phê duyệt kế hoạch tour, chính sách giá và là đại diện pháp lý của doanh nghiệp trong quan hệ với cơ quan quản lý, đối tác và khách hàng. Do quy mô nhân sự còn nhỏ, Giám đốc đồng thời trực tiếp giám sát hoạt động các phòng ban nhằm đảm bảo sự thống nhất và điều chỉnh kịp thời định hướng kinh doanh.

Phòng Kinh doanh và Điều hành Tour là bộ phận trung tâm, chịu trách nhiệm nghiên cứu và khảo sát điểm đến, xây dựng chương trình tour phù hợp với khách hàng mục tiêu, ký kết với nhà cung ứng dịch vụ, điều phối lịch trình, phân công hướng dẫn viên, xử lý tình huống phát sinh và tiếp nhận phản hồi sau chuyến đi. Đây được xem là bộ phận tạo ra doanh thu và góp phần duy trì uy tín thương hiệu thông qua chất lượng tổ chức tour.

Phòng Marketing và Truyền thông đảm nhiệm quảng bá hình ảnh doanh nghiệp, quản lý các kênh truyền thông trực tuyến như Fanpage “Du lịch Kỷ Nguyên Xanh”, Zalo và TikTok, thiết kế nội dung truyền thông và phối hợp triển khai các chương trình khuyến mại. Bộ phận này hiện vận hành với số lượng nhân sự hạn chế nhưng đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng tệp khách hàng tiềm năng, đặc biệt trong thị trường du lịch học đường tại địa phương.

Phòng Kế toán – Hành chính phụ trách công tác tài chính, kế toán, nhân sự và thủ tục hành chính, đảm bảo hoạt động của doanh nghiệp tuân thủ quy định pháp luật và diễn ra ổn định, minh bạch. Với đặc thù quy mô nhỏ, nhân sự kế toán kiêm

nhiệm thêm nhiệm vụ hành chính văn phòng và hỗ trợ điều phối nội bộ khi cần thiết.

Đội ngũ hướng dẫn viên và cộng tác viên du lịch trực tiếp tham gia thực hiện tour, tổ chức hoạt động tập thể, phối hợp với giáo viên và phụ huynh trong các chương trình du lịch học đường, đảm bảo an toàn và hỗ trợ xử lý tình huống phát sinh. Lực lượng này chủ yếu là nhân sự trẻ, có kỹ năng tổ chức và kinh nghiệm trong môi trường du lịch – giáo dục địa phương.

Cơ cấu tổ chức hiện tại của Kỷ Nguyên Xanh Travel thể hiện đặc điểm của một doanh nghiệp lữ hành địa phương quy mô nhỏ: gọn nhẹ, linh hoạt và có khả năng thích ứng nhanh với biến động thị trường. Tuy nhiên, hạn chế vẫn tồn tại ở việc thiếu nhân sự chuyên môn sâu trong các lĩnh vực như marketing chiến lược, nghiên cứu thị trường và pháp chế du lịch. Trong thời gian tới, công ty cần từng bước chuẩn hóa bộ máy và tăng cường phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng định hướng mở rộng hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường du lịch Hải Phòng.

2.1.3. Các lĩnh vực kinh doanh chính

a) Định hướng tổng quan hoạt động kinh doanh

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel được thành lập trong bối cảnh ngành du lịch nội địa Việt Nam phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, đặc biệt là sự gia tăng nhu cầu đối với du lịch học đường và du lịch trải nghiệm. Trên cơ sở phân tích điều kiện thực tế của doanh nghiệp và đặc điểm thị trường địa phương Hải Phòng, công ty xác định kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa là lĩnh vực hoạt động trọng tâm, đồng thời phát triển một số dịch vụ hỗ trợ liên quan đến du lịch và giáo dục trải nghiệm.

Định hướng kinh doanh của công ty tập trung vào việc xây dựng các chương trình du lịch có quy mô vừa và nhỏ, nội dung phù hợp với học sinh và khách nội địa, đảm bảo yếu tố an toàn, giáo dục và hiệu quả tổ chức. Việc không mở rộng dàn trải

sang nhiều lĩnh vực khác giúp doanh nghiệp tập trung nguồn lực, từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm và tạo sự khác biệt trên thị trường.

b) Kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa

Kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa là lĩnh vực kinh doanh chính và chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu hoạt động của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Hoạt động này bao gồm việc thiết kế, tổ chức và điều hành các chương trình du lịch học đường, du lịch trải nghiệm và tour ngắn ngày cho khách nội địa.

Trong đó, du lịch học đường được xác định là mảng hoạt động mũi nhọn. Các chương trình hướng tới đối tượng học sinh từ bậc tiểu học đến trung học phổ thông, với nội dung gắn với lịch sử, văn hóa, môi trường tự nhiên và kỹ năng sống. Thông qua các hoạt động tham quan và trải nghiệm thực tế, các tour du lịch học đường góp phần hỗ trợ nhà trường trong việc triển khai hoạt động giáo dục ngoài giờ lên lớp theo định hướng của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Bên cạnh du lịch học đường, công ty còn khai thác tour du lịch địa phương và tour ngắn ngày, chủ yếu phục vụ gia đình, nhóm nhỏ và người dân nội thành Hải Phòng. Các tour này được thiết kế với thời gian ngắn, chi phí hợp lý, tập trung vào các điểm đến quen thuộc trong và ngoài thành phố, đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, tham quan ngắn hạn của khách du lịch nội địa.

c) Kinh doanh dịch vụ vận chuyển và các dịch vụ hỗ trợ du lịch

Ngoài hoạt động lữ hành, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel còn triển khai dịch vụ vận chuyển du lịch thông qua hình thức liên kết, hợp tác với các đơn vị vận tải trên địa bàn. Dịch vụ này chủ yếu phục vụ nhu cầu đưa đón học sinh và khách đoàn theo chương trình tour do công ty tổ chức, góp phần đảm bảo tính chủ động và đồng bộ trong quá trình điều hành tour.

Bên cạnh đó, công ty cung cấp một số dịch vụ hỗ trợ du lịch như tư vấn xây dựng chương trình ngoại khóa cho trường học, hỗ trợ tổ chức hoạt động trải nghiệm, team building và các chương trình giáo dục kỹ năng theo yêu cầu. Các dịch vụ này

mang tính hỗ trợ cho hoạt động lữ hành, giúp gia tăng giá trị dịch vụ và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Hiện nay, công ty chưa triển khai các lĩnh vực kinh doanh như lưu trú hay tư vấn du học, do hạn chế về quy mô và định hướng tập trung vào chuyên môn lữ hành. Tuy nhiên, việc tích lũy kinh nghiệm tổ chức và xây dựng mạng lưới đối tác được xem là nền tảng để doanh nghiệp có thể mở rộng lĩnh vực hoạt động trong giai đoạn phát triển tiếp theo.

d) Đánh giá khái quát và định hướng phát triển lĩnh vực kinh doanh

Qua thực tiễn hoạt động, có thể thấy các lĩnh vực kinh doanh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel được lựa chọn phù hợp với điều kiện thực tế và xu hướng thị trường. Việc tập trung vào kinh doanh lữ hành nội địa, đặc biệt là du lịch học đường và du lịch trải nghiệm, giúp doanh nghiệp xây dựng được phân khúc khách hàng ổn định và tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài.

Trong thời gian tới, công ty định hướng tiếp tục củng cố lĩnh vực lữ hành nội địa, nâng cao chất lượng tổ chức tour, tăng cường đảm bảo an toàn cho học sinh và mở rộng hợp tác với các trường học tại các địa phương lân cận. Đồng thời, doanh nghiệp sẽ từng bước hoàn thiện các dịch vụ hỗ trợ, hướng tới phát triển theo chiều sâu, phù hợp với quy mô và năng lực hiện có.

2.2. Thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel

2.2.1. Phạm vi khai thác chủ yếu thị trường khách học sinh của công ty

a) Địa bàn khai thác thị trường khách học sinh

Phạm vi khai thác thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel hiện nay tập trung chủ yếu tại huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng. Nguyên nhân chính của việc lựa chọn địa bàn này xuất phát từ việc công ty đặt trụ sở và tổ chức hoạt động kinh doanh tại Thủy Nguyên, tạo điều kiện thuận lợi trong

việc tiếp cận khách hàng, xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với các cơ sở giáo dục và chủ động trong công tác tổ chức, điều hành tour.

Ngoài địa bàn chính là huyện Thủy Nguyên, công ty đã bước đầu mở rộng khai thác sang một số khu vực lân cận trong nội thành Hải Phòng như quận Hồng Bàng, Kiến An và huyện An Dương. Việc mở rộng này chủ yếu dựa trên mối quan hệ hợp tác giới thiệu giữa các trường học, sự tương đồng về nhu cầu tổ chức hoạt động ngoại khóa và khả năng kiểm soát tốt về mặt tổ chức do khoảng cách địa lý không quá xa.

b) Xu hướng mở rộng địa bàn khai thác trong thời gian tới

Trên cơ sở kết quả khai thác thị trường khách học sinh tại Thủy Nguyên, Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel xác định chiến lược mở rộng địa bàn theo hướng thận trọng, có chọn lọc. Trong giai đoạn tới, doanh nghiệp dự kiến mở rộng phạm vi khai thác sang một số địa phương lân cận như huyện An Dương, quận Kiến An và từng bước tiếp cận thị trường học sinh tại tỉnh Hải Dương.

Việc mở rộng địa bàn khai thác được thực hiện trên nguyên tắc không làm phân tán nguồn lực, đảm bảo kiểm soát tốt chất lượng tổ chức tour và yếu tố an toàn đối với đối tượng học sinh. Đồng thời, công ty tiếp tục lấy Thủy Nguyên làm thị trường nền tảng, từ đó phát triển mạng lưới khách hàng và đối tác giáo dục theo chiều sâu, phù hợp với quy mô và định hướng phát triển bền vững của doanh nghiệp.

c) Đánh giá khái quát về phạm vi khai thác thị trường

Nhìn chung, phạm vi khai thác thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel hiện nay mang tính tập trung, rõ trọng tâm và phù hợp với điều kiện thực tế của doanh nghiệp. Việc ưu tiên khai thác thị trường tại Thủy Nguyên giúp công ty tận dụng lợi thế địa bàn, mối quan hệ cộng đồng và hiểu biết sâu về nhu cầu của khách hàng mục tiêu.

Phạm vi khai thác này không chỉ tạo ra nguồn khách ổn định mà còn là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp từng bước mở rộng thị trường trong tương lai. Tuy

nhiên, để duy trì hiệu quả và nâng cao khả năng cạnh tranh, công ty cần tiếp tục nghiên cứu nhu cầu thị trường, đổi mới nội dung chương trình và tăng cường năng lực tổ chức khi mở rộng sang các địa bàn mới.

2.2.2. Đặc điểm tâm lý, xu hướng và nhu cầu đi du lịch của thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel

Đối tượng học sinh – khách hàng chính của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel – thuộc nhóm độ tuổi từ 6 đến 18, bao gồm học sinh tiểu học, trung học cơ sở và trung học phổ thông. Mặc dù mỗi nhóm tuổi có sự khác biệt về nhận thức và hành vi tiêu dùng du lịch, song đều mang đặc trưng chung là tò mò, năng động, ham học hỏi và hứng thú với những trải nghiệm mới mẻ ngoài môi trường lớp học. Xét về hành vi tiêu dùng, khách học sinh là nhóm khách không trực tiếp đưa ra quyết định mua dịch vụ du lịch. Quyết định lựa chọn chương trình, đơn vị tổ chức và mức chi phí chủ yếu do nhà trường, giáo viên chủ nhiệm và phụ huynh thống nhất. Do đó, hành vi tiêu dùng của nhóm khách này mang tính tập thể cao, ưu tiên các chương trình rõ ràng về nội dung, đảm bảo an toàn và phù hợp với mục tiêu giáo dục.

Về thời gian chuyến đi, học sinh thường tham gia các chuyến du lịch ngắn ngày, phổ biến là đi trong ngày hoặc 1–2 ngày. Thời gian tổ chức chủ yếu gắn với kế hoạch ngoại khóa của nhà trường, đảm bảo không ảnh hưởng đến lịch học chính khóa. Điều này khiến các chương trình du lịch học đường có tính tập trung theo đợt và cần được tổ chức chặt chẽ về thời gian.

