



HANOI UNIVERSITY

**LĨNH VỰC DU LỊCH: HOẠT ĐỘNG VÀ NHU CẦU VỊ TRÍ VIỆC LÀM CỦA
CÁC DOANH NGHIỆP TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

WP2.4

Đo Van Anh; Pham Van Hung; Nguyen Thi Anh Tuyet

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

*LAB-MOVIE: Labour Market Observatory in Vietnam Universities
609653-EPP-1-2019-1-IT-EPPKA2-CBHE-JP*

MỤC LỤC

Biểu đồ	3
Danh sách bảng	4
Tóm tắt	6
1. Lĩnh vực du lịch	7
2. Phương pháp nghiên cứu	13
2.1 Lựa chọn phương pháp	13
2.2 Công cụ thu thập dữ liệu	14
3. Khách sạn	15
3.1. Tổng quan về ngành khách sạn	15
3.1.1. Phân loại tiêu chuẩn khách sạn lưu trú	15
3.1.2. Cơ sở vật chất và sức chứa của các khách sạn ở Việt Nam	17
3.1.3. Cơ sở vật chất và sức chứa của các khách sạn tại Hà Nội	20
3.2. Thực trạng	23
3.2.1. Nhân sự	23
3.2.2. Xu hướng, triển vọng và những thay đổi về nhân sự	25
3.3. Cơ cấu tổ chức	27
3.4. Các vị trí chủ chốt	29
3.4.1. Quản lý bộ phận Buồng phòng	29
3.4.2. Giám đốc bộ phận tiền sảnh	31
3.4.3. Lễ Tân	32
3.4.4. Bộ phận dọn phòng	33
3.4.5. Quản lý thực phẩm và đồ uống	35
3.4.6. Nhân viên đặt phòng	37
3.4.7. Giám đốc Tiếp thị / Điều hành	37
3.4.8. Giám đốc kinh doanh	38
3.4.9. Nhân viên quan hệ khách hàng	39
4. Cơ quan Lữ hành và Du lịch	40
4.1. Cơ quan Lữ hành và Du lịch	40
4.2. Thực trạng ngành du lịch Việt Nam	44
4.2.1. Đơn vị và lao động địa phương	45
4.2.2. Nhu cầu về lao động	46
4.3. Thực trạng	47
4.3.1. Nhân sự	48
4.3.2. Xu hướng, triển vọng và những thay đổi về nhân sự	49
4.4. Cơ cấu tổ chức	52
4.5. Các vị trí chủ chốt	55
4.5.1. Trưởng phòng Kế hoạch Du lịch	55
4.5.2. Quản lý dự án / sản phẩm	57
4.5.3. Vận hành tour	58
4.5.4. Quản lý kinh doanh / Giám đốc kinh doanh	59
4.5.5. Trưởng phòng Tiếp thị / Điều hành Tiếp thị	60
4.5.6. Giám đốc nội dung	61
4.5.7. Phát triển sản phẩm	62
Tài liệu tham khảo	64



BẢNG SỐ LIỆU

Hình 1- Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam	10
Hình 2- Khách phục vụ bởi các công ty lữ hành và khách sạn tại Việt Nam	11
Hình 3- Khách du lịch đến Hà Nội	12
Hình 4: Thống kê về cơ sở lưu trú tại Việt Nam trong 10 năm	19
Hình 5: Thống kê về xếp hạng chỗ ở tại Việt Nam trong 10 năm	19
Hình 6: Số lượng cơ sở lưu trú và số phòng ở Hà Nội 2015-2020	20
Hình 7: Khách đến các khách sạn ở Hà Nội	23
Hình 8: Sơ đồ cơ cấu tổ chức điển hình của đại lý du lịch và lữ hành vừa/lớn	53



DANH SÁCH CÁC BẢNG

Bảng 1 - Khách du lịch quốc tế đến Hà Nội theo quốc tịch	12
Bảng 2 - Yêu cầu phân bổ sao - quy mô phòng (Số lượng phòng)	16
Bảng 3- Yêu cầu phân công sao - diện tích phòng	16
Bảng 4: Yêu cầu phân công sao - Cơ sở vật chất	16
Bảng 5: Số doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và lưu trú	21
Bảng 6: Số lao động trong ngành dịch vụ du lịch và lưu trú	22
Bảng 7: Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp được tuyển dụng tại các khách sạn đã tham gia cuộc khảo sát trên web và phỏng vấn trực tiếp theo loại phân loại (không thời vụ, thời vụ) và theo hạng của khách sạn (số sao).	24
Bảng 8: Tỷ lệ phụ nữ làm việc tại các khách sạn tham gia khảo sát trên web và phỏng vấn trực tiếp theo phân loại (không thời vụ, thời vụ) và loại khách sạn (số sao).	24
Bảng 9: Tỷ lệ phần trăm các khách sạn đã tham gia cuộc khảo sát trên web và phỏng vấn trực tiếp theo tình hình hiện tại liên quan đến việc tuyển dụng sinh viên thực tập/thực tập sinh đại học và theo hạng (số sao).	25
Bảng 10: Phân bố các khách sạn đã tham gia cuộc khảo sát trên web và phỏng vấn trực tiếp theo sự thay đổi của đội ngũ nhân viên trong 24 tháng qua và theo loại (số sao).	25
Bảng 11: Tỷ lệ phần trăm các khách sạn đã tham gia cuộc khảo sát trên web và phỏng vấn trực tiếp về những khó khăn trong việc tìm kiếm nhân viên và theo loại (số sao).	27
Bảng 12: Số lượt khách (đơn vị nghìn) và doanh thu từ du lịch (tỷ đồng) - Số liệu thu thập từ Tổng cục Thống kê Việt Nam (Tổng cục thống kê Việt Nam, 2022)	44
Bảng 13: Tỷ lệ phân bổ lượng khách nước ngoài đến Việt Nam năm 2019 so với năm 2018 - Niên giám Du lịch Việt Nam 2019 (Tổng cục Du lịch, 2020)	45
Bảng 14: Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch và lữ hành - Tổng cục Thống kê Việt Nam (Tổng cục thống kê Việt Nam, 2022)	46
Bảng 15: Số lượng doanh nghiệp đăng ký mới và doanh nghiệp trở lại hoạt động - Cơ quan Quản lý đăng ký kinh doanh	46
Bảng 16: Tỷ lệ phân phối các đại lý theo sự cộng tác với các nhân sự tự do và theo quy mô của các doanh nghiệp.	49
Bảng 17: Tỷ lệ phần trăm các cơ quan đã tham gia cuộc khảo sát trên web theo tình hình hiện tại liên quan đến sinh viên thực tập/thực tập sinh đại học và theo quy mô (loại nhân viên).	49
Bảng 18: Phân bố các công ty đã tham gia cuộc khảo sát trên web theo sự thay đổi nhân sự trong 24 tháng qua và theo quy mô	50
Bảng 19: Phần trăm phân bổ các du khách đã tham gia khảo sát trên web về những khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự và theo quy mô.	51
Bảng 20: Phân bố các doanh nghiệp đã tham gia khảo sát trên web và phỏng vấn về sự thay đổi nhân viên trong 24 tháng tới và theo quy mô	51
Bảng 21: Phân bố các công ty đã tham gia khảo sát web theo quyết định đầu tư đối với các hoạt động kinh doanh cụ thể	52



TÓM TẮT

Báo cáo này tóm tắt kết quả nghiên cứu được thực hiện đối với lĩnh vực du lịch và khách sạn của các doanh nghiệp tại Hà Nội trong khuôn khổ gói công việc 2 của dự án “Đài quan sát nhu cầu của thị trường lao động đối với các trường đại học Việt Nam” (LAB-MOVIE). Dự án có mục đích khảo sát, phân tích, tìm hiểu nhu cầu của thị trường lao động đối với các nhân sự được đào tạo tại các cơ sở giáo dục của Việt Nam. Đặc biệt dự án đặt mục tiêu đưa ra các miêu tả vị trí việc làm với các yêu cầu chuyên môn, kỹ năng cần thiết.

Trong những năm gần đây, ngành du lịch và khách sạn tiếp tục phát triển cùng với sự thay đổi của môi trường kinh tế và công nghệ, các yêu cầu đối với vị trí chủ chốt trong ngành đã phát triển lên nấc thang mới và một số vị trí đã bị cắt giảm hoặc thay đổi. Với mục tiêu đào tạo liên tục và cập nhật những thông tin hữu ích từ thị trường lao động, dự án hướng tới mục tiêu củng cố và phát triển kiến thức, kỹ năng cho sinh viên để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động. Do đó, mục tiêu chính tại thời điểm hiện tại và trong tương lai đối với những người làm việc trong lĩnh vực này là cung cấp một dịch vụ tiêu chuẩn chất lượng cao, đòi hỏi trình độ văn hóa cao cũng như trình độ chuyên môn của các nhân sự có liên quan, trang bị thêm về kiến thức về lãnh thổ, lịch sử và địa chính trị mà còn liên hệ trực tiếp với thực tế địa phương. Trên quan điểm này, một trong những yếu tố cần thiết là phải có bằng cấp đào tạo đúng chuyên ngành, đặc biệt là đối với những nhân sự mang trọng trách và những nhân sự có mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng. Do đó giá trị của các kỹ năng chuyên môn có thể có được thông qua kinh nghiệm lại càng được củng cố. Báo cáo này tập trung vào lĩnh vực lữ hành và khách sạn của thành phố Hà Nội, thông qua các khảo sát, phỏng vấn trực tiếp với các doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn thành phố nhằm xây dựng cơ sở dữ liệu theo đúng mục tiêu của dự án.

Lĩnh vực du lịch

Du lịch cùng với Công nghệ thông tin và Agrifood là ba lĩnh vực nghiên cứu của dự án Lab-Movie – “Labour Market Observatory in Vietnam universities” với mục đích khảo sát nhu cầu của thị trường lao động đối với nhân lực được đào tạo tại các trường đại học của Việt Nam. Đối với ngành du lịch, dự án tập trung nghiên cứu hoạt động và nhu cầu



vị trí việc làm tại hai địa phương là Thành phố Hà Nội và tỉnh Thái Nguyên. Kết quả nghiên cứu của dự án sẽ cung cấp một cái nhìn tổng quan đối với nhu cầu về số lượng, các kỹ năng cần thiết của từng vị trí việc làm trong lĩnh vực lữ hành cũng như khách sạn nhà hàng tại thành phố Hà Nội và tỉnh Thái Nguyên.

Dự án hướng tới hai mục tiêu chính. Thứ nhất, từ kết quả phân tích về nhu cầu nhân lực của các doanh nghiệp du lịch của địa phương, các cơ sở đào tạo đại học sẽ có cơ sở định hướng chỉ tiêu đào tạo nhằm đáp ứng đúng và đủ nhu cầu của thị trường. Thứ hai, từ kết quả phân tích vị trí việc làm trong các công ty lữ hành và khách sạn – nhà hàng, các trường đại học sẽ có cơ sở tiến hành chỉnh sửa nội dung chương trình đào tạo nhằm trang bị cho người học các kiến thức, kỹ năng cần thiết bám sát yêu cầu thực tế của doanh nghiệp.

Dịch vụ nói chung và du lịch nói riêng là một lĩnh vực kinh tế khó có thể phân loại rõ ràng các mảng ngành nghề và vị trí việc làm. Nếu lĩnh vực sản xuất có định nghĩa và tiêu chí phân loại như sau:

1. Tiêu chí công nghệ sản xuất, theo đó các công ty thuộc cùng một lĩnh vực nếu sử dụng cùng nhóm nguyên liệu đầu vào và áp dụng những kỹ thuật sản xuất giống nhau.
2. Tiêu chí về thị trường tiêu thụ, theo đó các công ty thuộc cùng một lĩnh vực nếu có cùng thị trường đầu ra cho sản phẩm hoặc các công ty sản xuất các sản phẩm có thể thay thế cho nhau.

Đối với lĩnh vực du lịch, cả hai tiêu chí trên đều không thể áp dụng để phân loại. Trên thực tế, không thể xác định danh giới của các hoạt động du lịch cũng như các nguyên liệu đầu vào cấu thành lên các hoạt động đó, bởi du lịch là lĩnh vực dịch vụ có sự đa dạng về sản phẩm và thị trường tiêu thụ sản phẩm du lịch cũng rất rộng lớn và khác biệt. Nói cách khác, không tồn tại một nền công nghiệp chỉ sản xuất một dòng sản phẩm và dịch vụ cho khách du lịch hoặc một nhánh của nền kinh tế chỉ phục vụ duy nhất cho khách du lịch.

Để khái quát về ngành du lịch, cần đi từ định nghĩa về khách du lịch của WTO (Tổ chức du lịch thế giới) định nghĩa du khách như sau: “ du khách là bất kỳ ai đi tới một



nơi ngoài môi trường sống thường xuyên (nơi sinh hoạt hàng ngày của mình) trong thời gian không quá 1 năm liên tục với mục đích chính của chuyến đi không liên quan tới hoạt động kiếm tiền nơi họ đến”. Từ định nghĩa trên, chúng ta có thể xác định ba yếu tố quan trọng đối với việc hình thành hành vi du lịch:

1. Sự dịch chuyển khỏi môi trường sống thường xuyên
2. Thời gian không quá một năm liên tiếp
3. Có động lực/ lý do khác nhau (giải trí, công việc...)

Điểm đến, thời gian và động lực chính là ba yếu tố tạo nên đặc trưng của khái niệm du lịch. Theo đó, WTO định nghĩa: “Du lịch là các hoạt động của các cá nhân đi tới một nơi ngoài môi trường sống thường xuyên trong thời gian nhất định với mục đích khác nhau như giải trí, công việc”. Vì khó có thể xác định ranh giới chính xác, chúng ta có thể xem xét rất nhiều lĩnh vực đều thuộc về du lịch: từ vận tải, khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí, truyền thông, dịch vụ y tế và các dịch vụ bảo tồn di sản văn hóa, công trình kiến trúc và cảnh quan, các hoạt động quảng bá và điều hành du lịch cho đến các hoạt động sản xuất nông nghiệp, những hoạt động mà liên quan gián tiếp đến du lịch trong loại hình Agriturismo.

Mặc dù các hoạt động trong lĩnh vực du lịch rất phong phú và mang tính liên ngành, chúng ta có thể liệt kê một số dịch vụ có vai trò quan trọng và tác động trực tiếp nhất tới ngành này bao gồm:

- Dịch vụ lưu trú: khách sạn, nhà nghỉ, khu cắm trại, homestay, resort;
- Dịch vụ nhà hàng: nhà hàng, quán bar, quán ăn;
- Dịch vụ cung cấp bởi các công ty du lịch như lên kế hoạch, thương mại hóa, mua bán và tổ chức các sản phẩm du lịch: đại lý du lịch và điều hành tour;
- Dịch vụ hỗ trợ khách du lịch: hướng dẫn viên, người đồng hành, văn phòng thông tin và tiếp đón khách du lịch;
- Dịch vụ giải trí: công viên trò chơi, khu suối khoáng, sàn nhảy, câu lạc bộ đêm;
- Dịch vụ chăm sóc sắc đẹp: trung tâm thẩm mỹ, chăm sóc sức khỏe, các cơ sở khai thác suối khoáng;
- Dịch vụ quản lý khai thác di sản văn hóa: bảo tàng, khu khảo cổ, vườn thực vật, sở thú.



Trong dịch vụ được liệt kê phía trên, chúng ta có thể xác định một số dịch vụ có mối quan hệ trực tiếp tới du khách chặt chẽ hơn so với các dịch vụ còn lại như: dịch vụ lưu trú; dịch vụ của các công ty du lịch; dịch vụ hỗ trợ khách du lịch và dịch vụ quản lý khai thác quản lý di sản văn hóa.

Trong khuôn khổ dự án, nhóm nghiên cứu tập trung khảo sát nhu cầu nhân sự và yêu cầu về các vị trí việc làm trong lĩnh vực lưu trú, đặc biệt tại khách sạn từ 3-5 sao và lĩnh vực lữ hành nhằm cung cấp cho sinh viên tốt nghiệp cái nhìn thực tế nhất của thị trường lao động.

Đối với lĩnh vực lữ hành, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát các đại lý du lịch, công ty quản lý điểm đến, các công ty du lịch inbound, outbound và cả nội địa.

Việc xác định khảo sát tại các cơ sở lưu trú phân khúc tầm trung và cao cấp không chỉ cung cấp số liệu về yêu cầu vị trí việc làm đặc thù của lĩnh vực lưu trú mà còn bao gồm cả các vị trí liên quan đến nhà hàng hoặc chăm sóc sức khỏe bởi các dịch vụ này thường được cung cấp đồng thời theo quy định và tiêu chuẩn xếp hạng cơ sở lưu trú quốc gia hoặc địa phương. Điều 4 – Luật du lịch 2005 và Điều 17 – Nghị định số 92/2007/NĐ-CP quy định tại Việt Nam có 8 loại hình lưu trú bao gồm: Khách sạn; Làng du lịch; Biệt thự du lịch; Căn hộ du lịch; Bãi cắm trại du lịch; Nhà nghỉ du lịch; Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê; Các cơ sở lưu trú du lịch khác. Đến năm 2017, Bộ văn hóa, thể thao và du lịch đề xuất bổ sung thêm tàu thủy lưu trú du lịch vào danh sách các loại hình lưu trú. Như vậy theo quy định của Việt Nam, hiện nay có 09 loại hình lưu trú du lịch được phép đăng ký kinh doanh và khai thác.

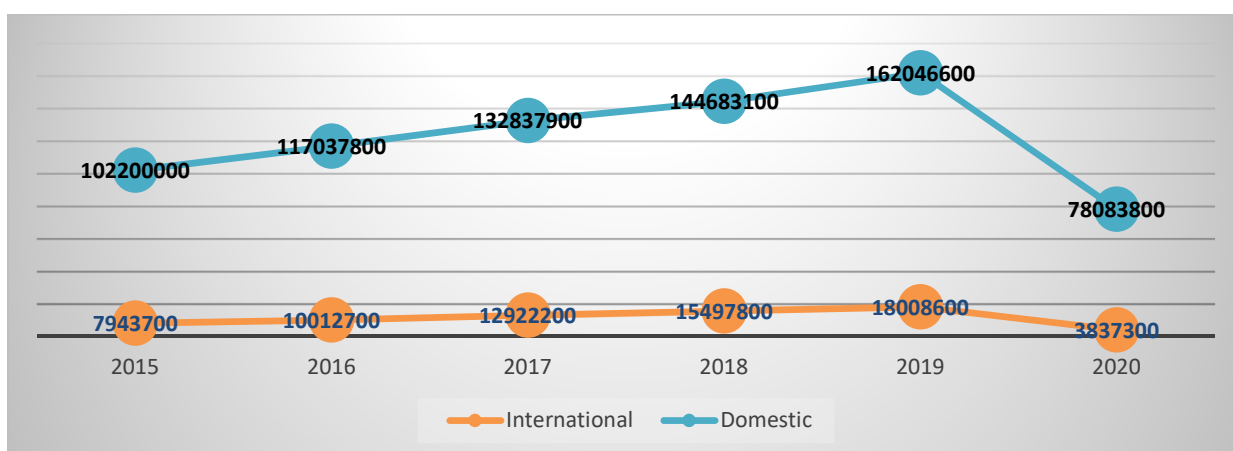
Để có cái nhìn khái quát về tình hình phát triển của lĩnh vực du lịch tại Việt Nam nói chung và thành phố Hà Nội nói riêng, dựa vào số liệu thống kê của Tổng cục thống kê và Sở văn hóa thể thao và du lịch Hà Nội, nhóm nghiên cứu tiến hành tổng hợp và phân tích các dữ liệu liên quan đến lượt khách quốc tế và nội địa đến Việt Nam trong khoảng thời gian từ 2015-2020.

