

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU



Chức danh: Tư vấn xây dựng tour du lịch trải nghiệm vùng trà Xuân Thành
Địa điểm: Xã Thông Nguyên, tỉnh Tuyên Quang và các tỉnh khác tại Việt Nam
Thời gian: từ tháng 8 đến tháng 10 năm 2026
Báo cáo cho: Quản lý Dự án Shan Xuân Thành (T4C)

Hoạt động tại Việt Nam từ năm 1989, CARE đã tích cực hợp tác với nhiều đối tác để triển khai hơn 300 dự án. Chúng tôi tin rằng, để phát triển bền vững và công bằng, việc giải quyết các nguyên nhân sâu xa của nghèo đói, bất công xã hội và bất bình đẳng là điều kiện tiên quyết. Chúng tôi luôn đồng hành cùng các đối tác để hỗ trợ nông dân sản xuất nhỏ, công nhân, cũng như các chủ doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, nhằm nâng cao năng lực và sự tự tin của họ trong các hoạt động phát triển kinh tế. Đồng thời, chúng tôi giúp họ thích ứng với biến đổi khí hậu và tăng cường khả năng phục hồi sau thiên tai hoặc thảm họa lớn. Cùng nhau, chúng tôi nỗ lực xây dựng một xã hội phát triển công bằng và bình đẳng cho mọi người.

Thông tin về dự án:

Dự án “Shan Xuân Thành” (T4C) được tài trợ bởi **Jeff Peierls Foundation**, thông qua tổ chức CARE tại Việt Nam, hướng tới mục tiêu tăng cường năng lực tổ chức, sản xuất và kinh doanh của cộng đồng trồng trà Shan Tuyết tại Xuân Thành thông qua củng cố mô hình hợp tác, nâng cao kỹ thuật canh tác – chế biến và phát triển thị trường, nhằm tạo ra giá trị kinh tế bền vững cho người dân địa phương. Dự án được triển khai từ 12/2025 đến 11/2026 tại thôn Xuân Thành, xã Thông Nguyên, tỉnh Tuyên Quang. CARE phối hợp với Sở Nông nghiệp và Môi trường, Chi cục Quản lý chất lượng và Phát triển nông thôn tỉnh Tuyên Quang, cùng chính quyền địa phương để tổ chức các hoạt động, hướng tới các kết quả chính như sau:

- Kết quả 1. Tổ chức sản xuất – chế biến chè của cộng đồng được củng cố và vận hành hiệu quả
- Kết quả 2. Giá trị gia tăng, thương hiệu và thị trường cho trà Shan Xuân Thành được phát triển

Trong mùa vụ chè năm 2026. Dự án T4C sẽ tiếp nối các hoạt động hỗ trợ tổ hợp tác Xuân Thành trong tất cả tiến trình từ kỹ thuật canh tác, sản xuất, bao bì, tiếp thị, xây dựng tổ chức, du lịch cộng đồng nhằm hoàn thiện mô hình kinh doanh của Tổ hợp tác Xuân Thành.

Lý do/cơ sở và mục đích:

Dự án T4C đang hỗ trợ Tổ hợp tác Xuân Thành (THT) và các hộ dân tại thôn Xuân Thành phát triển sản phẩm chè Shan tuyết cổ thụ bền vững. Tuy nhiên, để nâng cao giá trị và đảm bảo đầu ra ổn định, cần có các giải pháp hiệu quả nhằm mở rộng thị trường và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

Phát triển du lịch trải nghiệm được xác định là một hướng đi tiềm năng, góp phần quảng bá và gia tăng giá trị cho sản phẩm chè thông qua việc gắn kết trải nghiệm du lịch với quy trình sản xuất và văn hóa trà. Với lợi thế về cảnh quan ruộng bậc thang, vùng trà Shan cổ thụ và bản sắc văn hóa người Dao đỏ, xã Thông Nguyên có điều kiện thuận lợi để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù.

