

Đà Nẵng, ngày 20 tháng 01 năm 2019

ĐỀ CƯƠNG ÔN TẬP TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ DU LỊCH & LỮ HÀNH _ HỆ ĐẠI HỌC
NĂM HỌC 2018 - 2019
HỌC PHẦN KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH
MÔN: NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH – QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH

MÔN 1: NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG HƯỚNG DẪN DU LỊCH

1.1 Những khái niệm cơ bản

1.1.1 Hướng dẫn du lịch

Là hoạt động của các tổ chức kinh doanh du lịch, thông qua các hướng dẫn viên và những người có liên quan để đón tiếp, phục vụ, hướng dẫn khách du lịch thực hiện các dịch vụ theo các chương trình được thỏa thuận và giúp đỡ khách giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện chuyến du lịch.

1.1.2 Hướng dẫn viên du lịch

Theo Khoa Du lịch, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn đã đưa ra khái niệm về hướng dẫn viên du lịch mang tính chất tương đối tổng quát như sau: “ Hướng dẫn viên du lịch là người thực hiện hướng dẫn khách du lịch trong các chuyến tham quan du lịch hay tại các điểm du lịch nhằm đáp ứng những nhu cầu được thỏa thuận của khách trong thời gian nhất định và thay mặt tổ chức kinh doanh du lịch giải quyết những phát sinh trong chuyến du lịch với phạm vi và khả năng của mình “.

1.2 Hoạt động của hướng dẫn viên du lịch

1.2.1 Đặc điểm lao động của nghề hướng dẫn du lịch

❖ *Ưu điểm:*

- Là nghề có điều kiện đi nhiều nơi
- Là nghề được giao lưu rộng rãi, là môi trường tốt để nâng cao trình độ và kỹ năng giao tiếp
- Là nghề hấp dẫn, trẻ trung
- Nghề có rất nhiều triển vọng
- Nghề có khả năng trở thành người có trọng trách cao trong xã hội

❖ *Những khó khăn thử thách:*

- Thời gian lao động không cố định và khó có thể định mức
- Khối lượng công việc đa dạng và phức tạp

– Tính chất công việc có phần đơn điệu, sức ép tâm lý, đồng thời hướng dẫn viên phải di chuyển nhiều, tiếp xúc với khách trong tư thế người phục vụ và cuộc sống riêng bị thay đổi.

1.2.2 Vai trò và vị trí của hướng dẫn viên du lịch

❖ Đối với đất nước:

- Nhiệm vụ chính trị:
 - o Đối với khách quốc tế: là người đại diện cho đất nước
 - o Đối với khách nội địa: là người giúp hiểu rõ hơn giá trị văn hoá
 - o Là một chiến sĩ an ninh, người lính biên phòng
- Nhiệm vụ kinh tế: là người giới thiệu hướng dẫn cho khách tiêu dùng các sản phẩm du lịch, hàng hoá khác

❖ Đối với doanh nghiệp:

- Hướng dẫn viên thay mặt doanh nghiệp trong việc trực tiếp thực hiện các hợp đồng lao động
- Góp phần hoàn chỉnh những sai sót trong chương trình
- Có vai trò trong việc chào bán các sản phẩm du lịch

❖ Đối với khách du lịch:

- Hướng dẫn viên giống như một người thầy trong chuyến đi với khách, chia sẻ và hướng dẫn khách
- Trong suốt chuyến đi, hướng dẫn viên còn là người bạn cảm thông, chia sẻ với khách
- Là người bảo vệ đoàn khách trong suốt chuyến hành trình
- Là người góp vui cho đoàn khách thông qua những hoạt động hoạt náo, những câu chuyện...
- Hướng dẫn viên còn có vai trò là người tổ chức các chương trình du lịch
- Là chủ nhà tham gia thực hiện đón tiếp khách du lịch
- Là người đại diện quyền lợi của khách

1.3 Những yêu cầu đối với hướng dẫn viên du lịch

1.3.1 Yêu cầu về kiến thức

- Kiến thức chuyên môn rộng:

o Đó là kiến thức về văn hóa, lịch sử, địa lý, kinh tế, xã hội của đất nước dân tộc

o Các kiến thức về tâm lý, luật pháp, ngoại giao và văn hóa, văn minh nhân loại cùng các kiến thức về dân tộc học, xã hội học, quản trị lữ hành, lễ tân ngoại giao....

- Kiến thức chuyên môn sâu: Kiến thức liên quan trực tiếp đến chương trình du lịch, sản phẩm du lịch: các điểm tham quan, các đối tượng trên tuyến tham quan, bao gồm các kiến thức về địa lý, cảnh quan, cộng đồng dân cư, lịch sử, văn hóa của các địa phương trên tuyến và tại mỗi điểm du lịch...

- Kiến thức nghiệp vụ: đó là kiến thức về nghiệp vụ hướng dẫn tham quan du lịch, kiến thức về nghiệp vụ giao tiếp với khách, đón, tiễn khách.

1.3.2 Yêu cầu về phẩm chất và năng lực

Hướng dẫn viên là người lạc quan yêu đời, luôn khôi hài, không bao giờ tỏ ra khó chịu ngay với cả khách khó tính nhất. Đặc biệt, hướng dẫn viên không mang chuyện buồn bực ra để kể với du khách. Trong những tình huống khó khăn phải giữ vững tinh thần.

Hướng dẫn viên phải hòa đồng hiếu khách. Điều đó được thể hiện trong quá trình phục vụ khách thể hiện sự chan hòa với mọi thành viên trong đoàn.

Khiêm tốn là một đức tính cần có của hướng dẫn viên. Đối với hướng dẫn viên không nên tự cao về khối kiến thức của mình mà nên gần gũi và nhiệt tình cung cấp thông tin.

Hướng dẫn viên là người biết khen chê đúng lúc. Cần thiết khen ngợi những hành động đẹp và nghiêm khắc với một số trường hợp vô kỷ luật.

Năng động là yếu tố không thể thiếu trong quá trình phục vụ khách của hướng dẫn viên. Đồng thời, hướng dẫn viên cần phải linh hoạt trong các hoạt động phục vụ khách

Biết cách quan tâm khách là một yếu tố quan trọng đối với hướng dẫn viên. Và có như vậy, hướng dẫn viên mới thực sự hiểu được nhu cầu của đoàn khách.

Hướng dẫn viên cần phải là một người có đầu óc tổ chức sắp xếp chương trình, linh động trong các tình huống diễn ra.

Tác phong về giờ giấc và trong phục là yếu tố tạo nên sự thành công cho hướng dẫn viên. Đó cũng chính là các phần việc mà hướng dẫn viên cần hướng dẫn khách khi tham gia chương trình du lịch.

Biết cách kiềm chế trong khi giao tiếp với khách cũng như các đối tượng khác là điều cần thiết của hướng dẫn viên. Đặc biệt là trong tình huống khó khăn và rất dễ nóng giận, hướng dẫn viên cần một sự điều tiết cảm xúc để có được kết quả tốt đẹp

Trong xuyên suốt quá trình phục vụ khách từ khi tiếp xúc với khách đến khi tiễn khách. Hướng dẫn viên cần phải hiểu rằng: chúng ta đóng vai trò là người phục vụ và luôn luôn nhiệt tình giúp đỡ khách

Trên đây là một số năng lực và phẩm chất cần thiết đối với hướng dẫn viên. Tuy nhiên với một hướng dẫn viên thành công thì có thể cần nhiều yếu tố khác ngoài các yếu tố trên

1.3.3 Yêu cầu về kỹ năng

1.3.3.1 Kỹ năng thuyết trình

1.3.3.2 Kỹ năng quan sát

1.3.3.3 Kỹ năng lắng nghe

1.3.3.4 Kỹ năng sử dụng và trả lời câu hỏi

1.3.3.5 Kỹ năng sử dụng các phương tiện hỗ trợ

1.3.3.6 Kỹ năng xử lý tình huống

Các bước xử lý tình huống:

1. Bình tĩnh và xin lỗi quý khách

2. Xem xét nguyên nhân của sự việc
3. Liên hệ với các bên có liên quan
4. Phản hồi với du khách
5. Những công việc sau khi phản hồi cùng du khách

CHƯƠNG 2: NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH

2.1 Chuẩn bị trước chuyến đi

2.1.1 Chuẩn bị cá nhân

- Kiến thức: Tích lũy, trau dồi và cập nhật các kiến thức điểm, tuyến du lịch và các kiến thức liên quan
- Tâm lý: Chuẩn bị tâm lý sẵn sàng, tự tin khi giao tiếp với khách, đặc biệt phải biết cách tạo ấn tượng 5 phút đầu tiên khi gặp khách
- Hành lý cá nhân: tiện lợi, gọn nhẹ, thoải mái. Mang theo những dụng cụ liên quan đến chuyến đi cũng như những vật phẩm cần thiết đảm bảo an toàn cho khách như thuốc men, đồ sơ cứu, đồ chuyên dụng. Đồng thời phải có giấy tờ tùy thân: CMND, hộ chiếu, thẻ hướng dẫn, lệnh điều động...Điện thoại + sạc pin