Biểu đồ cho thấy, du lịch Việt Nam ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể hàng năm của khách quốc tế từ 2015 đến 2019 với tỷ lệ tăng trưởng đạt từ 11,6% (2015) đến 12,9% (2019). Trong vòng 4 năm số lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng 2,3 lần. Đối



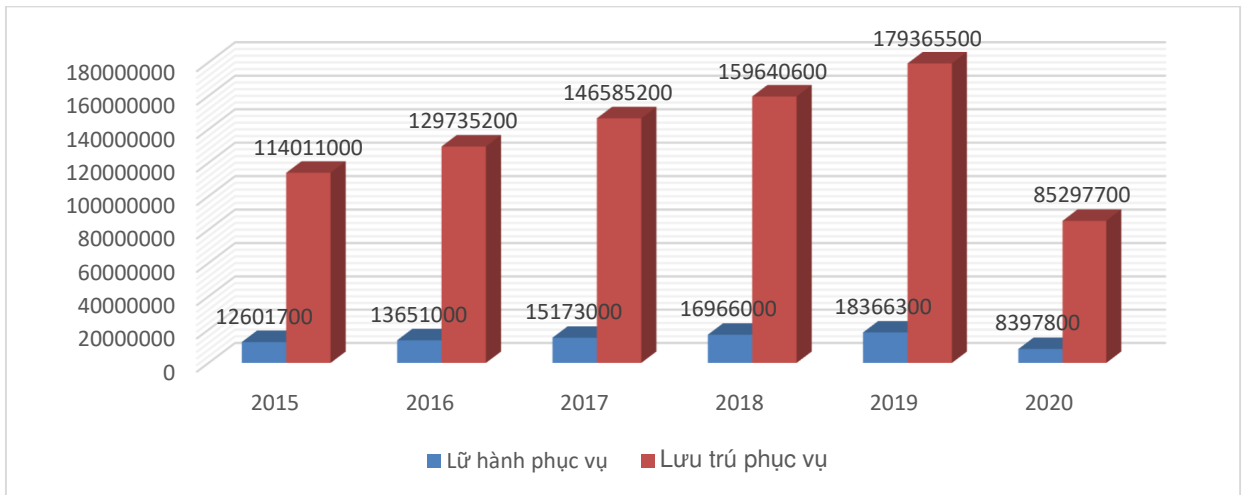
với khách nội địa, tỷ lệ tăng hàng năm dao động ở mức 11,2% -11,4 % và trong 4 năm số lượng khách đã tăng 1,5 lần. Tuy nhiên, khi đại dịch Covid- 19 ập đến và tác động mạnh mẽ đến tất cả các ngành kinh tế, xã hội, Du lịch dường như là lĩnh vực chịu ảnh hưởng đầu tiên và nặng nề nhất. Trong năm 2020, lượt khách quốc tế cũng như nội địa đã sụt giảm nhanh chóng. Lượt khách quốc tế ghi nhận mức sụt giảm 79%, lượt khách nội địa sụt giảm 52% so với cùng kỳ năm 2019 với số lượt khách tương ứng là 3.837.300 và 78.083.800.

Hình 1: Khách du lịch đến Việt Nam



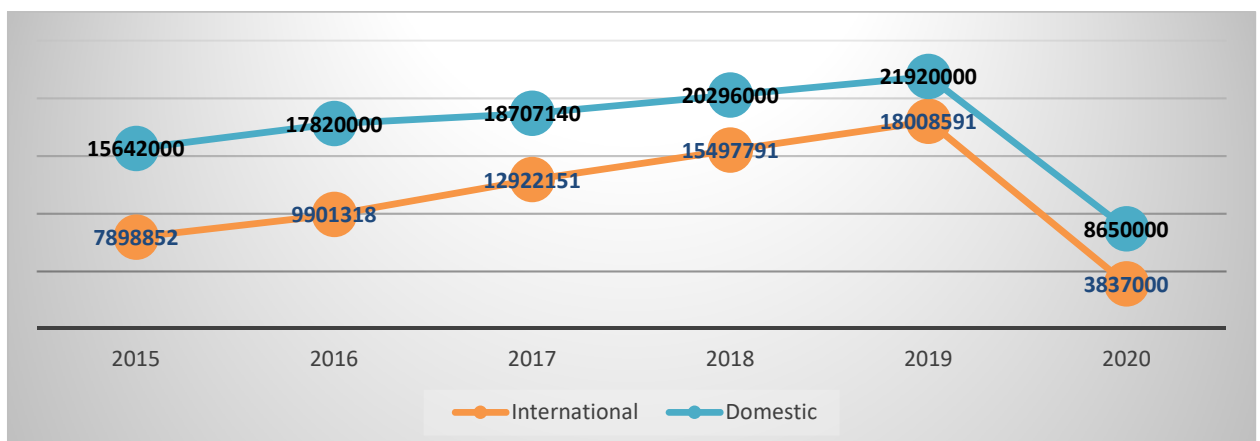
Chúng ta thấy rõ sự chênh lệch rất lớn về số lượt khách quốc tế và nội địa ở Việt Nam. Có thể nói, thị phần khách nội địa mới là thị phần chính của ngành du lịch Việt Nam vì lượng khách nội địa trong 6 năm gần nhất luôn gấp 9 đến 10 lần khách quốc tế. Dịch vụ lưu trú có số lượt khách phục vụ lớn gấp 10 lần so với lượt khách phục vụ bởi các công ty lữ hành phản ánh thực tế khách nội địa ít khi mua các tour trọn gói từ các công ty du lịch mà đa số tự tổ chức các chuyến đi, chủ động về phương tiện, các hoạt động tham quan và đặt dịch vụ lưu trú. Lượt khách do các công ty lữ hành phục vụ rất sát với lượt khách quốc tế đến Việt Nam cho thấy dịch vụ này chủ yếu dành cho khách quốc tế hoặc khách Việt Nam đi ra nước ngoài.

Hình 2: Khách du lịch do công ty lữ hành và lưu trú phục vụ tại Việt Nam



Đối với thủ đô Hà Nội, từ biểu đồ hình..., ta thấy rằng số lượt khách quốc tế đến Hà Nội gần như trùng khớp với số lượt khách quốc tế đến Việt Nam trong khoảng thời gian từ 2015 đến 2020 đã khẳng định vị trí và vai trò của Hà Nội là điểm đến không thể bỏ qua khi đi du lịch tại Việt Nam. Tuy nhiên, khác với số liệu ở quy mô quốc gia, số lượt khách nội địa đến Hà Nội không thực sự chênh lệch quá lớn với số lượt khách quốc tế, mặc dù tỷ lệ tăng trưởng lượt khách nội địa vẫn đạt các con số khá ấn tượng qua từng năm (11,4% năm 2016 và 10,8% năm 2019). So với tổng lượt khách nội địa của Việt Nam thì số liệu thống kê của Hà Nội phản ánh mức độ khá khiêm tốn của du lịch thủ đô khi lượt khách chỉ bằng 1/6 (2015) hay 1/7 (2019) so với cả nước. Và tất nhiên, không thể nằm ngoài quy luật của thị trường, trong năm 2020, Hà Nội cũng ghi nhận mức sụt giảm nghiêm trọng của lượt khách quốc tế và nội địa với tỷ lệ lần lượt là 79% và 61%. Như vậy so với quy mô cả nước, Hà Nội có cùng mức giảm đối với số lượt khách quốc tế nhưng tỷ lệ giảm lớn hơn đối với số lượt khách nội địa (61% so với 52%).

Hình 3: Khách du lịch đến Hà Nội



Bảng 1: Khách quốc tế đến Hà Nội theo quốc tịch

Quốc gia	2015	2016	2017	2018	2019
Hoa Kỳ	491.249	552.644	614.117	687.226	746.171
Hàn Quốc	1.112.978	1.543.883	2.415.245	3.485.406	4.290.802
Nga	338.843	433.987	574.164	606.637	646.524
Nhật Bản	671.379	740.592	798.119	826.674	951.962
Pháp	211.636	240.808	255.369	279.659	287.655
Thái Lan	214.645	266.984	301.587	349.31	509.802
Trung Quốc	1.780.918	2.696.848	4.008.253	4.966.468	5.806.425
Úc	323.792	320.678	370.438	386.934	383.511
Ý	52.967	64.712	58.041	65.562	70.798
Đức	149.079	176.015	199.872	213.986	226.792

Như vậy, bước đầu có thể kết luận rằng Hà Nội là điểm đến thu hút khách quốc tế của Việt Nam. Tỷ lệ tăng trưởng của lượt khách quốc tế cũng như nội địa của Hà Nội khá ổn định luôn đạt trên 10% hàng năm. Trong đó thị trường khách quốc tế lớn nhất của Hà Nội phải kể đến là Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản ở Châu Á, Nga, Pháp, Đức ở Châu Âu và Hoa Kỳ.

1. Phương pháp nghiên cứu

Như đã nói ở phần mở đầu, dự án Lab-Movie hướng đến mục tiêu cung cấp cho sinh viên các trường đại học tại Việt Nam một cái nhìn tổng quan về ba lĩnh vực được nghiên cứu trong đó có du lịch. Nhóm nghiên cứu hy vọng với các số liệu thống kê nhu cầu thị trường lao động cũng như phân tích về kỹ năng cần thiết của từng vị trí việc làm trong lĩnh vực du lịch, các trường đại học và đặc biệt sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch sẽ có nhận thức rõ ràng về lĩnh vực sẽ làm việc trong tương lai.

Nghiên cứu xoay quanh mục tiêu phân tích nhu cầu và các kỹ năng cần có của từng vị trí việc làm, do đó, cần phải đưa ra được bản miêu tả chi tiết các hoạt động và kỹ năng được sử dụng trong từng công việc. Ngoài ra, nghiên cứu cũng hướng tới việc khắc họa xu hướng phát triển của lĩnh vực du lịch trong tương lai, sự tăng trưởng của cơ hội việc làm.



Để đạt được các mục tiêu nói trên cần có những phương pháp nghiên cứu phù hợp. Nhóm nghiên cứu đã lựa chọn và áp dụng một vài phương pháp sau đây:

1.1 Lựa chọn phương pháp

Bước đầu tiên trong quá trình triển khai nghiên cứu là xác định nhóm ngành dịch vụ nào thuộc lĩnh vực du lịch sẽ tiến hành khảo sát. Giữa hàng loạt nhóm ngành đã liệt kê phía trên, nhóm nghiên cứu quyết định chọn 2 dịch vụ có vai trò và vị trí quan trọng và trực tiếp nhất đối với hoạt động du lịch, đó là:

- Dịch vụ lưu trú
- Dịch vụ lữ hành

Đối với nhóm ngành khách sạn và công ty lữ hành, nhóm nghiên cứu quyết định thực hiện các phỏng vấn trực tiếp tại các cơ sở được lựa chọn một cách ngẫu nhiên. Các phỏng vấn này cho phép chúng tôi thu thập thông tin cần thiết và xác định rõ ràng các nhóm vị trí làm việc, các hoạt động và các kỹ năng cần thiết, từ đó có thể so sánh đối chiếu với các nhóm ngành đào tạo được lựa chọn tại các trường đại học.

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn thử nghiệm với 5 công ty lữ hành và 3 khách sạn. Các khách sạn được chọn ngẫu nhiên trong phân khúc 4-5 sao với mục đích khảo sát hoàn chỉnh các vị trí việc làm có thể xuất hiện trong cấu trúc tổ chức của một khách sạn bao gồm cả dịch vụ buồng/phòng, lễ tân, nhà hàng, spa... Các công ty lữ hành cũng được lựa chọn ngẫu nhiên với tiêu chí cơ cấu tổ chức của các công ty này bao gồm ít nhất 5 vị trí việc làm khác nhau để có thể có dữ liệu đầy đủ và bao quát nhất liên quan đến nhóm nghề nghiệp trong lĩnh vực lữ hành.

Dữ liệu của đợt phỏng vấn thử nghiệm này không có giá trị mẫu bởi thông tin thu được chưa có tính đại diện cho toàn bộ lĩnh vực mà chỉ có tính biểu trưng cho các doanh nghiệp tham gia khảo sát.

Ngoài ra, nhóm nghiên cứu cũng thực hiện khảo sát CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) đối với các công ty lữ hành và khách sạn có trong danh sách được cung cấp bởi Hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ Hà Nội cũng như Sở văn hóa, thể thao và du lịch Hà Nội. Khảo sát dạng này cho phép nhóm nghiên cứu thu được cơ sở dữ liệu lớn



về thực trạng ngành du lịch, xu hướng phát triển và kỳ vọng nghề nghiệp trong tương lai.

1.2 Công cụ thu thập dữ liệu

Phỏng vấn trên web cho phép thu thập dữ liệu dạng lượng hóa có giá trị miêu tả các đặc tính của ngành nghiên cứu. Kỹ thuật khảo sát mang tên CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) yêu cầu đối tượng tham gia khảo sát phải hoàn thành việc điền bảng hỏi online thông qua link được gửi bởi người hỏi. Các dữ liệu được lưu trữ trên server sẽ được download xuống để xử lý (thông qua những phần mềm thông kê chuyên dụng)

Il questionario web được thiết kế gồm nhiều phần nhằm thu thập các thông tin chính liên quan đến:

1. **Khách sạn/ công ty lữ hành:** thông tin về hoạt động kinh doanh, về đặc điểm của công ty.
2. **Nhân sự:** thông tin về số lượng, vị trí của nhân viên, chuyên gia, cố vấn bên ngoài hiện đang làm việc tại công ty.
3. **Mục tiêu, kế hoạch tuyển dụng nhân sự:** thông tin về xu hướng thay đổi cơ cấu tổ chức, về sự biến động nhân sự trong năm gần nhất và kế hoạch tuyển dụng trong 2 năm tới.
4. **Khách hàng và đầu tư:** thông tin về tệp khách hàng, về mục tiêu đầu tư của công ty.

Bộ câu hỏi phỏng vấn trực tiếp: được tạo ra với mục đích thực hiện các cuộc phỏng vấn chuyên sâu (kéo dài khoảng 2 tiếng) với các chuyên gia hoặc các nhân sự cấp cao phụ trách công ty. Thông qua công cụ khảo sát này, nhóm nghiên cứu hi vọng sẽ thu được các dữ liệu chi tiết và hoàn chỉnh về số lượng, yêu cầu về kiến thức, kỹ năng của mỗi vị trí việc làm trong mỗi lĩnh vực khảo sát. Bảng hỏi cho phỏng vấn trực tiếp có cấu trúc và các phần câu hỏi giống với bảng hỏi online gửi qua hình thức CAWI. Tuy nhiên sẽ có thêm phụ lục miêu tả nhiệm vụ, công việc và kỹ năng cần có của các vị trí việc làm.

Bộ câu hỏi phỏng vấn qua điện thoại được tạo ra với mục đích thực hiện các cuộc phỏng vấn liên quan đến các hoạt động, kỹ năng yêu cầu (kỹ thuật- chuyên ngành- mềm) cũng như các điều kiện tiên quyết và cách thức vận hành mỗi vị trí công việc.



Bảng hỏi cho phỏng vấn qua điện thoại có cấu trúc và các phần câu hỏi giống với bảng hỏi phỏng vấn trực tiếp.

2. Ngành Khách sạn

2.1 Tổng quan ngành khách sạn

2.1.1 Phân loại tiêu chuẩn loại khách sạn lưu trú

Bộ tiêu chuẩn Quốc gia Việt Nam 4391:2015 đưa ra định nghĩa chính thức và tiêu chuẩn phân loại cơ sở lưu trú trong khách sạn (TCVN 4391:2015). Theo bộ tiêu chuẩn này, khách sạn được định nghĩa là cơ sở lưu trú được xây dựng trong khối, cung cấp cho du khách các phương tiện, thiết bị và dịch vụ. Cơ sở lưu trú khách sạn được phân thành khách sạn, khu nghỉ dưỡng, khách sạn nổi và nhà nghỉ. Do đó, cơ sở lưu trú qua đêm của khách du lịch có thể là:

- Phòng tiêu chuẩn: phòng nghỉ qua đêm và chỗ ở bổ sung, gồm phòng ngủ và phòng tắm;
- Phòng Suite: phòng nghỉ qua đêm gồm phòng ngủ, phòng khách, phòng tắm, bếp nhỏ và quầy bar;
- Phòng tổng thống / phòng hoàng gia / phòng đại sứ: phòng hạng sang với trang thiết bị hiện đại đạt tiêu chuẩn cao nhất dành cho khách hàng VIP.

Các khách sạn được phân loại theo yêu cầu và được đánh dấu bằng một số sao từ 1 đến 5. Số sao được phân bổ dựa trên các tiêu chuẩn chất lượng tối thiểu được đo lường theo vị trí và kiến trúc, cơ sở vật chất và tiện nghi, chất lượng dịch vụ, nhân viên, an toàn và bảo mật và các dịch vụ được cung cấp.

Bảng 2 – Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn theo quy mô phòng

<i>Khách sạn</i>	1 sao	2 sao	3 sao	4 sao	5 sao
<i>Khách sạn</i>	10	20	50	80	100
<i>Resort</i>	10	15	40	60	80
<i>Khách sạn nổi</i>	10	20	30	50	80
<i>Nhà nghỉ</i>	10	20	30	50	80

Bảng 3 – Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn theo diện tích phòng



Loại khách sạn				
1 sao	2 sao	3 sao	4 sao	5 sao
<ul style="list-style-type: none"> Phòng đơn 12m² Phòng đôi hoặc 2 giường đơn 15m² 	<ul style="list-style-type: none"> Phòng đơn 15m² Phòng đôi hoặc 2 giường đơn 17m² 	<ul style="list-style-type: none"> Phòng đơn 18m² Phòng đôi hoặc 2 giường đơn 22m² 	<ul style="list-style-type: none"> Phòng đơn 21m² Phòng đôi hoặc 2 giường đơn 25m² 	<ul style="list-style-type: none"> Phòng đơn 24m² Phòng đôi hoặc 2 giường đơn 32m² Suite 56m² Phòng tổng thống / VIP 100m²

Bảng 4: Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn theo cơ sở vật chất

Loại	1 sao	2 sao	3 sao	4 sao	5 sao
Lễ tân					
Nhà hàng, quán bar		Một nhà hàng	Một nhà hàng có quầy bar	Một nhà hàng Một quầy bar	Hai nhà hàng Hai quầy bar
Phòng họp			Một phòng họp	Một phòng họp hội nghị Một phòng họp ban giám đốc Một phòng họp thường	Một phòng họp hội nghị Hai phòng họp ban giám đốc Hai phòng họp thường
Nhân viên - Quản lý	Trình độ trung cấp chuyên nghiệp	Trình độ trung cấp chuyên nghiệp Có 1 năm kinh nghiệm	Trình độ cao đẳng Có 2 năm kinh nghiệm ngoại ngữ cấp 3	trình độ đại học Có 2 năm kinh nghiệm ngoại ngữ bậc 4	trình độ đại học Có 3 năm kinh nghiệm ngoại ngữ bậc 4
Nhân viên - Trưởng các Bộ phận		Sơ cấp nghề Có 1 năm kinh nghiệm Trình độ văn phòng Ngoại ngữ bậc 2 (chỉ dành cho trưởng bộ phận lễ tân)	Trình độ trung cấp chuyên nghiệp Có 2 năm kinh nghiệm Công nghệ thông tin văn phòng Ngoại ngữ bậc 3 (Trưởng bộ phận Lễ tân và Trưởng bộ phận F&B)	Trình độ cao đẳng Có 2 năm kinh nghiệm Công nghệ thông tin văn phòng Ngoại ngữ bậc 3 (Trưởng bộ phận F&B) và bậc 4 (Trưởng bộ phận lễ tân)	Trình độ cao đẳng Có 3 năm kinh nghiệm Công nghệ thông tin văn phòng Ngoại ngữ bậc 4 (Trưởng bộ phận F&B và Trưởng bộ phận lễ tân)
Nhân viên - tất cả các dịch vụ khác	Đội ngũ nhân viên được đào tạo	20% nhân viên có chứng chỉ nghề 80% nhân viên được đào	50% nhân viên có chứng chỉ nghề 50% nhân viên được đào	70% nhân viên có chứng chỉ nghề 30% nhân viên được đào tạo	70% nhân viên có chứng chỉ nghề 30% nhân



	Ngoại ngữ trình độ 1 và tin học văn phòng cho lễ tân	tạo Ngoại ngữ trình độ 3 và tin học văn phòng cho nhân viên lễ tân	tạo Nhân viên ngoại ngữ bậc 2 ngành F&B Ngoại ngữ trình độ 3 và tin học văn phòng cho nhân viên lễ tân	Trình độ văn phòng Nhân viên phục vụ trực tiếp: ngoại ngữ bậc 2 Nhân viên lễ tân: ngoại ngữ bậc 4 và sử dụng tốt tin học văn phòng	viên được đào tạo Trình độ văn phòng Nhân viên trực tiếp phục vụ: ngoại ngữ bậc 3 Nhân viên lễ tân: ngoại ngữ bậc 4 và sử dụng tốt tin học văn phòng
--	--	--	--	--	--

2.1.2 Cơ sở vật chất và khả năng tiếp đón của các khách sạn tại Việt Nam

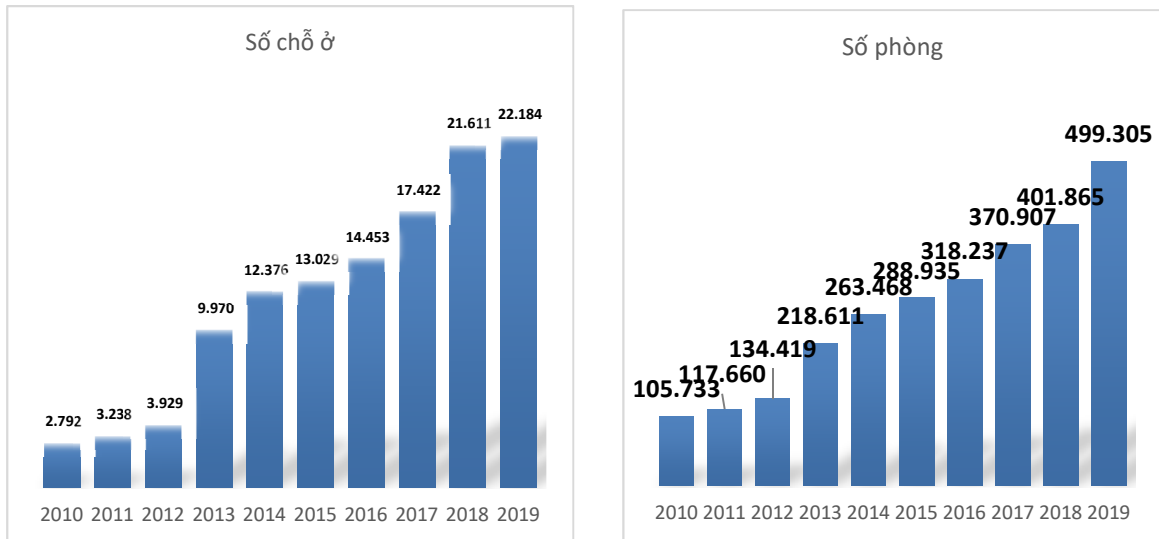
Tính đến năm 2019, Việt Nam có 22.184 cơ sở lưu trú với 499.305 phòng. Có 5.884 khách sạn với 262.305 buồng, chiếm 26,5% tổng cơ sở lưu trú và 52,5% (Tổng cục Du lịch). Khách sạn 5 sao và căn hộ có tổng số lượng là 182, chiếm 3% tổng số khách sạn và số lượng khách sạn 4 sao là 302, chiếm 5% tổng số. Số lượng khách sạn 4 và 5 sao năm 2019 tăng trưởng lần lượt 11% và 17% so với năm 2018, cho thấy sự phát triển gần đây của loại hình lưu trú du lịch quy mô lớn và cao cấp. Ngược lại, số lượng đăng ký được chứng nhận cho cơ sở lưu trú du lịch 1-3 sao giảm 14%. Khách sạn 1 sao chiếm đa số đạt 60% tổng số khách sạn ở Việt Nam, tiếp theo là khách sạn 2 sao với 21% tổng số. Số lượng khách sạn 2 sao giảm đáng kể với mức giảm 22,8% trong năm 2019, tiếp theo là lượng khách sạn 1 sao giảm 9,7%.