Vì vậy, Dự án cần thuê tư vấn để xây dựng các sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn với vùng trà Shan tuyết, qua đó **tăng cường liên kết giữa sản xuất – trải nghiệm – tiêu thụ**, góp phần phát triển sinh kế bền vững cho cộng đồng địa phương.

Mục đích

Phát triển bộ sản phẩm du lịch trải nghiệm vùng trà Shan Xuân Thành có tính khác biệt, khả thi về vận hành, phù hợp với năng lực cộng đồng địa phương, góp phần quảng bá sản phẩm trà, mở rộng thị trường tiêu thụ

và tạo thêm cơ hội sinh kế bền vững cho người dân.

Mục tiêu cụ thể:

1. **Thiết kế ít nhất 03 tuyến/tour du lịch trải nghiệm đặc trưng** gắn với chế biến trà Shan cổ thụ, cảnh quan ruộng bậc thang và văn hóa người Dao đỏ tại Xuân Thành.
2. **Xây dựng kịch bản chi tiết cho từng tuyến/tour đảm bảo tính khác biệt/sáng tạo, khả thi, phù hợp với văn hóa, điều kiện tự nhiên và năng lực của cộng đồng cũng như nhu cầu thị trường**, bao gồm lịch trình, hoạt động trải nghiệm có tính khác biệt, câu chuyện diễn giải, phân vai cộng đồng, yêu cầu hậu cần, an toàn và phương án tổ chức.
3. **Đề xuất mô hình vận hành, tổ chức và quản lý tour** phù hợp với năng lực của cộng đồng địa phương, bảo đảm tính khả thi, chia sẻ lợi ích công bằng và khả năng duy trì sau dự án.

Phạm vi công việc và kết quả chính:

Phạm vi công việc/trách nhiệm:

Chuyên gia sẽ làm việc chặt chẽ với Tổ hợp tác Xuân Thành và cán bộ dự án qua các bước sau:

1. Khảo sát và đánh giá

1.1. Đánh giá tài nguyên du lịch

Khảo sát, đánh giá mức độ hấp dẫn, tính độc đáo và tiềm năng khai thác của các tài nguyên phục vụ phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm, bao gồm nhưng không giới hạn:

- Cảnh quan tự nhiên:
 - Ruộng bậc thang
 - Núi, rừng
 - Đồi trà Shan và vùng trà cổ thụ
- Hệ sinh thái vùng trà:
 - Đặc điểm sinh thái và cảnh quan
 - Chu kỳ mùa vụ và tính mùa vụ của trải nghiệm
- Văn hóa – xã hội:
 - Văn hóa, phong tục tập quán người Dao đỏ
 - Hoạt động văn hóa, tri thức bản địa, nghề truyền thống
 - Yếu tố tâm linh và lễ hội liên quan (nếu có)

Đánh giá cần xác định mức độ phù hợp của từng tài nguyên đối với phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm, khả năng khai thác bền vững và các giới hạn cần lưu ý.

1.2. Đánh giá hiện trạng và năng lực cung ứng

Khảo sát và đánh giá hiện trạng các điều kiện phục vụ phát triển du lịch:

- Hạ tầng tiếp cận:
 - Đường giao thông
 - Biển chỉ dẫn
 - Điểm dừng chân
 - Điều kiện di chuyển theo mùa
- Cơ sở vật chất và dịch vụ:
 - Cơ sở lưu trú
 - Dịch vụ ăn uống