Xét về sở thích và mục đích chuyến đi, học sinh có xu hướng yêu thích các hoạt động mang tính trải nghiệm, trực quan và tương tác cao. Mục đích chính của chuyến đi không chỉ là vui chơi, giải trí mà còn nhằm học tập thông qua trải nghiệm thực tế, tìm hiểu lịch sử, văn hóa, môi trường tự nhiên và rèn luyện kỹ năng

sống. Các chuyến đi thường được gắn với nội dung giáo dục cụ thể, phù hợp từng cấp học.

Trong các hoạt động của chuyến đi, học sinh đặc biệt hứng thú với các hoạt động tập thể như trò chơi nhóm, trải nghiệm nghề nghiệp, tham quan làng nghề, tìm hiểu di tích lịch sử, hoạt động bảo vệ môi trường và kỹ năng sinh tồn cơ bản. Những hoạt động này vừa tạo sự hứng thú, vừa góp phần phát triển kỹ năng giao tiếp, tinh thần hợp tác và ý thức kỷ luật.

Về chi phí, thị trường khách học sinh có mức chi tiêu không cao, do phụ thuộc vào khả năng chi trả của phụ huynh và ngân sách của nhà trường. Các chương trình du lịch học đường thường được thiết kế với chi phí hợp lý, minh bạch, ưu tiên giá trị giáo dục hơn là dịch vụ cao cấp. Yếu tố chi phí phù hợp đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định lựa chọn chương trình và mức độ hợp tác lâu dài của các trường học.

Ở cấp tiểu học (6–11 tuổi), tâm lý học sinh còn hồn nhiên và dễ bị thu hút bởi các hoạt động vui chơi ngoài trời, tiếp xúc với thiên nhiên và động vật. Những chương trình như tham quan khu sinh thái, nông trại giáo dục hay trải nghiệm nghề thủ công thường tạo sự hứng thú cao. Do quyết định tham gia phụ thuộc vào phụ huynh và nhà trường, yêu cầu an toàn và tính giáo dục nhẹ nhàng trở thành tiêu chí ưu tiên hàng đầu. Trong khi đó, học sinh THCS (12–15 tuổi) bắt đầu hình thành nhận thức xã hội và xu hướng khám phá văn hóa – lịch sử, rèn kỹ năng sống và hoạt động nhóm. Các chương trình tham quan trải nghiệm kết hợp học tập như “Hành trình về nguồn”, “Em làm hướng dẫn viên nhỏ tuổi” hay “Một ngày làm nông dân” phù hợp với tâm lý lứa tuổi. Đối với học sinh THPT (16–18 tuổi), nhu cầu thể hiện bản thân, giao lưu và khám phá môi trường mới trở nên nổi bật hơn. Bên cạnh yếu tố học tập, các em quan tâm đến hoạt động thử thách kỹ năng, định hướng nghề nghiệp và gắn kết tập thể, tiêu biểu như các chương trình team building, trải nghiệm nghề nghiệp du lịch – khách sạn. Như vậy, có thể thấy tâm lý khách học sinh hướng tới tính trải

nghiệm, tương tác trực tiếp và kết hợp giữa giáo dục và giải trí, đòi hỏi doanh nghiệp phải thiết kế tour học đường phù hợp với từng cấp học.

Song song với đặc điểm tâm lý, xu hướng du lịch học đường và du lịch trải nghiệm giáo dục trong giai đoạn 2022–2024 cũng có sự tăng trưởng rõ rệt. Tại Hải Phòng, các chương trình trải nghiệm di sản, làm nông nghiệp, nông thôn, du lịch cộng đồng và tìm hiểu mô hình xanh được Sở Du lịch Hải Phòng quan tâm và xúc tiến phát triển. Tiêu biểu như chương trình trải nghiệm “Một ngày làm chiến sĩ” của học sinh trường Tiểu học Đông Hải 1 tại Trạm Biên phòng cửa khẩu cảng Chùa Vẽ thuộc Ban Chỉ huy Biên phòng cửa khẩu cảng Hải Phòng, nhằm giáo dục kỹ năng sống, kỷ luật và trải nghiệm thực tế cho học sinh. Nắm bắt xu thế này, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch học đường có tính thực hành cao, phù hợp định hướng giáo dục theo Chương trình Giáo dục phổ thông 2018.

Trong bối cảnh đó, có thể nhận diện một số xu hướng nổi bật tác động đến thị trường khách học sinh, gồm: xu hướng “học mà chơi – chơi mà học”, xu hướng trải nghiệm xanh và giáo dục môi trường, xu hướng gắn kết với di sản và nghề truyền thống địa phương, và xu hướng ứng dụng công nghệ trong hoạt động học tập – trải nghiệm. Những xu hướng này góp phần củng cố vị thế của Kỷ Nguyên Xanh Travel trong phân khúc du lịch học đường và mở ra cơ hội khai thác bền vững trong môi trường giáo dục địa phương.

Về nhu cầu du lịch, học sinh không chỉ tìm kiếm hoạt động vui chơi thư giãn mà còn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi yếu tố giáo dục, định hướng từ nhà trường và gia đình. Theo khảo sát nội bộ của công ty năm 2024 trên 15 trường học và 500 học sinh – phụ huynh, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia tour học đường được xếp theo mức độ: an toàn và đảm bảo sức khỏe (95%), nội dung trải nghiệm giáo dục (88%), chi phí phù hợp (84%), địa điểm gần và thời gian di chuyển ngắn

(79%), hoạt động tập thể hấp dẫn (76%). Kết quả này phản ánh sự phù hợp giữa định hướng sản phẩm của công ty và nhu cầu thực tế của thị trường.

Nhu cầu của học sinh cũng ngày càng đa dạng hơn, thể hiện ở ba xu hướng rõ rệt: nhu cầu khám phá và trải nghiệm thực tế thay cho quan sát thụ động; nhu cầu tương tác và gắn kết thông qua hoạt động đồng đội, thử thách kỹ năng; và nhu cầu thể hiện bản thân – đặc biệt ở học sinh THPT – thông qua lưu giữ hình ảnh, video và chia sẻ trên mạng xã hội, tạo ra hiệu ứng lan tỏa tự nhiên cho doanh nghiệp.

Từ những phân tích trên có thể khẳng định rằng phân khúc khách học sinh tại Thủy Nguyên nói riêng và Hải Phòng nói chung có tiềm năng tăng trưởng dài hạn nhờ dân số trẻ và hệ thống giáo dục phát triển. Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã xác định đúng hướng khi tập trung vào sản phẩm du lịch học đường – trải nghiệm giáo dục địa phương. Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, doanh nghiệp cần tiếp tục đổi mới nội dung tour theo độ tuổi, đầu tư đội ngũ hướng dẫn viên có kỹ năng giáo dục, và xây dựng thương hiệu gắn với giá trị “an toàn – giáo dục – sáng tạo”. Điều này sẽ góp phần tạo lợi thế cạnh tranh bền vững và củng cố vị thế của công ty trong thị trường du lịch học đường hiện nay.

2.2.3. Vai trò của thị trường khách học sinh đối với Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel

a) Góp phần định hình thị trường mục tiêu và hướng phát triển bền vững của doanh nghiệp

Thị trường khách học sinh có vai trò quan trọng trong việc định hình thị trường mục tiêu và định hướng phát triển của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Ngay từ khi mới đi vào hoạt động, doanh nghiệp đã lựa chọn tập trung khai thác phân khúc du lịch học đường trên địa bàn huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng. Việc xác định rõ phân khúc khách hàng này xuất phát từ điều kiện thực tiễn

của doanh nghiệp, phù hợp với quy mô hoạt động, nguồn lực nhân sự và khả năng tổ chức tour trải nghiệm giáo dục.

Theo Báo cáo nội bộ của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel giai đoạn 2023–2024, khách học sinh chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu khách hàng của doanh nghiệp, chủ yếu đến từ các trường tiểu học và trung học cơ sở trên địa bàn huyện. Đặc điểm của phân khúc này là nhu cầu du lịch gắn với kế hoạch năm học và các hoạt động giáo dục ngoài nhà trường, do đó có tính ổn định tương đối và ít chịu ảnh hưởng của yếu tố mùa vụ.

Việc tập trung khai thác thị trường khách học sinh giúp doanh nghiệp xác định rõ đối tượng phục vụ, từ đó xây dựng sản phẩm du lịch, bố trí nhân sự và triển khai hoạt động marketing theo hướng chuyên biệt. Đây là cơ sở để Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel hình thành định hướng phát triển bền vững, giảm thiểu rủi ro cạnh tranh và duy trì hoạt động kinh doanh ổn định trong dài hạn.

b) Đảm bảo doanh thu ổn định và nâng cao hiệu quả kinh doanh

Thị trường khách học sinh không chỉ có ý nghĩa về mặt định hướng phát triển mà còn góp phần đảm bảo nguồn doanh thu ổn định cho Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Theo Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2024 của công ty, doanh nghiệp đã tổ chức hơn 60 chương trình du lịch học đường, phục vụ trên 6.000 lượt học sinh đến từ khoảng 20 trường tiểu học và trung học cơ sở tại huyện Thủy Nguyên. Doanh thu từ mảng du lịch học đường ước đạt gần 3,5 tỷ đồng, chiếm khoảng 75% tổng doanh thu hoạt động lữ hành của doanh nghiệp.

Đặc điểm tổ chức tour theo đoàn lớn, thời gian triển khai theo kế hoạch thống nhất với nhà trường và phương thức thanh toán tập trung giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong việc dự báo doanh thu và quản lý dòng tiền. Nhờ đó, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel có điều kiện nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, hạn chế rủi ro về mùa vụ và cải thiện năng lực quản trị tài chính trong quá trình hoạt động.

c) Tăng cường hình ảnh thương hiệu và uy tín xã hội của doanh nghiệp

Phân khúc khách học sinh không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần quan trọng vào việc xây dựng hình ảnh thương hiệu “du lịch giáo dục” – một xu hướng đang được xã hội quan tâm. Bám sát Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 (Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch, 2020), công ty tập trung thiết kế các chương trình kết hợp trải nghiệm thực tế và học tập kỹ năng như “Một ngày làm nông dân xanh”, “Hành trình tìm hiểu di sản Hải Phòng” hay “Trải nghiệm nghề nghiệp tương lai”. Các chương trình này không chỉ tạo dấu ấn với phụ huynh và nhà trường mà còn đóng góp tích cực vào hình ảnh giáo dục địa phương, giúp công ty khẳng định vị thế trong lĩnh vực du lịch học đường. Năm 2024, Kỷ Nguyên Xanh Travel được Phòng Giáo dục & Đào tạo Thủy Nguyên công nhận là “Đơn vị hợp tác tiêu biểu trong giáo dục trải nghiệm học sinh”.

d) Thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp – nhà trường – cộng đồng địa phương

Thị trường khách học sinh còn tạo cầu nối hợp tác giữa doanh nghiệp lữ hành và hệ thống giáo dục địa phương. Hoạt động du lịch học đường không chỉ dừng lại ở việc tổ chức tour mà còn thúc đẩy mối liên kết giữa nhà trường, doanh nghiệp và cộng đồng thông qua việc tạo công ăn việc làm thời vụ cho hướng dẫn viên, lái xe, nhà hàng và các khu sinh thái tại địa phương. Đồng thời, các tour này góp phần quảng bá hình ảnh du lịch xanh, du lịch văn hóa của Thủy Nguyên đến học sinh, phụ huynh, đồng thời hỗ trợ giáo viên triển khai chương trình “Hoạt động trải nghiệm – hướng nghiệp” theo Chương trình Giáo dục phổ thông 2018. Qua đó, Kỷ Nguyên Xanh Travel không chỉ là doanh nghiệp kinh doanh mà còn là đối tác xã hội trong phát triển du lịch bền vững và giáo dục địa phương, phù hợp với định hướng “Du lịch vì cộng đồng” mà Tổng cục Du lịch khuyến khích.

e) Cơ sở để mở rộng quy mô và phát triển sản phẩm đặc thù

Hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh tạo cơ sở cho công ty đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng sang các phân khúc mới, bao gồm du lịch trải nghiệm gia đình kết hợp phụ huynh và học sinh, du lịch ngoại khóa liên tỉnh đến Hà Nội, Quảng

Ninh, Ninh Bình, cũng như các chương trình dã ngoại – kỹ năng sinh tồn dành cho học sinh THPT. Theo định hướng giai đoạn 2025–2030, công ty đặt mục tiêu hợp tác với ít nhất 40 trường học tại Hải Phòng và các huyện lân cận, hướng tới trở thành đơn vị tổ chức du lịch học đường chuyên nghiệp hàng đầu khu vực miền Duyên hải Bắc Bộ.