2.1.2 Chuẩn bị chương trình

- Danh sách đoàn: Họ tên, quốc tịch, ngày sinh, giới tính, nghề nghiệp, tôn giáo, nhu cầu đặc biệt
- Lịch trình chi tiết: Lịch trình, thời gian, địa điểm đón và tiễn khách và phương tiện vận chuyển, tài xế
- Dịch vụ: Tên, địa chỉ, số điện thoại, thời điểm sử dụng dịch vụ, người liên hệ phương thức thanh toán, bản sao xác nhận đặt chỗ, tiền tạm ứng
- Các loại giấy tờ: Phiếu/ lệnh điều động, tập gấp, phiếu khảo sát khách
- Vật dụng hỗ trợ: Hoa, biển hiệu, nước uống, bản đồ du lịch, quà tặng... (nếu có)
- Các hoạt động chuẩn bị khác

2.1.3 Chuẩn bị các nội dung khác: nếu có thể thì hướng dẫn viên cần phải:

- Kiểm tra phương tiện vận chuyển: xe và lái xe
- Kiểm tra sự sẵn sàng đón tiếp của các cơ sở phục vụ lưu trú, ăn uống

2.2 Tổ chức đón đoàn khách

2.2.1 Trước khi xuất phát

- Nơi đón: các đầu mối giao thông như nhà ga, sân bay, bến cảng, cửa khẩu biên giới
- Nguyên tắc cơ bản khi đón đoàn:
 - o Đúng địa điểm và thời gian quy định.
 - o Có thời gian dự trữ cho những tình huống bất thường
 - o Hướng dẫn viên kiểm tra lần cuối giờ đến của đoàn khách và phương tiện vận chuyển, biển đón, hoa... để đi đón khách
 - o Làm quen tài xế và thảo luận những quy định chung khi thực hiện đoàn

2.2.2 Tại điểm đón đoàn

- Có mặt tại điểm đón ít nhất 15 phút so với giờ phương tiện vận chuyển đến

- Làm các thủ tục vào khu vực đón tiếp khách
- Chọn vị trí đứng chờ và cầm biển đón đợi khách
- Làm quen trưởng đoàn và các thành viên
- Hướng dẫn làm thủ tục cần thiết liên quan nhập cảnh, nhận hành lý
- Đề nghị khách xác nhận hành lý
- Đưa khách ra phương tiện vận chuyển để rời điểm đón theo nguyên tắc đủ người, đủ hành lý
- Trong lúc khách lên xe, hướng dẫn viên đứng bên tay trái cửa lên xuống xe và giúp khách thu xếp hành lý. Hướng dẫn viên là người lên xe cuối cùng
- Vận chuyển khách về nơi lưu trú: hướng dẫn viên giới thiệu bản thân, lái xe và cung cấp những thông tin cơ bản nhất về chương trình của đoàn, thông tin khẩn cấp về đất nước, con người, những điểm trên đường đi...

2.2.3 Một số tình huống thường gặp khi đón khách

- Đón không đúng đoàn
- Hành khách bị thất lạc hành lý
- Đoàn đến không đúng giờ quy định
- Chương trình du lịch HDV giới thiệu khi ở trên xe lúc đón khách khác với chương trình khách đang có

2.3 Tổ chức vận chuyển khách

2.3.1 Tổ chức vận chuyển bằng ô tô

- Mời khách lên xe
- Đứng ở phía trái cửa xe
- Là người cuối cùng lên xe
- Xếp chỗ ngồi
- Khách đã xác định chỗ ngồi trước thì không đổi chỗ
- Chỉ đổi chỗ đối với những hành trình dài
- Chú ý cơ cấu đoàn khách và đổi theo nhóm
- Vị trí cuối xe ít được lựa chọn nhất
- Buổi đầu tiên để khách tự chọn chỗ ngồi nếu không có đặt chỗ trước.
- Nếu đón nhiều khách ở các điểm khác nhau thì xếp chỗ ngồi theo nguyên tắc:
 - o Đảm bảo thuận tiện cho nhóm lên sau, không mất nhiều thời gian ổn định
 - o Không phân tán thành viên trong cùng 1 nhóm vào các khu vực khác nhau

Mở bài thuyết minh suốt tuyến

- Giới thiệu bản thân, lái xe
- Giới thiệu về phương tiện và các công cụ cần thiết
- Cung cấp những thông tin cơ bản nhất CTDL
- Tiến hành làm quen với cả đoàn
- Thông báo và thống nhất về quy định CT
- Thuyết minh chương trình/địa phương xe đang lăn bánh

Nếu đoàn về khách sạn:

- (Thời gian đoàn về tới khách sạn)
- (Hoạt động check-in và hoạt động của ngày đầu tiên)

(Với khách quốc tế cần thêm một số thông tin)

- Giờ địa phương hiện tại và sai lệch múi giờ
- Thời tiết, nhiệt độ, độ ẩm
- Tiền tệ, việc đổi tiền, phương tiện thanh toán
- Điều kiện giao thông, vận chuyển công cộng
- Giờ mở cửa cửa hàng, ngân hàng, siêu thị..

Tác nghiệp tại các điểm dừng: cung cấp thông tin trước khi dừng xe:

- Lý do/ mục đích dừng
- Thời gian dừng
- Vị trí đỗ xe để đón đoàn, các hoạt động tại điểm dừng
- Nếu điểm dừng là điểm tham quan cụ thể, giới thiệu khái quát về điểm tham quan, giá trị nổi bật của điểm tham quan, các nội quy đặc biệt ...

Sử dụng nhạc trên xe:

- Mở nhạc khi khách muốn nghỉ ngơi, thư giãn
- Thời gian mở từ 15 – 20 phút
- Để khách lựa chọn loại nhạc hoặc tùy đặc điểm đoàn mà gợi ý loại nhạc
- Không mở quá to

Bảo quản hành lý:

- Xếp hành lý khi có khách chứng kiến
- Lưu ý các đồ vật cần bảo quản đặc biệt
- Đếm số lượng kiện hành lý
- Phân biệt rõ loại mang lên xe, loại để khoang hành lý

Tổ chức các hoạt động vui chơi, tạo hứng thú

- Tổ chức buổi tối hoặc lúc khách chưa ngủ nhưng hướng dẫn cũng không thể thuyết minh
- Sử dụng các hoạt động tập thể thích hợp với đối tượng khách

Nghiệp vụ bắt đầu các ngày còn lại:

- Kiểm tra lại lần cuối đủ người, hành lý
- Giới thiệu điều kiện vận chuyển
- Hoạt động của buổi hoặc ngày
- Khái quát điểm đến:
 - Vị trí địa lý
 - Khoảng cách và thời gian di chuyển
 - Các giá trị tham quan tiêu biểu
 - Khách sạn, ăn uống, mua sắm

Nghiệp vụ trước khi về khách sạn:

- Check in tại khách sạn
- Bữa ăn tối

- Lưu ý vào (ban đêm)
- Giờ gặp mặt hoặc C/O (check out)
- Chương trình ngày hôm sau

Tuy nhiên hướng dẫn viên cần phải có những chú ý sau:

- Định vị quan sát
- Giới thiệu giá trị cơ bản của đối tượng tham quan
- Để khoảng lặng cho khách tự khám phá và cảm nhận
- Không dùng cách chỉ dẫn chung chung.
- Chỉ dẫn theo hướng của khách
- Cho xe dừng lại ở những nơi có nhiều đối tượng tham quan sát nhau
- Cho xe đi chậm tại những đối tượng tham quan ít thông tin

2.3.2 Tổ chức vận chuyển bằng máy bay

- Trước chuyến bay
 - Kiểm tra các giấy tờ, hộ chiếu, vé máy bay, hành lý
 - Lưu ý khách chuẩn bị tiền trả các khoản phụ phí nếu chưa tính trong giá vé
 - Giúp khách làm thủ tục tại sân bay
- Trong chuyến bay:
 - Quan tâm xem khách có cần giúp đỡ gì không
 - Dịch lại thông báo của tiếp viên (nếu có)
 - Hướng dẫn các hoạt động giải trí, loại đồ ăn, thức uống, mua hàng miễn thuế... (nếu có)
- Kết thúc chuyến bay: Giúp khách làm thủ tục như nhập cảnh, nhận hành lý, khai báo hải quan...

2.3.3 Tổ chức vận chuyển bằng các phương tiện khác

- Nguyên tắc chung: giống vận chuyển bằng ô tô nhưng ít tác nghiệp hơn
- Đối với tàu thủy, kiểm tra các yếu tố đảm bảo an toàn (trọng tải, phao cứu sinh, văn hóa tham gia giao thông...)