Trong mười năm, số lượng cơ sở lưu trú du lịch đã tăng lên đáng kể, với mức tăng trưởng gần như trung bình hai con số mỗi năm. Năm 2019, số lượng cơ sở tăng chậm lại và nằm ở mức tăng trưởng 3%, nhưng số lượng phòng lại tăng 24%. Mức tăng trưởng phòng cao đạt 24% trong năm 2019 trong khi số lượng phòng vẫn ổn định ở mức 3% cho thấy sự chuyển dịch sang các cơ sở lớn hơn. Các cơ sở lưu trú dành cho khách du lịch quy mô lớn và cao cấp hơn hướng đến các nhóm khách lớn và khách chi tiêu cao. Điều này được chứng minh bằng sự tăng trưởng khách sạn 5 sao và 4 sao, trong khi số lượng khách sạn 3 sao có xu hướng giảm (Hình 3). Do sự gia tăng của các khách sạn sang trọng, cao cấp, số lượng phòng do các khách sạn 5 sao cung cấp vượt xa các khách sạn 3 sao và 4 sao mặc dù số lượng cơ sở ít hơn (Hình 4). Số lượng phòng được chứng

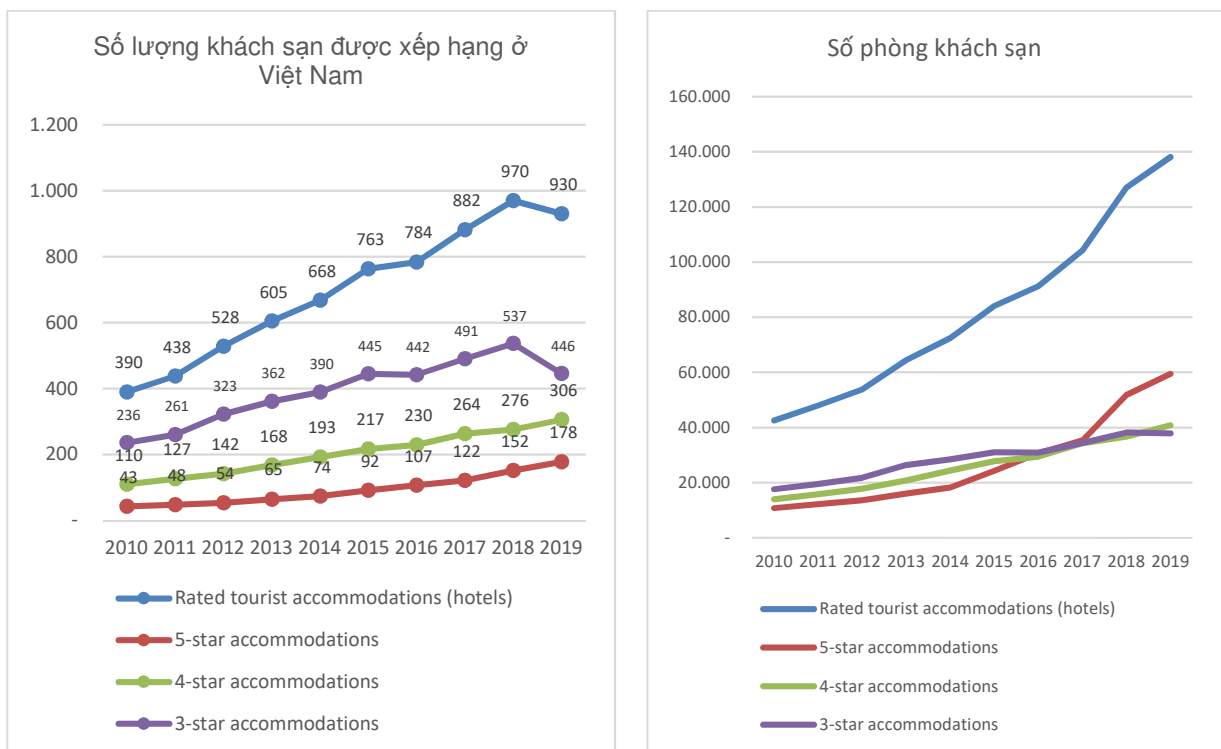


nhận đăng ký xếp hạng lưu trú du lịch từ 1-3 sao giảm. Nhiều cơ sở không đăng ký xác nhận xếp hạng với các cơ quan hữu quan nên không được đưa vào thống kê xếp hạng khách sạn (Báo cáo Du lịch Việt Nam 2019).

Hình 4: Thống kê về cơ sở lưu trú tại Việt Nam giai đoạn 2010-2019



Hình 5: Thống kê xếp hạng chỗ ở tại Việt Nam giai đoạn 2010-2019



Đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng tiêu cực đến ngành du lịch và khách sạn ở Việt Nam trong năm 2020 và năm 2021. Đại dịch dẫn tới việc đóng cửa biên giới trong thời gian dài ở nhiều quốc gia đã khiến chuỗi cung ứng bị gián đoạn nghiêm trọng. Việc đi lại đã bị hạn chế. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2020 giảm đáng kể, 80% so với năm 2019. Khách nội địa giảm hơn 35% (Teer, 2021). Nhiều phòng trọ đã phải đóng cửa do tình trạng giãn cách xã hội ở

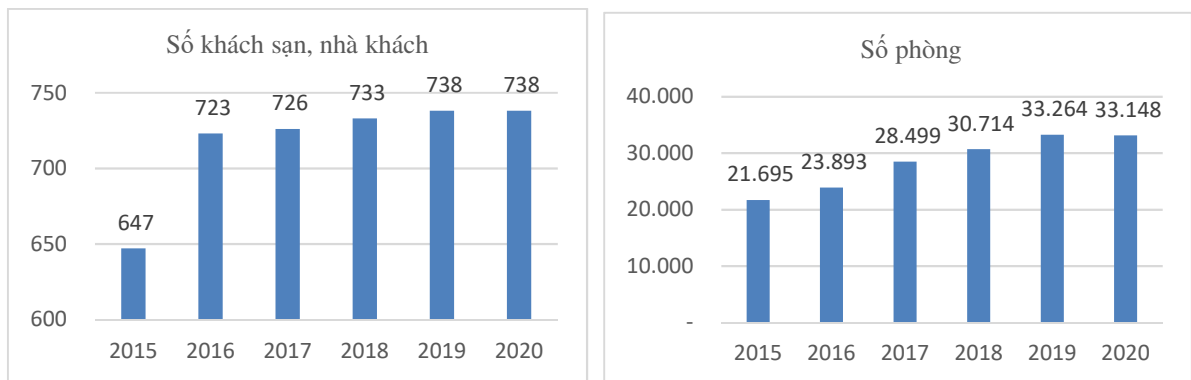


Việt Nam. Năm 2020, 20% cơ sở lưu trú du lịch đã đóng cửa và công suất trung bình chỉ đạt khoảng 20-25%. Năm 2021, tình hình thậm chí còn tồi tệ hơn, lượng khách nước ngoài đến Việt Nam đã giảm 96% so với năm 2020. 90% cơ sở lưu trú du lịch ngừng hoạt động. Tỷ lệ lưu trú bình quân của các cơ sở chỉ đạt 5%.¹ Đến cuối tháng 10 năm 2021, khoảng 79% người Việt Nam đã được tiêm chủng đầy đủ, các hạn chế về giãn cách xã hội được dỡ bỏ và Việt Nam bước vào thời kỳ “bình thường mới”. Đầu năm 2022, các chuyến bay quốc tế được mở lại, ngành du lịch và khách sạn bắt đầu phục hồi và triển vọng của ngành là khả quan.

2.1.3 Cơ sở vật chất và sức chứa của các khách sạn tại Hà Nội

Năm 2020, đại dịch COVID-19 bùng phát đã tác động xấu đến du lịch Việt Nam và Hà Nội. Việt Nam đóng cửa biên giới. Khách quốc tế đến Hà Nội chỉ là các chuyên gia và công nhân kỹ thuật. Một số doanh nghiệp du lịch ngừng hoạt động. Nhiều khách sạn ở Hà Nội đã phải tạm thời đóng cửa do yêu cầu của xã hội. Lượng khách quốc tế đến Hà Nội năm 2020 là 875.000 lượt, giảm 81,8% so với năm 2019. Tỷ lệ lưu trú bình quân chỉ đạt 35%. Doanh thu từ lưu trú du lịch là 5.300 tỷ đồng, giảm 51% (Niên giám thống kê Hà Nội 2020). Đại dịch kéo dài đến cuối năm 2021, với thời gian đóng cửa kéo dài và số lượng người mắc bệnh ngày càng tăng đã khiến ngành du lịch gần như phải đóng cửa. Năm 2021, thị trường khách sạn tại Hà Nội tiếp tục sụt giảm tỷ lệ lưu trú, chỉ còn 30,6%, giảm khoảng 5% so với năm 2020.

Hình 6: Số lượng cơ sở lưu trú và số phòng ở Hà Nội 2015-2020



Số lượng khách sạn và phòng ở Hà Nội cho thấy sự gia tăng đều đặn trong 5 năm từ 2015 đến 2019. Đại dịch COVID 19 đã khiến việc đầu tư vào các cơ sở lưu trú bị dừng lại. Số lượng phòng có dấu hiệu giảm nhẹ vào năm 2020. Trong số các khách sạn ở Hà Nội, chỉ có 233 cơ sở được xếp hạng (khoảng 32%), trong đó số lượng 4 và 5 sao chỉ chiếm 5% tổng số. Phần lớn các cơ sở lưu trú du lịch không được xếp hạng.

¹ (<https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/39260>).

Bảng 5: Số lượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và lưu trú²

<i>Đơn vị: Doanh nghiệp</i>	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hoạt động dịch vụ lưu trú và ăn uống	2,599	2,768	3,078	3,293	3,690	3,101
- <i>Doanh nghiệp quốc doanh</i>	19	14	16	17	11	11
+ <i>Trung ương</i>	12	8	10	11	7	7
+ <i>Địa phương</i>	7	6	6	6	4	4
- <i>Doanh nghiệp ngoài nhà nước</i>	2,513	2,657	2,959	3,121	3,461	2,900
- <i>Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i>	67	97	103	155	218	190
Dịch vụ du lịch	1,807	1,685	1,937	2,123	2,408	2,021
- <i>Doanh nghiệp quốc doanh</i>	8	6	6	7	6	6
+ <i>Trung ương</i>	4	3	3	4	3	3
+ <i>Địa phương</i>	4	3	3	3	3	3
- <i>Doanh nghiệp ngoài nhà nước</i>	1,790	1,666	1,918	2,101	2,383	2,000
- <i>Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i>	9	13	13	15	19	15

Bảng trên biểu hiện số lượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và lưu trú trong sáu năm từ 2015 đến 2020. Số lượng doanh nghiệp phát triển theo thời gian từ năm 2015 đến năm 2019 và giảm vào năm 2020 khi dịch COVID-19 bùng phát trong nước và thành phố. Có sự chuyển dịch cơ cấu sở hữu từ doanh nghiệp quốc doanh sang lĩnh vực tư nhân. Các doanh nghiệp nhà nước suy giảm đều đặn, và các doanh nghiệp tư nhân đã tăng trưởng đáng kể trước đại dịch. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài gia tăng cho thấy sự hiện diện mạnh mẽ của đầu tư nước ngoài trên thị trường Hà Nội.

Bảng 6: Số lao động trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ lưu trú³

<i>Đơn vị: Số lao động</i>	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hoạt động dịch vụ lưu trú và ăn uống	58,633	60,146	63,334	67,776	74,305	61,910
- <i>Doanh nghiệp quốc doanh</i>	3,119	2,083	1,859	1,768	918	910
+ <i>Trung ương</i>	2,409	1,412	1,506	1,019	642	640
+ <i>Địa phương</i>	710	671	353	749	276	270
- <i>Doanh nghiệp ngoài nhà nước</i>	45,300	46,489	49,451	53,234	60,264	50,000
- <i>Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i>	10,214	11,574	12,024	12,774	13,123	11,000
Dịch vụ du lịch	11,975	11,858	14,404	18,127	17,142	13,975

² (Niên giám thống kê Hà Nội)

³ (Niên giám thống kê Hà Nội)

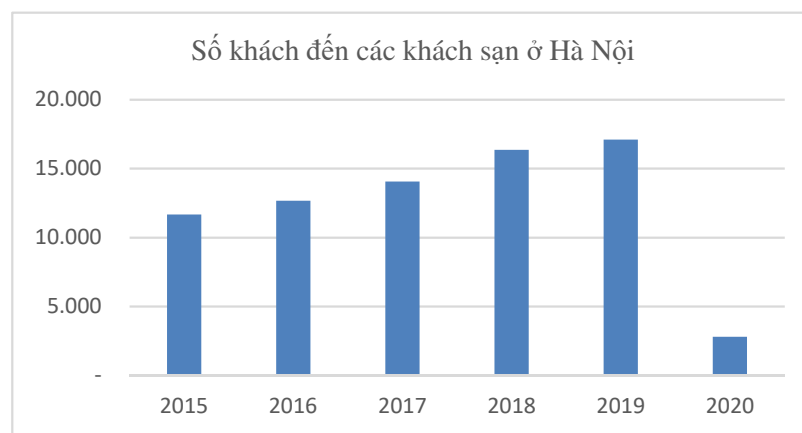


- Doanh nghiệp quốc doanh	505	290	346	232	499	475
+ Trung ương	337	185	278	197	76	75
+ Địa phương	168	105	68	35	423	400
- Doanh nghiệp ngoài nhà nước	11,251	11,148	13,356	17,200	16,029	13,000
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	219	420	702	695	614	500

Bảng trên thể hiện số lượng nhân viên dịch vụ du lịch và lưu trú. Việc làm trong lĩnh vực này có xu hướng tăng lên đến năm 2019 và giảm xuống vào năm 2020. Hầu hết lao động làm việc trong khu vực tư nhân, chiếm hơn 80% việc làm trong các dịch vụ lưu trú và ăn uống và hơn 90% trong các dịch vụ du lịch.

Số lượng du khách đến Hà Nội tăng nhanh vào trước năm 2020 và giảm xuống vào năm 2020, theo biểu đồ. Sự sụt giảm vào năm 2020 tiếp tục vào năm 2021, với mức giảm sâu hơn nữa. Với dự kiến sẽ phục hồi vào năm 2022 khi hầu hết người dân Việt Nam tiêm chủng ít nhất hai liều vắc xin.

Hình 7: Số khách đến các khách sạn ở Hà Nội



3.1. Thực Trạng

Dưới đây chúng tôi sẽ trình bày kết quả của cuộc khảo sát trên web (CAWI) và cuộc phỏng vấn trực tiếp (FaF) được thực hiện tại các khách sạn ở Hà Nội, chủ yếu là khách sạn 4 và 5 sao đã có hoặc có thể liên hệ qua email. Đặc biệt, chúng tôi sẽ báo cáo một số dữ liệu liên quan đến đặc điểm của đội ngũ nhân viên và hiệu quả hoạt động của các cơ sở lưu trú (khách sạn), đặc biệt liên quan đến những thay đổi trong lực lượng lao động.

Trong số 30 khách sạn được liên hệ để khảo sát hoặc phỏng vấn, 3 (tương đương 10%) đã hoàn thành chính xác tất cả hoặc hầu hết bảng câu hỏi trên web và 6 (tương đương 20%) đã tham gia phỏng vấn FaF. Lượng mẫu được đánh giá là quá nhỏ để xử lý phân tích dữ liệu toàn diện với độ tin cậy cao. Tuy nhiên, chúng ta có thể đưa ra giả thuyết về thước đo và thái độ liên quan

đến xu hướng thị trường và triển vọng việc làm. Với hình thức phỏng vấn trực tiếp, chúng tôi có thể xác định được các số liệu chuyên môn, yêu cầu, kỳ vọng về kiến thức, kỹ năng và năng lực cần thiết cho từng vị trí.

3.2.1. Nhân sự

Cuộc khảo sát được thực hiện trong giai đoạn 2020-2021 trong bối cảnh ngành bị ảnh hưởng bất lợi bởi đại dịch COVID-19. Trong thời gian bùng phát COVID-19, các khách sạn hoạt động với công suất giảm dần. Hầu hết các khách sạn đều cắt giảm nhân sự để duy trì hoạt động. Do đó, dữ liệu về nhân sự của khách sạn không đại diện cho các hoạt động hàng ngày.

Bất kể hạng mục nào, các khách sạn tham gia khảo sát chủ yếu bao gồm các nhân viên không thời vụ (nhân viên được thuê cố định). Trong số 09 khách sạn được khảo sát, chỉ có một khách sạn 5 sao có nhân viên thời vụ chiếm 3% tổng số nhân viên. Các khách sạn còn lại duy trì số lượng nhân viên tối thiểu. Do đó, không cần nhân viên thời vụ.

Nhìn chung, sinh viên tốt nghiệp đại diện cho 59% nhân viên (không theo thời vụ và theo mùa), nhân viên thời vụ là sinh viên tốt nghiệp đại học chỉ chiếm 1,5% và nhân viên không thời vụ chiếm 57,5%. Do đó, sinh viên tốt nghiệp chủ yếu hoạt động như nhân lực không thời vụ tại các cơ sở hạng cao. Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp cao trong số các nhân viên khách sạn là do một số yếu tố. Yếu tố đầu tiên là do COVID-19. Việc cắt giảm quy mô hoạt động của khách sạn chủ yếu xảy ra đối với nhân viên thời vụ và chỉ những nhân viên chủ chốt được giữ lại. Yếu tố thứ 2 là thứ hạng của các khách sạn trong mẫu khảo sát. 8 trong số 9 khách sạn là 4 và 5 sao. Các khách sạn được xếp hạng cao phải tuân theo các yêu cầu của chính phủ về tiêu chuẩn của các vị trí chủ chốt.

Bảng 7: Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp làm việc tại các khách sạn khảo sát

Khung	3 sao	4 sao	5 sao	Tổng
Thời vụ và không thời vụ	28%	62%	59%	59.1%
Không thời vụ	28%	62%	56%	57.5%
Thời vụ	0%	0%	3%	1.5%

Mặt khác, phụ nữ đại diện cho 51,8% nhân viên, bất kể là về nhân viên thời vụ hay không thời vụ (Bảng 7). Tỷ lệ phụ nữ được tuyển dụng là khoảng 50%, có sự khác biệt nhỏ giữa các loại khách sạn.

Bảng 8: Tỷ lệ phụ nữ làm việc tại các khách sạn khảo sát

Khung	3 sao	4 sao	5 sao	Tổng
Thời vụ và không thời vụ	46.3	51.8	52.4	51.8
Không thời vụ	46.3	51.8	50.2	50.7
Thời vụ	0	0	2.2	1.1



Vì cuộc khảo sát được tiến hành trong thời kỳ giãn cách xã hội của đại dịch COVID-19 nên kết quả bị hạn chế trong việc xác định được nhu cầu về những nhân lực tự do trong các khách sạn được khảo sát.

Cuối cùng, nguồn nhân lực bị cắt giảm dưới bối cảnh đại dịch, chỉ có hai khách sạn 5 sao từ cuộc khảo sát vẫn tiếp nhận sinh viên đại học (22%). Các học viên và thực tập sinh chủ yếu đến từ các khóa học trong lĩnh vực du lịch, ngôn ngữ và quản trị kinh doanh. Các khách sạn khác được khảo sát đã không tuyển dụng sinh viên thực tập/ thực tập sinh trong hai năm này.