- Vệ sinh
- Tiện ích cơ bản
- **Năng lực cộng đồng:** Đánh giá thông qua tham vấn cộng đồng
 - Mức độ sẵn sàng tham gia hoạt động du lịch: đặc biệt lưu ý mức độ quan tâm và mong muốn tham gia phát triển du lịch
 - Đánh giá năng lực và cơ hội tham gia trong chuỗi giá trị du lịch của cộng đồng: Kỹ năng tiếp đón khách, khả năng tổ chức và vận hành dịch vụ, khả năng cung cấp sản phẩm và trải nghiệm địa phương, từ đó xác định nhu cầu nâng cao năng lực
 - Tham vấn về yếu tố văn hóa và tập quán địa phương: Xác định các yếu tố văn hóa phù hợp để giới thiệu trong sản phẩm du lịch; các nội dung không phù hợp hoặc cần hạn chế khai thác; các quy tắc ứng xử, tập quán địa phương và các nội dung cần truyền đạt cho du khách.
 - Tham vấn về các nghi lễ và yếu tố văn hóa – tín ngưỡng: Xác định mức độ đồng thuận của cộng đồng đối với việc đưa các nghi lễ hoặc thực hành văn hóa vào sản phẩm du lịch; xác định phần nào du khách có thể tham gia, quan sát hoặc không phù hợp tham gia; xác định các giới hạn cần được tôn trọng; đánh giá nguy cơ thương mại hóa hoặc làm sai lệch giá trị văn hóa truyền thống.

1.3. Đánh giá nhu cầu thị trường và tính khả thi

Đánh giá tính khả thi của từng trải nghiệm/tuyến tour đề xuất dựa trên các tiêu chí (đánh giá này sẽ đi kèm với hoạt động xây dựng/đề xuất sản phẩm du lịch trải nghiệm)

- Mức độ phù hợp với phân khúc khách mục tiêu
- Nhu cầu và xu hướng thị trường
- Tính độc đáo và khả năng cạnh tranh của sản phẩm
- Tính mùa vụ
- Khả năng tiếp cận
- Mức độ an toàn và rủi ro
- Năng lực cung ứng dịch vụ của cộng đồng
- Chi phí vận hành sơ bộ
- Khả năng kết nối với doanh nghiệp lữ hành và chuỗi giá trị du lịch hiện có
- Các tác động xã hội, văn hóa và môi trường tiềm tàng

1.4. Xác định các rủi ro và điều kiện tiên quyết

Xác định các rủi ro và điều kiện cần thiết để triển khai các sản phẩm trải nghiệm, bao gồm:

- Rủi ro về an toàn
- Rủi ro mùa vụ và thời tiết
- Rủi ro môi trường và suy giảm tài nguyên
- Rủi ro về năng lực vận hành cộng đồng
- Các yêu cầu cần bổ sung về đào tạo, đầu tư hạ tầng hoặc hỗ trợ kỹ thuật

Tư vấn cần cung cấp ma trận đánh giá và xếp hạng các trải nghiệm/tuyến tour tiềm năng, kèm theo cơ sở chấm điểm và khuyến nghị ưu tiên phát triển

2. Xây dựng sản phẩm du lịch trải nghiệm

Thiết kế các nhóm trải nghiệm cốt lõi và xác định cơ chế tham gia của cộng đồng địa phương trong chuỗi giá trị du lịch, đặc biệt tạo cơ hội tham gia cho phụ nữ, người dân tộc thiểu số, thanh niên và các hộ có ít cơ hội sinh kế.

Đối với từng sản phẩm/trải nghiệm đề xuất, tư vấn cần xác định:

- Vai trò và cơ hội tham gia của các nhóm cộng đồng;
- Các dịch vụ có thể do cộng đồng cung cấp;
- Nhu cầu nâng cao năng lực hoặc hỗ trợ cần thiết để triển khai.

(1) Trải nghiệm thiên nhiên & cảnh quan

- Trekking ruộng bậc thang
- Checkpoint ngắm cảnh (viewpoint)
- Leo đồi trà Shan cổ thụ
- Tour săn mây, chụp ảnh

(2) Trải nghiệm trà Shan Xuân Thành

- Tham quan vùng trà cổ thụ
- Trải nghiệm:
 - Hái trà búp tươi
 - Phân loại nguyên liệu
 - Sao, vò, chế biến trà thủ công
- Trải nghiệm thưởng trà:
 - Nghệ thuật pha trà
 - Giới thiệu văn hóa trà địa phương

(3) Trải nghiệm nông nghiệp – sinh kế

- Tham gia:
 - Bắt cá ruộng
 - Làm ruộng bậc thang (theo mùa)
 - Thu hoạch nông sản
- Trải nghiệm đời sống nông thôn