2.3.4 Một số tình huống khi vận chuyển khách

- Xe bị tai nạn
- Xe bị hỏng trên đường vận chuyển đến điểm tiếp theo

2.4 Tổ chức phục vụ khách lưu trú và ăn uống

2.4.1 Tổ chức phục vụ khách lưu trú

2.4.1.1 Tổ chức nhận phòng

- Hướng dẫn viên là người đầu tiên rời khỏi phương tiện vận chuyển khi đến cơ sở lưu trú.
- Phối hợp với trưởng đoàn mời khách nghỉ tạm tại phòng đợi hoặc gian tiền sảnh của khách sạn
 - Bố trí phòng ở cho khách một cách nhanh chóng và hợp lý nhất
 - Phối hợp với lễ tân trao chìa khoá phòng cho khách và giao lại danh sách phòng cho lễ tân một bản đồng thời hướng dẫn viên giữ một bản

Một số chú ý khi tổ chức lưu trú

- Trước khi tổ chức cho khách về phòng riêng thì hướng dẫn viên tập trung khách lại và thông báo cho khách những thông tin cần thiết.

- Thông tin đầu tiên là hẹn khách thời gian chính xác sẽ tập trung vào buổi (hoặc ngày) hôm sau

- Các thông tin về điều kiện lưu trú của khách sạn

- Thông báo các nội quy, quy định của khách sạn như: giữ yên lặng trong khách sạn, bảo quản các trang thiết bị trong khách sạn

- Thông tin cho khách về công ty, khách sạn nơi họ đang lưu trú rõ ràng về địa chỉ, số điện thoại để khách sử dụng trong một số trường hợp cần thiết

- Thông tin về thời gian ăn uống, thời gian đi tham quan của đoàn khách, thông tin cho khách về điều kiện phục vụ, điểm nổi bật của tài nguyên du lịch, các điểm vui chơi, giải trí, bưu điện, thể thao, các cửa hàng mua sắm

Đối với khách nước ngoài:

- Cung cấp những thông tin liên quan đến đồng hồ, điều kiện thời tiết khí hậu

- Thông báo và thống nhất về quy định trong toàn bộ đoàn khách như đi theo đoàn tại các điểm tham quan, thực hiện đúng giờ giấc hay các quy định về việc hút thuốc. Yêu cầu với khách chấp hành kế hoạch đã đặt ra để tránh ảnh hưởng chung

- Ngay ngày đầu tiên khi khách đến thì hướng dẫn viên cần kiểm tra vé khứ hồi của khách và kiểm tra Visa đối với khách nước ngoài, hỏi xem khách có nhu cầu xác nhận lại chỗ máy bay hay không. Nếu khách có nhu cầu xác định lại chỗ thì hướng dẫn viên phải thu lại vé nộp lại cho phòng điều hành

2.4.1.2 Tổ chức trả phòng

- Hướng dẫn viên làm các thủ tục giấy tờ để khi cần thiết sau này. Hướng dẫn viên phải trực tiếp thanh toán cho khách

- Hướng dẫn viên thanh toán với lễ tân theo đúng thoả thuận hợp đồng được ký kết hoặc ký xác nhận vào phiếu phục vụ. Cần ký xác nhận số ngày cũng như các dịch vụ khách đã sử dụng

- Lưu giữ đầy đủ các hoá đơn, giấy tờ cần thiết có liên quan

2.4.1.3 Một số tình huống khi tổ chức lưu trú

- Khách không nhận phòng đã phân.

- Khi nhận phòng về lưu trú, khách không đồng ý và đòi đổi phòng

- Khi khách lưu trú tại khách sạn, khách thông báo bị mất tài sản

2.4.2 Tổ chức ăn uống

2.4.2.1 Tổ chức các bữa ăn trong đoàn

- Có mặt 15 phút trước giờ ăn của đoàn khách

- Hướng dẫn viên hướng dẫn khách đến điểm riêng mà nhà hàng đã dành cho đoàn

- Hướng dẫn viên thông báo thực đơn cho khách biết rõ những thành phần trong bữa ăn và những gì ngoài bữa ăn mà khách phải trả tiền nếu gọi thêm

- Đối với những món ăn đặc sản có cách thưởng thức riêng thì hướng dẫn viên phải giới thiệu cho du khách nhằm tránh lúng túng bởi mỗi nơi có mỗi cách ăn khác nhau.
- Sau khi ổn định việc ăn uống cho khách thì hướng dẫn viên xem xét tình hình chung bữa ăn cho khách và kiểm tra sự phục vụ ăn uống cho khách để đảm bảo các khoản đúng như hợp đồng là cần thiết trong thời gian khách ăn uống.

Trong quá trình tổ chức ăn uống, hướng dẫn viên cần chú ý:

- Về mặt nguyên tắc hướng dẫn viên không cùng ăn với khách. Tuy nhiên, hướng dẫn viên có thể ăn với khách bữa ăn đầu tiên và bữa ăn cuối cùng. Khi cùng ăn với khách thì hướng dẫn viên cùng dùng chung thực đơn với khách
- Lý do hướng dẫn viên không cùng ăn với đoàn khách:
 - o Để có thời gian, điều kiện quan sát, hướng dẫn cho khách ăn
 - o Sự tế nhị về tự do trong ăn uống và sự chi trả hơn nữa để cho khách tự do trao đổi với nhau
- Trong quá trình tổ chức ăn uống cho đoàn khách thì hướng dẫn viên phải ghi chép lại các khoản chi tiêu hàng ngày và các khoản chi này phải nằm trong hợp đồng
- Khi tổ chức ăn cho khách thì sau mỗi bữa ăn hướng dẫn viên phải ký xác nhận hoá đơn và tập hợp tất cả giấy tờ liên quan đến đoàn khách
 - 2.4.2.2 *Tổ chức những sự kiện đặc biệt*
 - 2.4.2.3 *Một số tình huống thường gặp khi tổ chức ăn uống*
 - Khách bị dị ứng hoặc ngộ độc
 - Khách muốn dùng thêm dịch vụ
 - Khách đòi đổi món ăn có trong thực đơn định trước
 - Đoàn không thích ăn tại KS công ty đặt trước?

2.5 Tổ chức hướng dẫn tham quan

2.5.1 Nội dung và nguyên tắc cơ bản của hướng dẫn tham quan du lịch

Tính phù hợp giữa nội dung thuyết minh và đối tượng tham quan.

Tính dễ hiểu.

Tính hệ thống và liên tục.

2.5.2 Phương pháp hướng dẫn khách xem xét đối tượng tham quan

Xác định vị trí quan sát đối tượng tham quan

Tổ chức xem xét đối tượng tham quan

Quan tâm đến các yếu tố tác động ngoại cảnh

Tiến hành cho khách xem xét đối tượng tham quan

Quan sát trạng thái tâm lý của khách

Điều bộ và cử chỉ của HDV

Phương pháp di chuyển đoàn khách

2.5.3 Một số tình huống thường gặp khi tổ chức hướng dẫn tham quan du lịch.

- Khách bất đồng quan điểm với HDV
- Các tác động ngoại cảnh gây chú ý

- Có người chèo kéo đoàn khách
- Một số khách không quan tâm

2.6 Tổ chức hoạt động tiễn khách

2.6.1 Trước khi xuất phát

- Thông báo lễ tân thời gian mà đoàn khách sẽ rời khỏi khách sạn để giúp cho lễ tân chủ động kiểm tra và khách sạn tiến hành các thủ tục liên quan đến thanh toán
- Hướng dẫn viên cần thông báo cho khách về thủ tục xuất cảnh như:
 - o Thủ tục hải quan: hướng dẫn cho khách cách khai báo hải quan
 - o Thủ tục thường vụ: nói rõ cho khách việc trình vé máy bay và trả lệ phí sân bay
 - o Thủ tục cân hành lý: số kg được quy định về hành lý (nếu vượt số kg thì khách phải trả thêm tiền) hoặc mặt hàng nào khách được mang theo cũng như mặt hàng nào cấm.
- Thông báo cẩn thận và chi tiết cho khách du lịch các quy định về thời gian chuẩn bị hành lý, giấy tờ, thời gian đưa hành lý ra khỏi khu vực lưu trú, thời gian và nơi thanh toán các dịch vụ bổ sung của khách tại cơ sở dịch vụ lưu trú và ăn uống, thời gian và địa điểm xuất phát từ cơ sở lưu trú tới nơi tiễn khách
- Hướng dẫn viên cần hướng dẫn khách lưu ý đặc biệt đến các giấy tờ quan trọng như: vé máy bay, hộ chiếu, phiếu thanh toán cùng với các vật dụng cá nhân (như máy quay phim, máy ảnh, máy ghi âm...)
- Phát và nhận lại phiếu đánh giá của khách sau mỗi chuyến du lịch (nếu có).

2.6.2 Tại điểm xuất phát

Khi đến địa điểm tiễn khách cần chỉ rõ cho khách các vị trí làm thủ tục, khu vực vệ sinh, các cửa hàng cũng như theo dõi việc vận chuyển hành lý và chú ý bảo đảm an toàn cho khách Sau đó hướng dẫn viên giúp khách làm thủ tục hải quan (nếu cần thiết).

Sau khi đã làm các thủ tục xuất cảnh và nhận được công phiếu hành lý, phiếu lên máy bay... hướng dẫn viên nhắc khách hành lý xách tay, qua kiểm tra an ninh để vào phòng chờ đã được ngăn cách. Lúc này hướng dẫn viên cần nói những lời tạm biệt thân tình, những lời chúc may mắn, bình yên với đoàn khách và sự mong muốn gặp lại khách cùng bạn bè của họ. Thái độ hướng dẫn viên phải chân thành, lịch sự và lưu luyến cũng như như không khí đầy thiện cảm của phút chia tay.