Như vậy, thị trường khách học sinh không chỉ mang tính ngắn hạn mà còn là đòn bẩy chiến lược giúp Kỷ Nguyên Xanh Travel nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng quy mô hoạt động và khẳng định thương hiệu bền vững trên thị trường du lịch nội địa. Thị trường này giữ vai trò then chốt đối với sự tồn tại và phát triển của công ty qua ba phương diện chính: kinh tế – đảm bảo doanh thu và tăng trưởng ổn định; xã hội – gắn kết giáo dục, cộng đồng và phát triển du lịch bền vững; chiến lược – xây dựng thương hiệu, mở rộng quy mô và phát triển sản phẩm đặc thù. Việc tập trung khai thác phân khúc này phù hợp với điều kiện thực tế của doanh nghiệp và xu thế phát triển chung của ngành du lịch Việt Nam, hướng tới du lịch gắn với giáo dục, trải nghiệm và phát triển con người toàn diện.

2.3. Hoạt động khai thác, phục vụ thị trường khách học sinh của công ty

2.3.1. Một số điều kiện khai thác thị trường khách học sinh của công ty

Để khai thác hiệu quả thị trường khách học sinh, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel dựa trên nhiều điều kiện thuận lợi về địa bàn hoạt động, hệ thống hạ tầng giáo dục, nguồn lực nhân sự – phương tiện, mối quan hệ hợp tác với nhà trường và phụ huynh, cũng như hệ thống sản phẩm du lịch học đường đã được xây dựng và hoàn thiện. Những điều kiện này tạo nền tảng quan trọng giúp doanh nghiệp tổ chức các chương trình du lịch học đường an toàn, phù hợp với mục tiêu giáo dục trải nghiệm và đáp ứng nhu cầu thực tiễn của thị trường.

a) Thị trường khách du lịch của công ty

Huyện Thủy Nguyên là địa bàn trọng điểm trong khai thác thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel. Theo Niên giám Thống kê Hải Phòng năm 2024, toàn huyện có dân số trên 330.000 người, trong đó nhóm dân số trong độ tuổi học sinh chiếm khoảng 23%, tương đương hơn 75.000 học sinh từ bậc mầm non đến trung học phổ thông. Đây là nguồn khách có quy mô lớn, ổn định và mang tính chu kỳ hàng năm, rất phù hợp để khai thác loại hình du lịch học đường. Bên cạnh đó, Thủy Nguyên có vị trí địa lý thuận lợi khi nằm ở cửa ngõ phía Bắc thành phố Hải Phòng, tiếp giáp với Quảng Ninh và khu vực trung tâm thành phố. Hệ thống giao thông kết nối từ Thủy Nguyên đến các điểm du lịch lân cận như Đồ Sơn, Cát Bà, Tràng Kênh – Bến K15, Đồng Giá – Núi Voi tương đối thuận tiện, với bán kính di chuyển chủ yếu dưới 100 km, phù hợp với đặc thù tổ chức tour ngắn ngày dành cho học sinh, đảm bảo yêu cầu về an toàn và thời gian.

Hệ thống giáo dục trên địa bàn huyện tương đối phát triển, gồm khoảng 64 trường mầm non, 59 trường tiểu học, 37 trường trung học cơ sở và 16 trường trung học phổ thông, cùng nhiều trung tâm ngoại ngữ, trung tâm kỹ năng và cơ sở giáo dục trải nghiệm. Phần lớn các cơ sở giáo dục trên địa bàn đều xây dựng kế hoạch tổ chức hoạt động ngoại khóa, trải nghiệm thực tế theo năm học, nhằm thực hiện mục tiêu giáo dục toàn diện cho học sinh. Trong bối cảnh đó, việc Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel lựa chọn Thủy Nguyên làm địa bàn khai thác trọng điểm là phù hợp với năng lực doanh nghiệp, điều kiện thị trường và xu hướng phát triển giáo dục – du

lịch tại địa phương.

Ngoài địa bàn trọng tâm là Thủy Nguyên, công ty cũng có định hướng mở rộng khai thác sang các khu vực lân cận như quận Hồng Bàng, Kiến An, huyện An Dương và một số địa phương giáp ranh tỉnh Hải Dương – nơi có mật độ trường học cao và nhu cầu tổ chức hoạt động trải nghiệm giáo dục ngày càng gia tăng.

b) Điều kiện về nguồn lực nhân lực và phương tiện

Nguồn lực nhân lực là một trong những điều kiện then chốt giúp Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel khai thác hiệu quả thị trường khách học sinh. Theo Báo cáo nhân sự nội bộ năm 2024, công ty hiện có 13 nhân viên chính thức, trong đó bộ phận điều hành tour và hướng dẫn viên chiếm tỷ lệ chủ yếu. Đội ngũ hướng dẫn viên có độ tuổi trung bình từ 22–35 tuổi, tốt nghiệp các ngành Du lịch, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Sư phạm hoặc Công tác xã hội, được đào tạo bổ sung về kỹ năng quản lý đoàn học sinh, tổ chức hoạt động tập thể và xử lý tình huống an toàn.

Bảng 2: Hệ thống nhân sự của công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh (2024)

Bộ phận	Số lượng	Trình độ chuyên môn & chuyên ngành	Đặc điểm đội ngũ
Ban Giám đốc	1	Đại học Quản trị kinh doanh, Du lịch	Điều hành chiến lược
Điều hành tour	3	Đại học Du lịch, Quản trị lữ hành	Am hiểu thị trường khách học sinh.
HĐV	6	Đại học Du lịch (2 nhân sự), Cao đẳng Du lịch (1 nhân sự), Đại học Ngôn ngữ, Đại học Sư phạm, Đại học Công tác xã hội	Độ tuổi 22-35, năng động, có kỹ năng sư phạm.
Kinh doanh & Marketing	2	Đại học Marketing, Truyền thông	Tiếp cận hệ thống các trường học.
Kế toán – Hành chính	1	Đại học Kế toán, Quản trị nhân sự	Hỗ trợ vận hành nội bộ.

(Nguồn: Báo cáo nội bộ Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, 2024)

Ngoài lực lượng nhân sự cố định, công ty còn xây dựng mạng lưới cộng tác viên và hướng dẫn viên thời vụ là sinh viên các trường đại học trên địa bàn Hải Phòng,

được tập huấn trước khi tham gia tổ chức tour học đường. Điều này giúp doanh nghiệp chủ động về nhân lực khi triển khai các đoàn lớn vào cao điểm.

Về phương tiện và cơ sở vật chất, công ty liên kết ổn định với các đơn vị vận tải trên địa bàn, sử dụng xe ô tô từ 29 đến 45 chỗ, đáp ứng tiêu chuẩn an toàn kỹ thuật và phù hợp với đoàn học sinh. Bên cạnh đó, công ty trang bị các dụng cụ hỗ trợ hoạt động trải nghiệm như áo đồng phục, bảng tên, dụng cụ trò chơi tập thể, thiết bị y tế cơ bản và bảo hiểm du lịch cho học sinh. Việc chủ động về nhân lực và phương tiện giúp doanh nghiệp nâng cao tính linh hoạt, giảm thiểu rủi ro trong quá trình tổ chức tour.

c) Điều kiện về mối quan hệ với nhà trường và phụ huynh

Một điều kiện quan trọng khác trong khai thác thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel là mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với hệ thống giáo dục địa phương. Trong giai đoạn 2022–2024, công ty đã phối hợp tổ chức chương trình du lịch học đường cho hơn 25 trường tiểu học, trung học cơ sở và trung học phổ thông trên địa bàn huyện Thủy Nguyên và các khu vực lân cận như Hồng Bàng, Kiến An và An Dương, tiêu biểu có các điểm trường đã từng phối hợp với công ty như trường Tiểu học và THCS Núi Đèo Thủy Nguyên, trường THCS Đồng Hòa (Kiến An), trường THPT Hồng Bàng, trường Tiểu học Hồng Thái (An Dương),...

Thông qua quá trình hợp tác thường xuyên, doanh nghiệp từng bước xây dựng được uy tín và chỗ đứng nhất định trong phân khúc du lịch học đường, tạo được sự tin tưởng từ phía ban giám hiệu, giáo viên và phụ huynh học sinh. Sự tin tưởng này thể hiện ở việc nhiều trường lựa chọn công ty là đối tác tổ chức tour thường niên, đồng thời giới thiệu cho các cơ sở giáo dục khác. Việc duy trì mối quan hệ ổn định với nhà trường và phụ huynh giúp doanh nghiệp thuận lợi trong việc triển khai kế hoạch tour theo năm học và mở rộng phạm vi khai thác thị trường.

d) Điều kiện về chương trình và sản phẩm du lịch học đường (sản phẩm du lịch của công ty)

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch tương đối đa dạng, trong đó du lịch học đường là nhóm sản phẩm trọng tâm. Các chương trình được thiết kế phù hợp với từng cấp học và mục tiêu giáo dục cụ thể.

Một số chương trình tiêu biểu dành cho thị trường khách học sinh có thể kể đến như: “Hành trình về nguồn Tràng Kênh – Bến K15 – Bảo tàng Hải Phòng”, “Trải nghiệm sinh thái Đồng Giá – Núi Voi”, “Khám phá biển đảo Đồ Sơn – Cát Bà dành cho học sinh”.

Các chương trình này kết hợp giữa tham quan, tìm hiểu lịch sử – văn hóa địa phương với các hoạt động trải nghiệm thực tế như trò chơi tập thể, hoạt động kỹ năng sống, lao động trải nghiệm và giáo dục môi trường. Không gian tổ chức chủ yếu là các khu di tích lịch sử, khu sinh thái và điểm đến có điều kiện đảm bảo an toàn cho học sinh.

Việc xây dựng sản phẩm theo hướng “du lịch gần – an toàn – mang tính giáo dục” giúp công ty đáp ứng tốt yêu cầu của nhà trường và phụ huynh, đồng thời tạo lợi thế cạnh tranh trong phân khúc du lịch học đường.

e) Đánh giá chung

Tổng hợp các điều kiện trên cho thấy Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel có nhiều yếu tố thuận lợi trong khai thác thị trường khách học sinh. Địa bàn hoạt động có hạ tầng giáo dục phát triển, nguồn khách ổn định; nguồn lực nhân sự và phương tiện đáp ứng yêu cầu tổ chức tour; mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với nhà trường và phụ huynh; cùng hệ thống sản phẩm du lịch học đường phù hợp với đặc điểm thị trường. Đây là cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp duy trì hiệu quả hoạt động, nâng cao uy tín và từng bước mở rộng phạm vi khai thác trong thời gian tới.

2.3.2. Công tác nghiên cứu và kết nối thị trường khách du lịch học sinh

Công tác nghiên cứu và kết nối thị trường giữ vai trò then chốt trong quá trình khai thác thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Thông qua việc khảo sát nhu cầu, phân tích đặc điểm tâm lý của học sinh, đồng thời duy trì mối quan hệ chặt chẽ với nhà trường, phụ huynh và các đối tác địa phương, công ty từng bước xây dựng được hệ thống sản phẩm du lịch học đường phù hợp với thực tiễn và định hướng phát triển bền vững.

a) Nghiên cứu thị trường khách học sinh và ứng dụng kết quả nghiên cứu

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel thực hiện nghiên cứu thị trường khách học sinh theo hướng linh hoạt, phù hợp với quy mô doanh nghiệp và đặc thù địa phương. Các hình thức nghiên cứu chủ yếu bao gồm: thu thập số liệu từ các cơ sở giáo dục trên địa bàn; trao đổi trực tiếp với ban giám hiệu, giáo viên phụ trách hoạt động ngoại khóa; khảo sát ý kiến phụ huynh thông qua phiếu khảo sát sau tour và phản hồi trực tuyến trên Fanpage của công ty.

Trong giai đoạn 2023–2024, công ty đã tiến hành 03 đợt khảo sát nội bộ tại một số trường tiểu học và trung học cơ sở trên địa bàn huyện Thủy Nguyên như Trường Tiểu học Thủy Sơn, THCS Núi Đèo và THCS Minh Đức. Mỗi đợt khảo sát thu thập từ 80–120 phiếu phản hồi, tập trung vào các nội dung: mức độ hài lòng về chương trình, yếu tố an toàn, chi phí, nội dung trải nghiệm và mong muốn điều chỉnh cho các chuyến đi tiếp theo.

Kết quả khảo sát cho thấy học sinh ưu tiên các chương trình có tính trải nghiệm cao, hoạt động tập thể phong phú và thời gian di chuyển ngắn; trong khi phụ huynh và giáo viên đặc biệt quan tâm đến yếu tố an toàn, quản lý đoàn và giá trị giáo dục của chuyến đi. Trên cơ sở đó, công ty đã điều chỉnh lịch trình tour theo hướng rút ngắn thời gian di chuyển, tăng thời lượng hoạt động trải nghiệm thực tế và xây dựng mức chi phí phù hợp với khả năng chi trả của đa số gia đình.