Bảng 9: Tỷ lệ thực tập sinh

Khách sạn	3 sao	4 sao	5 sao	Tổng
Hiện có sinh viên đại học thực tập	0%	0%	40%	22%
Hiện không tuyển sinh viên đại học vào thực tập	100%	100%	60%	78%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số khách sạn trả lời</i>	1	3	5	9

Trong 24 tháng, các khách sạn đã thuê thêm nhân viên lễ tân, phòng, bếp và nhân viên kỹ thuật. Các chỉ tiêu đầu vào yêu cầu sinh viên phải tốt nghiệp đại học hoặc cao đẳng để ứng tuyển vào các vị trí lễ tân và kỹ thuật, và phải có chứng chỉ nghề để ứng tuyển cho vị trí nhân viên bếp và phòng.

Bảng 10: Sự thay đổi của đội ngũ nhân sự tại các khách sạn khảo sát

Tuyển dụng trong 24 tháng gần đây	3 sao	4 sao	5 sao	Tổng
Có tuyển dụng thêm (kể cả chỉ để tăng doanh số)			40%	22%
Không tuyển dụng thêm, không có thay đổi về số lượng nhân viên			20%	11%
Không tuyển dụng thêm, ngược lại, lực lượng lao động đã bị cắt giảm	100%	100%	40%	67%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số khách sạn trả lời</i>	1	3	5	9

Cụ thể, phần lớn những khó khăn chính được ghi nhận liên quan đến việc tìm kiếm nhân viên lễ tân, bếp và bán hàng. Những nhân sự của các bộ phận trên sẽ có cơ hội trưởng thành và phát triển. Cuối cùng, về mặt đầu tư, hầu hết các khách sạn tham gia khảo sát đều tập trung vào việc củng cố mạng lưới thương mại, tăng cường quảng cáo và truyền thông qua web, đào tạo / cập nhật nhân sự và tuyển dụng nhân viên.

3.2. Cơ cấu tổ chức

Phần này sẽ trình bày cơ cấu tổ chức và những thành phần nhân viên chính được tuyển dụng tại các khách sạn cấp cao ở Hà Nội được xác định thông qua phỏng vấn trực tiếp. Tuy nhiên phần này sẽ không phác thảo cơ cấu tổ chức chung cho tất cả các khách sạn và cũng không phác thảo



một sơ đồ tổ chức lý tưởng mà chi đơn thuần là một khuôn khổ chung. Dù sơ đồ này không thể tổng quát được tất cả các khía cạnh của thực tế, nhưng nó có thể kết hợp những yếu tố này lại với nhau trong một sơ đồ toàn diện nhất có thể. Vì vậy, mặc dù ở nhiều khách sạn ở Hà Nội, toàn bộ sơ đồ tổ chức không rõ ràng như sơ đồ được phác thảo tại đây. Hơn nữa các nhân sự được tuyển dụng đóng nhiều vai trò hơn những gì được mô tả ở trong phần này so những vị trí chủ quản, do đó chúng tôi quyết định trình bày tình hình hoàn chỉnh nhất có thể. Cơ cấu tổ chức điển hình của các khách sạn 4 sao và 5 sao được chia thành 5 mảng chức năng vĩ mô trong đó có ít nhất một người quản lý và một hoặc nhiều nhân viên hoạt động.

Cụ thể, 5 mảng chức năng bao gồm Bộ phận Quản lý (Tổng Giám đốc), Bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị, Bộ phận Buồng phòng, Bộ phận Nhà hàng & Quầy uống, Nhà bếp, Bộ phận Tiền Sảnh, Bộ phận Hành chính và Bộ phận Kỹ thuật (Hình 1).

- **Bộ phận Quản lý** là nơi quản lý tất cả các hoạt động liên quan đến tổ chức, điều phối và quản lý chiến lược và tài chính của khách sạn.
- **Bộ phận Hành chính** là nơi thực hiện tất cả các hoạt động liên quan đến quản lý hành chính, kế toán, tài chính và tuyển chọn và quản lý nguồn nhân lực của khách sạn. Hầu hết tại khách sạn bốn sao và năm sao, bộ phận Kế toán tách biệt với bộ phận chức năng Nguồn nhân lực. Do đó, khu vực quản trị bao gồm bộ phận Tài chính (kế toán và mua sắm) và bộ phận Nhân sự (tuyển dụng và đào tạo).
- **Bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị** là nơi thực hiện tất cả các hoạt động nhằm quảng bá, tiếp thị và bán tất cả các dịch vụ do khách sạn cung cấp. Bộ phận chịu trách nhiệm lập kế hoạch, phát triển chiến lược, tiếp thị, quảng cáo và xúc tiến các dịch vụ của khách sạn. Nó cũng phụ trách nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh, xác định khách hàng tiềm năng, quản lý danh sách khách hàng và chăm sóc khách hàng. Bộ phận quản lý thông tin liên lạc và hình ảnh của khách sạn.
- **Bộ phận Buồng phòng (dọn phòng)** là bộ phận hoạt động chính của công ty khách sạn, nơi thực hiện tất cả các hoạt động liên quan đến quản lý dịch vụ lễ tân và lưu trú cộng với bất kỳ dịch vụ phụ trợ nào. Bộ phận dọn phòng bao gồm ba chức năng chính: kiểm định phòng, kiểm định tầng phòng và giặt là. Nhiều khách sạn bao gồm các dịch vụ phụ trợ (phòng tập thể dục, hồ bơi, tắm hơi, massage, v.v.). Một số khách sạn khác có bộ phận Giải trí riêng.
- **Bộ phận Tiền Sảnh:** là nơi thực hiện các nghiệp vụ nhận phòng (tiếp nhận và đăng ký của khách hàng), hỗ trợ khách hàng trong thời gian lưu trú và trả phòng (liên quan đến việc rời đi của khách hàng). Bộ phận này bao gồm bộ phận lễ tân và bộ phận hướng dẫn khách. **Bộ phận Lễ tân** quản lý hệ thống đặt phòng, đón tiếp khách hàng, quản lý việc phân bổ buồng, cung cấp kế toán thông tin về việc sắp xếp của khách hàng. **Bộ phận hỗ trợ dịch vụ khách hàng** quản lý dịch vụ hành lý, giám sát khách sạn, đăng ký khách hàng, hỗ trợ khách hàng, dịch



vụ áo choàng, dịch vụ thang máy, gọi taxi và quản lý giao thông.

- **Bộ phận Nhà hàng & Quầy uống** là nơi thực hiện các hoạt động liên quan đến chuẩn bị và quản lý các bữa ăn hoàn chỉnh, đồ ăn và thức uống phục vụ cho khách hàng trên các bàn được bố trí trong một hoặc nhiều phòng đặc biệt. Bộ phận được định hình trong các nhà hàng, quán bar và phòng chờ.
- **Bộ phận Bếp** là nơi quản lý tất cả các hoạt động liên quan đến bảo quản thực phẩm và chuẩn bị bữa ăn. Bộ phận bếp chịu trách nhiệm lên thực đơn và chuẩn bị, chế biến và nấu các món ăn khác nhau. Bộ phận này cũng chuẩn bị bữa ăn cho nhân viên khách sạn, mang chức năng căng tin.
- **Bộ phận Kỹ thuật** có trách nhiệm giải quyết việc lắp đặt thiết bị, sửa chữa và bảo dưỡng các công cụ và thiết bị khác nhau, cây trồng, mảng xanh và hỗ trợ các bộ phận khác.

3.3. Vị trí chủ chốt

3.4.1. Quản lý bộ phận Buồng phòng

Quản lý Bộ phận Buồng phòng phụ trách tất cả các hoạt động liên quan đến công việc dọn phòng và dịch vụ phòng. Quản lý làm việc dưới tư cách một nhân viên dưới sự chỉ đạo và giám sát của Quản lý khách sạn hoặc Giám đốc.

Quản lý Bộ phận Buồng phòng chịu trách nhiệm về Khối Phòng và các khu vực / phòng ban liên quan. Do đó, đó là vị trí chủ chốt chịu trách nhiệm theo các chiến lược do ban lãnh đạo chuẩn bị, quản lý với các chức năng giám sát. Khối này bao gồm lễ tân, hỗ trợ dịch vụ khách hàng, tầng, tủ quần áo và dịch vụ giặt là, cơ sở thể thao, chăm sóc và sức khỏe, xác minh và xác định địa chỉ tổ chức để điều phối các dịch vụ khác nhau, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng và sự hài lòng của khách hàng, đồng thời cung cấp các dự báo dữ liệu có thể tạo điều kiện cho hoạt động quản lý của cơ sở.

Đặc biệt, Quản lý bộ phận Buồng phòng đảm bảo việc thực hiện các quy trình tiêu chuẩn do ban lãnh đạo chỉ đạo và điều phối, giám sát các bộ phận thuộc lĩnh vực của mình, đảm bảo sự cộng tác tối đa nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và ban lãnh đạo một cách nhanh chóng. Quản lý Bộ phận Buồng phòng có trách nhiệm quản lý nhân viên của Bộ phận Buồng phòng. Nhiệm vụ bao gồm lập kế hoạch hoạt động của bộ phận, giám sát quá trình làm việc của nhân viên để đáp ứng các tiêu chuẩn của khách sạn, phối hợp với các bộ phận khác để đáp ứng yêu cầu của khách hàng và xử lý các khiếu nại của khách hàng. Người quản lý cần đảm bảo và duy trì mức độ phục vụ và tính chuyên nghiệp cao trong lĩnh vực thẩm quyền của mình, đảm bảo thái độ đúng mực và chuyên nghiệp với khách hàng để duy trì phong cách và đẳng cấp của khách sạn. Người đó đảm bảo trạng thái hiệu quả và an toàn của hệ thống, đồ đạc và thiết bị, cũng như quyền lưu giữ các vật liệu được giao phó. Họ kiểm tra lựa chọn các phòng và khu vực chung dành cho khách hàng hàng ngày, xác minh mức độ thoải mái, sạch sẽ và vệ sinh. Họ đề



xuất các cải tiến bằng cách hình thành các yêu cầu đầu tư tài sản cho thiết bị, dụng cụ và các vật liệu khác nhau. Với tư cách là Trưởng bộ phận, họ tham gia vào việc tuyển dụng, đào tạo, đánh giá và đề bạt nhân viên của Bộ phận.

Vị trí này thường được nắm giữ bởi những người đã tốt nghiệp ngành du lịch hoặc các khóa về quản trị kinh doanh, kinh tế và ngôn ngữ. Vị trí này đòi hỏi kinh nghiệm dày dặn thông qua các cấp thấp hơn đến cao hơn trong bộ phận. Trong mọi trường hợp, ngoài bằng cấp có được, rất nhiều khóa đào tạo và chuyên môn hóa hình thành nên vị trí này. Tuy nhiên, cần phải nói rằng vị trí này, tùy thuộc vào quá trình nghiên cứu, được hình thành trong lĩnh vực này, đầu tiên bao gồm các vai trò hoạt động và sau đó là trách nhiệm của các dịch vụ riêng lẻ trong cơ sở.

Quản lý Bộ phận Buồng phòng phải có kiến thức sâu rộng về các chính sách và thủ tục của Bộ phận Buồng phòng, các khu vực / phòng ban được kết nối và nói chung của khách sạn, các dịch vụ do khách sạn cung cấp, cũng như thị trường tham chiếu và thị trường cơ sở này hoạt động. Đặc biệt, vị trí này phải biết quản lý vận hành khách sạn, tiêu chuẩn và quy trình hoạt động, kỹ thuật lập ngân sách, kỹ thuật định giá / doanh thu, tiếp thị khách sạn và phân tích báo cáo thu nhập. Hơn nữa vị trí cũng đòi hỏi việc sở hữu kiến thức tuyệt vời về kỹ thuật quản lý, lập kế hoạch và tổ chức nhân sự. Cuối cùng, người nắm vị trí này phải biết các quy định cụ thể của ngành, các nguyên tắc chung về an toàn tại nơi làm việc, các khía cạnh hợp đồng và pháp luật lao động.

Vị trí này yêu cầu phải có trình độ tiếng Anh tốt (cả viết và nói). Anh ta cũng phải có kỹ năng máy tính văn phòng thành thạo và sử dụng phần mềm cụ thể cho khách sạn. Vị trí này phải có khả năng tổ chức công việc của mình và của người khác, quản lý công việc nhóm, giải quyết vấn đề và mối quan hệ với khách hàng. Người này phải lịch sự và kiên nhẫn, có khả năng tự kiểm soát và quản lý mức độ căng thẳng, chú ý đến các chi tiết và có khả năng xử lý các khiếu nại của khách hàng.

Cuối cùng, người nắm vị trí này phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và vào cuối tuần.

3.4.2. Quản lý bộ phận lễ tân

Quản lý bộ phận sảnh hay Trưởng bộ phận tiếp tân hay Quản lý lễ tân có thể trực thuộc bộ phận Phòng ốc hoặc là một phòng ban riêng. Vị trí này sẽ báo cáo trực tiếp tới Quản lý Khách sạn nếu có bộ phận Lễ tân riêng hoặc báo cáo lên Quản lý bộ phận Phòng ốc nếu bộ phận này trực thuộc bộ phận Phòng Ốc.

Quản lý bộ phận sảnh sẽ là người chịu trách nhiệm cho tất cả các nghĩa vụ liên quan đến lễ tân và điều phối các hoạt động trong toàn bộ khu vực sảnh. Ngoài việc chào đón khách và cung cấp cho họ những thông tin và gợi ý về nơi ở, vị trí này cũng cần phải quản lý việc đặt phòng, tiếp nhận ý kiến than phiền và những hiểu nhầm có thể xảy ra hoặc những sai lầm của bộ phận tiếp



tân, và quản lý và điều phối các hoạt động của bộ phận Phòng Ốc nói chung. Cụ thể hơn, quản lý tiền sảnh là điểm tiếp xúc đầu tiên với khách hàng. Họ sẽ phải chào đón khách đến và hỗ trợ khách trong toàn bộ thời gian ở, quản lý danh sách khách đến và đi, cung cấp khách hàng với các thông tin đăng ký; và do đó, chịu trách nhiệm cho việc đặt phòng, kiểm tra còn chỗ và phân bổ chúng cho các khách đến. Họ cũng phải xử lý những than phiền và vấn đề khách gặp phải và những vấn đề khẩn cấp đồng thời thực thi những nghĩa vụ quản lý và kế toán như xuất hóa đơn và các hoạt động liên quan đến tiền mặt. Họ cũng phải quản lý và điều phối nhân viên phục vụ phòng, lên kế hoạch cho các bên liên quan phụ thuộc theo yêu cầu của đơn đặt phòng.

Người quản lý bộ phận lễ tân phải có kiến thức sâu sắc về các chính sách và thủ tục của bộ phận lễ tân nói chung và khách sạn, cũng như các dịch vụ mà khách sạn cung cấp. Người đó phải biết về công nghệ khách sạn, đặc biệt là từ góc độ quản lý, hành chính và kế toán.

Sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch hoặc quản trị kinh doanh thường giữ vị trí này. Sinh viên tốt nghiệp từ các trường cao đẳng về du lịch với nhiều kinh nghiệm cũng có thể được tuyển cho vị trí này. Để làm việc ở vị trí này, trước hết cần phải thạo về tiếng Anh (viết và nói), và một ngôn ngữ bổ trợ như tiếng Hàn, tiếng Trung hoặc tiếng Pháp là một lợi thế. Người này cũng cần có kỹ năng CNTT dưới góc độ một người dung phổ thông / chuyên gia trong việc sử dụng phần mềm cụ thể cho các hoạt động văn phòng như Opera.

Vị trí này cũng cần khả năng tổ chức công việc giữa người và người, kỹ năng làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và quan hệ với khách hàng. Người đó phải lịch sự và kiên nhẫn, có khả năng tự kiểm soát và quản lý căng thẳng, cần phải rất chính xác nhưng đồng thời cũng phải linh hoạt. Cuối cùng, người này phải có mặt để làm việc ngoài giờ, vào cuối tuần và theo ca.

3.3.3. Bộ phận Lễ Tân

Lễ tân là một bộ phận của Bộ phận Tiền sảnh. Đây là một nhân viên dưới sự chỉ đạo và giám sát của Giám đốc Bộ phận Tiền sảnh. Đây là một trong những vị trí chủ chốt không thể phủ nhận trong các khách sạn

Nhân viên Lễ tân đảm nhận việc chào đón khách hàng và đảm nhận tất cả các hoạt động tổ chức và hành chính liên quan đến bộ phận lễ tân theo cơ cấu của nơi mình làm việc làm việc. Bởi vậy, vị trí này ngoài việc chào đón khách và cung cấp cho họ những gợi ý và thông tin về nơi lưu trú, còn cần phải giải quyết việc quản lý đặt phòng, khiếu nại và hiểu lầm xảy ra hoặc được thông báo với lễ tân. Đặc biệt, Lễ tân điều phối và kiểm soát tiến độ chung của dịch vụ lễ tân và hướng dẫn, quản lý đặt phòng, sẵn sàng trả lời hoặc giải thích cho khách hàng, quản lý sổ đăng ký đến và đi, chào đón khách hàng, xử lý thủ tục nhận và trả phòng, thực hiện các thủ tục hành chính và kế toán như xuất hóa đơn và hoạt động liên quan đến tiền mặt (thu tiền, lưu



ký). Họ phải hỗ trợ khách hàng trong thời gian lưu trú, quản lý các khiếu nại và các vấn đề do khách hàng báo cáo, đồng thời cung cấp thông tin về các dịch vụ khác nhau được cung cấp bởi tổ chức và các sự kiện có thể tìm thấy trong khu vực (sự kiện văn hóa, hành trình du lịch, v.v.)

Vị trí này thường được đảm nhiệm bởi các cử nhân. Ưu tiên sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch, ngôn ngữ hoặc kinh doanh. Vị trí này có thể được đảm nhiệm bởi những cử nhân đã có kinh nghiệm trong lĩnh vực lễ tân. Ngoài bằng cấp, vị trí này cũng có thể được đào tạo qua rất nhiều khóa đào tạo và chuyên môn.

Nhân viên Lễ tân phải có kiến thức sâu rộng về các chính sách và thủ tục của bộ phận lễ tân và khách sạn nói chung, cũng như các dịch vụ được cung cấp bởi khách sạn nơi mình việc. Người đó phải có kiến thức tốt về khách sạn, đặc biệt là từ quan điểm quản lý, hành chính và kế toán. Họ cũng phải có kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực du lịch - khách sạn, địa điểm nơi mình làm việc, cũng như các kỹ thuật giao tiếp và bán hàng.

Vị trí này cũng cần phải thạo về tiếng Anh (viết và nói), và một ngôn ngữ khác (tùy theo nhóm đối tượng khách hàng của khách sạn) như tiếng Hàn, tiếng Trung, tiếng Pháp sẽ là một lợi thế. Người này cũng cần có kỹ năng CNTT dưới góc độ một người dung phổ thông / chuyên gia trong việc sử dụng phần mềm cụ thể cho các hoạt động văn phòng như Opera.

Đặc điểm đặc thù của vị trí này là khả năng quản lý và phát triển mối quan hệ với khách hàng, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm. Người đó phải lịch sự, trung thực và kiên nhẫn, có khả năng tự kiểm soát và quản lý căng thẳng, cần phải rất chính xác nhưng đồng thời cũng phải linh hoạt trong việc giải quyết vấn đề và xử lý các khiếu nại của khách hàng. Người này cần phải có nhiệt huyết và kỹ năng bán thêm. Họ cũng cần phải cởi mở, thân thiện và khéo léo khi trao đổi với khách hàng và phối hợp hoạt động với các bộ phận khác. Cuối cùng, họ phải có mặt để làm việc ngoài giờ, vào cuối tuần và theo ca.

Không thể phủ nhận là vị trí tiếp tân và nhân viên tiếp tân là những vị trí chính trong việc tiếp cận lĩnh vực khách sạn của những sinh viên mới tốt nghiệp.

3.3.4. Bộ phận phòng

Quản lý bộ phận phòng là một phần của bộ phận phòng ốc. Đây là nhân viên trực thuộc trực tiếp dưới sự quản lý và chỉ dẫn của quản lý bộ phận phòng ốc.