Lưu ý:

Phải chu đáo với khách, giúp đỡ khách. Tuy nhiên không tỏ ra quá sốt sắng, quá nhiệt tình khi tiễn khách nhằm không gây cho khách sự hiểu nhầm

Hướng dẫn viên chỉ ra về nơi tiễn khi chắc chắn chuyến bay (hoặc tàu) đã được thực hiện

Sau khi kết thúc đợt phục vụ thì hướng dẫn viên chuẩn bị các giấy tờ, hoá đơn có liên quan đến khách và nộp lại trực tiếp cho phòng điều hành.

2.6.3 Những công việc của hướng dẫn viên sau khi kết thúc chuyến tham quan du lịch

Hoàn tất các hồ sơ, giấy tờ gửi cho công ty

Làm các báo cáo chuyến đi

2.6.4 Một số tình huống thường gặp khi tiễn khách

- Sự chậm trễ của chuyến bay
- Khách để quên tài sản tại khách sạn

CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG BÀI THUYẾT MINH VÀ PHƯƠNG PHÁP THUYẾT MINH

3.1 Xây dựng bài thuyết minh

3.1.1 Nguyên tắc cơ bản khi xây dựng bài thuyết minh

- Đảm bảo cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết cho khách để họ có thể hiểu được những giá trị của đối tượng tham quan.
- Bài thuyết minh phải mang tính logic khoa học.
- Bài thuyết minh phải gắn liền với mục đích và chủ đề của chương trình tham quan.
- Bài thuyết minh phải hấp dẫn.

3.1.2 Phương pháp xây dựng bài thuyết minh

Bài thuyết minh suốt tuyến (đã nói ở phần trước)

Bài thuyết minh tại điểm

- Lời chào
- Lời cảm ơn/lời chúc
- Thời gian tham quan
- Lộ trình tham quan
- Quy định tham quan
- Các giá trị điểm tham quan

Phần nội dung

- Thuyết minh suốt tuyến:
 - Khái quát về tỉnh thành phố xe đang lăn bánh
 - Triển khai các chủ đề về lịch sử, văn hóa, nhân vật, sự kiện, ẩm thực của tỉnh/thành phố
 - Thuyết minh gắn liền với các đối tượng tham quan/có giá trị gắn với cung đường di chuyển
- Thuyết minh tại điểm
 - Khái quát về điểm tham quan: vị trí, lịch sử hình thành và phát triển...
 - Phân tích các giá trị của điểm gắn với các đối tượng/khu vực tại điểm tham quan
- ...

Phần kết luận :

- HDV suốt tuyến
 - Tổng kết lại chuyến tham quan
 - Tiến hành giới thiệu 1 số chương trình du lịch khác
 - Cảm ơn đoàn và có lời chúc
- Kết luận của bài thuyết minh tại điểm
 - Thời gian tham quan/ dấu hiệu kết thúc

- Đúc kết lại các giá trị điểm tham quan
- Trao đổi giữa khách và HDV (câu hỏi & trả lời)
- Lời cảm ơn & lời chúc

3.2 Phương pháp thuyết minh

3.2.1.1 Phương pháp chỉ dẫn chứng minh

Thông tin có độ chính xác cao, đôi khi có tính hàn lâm và gắn liền với đối tượng tham quan.

Đòi hỏi hướng dẫn viên phải có một dung lượng kiến thức lớn và chuẩn mực, kết hợp hài hoà chỉ dẫn với chứng minh, có thể sử dụng nhiều tư liệu minh hoạ chứng minh cho lời thuyết minh của mình.

Đây cũng là phương pháp thường được sử dụng phổ biến, đặc biệt trong các chuyến tham quan du lịch chuyên đề.

Phương pháp này dựa trên cơ sở trực tiếp quan sát đối tượng tham quan của khách. Hướng dẫn viên hướng dẫn khách tham quan xem xét các đối tượng sau đó giới thiệu minh hoạ và phân tích những nét cơ bản trong giá trị của các đối tượng tham quan. Hướng dẫn viên cung cấp một cách có hệ thống các thông tin về nguồn gốc, xuất xứ, thông số kỹ thuật, ý nghĩa tượng trưng của các đối tượng tham quan nhằm làm nổi bật các giá trị của đối tượng tham quan cho khách du lịch

Những thủ pháp cơ bản thường được sử dụng trong phương pháp chỉ dẫn chứng minh bao gồm:

- Phân tích nghệ thuật
- Phân tích lịch sử
- Phân tích khoa học.

3.2.1.2 Phương pháp miêu tả kể chuyện

Đặc điểm nổi bật của phương pháp này là sự hoá thân của hướng dẫn viên vào trong những câu chuyện, tình huống của bài thuyết minh. Được áp dụng trong các trường hợp sau:

Khi đối tượng tham quan gắn liền với những truyền thuyết hoặc sự kiện nổi tiếng nhưng hiện tại bản thân đối tượng tham quan không còn lôi cuốn trực tiếp đối với sự quan sát của khách du lịch. Giá trị của đối tượng tham quan sẽ phải được thể hiện chủ yếu thông qua bài thuyết minh của hướng dẫn viên

Thuyết minh trên đường vận chuyển hoặc khi không có các đối tượng tham quan

MÔN 2: QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH

Chương 1: Khái quát kinh doanh lữ hành

1.1. Một số xu hướng kinh doanh lữ hành trên thế giới nửa cuối thế kỷ 20

Mở rộng nội dung, phạm vi, đa dạng hóa thể loại kinh doanh lữ hành

- Tăng nhanh về số lượng các doanh nghiệp, đa dạng hóa chủng loại sản phẩm của doanh nghiệp, có sự phân chia chức năng chính, phạm vi hoạt động trên thị trường du lịch một cách rõ ràng.

- Sự đa dạng hóa hoạt động kinh doanh lữ hành, nhằm khai thác hết khả năng và nguồn lực sẵn có của mỗi doanh nghiệp với mục đích đạt lợi nhuận cao nhất trong kinh doanh. Cụ thể, những doanh nghiệp lữ hành lớn chuyên kinh doanh các chương trình du lịch, cũng mở rộng sang lĩnh vực trung gian thuần túy làm môi giới và tiêu thụ sản phẩm cho các nhà cung cấp. Ngược lại, các doanh nghiệp lữ hành nhỏ (các đại lý lữ hành) chỉ thuần túy làm dịch vụ môi giới, thì nay đã ngày càng quan tâm và hoạt động nhiều hơn trong lĩnh vực kinh doanh chuyên du lịch. Mặt khác, có sự tăng cường hợp tác, phối hợp hoạt động của các đại lý lữ hành trung bình và nhỏ với các hãng lữ hành tổng hợp và các hãng lữ hành chuyên kinh doanh chuyên du lịch.

- Các hãng lữ hành đều mở rộng phạm vi thị trường vừa kinh doanh lữ hành quốc tế chủ động và bị động, vừa kinh doanh lữ hành nội địa cho mọi đối tượng khách có nhu cầu.

Xu hướng tập trung tư bản, tăng cường liên kết ngang & dọc, tạo ra tính độc quyền cao trong các hãng kinh doanh lữ hành

- Trên thị trường du lịch trong nước, khu vực hay toàn cầu, trong số hàng vạn các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành thì chỉ có vài chục doanh nghiệp chiếm phần lớn thị trường du lịch. Ví dụ: ở Anh có Thomas cook and son, Thomson holiday Inc, PIKFORDS TRAVEL, FRAME TOUR. Mỹ: American Express company,...

- Sự độc quyền và chiếm lĩnh phần lớn thị trường của các hãng trên đây là kết quả của sự cạnh tranh gay gắt dẫn đến sự liên kết hoặc tự nguyện, hoặc bắt buộc phải liên hiệp để đủ sức cạnh tranh. Với các hình thức này mang đến sự thỏa thuận giữa các doanh nghiệp lữ hành với nhau, tạo ra một thị trường độc quyền nhóm và kết quả là thị trường cạnh tranh giảm, cùng hợp tác để đạt các mục tiêu như lợi nhuận tối đa hoặc ngăn sự thâm nhập của các đối thủ mới vào thị trường.

Tăng nhanh lượng khách và thay đổi tập quán tiêu dùng du lịch mạnh mẽ: thể hiện trên 3 khía cạnh:

- Sự tăng trưởng nhanh về lượng khách du lịch
- Thay đổi trong tập quán tiêu dùng
- Cầu về dịch vụ lữ hành đa dạng và phức tạp

1.2. Điều kiện và khả năng phát triển hoạt động kinh doanh lữ hành

1.2.1. Điều kiện về mở rộng quan hệ quốc tế hoà bình và hữu nghị : Thể hiện qua 2 nội dung chính:

- Đường lối, chính sách và các ưu đãi ngoại giao.
- Thể chế chính trị của quốc gia, đặc điểm của kinh tế thế giới, giao lưu văn hoá giữa các dân tộc.