Những kết quả nghiên cứu này được ứng dụng trực tiếp vào việc thiết kế và cải tiến các chương trình du lịch học đường, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

b) Kết nối với nhà trường và phụ huynh

Kết nối với nhà trường và phụ huynh là hoạt động được Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel đặc biệt chú trọng trong quá trình tiếp cận thị trường khách học sinh. Công ty chủ yếu thực hiện kết nối thông qua các hình thức như: làm việc trực tiếp với ban giám hiệu và giáo viên phụ trách hoạt động trải nghiệm; tham gia các buổi họp phụ huynh khi có yêu cầu từ nhà trường; phối hợp tổ chức các hoạt động ngoại khóa và chương trình trải nghiệm theo kế hoạch năm học.

Trong các năm học 2022–2023 và 2023–2024, công ty đã trực tiếp tham gia tư vấn và phối hợp tổ chức hoạt động ngoại khóa tại một số trường như Trường Tiểu học Thủy Sơn, Trường THCS Núi Đèo và Trường THPT Phạm Ngũ Lão– Thủy Nguyên. Việc trao đổi trực tiếp với giáo viên chủ nhiệm và phụ huynh giúp công ty nắm bắt rõ nhu cầu, đặc điểm tâm lý học sinh, cũng như khả năng tài chính của từng trường, từ đó xây dựng chương trình phù hợp và khả thi.

Thông qua quá trình kết nối thường xuyên, công ty từng bước tạo dựng được sự tin tưởng từ phía nhà trường và phụ huynh, góp phần duy trì nguồn khách ổn định và mở rộng phạm vi hợp tác trong những năm tiếp theo.

c) Hợp tác với các đối tác địa phương và nhà cung ứng

Bên cạnh việc kết nối với hệ thống giáo dục, Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel chủ động hợp tác với các đối tác địa phương nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch học đường. Các đối tác chủ yếu bao gồm: khu sinh thái Đồng Giá – Núi Voi, các điểm di tích lịch sử như Tràng Kênh – Bến K15, một số trung tâm kỹ năng trải nghiệm trên địa bàn Hải Phòng, cùng các đơn vị vận tải và nhà hàng phục vụ đoàn học sinh.

Đặc biệt, công ty duy trì mối quan hệ hợp tác thường niên với một số trung tâm kỹ năng và cơ sở trải nghiệm, qua đó phối hợp tổ chức các hoạt động giáo dục kỹ năng sống, trò chơi tập thể và trải nghiệm lao động cho học sinh. Việc hợp tác ổn định với các đối tác giúp công ty chủ động trong tổ chức tour, đảm bảo an toàn, đồng thời nâng cao tính chuyên nghiệp và uy tín của chương trình du lịch học đường.

Như vậy, qua quá trình khảo sát và phân tích cho thấy công tác nghiên cứu và kết nối thị trường khách du lịch học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel được triển khai tương đối bài bản, phù hợp với điều kiện thực tiễn của doanh nghiệp. Thông qua các hoạt động khảo sát, kết nối với nhà trường, phụ huynh và đối tác địa phương, công ty từng bước nắm bắt chính xác nhu cầu của thị trường, từ đó xây dựng và hoàn thiện sản phẩm du lịch học đường phù hợp. Đây là cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng phạm vi khai thác và củng cố vị thế trong phân khúc du lịch trải nghiệm giáo dục tại địa phương.

2.3.3. Một số sản phẩm du lịch dành cho thị trường khách học sinh

Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel đã xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch học đường đa dạng, phù hợp với từng nhóm tuổi học sinh và mục tiêu giáo dục cụ thể. Các sản phẩm được thiết kế theo nguyên tắc đảm bảo an toàn, phát huy tính trải nghiệm, gắn kết tập thể và có chi phí phù hợp với khả năng chi trả của nhà trường và phụ huynh. Nội dung chương trình vừa đáp ứng nhu cầu vui chơi, khám phá của học sinh, vừa hỗ trợ mục tiêu giáo dục trải nghiệm theo định hướng của ngành giáo dục.

a) Sản phẩm du lịch trải nghiệm thiên nhiên và môi trường

Đây là nhóm sản phẩm chủ lực dành cho học sinh tiểu học và trung học cơ sở, tập trung vào các hoạt động trải nghiệm gắn với thiên nhiên, môi trường và lao động thực tế. Thông qua các hoạt động trực tiếp, học sinh được rèn luyện kỹ năng quan sát, hình thành ý thức bảo vệ môi trường và nâng cao tinh thần làm việc tập thể.

Một số chương trình tiêu biểu gồm: “Một ngày làm nông dân nhí”, “Khám phá khu sinh thái Đồng Giá – Núi Voi”, “Trải nghiệm nông trại giáo dục Thủy Nguyên”.

Lịch trình cơ bản (01 ngày): Buổi sáng: Xuất phát từ trường – di chuyển đến khu sinh thái/nông trại; tham gia hoạt động làm quen, phổ biến nội quy và kiến thức cơ bản về môi trường. Buổi trưa: Ăn trưa tập thể, nghỉ ngơi. Buổi chiều: Tham gia các hoạt động trải nghiệm như trồng cây, thu hoạch nông sản, chăm sóc vật nuôi, trò chơi tập thể; tổng kết – chia sẻ cảm nhận – trở về trường.

Những chương trình này phù hợp với đặc điểm tâm lý hiếu động, tò mò và thích khám phá của học sinh nhỏ tuổi, đồng thời đảm bảo thời gian di chuyển ngắn và mức độ an toàn cao.

b) Sản phẩm du lịch văn hóa – lịch sử

Nhóm sản phẩm này hướng đến học sinh trung học cơ sở và trung học phổ thông, với mục tiêu bổ trợ kiến thức lịch sử, văn hóa và giáo dục truyền thống. Nội dung tour gắn với các di tích lịch sử, bảo tàng và làng nghề truyền thống trên địa bàn Hải Phòng và khu vực lân cận.

Một số chương trình tiêu biểu gồm: “Hành trình tìm hiểu di sản Hải Phòng”, “Tham quan Tràng Kênh – Bến K15 – Bảo tàng Hải Phòng”, “Một ngày làm hướng dẫn viên nhỏ tuổi”.

Lịch trình cơ bản (01 ngày): Buổi sáng: Tham quan di tích lịch sử; nghe thuyết minh, tìm hiểu giá trị lịch sử – văn hóa; tham gia hoạt động tìm hiểu theo nhóm. Buổi trưa: Ăn trưa, nghỉ ngơi. Buổi chiều: Tham quan bảo tàng/làng nghề; hoạt động trải nghiệm nhập vai, thuyết trình ngắn; tổng kết kiến thức và đánh giá hoạt động.

Các chương trình này giúp học sinh gắn kiến thức sách giáo khoa với thực tiễn, đồng thời rèn luyện kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và thuyết trình.

c) Sản phẩm du lịch trải nghiệm kỹ năng và nghề nghiệp

Đối với học sinh trung học phổ thông, công ty phát triển các chương trình trải nghiệm kỹ năng sống, định hướng nghề nghiệp và thử thách bản thân. Nhóm sản phẩm này chú trọng phát triển tư duy độc lập, kỹ năng lãnh đạo và khả năng thích ứng của học sinh.

Một số chương trình tiêu biểu gồm: “Trải nghiệm làm tranh sơn mài”, “Team building – Kỹ năng lãnh đạo trẻ”, “Trải nghiệm nghề nghiệp tương lai”.

Lịch trình cơ bản (01–02 ngày): Ngày 1: Hoạt động team building, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp và giải quyết vấn đề; tham gia các trò chơi thử thách theo chủ đề. Ngày 2 (nếu có): Trải nghiệm nghề nghiệp thực tế, giao lưu với người làm nghề; tổng kết, định hướng kỹ năng và chia sẻ định hướng tương lai.

Những chương trình này phù hợp với nhu cầu khám phá bản thân, định hướng nghề nghiệp và phát triển kỹ năng mềm của học sinh THPT.

d) Sản phẩm du lịch kết hợp gia đình và giáo dục cộng đồng

Bên cạnh các tour dành riêng cho học sinh, Kỷ Nguyên Xanh Travel còn phát triển sản phẩm kết hợp giữa học sinh và phụ huynh nhằm tăng cường sự gắn kết giữa gia đình, nhà trường và cộng đồng. Các chương trình thường được tổ chức vào dịp cuối tuần hoặc các sự kiện đặc biệt của trường.

Một số chương trình tiêu biểu gồm: “Dã ngoại gia đình – Kỹ năng sinh tồn”, “Cùng con trải nghiệm di sản quê hương”, “Ngày hội gia đình và học sinh”.

Lịch trình cơ bản (01 ngày): Buổi sáng: Hoạt động tập thể giữa phụ huynh và học sinh; trò chơi gắn kết gia đình. Buổi trưa: Ăn trưa dã ngoại hoặc tại điểm du lịch.

Buổi chiều: Hoạt động trải nghiệm kỹ năng, tổng kết và giao lưu.

Nhóm sản phẩm này góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu của công ty trong cộng đồng giáo dục, đồng thời tăng mức độ tin tưởng của phụ huynh đối với các chương trình du lịch học đường.

Nhìn chung, hệ thống sản phẩm du lịch dành cho thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel được xây dựng tương đối đa dạng, phù

hợp với từng nhóm tuổi và mục tiêu giáo dục. Việc thiết kế chương trình theo nguyên tắc “an toàn – giáo dục – trải nghiệm – gắn kết” giúp công ty khai thác hiệu quả thị trường khách học sinh, đồng thời tạo nền tảng để phát triển các dòng sản phẩm chuyên biệt trong tương lai. Đây là cơ sở quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh, xây dựng uy tín thương hiệu và duy trì mối quan hệ bền vững với nhà trường, phụ huynh và cộng đồng địa phương.

2.3.4. Kết quả kinh doanh thị trường khách du lịch học sinh

Thị trường khách du lịch học sinh hiện giữ vai trò chủ lực trong hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Mặc dù là doanh nghiệp có quy mô nhỏ, số lượng nhân sự và phương tiện còn hạn chế, song nhờ lựa chọn đúng phân khúc thị trường và xây dựng sản phẩm phù hợp với nhu cầu giáo dục trải nghiệm, công ty đã đạt được những kết quả kinh doanh tích cực và tương đối ổn định trong những năm đầu hoạt động.

a) Kết quả kinh doanh qua các năm

Trong giai đoạn 2022–2024, số lượng tour học đường, lượt học sinh phục vụ và doanh thu từ thị trường này có xu hướng tăng dần qua các năm. Cụ thể được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 3.1: Số lượt khách học sinh giai đoạn 2022-2024

Năm	Số tour đã thực hiện (Chương trình)	Số khách học sinh (lượt)	Tỉ trọng số khách học sinh/ tổng số lượng KDL (%)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2022	18	1550	60,1%	-
2023	35	3218	66,0%	+107,6%
2024	60	6003	73%	+86,5%

(Nguồn: Báo cáo nội bộ Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, 2022–2024)

Số liệu thực tế đã cho thấy sự bứt phá mạnh mẽ của công ty sau giai đoạn phục hồi kinh tế. Chỉ sau hai năm nhưng số lượt khách tăng gấp bốn lần là minh chứng rõ nét cho sự tin tưởng của nhà trường và phụ huynh học sinh trên địa bàn thành phố Hải Phòng khi lựa chọn chương trình trải nghiệm của công ty Kỷ Nguyên Xanh.

Qua quá trình nghiên cứu và phân tích cơ cấu khách hàng trong tổng số 6003 lượt khách năm 2024 của Kỷ Nguyên Xanh Travel cho thấy sự phân hóa rõ rệt theo ba cấp học, phản ánh đúng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm của công ty. Cụ thể là:

- Khối Tiểu học chiếm tỷ trọng lớn nhất (45% - 2701 lượt): Đây là phân khúc khách hàng chủ lực. Công ty tập trung vào các dòng tour trải nghiệm nông nghiệp và giáo dục kỹ năng tại các trang trại, đáp ứng nhu cầu "học mà chơi" của lứa tuổi nhỏ.

- Xếp thứ hai là khối Trung học cơ sở (35% - 2.101 lượt): Nhóm khách hàng này ưu tiên các chương trình du lịch di sản và ngoại khóa lịch sử. Các tour tham quan di tích kết hợp trò chơi vận động giúp học sinh tiếp thu kiến thức thực tế một cách sinh động.