Quản lý bộ phận dọn phòng có nhiệm vụ điều phối khu vực buồng phòng và quản lý nhóm phụ trách việc dọn dẹp, chiếu đãi ở các tầng và được phân công phụ trách các diện tích chung của



khách sạn. Do đó, vị trí này phải đảm bảo rằng du khách sẽ có một kỳ nghỉ vui vẻ, luôn tận hưởng sự thoải mái tối đa và có thể tin tưởng vào sự sạch sẽ và hoàn hảo trong tất cả các phòng của khách sạn dựa theo các tiêu chuẩn chất lượng của ban quản lý. Đặc biệt, Quản lý bộ phận dọn phòng quản lý nhân viên phụ trách cho việc lên kế hoạch, và phải phân ca, phân vai sao cho đúng số lượng người thực hiện từng công việc vào những thời điểm thích hợp. Họ phải xác định và quản lý việc chuẩn bị cho các phòng và lên kế hoạch cho các biện pháp can thiệp bảo trì thông thường và đột xuất trong các môi trường khác nhau của khả năng của mình. Người này cũng phải chịu trách nhiệm về việc mua các sản phẩm làm sạch và mối quan hệ với các nhà cung cấp, cũng như đối với hoạt động chính xác của các dịch vụ giặt là, khâu vá và phòng để quần áo bao gồm cả việc kiểm soát và quản lý chi phí của bộ phận. Họ cần huấn luyện các báo cáo chi tiết dành cho ban giám đốc liên quan đến việc quản lý chi phí và cách tối ưu hóa chúng khi cần thiết và đào tạo cho nhân viên nắm vững các phương pháp và công cụ nhằm đảm bảo sự thoải mái và sạch sẽ tối đa cho khách và đạt hiệu quả tối ưu cho tổ chức, tạo ra và duy trì sự cộng hưởng giữa bộ phận của mình và các bộ phận khác của tổ chức, đặc biệt là với bộ phận tiền sảnh, bộ phận cần tới sự hiểu biết hoàn hảo giữa cả hai bên. Cử nhân thường nắm giữ vị trí này, nhưng chuyên ngành du lịch hoặc khách sạn sẽ có lợi thế hơn. Vị trí này yêu cầu kinh nghiệm dày dặn trong các hoạt động dọn phòng. Ngoài bằng cấp, vị trí này cũng có thể được đào tạo qua rất nhiều khóa đào tạo và chuyên môn. Tuy nhiên, với vị trí này, bất kể ngành học, cần phải được học hỏi qua thực hành, trước hết qua đảm nhiệm các vai trò thực hành, và sau đó đảm nhiệm trách nhiệm quản lý các dịch vụ riêng lẻ của tổ chức.

Quản lý bộ phận dọn phòng phải nắm rõ toàn bộ các kiến thức về các bộ phận khác và toàn bộ khách sạn, cũng như về tiêu chuẩn chất lượng của Ban quản lý. Họ phải nắm rõ các quy trình và kỹ thuật cụ thể để quản lý và vận hành buồng phòng và các phòng khác của khách sạn, không chỉ liên quan đến các khía cạnh liên quan đến tiện nghi và vệ sinh mà còn liên quan đến việc tối ưu hóa chi phí và thời gian. Đội ngũ nhân viên phải nắm rõ các đặc tính của sản phẩm tẩy rửa để lựa chọn sản phẩm tốt nhất, tối ưu thời gian, chi phí và bảo quản bề mặt sẽ sử dụng. Do đó, họ cũng cần có hiểu biết về kế toán và điều hành để quản lý ngân sách. Người này cũng phải có các kiến thức cơ bản về trang trí nội thất và hoa để mang đến cho khách một bầu không khí độc đáo và luôn chào đón. Phải có kiến thức tuyệt vời về các kỹ thuật chính trong quản lý nhân sự và lập kế hoạch cũng như tổ chức công việc.

Cho vị trí này, kiến thức tiếng Anh (viết và nói) là đủ, nhưng họ cần phải có kỹ năng sử dụng máy tính dưới dạng người dùng phổ thông.

Đặc thù của vị trí này yêu cầu khả năng điều phối công việc giữa người với người, kỹ năng làm



việc nhóm, giải quyết vấn đề. Họ phải kiên nhẫn, trung thực, có khả năng kiểm soát và quản lý căng thẳng, chú ý đến các chi tiết và nhanh chóng trong xử lý công việc. Có óc sáng tạo và gu thẩm mỹ tốt sẽ là một lợi thế. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc sau giờ làm và vào cuối tuần.

3.3.5. Quản lý thực phẩm và đồ uống

Quản lý Đồ ăn & Đồ uống làm việc dưới sự chỉ đạo và giám sát của Quản lý khách sạn.

Quản lý Thực phẩm & Đồ uống điều phối và giám sát tất cả các hoạt động liên quan đến dịch vụ ăn uống của khách sạn. Do đó, vị trí này sẽ lập kế hoạch ngân sách, lo việc cung cấp nguyên liệu, quản lý nhân viên và kiểm soát chất lượng của thực phẩm và đồ uống. Mục đích của họ là quản lý chi phí kinh doanh nhà hàng một cách hiệu quả và phục vụ khách hàng sao cho phù hợp với hình ảnh và danh tiếng của nhà hàng. Cụ thể, quản lý Thực phẩm & Đồ uống lên kế hoạch cho độ hiệu quả kinh tế, xác định ngân sách và ước tính các nguồn lực kinh tế cần thiết cho việc cung cấp thực phẩm và đồ uống. Họ phải phối hợp với đầu bếp và chuyên gia tư vấn rượu vang để chọn sản phẩm, nhà cung cấp, món ăn và rượu vang đưa vào thực đơn. Họ cần đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn trong chế biến món ăn, bảo quản đồ ăn thức uống và phục vụ bàn. Xác minh rằng các quy trình làm sạch và vệ sinh bàn làm việc và thiết bị nhà bếp được thực hiện một cách chính xác và thường xuyên. Họ cũng quản lý hàng tồn kho, xác minh số lượng và ngày hết hạn, phân tích doanh thu kho hàng và đặt hàng từ nhà cung cấp dựa trên yêu cầu của đầu bếp và nhu cầu sử dụng thực tế của sản phẩm. Người này cần đảm nhận việc quản lý nhân viên bếp nhà hàng và phòng bar, đảm bảo đủ nhân viên cho các hoạt động hàng ngày, điều phối các bộ phận khác nhau và quản lý, phân công nhiệm vụ ca làm việc và người thay thế. Họ sẽ tổ chức các sự kiện không chuyên như tiệc tự chọn, cuộc họp, hội nghị, bữa tối theo chủ đề, v.v. Cuối cùng, họ cũng phải xử lý các báo cáo hàng tuần về hoạt động của nhà hàng để trình bày cho ban quản lý (doanh thu, chỗ ngồi, người tham gia các sự kiện, v.v.) và giám sát hiệu suất hàng tháng bằng cách phân tích các sai lệch so với ngân sách.

Vị trí này thường yêu cầu tốt nghiệp đại học hoặc cao đẳng nhưng sẽ ưu tiên những người có chứng chỉ nghề. Ngoài bằng cấp, vị trí này cũng có thể được đào tạo qua rất nhiều khóa đào tạo và chuyên môn. Tuy nhiên, cần phải nói rằng vị trí này không phụ thuộc vào ngành học mà cần phải được học hỏi qua thực hành, trước hết qua đảm nhiệm các vai trò thực hành, và sau đó đảm nhiệm trách nhiệm quản lý các dịch vụ riêng lẻ của tổ chức.

Quản lý Thực phẩm & Đồ uống phải có kiến thức tốt về hoạt động của một nhà hàng, các bộ phận cấu thành nên nó (sảnh, bếp, quầy bar) và các tiêu chuẩn chất lượng mà ban quản lý đặt



ra. Họ cần phải hiểu thị trường ăn uống, thị trường của các nhà cung cấp và cung cấp dịch vụ ăn uống của lãnh thổ. Họ cần phải biết các đặc điểm cảm quan của thực phẩm và đồ uống và cách bảo quản chúng. Người này cũng cần có kiến thức tốt trong quản lý nhân sự, lên kế hoạch và tổ chức công việc. Cuối cùng, họ cần nắm rõ các quy định về sức khỏe, vệ sinh và an toàn, cũng như các khía cạnh trong hợp đồng và luật lao động.

Vị trí này cần có kiến thức tiếng Anh tốt (viết và nói), Họ cũng cần thông thạo trong việc sử dụng máy tính và phần mềm quản lý khách sạn.

Vị trí này yêu cầu khả năng phát triển mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp, làm việc hiệu quả theo nhóm, giải quyết vấn đề. Khả năng thuyết trình và kỹ năng bán thêm sẽ là một lợi thế. Họ cần phải lịch sự và kiên nhẫn, có khả năng kiểm soát và quản lý căng thẳng, chính xác, chú ý đến các chi tiết và suy nghĩ linh hoạt. Khả năng sáng tạo, có nhiệt huyết, và quan tâm đến từng khách hàng cá nhân để cung cấp chất lượng dịch vụ cao hơn. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc sau giờ làm và vào cuối tuần.

3.3.6. Nhân viên đặt phòng

Nhân viên đặt phòng nhận yêu cầu đặt phòng từ khách, đại lý du lịch và mạng lưới giới thiệu thông qua các nền tảng giao tiếp khác nhau. Nhiệm vụ chính của vị trí này bao gồm thực hiện các thủ tục đặt phòng của khách sạn và cập nhật và duy trì hồ sơ đặt phòng sau xác nhận đặt phòng của khách. Ngoài ra, nhân viên đặt phòng còn thực hiện các yêu cầu đặt phòng của khách hàng, xác minh thông tin khách hàng và các phương án thanh toán, giao phòng và trả lời khách hàng bằng email hoặc thư xác nhận. Nhân viên Đặt phòng cũng chịu trách nhiệm theo dõi tình trạng phòng trống và dự báo doanh thu và công suất phòng. Người đó nên biết các loại phòng và các gói có sẵn. Họ cũng cập nhật tình trạng phòng trống thông qua các kênh phân phối (OTA, đặt phòng qua web) và tuân thủ các chính sách đảm bảo chất lượng.

Vị trí này thường yêu cầu sinh viên tốt nghiệp đại học hoặc cao đẳng, nhưng ưu tiên các chuyên ngành du lịch, quản trị kinh doanh hoặc ngôn ngữ.

Vị trí này cần có hiểu biết tốt về tiếng Anh (viết và nói). Họ cần phải có kỹ năng máy tính tốt để sử dụng hệ thống máy tính cụ thể ở tiền sảnh khách sạn.

Vị trí này yêu cầu khả năng phát triển mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp, làm việc hiệu quả theo nhóm, giải quyết vấn đề. Khả năng thuyết trình và kỹ năng bán thêm sẽ là một lợi thế. Họ cần phải lịch sự và kiên nhẫn, có khả năng kiểm soát và quản lý căng thẳng, chính xác,



chú ý đến các chi tiết và suy nghĩ linh hoạt. Khả năng sáng tạo, có nhiệt huyết, và quan tâm đến từng khách hàng cá nhân để cung cấp chất lượng dịch vụ cao hơn. Cần có kỹ năng phân tích dữ liệu. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc sau giờ làm và vào cuối tuần.

3.3.7. Quản lý/ Giám đốc tiếp thị

Giám đốc tiếp thị sẽ thuộc bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị dưới sự giám sát của Tổng giám đốc Kinh doanh và Tiếp thị. Vị trí này cũng có thể bao gồm các phương tiện truyền thông và mạng truyền thông trong khách sạn. Giám đốc tiếp thị phải hiểu rõ nhu cầu của khách hàng để đảm bảo khách hàng sẽ hài lòng với cơ sở vật chất và dịch vụ. Trách nhiệm của giám đốc tiếp thị bao gồm quảng bá thương hiệu và dịch vụ của khách sạn, nghiên cứu thị trường, điều phối nhân viên tiếp thị trong việc phát triển các chiến dịch tiếp thị và xúc tiến, tuân theo các chiến lược kinh doanh của khách sạn và quản lý mối quan hệ với các đại lý và đối tác. Họ nên tập trung vào các yếu tố giúp tối đa hóa nhận thức của khách hàng, xây dựng mối quan hệ với khách hàng và quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng. Các nhiệm vụ chi tiết bao gồm nghiên cứu thị trường về nhận diện thương hiệu khách sạn, phát triển và thực hiện kế hoạch tiếp thị, thiết kế tài liệu tiếp thị, viết nội dung cho các hoạt động tiếp thị, đề xuất và thực hiện quảng cáo và PR với các nhà cung cấp, quản lý các kênh truyền thông xã hội, cập nhật thông tin và phản hồi các thắc mắc của khách hàng, tiếp thị qua email, SMS, SEO, quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng, trang web của khách sạn, chuẩn bị dữ liệu phân tích và dự báo thị trường. Vị trí này thường yêu cầu cử nhân, ưu tiên chuyên ngành marketing.

Vị trí này yêu cầu hiểu biết tốt về tiếng Anh (viết và nói). Họ cần phải có kỹ năng máy tính tốt để sử dụng các phần mềm đặc biệt cho mạng xã hội và truyền thông (thiết kế, viết nội dung, v.v.).

Vị trí này yêu cầu khả năng phát triển mối quan hệ với khách hàng, khả năng tổ chức công việc của một người và của những người khác, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề. Họ cũng cần có kỹ năng báo cáo, viết và trình bày. Các kỹ năng bổ sung về viết và thiết kế nội dung cũng cần thiết. Người này cần phải có khả năng tự chủ, đặc biệt là trong các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo, linh hoạt và thích ứng với sự thay đổi của môi trường và thị trường. Yêu cầu cao về tính sáng tạo. Họ ta phải sở hữu cả một tư duy phân tích và trù tượng. Bên cạnh đó, khả năng tự động viên và nghị lực là điều quan trọng. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và vào cuối tuần.

3.3.8. Giám đốc Kinh doanh



Giám đốc kinh doanh làm việc trong bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị dưới sự giám sát của Tổng giám đốc Kinh doanh và Tiếp thị. Các khách sạn lớn phụ thuộc vào các vị trí này để xử lý các phân khúc khác nhau, bao gồm các chức vụ như giám đốc kinh doanh - du lịch và thương mại, giám đốc kinh doanh - tài khoản công ty, sự kiện và tiệc. Giám đốc kinh doanh giám sát các hoạt động thu hút khách hàng, bán dịch vụ khách sạn cho khách hàng, xác định khách hàng tiềm năng và phát triển thị trường mới cho dịch vụ khách sạn. Giám đốc kinh doanh khách sạn lập danh sách khách hàng tiềm năng và gọi điện hoặc sắp xếp các cuộc họp để xác định nhu cầu và yêu cầu của khách hàng. Họ chuẩn bị và trình bày các đề xuất bán hàng cho khách hàng tiềm năng, nêu bật các tính năng, chất lượng dịch vụ khách sạn và giá cả đi kèm. Họ tiến hành thương lượng giá cả với khách hàng, xử lý và tạo điều kiện thuận lợi cho các yêu cầu của khách hàng, điều phối và tổ chức các sự kiện, đồng thời hỗ trợ khách hàng lựa chọn các dịch vụ phù hợp. Giám đốc kinh doanh cũng giám sát cả việc đặt phòng và đặt chỗ trước, phối hợp với các nhân viên khác của khách sạn để đảm bảo chất lượng dịch vụ khách hàng, đồng thời phản hồi và giải quyết các vấn đề do khách hàng đặt ra. Họ duy trì liên hệ với khách hàng để nhận phản hồi và xác định các cơ hội kinh doanh tiềm năng trong tương lai. Họ cũng thiết lập ngân sách hàng năm và thực hiện các chiến lược để đạt được các mục tiêu.

Vị trí này thường yêu cầu cử nhân tốt nghiệp và ưu tiên chuyên ngành quản trị kinh doanh, du lịch & khách sạn hoặc tiếp thị.

Vị trí này yêu cầu kiến thức tốt về tiếng Anh (viết và nói). Họ cũng cần kỹ năng máy tính tốt, chủ yếu là với các ứng dụng văn phòng.

Vị trí này cần phải phát triển mối quan hệ với khách hàng, khả năng tổ chức công việc giữa người với người, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề. Họ cần các kỹ năng báo cáo, viết và trình bày. Họ cũng cần có đủ kỹ năng để chốt các thương vụ và có kỹ năng giao tiếp đủ tốt để giao tiếp với khách hàng. Họ cần phải có khả năng tự chủ, cụ thể, đặc biệt là giao dịch với các khách VIP, linh hoạt và sáng tạo. Người này cũng cần phải sở hữu tư duy phân tích và trù tuợng. Ngoài ra, khả năng tự động viên và nghị lực là điều quan trọng. Họ phải luôn trông lịch sự và chuyên nghiệp. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ, vào cuối tuần và đi công tác.

3.3.9. Nhân viên quan hệ khách hàng

Nhân viên quan hệ khách hàng là một phần của bộ phận tiền sảnh. Đây là vị trí dưới sự chỉ đạo và giám sát của Giám đốc Bộ phận Tiền sảnh. Nhân viên quan hệ khách hàng đóng vai trò là đầu mối liên lạc trung tâm của khách và đảm bảo dịch vụ khách sạn ở mức cao nhất. Nhiệm vụ của vị trí này bao gồm chào hỏi khách, cung cấp thông tin hữu ích về khách sạn và các dịch vụ,



giúp khách sắp xếp việc đi lại, giải quyết các phàn nàn của khách, phản hồi các thắc mắc của khách một cách kịp thời và hiệu quả.

Vị trí này yêu cầu cử nhân, ưu tiên chuyên ngành du lịch & khách sạn. Vị trí này đòi hỏi kinh nghiệm và sự hiểu biết tường tận về hoạt động và vận hành của khách sạn.

Vị trí này cần khả năng tiếng Anh tốt (viết và nói). Họ cũng cần có kỹ năng tốt trong việc sử dụng phần mềm cụ thể cho các hoạt động văn phòng như Opera.

Vị trí này yêu cầu khả năng phát triển mối quan hệ mạnh mẽ với khách hàng và kỹ năng giải quyết vấn đề xuất sắc. Họ phải có khả năng tự chủ, nhạy bén, khéo léo và tế nhị trong quan hệ với khách. Cuối cùng, họ phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và vào cuối tuần

4. Cơ quan Du lịch và Lữ hành

4.1. Tổng quan về ngành du lịch và lữ hành

Theo Luật Du lịch (Luật số 09/2017/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2017), kinh doanh du lịch bao gồm kinh doanh dịch vụ lữ hành, vận chuyển khách du lịch, lưu trú du lịch và các dịch vụ du lịch khác, bao gồm dịch vụ ăn uống, dịch vụ mua sắm, dịch vụ thể thao, dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ chăm sóc sức khỏe và các dịch vụ khác có liên quan được cung cấp cho khách du lịch. Cụ thể hơn, phạm vi kinh doanh dịch vụ lữ hành đã được quy định tại khoản 1 Điều 30 Luật Du lịch (Luật Du lịch năm 2017), bao gồm:

- Cung cấp các tour du lịch trong nước cho khách du lịch trong nước
- Cung cấp các tour du lịch quốc tế cho khách du lịch trong và ngoài nước
- Nhà cung cấp dịch vụ lữ hành quốc tế đã được phép cung cấp các tour du lịch quốc tế và nội địa
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được cung cấp các tour du lịch quốc tế cho khách du lịch trong nước trừ trường hợp điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên có quy định khác.

Để doanh nghiệp được hoạt động như một nhà cung cấp dịch vụ du lịch, doanh nghiệp đó cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của Luật Doanh nghiệp;
- Doanh nghiệp phải gửi vào ngân hàng số tiền tối thiểu cần thiết;
- Người phụ trách kinh doanh dịch vụ du lịch phải có bằng trung cấp trở lên chuyên



ngành du lịch. Trường hợp có bằng cao đẳng trở lên thuộc chuyên ngành khác thì phải có chứng chỉ bồi dưỡng nghiệp vụ điều hành tua du lịch trong nước và (hoặc) quốc tế.

Ngoài ra, danh mục các chuyên ngành đào tạo chuyên ngành kinh doanh dịch vụ lữ hành đã được quy định tại khoản 3, chương 1, Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL và được mở rộng thêm theo Luật Du lịch (Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL, 2017). Các chuyên ngành bao gồm:

- Quản lý khách sạn và du lịch
- Sự quản lý du lịch
- Điều hành chuyến tham quan
- Tiếp thị Du lịch
- Du lịch
- Du lịch và Du lịch
- Quản lý kinh doanh du lịch
- Văn bằng của cơ sở giáo dục nước ngoài phải được Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội công nhận.

Ngoài quy định của Pháp luật, các cơ quan du lịch và lữ hành vẫn nằm trong danh mục doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch. Trong danh mục này có hai loại hình công ty chính: công ty lữ hành và đại lý du lịch.

- Công ty lữ hành: chịu trách nhiệm về tất cả các dịch vụ du lịch bao gồm trong kỳ nghỉ trọn gói, ngay cả khi các nhà cung cấp khác cung cấp một phần dịch vụ. Tùy thuộc vào hợp đồng giữa công ty lữ hành và khách hàng mà trách nhiệm của công ty lữ hành đối với dịch vụ của họ sẽ được quy định. Công việc chính của nhà điều hành tour du lịch là tổng hợp các kỳ nghỉ trọn gói và bán các dịch vụ du lịch khác liên quan đến trọn gói. Nhà điều hành tour có thể bán gói hàng trực tiếp cho người tiêu dùng hoặc sử dụng dịch vụ của một đại lý du lịch để làm việc đó. Các nhà điều hành tour du lịch có thể được chia thành các dịch vụ đến và (hoặc) đi, các dịch vụ trong nước và (hoặc) quốc tế.
- Đại lý du lịch: là đại lý bán các kỳ nghỉ trọn gói và các chuyến du lịch được cung cấp bởi các doanh nghiệp khác như công ty lữ hành, khách sạn, hãng hàng không, v.v. Về lý thuyết, các đại lý du lịch thường không thiết kế hoặc tạo ra các kỳ nghỉ trọn gói mà các đại lý đó bán. Không giống như nhà điều hành tour du lịch, các đại lý du lịch không hoạt động với tư cách là Nhà điều hành. Điều đó có nghĩa là các công ty lữ hành chịu trách nhiệm về các kỳ nghỉ trọn gói trong khi đại lý du lịch thì không. Đại lý du lịch cũng có thể có các điều khoản kinh doanh bao gồm cách thức thực hiện đặt phòng và các thông tin liên quan khác. Các đại lý du lịch có thể được phân loại dựa trên quy mô dịch vụ, bao gồm cả bán buôn và bán lẻ. Đại lý cũng có thể được phân loại dựa trên mối quan hệ với chủ sở hữu, bao gồm cả tổng đại lý hoặc đại lý độc



quyền.