1.2.2. Cơ chế, chính sách tạo điều kiện cho du lịch phát triển: thể hiện qua các vấn đề:

- Sự ổn định về chính trị.
- Đường lối khuyến khích phát triển du lịch cùng với hệ thống chính sách, biện pháp đồng bộ .
- Quy định về tỷ giá chuyển đổi đơn vị tiền tệ.

1.2.3. Thị trường khách du lịch có quy mô lớn

1.2.4. Có nhiều nhà cung cấp với nhiều chủng loại dịch vụ hàng hoá, với chất lượng phong phú, đa dạng: đây là điều kiện quyết định cho sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

1.2.5. Điều kiện về năng lực, trình độ kinh doanh lữ hành của doanh nghiệp: Điều kiện này bao gồm nhân tố con người, trình độ quản lý kinh doanh lữ hành, cơ sở vật chất kỹ thuật của mỗi doanh nghiệp.

Chương 2: Những nội dung cơ bản của kinh doanh lữ hành

2.1. Chức năng của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

2.1.1. Chức năng thông tin:

Thực hiện chức năng này có nghĩa là doanh nghiệp lữ hành cung cấp thông tin cho khách du lịch, nhà kinh doanh du lịch, điểm đến du lịch. Hay nói cách khác, kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho cả người tiêu dùng du lịch và người cung cấp sản phẩm du lịch.

Nội dung thông tin cần cung cấp cho khách du lịch bao gồm:

- Thông tin về giá trị tài nguyên, thời tiết, thể chế chính trị, tôn giáo, luật pháp, phong tục tập quán, tiền tệ, giá cả của nơi đến du lịch.
- Thông tin về giá, thứ hạng, chủng loại dịch vụ, hệ thống phân phối dịch vụ của nhà cung cấp.

Các nhà kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho khách du lịch, chủ yếu là dựa vào nguồn thông tin thứ cấp. Hình thức cung cấp thông tin bằng hình thức truyền thống, hoặc hiện đại, hoặc cả hai. Trong đó, cần đặc biệt chú ý tới hình thức truyền tin hiện đại, ứng dụng tiến bộ của công nghệ thông tin, phổ hợp truyền thông marketing.

Nội dung thông tin cho nhà cung cấp và điểm đến du lịch bao gồm mục đích động cơ chính của chuyến đi, quỹ thời gian rỗi cho tiêu dùng du lịch, thời điểm sử dụng thời gian rỗi cho tiêu dùng du lịch, khả năng thanh toán, mức thu nhập dành cho tiêu dùng du lịch, kinh nghiệm tiêu dùng du lịch, yêu cầu về chất lượng và thói quen tiêu dùng của khách, các yêu cầu đặc biệt của khách.

Các nhà kinh doanh lữ hành cung cấp thông tin cho nhà cung cấp du lịch, dựa vào cả hai nguồn thông tin thứ cấp và nguồn thông tin sơ cấp. Trong đó nguồn thông tin sơ cấp cần được quan tâm và cung cấp nhiều hơn. Khi có nhiều thông tin sơ cấp các nhà cung cấp du lịch định hướng đúng nhu cầu của khách du lịch, trên cơ sở đó tạo ra các sản phẩm và dịch vụ du lịch đáp ứng đúng nhu cầu của khách du lịch.

2.1.2. Chức năng tổ chức

Thực hiện chức năng này nghĩa là doanh nghiệp phải thực hiện các công việc tổ chức nghiên cứu thị trường, tổ chức sản xuất và tổ chức tiêu dùng.

Tổ chức nghiên cứu thị trường bao gồm nghiên cứu cả thị trường cầu và thị trường cung du lịch. Tổ chức sản xuất bao gồm việc sắp đặt trước các dịch vụ hoặc liên kết các dịch vụ đơn lẻ thành chương trình du lịch. Tổ chức tiêu dùng bao gồm tổ chức cho khách đi lẻ thành từng nhóm, định hướng và giúp đỡ khách trong quá trình tiêu dùng du lịch.

2.1.3. Chức năng thực hiện

Thực hiện chức năng này có nghĩa là doanh nghiệp lữ hành thực hiện khâu cuối cùng của quá trình kinh doanh lữ hành. Bao gồm thực hiện vận chuyển khách theo các điều kiện đã thỏa thuận trong hợp đồng, thực hiện các hoạt động hướng dẫn tham quan, thực hiện việc kiểm tra, giám sát các dịch vụ của các nhà cung cấp khác trong chương trình. Mặt khác, thực hiện hoạt động làm gia tăng giá trị sử dụng và giá trị của chương trình du lịch thông qua lao động của hướng dẫn viên.

2. 2. Lợi ích của kinh doanh lữ hành

2.2.1. Đối với nhà sản xuất

- Được cung cấp những nguồn khách lớn, ổn định và có kế hoạch từ các nhà kinh doanh lữ hành.
- Trên cơ sở hợp đồng đã ký kết, nhà sản xuất chuyển bớt rủi ro kinh doanh đến các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.
- Các nhà cung cấp thu được nhiều lợi ích từ các hoạt động quảng cáo, khuyến trương cũng như thăm dò nhu cầu du khách của các hãng lữ hành

2.2.2. Đối với khách du lịch

- Khách du lịch tiết kiệm được thời gian và chi phí, hưởng được mức giá hấp dẫn
- Khách DL thừa hưởng được kinh nghiệm và kiến thức của các chuyên gia
- Có cơ hội mở rộng các quan hệ xã hội
- Du khách có thể cảm nhận được sản phẩm trước khi mua

2.2.3. Đối với điểm đến du lịch

- Hoạt động lữ hành đóng vai trò thu hút khách đến một vùng, một đất nước, mở rộng quan hệ giao lưu giữa các vùng trong một cộng đồng, một đất nước hoặc giữa các quốc gia với nhau
- Lữ hành thể hiện hình ảnh của ngành du lịch Việt Nam trên thị trường du lịch quốc tế

2.2.4. Đối với nhà kinh doanh lữ hành

Nâng cao vị thế và uy tín trên thị trường lữ hành nhờ có lượng khách lớn và sự ưu đãi của các nhà cung cấp và điểm đến du lịch.

2.3. Hoạt động kinh doanh lữ hành

2.3.1. Khái niệm kinh doanh lữ hành, doanh nghiệp lữ hành

Khái niệm kinh doanh lữ hành:

Tiếp cận theo nghĩa rộng, kinh doanh lữ hành được hiểu là doanh nghiệp đầu tư để thực hiện một, một số hoặc tất cả các công việc trong quá trình tạo ra và chuyển giao sản phẩm từ lĩnh vực sản xuất sang lĩnh vực tiêu dùng du lịch với mục đích hưởng hoa hồng hoặc lợi nhuận. Kinh doanh lữ hành có thể là kinh doanh một hoặc nhiều hơn một, hoặc tất cả các dịch vụ và hàng hóa thỏa mãn hầu hết các nhu cầu thiết yếu, đặc trưng và các nhu cầu khác của khách du lịch. Ví dụ sắp xếp để tiêu thụ hoặc bán các dịch vụ vận chuyển, lưu trú, chương trình du lịch hoặc bất kỳ dịch vụ du lịch khác: tổ chức hoặc thực hiện các chương trình du lịch vào và ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia; trực tiếp cung cấp hoặc chuyên gia cho thuê dịch vụ vận chuyển cho khách du lịch; trực tiếp cung cấp hoặc chuyên gia môi giới hỗ trợ các dịch vụ khác có liên quan đến các dịch vụ kể trên trong quá trình tiêu dùng của du khách.

Cách tiếp cận thứ hai, tiếp cận lữ hành ở một phạm vi hẹp. Để phân biệt hoạt động kinh doanh lữ hành với các hoạt động kinh doanh du lịch khác như khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí, người ta giới hạn hoạt động kinh doanh lữ hành chỉ bao gồm những hoạt động tổ chức các chương trình du lịch. Điểm xuất phát của các giới hạn nói trên là các công ty lữ hành thường rất chú trọng tới việc kinh doanh chương trình du lịch. Tiêu biểu cho cách tiếp cận này là định nghĩa về lữ hành trong Luật Du lịch Việt Nam. “Lữ hành là việc xây dựng, bán, tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch”.

Khái niệm doanh nghiệp lữ hành

“Doanh nghiệp lữ hành là đơn vị có tư cách pháp nhân, hạch toán độc lập, được thành lập nhằm mục đích sinh lợi bằng việc giao dịch, ký kết các hợp đồng du lịch và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch đã bán cho khách du lịch” (thông tư hướng dẫn thực hiện nghị định 09/ CP của chính phủ về tổ chức và quản lý các doanh nghiệp du lịch TCDL - Số 715/TCDL ngày 9/7/1994).

Theo điều 14, NĐ 168 Quy định chi tiết một số điều của luật du lịch (32/12/2017), Nêu rõ về Mức ký quỹ và phương thức ký quỹ

1. Mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa: 100.000.000 (một trăm triệu) đồng.

2. Mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế:

a) Kinh doanh dịch vụ lữ hành đối với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam: 250.000.000 (hai trăm năm mươi triệu) đồng;

b) Kinh doanh dịch vụ lữ hành đối với khách du lịch ra nước ngoài: 500.000.000 (năm trăm triệu) đồng;

c) Kinh doanh dịch vụ lữ hành đối với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài: 500.000.000 (năm trăm triệu) đồng.