- Khối Trung học phổ thông chiếm tỷ trọng thấp nhất (20% - 1.201 lượt): Do áp lực học tập và thi cử, tần suất đi tour của nhóm này hạn chế hơn. Tuy nhiên, đây là nhóm mang lại giá trị cao với các yêu cầu chuyên biệt về Teambuilding hướng nghiệp và dã ngoại cuối khóa.

Sự phân bổ này cho thấy công ty đang khai thác rất tốt nhóm khách hàng tiểu học, tạo tiền đề vững chắc để duy trì nguồn khách hàng tiềm năng này khi các em chuyển cấp trong các năm tiếp theo.

Với số lượng khách như trên đã góp phần tạo nên hiệu quả kinh tế và cho thấy mức độ đóng góp của mảng du lịch học đường vào tổng doanh thu của công ty. Điều đó được thể hiện chi tiết trong bảng sau:

Bảng 3.2: Doanh thu từ thị trường khách học sinh giai đoạn 2022-2024

Năm	Doanh thu (tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Tỷ trọng trong tổng doanh thu (%)
2022	0,95	-	55%
2023	2,1	+121,1%	68%
2024	3,5	+66,7%	75%

(Nguồn: Báo cáo nội bộ Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, 2022–2024)

Từ bảng trên cho thấy, song song với sự gia tăng về số lượng, các chỉ tiêu tài chính cũng ghi nhận những chuyển biến tích cực. Đáng chú ý, tỷ trọng của mảng du lịch học đường trong tổng doanh thu lữ hành của công ty có xu hướng tăng đều qua các năm: từ 55% năm 2022 vọt lên 68% năm 2023 và chiếm tới 75% vào năm 2024. Điều này khẳng định mảng khách học sinh không chỉ là thị trường tiềm năng mà đã trở thành dòng sản phẩm cốt lõi, quyết định sự tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp.

Như vậy, có thể thấy rằng, giai đoạn 2022–2024 đánh dấu bước phát triển vượt bậc của Kỷ Nguyên Xanh Travel cả về số lượng khách lẫn doanh thu và tỷ trọng. Việc tập trung nguồn lực vào phân khúc học đường đã giúp công ty khẳng định được vị thế tại thị trường Thủy Nguyên nói riêng và thị trường thành phố Hải Phòng nói chung, tạo nền tảng vững chắc để hướng tới mục tiêu đã được đặt ra vào đầu năm 2025 là đạt 4,2 tỷ đồng doanh thu với hơn 7.200 lượt khách trong năm nay.

b) Địa bàn và các trường học doanh nghiệp đã phục vụ

Trong giai đoạn đầu hoạt động, công ty tập trung chủ yếu khai thác thị trường khách học sinh tại huyện Thủy Nguyên, nơi doanh nghiệp đặt trụ sở và có lợi thế về mối quan hệ với hệ thống trường học địa phương. Từ năm 2022-2024, công ty đã hợp tác tổ chức các chương trình du lịch học đường cho 14 trường học từ cấp 1 đến cấp 3 trên địa bàn huyện. Một số trường tiêu biểu mà công ty đã tổ chức tour thường niên gồm: Trường Tiểu học Thủy Sơn, Trường Tiểu học Lập Lễ, Trường

THCS Núi Đèo, Trường THCS Minh Đức, Trường THPT Phạm Ngũ Lão – Thủy Nguyên.

Bên cạnh đó, từ năm 2024, công ty từng bước mở rộng phạm vi khai thác ra ngoài huyện Thủy Nguyên, tiếp cận một số trường tại các khu vực lân cận như quận Hồng Bàng, Kiến An và huyện An Dương. Việc mở rộng địa bàn bước đầu còn mang tính thăm dò, song đã góp phần gia tăng số lượng đoàn và tạo tiền đề cho việc mở rộng thị trường trong các năm tiếp theo.

c) Đánh giá hiệu quả kinh doanh thị trường khách học sinh

Đặc điểm khách học sinh đi theo kế hoạch năm học, tổ chức theo đoàn lớn và thanh toán tập trung thông qua nhà trường giúp công ty chủ động hơn trong việc dự báo doanh thu, quản lý dòng tiền và sắp xếp nhân lực. Nhờ đó, doanh nghiệp giảm thiểu đáng kể rủi ro mùa vụ – một hạn chế phổ biến của các công ty lữ hành quy mô nhỏ. Bên cạnh hiệu quả kinh tế, việc tập trung khai thác thị trường khách học sinh còn góp phần xây dựng hình ảnh và uy tín của Kỷ Nguyên Xanh Travel trong lĩnh vực “du lịch học đường – trải nghiệm giáo dục” tại địa phương. Sự tin tưởng của nhà trường và phụ huynh thể hiện qua việc nhiều đơn vị tiếp tục tái ký hợp đồng tổ chức tour trong các năm học tiếp theo.

d) Những hạn chế và định hướng cải thiện

Mặc dù đạt được kết quả kinh doanh tích cực, công ty vẫn đối mặt với một số hạn chế như: số lượng phương tiện vận chuyển còn hạn chế khi nhiều đoàn đi cùng thời điểm; đội ngũ hướng dẫn viên chưa nhiều; và các chương trình trải nghiệm chuyên sâu cho từng cấp học chưa thực sự phong phú. Đây vừa là thách thức, đồng thời cũng là cơ hội để doanh nghiệp đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng quy mô khai thác trong thời gian tới.

Nhìn chung, kết quả kinh doanh từ thị trường khách du lịch học sinh đã và đang đóng vai trò nền tảng trong hoạt động của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Phân khúc này không chỉ mang lại nguồn doanh thu ổn định mà còn tạo tiền đề để

doanh nghiệp mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh và từng bước khẳng định vị thế trong lĩnh vực du lịch giáo dục tại thành phố Hải Phòng.

2.4. Đánh giá những thuận lợi – ưu điểm và khó khăn – hạn chế trong việc khai thác thị trường khách du lịch học sinh của công ty

Việc đánh giá những thuận lợi và khó khăn trong quá trình khai thác thị trường khách du lịch học sinh giúp làm rõ thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp nhìn nhận đúng năng lực hiện có, đồng thời đề xuất các định hướng và giải pháp phát triển phù hợp trong thời gian tới.

2.4.1. Những thuận lợi – ưu điểm

Thứ nhất, nguồn khách hàng học sinh tương đối ổn định và dễ dự báo. Khách học sinh thường đi du lịch theo kế hoạch năm học, thông qua hợp đồng với nhà trường, giúp công ty chủ động trong việc xây dựng chương trình tour, bố trí nhân lực và quản lý tài chính. Đặc điểm này đặc biệt phù hợp với doanh nghiệp có quy mô nhỏ, góp phần giảm thiểu rủi ro mùa vụ.

Thứ hai, phạm vi địa bàn khai thác tập trung và hợp lý. Công ty chủ yếu khai thác thị trường tại huyện Thủy Nguyên và một số khu vực lân cận, tạo điều kiện thuận lợi trong việc quản lý đoàn, kiểm soát chất lượng dịch vụ và duy trì mối quan hệ ổn định với các trường học trên địa bàn.

Thứ ba, sản phẩm du lịch học đường phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Các chương trình tour ngắn ngày, khoảng cách gần, chi phí hợp lý, kết hợp giữa giáo dục và vui chơi giải trí, phù hợp với ngân sách của nhà trường và phụ huynh. Nội dung tour cơ bản bám sát định hướng giáo dục trải nghiệm theo Chương trình giáo dục phổ thông 2018 giúp nhà trường dễ dàng tích hợp chuyến đi vào kế hoạch giảng dạy chính khóa.

Thứ tư, đón đầu xu hướng du lịch trải nghiệm (Edu-tour) đang tăng trưởng mạnh. Hiện nay, nhu cầu cho con em tham gia các hoạt động ngoại khóa để rèn luyện kỹ

năng sống đang trở thành ưu tiên hàng đầu của phụ huynh. Sự chuyển dịch từ du lịch tham quan thuần túy sang du lịch trải nghiệm thực tế đã tạo ra dư địa lớn cho công ty. Kỷ Nguyên Xanh Travel đã nhanh chóng nắm bắt xu hướng này bằng cách lồng ghép các hoạt động như: Teambuilding, thi tìm hiểu lịch sử, hay trải nghiệm làm nông dân vào chương trình tour định hướng nghề nghiệp.

Thứ năm, xây dựng mối quan hệ tốt với nhà trường và phụ huynh. Nhờ sự phối hợp chặt chẽ với giáo viên và ban giám hiệu các trường, công ty từng bước xây dựng được hình ảnh doanh nghiệp du lịch học đường đáng tin cậy, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tái ký hợp đồng và duy trì nguồn khách hàng truyền thống.

Cuối cùng, uy tín thương hiệu và kinh nghiệm tổ chức chuyên nghiệp. Qua nhiều năm hoạt động, công ty đã xây dựng được "chỗ đứng" vững chắc trong lòng khách hàng. Đội ngũ hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm, am hiểu tâm lý học sinh, nhân viên công ty có kinh nghiệm làm việc với các nhóm học sinh ở nhiều độ tuổi khác nhau, góp phần tổ chức hoạt động trải nghiệm an toàn, phù hợp và hiệu quả. Cùng với đó, quy trình tổ chức chặt chẽ từ khâu đưa đón đến khâu quản lý an toàn thực phẩm là những điểm cộng lớn. Những đánh giá tích cực từ các đối tác trường học lâu năm chính là kênh truyền thông hiệu quả nhất, giúp công ty mở rộng mạng lưới khách hàng mà không tốn quá nhiều chi phí marketing.

Những ưu điểm nêu trên không chỉ là "bàn đạp" giúp công ty đứng vững tại thị trường Hải Phòng mà còn là lợi thế cạnh tranh cốt lõi giúp Kỷ Nguyên Xanh Travel khẳng định bản sắc riêng trong mảng du lịch học đường.

2.4.2. Những khó khăn – hạn chế

Bên cạnh những thuận lợi, công ty vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định trong quá trình khai thác thị trường khách học sinh.

Thứ nhất, nguồn lực về nhân sự và phương tiện còn hạn chế. Là doanh nghiệp nhỏ, công ty gặp khó khăn khi phải tổ chức nhiều đoàn tour cùng thời điểm, ảnh hưởng đến việc bố trí hướng dẫn viên, phương tiện vận chuyển và chất lượng phục vụ.

Thứ hai, chương trình trải nghiệm chưa thực sự đa dạng và chuyên sâu. Một số tour còn mang tính lặp lại, chưa phân hóa rõ theo từng cấp học và mục tiêu giáo dục cụ thể, làm giảm sức hấp dẫn đối với khách hàng mới và khả năng duy trì sự hứng thú của khách hàng cũ.

Thứ ba, hoạt động marketing và quảng bá còn yếu. Doanh nghiệp chủ yếu dựa vào mối quan hệ truyền thống với các trường học, chưa khai thác hiệu quả các kênh truyền thông và công nghệ số, dẫn đến khó khăn trong việc mở rộng thị trường ra ngoài địa bàn quen thuộc.

Thứ tư, tính mùa vụ vẫn còn hiện hữu. Mặc dù khách học sinh tương đối ổn định, các tour vẫn tập trung chủ yếu vào một số thời điểm trong năm học, gây áp lực lớn về nhân lực, phương tiện và công tác tổ chức trong mùa cao điểm.

Nhìn chung, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel có nhiều thuận lợi trong việc khai thác thị trường khách du lịch học sinh, đặc biệt là sự ổn định của nguồn khách, uy tín địa phương và sản phẩm phù hợp với nhu cầu giáo dục trải nghiệm. Tuy nhiên, những hạn chế về nguồn lực, đa dạng hóa sản phẩm và hoạt động marketing vẫn là những vấn đề cần được khắc phục. Việc nhận diện rõ các thuận lợi và khó khăn này là cơ sở quan trọng để công ty đề xuất các giải pháp phát triển phù hợp trong giai đoạn tiếp theo.

2.5. Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã cung cấp cái nhìn toàn diện về thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, bao gồm phạm vi khai thác, đặc điểm tâm lý, nhu cầu, vai trò chiến lược và kết quả kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, huyện Thủy Nguyên và khu vực lân cận là thị trường ổn định, có tính chu kỳ theo năm học, với mức độ gắn bó cao từ phía nhà trường và phụ huynh.