(4) Trải nghiệm văn hóa cộng đồng Dao đỏ

- Tham quan bản làng
- Trải nghiệm:
 - Nghi lễ tâm linh phù hợp và được cộng đồng đồng thuận cho mục đích du lịch
 - Ẩm thực truyền thống
 - Trang phục, nghề thủ công
- Giao lưu văn nghệ dân gian

3. Thiết kế hoạt động sự kiện – trò chơi

Đề xuất các hoạt động và sự kiện phù hợp với định hướng phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng, đồng thời xác định cơ hội tham gia và tạo sinh kế cho cộng đồng địa phương:

- Cuộc thi:
 - Leo ruộng bậc thang
 - Hái trà búp tươi
 - Sao trà thủ công
- Trò chơi dân gian:
 - Bắt cá ruộng
 - Các hoạt động team building gắn với nông nghiệp và văn hóa địa phương
- Lễ hội trà Shan (theo mùa)

Đối với mỗi hoạt động, tư vấn cần đề xuất vai trò cụ thể của cộng đồng trong tổ chức, vận hành và cung cấp dịch vụ liên quan.

4. Xây dựng tuyến tour mẫu

- Thiết kế ít nhất:
 - 02 tour ngắn ngày (1 ngày không đêm)

- 02 tour trung hạn (2 ngày 1 đêm & 3 ngày 2 đêm)
- Đối tượng:
 - Khách nội địa
 - Khách quốc tế
 - Khách trải nghiệm chuyên sâu (nông nghiệp, văn hóa)

5. Đề xuất mô hình vận hành

- Mô hình quản lý tour:
 - Cộng đồng
 - Tổ hợp tác Xuân Thành
- Phân vai:
 - Hướng dẫn viên địa phương
 - Nhóm cung cấp dịch vụ
- Cơ chế chia sẻ lợi ích

6. Định giá và thị trường

- Đề xuất mức giá tour
- Phân khúc khách hàng mục tiêu
- Kế hoạch truyền thông quảng bá:
 - Online
 - Liên kết doanh nghiệp lữ hành

7. Tổ chức tour thử nghiệm và tham vấn cộng đồng để xác nhận và hiệu chỉnh

Lên kế hoạch tổ chức ít nhất 02 tour thử nghiệm với sự tham gia của khách hàng mục tiêu/đơn vị lữ hành/đại diện CARE và cộng đồng/truyền thông, báo chí/KOL, KOC du lịch; tham vấn cộng đồng và thu thập phản hồi từ các bên (người tham gia được mời trải nghiệm, cộng đồng) sau tour; điều chỉnh sản phẩm, giá, lịch trình và mô hình vận hành trước khi bàn giao.

Sản phẩm và yêu cầu đầu ra

STT	Sản phẩm	Yêu cầu cụ thể
1	Báo cáo khảo sát và đánh giá, tóm tắt kết quả tham vấn cộng đồng giai đoạn I (có nêu rõ các bên được tham vấn)	• Tóm tắt phương pháp khảo sát và phương pháp tham vấn; • Danh sách các nhóm đối tượng được tham vấn (chính quyền địa phương, cộng đồng, phụ nữ, thanh niên, người dân tộc thiểu số, doanh nghiệp, nghệ nhân, người có uy tín, v.v.); • Đánh giá tài nguyên du lịch; • Đánh giá năng lực cộng đồng; • Phân tích cơ hội và thách thức; • Phân tích thị trường và khách mục tiêu; • Đánh giá tính khả thi của các trải nghiệm; • Tóm tắt kết quả tham vấn: Mức độ đồng thuận; các ý kiến chính; các lo ngại của cộng đồng; • Ma trận xếp hạng và ưu tiên các sản phẩm/trải nghiệm đề xuất.
2	Bộ thiết kế sản phẩm du lịch	• Tên sản phẩm; • Mục tiêu và giá trị trải nghiệm; • Đối tượng khách mục tiêu; • Nội dung hoạt động chi tiết; • Thời lượng;