3. Doanh nghiệp thực hiện ký quỹ bằng đồng Việt Nam tại ngân hàng thương mại, ngân hàng hợp tác xã hoặc chi nhánh ngân hàng nước ngoài thành lập và hoạt động tại Việt Nam và được hưởng lãi suất theo thỏa thuận giữa doanh nghiệp và ngân hàng nhận ký quỹ phù hợp với quy định của pháp luật. Tiền ký quỹ phải được duy trì trong suốt thời gian doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành.

2.3.2. Phân loại kinh doanh lữ hành

Căn cứ tính chất hoạt động tạo ra sản phẩm

Kinh doanh đại lý du lịch

Kinh doanh chương trình du lịch

Kinh doanh lữ hành tổng hợp

Căn cứ vào phương thức và phạm vi hoạt động

Kinh doanh lữ hành gửi khách

Kinh doanh lữ hành nhận khách

Kinh doanh lữ hành kết hợp

2.3.3. Hệ thống sản phẩm của kinh doanh lữ hành

2.3.3.1. Dịch vụ trung gian

Các dịch vụ trung gian bao gồm:

- Bán sản phẩm cho một hãng lữ hành khác (bán chương trình du lịch cho các công ty lữ hành)
- Đăng ký đặt chỗ và bán các chương trình du lịch.
- Làm đại lý bán các dịch vụ lưu trú, đăng ký đặt chỗ trong khách sạn.
- Làm đại lý bán cho các hãng hàng không, đường sắt, đường bộ, đường thủy, các hãng vận chuyển khách du lịch như: đăng ký đặt chỗ và bán vé máy bay, đăng ký đặt chỗ và bán vé trên các phương tiện ô tô, tàu hỏa...
- Môi giới cho thuê xe ô tô
- Tư vấn du lịch.
- Đại lý bảo hiểm và thu đổi ngoại tệ.
- Đại lý cho các cơ sở tổ chức các dịch vụ vui chơi, giải trí cho khách du lịch.
- Các dịch vụ môi giới trung gian khác như: thông tin, làm visa, hộ chiếu và thực hiện một số thủ tục cần thiết cho chuyến đi.

2.3.3.2. Chương trình du lịch

Xuất phát từ hoạt động tổ chức sản xuất, một sản phẩm mang tính chất đặc trưng của các doanh nghiệp lữ hành, đó là các chương trình du lịch trọn gói. Bằng việc liên kết các sản phẩm riêng lẻ của các nhà sản xuất hàng hoá và dịch vụ du lịch thành một sản phẩm hoàn chỉnh và bán cho khách du lịch với một mức giá gộp.

Các chương trình du lịch bao gồm ba yếu tố cấu thành:

- Yếu tố tổ chức kỹ thuật: Việc thiết kế tour, độ dài chương trình du lịch, các dịch vụ trong chương trình, phương tiện vận chuyển, lịch trình và thời gian
- Yếu tố có nội dung kinh tế: giá thành, giá bán, tổng chi phí, hoa hồng.
- Yếu tố có nội dung pháp luật: được thể hiện trong nội dung hợp đồng giữa các doanh nghiệp du lịch với nhà cung cấp và khách du lịch.

2.3.3.3. Sản phẩm khác

- Du lịch khuyến thưởng (incentive) là một dạng đặc biệt của chương trình du lịch trọn gói với chất lượng tốt nhất, được tổ chức theo yêu cầu của các tổ chức kinh tế hoặc phi kinh tế.
- Du lịch hội nghị, hội thảo
- Chương trình du học
- Tổ chức các sự kiện văn hóa xã hội kinh tế, thể thao lớn.

- Các loại sản phẩm và dịch vụ khác theo hướng liên kết dọc nhằm phục vụ khách du lịch trong một chu trình khép kín để có điều kiện, chủ động kiểm soát và bảo đảm được chất lượng của chương trình du lịch trọn gói.

2.4. Nhà cung ứng của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành

2.4.1 Khái niệm

Là bất cứ ai được pháp luật cho phép cung cấp bất cứ thứ gì mà doanh nghiệp lữ hành cần để thực hiện sản phẩm du lịch của doanh nghiệp trên thị trường. Nhà cung cấp của doanh nghiệp lữ hành có thể là các doanh nghiệp, các đơn vị hành chính, các đơn vị sự nghiệp bảo đảm các yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp lữ hành để tạo ra các sản phẩm bán cho khách.

2.4.2. Nhà cung cấp của doanh nghiệp lữ hành

2.4.2.1. Vai trò của nhà cung cấp

Hoạt động kinh doanh lữ hành muốn phát triển được thì phải có sự tham gia đầy đủ của các nhà cung cấp. Bởi chính các nhà sản xuất du lịch bảo đảm cung ứng những yếu tố đầu vào để các nhà kinh doanh lữ hành liên kết các dịch vụ đơn lẻ của từng nhà cung cấp thành dịch vụ mang tính trọn vẹn và làm tăng giá trị sử dụng của chúng để bán cho khách du lịch với mức giá gộp. Chương trình du lịch với mức giá trọn gói phải đáp ứng đúng mong muốn tiêu dùng của khách, đồng thời phải mang lại lợi ích cho khách (chi phí thấp hơn, tiện lợi hơn, dễ dàng trong tìm kiếm thông tin). Do vậy, nếu thiếu nhà cung ứng đầu vào, số lượng và chất lượng bị hạn chế, mức giá của các dịch vụ đầu vào cho các nhà kinh doanh lữ hành cao thì kinh doanh lữ hành khó có thể phát triển được. Nếu không có mối quan hệ mật thiết giữa các nhà cung cấp thì không thể tổ chức được các chuyến du lịch. Vì các dịch vụ có trong chuyến du lịch không được thực hiện hoặc giá quá cao. Nhà cung cấp có thể tăng giá, cung cấp không thường xuyên, hoặc hạ thấp chất lượng sản phẩm cung cấp cho doanh nghiệp làm cho sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành không tiêu thụ được.

2.4.2.2. Doanh nghiệp lữ hành – kênh phân phối của nhà cung cấp

Mối quan hệ của doanh nghiệp lữ hành và nhà cung cấp

Kênh phân phối sản phẩm trong du lịch được hiểu như một hệ thống tổ chức dịch vụ nhằm tạo ra các điểm bán hoặc cách tiếp cận sản phẩm thuận tiện cho khách du lịch, ở ngoài địa điểm diễn ra quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm.

Các kênh phân phối trong du lịch thường có hai vai trò chủ yếu:

+ Mở rộng điểm tiếp xúc với khách du lịch thông qua hệ thống các điểm bán, tạo điều kiện thuận lợi cho khách trong việc đặt mua sản phẩm qua các phương tiện thông tin hiện đại.

+ Góp phần thúc đẩy quá trình mua sản phẩm của du khách thông qua các phương tiện quảng cáo và hoạt động của đội ngũ nhân viên tác động trực tiếp và biến nhu cầu của du khách thành hành động mua sản phẩm. Thông thường thì từ khi khách mua sản phẩm đến khi thực sự tiêu dùng có một khoảng thời gian từ vài tiếng đến vài tháng.

Hầu hết các kênh phân phối trong du lịch đều được thực hiện thông qua các doanh nghiệp lữ hành (bao gồm các đại lý du lịch). Vì vậy, hệ thống các doanh nghiệp lữ hành còn được gọi là hệ thống phân phối sản phẩm trong du lịch.

Hình thức quan hệ của doanh nghiệp lữ hành và nhà cung cấp

+ Quan hệ theo hình thức ký gửi

Quan hệ theo phương thức hàng ký gửi, không chịu trách nhiệm rủi ro khi không tiêu thụ được sản phẩm cho nhà cung cấp, không hưởng lợi nhuận mà chỉ hưởng hoa hồng.

Các nhà cung cấp thường áp dụng mức giá riêng đối với các doanh nghiệp lữ hành, mức giá này luôn luôn thấp hơn so với mức giá công bố chính thức của các nhà cung cấp từ một vài cho tới hàng chục phần trăm. Mức chênh lệch giữa mức giá bán chính thức với mức giá áp dụng đối với các doanh nghiệp lữ hành được gọi là tiền hoa hồng bán hàng và dịch vụ. Như vậy tiền hoa hồng là khoản tiền mà các nhà cung cấp trả cho các doanh nghiệp lữ hành khi các doanh nghiệp

lữ hành bán hoặc tiêu thụ sản phẩm của các nhà cung cấp. Dù khi doanh nghiệp lữ hành làm đại lý (bán) của các nhà cung cấp, hoặc khi doanh nghiệp gửi khách tới cơ sở của các nhà cung cấp (tiêu thụ) thì bản chất của tiền hoa hồng vẫn không thay đổi, có khác nhau chỉ là phương thức thanh toán.

Có rất nhiều hình thức của tiền hoa hồng. Một số hình thức chủ yếu là:

Tiền hoa hồng cơ bản là mức tiền hoa hồng thấp nhất mà các nhà cung cấp trả cho các doanh nghiệp lữ hành.