Khách hàng học sinh có đặc điểm tâm lý ham học hỏi, thích khám phá, ưa hoạt động tập thể và quan tâm đến yếu tố an toàn, giáo dục trong mỗi chuyến đi. Các nhu cầu du lịch học đường chủ yếu xoay quanh trải nghiệm thực tế, gắn kết tập thể

và phát triển kỹ năng sống, đồng thời phù hợp với xu hướng “học mà chơi – chơi mà học” và trải nghiệm xanh, giáo dục môi trường đang phổ biến tại Việt Nam.

Thị trường khách học sinh không chỉ đảm bảo doanh thu ổn định mà còn tạo ra giá trị xã hội thông qua liên kết giữa doanh nghiệp, nhà trường và cộng đồng địa phương. Phân tích SWOT chỉ ra những điểm mạnh về uy tín, sản phẩm phù hợp và khách hàng ổn định; điểm yếu liên quan đến nguồn lực, marketing và tính mùa vụ; đồng thời nêu bật cơ hội từ xu hướng du lịch học đường và thách thức từ cạnh tranh, yêu cầu chất lượng cao.

Từ đó, việc định hướng phát triển thị trường giai đoạn 2025–2030 tập trung vào mở rộng địa bàn khai thác, đa dạng hóa sản phẩm theo độ tuổi, nâng cao chất lượng nhân lực, ứng dụng công nghệ và củng cố thương hiệu. Những giải pháp này vừa đảm bảo tăng trưởng bền vững vừa giúp công ty khẳng định vị thế trong phân khúc du lịch học đường, đồng thời góp phần phát triển du lịch giáo dục tại địa phương.

Như vậy, chương 2 đã đặt nền tảng khoa học và thực tiễn để xây dựng chiến lược khai thác và phát triển thị trường khách học sinh, hỗ trợ Kỷ Nguyên Xanh Travel nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới mục tiêu phát triển bền vững trong lĩnh vực du lịch trải nghiệm giáo dục.

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HỌC SINH CỦA CÔNG TY TNHH KỸ NGUYÊN XANH TRAVEL

3.1. Định hướng phát triển của công ty

Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel, với bề dày hoạt động trong phân khúc du lịch học đường tại Hải Phòng, đã xác định thị trường khách học sinh là trọng tâm chiến lược để phát triển bền vững. Định hướng phát triển của công ty trong giai đoạn tới không chỉ tập trung vào tăng trưởng doanh thu mà còn hướng tới xây dựng thương hiệu uy tín, nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng nhu cầu trải nghiệm giáo dục thực tế của học sinh.

Trước hết, công ty đặt mục tiêu mở rộng phạm vi khai thác thị trường cả về không gian và quy mô khách hàng. Trong khi hiện nay thị trường chủ yếu tập trung tại huyện Thủy Nguyên và một số khu vực lân cận, định hướng mở rộng sang các huyện, quận khác như An Dương, Kiến An và Hải Dương sẽ giúp đa dạng hóa khách hàng, giảm rủi ro phụ thuộc vào một số trường trọng điểm, đồng thời tạo điều kiện phát triển các sản phẩm mới phù hợp với từng độ tuổi học sinh.

Bên cạnh đó, công ty chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch học đường. Các chương trình được thiết kế theo hướng phân hóa theo nhóm tuổi và mục tiêu học tập, kết hợp yếu tố trải nghiệm thực tế, giáo dục kỹ năng sống, gắn kết cộng đồng và bảo vệ môi trường. Đồng thời, Kỹ Nguyên Xanh Travel hướng tới việc xây dựng các tour chuyên biệt cho từng nhóm học sinh như: “Tiểu học – Làm nông dân nhí”, “THCS – Khám phá di sản quê hương”, “THPT – Trải nghiệm nghề nghiệp và kỹ năng lãnh đạo”. Việc này không chỉ tăng cường giá trị giáo dục mà còn đáp ứng nhu cầu đa dạng, tương tác và phát triển bản thân của học sinh.

Ngoài ra, định hướng phát triển của công ty còn tập trung vào nâng cao năng lực nhân sự và ứng dụng công nghệ. Đào tạo hướng dẫn viên chuyên nghiệp, am hiểu tâm lý học sinh, kết hợp với hệ thống quản lý tour và truyền thông trực tuyến, sẽ

giúp công ty tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, nâng cao hiệu quả vận hành và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường.

Về mặt thương hiệu, Kỷ Nguyên Xanh Travel hướng tới xây dựng hình ảnh doanh nghiệp uy tín, sáng tạo và an toàn trong lĩnh vực du lịch học đường. Công ty định hướng trở thành đơn vị tổ chức du lịch học đường chuyên nghiệp hàng đầu khu vực miền Duyên hải Bắc Bộ, góp phần khẳng định vị thế trên thị trường và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững.

Tóm lại, định hướng phát triển của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel là sự kết hợp đồng bộ giữa mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ và củng cố thương hiệu. Đây là nền tảng vững chắc để công ty nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững và đóng góp tích cực vào giáo dục trải nghiệm tại địa phương.

3.2. Các giải pháp chủ yếu

Để nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp, vừa đảm bảo nâng cao chất lượng sản phẩm, vừa phát triển thị trường và củng cố vị thế thương hiệu. Các giải pháp chủ yếu được đề xuất bao gồm:

3.2.1. Giải pháp về xây dựng sản phẩm

Qua thực tế khai thác thị trường khách học sinh, có thể nhận thấy một số hạn chế trong sản phẩm du lịch của công ty như: chương trình tour còn trùng lặp, điểm đến và hoạt động trải nghiệm chưa đa dạng, thiếu các sản phẩm mới mang tính chuyên biệt theo độ tuổi và mục tiêu giáo dục. Do đó, việc đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm là yêu cầu cấp thiết.

Nhằm đa dạng hóa sản phẩm và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường, công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel cần học hỏi mô hình 'Edutour chuyên sâu' của các

đơn vị lớn như Saigontourist, Vietravel,... Thay vì chỉ giới hạn trong phạm vi huyện Thủy Nguyên, công ty nên mạnh dạn triển khai các tuyến điểm liên kết với Hải Dương, Quảng Ninh để tạo sự mới lạ. Đặc biệt đối với khối THPT, lịch trình cần thoát ly khỏi mô hình tham quan thuần túy để hướng tới các hoạt động định hướng nghề nghiệp và teambuilding kỹ năng lãnh đạo. Việc tích hợp các “Trạm trải nghiệm” thực tế trong lịch trình không chỉ giúp học sinh khắc sâu kiến thức mà còn là “điểm chạm” thương hiệu mạnh mẽ giúp công ty gia tăng khả năng cạnh tranh. Kỷ Nguyên Xanh Travel có thể tham khảo các mô hình trải nghiệm như mô hình “Trạm trải nghiệm di động”: Thay vì chỉ tham quan, công ty chuẩn bị các bộ kit trải nghiệm (như bộ dụng cụ khảo cổ, bộ vẽ tranh dân gian...) để học sinh thực hành trực tiếp tại điểm đến; mô hình “Nhật ký hành trình số”: Học sinh sử dụng máy tính bảng hoặc điện thoại để quét mã QR tại các điểm di tích để làm bài tập trắc nghiệm trực tuyến, nhận quà ngay tại tour. Điều này giúp tăng tính tương tác thay vì chỉ nghe thuyết minh truyền thống.

Trước hết, công ty cần đa dạng hóa chương trình tour theo nhóm tuổi và mục tiêu giáo dục. Cụ thể, đối với học sinh tiểu học, để tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn, Kỷ Nguyên Xanh Travel cần tiên phong ứng dụng mô hình “Du lịch nhập vai” (Role-play Travel) và “Du lịch số” (Digital Tour). Việc thay đổi từ những món quà lưu niệm mua sẵn sang những sản phẩm tự tay làm ra thông qua các thí nghiệm khoa học thực tiễn sẽ kích thích sự sáng tạo và tạo ấn tượng sâu sắc hơn cho khách hàng tiểu học. Ví dụ, công ty có thể tổ chức chương trình “Chiến binh xanh và cuộc đua kỳ thú” tại di tích Bạch Đằng Giang, hoạt động này biến điểm di tích thành một mê cung giải đố. Công ty sử dụng các thẻ bài có mã QR giấu tại các điểm quanh di tích. Học sinh chia đội để truy tìm, mỗi mã QR sẽ mở ra một câu đố lịch sử hoặc một yêu cầu thực hiện nhiệm vụ (như tạo dáng chụp ảnh giống một bức tượng, tìm tên một vị tướng...). Điểm mới của chương trình này là

ứng dụng công nghệ vào di tích, giúp trẻ hào hứng như đang chơi game nhưng vẫn tiếp thu được kiến thức lịch sử.

Đối với học sinh THCS, đây là lứa tuổi đang hình thành cá tính và ưa thích trải nghiệm thực tế, Công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel cần chuyển dịch từ mô hình “du lịch tham quan” sang “du lịch trải nghiệm có tính giáo dục chiều sâu”. Các chương trình như “Nghệ nhân nước mắm nhĩ” tại Cát Hải hay “Kỹ năng sinh tồn” tại Cát Bà không chỉ dừng lại ở việc cung cấp kiến thức địa phương, mà còn lồng ghép các kỹ năng quan trọng như: tư duy chiến thuật, kỹ năng sinh tồn và trách nhiệm với di sản văn hóa. Đây là chìa khóa để tạo ra giá trị khác biệt, giúp công ty thoát khỏi sự bão hòa của các sản phẩm du lịch học đường hiện nay trên thị trường Hải Phòng. Ví dụ công ty có thể thiết kế, tổ chức chương trình “Hành trình giọt mật của biển – Nghệ nhân nước mắm nhĩ”: Thay vì chỉ tham quan xưởng mắm Cát Hải thông thường, chương trình này biến học sinh thành những "người kế thừa" di sản. Thử thách "Khứu giác tinh nhạy": Học sinh được tham gia bài kiểm tra ngửi thử các loại nước mắm với độ đậm khác nhau để phân biệt mắm truyền thống và mắm công nghiệp. Trải nghiệm "Đảo chượp – Đánh muối": Dưới sự hướng dẫn của nghệ nhân, các em trực tiếp tham gia công đoạn chăm sóc các ang mắm (đánh toi, phơi nắng). Cuộc thi "Thiết kế thương hiệu": Mỗi nhóm sẽ được nhận một chai nước mắm trắng và tự thiết kế nhãn mác, viết câu chuyện truyền thông (storytelling) cho sản phẩm theo phong cách hiện đại để giới thiệu cho du khách. Điểm mới trong chương trình này là gắn kết di sản với kỹ năng Marketing và tư duy kinh doanh sơ khai cho học sinh.

Đối với học sinh THPT, cần phát triển các tour mang tính trải nghiệm chuyên sâu hơn, tập trung vào kỹ năng mềm, định hướng nghề nghiệp và thử thách bản thân như team building, trải nghiệm nghề du lịch – khách sạn, hoặc các chương trình sinh tồn cơ bản như chương trình “*Một ngày làm quản lý khách sạn*”: Thay vì chỉ ở khách sạn với tư cách là khách, học sinh sẽ được nhập vai thành nhân viên thực

thụ. Đây là hình thức "Du lịch hướng nghiệp" rất phổ biến ở nước ngoài nhưng còn mới tại Hải Phòng. Chương trình bao gồm các thử thách "Check-in chuyên nghiệp": Học sinh được hướng dẫn kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống tại quầy lễ tân; Workshop "Nghệ thuật bàn tiệc": Học cách setup bàn tiệc chuẩn Âu hoặc pha chế đồ uống (Mocktail) dưới sự hướng dẫn của Barista chuyên nghiệp; Tọa đàm "Góc khuất nghề dịch vụ": Giao lưu với quản lý khách sạn về cơ hội nghề nghiệp và những kỹ năng cần có. Điểm mới của chương trình "Một ngày làm quản lý khách sạn" là giúp học sinh khối 12 có cái nhìn thực tế về ngành Dịch vụ - Du lịch trước khi đặt bút chọn nguyện vọng đại học. Hay chương trình "*Teambuilding huấn luyện lãnh đạo*" cũng khá thú vị mà không kém phần mới lạ. Khác với các trò chơi vận động thông thường, chương trình này tập trung vào các bài tập tư duy chiến lược và quản trị nhân sự dành cho Gen Z. Hoạt động bao gồm các thử thách "Quản trị rủi ro": Xây dựng các trò chơi yêu cầu nhóm phải phân chia nguồn lực (nhân lực, thời gian, đạo cụ) có hạn để hoàn thành mục tiêu; "Du lịch tranh biện": Tổ chức các buổi tranh biện về các vấn đề xã hội nóng hổi ngay tại không gian mở của khu du lịch; Đêm lửa trại "Lá thư gửi chính mình": Khoảng lặng để các em chia sẻ về áp lực học tập và định hướng tương lai, giúp giải tỏa tâm lý hiệu quả. Điểm đặc sắc trong chương trình là nâng tầm Teambuilding từ vui chơi sang rèn luyện tư duy lãnh đạo.