		• Mùa vụ phù hợp; • Quy mô khách phù hợp; • Địa điểm tổ chức; • Nguồn lực cần thiết; • Vai trò của cộng đồng; • Cơ hội tham gia của phụ nữ, thanh niên, người dân tộc thiểu số và các hộ có ít cơ hội sinh kế; • Dự kiến chi phí vận hành sơ bộ; • Biện pháp an toàn; • Rủi ro và phương án giảm thiểu; • Yêu cầu bảo vệ môi trường và văn hóa. Các sản phẩm phải chứng minh được tính khả thi, đáp ứng tiêu chí về giới và bao trùm, phù hợp với văn hóa bản địa, điều kiện tự nhiên, phù hợp với năng lực và khả năng phát triển của cộng đồng trong vòng 5 năm tới và không gây hại, bảo vệ môi trường
3	Kịch bản tour mẫu	Tối thiểu xây dựng 03 tour mẫu phù hợp với các nhóm khách khác nhau như yêu cầu Mỗi kịch bản tour cần có: • Tên tour; • Mục tiêu khách hàng; • Lịch trình chi tiết theo thời gian; • Các hoạt động trải nghiệm; • Điểm dừng chân; • Dịch vụ đi kèm; • Vai trò của cộng đồng trong từng hoạt động; • Dự kiến chi phí; • Lưu ý an toàn; • Thông điệp văn hóa và môi trường cần truyền tải tới du khách; • Checklist vận hành Các sản phẩm phải chứng minh được tính khả thi, đáp ứng tiêu chí về giới và bao trùm, phù hợp với văn hóa bản địa, điều kiện tự nhiên, phù hợp với năng lực và khả năng phát triển của cộng đồng trong vòng 5 năm tới và không gây hại, bảo vệ môi trường
4	Bộ hoạt động trò chơi/sự kiện	• Tên hoạt động; • Mục tiêu; • Nội dung và cách thức tổ chức; • Đối tượng tham gia; • Số lượng người phù hợp; • Thời lượng; • Địa điểm; • Nguồn lực cần thiết; • Yêu cầu an toàn; • Vai trò của cộng đồng; • Yếu tố văn hóa cần lưu ý; • Các biện pháp tránh tác động tiêu cực tới môi trường và văn hóa. Các sản phẩm phải chứng minh được tính khả thi, đáp ứng tiêu chí về giới và bao trùm, phù hợp với văn hóa bản địa, điều kiện tự nhiên, phù hợp với năng lực và khả năng phát triển của cộng đồng trong vòng 5 năm tới và không gây hại, bảo vệ môi trường
5	Đề xuất mô hình vận hành	• Sơ đồ mô hình vận hành; • Vai trò và trách nhiệm của:

		○ Tổ hợp tác; ○ Chính quyền địa phương; ○ Doanh nghiệp lữ hành; ○ Cộng đồng; ○ Các nhóm cung cấp dịch vụ; • Cơ chế phối hợp; • Cơ chế quản lý chất lượng; • Cơ chế phân chia lợi ích; • Cơ chế tạo cơ hội tham gia cho phụ nữ, thanh niên, người dân tộc thiểu số và các hộ có ít cơ hội sinh kế; • Cơ chế xử lý phản hồi của khách hàng; • Đề xuất lộ trình triển khai. Mô hình phải chứng minh được tính khả thi, đáp ứng tiêu chí về giới và bao trùm, phù hợp với văn hóa bản địa, điều kiện tự nhiên, phù hợp với năng lực và khả năng phát triển của cộng đồng trong vòng 5 năm tới và không gây hại, bảo vệ môi trường
6	Tổ chức thành công 02 tour trải nghiệm và báo cáo kết quả tham vấn cộng đồng giai đoạn II	• 02 tour trải nghiệm được tổ chức có sự tham gia như mô tả; • Báo cáo tham vấn cộng đồng giai đoạn II làm căn cứ hiệu chỉnh tour và đưa ra sổ tay hướng dẫn triển khai. Báo cáo nên có nhưng không giới hạn, cần tập trung tổng hợp ý kiến trả lời cho các câu hỏi sau đây: ○ Lịch trình có thực tế không? ○ Hoạt động này có phù hợp không? ○ Khách tham gia như vậy có ảnh hưởng đời sống thường ngày không? ○ Mức độ khách bao nhiêu là phù hợp? ○ Vai trò của từng nhóm cộng đồng đã hợp lý chưa? ○ Có nguy cơ thương mại hóa văn hóa không?
7	Sổ tay hướng dẫn triển khai cho tổ hợp tác/địa phương	• Giới thiệu mô hình và mục tiêu; • Hướng dẫn tổ chức từng trải nghiệm; • Quy trình chuẩn thực hiện hoạt động; • Hướng dẫn đón tiếp và phục vụ khách; • Hướng dẫn an toàn và quản lý rủi ro; • Hướng dẫn bảo vệ trẻ em; • Hướng dẫn bảo vệ môi trường; • Hướng dẫn giới thiệu văn hóa địa phương phù hợp; • Hướng dẫn về các nội dung văn hóa, tín ngưỡng không phù hợp để khai thác hoặc cần hạn chế; • Biểu mẫu theo dõi và ghi nhận phản hồi khách hàng.
8	Kế hoạch truyền thông và quảng bá	Kế hoạch cần đáp ứng yêu cầu: • Định vị và thông điệp truyền thông ○ Xác định điểm khác biệt và giá trị nổi bật của sản phẩm du lịch; ○ Xác định câu chuyện (storytelling) và thông điệp truyền thông chính; ○ Xác định các yếu tố cần nhấn mạnh trong quảng bá ○ Đề xuất nguyên tắc truyền thông phù hợp nhằm đảm bảo tôn trọng văn hóa địa phương và tránh thương mại hóa hoặc mô tả sai lệch các giá trị văn hóa. • Xác định đối tượng mục tiêu ○ Xác định các phân khúc khách mục tiêu; ○ Phân tích đặc điểm từng nhóm:

		▪ Nhu cầu; ▪ Hành vi; ▪ Khả năng chi trả; ▪ Kênh tiếp cận phù hợp. • Đề xuất kênh và hình thức truyền thông Đề xuất các kênh phù hợp, ví dụ: ○ Mạng xã hội; ○ Website hoặc nền tảng du lịch; ○ Doanh nghiệp lữ hành; ○ Báo chí; ○ KOL/KOC hoặc người sáng tạo nội dung; ○ Hội chợ, sự kiện du lịch; ○ Hoạt động truyền thông tại địa phương. ○ Đối với mỗi kênh cần nêu: ○ Mục tiêu; ○ Nội dung dự kiến; ○ Đối tượng hướng tới. • Đề xuất bộ nội dung truyền thông Đề xuất nội dung truyền thông cơ bản bao gồm: ○ Thông điệp giới thiệu điểm đến; ○ Câu chuyện về sản phẩm; ○ Chủ đề nội dung ưu tiên; ○ Hình ảnh/video cần phát triển; ○ Nội dung quảng bá theo mùa vụ; ○ Định hướng nhận diện hình ảnh. • Cơ chế huy động sự tham gia của cộng đồng Xác định cơ hội để cộng đồng tham gia hoạt động truyền thông và quảng bá, đặc biệt đối với phụ nữ, thanh niên, người dân tộc thiểu số và các hộ có ít cơ hội sinh kế, ví dụ: ○ Đại diện kể chuyện địa phương; ○ Người hướng dẫn trải nghiệm; ○ Giới thiệu văn hóa và nghề truyền thống; ○ Quảng bá sản phẩm địa phương; ○ Hỗ trợ sản xuất nội dung truyền thông. • Kế hoạch triển khai ○ Hoạt động; ○ Thời gian; ○ Đơn vị phụ trách; ○ Nguồn lực cần thiết; ○ Chỉ số theo dõi cơ bản.
--	--	---

Thời hạn hoàn thành:

STT	Công việc	Số ngày dự kiến	Hạn chót
1	Thảo luận với CARE và Tổ hợp tác Xuân thành về các yêu cầu công việc và kế hoạch thực hiện	0.5	30/07/2026
2	Nghiên cứu tài liệu liên quan	1.5	30/7/2026
3	Khảo sát thực địa (Có thể sẽ phải đi thực địa làm 2-3 đợt tùy vào thời tiết, đặc điểm mùa vụ) và tham vấn cộng đồng giai đoạn I	5	10/8/2026
4	Thiết kế xây dựng sản phẩm Tour	5	30/8/2026
5	Xây dựng quy trình vận hành	3	30/8/2026

STT	Công việc	Số ngày dự kiến	Hạn chót
6	Tập huấn vận hành cho cộng đồng	3	15/9/2026
7	Hỗ trợ triển khai ít nhất 02 tour trải nghiệm và tham vấn cộng đồng	4	30/10/2026
9	Hoàn thiện sản phẩm đầu ra	3	30/10/2026
	Tổng số ngày	25	

Tiêu chí lựa chọn:

- Chuyên gia được tuyển dụng cần có ít nhất 05 năm kinh nghiệm về xây dựng/phát triển/thiết kế các sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm nông nghiệp, có kiến thức và kinh nghiệm về du lịch trải nghiệm sản phẩm chè là 1 lợi thế.
- Có ít nhất 10 năm kinh nghiệm tổ chức tour, dẫn tour du lịch trải nghiệm vùng cao Việt Nam cho khách trong và ngoài nước, có năng lực kết nối với các đại lý du lịch tại Việt Nam là 1 lợi thế;
- Am hiểu văn hóa vùng dân tộc thiểu số vùng đông bắc bắc như: Dao, Mông, Tày. Hiểu biết văn hóa đặc trưng của người Dao đỏ, Dao áo dài khu vực Hoàng Su Phì, Hà Giang cũ là 1 lợi thế.

Quy trình áp dụng:

Ứng viên quan tâm cần nộp các tài liệu sau, trong đó nêu rõ tiêu đề của Điều khoản Tham chiếu: **Tư vấn phát triển tour du lịch trải nghiệm Xuân Thành, về email procurement@care.org.vn trước 17h00 ngày 30 tháng 7 năm 2026.**

Hồ sơ ứng tuyển gồm:

1. CV mô tả chuyên môn và kinh nghiệm thực tế về lĩnh vực tương tự và người tham chiếu cho các kết quả liên quan đến Điều khoản tham chiếu.
2. Báo cáo hoặc sản phẩm của ít nhất 01 hoạt động đã thực hiện trong vòng 36 tháng gần đây có chuyên môn và kết quả tương tự với Điều khoản tham chiếu.
3. Đề xuất tài chính chi tiết và các chi phí khác (nếu có).

CARE cam kết là nhà tuyển dụng công bằng cho tất cả mọi người. Phụ nữ, người dân tộc thiểu số và người khuyết tật được khuyến khích ứng tuyển.

Cảm ơn bạn đã quan tâm đến công việc với Tổ chức CARE. Chính sách tổ chức chúng tôi là không khoan nhượng đối với hành vi quấy rối tình dục trong và ngoài tổ chức và chúng tôi luôn chú trọng việc bảo vệ trẻ em trong mọi hoạt động của mình. Chính sách bảo vệ khỏi bóc lột, xâm hại và quấy rối tình dục cũng như chính sách bảo vệ trẻ em nói chung là nền tảng cho mọi mối quan hệ hợp tác công việc của chúng tôi, bao gồm trong công tác tuyển dụng. Quy trình tuyển dụng được thiết kế nhằm đảm bảo chúng tôi chỉ tuyển những người phù hợp trong làm việc với các nhân viên khác và cộng đồng. Ngoài các kiểm tra trước khi tuyển dụng, chúng tôi sẽ sử dụng quy trình tuyển và tham khảo thông tin nhằm đảm bảo tư vấn/nhà cung cấp mới tiềm năng hiểu và tuân thủ với các chuẩn mực mong đợi. Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên lạc với Trưởng nhóm Nhân sự.