Mức hoa hồng cơ bản phổ biến cho các dịch vụ hàng hoá du lịch tại Việt Nam và trên thế giới thường được tính bằng phần trăm trên mức bán.

Tiền hoa hồng khuyến khích: thực chất đây là khoản tiền thưởng mà các nhà cung cấp trả cho các doanh nghiệp lữ hành khi các doanh nghiệp lữ hành bán (hoặc tiêu thụ) một lượng sản phẩm vượt quá một mức quy định nào đó.

Các nhà cung cấp có thể quy định mức tiêu thụ sản phẩm cho một lần (một chuyến bay, một đoàn đến khách sạn, một chuyến tàu v.v...) hoặc cho sản phẩm tiêu thụ trong một khoảng thời gian nhất định nào đó: một tháng, một quý hoặc một năm. Mức tiền thưởng phổ biến là tăng phần trăm hoa hồng so với mức hoa hồng cơ bản.

Trong những điều kiện nhất định, các nhà cung cấp có thể thưởng bằng hình thức phục vụ miễn phí.

+ Quan hệ theo hình thức bán buôn

Quan hệ theo hình thức bán buôn hưởng lợi nhuận có nghĩa là nhà cung cấp bán cho các doanh nghiệp lữ hành với số lượng lớn dịch vụ và hàng hoá với mức giá gốc theo sự thoả thuận giữa hai bên. Đặc điểm của hình thức này là chia sẻ rủi ro của nhà cung cấp cho doanh nghiệp lữ hành. Doanh nghiệp lữ hành có quyền định đoạt giá cả sản phẩm mà nhà cung cấp đã bán cho doanh nghiệp lữ hành.

Chương 3: Quản trị nhân lực ở doanh nghiệp lữ hành

3.1. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp lữ hành

3.1.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn cơ cấu tổ chức trong doanh nghiệp lữ hành

Đặc điểm lao động trong kinh doanh lữ hành

- Lao động trong doanh nghiệp lữ hành được bố trí theo mức độ chuyên môn hóa cao.
- Lao động trong doanh nghiệp lữ hành mang tính đa dạng và tổng hợp.
- Lao động trong doanh nghiệp lữ hành yêu cầu cao về kiến thức, tính chuyên nghiệp và văn hóa giao tiếp
- Lao động trong doanh nghiệp lữ hành mang tính thời vụ cao.
- Khả năng cơ giới hóa và tự động hóa thấp đối với công việc của hướng dẫn viên.
- Lao động trong doanh nghiệp lữ hành đòi hỏi cao về các phẩm chất tâm lý và thể lực.
- Tính phụ thuộc vào giới tính và độ tuổi của lao động trong doanh nghiệp lữ hành thấp.

Các yêu cầu quản lý lao động của doanh nghiệp lữ hành

Xuất phát từ những đặc điểm lao động trên, đòi hỏi công tác quản lý phải bảo đảm các yêu cầu sau:

- Công tác tổ chức lao động khoa học, hợp lý và phân công trách nhiệm cụ thể, rõ ràng và quản lý chặt chẽ các khâu thực hiện và sự phối kết hợp giữa các bộ phận nghiệp vụ.
- Phải thông qua kết quả lao động cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, khó khăn lớn nhất trong quản lý chất lượng lao động lữ hành là thời gian và không gian sản xuất tiêu dùng trùng nhau. Hơn nữa chất lượng sản phẩm lữ hành lại phụ thuộc vào nhiều yếu tố mà nhà quản lý doanh nghiệp không kiểm soát được.
- Phải áp dụng phương pháp quản lý theo định hướng khách hàng.

Chiến lược của doanh nghiệp

Chiến lược và tổ chức bộ máy của doanh nghiệp là hai mặt không thể tách rời nhau trong công tác quản lý của các doanh nghiệp ở thời đại ngày nay. Khi có sự thay đổi về chiến lược của doanh nghiệp thì bộ máy tổ chức phải thay đổi theo quy mô của doanh nghiệp, tính thời gian thực hiện công việc của từng bộ phận. Quy mô càng nhỏ, sản phẩm có tính đơn nhất cao thì mô hình tổ chức bộ máy càng giản đơn, gọn nhẹ, càng ít thang bậc quản lý và ngược lại. Thời gian thực hiện công việc là cơ sở để xác định số lượng người phụ trách theo ca kíp, xác định chất lượng lao động cho từng vị trí.

Khả năng tổ chức các bộ phận của doanh nghiệp

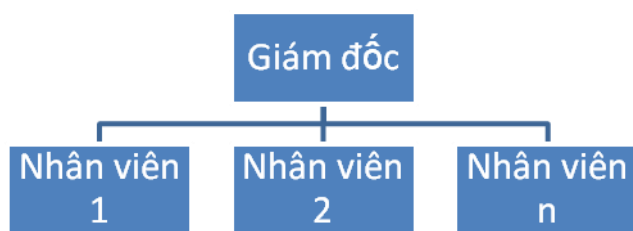
- Khả năng chuyên môn hóa
- Khả năng bộ phận hóa, tức là phân chia theo chức năng và tính chất công việc mà mỗi nhân viên đảm nhận có liên hệ với nhau. Mỗi bộ phận có thể gọi là phòng, ban, tổ tùy theo điều lệ của doanh nghiệp hoặc theo quy định của pháp luật hành chính.
- Khả năng sử dụng quyền lực. Quyền lực tập trung thống nhất hay giao và chia sẻ quyền lực.
- Khả năng kiểm soát các hoạt động là định lượng phạm vi kiểm soát cho giám sát viên. Giám sát phạm vi hẹp hay rộng phải căn cứ số lượng cụ thể. Khi lựa chọn phạm vi giám sát cần căn cứ vào các yếu tố: tính tương tự của công việc, đào tạo và chuyên môn hóa, sự ổn định của công việc, sự thường xuyên tác động qua lại, sự hợp nhất công việc, sự phân tán nhân viên.
- Khả năng điều phối các hoạt động là sự điều khiển các hoạt động khác nhau tạo ra sự nghiệp nhàngh liên kết với nhau tạo ra hành động thống nhất để thực thi nhiệm vụ.
- Phạm vi hoạt động và kiểm soát: doanh nghiệp càng có nhiều đơn vị kinh doanh ở nhiều nơi khác nhau thì bộ máy tổ chức càng phức tạp, càng có nhiều thang bậc và đầu mối bấy nhiêu. Ví dụ, đầu mối là các doanh nghiệp con, các chi nhánh, các văn phòng đại diện.

3.1.2. Một số mô hình về cơ cấu tổ chức áp dụng cho doanh nghiệp lý hành

3.1.2.1. Cơ cấu tổ chức trực tuyến

Đặc điểm: đây là mô hình phổ biến vào thế kỷ 19. Trong mô hình này, người lãnh đạo ra toàn bộ quyết định trong hoạt động của doanh nghiệp. Các nhân viên chỉ là những người trực tiếp thực hiện nhiệm vụ do người lãnh đạo giao. Một nhân viên có thể thực hiện nhiều công việc khác nhau.

Sơ đồ:



Ưu điểm :

- Đơn giản, gọn nhẹ
- Linh hoạt, chi phí quản lý thấp
- Thông tin quản lý trực tiếp
- Phù hợp với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, hoặc doanh nghiệp có quy mô vừa, mới thành lập.

Nhược điểm

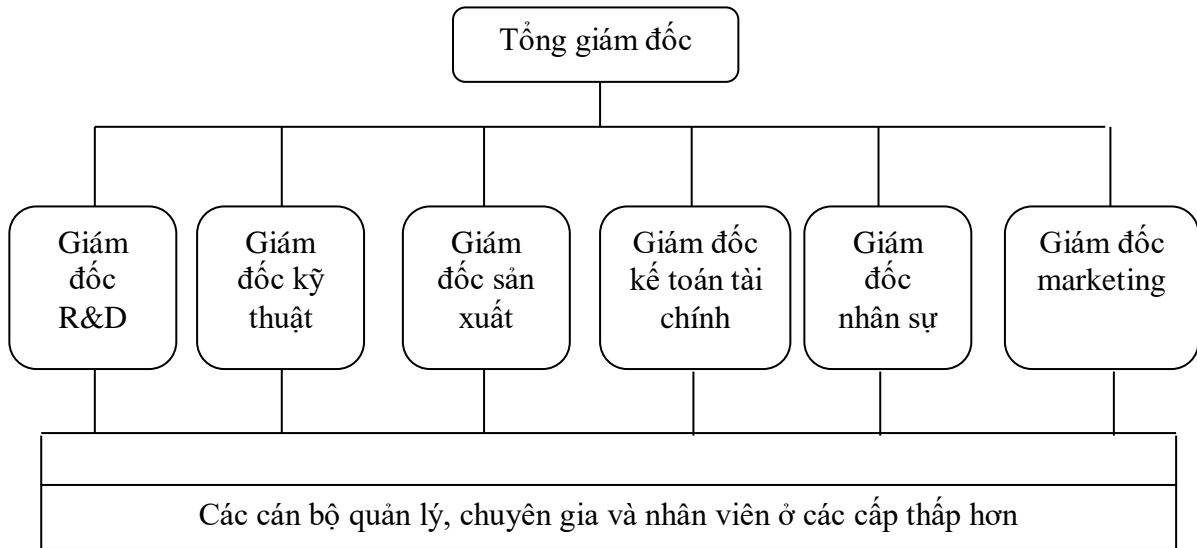
- Không phát huy được tính sáng tạo của toàn doanh nghiệp
- Khó áp dụng chuyên môn hóa và do đó sử dụng các nguồn lực của công ty với hiệu suất thấp.
- Không thích hợp với doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn.