Bên cạnh đó, công ty cần bổ sung các sản phẩm du lịch xanh, du lịch sinh thái và trải nghiệm nghề nghiệp địa phương. Công ty nên mở rộng địa bàn từ nội tỉnh sang liên kết vùng, thay vì chỉ hoạt động tại Thủy Nguyên, công ty cần xây dựng các tour liên kết trong bán kính 50–100km để đảm bảo đi về trong ngày hoặc 2 ngày 1 đêm. Tại Hải Phòng, mở rộng phạm vi sang các quận, huyện như An Dương: khai thác các mô hình sản xuất nông nghiệp sạch, vườn hoa cây cảnh; Tiên Lãng – Vĩnh Bảo: gắn với du lịch văn hóa tâm linh (Đền Trạng Trình) và làng nghề làm tăm hương, múa rối nước; Cát Hải – Cát Bà: tập trung vào du lịch xanh, bảo tồn đa

dạng sinh học. Ngoài ra cũng cần mở rộng ra các tỉnh lân cận như Quảng Ninh (Uông Bí, Đông Triều): Khai thác di tích Yên Tử hoặc các làng nghề gốm sứ; Hải Dương: Khai thác vùng vải Thanh Hà (mùa hè) hoặc làng gốm Chu Đậu.

Xu hướng du lịch nông nghiệp, mô hình sản xuất nông nghiệp sạch gắn với du lịch rất phù hợp với học sinh Tiểu học và THCS. Địa điểm tổ chức có thể tại các Các trang trại tại huyện An Dương hoặc các khu nông nghiệp công nghệ cao tại Vĩnh Bảo (Hải Phòng). Ngoài ra, có thể kết nối với các mô hình nông nghiệp sạch tại Đông Triều (Quảng Ninh). Thay vì xem hình vẽ, các em được quan sát hệ thống tưới nhỏ giọt, nhà màng và học về vòng đời của cây trồng. Mô hình "Từ trang trại đến bàn ăn": Học sinh tham gia thu hoạch rau củ theo quy chuẩn VietGAP, sau đó trực tiếp chế biến các món ăn đơn giản từ sản phẩm mình thu hoạch.

Đối với du lịch xanh và sinh thái chuyên sâu, mục tiêu là giáo dục ý thức bảo vệ môi trường cho học sinh. Tổ chức hoạt động trekking rừng hoặc chèo thuyền kayak nhặt rác nhựa trên biển/rừng. Công ty có thể cấp giấy chứng nhận "Đại sứ xanh" cho mỗi học sinh sau chuyến đi. Tổ chức các Workshop làm đồ chơi từ rác thải tái chế ngay tại khu sinh thái.

Trải nghiệm làng nghề địa phương với mục tiêu không chỉ đứng nhìn mà phải là thử thách làm nghề nhân. Các chương trình được tổ chức tại các làng nghề truyền thống như làng đúc đồng Mỹ Đồng (Thủy Nguyên), làng tạc tượng Đồng Minh (Vĩnh Bảo), hoặc làng gốm Chu Đậu (Hải Dương). Cách thức tổ chức gắn với du lịch như chương trình “*Bàn tay vàng nhĩ*”: Tổ chức thi giữa các tổ/lớp dưới sự chấm điểm của các nghệ nhân làng nghề; thiết kế một khu vực "Chợ quê", nơi học sinh bày bán các sản phẩm mình vừa hoàn thiện để gây quỹ từ thiện hoặc quỹ lớp.

Để hiện thực hóa việc mở rộng này, Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh cần: Liên kết chiến lược: Ký kết biên bản ghi nhớ (MOU) với các hợp tác xã nông nghiệp sạch và các cơ sở sản xuất làng nghề để đảm bảo tính giáo dục và an toàn cho học sinh; Đào tạo nhân sự: Hướng dẫn viên không chỉ giỏi thuyết minh mà còn phải có kiến

thức về môi trường và quy trình sản xuất nông nghiệp để giải đáp thắc mắc cho học sinh; Số hóa bản đồ du lịch: Xây dựng bản đồ các điểm đến xanh và làng nghề trên website/fanpage để nhà trường và phụ huynh dễ dàng lựa chọn.

Như vậy, việc mở rộng ra các tỉnh lân cận như Quảng Ninh, Hải Dương giúp Kỷ Nguyên Xanh Travel sở hữu một danh mục sản phẩm phong phú hơn, tránh sự trùng lặp và tạo ra lợi thế cạnh tranh tuyệt đối so với các công ty nhỏ lẻ chỉ hoạt động trong huyện.

3.2.2. Giải pháp về đẩy mạnh hoạt động marketing và truyền thông

Một trong những hạn chế của công ty hiện nay là hoạt động marketing còn đơn giản, chủ yếu dựa vào mối quan hệ truyền thống với nhà trường. Do đó, việc đẩy mạnh truyền thông là giải pháp cần thiết để mở rộng thị trường.

Trước hết, công ty cần đa dạng hóa kênh truyền thông, tập trung vào các nền tảng mà phụ huynh và giáo viên thường sử dụng như Facebook, Zalo và website doanh nghiệp. Nội dung truyền thông nên nhấn mạnh các yếu tố an toàn, giá trị giáo dục, hình ảnh hoạt động trải nghiệm thực tế của học sinh nhằm tạo niềm tin cho nhà trường và phụ huynh.

Bên cạnh đó, công ty có thể tổ chức các buổi hội thảo hoặc các buổi họp phụ huynh để giới thiệu tour tại trường học hoặc phối hợp với trung tâm kỹ năng, trung tâm ngoại ngữ trên địa bàn. Tại các buổi hội thảo hoặc các buổi họp phụ huynh, doanh nghiệp giới thiệu chương trình tour, chiếu video trải nghiệm thực tế, giải đáp thắc mắc của giáo viên và phụ huynh, đồng thời phát tài liệu giới thiệu sản phẩm.

Ngoài ra, công ty có thể triển khai chương trình trải nghiệm thử hoặc tour mẫu quy mô nhỏ dành cho giáo viên, cán bộ phụ trách hoạt động ngoại khóa. Đây là hình thức giúp nhà trường đánh giá trực tiếp chất lượng sản phẩm trước khi ký hợp đồng chính thức. Về chính sách khuyến mại, doanh nghiệp có thể áp dụng ưu đãi theo số lượng học sinh, giảm giá cho các trường tổ chức tour thường niên hoặc tặng kèm các hoạt động trải nghiệm bổ trợ.

3.2.3. Giải pháp về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên và nhân viên tổ chức tour, giữ vai trò quyết định đến chất lượng dịch vụ du lịch học đường. Vì vậy, công ty cần chú trọng công tác đào tạo và phát triển nhân sự.

Trước hết, để thực hiện giải pháp nâng cao chất lượng nhân sự, Công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel cần chuyển đổi từ đào tạo lý thuyết sang mô hình 'đào tạo thực chiến'. Cụ thể, doanh nghiệp nên xây dựng bộ Sổ tay nghiệp vụ hướng dẫn viên học đường riêng biệt, đồng thời tổ chức các Tour giả định định kỳ trước mỗi mùa vụ du lịch. Trong các tour này, các tình huống khẩn cấp về an toàn và y tế cần được ưu tiên diễn tập thực hành. Bên cạnh đó, việc áp dụng hệ thống phản hồi 360 độ từ phía nhà trường và học sinh sẽ là thước đo khách quan nhất để công ty đánh giá năng lực HDV, từ đó có kế hoạch bồi dưỡng trọng tâm, giúp đội ngũ nhân sự không chỉ giỏi về chuyên môn lễ hành mà còn có tâm lý sư phạm vững vàng.

Bên cạnh đó, để thực hiện cơ chế giữ chân nhân sự, Công ty Kỷ Nguyên Xanh Travel cần thiết lập Hệ thống đánh giá hiệu quả công việc (KPIs) tập trung vào mức độ hài lòng của nhà trường và sự an toàn của học sinh. Song song với đó, việc triển khai chính sách “Đầu tư vào tri thức” thông qua hỗ trợ kinh phí đào tạo chứng chỉ chuyên môn sẽ giúp nhân viên cảm thấy giá trị bản thân được nâng cao. Đặc biệt, doanh nghiệp cần cụ thể hóa Lộ trình thăng tiến để nhân viên thấy rõ cơ hội trở thành quản lý sau 3-5 năm cống hiến. Một môi trường làm việc rõ ràng về quyền lợi, nhân văn về đối xử sẽ là “sợi dây” bền chặt nhất giúp công ty duy trì đội ngũ nhân sự ổn định trước những biến động của thị trường lễ hành.

3.2.4. Giải pháp về liên kết và hợp tác

Liên kết và hợp tác là giải pháp quan trọng giúp công ty khắc phục hạn chế về nguồn lực và mở rộng thị trường. Công ty cần thiết lập mối quan hệ hợp tác lâu dài với các trường tiểu học, THCS và THPT trên địa bàn Thủy Nguyên và các khu vực lân cận, thông qua việc ký kết hợp đồng tổ chức tour theo kế hoạch năm học. Để

hiện thực hóa giải pháp liên kết, Kỷ Nguyên Xanh Travel cần xây dựng mô hình “Doanh nghiệp đồng hành cùng nhà trường”. Thay vì chỉ tập trung vào việc bán tour, công ty nên chủ động tham gia vào các hoạt động của trường thông qua việc tài trợ học bổng, hỗ trợ nhân lực tổ chức sự kiện và ký kết các Biên bản ghi nhớ (MOU) dài hạn. Việc cam kết trích lợi nhuận đóng góp vào Quỹ khuyến học không chỉ thể hiện trách nhiệm cộng đồng mà còn là sợi dây gắn kết nhân văn, giúp doanh nghiệp trở thành sự lựa chọn ưu tiên hàng đầu của các trường học trên địa bàn Thủy Nguyên và lân cận trong kế hoạch giáo dục ngoại khóa hàng năm.

Đồng thời, doanh nghiệp nên tăng cường hợp tác với các khu sinh thái, làng nghề, khu di tích và cơ sở dịch vụ địa phương để đa dạng hóa điểm đến và hoạt động trải nghiệm. Để đa dạng hóa điểm đến, Kỷ Nguyên Xanh Travel không nên đóng vai trò là đơn vị mua lẻ dịch vụ, mà phải là đối tác chiến lược của các cơ sở địa phương. Giải pháp cụ thể là thực hiện mô hình “Sản phẩm đồng sáng tạo”, trong đó công ty hỗ trợ các làng nghề, khu di tích xây dựng kịch bản trải nghiệm phù hợp với tâm lý lứa tuổi học sinh. Việc thiết lập một chuỗi cung ứng dịch vụ khép kín từ vận chuyển, ăn uống đến điểm dừng chân không chỉ giúp công ty tối ưu hóa chi phí mà còn đảm bảo tính an toàn và chất lượng đồng nhất cho toàn bộ hành trình trải nghiệm của học sinh. Việc liên kết này không chỉ nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn góp phần thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp gắn với phát triển bền vững.

3.2.5. Một số giải pháp khác

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các đơn vị lữ hành tại địa bàn Hải Phòng, ngoài các giải pháp trên, việc mở rộng thị trường là chiến lược tất yếu giúp Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào phân khúc khách hàng truyền thống và tối ưu hóa hiệu quả sử dụng nguồn lực. Giải pháp này được tập trung triển khai thông qua việc mở rộng phạm vi địa lý, đa dạng hóa đối tượng khách hàng và tăng cường các liên kết chiến lược.

Thứ nhất, về mở rộng phạm vi địa bàn khai thác: Công ty cần thoát ly khỏi sự bó hẹp tại thị trường huyện Thủy Nguyên để tiến sâu vào khu vực nội thành Hải Phòng – nơi tập trung các trường học có quy mô lớn và phụ huynh có khả năng chi trả cao như quận Hồng Bàng, Ngô Quyền và Lê Chân. Tại các khu vực này, doanh nghiệp nên ưu tiên tiếp thị các dòng sản phẩm du lịch học đường chất lượng cao, tích hợp sâu các yếu tố kỹ năng mềm và hướng nghiệp. Bên cạnh đó, chiến lược mở rộng sang các tỉnh lân cận như Quảng Ninh và Hải Dương cũng cần được đẩy mạnh thông qua việc xây dựng các "hành trình đối ứng". Cụ thể, công ty có thể thiết kế các tour đưa học sinh tỉnh bạn về tham quan các di tích lịch sử trọng điểm của Hải Phòng (như Khu di tích Bạch Đằng Giang, Đền thờ Trạng Trình) và ngược lại, tạo ra sự luân chuyển khách hàng ổn định giữa các vùng.