Ở Việt Nam, công bằng mà nói, sự khác biệt giữa công ty lữ hành và đại lý du lịch đang bị xóa nhòa. Nhiều đại lý du lịch cũng tạo ra các sản phẩm du lịch của họ. Khi kết hợp các gói, các công ty lữ hành làm đại lý cho các nhà cung cấp dịch vụ du lịch khác. Ngoài ra, sự phát triển của Công nghệ thông tin cùng với tác động đáng kể của đại dịch COVID-19 đã định hình các dịch vụ du lịch theo xu hướng mới (Tương lai của ngành Du lịch năm 2022 | 10 Điều Công ty Du lịch Cần Chuẩn bị, n.d.), bao gồm:

- Khoảng cách giữa các khách hàng khi du lịch: Mặc dù nhiều chính phủ đã dỡ bỏ hạn chế đi lại, COVID-19 vẫn sẽ còn hoành hành trong nhiều năm tiếp tới. Nhiều khách du lịch sẽ đề phòng bằng cách tránh xa đám đông. Các công ty lữ hành phải sáng tạo hơn trong việc làm yên lòng người tiêu dùng khi tận hưởng chuyến đi của họ.
- Mong muốn liên tục đi du lịch trong "bong bóng": Tương tự như yếu tố về khoảng cách giữa các khách hàng, nhiều du khách muốn giảm nguy cơ lan nhiễm COVID-19 bằng cách đi du lịch theo những nhóm nhỏ. Đây là thách thức đối với các công ty lữ hành và đại lý du lịch để tạo ra các gói phù hợp cho những người đi du lịch theo nhóm nhỏ hoặc thậm chí là cá nhân.
- Sự gia tăng của các FIT (khách du lịch độc lập tự do): Khách du lịch FIT là những người tự lên kế hoạch cho chuyến đi của mình và đi theo lịch trình của riêng họ. Với việc dễ dàng sử dụng Internet để nghiên cứu và đặt chỗ cho chuyến du lịch của mình, khách du lịch FIT có thể linh hoạt với kế hoạch du lịch của bản thân. Đây cũng là cơ hội để các công ty lữ hành, đại lý du lịch kết nối với người tiêu dùng với sự hỗ trợ của công nghệ thông tin.
- Giữ mối liên hệ trước và trong khi du lịch: Du khách sẽ thận trọng để tránh mất cảnh giác vì tất cả đều hiểu rõ điều gì có thể xảy ra trong một trận đại dịch và mọi thứ có thể thay đổi nhanh chóng như thế nào mà không cần báo trước. Công ty lữ hành phải liên tục thông báo cho khách hàng về bất kỳ sự thay đổi nào đối với những kế hoạch đã đề ra. Bất kỳ thông tin nào công ty có thể cung cấp cho khách hàng trước khi hành trình của họ, chẳng hạn như việc thắt chặt hoặc nới lỏng các quy định gần đây nhất tại điểm đến của khách hàng, sẽ được đánh giá cao vì nó sẽ giúp khách hàng cảm thấy sẵn sàng và được cập nhật thông tin. Tâm trí của khách hàng có thể thoải mái khi nhận được email báo trước chuyến đi từ nhà điều hành tour của họ, cải thiện sự đánh giá cao của khách hàng đối với dịch vụ và việc đề tâm tới những điều nhỏ nhặt nhất của công ty.
- Việc phục hồi các hoạt động công tác: Theo báo cáo của McKinsey, vào năm 2020, tổng chi phí đi công tác toàn cầu đã giảm 52%. Đại dịch COVID-19 đã dẫn đến sự gia tăng của hội nghị trực tuyến và sự phổ biến ngày càng tăng của các hình thức làm việc tại nhà. Tuy nhiên, việc dỡ bỏ lệnh cấm đi lại ở nhiều quốc gia và sự phát triển của các loại vắc-xin tốt đã làm tăng khả năng phục hồi cho các hoạt động du lịch của các công ty. Nhiều doanh nghiệp vẫn



muốn đi di chuyển để duy trì mối quan hệ với khách hàng vì những cuộc gặp trực tiếp vẫn rất quan trọng đối với nhiều doanh nghiệp.

- Loại khách du lịch “giải trí” mới: Sự phát triển của các công cụ cộng tác trực tuyến, điện toán đám mây và các đổi mới kỹ thuật số khác đã tạo cơ hội cho mọi người làm việc mọi lúc, mọi nơi. Khái niệm du khách giải trí liên quan đến những người kết hợp công việc và giải trí trong chuyến đi của họ do tính linh hoạt trong công việc của họ.
- Đánh giá lại về điểm đến: Việt Nam có thể được coi là một trong những quốc gia quản lý tốt đại dịch và tiếp tục thúc đẩy để đạt được tỷ lệ tiêm chủng cao. Đối với khách du lịch, Việt Nam có thể khiến họ cảm thấy an toàn hơn so với các điểm đến khác.
- Những thay đổi về cách mọi người đi du lịch – và về khoảng cách du lịch: Việc lựa chọn phương tiện đi lại không chỉ dựa trên tốc độ mà mọi người có thể đến điểm đến. Ngày nay, người ta cũng quan tâm đến trải nghiệm sử dụng các phương tiện giao thông khác nhau. Ví dụ, nhiều người có thể vẫn còn lo lắng về việc đi máy bay, vì vậy hãy tìm kiếm nhu cầu tiếp tục về "du lịch thấp", chẳng hạn như đi lại bằng đường bộ và đường sắt. Ngay cả những khách hàng sẵn sàng bay đến điểm đến của họ cũng có thể muốn chọn du lịch mặt đất để có thể đi xa hơn, mở cửa sổ hóng gió, nghỉ ngơi bên ngoài, v.v.
- Các mảng mới nổi và hiện có: Các mảng này bao gồm du lịch đoàn tụ, du lịch hoài niệm và du lịch mạo hiểm.
- Cách mọi người đặt chuyến du lịch: Với sự phát triển của các đổi mới kỹ thuật số, có nhiều cách để kết nối doanh nghiệp và người tiêu dùng. Điều quan trọng là các công ty dịch vụ du lịch phải phát triển hệ thống của mình để tiếp cận người tiêu dùng một cách hiệu quả. Các công ty du lịch sẽ cần hệ thống và quy trình đặt phòng tốt để đối phó với lượng đặt cao.

4.2. Thực trạng công nghiệp du lịch của Việt Nam

Năm 2019, Việt Nam đạt kỷ lục 18 triệu lượt khách nước ngoài và 85 triệu lượt khách nội địa. Tổng thu từ du lịch đạt khoảng 755 nghìn tỷ đồng, bằng 9,2% GDP (Tổng cục Du lịch, 2020). Tuy nhiên, đại dịch COVID-19 đã làm chậm lại đáng kể xu hướng phát triển của ngành du lịch. Như trong bảng dưới đây, số lượng du khách (cả trong nước và quốc tế) đã giảm đáng kể do lệnh cấm du lịch giữa các quốc gia và trong nước.

Bảng 12: Số lượng khách và doanh thu từ du lịch⁴

Năm	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Du khách nước ngoài	12,697.4	13,747.3	14,957.5	17,318.9	7,213.9	2,550.2
Khách nội địa	117,037.8	132,837.9	144,683.1	162,046.6	78,083.8	48,949.9
Tổng số khách sử dụng dịch vụ du lịch	13,651.0	15,173.0	16,966.0	18,366.3	8,397.8	3,426.5

⁴ Số liệu thu thập từ Tổng cục Thống kê Việt Nam (Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2022)



<i>Khách nước ngoài (sử dụng dịch vụ du lịch)</i>	3,584.5	4,556.4	5,125.9	5,730.3	2,520.4	217.1
<i>Khách nội địa (sử dụng dịch vụ du lịch)</i>	9,477.6	9,918.4	11,062.2	11,791.2	5,789.4	3,206.9
<i>Khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài</i>	588.8	698.3	777.9	844.8	88.0	2.5
<i>Tổng doanh thu (cả nước)</i>	32,530.3	36,111.8	40,371.2	44,669.9	16,492.0	6,596.2
<i>Tổng doanh thu (khu vực Hà Nội)</i>	8,065.30	8,465.80	9,273.70	10,145.50	5,184.40	2,846.20

Bảng 13: Phân bổ lượng khách nước ngoài đến Việt Nam năm 2019⁵

Quốc tịch du khách	Số lượng khách (nghìn lượt)	So với năm 2018 (%)
Trung quốc	5,806	16.9
Hàn Quốc	4,291	23.1
Nhật Bản	952	15.2
Đài Loan	927	29.8
Mỹ	746	8.6
Nga	647	6.6
Malaysia	606	12.2
Thái	510	45.9
Úc	384	-0.9
Anh	315	5.7
Singapore	309	7.9
Pháp	288	2.9
Campuchia	228	12.3
Đức	227	6.0
Philippines	179	18.2
Ấn độ	169	27.7
Canada	159	6.4
Indonesia	107	21.3

Năm 2022, với việc dỡ bỏ lệnh cấm du lịch ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam, ngành du lịch đã bắt đầu có dấu hiệu phục hồi. Tỷ lệ tiêm chủng 82,3% dân số (tính đến ngày 14/8/2022) (Bộ Y tế, 2022) và quyết định của Chính phủ mở cửa hoàn toàn du lịch quốc tế từ ngày 15/3, tức 6 tháng đầu năm 2022 đã cho thấy những tín hiệu tích cực cho ngành công nghiệp du lịch. Theo số liệu của Cục Thống kê, Việt Nam đã đón 602 nghìn lượt khách quốc tế, tăng 582,2% so với 6 tháng đầu năm 2021 (Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2022). Ngoài ra, Tổng cục Du lịch đã thống kê 60,8 triệu lượt khách nội địa trong sáu tháng đầu năm 2022 (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2022).

4.2.1. Những đơn vị và nhân sự địa phương

Từ năm 2020 đến năm 2021, ngành du lịch Việt Nam đã trải qua một cuộc khủng hoảng lớn.

⁵ Niên giám Du lịch Việt Nam 2019 (Tổng cục Du lịch, 2020)



Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, hơn 300 công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế đã nộp đơn xin thu hồi giấy phép và 90% doanh nghiệp du lịch đã phải đóng cửa (Van Dinh, 2021).

Bảng 14: Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch và lữ hành⁶

<i>Năm</i>	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Số lượng đại lý du lịch, công ty lữ hành và các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ khác</i>	5,236	5,882	6,428	7,271	7,306
<i>Số lượng đại lý du lịch quốc tế</i>				2,667	2,519

Bảng 15: Số lượng doanh nghiệp đăng ký mới và hoạt động trở lại⁷

<i>Số lượng doanh nghiệp</i>	Tổng	Loại hình kinh doanh		
		<i>Khách sạn; Dịch vụ ăn uống</i>	<i>Dịch vụ lao động, du lịch</i>	<i>Giải trí, Nghệ thuật</i>
<i>Đăng ký mới</i>	55,842	3,065	3,902	483
<i>Doanh nghiệp hoạt động trở lại</i>	29,653	2,362	2,215	344
<i>Thay đổi so với những năm trước</i>				
<i>Đăng ký mới</i>	16.8	27.7	23.4	4.5
<i>Doanh nghiệp hoạt động trở lại</i>	63.1	63.5	50.5	53.6

Sáu tháng đầu năm 2022, hoạt động kinh doanh du lịch (bao gồm cả đại lý du lịch) đã tăng lên. Tính đến tháng 12 năm 2021, Chính phủ đã bắt đầu hỗ trợ ngành du lịch bằng cách giảm lệ phí đăng ký kinh doanh dịch vụ lữ hành (562 doanh nghiệp đã được giảm phí). Ngoài ra, đã có 15.792 hồ sơ đăng ký hướng dẫn viên du lịch được hỗ trợ kinh phí với tổng số tiền hỗ trợ là 58 tỷ đồng (Trung Khanh, 2022). Bảng trên cho thấy dấu hiệu phục hồi tích cực hơn về số lượng doanh nghiệp đăng ký mới hoặc hoạt động trở lại.

Tại khu vực Hà Nội, số lượng các công ty du lịch cũng không ngừng tăng lên. Theo trang web của Sở Du lịch Hà Nội, hiện có 1.041 công ty lữ hành quốc tế và 191 công ty lữ hành nội địa (Sở Du lịch Hà Nội, 2022a, 2022b). Trong số các công ty này, 64 công ty được niêm yết sau tháng 9 năm 2021, khi Việt Nam chấm dứt chính sách giãn cách xã hội.

4.2.2. Nhu cầu về lao động

Theo Tổng cục Du lịch, năm 2019, ngành du lịch cần khoảng 40.000 lao động. Tuy nhiên, số sinh viên tốt nghiệp từ các cơ sở Du lịch chỉ có 15.000 người, với khoảng 12% có bằng đại học hoặc cử nhân. Trong 1,3 triệu lao động làm việc trong lĩnh vực du lịch, chỉ có 42% tổng số lao động được đào tạo chuyên ngành du lịch; 38% tổng số nhân viên đến từ các lĩnh vực khác và 20% chưa được đào tạo bài bản. (Nam, 2019; van Dinh, 2021)

⁶ Tổng cục Thống kê Việt Nam (General Statistics of Vietnam, 2022)

⁷ Cơ quan Quản lý đăng ký kinh doanh



Năm 2020, các doanh nghiệp du lịch đã giảm từ 70% đến 80% lao động. Năm 2021, tỷ lệ việc làm toàn thời gian đạt xấp xỉ 25% so với năm 2020. Nguồn nhân lực ngành du lịch gặp nhiều khó khăn, với 30% lao động chấm dứt hợp đồng lao động và 35% tạm thời rút khỏi ngành (Nam, 2019). Nhiều nhân viên, bao gồm cả những người có thâm niên, đã bị buộc phải đổi việc. Đại dịch COVID-19 cũng đã tác động tiêu cực đến số lượng sinh viên đăng ký vào các chuyên ngành du lịch và khách sạn, với tỷ lệ tuyển dụng chỉ đạt từ 75% đến 80% so với chỉ tiêu.

Với sự phục hồi của ngành du lịch và Quy hoạch phát triển du lịch - Tầm nhìn đến năm 2030 của Chính phủ, ngành du lịch dự kiến sẽ tạo ra từ 5,5 đến 6 triệu việc làm với 2 triệu việc làm trực tiếp vào năm 2025 (Trung Khanh, 2022). Để đạt được mục tiêu đầy tham vọng này là một thách thức lớn đối với các Cơ quan Chính phủ, các doanh nghiệp, nhà cung cấp dịch vụ giáo dục, v.v.

4.3. Thực Trạng

Trong phần này, chúng tôi sẽ trình bày kết quả của cuộc khảo sát trên web (CAWI) và cuộc phỏng vấn trực tiếp (FAF) được thực hiện tại các đại lý du lịch và lữ hành ở Hà Nội mà chúng tôi đã có hoặc có thể nhận được email phản hồi và qua điện thoại. Đặc biệt, chúng tôi sẽ báo cáo một số dữ liệu liên quan đến đặc điểm của nhân viên và hiệu quả hoạt động của các công ty du lịch, đặc biệt là liên quan đến những thay đổi trong lực lượng lao động.

Trong số 30 công ty du lịch được liên hệ để khảo sát trên web hoặc phỏng vấn trực tiếp, 10 (hoặc 33,33%) đã hoàn thành chính xác tất cả hoặc hầu hết bảng câu hỏi trên web và 12 (hoặc 40%) đã tham gia phỏng vấn. Mặc dù tỷ lệ phản hồi không quá thấp, nhưng kích thước mẫu vẫn nhỏ để xử lý phân tích dữ liệu một cách chính xác. Tuy nhiên, chúng tôi đã cố gắng đưa ra giả thuyết về thước đo và thái độ liên quan đến xu hướng thị trường và triển vọng lao động. Ngoài ra, các cuộc phỏng vấn trực tiếp giúp chúng tôi hiểu sâu hơn về cơ cấu tổ chức và các con số chuyên môn trong mỗi doanh nghiệp.

Dữ liệu chúng tôi sẽ báo cáo dưới đây sẽ được trình bày bằng cách so sánh chéo các loại hình đại lý. Điều đáng nói là tất cả các doanh nghiệp tham gia khảo sát và phỏng vấn đều hoạt động với tư cách nhà điều hành tour, với 5 trong số đó (16,7%) cũng hoạt động như đại lý lữ hành. Ngoài ra, có những công ty du lịch cũng cung cấp các dịch vụ khác, bao gồm phát triển văn hóa cho các doanh nghiệp khác (2), các dự án phát triển du lịch với Chính phủ và các tổ chức khác (1) và dịch vụ thị thực cho khách du lịch (2).

4.3.1. Nhân sự

Theo quy mô, số lượng nhân viên toàn thời gian có hợp đồng dài hạn có thể được sử dụng để phân biệt giữa những doanh nghiệp nhỏ (từ 1 đến 3 nhân viên), những doanh nghiệp vừa (từ 4 đến 10 nhân viên) và do đó, những doanh nghiệp lớn (nhiều hơn mười nhân viên). Dựa



trên tiêu chí này, chúng ta sẽ có một doanh nghiệp nhỏ, sáu doanh nghiệp vừa và 15 doanh nghiệp lớn. Điều thú vị là chỉ có doanh nghiệp nhỏ bị hạ hạng từ doanh nghiệp vừa và cũng có một doanh nghiệp quy mô vừa bị hạ hạng từ doanh nghiệp lớn. Những thay đổi này là hệ quả của việc cắt giảm nhân viên do đại dịch COVID-19.

Nhìn chung, nhân viên toàn thời gian hầu hết là sinh viên tốt nghiệp đại học bất kể quy mô doanh nghiệp nào, với tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp đại học từ 80% đến 100%. Đối với lao động thời vụ ký hợp đồng với doanh nghiệp, tỷ lệ lao động tốt nghiệp đại học trong số này ở lại từ 70% đến 100%. Đối với cộng tác viên và người làm nghề tự do, không thể tính được tỷ lệ phần trăm của những người có trình độ đại học do số lượng tuyển dụng dao động và sự khác biệt về yêu cầu giữa các doanh nghiệp.

Phụ nữ chiếm từ 65% đến 90% số nhân viên. Kết quả này cho thấy tỷ lệ phần trăm phụ nữ rất cao. Mặt khác, ngành du lịch dựa trên các vị trí chuộng giới tính nữ cũng bởi vì việc đào tạo theo yêu cầu của ngành liên quan đến các khóa học cấp bằng và các trường nghề, theo truyền thống là phụ nữ. Tuy nhiên, điều đáng nói là vị trí hướng dẫn viên du lịch lại cho kết quả ngược lại. Hầu hết các doanh nghiệp đều ưa chuộng nhân viên nam cho vị trí hướng dẫn viên du lịch do tính chất công việc đòi hỏi áp lực giải quyết cả về thể chất lẫn tinh thần.

Ngoài ra, chỉ có 5 trong số 30 công ty (16,6%) cho biết có sự tồn tại của các thành viên gia đình của cổ đông hoặc chủ sở hữu làm việc trong doanh nghiệp. Số lượng thành viên gia đình tham gia vào hoạt động kinh doanh tương đối thấp, từ 1 đến 3 người trong mỗi doanh nghiệp trong số năm doanh nghiệp.

20 trong số 22 công ty (90,9%) cho biết rằng họ hợp tác với các nhân lực tự do để thực hiện các hoạt động của doanh nghiệp. Một công ty thuộc vào trường hợp ngoại lệ, một doanh nghiệp nhà nước và một công ty hoạt động như một công ty quản lý điểm đến. Trong hầu hết các trường hợp, những nhân lực tự do là hướng dẫn viên du lịch. Một số doanh nghiệp cũng đề cập đến việc sử dụng nhân lực tự do cho vị trí tạo nội dung và tiếp thị.

Bảng 16: Tỷ lệ cộng tác với các nhân lực tự do

Doanh nghiệp	Cỡ nhỏ	Cỡ vừa	Cỡ lớn	Tổng
<i>Có cộng tác với nhân lực tự do</i>	100%	100%	86.7%	90.9%
<i>Không cộng tác với nhân lực tự do</i>	0	0	13.3%	9.1%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>	1	6	15	22

Cần lưu ý rằng có hai (2) trong số 10 công ty tham gia cuộc khảo sát trên web nói rằng họ không tuyển thực tập sinh đại học. Sinh viên thực tập / thực tập sinh chủ yếu đến từ các khóa học về du lịch & khách sạn, marketing, quản trị kinh doanh và ngoại ngữ.