Thứ hai, về đa dạng hóa phân khúc khách hàng mục tiêu: Thay vì chỉ tập trung vào các đoàn khách quy mô lớn do nhà trường tổ chức, Kỳ Nguyên Xanh Travel nên mở rộng sang phân khúc nhóm khách hàng nhỏ và chuyên biệt. Công ty cần chú trọng tiếp cận các Trung tâm ngoại ngữ, các Câu lạc bộ năng khiếu và các tổ chức giáo dục kỹ năng sống để thiết kế các chương trình "Camping trải nghiệm" hoặc "Summer Camp" quy mô vừa. Đặc biệt, phân khúc "Du lịch gia đình học đường" là một hướng đi đầy tiềm năng. Trong đó, công ty đóng vai trò tổ chức các ngày hội trải nghiệm nông nghiệp vào cuối tuần, cho phép phụ huynh cùng tham gia với học sinh. Điều này không chỉ giúp gia tăng doanh thu vào những ngày nghỉ mà còn là kênh truyền thông trực tiếp, giúp phụ huynh kiểm chứng chất lượng dịch vụ trước khi giới thiệu vào các trường học chính quy.

Thứ ba, thiết lập hệ sinh thái liên kết đối tác: Để mở rộng thị trường một cách bền vững, doanh nghiệp cần chủ động xây dựng mối quan hệ chiến lược với các Phòng Giáo dục và Đào tạo địa phương nhằm nắm bắt kịp thời các định hướng ngoại khóa trong Chương trình giáo dục phổ thông 2018. Song song đó, việc ký kết hợp tác độc quyền hoặc ưu tiên với các khu sinh thái, trang trại giáo dục công nghệ cao và

các làng nghề truyền thống sẽ giúp công ty sở hữu các điểm đến độc bản. Lợi thế về giá gốc và sự khác biệt trong hoạt động trải nghiệm tại các điểm đến này sẽ là vũ khí cạnh tranh sắc bén, giúp Kỷ Nguyên Xanh Travel dễ dàng chiếm lĩnh thị phần tại các địa bàn mới.

Cuối cùng, hiện đại hóa công tác tiếp thị và quản trị quan hệ khách hàng. Công ty cần ứng dụng công nghệ số để quản lý tệp dữ liệu khách hàng tiềm năng là các Hiệu trưởng, giáo viên chủ nhiệm và Ban đại diện cha mẹ học sinh. Việc xây dựng mạng lưới "Đại sứ thương hiệu" từ chính những khách hàng cũ thông qua các cơ chế ưu đãi thiết thực sẽ tạo ra hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ. Kết hợp với việc truyền thông bằng video trải nghiệm thực tế trên các nền tảng mạng xã hội, doanh nghiệp sẽ rút ngắn khoảng cách tiếp cận với các thị trường xa, khẳng định vị thế là đơn vị lữ hành học đường chuyên nghiệp và uy tín hàng đầu tại khu vực.

Ngoài ra, công ty cũng cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý và tổ chức tour, như sử dụng phần mềm quản lý lịch trình, theo dõi khách hàng, lưu trữ thông tin phản hồi. Việc số hóa quy trình giúp nâng cao hiệu quả quản lý và giảm áp lực cho nhân sự.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên thực hiện khảo sát định kỳ ý kiến của phụ huynh, giáo viên và học sinh sau mỗi chương trình tour để kịp thời điều chỉnh sản phẩm. Việc tổ chức các tour thử nghiệm, chương trình mẫu hoặc sự kiện trải nghiệm nhỏ cũng là cách hiệu quả để quảng bá trực tiếp và nâng cao mức độ hài lòng, gắn kết khách hàng với thương hiệu lâu dài.

3.3. Kiến nghị

Nhằm nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh và phát triển bền vững, Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel cần nhận được sự phối hợp, hỗ trợ từ các bên liên quan. Các kiến nghị được đề xuất cụ thể như sau:

3.3.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là Sở Du lịch, Sở Giáo dục và UBND các huyện, cần tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp du lịch học đường hoạt động. Cụ thể, cơ quan quản lý nên hỗ trợ trong việc cấp phép tổ chức tour giáo dục, hướng dẫn tiêu chuẩn an toàn cho các chương trình du lịch học sinh, đồng thời khuyến khích phát triển các chương trình trải nghiệm gắn liền với giáo dục kỹ năng sống. Ngoài ra, cơ quan quản lý cần tăng cường công tác thông tin, quảng bá các tour du lịch học đường, kết nối doanh nghiệp với hệ thống trường học để mở rộng thị trường và nâng cao chất lượng dịch vụ.

3.3.2. Đối với công ty

Đối với Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel, việc nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh cần tập trung vào bốn hướng chính. Thứ nhất, tiếp tục phát triển và đa dạng hóa sản phẩm tour theo từng nhóm tuổi, đảm bảo các chương trình vừa an toàn, vừa mang giá trị giáo dục và trải nghiệm thực tế. Thứ hai, đẩy mạnh hoạt động marketing và truyền thông, đặc biệt thông qua các nền tảng mạng xã hội, website, kênh truyền thông giáo dục và các hội nhóm phụ huynh – giáo viên. Thứ ba, tăng cường đào tạo nhân lực, nâng cao kỹ năng hướng dẫn viên và quản lý tour, đảm bảo chất lượng dịch vụ ổn định. Thứ tư, xây dựng chiến lược hợp tác dài hạn với các trường học, trung tâm giáo dục, cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp du lịch khác nhằm mở rộng mạng lưới và tăng khả năng cạnh tranh. Bên cạnh đó, công ty cần triển khai các giải pháp quản lý và đánh giá hiệu quả liên tục, bao gồm việc khảo sát phản hồi từ học sinh, giáo viên và phụ huynh, phân tích nhu cầu thị trường và điều chỉnh sản phẩm kịp thời. Việc áp dụng công nghệ quản lý tour và tiếp nhận thông tin phản hồi cũng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả khai thác thị trường.

3.3.3. Đối với nhà trường và phụ huynh

Nhà trường và phụ huynh là đối tượng có vai trò quan trọng trong việc định hướng và lựa chọn tour cho học sinh. Các trường học cần phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp trong việc tổ chức hoạt động trải nghiệm ngoài lớp học, hỗ trợ xây dựng chương trình học kết hợp du lịch trải nghiệm, đồng thời đảm bảo an toàn và giám sát chặt chẽ trong suốt quá trình tour diễn ra. Phụ huynh cần cân nhắc và ủng hộ các chương trình du lịch học đường mang tính giáo dục, gắn kết tập thể và khuyến khích con em tham gia các hoạt động trải nghiệm thực tế, giúp các em phát triển kỹ năng sống và nâng cao nhận thức về môi trường và văn hóa địa phương.

Sự phối hợp đồng bộ giữa cơ quan quản lý, công ty và nhà trường – phụ huynh sẽ tạo môi trường thuận lợi để Kỷ Nguyên Xanh Travel nâng cao hiệu quả khai thác thị trường khách học sinh, đồng thời phát triển bền vững, đáp ứng xu hướng du lịch giáo dục hiện nay.

KẾT LUẬN

Qua quá trình nghiên cứu về thị trường khách học sinh của Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel, có thể khẳng định phân khúc này giữ vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Thị trường khách học sinh tại huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng, với đặc điểm dân số trẻ, hệ thống giáo dục phát triển và nhu cầu trải nghiệm học đường cao, đã tạo nền tảng ổn định, tiềm năng cho công ty khai thác. Sự hiểu biết sâu sắc về tâm lý, xu hướng và nhu cầu của học sinh giúp doanh nghiệp xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp, kết hợp giữa giáo dục, trải nghiệm thực tế và giải trí, từ đó nâng cao sự hài lòng của khách hàng và tính cạnh tranh trên thị trường.

Bên cạnh những thuận lợi về vị trí địa lý, nguồn khách ổn định và uy tín địa phương, công ty cũng gặp phải những khó khăn như hạn chế về nhân lực, phương tiện vận chuyển và sự cạnh tranh từ các doanh nghiệp lữ hành khác. Tuy nhiên, nhờ áp dụng các giải pháp nâng cao hiệu quả khai thác thị trường, bao gồm phát triển sản phẩm, tăng cường marketing, đào tạo nhân lực, xây dựng hợp tác với nhà trường và cộng đồng, công ty đã từng bước tối ưu hóa năng lực hoạt động, tăng trưởng doanh thu và nâng cao hình ảnh thương hiệu.

Đồng thời, việc đề xuất các kiến nghị thiết thực đối với cơ quan quản lý nhà nước, công ty và nhà trường – phụ huynh sẽ tạo sự đồng bộ trong phát triển thị trường du lịch học đường. Sự phối hợp này không chỉ giúp Kỷ Nguyên Xanh Travel khai thác hiệu quả phân khúc khách học sinh mà còn góp phần thúc đẩy du lịch trải nghiệm giáo dục địa phương, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững và mở rộng quy mô hoạt động trong tương lai.

Tóm lại, thị trường khách học sinh là phân khúc chiến lược, vừa mang lại lợi ích kinh tế, vừa nâng cao uy tín xã hội và tạo cơ hội phát triển sản phẩm đặc thù. Việc khai thác hiệu quả phân khúc này, kết hợp với các giải pháp quản lý, marketing và hợp tác đồng bộ, sẽ là nền tảng quan trọng giúp Công ty TNHH Kỷ Nguyên Xanh Travel khẳng định vị thế trong lĩnh vực du lịch học đường – một phân khúc đầy tiềm năng của ngành du lịch Việt Nam hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- (1) **Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018)**, *Chương trình Giáo dục phổ thông mới (Ban hành kèm theo Thông tư số 32/2018/TT-BGDĐT)*, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hà Nội.
- (2) **Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2024)**, *Báo cáo thường niên về tình hình phát triển du lịch Việt Nam năm 2023*, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Hà Nội.
- (3) **Chính phủ (2020)**, *Quyết định số 147/QĐ-TTg về Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*, Chính phủ, Hà Nội.
- (4) **Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel (2023)**, *Báo cáo hoạt động kinh doanh giai đoạn 2022-2023*, Tài liệu nội bộ, Hải Phòng.
- (5) **Công ty TNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel (2024)**, *Dữ liệu khảo sát nhu cầu và tâm lý khách học sinh, phụ huynh và nhà trường*, Tài liệu nội bộ, Hải Phòng.
- (6) **Công ty TlwownsNHH Kỹ Nguyên Xanh Travel (2024)**, *Hồ sơ sản phẩm du lịch học đường và định hướng thị trường*, Tài liệu nội bộ, Hải Phòng.
- (7) **Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2021)**, *Giáo trình Kinh tế Du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- (8) **Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2006)**, *Giáo trình Quản trị kinh doanh lý hành*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- (9) **Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Long (2020)**, *Giáo trình Marketing Du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- (10) **Sở Du lịch Hải Phòng (2024)**, *Báo cáo tình hình phát triển du lịch Hải Phòng năm 2023 và phương hướng nhiệm vụ năm 2024*, Sở Du lịch Hải Phòng, Hải Phòng.
- (11) **Tổng cục Thống kê Việt Nam (2024)**, *Niên giám Thống kê Việt Nam*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- (12) **Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018)**, *Chương trình giáo dục phổ thông - Chương trình tổng thể*, tại: <https://moet.gov.vn/chuong-trinh-gdpt-2018>

- (13) **Cổng thông tin điện tử Công an thành phố Hải Phòng (2019)**, *Cụm 8 trường THPT khu vực quận Hồng Bàng, huyện An Dương: Triển khai phong trào toàn dân bảo vệ ANTQ*, tại: <https://congan.haiphong.gov.vn>
- (14) **Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2024)**, *Thông tin thống kê du lịch năm 2023 và dự báo năm 2024*, tại: <https://vietnamtourism.gov.vn/statistics>
- (15) **Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2025)**, *Báo cáo tình hình du lịch Việt Nam năm 2024 và mục tiêu chiến lược đến năm 2030*, tại: <https://vietnamtourism.gov.vn>
- (16) **Sở Du lịch Hải Phòng (2024)**, *Danh mục các doanh nghiệp lữ hành và tiềm năng du lịch học đường tại thành phố Hải Phòng*, tại: <https://sodulich.haiphong.gov.vn>