Bảng 17: Tỷ lệ sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp khảo sát

Doanh nghiệp	Cỡ nhỏ	Cỡ vừa	Cỡ lớn	Tổng
<i>Có sinh viên thực tập</i>	0	75%	83.3%	80%
<i>Không có sinh viên thực tập</i>	0	25%	16.7%	20%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>	0	4	6	10

4.3.2. Xu hướng, triển vọng và những thay đổi về nhân sự

Trong giai đoạn 2020-2021, đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng tiêu cực đến ngành khách sạn. Các hoạt động du lịch đã bị giảm xuống mức tối thiểu do lệnh cấm đóng cửa biên giới quốc gia, yêu cầu lockdown và giãn cách xã hội. Du lịch quốc tế và nội địa đều giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 4-5 năm trở lại đây. Như đã đề cập trong phần tổng quan, số lượng tuyển dụng trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành đã giảm đáng kể.

Đến cuối năm 2021, du lịch nội địa đã bắt đầu phục hồi với việc hạ lệnh giãn cách xã hội trong nước. Với du lịch quốc tế, khi Chính phủ Việt Nam quyết định dỡ bỏ tất cả lệnh cấm vào tháng 3 năm 2022, số lượng du khách nước ngoài đã bắt đầu tăng lên đáng kể.

Trong các cuộc phỏng vấn vào năm 2021, tất cả những doanh nghiệp tham gia đều lạc quan về triển vọng của ngành du lịch trong những năm tới. Trong số 12 đại diện tham gia phỏng vấn trực tiếp, 100% đồng ý rằng ngành du lịch sẽ phục hồi và phát triển trở lại trong hai năm tới. Các câu trả lời tương tự của những doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát trên web cũng được ghi nhận.

Trong 24 tháng qua, một số doanh nghiệp vẫn thuê thêm nhân viên. Việc tuyển dụng bao gồm nhân viên kinh doanh, hướng dẫn viên du lịch, quản lý tour du lịch và nhân viên tiếp thị. Về vấn đề tuyển dụng, 7/10 công ty hoặc tương đương 70% công ty du lịch tham gia khảo sát trên web đề cập đến vấn đề khó tìm nhân viên. Nguyên nhân chính là do số lượng ứng viên ít, tiếp đến là thiếu đội ngũ nhân sự chất lượng cao. Như một số chủ doanh nghiệp và nhà quản lý chia sẻ, các công ty du lịch cũng gặp phải tình trạng luân chuyển nhân viên. Sau vài năm làm việc với công ty và tích lũy được kinh nghiệm và kỹ năng, các nhân viên có xu hướng rời đi để tìm kiếm những cơ hội việc làm hấp dẫn hơn.

Bảng 18: Tỷ lệ tuyển dụng tại các công ty khảo sát theo quy mô

Tuyển dụng trong 24 tháng qua	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng
<i>Có, tuyển dụng (dù chỉ để tăng doanh số)</i>	0	25%	83.3%	60%
<i>Không thay đổi số lượng nhân sự</i>	0	25%	16.7%	20%
<i>Cắt giảm nhân sự</i>	0	50%	0	20%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>	0	4	6	10

Bảng 19: Tỷ lệ các công ty khảo sát gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự



Tuyển dụng trong 24 tháng qua	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng
<i>Gặp khó khăn do ứng viên không đủ trình độ</i>	0	0	33.3%	20%
<i>Gặp khó khăn do số lượng ứng viên ít</i>	0	50%	16.7%	30%
<i>Gặp khó khăn vì những lý do khác</i>	0	0	33.3%	20%
<i>Không gặp khó khăn</i>	0	50%	16.7%	30%
Tổng	0	100%	100%	100%
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>	0	4	5	10

Về kế hoạch trong 24 tháng tới, 19 trong số 22 (86,4%) doanh nghiệp du lịch cho biết họ sẽ bắt đầu tuyển dụng thêm nhân viên kinh doanh, tiếp thị, dịch vụ khách hàng, quản lý tour du lịch, v.v. Một công ty đang có kế hoạch duy trì lực lượng lao động như hiện tại. Trong số hai doanh nghiệp có kế hoạch cắt giảm lực lượng lao động, một doanh nghiệp đã giải thích kế hoạch giảm số lượng nhân viên làm việc toàn thời gian, hợp đồng dài hạn để thay thế những nhân sự tự do.

Bảng 20: Sự thay đổi nhân viên tại các công ty khảo sát theo quy mô

Tuyển dụng trong 24 tháng qua	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng
<i>Có, tuyển dụng (dù chỉ để tăng doanh số)</i>	100%	83.3%	86.6%	86.4%
<i>Không thay đổi số lượng nhân sự</i>	0	0	6.7%	4.5%
<i>Cắt giảm nhân sự</i>	0	16.7%	6.7%	9.1%
Tổng	100%	100%	100%	100%
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>	1	6	15	22

Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, liên quan đến quyết định đầu tư trong tương lai, hầu hết các doanh nghiệp đều tập trung vào việc mở rộng mạng lưới của mình để giao tiếp tốt hơn với khách hàng, đối tác kinh doanh ... Đồng thời, trọng tâm chính của các công ty là cải thiện sản phẩm cung cấp và tăng cường lực lượng lao động.

Bảng 21: Kế hoạch đầu tư của các công ty khảo sát

	Sẽ sớm đầu tư	Đang đầu tư thêm	Đã đầu tư đủ	Không có kế hoạch đầu tư	Tổng
Tái cấu trúc doanh nghiệp	3	5	1	1	10
Mua phần mềm mới	2	5	2	1	10
Phát triển / Nâng cấp hệ thống bán hàng / đặt trước trực tuyến	2	7	1	0	10
Mở rộng mạng lưới kinh doanh	4	6	0	0	10
Mở rộng mạng lưới kinh doanh với các đối tác / nhà cung cấp	4	6	0	0	10
Tăng mức độ quảng cáo và truyền thông trực tuyến	4	6	0	0	10
Giới thiệu các dịch vụ mới	4	6	0	0	10
Tuyển dụng vị trí mới trong doanh nghiệp	4	6	0	0	10
Tuyển dụng vị trí hiện có trong	4	6	0	0	10

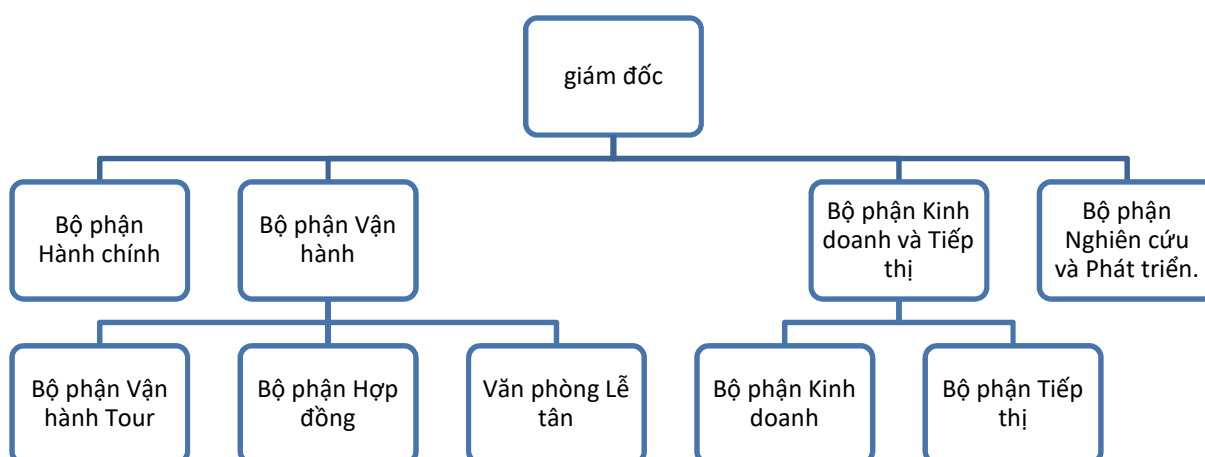


doanh nghiệp					
Tập huấn	3	7	0	0	10

4.4. Cấu trúc tổ chức

Thông qua các cuộc phỏng vấn trực tiếp, chúng ta có thể hiểu sâu hơn về cấu trúc kinh doanh và chuyên môn chính được tuyển dụng tại các cơ quan du lịch và lữ hành. Một trong những đặc điểm chính trong cấu trúc của các doanh nghiệp du lịch là tính linh hoạt. Do đó, cơ cấu tổ chức được trình bày trong báo cáo này không phải là sơ đồ tổ chức lý tưởng và cũng không phải là sơ đồ tổ chức phổ biến cho tất cả các doanh nghiệp trong ngành. Tuy nhiên, chúng tôi đã cố gắng tập hợp tất cả các bộ phận chung được coi là quan trọng đối với hầu hết các doanh nghiệp du lịch. Cơ cấu tổ chức điển hình của các doanh nghiệp du lịch nên được chia thành bốn bộ phận, bao gồm bộ phận quản trị, bộ phận kinh doanh và tiếp thị, bộ phận vận hành và bộ phận nghiên cứu và phát triển.

Hình 8: Sơ đồ mô tả cơ cấu tổ chức điển hình của các đại lý du lịch và lữ hành vừa / lớn



- **Bộ phận giám đốc hay nhóm quản lý:** là nơi các giám đốc điều hành và các nhà quản lý cấp cao nhất điều phối và kiểm soát tất cả các hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra, tất cả các quyết định kinh doanh quan trọng, bao gồm chiến lược, tài chính, hoạt động, chính sách, v.v., đều được đưa ra trong bộ phận này trước khi được định hình cho toàn doanh nghiệp sử dụng.
- **Bộ phận hành chính:** Bộ phận này có thể bao gồm một số bộ phận, bao gồm hành chính, kế toán, quản lý tài chính và nhân sự. Đối với nhiều công ty vừa / nhỏ, các chức năng này có thể được thực hiện bởi một số ít nhân viên. Các nhân viên có thể được yêu cầu đồng thời chịu trách nhiệm cho các vị trí khác nhau. Ví dụ, kế toán của công ty cũng có thể là người xử lý các hoạt động hành chính khác tại văn phòng.
- **Bộ phận Vận hành:** Bộ phận này có thể được coi là trái tim của các doanh nghiệp du

lich, nơi thực hiện tất cả các hoạt động liên quan đến việc cung cấp các sản phẩm du lịch. Trong bộ phận này có bộ phận điều hành tour, bộ phận hợp đồng và bộ phận đại lý.

- **Bộ phận điều hành tour hoặc bộ phận dự án** chịu trách nhiệm về các sản phẩm và dịch vụ thực tế sẽ được thực hiện. Các chức năng của bộ phận này bao gồm lập kế hoạch chuyến đi, điều hành tour, xử lý tất cả các phương án đặt trước cần thiết và các khâu chuẩn bị khác để sản phẩm / dịch vụ luôn sẵn sàng cung cấp cho khách hàng.

- **Bộ phận hợp đồng:** Bộ phận này chịu trách nhiệm quản lý và duy trì mối quan hệ với các đối tác kinh doanh và nhà cung cấp dịch vụ như khách sạn, đối tác vận tải, nhân sự tự do, v.v., tại nơi mà các chuyến đi và lưu trú diễn ra.

- **Bộ phận đại lý (hay bộ phận văn phòng lễ tân):** là nơi thực hiện các hoạt động trung gian. Bộ phận này tồn tại trong doanh nghiệp hoạt động dưới dạng các đại lý du lịch để kết nối nhu cầu của người tiêu dùng cuối với các nhà cung cấp dịch vụ như hãng hàng không, khách sạn, các công ty vận tải khác, v.v.

- **Bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị:** Ở một số công ty, bộ phận này có thể được chia thành hai bộ phận riêng biệt để dễ phân biệt hơn. Tất cả các hành động nhằm mục đích quảng cáo và tiếp thị hàng hóa và dịch vụ do đại lý cung cấp, cũng như những hoạt động nhằm mục đích nghiên cứu và theo dõi đối thủ cạnh tranh và ngành du lịch, đều được thực hiện trong Bộ phận kinh doanh và tiếp thị. Trong bộ phận này, điều quan trọng là phải phân biệt rõ ràng chức năng kinh doanh và tiếp thị.

- **Bộ phận kinh doanh:** có nhiệm vụ bán sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng. Nhiệm vụ chính của bộ phận này là quản lý các mối quan hệ với khách hàng tiềm năng và hiện tại và cung cấp các giải pháp cho khách hàng với mục tiêu cuối cùng là bán được sản phẩm. Ở một số công ty, công việc của bộ phận này không dừng lại khi khách hàng đã đặt chuyến. Các nhân viên bán hàng có thể được yêu cầu tiếp tục cung cấp dịch vụ khách hàng bằng cách theo dõi khách hàng sau khi bán hàng.

- **Bộ phận tiếp thị:** có nhiệm vụ thông báo và thu hút khách hàng đến với thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp. Các nhân viên tiếp thị nên sử dụng nghiên cứu và phân tích thị trường để hiểu được mối quan tâm của khách hàng tiềm năng. Sau đó, chiến dịch hoặc chiến lược tiếp thị có thể được phát triển bằng cách sử dụng các kỹ thuật thích hợp

- Điều đáng nói là việc các công ty du lịch thuê các nhân sự có chuyên môn trong lĩnh vực truyền thông và web, chẳng hạn như Web Developer, Web Master, Web Analyst, Graphic Designer, v.v. đã trở nên phổ biến hơn. việc sử dụng Internet và dưới tác động của đại dịch COVID-19, việc quảng bá và bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch đã có sự chuyển đổi đáng kể sang nội dung số. Nhiều doanh nghiệp đã quan tâm hơn đến lĩnh vực CNTT để tiếp cận và tăng cường giao tiếp với người tiêu dùng. Đối với các lĩnh vực này, các nhiệm vụ này cũng có thể



được thuê ngoài cho các nhà thầu độc lập hoặc các chuyên gia được thuê bởi các doanh nghiệp chuyên biệt.

➤ **Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển (R&D):** chịu trách nhiệm tạo ra các sản phẩm / dịch vụ mới hoặc nâng cao / cải thiện các sản phẩm / dịch vụ hiện có nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Đối với một số doanh nghiệp, bộ phận này có thể được kết hợp với bộ phận Vận hành hoặc một phần kết hợp với bộ phận Tiếp thị. Trong suốt các cuộc phỏng vấn trực tiếp, nhiều doanh nghiệp đã đề cập đến tầm quan trọng của việc phân tích dữ liệu thị trường và tạo nội dung sẽ dẫn đến sự phát triển của các sản phẩm. Ngành du lịch cạnh tranh với nhiều đối thủ và tốc độ phát triển nhanh chóng của nhu cầu của người tiêu dùng. Vì vậy, các doanh nghiệp du lịch cần nắm được diễn biến thị trường, sự thay đổi của môi trường xã hội, nhu cầu của người tiêu dùng,... để phát triển các sản phẩm và dịch vụ hấp dẫn hơn.

4.5. Các vị trí chủ chốt

Phần này sẽ trình bày một số vị trí chủ chốt hoạt động trong bộ phận Vận hành, Kinh doanh và Tiếp thị và Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển. Việc lựa chọn các vị trí chủ chốt liên quan đến các vị trí mà người phỏng vấn cho là quan trọng đối với doanh nghiệp du lịch và có khả năng còn quan trọng hơn trong tương lai. Những vị trí chủ chốt này bao gồm trưởng bộ phận lập kế hoạch du lịch, giám đốc dự án, điều hành tour du lịch, giám đốc kinh doanh, trưởng bộ phận tiếp thị, giám đốc nội dung và nhà phát triển sản phẩm.

4.5.1. Trưởng phòng Kế hoạch Du lịch

Trưởng phòng kế hoạch du lịch điều phối, kiểm tra giám sát các công việc của cấp dưới trong phòng kế hoạch. Cụ thể, người đứng đầu kế hoạch du lịch cần điều phối các công việc và khối lượng công việc của những người điều hành du lịch và quản lý dự án, phân phối các nhiệm vụ và xác nhận các công việc đã hoàn thành. Một thách thức lớn đối với vị trí này là xác định những sự lựa chọn tốt nhất để tạo ra sản phẩm tốt nhất cho khách hàng, tôn trọng các quy định và quy tắc cụ thể của ngành, đảm bảo lợi nhuận kinh doanh và đẩy nhanh quá trình thực hiện.

Ngoài ra, điều quan trọng là Trưởng phòng Du lịch lập kế hoạch quản lý giao tiếp hiệu quả với các phái viên tại điểm đến, các nhà cung cấp dịch vụ như đối tác vận chuyển, khách sạn, v.v., nơi các chuyến đi sẽ diễn ra. Bằng cách đó, doanh nghiệp có thể đồng thời thương lượng giá cả tốt nhất cho dịch vụ chất lượng cao. Điều quan trọng nữa là Trưởng phòng Du lịch lập kế hoạch phải năng động trong việc nắm bắt xu hướng thị trường và liên tục tìm kiếm các nhà cung cấp và đại lý mới. Người này cũng cần tham gia vào việc thiết kế, phát triển và thử nghiệm các sản phẩm hoặc dịch vụ mới và đưa ra phản hồi để cải thiện tốt hơn.

Trưởng phòng Kế hoạch Du lịch phối hợp chặt chẽ với Người quản lý Hợp đồng để quản lý các mối quan hệ với các đại lý và nhà cung cấp trong quá trình hình thành, lập kế hoạch và tổ chức các gói du lịch. Đồng thời Trưởng phòng cũng phải phối hợp với Người quản lý đặt phòng để



theo dõi tiến độ đặt phòng và đánh giá về việc kết thúc hoặc mở các tệp; mục tiêu là để xác định xem có nên tiến hành việc chính thức chốt vé cho tất cả các phương thức di chuyển, chỗ ở và các hoạt động khác nhau hay không. Người này cũng trao đổi với giám đốc tiếp thị để theo dõi các xu hướng của thị trường và do đó, hướng dẫn hoạt động lập kế hoạch du lịch.

Trưởng phòng Kế hoạch Du lịch cần phải hiểu biết về địa lý du lịch, luật du lịch, tiếp thị du lịch và tâm lý du lịch. Cần phải hiểu và sử dụng các quy trình lập kế hoạch dịch vụ du lịch, đưa ra các danh mục du lịch theo yêu cầu, mua dịch vụ vận chuyển và lưu trú cũng như các kỹ thuật kế toán và phân tích chi phí. Phải nắm rõ cấu trúc và hoạt động của các công ty lữ hành, đại lý du lịch, vận tải. Người này cũng phải hiểu biết về các hợp đồng với các nhà cung cấp dịch vụ và tiền tệ và các biến thể của chúng (trao đổi tiền tệ) (công ty vận tải, khách sạn, hướng dẫn viên, v.v.). Cuối cùng, vị trí này phải biết thị trường đang phát triển như thế nào và đối thủ cung cấp những gì.

Những vị trí này thường yêu cầu kinh nghiệm lâu năm trong ngành và công ty. Không có đề cập đến yêu cầu của chuyên ngành nghiên cứu mà người đó cần phải tốt nghiệp. Tuy nhiên, các bằng về quản trị du lịch và khách sạn, kinh tế du lịch, quản trị kinh doanh và ngoại ngữ có thể có nhiều lợi thế hơn về kiến thức để xử lý công việc. Tuy nhiên, kinh nghiệm và kiến thức tích lũy được từ công việc thực tế của người này quan trọng hơn bằng cấp.

Vị trí này yêu cầu thông thạo kỹ năng ngoại ngữ như tiếng Anh (và bất kỳ ngôn ngữ nước ngoài thông dụng nào khác). Cả kỹ năng viết và nói đều rất cần thiết. Người này cũng phải có các kỹ năng thích hợp để sử dụng phần mềm Office và bất kỳ gói phần mềm cụ thể nào do công ty tuyển dụng.

Về đặc điểm cá nhân, Trưởng bộ phận kế hoạch du lịch cần có khả năng tổ chức công việc của mình cùng với công việc của nhóm. Kỹ năng giải quyết vấn đề và duy trì mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp cũng rất quan trọng đối với công việc này. Người này cần chính xác, xử lý tốt áp lực nhưng tinh thần vẫn linh hoạt. Ngoài ra, cũng cần có sự sẵn sàng làm việc sau giờ làm và khả năng sẵn sàng đi lại.

4.5.2. Quản lý dự án / sản phẩm

Nhiệm vụ tạo, điều phối và thử nghiệm các chuyến đi và ở lại thuộc về Quản lý Dự án / Sản phẩm. Để tạo ra một gói một sản phẩm, chuyến đi hoặc kỳ nghỉ, một vị trí này phải lập kế hoạch và xác định đặc điểm cấu trúc của nó (loại và mức độ dịch vụ), chi phí (từ việc mua dịch vụ đến in bất kỳ danh mục nào, cho đến khi phân phối) và tất cả các đặc điểm trong điều khoản đầu tư cho cơ quan. Người này phải làm việc đó dựa trên kinh nghiệm và kiến thức của mình về thị trường du lịch cũng như các khuyến nghị của Phòng Tiếp thị để đáp ứng nhu cầu và lợi ích của du khách. Ngày nay, để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, người quản lý dự án cần phải điều chỉnh để điều chỉnh các đề xuất theo yêu cầu của khách hàng.



Về mặt quản lý sản phẩm, người quản lý cần nghiên cứu thị trường và xu hướng cạnh tranh, lựa chọn điểm đến và hành trình, xác định các tuyến đường đặc biệt để làm nổi bật sự đa dạng của lãnh thổ và thỏa mãn lợi ích của khách du lịch, thiết kế các hành trình du lịch tổng hợp và đưa ra các giả thuyết khác nhau cho xác định độ dài của chuyến đi và các loại dịch vụ và tiện nghi sẽ được cung cấp cho khách hàng.

Ngoài ra, người quản lý sản phẩm cần liên lạc với các phái viên tại các điểm đến hoặc những người sẽ cung cấp tất cả thông tin mà quản lý cần để xây dựng chuyến đi, đồng thời liên hệ với công ty vận tải và nhà cung cấp dịch vụ lưu trú của địa điểm sẽ diễn ra các chuyến đi. Để có một sản phẩm tốt hơn, người quản lý dự án phải thường xuyên đi kiểm tra thực địa trước khi chuyển sang giai đoạn đàm phán với các nhà cung cấp dịch vụ này. Trong quá trình kiểm tra, người quản lý dự án sẽ cố gắng thiết lập mức giá tốt nhất có thể để cung cấp các gói sản phẩm, thử nghiệm sản phẩm và đảm bảo rằng những dịch vụ do nhà cung cấp cung cấp tuân thủ các thỏa thuận đã ký trước đó. Các nhiệm vụ khác của người quản lý dự án bao gồm tham gia vào việc tạo ra các tài liệu quảng cáo mang tính giáo dục và khuyến mại, cập nhật liên tục các xu hướng thị trường mới và tìm kiếm các nhà cung cấp mới.

Giống như Trưởng phòng kế hoạch du lịch, người quản lý dự án cần phải hiểu biết về địa lý du lịch, luật du lịch, tiếp thị du lịch và tâm lý du lịch. Bằng chuyên ngành Du lịch và Khách sạn là một lợi thế nhưng không hẳn là yêu cầu bắt buộc. Trên thực tế, điều quan trọng hơn là phải có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực làm việc với vai trò điều hành để hiểu cách các sản phẩm được vận hành trong cuộc sống thực. Ngoài ra, các kỹ thuật tạo catalogue và du lịch theo yêu cầu, kỹ thuật thuê dịch vụ vận chuyển và lưu trú, quy trình kế toán và phân tích chi phí đều là những vị trí này phải làm quen và áp dụng thường xuyên.

Vị trí này yêu cầu thông thạo kỹ năng ngoại ngữ như tiếng Anh (và bất kỳ ngôn ngữ nước ngoài thông dụng nào khác). Cả kỹ năng viết và nói đều rất cần thiết. Người này cũng phải có các kỹ năng thích hợp để sử dụng phần mềm Office và bất kỳ gói phần mềm cụ thể nào do công ty tuyển dụng.

Về đặc điểm cá nhân, Người quản lý dự án phải có khả năng tổ chức công việc của mình cùng với công việc nhóm. Kỹ năng giải quyết vấn đề và duy trì mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp cũng rất quan trọng đối với công việc này. Người này cần chính xác, xử lý tốt áp lực về mặt tinh thần nhưng vẫn có thể linh hoạt. Đặc điểm sáng tạo và thích ứng cũng rất quan trọng đối với vị trí này để nhanh chóng thích nghi với những thay đổi bất ngờ của thị trường hoặc nhu cầu của khách hàng. Ngoài ra, cũng cần có sự sẵn sàng làm việc sau giờ làm và khả năng sẵn sàng đi lại.

4.5.3. Vận hành tour

Vận hành tour là một trong những vị trí chủ chốt trong các doanh nghiệp du lịch và lữ hành.



Công bằng mà nói, vận hành tour phụ thuộc rất nhiều vào sự thành công của từng sản phẩm hoặc dịch vụ được cung cấp cho khách hàng. Người này làm nhân viên dưới sự chỉ đạo và giám sát của Trưởng phòng Kế hoạch Du lịch và Quản lý dự án. Người quản lý dự án lên ý tưởng và lập kế hoạch cho các gói khác nhau, trong khi Người điều hành biến những kế hoạch đó thành hiện thực. Do đó, khi các gói hàng đã được bán bởi các công ty du lịch và nhân viên đặt đã đăng ký đặt chỗ, vị trí này sẽ tiến hành đặt tất cả các phương thức vận chuyển, chỗ ở và các hoạt động khác nhau đã được lên lịch. Chi tiết hơn, vận hành tour giải quyết tất cả các hoạt động liên quan đến việc xác nhận, sửa đổi hoặc hủy bỏ đặt chỗ phương tiện đi lại, chỗ ở, địa điểm tham quan và các hoạt động khác có trong gói

Vận hành tour phải có hiểu biết sâu rộng về tất cả các gói tour cung cấp cho khách hàng và kiến thức chuyên môn vững vàng về địa lý du lịch. Vị trí này cần có khả năng điều hướng kế hoạch, sắp xếp thời gian biểu dễ dàng và hiểu rõ giá cả, cũng như phương thức các tuyến vận tải, nhà sản xuất gói du lịch và tiện nghi khách sạn hoạt động. Do đó, vận hành tour phải có khả năng sử dụng công nghệ cần thiết để đặt chuyến đi và vé. Ngoài ra, người này cần phải làm quen với các khái niệm kế toán như lập hóa đơn và báo cáo. Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, người này cũng cần phải nắm rõ luật quản lý du lịch, đặc biệt là liên quan đến việc bảo vệ người tiêu dùng và quản lý các khiếu nại và hoàn tiền.

Người vận hành tour du lịch cần phải biết địa lý du lịch, luật du lịch, tiếp thị du lịch và tâm lý du lịch. Bằng chuyên ngành Du lịch và Khách sạn là một lợi thế nhưng không phải là yêu cầu bắt buộc. Tương tự như vị trí quản lý dự án, kinh nghiệm thu được từ việc điều hành tour cũng rất quan trọng.

Vị trí này yêu cầu thông thạo kỹ năng ngoại ngữ như tiếng Anh (và bất kỳ ngôn ngữ nước ngoài thông dụng nào khác). Cả kỹ năng viết và nói đều rất cần thiết. Người này cũng phải có các kỹ năng thích hợp để sử dụng phần mềm Office và bất kỳ gói phần mềm cụ thể nào do công ty tuyển dụng.

Về đặc điểm cá nhân, vận hành tour cần có khả năng tổ chức công việc của mình cùng với công việc nhóm. Kỹ năng giải quyết vấn đề và khả năng duy trì mối quan hệ với khách hàng và nhà cung cấp cũng rất quan trọng đối với công việc này. Người này cần chính xác, xử lý tốt áp lực về mặt tinh thần nhưng vẫn có thể linh hoạt. Giữ bình tĩnh, kiên nhẫn và thích ứng là những đặc điểm cần thiết cho vị trí này. Ngoài ra, cũng cần có sự sẵn sàng làm việc sau giờ làm và khả năng sẵn sàng đi lại.

4.5.4. Quản lý kinh doanh / Giám đốc kinh doanh

Quản lý kinh doanh làm việc dưới sự chỉ đạo của giám đốc bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị trong phòng Kinh doanh. Những quản lý kinh doanh có nhiệm vụ giám sát các hoạt động thu hút khách hàng, bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch và xác định các khách hàng tiềm năng.



Trách nhiệm của người quản lý kinh doanh là theo dõi danh sách khách hàng tiềm năng và khách hàng hiện tại bằng cách theo dõi hoặc lên lịch các cuộc họp để xác định mong muốn và yêu cầu của khách hàng. Các giám đốc kinh doanh phải sản xuất và thuyết trình cho khách hàng tiềm năng, nhấn mạnh các đặc tính, phẩm chất và giá cả của sản phẩm. Họ phải thương lượng giá cả với khách hàng, xử lý và tạo điều kiện cho những yêu cầu của khách hàng, đồng thời hỗ trợ khách hàng tùy chỉnh hoặc sửa đổi sản phẩm để thỏa mãn nhu cầu của họ. Giám đốc kinh doanh cũng chịu trách nhiệm theo dõi việc đặt chỗ, phối hợp với các công ty lữ hành và nhân viên ở vị trí vận hành để hỗ trợ khách hàng và xử lý các vấn đề của khách hàng. Ngoài ra, họ phải giữ liên lạc với khách hàng để nhận phản hồi và tìm cơ hội kinh doanh trong tương lai. Ngoài ra, họ cần thiết lập ngân sách hàng năm và phát triển các chiến lược để đạt được các mục tiêu.

Thông thường, vị trí này yêu cầu sinh viên tốt nghiệp đại học, đặc biệt là với các bằng cấp về quản trị kinh doanh, du lịch & khách sạn và tiếp thị. Tuy nhiên, chuyên môn của một nhân viên trong kinh doanh hoặc trong môi trường thương mại cũng rất cần thiết.

Vị trí này yêu cầu phải thông thạo một ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh (và các ngôn ngữ nước ngoài thông dụng khác). Khả năng giao tiếp trực tiếp và thông qua văn bản đều cần thiết. Ngoài ra, người này phải thành thạo Microsoft Office và các gói phần mềm khác dành riêng cho công ty.

Vị trí này được hình thành và được đặc trưng hoá bởi khả năng tạo mối quan hệ với khách hàng, điều phối công việc của một người và nhiều người khác, làm việc theo nhóm và giải quyết vấn đề. Người này cần có kỹ năng viết và trình bày báo cáo. Vị trí này phải có các kỹ năng cần thiết để chốt giao dịch hiệu quả và giao tiếp hiệu quả với người tiêu dùng. Các đặc điểm cơ bản là tự chủ, kiên nhẫn, cụ thể, dễ thích nghi, sáng tạo, tự động viên và kiên cường. Người này phải luôn chín chu và chuyên nghiệp. Cuối cùng, người này phải sẵn sàng làm việc vào ban đêm, cuối tuần và luôn sẵn sàng di chuyển.

4.5.5. Trưởng phòng Tiếp thị / Điều hành Tiếp thị

Quản lý tiếp thị làm việc dưới sự chỉ đạo của Giám đốc Kinh doanh và Tiếp thị trong bộ phận Bán hàng và Tiếp thị. Vị trí này cũng có thể bao gồm bộ phận truyền thông và quảng cáo của công ty. Quản lý tiếp thị chịu trách nhiệm quảng bá thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của công ty, tiến hành nghiên cứu thị trường, điều phối nhân viên tiếp thị trong việc phát triển các chiến dịch tiếp thị và khuyến mãi theo chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp du lịch và quản lý các mối quan hệ của công ty với các cơ quan và đối tác khác. Quản lý tiếp thị cần hiểu một cách toàn diện về thị trường và tất cả những người tham gia thị trường, bao gồm người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh và những người khác. Người này nên tập trung vào việc tối đa hóa nhận thức của khách hàng, thúc đẩy mối quan hệ với khách hàng và quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng.



Nghiên cứu thị trường về nhận diện thương hiệu, xây dựng và triển khai kế hoạch tiếp thị, thiết kế tài liệu tiếp thị, viết nội dung cho hoạt động tiếp thị, đề xuất và triển khai quảng cáo, quản lý các kênh truyền thông xã hội, cập nhật thông tin và phản hồi các thắc mắc của khách hàng, quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng, trang web của khách sạn, chuẩn bị phân tích dữ liệu và dự báo thị trường là một trong những trách nhiệm cụ thể mà người này cần phải thực hiện.

Thông thường, vị trí này yêu cầu ứng viên tốt nghiệp đại học, lý tưởng là các ứng viên chuyên ngành tiếp thị. Tuy nhiên, cần phải khẳng định rằng kinh nghiệm tham gia vào các dự án tiếp thị cũng quan trọng không kém kiến thức học thuật.

Vị trí này yêu cầu trình độ tiếng Anh xuất sắc (cả viết và nói). Ngoài ra, người này phải có khả năng sử dụng máy tính ở mức chuyên nghiệp để sử dụng các phương tiện truyền thông và các công cụ mạng xã hội chuyên biệt (thiết kế, viết nội dung, v.v.).

Vị trí này được hình thành và được đặc trưng hóa bởi khả năng tạo mối quan hệ với khách hàng, điều phối công việc của một người và những người khác, làm việc theo nhóm và giải quyết vấn đề. Người này cần có kỹ năng viết và trình bày báo cáo. Cần có thêm các kỹ năng về tạo và thiết kế nội dung. Người này phải có kỷ luật tự giác, chi tiết cao trong các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo của mình, linh hoạt và thích ứng với thị trường và môi trường luôn thay đổi. Sự sáng tạo được là một trong những chỉ tiêu được đánh giá cao. Cả khả năng phân tích và óc trừu tượng đều là những tiêu chí được đánh giá cao. Ngoài ra, năng lực tự động viên và sự nhiệt tình là điều cần thiết. Người này cũng phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và vào cuối tuần.

4.5.6. Giám đốc nội dung

Vị trí này hoạt động dưới sự chỉ đạo của giám đốc điều hành tiếp thị. Với tốc độ phát triển nhanh chóng của Internet và Công nghệ thông tin, chiến trường tiếp thị đã mở rộng đáng kể sang mạng kỹ thuật số. Giám đốc nội dung chịu trách nhiệm sản xuất tài liệu để phổ biến trên một số kênh kỹ thuật số. Điều này bao gồm nội dung văn bản, âm thanh và video. Trách nhiệm của họ bao gồm việc xây dựng các chiến lược biên tập liên kết với chiến lược của công ty và thúc đẩy sứ mệnh và tầm nhìn của tổ chức. Các giám đốc nội dung phải có khả năng phân tích dữ liệu thị trường để hỗ trợ phát triển các kế hoạch nội dung; soạn thảo và triển khai chiến lược nội dung; liên lạc với các dịch vụ quan hệ công chúng, tiếp thị, CNTT và khách hàng để đảm bảo tính nhất quán trong thông điệp thương hiệu. Hơn nữa, giám đốc nội dung giám sát tất cả nội dung tiếp thị và truyền thông trên nhiều nền tảng và giám sát người viết để đảm bảo nội dung được tạo theo thương hiệu của tổ chức.

Vị trí này yêu cầu ứng viên tốt nghiệp đại học, lý tưởng là các ứng viên chuyên ngành tiếp thị, truyền thông, quan hệ công chúng hoặc ngôn ngữ. Tuy nhiên, phải nói rằng kinh nghiệm tham gia các dự án marketing cũng quan trọng không kém kiến thức học thuật.

Vị trí này yêu cầu trình độ tiếng Anh xuất sắc (cả viết và nói). Ngoài ra, người này phải có khả



năng sử dụng máy tính ở mức chuyên nghiệp để sử dụng các phương tiện truyền thông và các công cụ mạng xã hội chuyên biệt (thiết kế, viết nội dung, v.v.).

Vị trí này yêu cầu khả năng tổ chức công việc của chính mình và của người khác, làm việc theo nhóm và giải quyết vấn đề. Người này cần có kỹ năng viết và trình bày báo cáo. Cần có thêm các kỹ năng về tạo và thiết kế nội dung. Người này phải có kỷ luật tự giác và rất chi tiết trong các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo của mình. Sự sáng tạo được là một trong những chỉ tiêu được đánh giá cao. Người này cần phải có cả khả năng phân tích và óc trừu tượng. Ngoài ra, năng lực tự động viên và sự nhiệt tình là điều cần thiết. Người này cũng phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và vào cuối tuần.

4.5.7. Phát triển Sản phẩm

Vị trí này có nhiều đặc điểm tương tự với Giám đốc dự án / Sản phẩm. Ở nhiều công ty, hai vị trí này được đảm nhiệm bởi cùng một nhân sự. Tuy nhiên, khi thị trường du lịch trở nên cạnh tranh hơn, nhiều công ty du lịch đã tập trung nhiều nguồn lực hơn vào việc phát triển các sản phẩm sáng tạo nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh.

Do các nhân sự phát triển sản phẩm giúp tạo ra các sản phẩm mới và cải thiện những sản phẩm hiện có, công việc này đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về mọi khía cạnh của doanh nghiệp, chẳng hạn như hình ảnh thương hiệu, chiến lược, các sản phẩm và dịch vụ hiện tại, v.v. Để thiết kế và tạo ra các sản phẩm đáp ứng người tiêu dùng phù hợp 'nhu cầu và xu hướng thị trường, nhân sự phát triển sản phẩm phải làm việc sát sao với các nhóm vận hành và tiếp thị. Nhiệm vụ chính của vị trí này bao gồm hoàn thành nghiên cứu sản phẩm và tiếp thị, đánh giá sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, xác định điểm yếu hoặc điểm cần cải tiến trong các sản phẩm hoặc dịch vụ hiện có của công ty, lên ý tưởng sản phẩm, xác nhận giải pháp, phát triển sản phẩm hoặc áp dụng các cải tiến cho các sản phẩm hiện tại và thu thập phản hồi từ khách hàng để phát triển thêm.

Vị trí này yêu cầu các ứng viên tốt nghiệp đại học, lý tưởng nhất là các chuyên ngành quản trị kinh doanh, tiếp thị, truyền thông và quan hệ công chúng. Ngoài ra, sự hiểu biết về thị trường và nhu cầu của người tiêu dùng có được từ nhiều năm kinh nghiệm cũng rất có giá trị.

Vị trí này yêu cầu trình độ tiếng Anh xuất sắc (cả viết và nói). người này phải có khả năng sử dụng máy tính ở mức chuyên nghiệp để phân tích dữ liệu.

Vị trí này yêu cầu khả năng tổ chức công việc của chính mình và của người khác, làm việc theo nhóm và giải quyết vấn đề. Người này cần có kỹ năng phân tích dữ liệu, viết báo cáo và trình bày. Người đó phải có kỷ luật tự giác và lập kế hoạch chi tiết. Sự sáng tạo và tư duy phản biện được là một trong những chỉ tiêu được đánh giá cao. Người này cần phải có cả khả năng phân tích và óc trừu tượng. Ngoài ra, năng lực tự động viên và sự nhiệt tình là điều cần thiết. Người này cũng phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ và sẵn sàng đi công tác khi được yêu cầu.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Future of Tourism in 2022 | 10 Things Tour Companies Need To Prepare. (n.d). Retrieved August 16, 2022, from <https://www.rezgo.com/blog/future-of-tourism-in-2022/>
- Tổng cục thống kê Việt Nam. (2022). Cơ sở dữ liệu thống kê về các doanh nghiệp trong lĩnh vực Thương mại và Dịch vụ. <https://www.gso.gov.vn/thuong-mai-dich-vu/>
- Sở Du lịch Hà Nội. (2022a). Doanh nghiệp lữ hành nội địa - Sở Du lịch Hà Nội. <https://tourism.hanoi.gov.vn/travel-management/domestic-tour-operators>
- Sở Du lịch Hà Nội. (2022b). Doanh nghiệp lữ hành quốc tế - Sở Du lịch Hà Nội. <https://tourism.hanoi.gov.vn/travel-management/international-tour-operators>
- Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL, (2017). <https://luatvietnam.vn/van-hoa/thong-tu-06-2017-tt-bvhttdl-bo-van-hoa-the-thao-va-du-lich-158431-d1.html>
- Bộ Y Tế. (Năm 2022). Cơ sở dữ liệu thống kê - COVID-19 Số liệu tiêm chủng. <https://vnexpress.net/covid-19/vaccine>
- Nam, N. (2019). Nhân lực ngành du lịch: Cầu tăng, cung chưa đáp ứng. Vietnam National Administration of Tourism Website. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29687>
- Bộ Khoa học và Công nghệ. (2015). Tiêu chuẩn quốc gia: Khách sạn - Xếp hạng TCVN 4391:2015
- Teer. (2021). Tổng hợp nghiên cứu thị trường khách sạn, du lịch 2020. <https://mkteer.vn/nghien-cuu-thi-truong-khach-san-du-lich-2020-2021/>
- Trung Khanh, N. (2022). Du lịch Việt Nam nỗ lực phục hồi, tạo đà phát triển trong trạng thái bình thường mới. Tạp chí Du lịch. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/39260>
- van Dinh, N. (2021). Phục hồi lao động ngành Du lịch - Giải pháp đề xuất trong tình hình mới. Du lịch Việt Nam: Phục hồi và Phát triển, 65–74. <https://hoithao.vietnamtourism.gov.vn/tai-lieu-hoi-thao-du-lich-nam-2021/>
- Tổng cục Du lịch. (2020). Báo cáo thường niên 2019 - Du lịch Việt Nam. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/42848>
- Tổng cục Du lịch. (2022). Cơ sở dữ liệu thống kê du lịch của Việt Nam. <http://thongke.tourism.vn/>