3.1.2.2. Cơ cấu tổ chức trực tuyến chức năng

Đặc điểm:

Khi doanh nghiệp phát triển, các nhà lãnh đạo không còn đủ khả năng, kỹ năng để thực hiện mọi công việc trong tất cả các lĩnh vực (kế toán, tài chính marketing, sản xuất...) của quản trị kinh doanh. Họ buộc phải sử dụng các chuyên gia trong từng lĩnh vực. Đó chính là nguyên nhân dẫn đến cơ cấu tổ chức theo chức năng, trong đó các chức năng cơ bản của quản trị kinh doanh được thực hiện bởi các nhóm chuyên gia trong từng lĩnh vực. Theo cơ cấu này phải thiết lập các phòng chức năng. Các phòng chức năng một mặt phải hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao theo chức năng. Mặt khác phải phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận chức năng khác là yếu tố quan trọng nhất của loại hình cơ cấu tổ chức này.

Mô hình:



Ưu điểm:

- Sử dụng có hiệu quả năng lực quản lý và tính sáng tạo của doanh nghiệp
- Tăng cường sự phát triển chuyên môn hóa, chất lượng và năng suất cao.
- Nâng cao chất lượng các quyết định ở các cấp quản lý đặc biệt ở cấp lãnh đạo cao nhất
- Phù hợp với các doanh nghiệp sản xuất với qui mô lớn một loại sản phẩm hoặc các sản phẩm có nhiều điểm tương đồng
- Thích hợp với các doanh nghiệp có quy mô vừa nhưng sản phẩm có sự khác biệt

Nhược điểm:

- Khó khăn trong việc phối hợp các chức năng khác nhau
- Khó khăn cho các nhà lãnh đạo giải quyết các mâu thuẫn giữa các chức năng
- Khó khăn trong việc qui chuẩn hóa hoạt động của doanh nghiệp
- Chuyên môn hóa quá sâu sẽ ảnh hưởng đến khả năng bao quát của các chuyên gia

3.1.2.3. Cơ cấu tổ chức ma trận

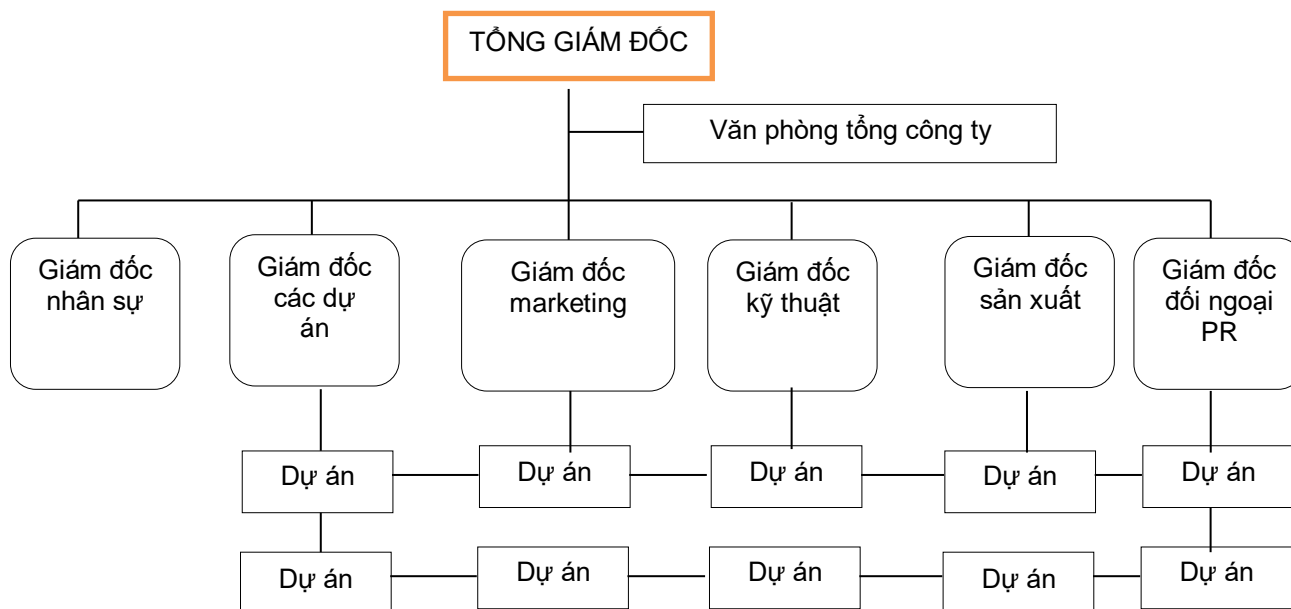
Đặc điểm

Được thiết kế nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiều dự án lớn đòi hỏi sự phối hợp của hầu hết các bộ phận trong công ty. Cơ cấu này được coi là sự kết hợp giữa mô hình tổ chức theo chức năng với mô hình tổ chức theo sản phẩm của công ty. Trong cơ cấu tổ chức ma trận thường tồn tại hai hệ thống quản lý song song trên cùng một cấp quản lý. Hệ thống quản lý theo chức năng (theo chiều dọc) và hệ thống quản lý dự án (sản phẩm, thị trường...). Các bộ phận chức năng cung cấp chuyên gia trong các lĩnh vực, còn dự án xây dựng phương án thời gian hoạt động, tài chính.v.v... nhằm phối hợp hoạt động của các chuyên gia một cách có hiệu quả nhất. Mỗi chuyên gia chịu sự lãnh đạo điều phối của giám đốc dự án và giám đốc bộ phận chức năng.

Ưu điểm

- Tăng khả năng hợp tác, thông tin, linh hoạt của các bộ phận trong doanh nghiệp

- Sử dụng có hiệu quả hơn năng lực của doanh nghiệp
 - Tăng khả năng thích ứng với thay đổi của thị trường
 - Tạo động lực cho các chuyên gia phát triển về mọi mặt
- Nhược điểm
- Chứa đựng mâu thuẫn tiềm năng trong các mối quan hệ nội bộ doanh nghiệp
 - Đôi khi lãng phí nguồn nhân lực, khó phân định trách nhiệm
 - Tốn nhiều thời gian hơn cho các công việc vì phải thực hiện qua nhóm tổ
 - Công tác quản lý phức tạp hơn, đặc biệt là quản lý tài chính



Mặc dù vậy đây vẫn là hình thức tổ chức phù hợp nhất với các dự án quan trọng trong các doanh nghiệp lớn.

Khi xây dựng cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp lữ hành, cần phải có sự kết hợp khoa học giữa những đặc điểm, nội dung của lữ hành du lịch với những lý luận và cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp nói chung.

3.1.3. Hệ thống chức danh trong doanh nghiệp lữ hành

Các chức danh thuộc nhóm lao động quản lý tại doanh nghiệp lữ hành

Hội đồng quản trị (hoặc cấp tương đương thực hiện vai trò, chức năng của hội đồng quản trị). Đây là bộ phận quyết định những vấn đề quan trọng nhất của doanh nghiệp như tôn chỉ, tầm nhìn, chiến lược chính sách.

Giám đốc là người trực tiếp điều hành công việc, chịu trách nhiệm trước hội đồng quản trị (hoặc cấp trên tương đương hội đồng quản trị) về kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Các chức danh thuộc nhóm lao động tác nghiệp tại doanh nghiệp lữ hành

Bộ phận nghiệp vụ lữ hành là bộ phận đặc trưng và quan trọng nhất của doanh nghiệp lữ hành, thực hiện các hoạt động cơ bản về kinh doanh du lịch của doanh nghiệp, bao gồm ba bộ phận thành phần: thị trường (hay còn gọi là marketing), điều hành và hướng dẫn. Tên gọi của mỗi bộ phận này tùy thuộc vào điều lệ của doanh nghiệp và các quy định khác của pháp luật. Sau đây gọi các bộ phận này là “phòng”

Phòng “thị trường” như là chiếc cầu nối và hợp nhất giữa mong muốn của người tiêu dùng trên thị trường mục tiêu với các nguồn lực bên trong doanh nghiệp.

Phòng “thị trường” có các nhiệm vụ chủ yếu sau:

- Tổ chức và tiến hành các hoạt động nghiên cứu thị trường du lịch trong nước và quốc tế, tiến hành các hoạt động xúc tiến, thu hút các nguồn khách du lịch đến với doanh nghiệp.

- Phối hợp với phòng điều hành, tiến hành xây dựng các chương trình du lịch từ nội dung đến mức giá, phù hợp với nhu cầu của khách, chủ động trong việc đưa ra những ý đồ về sản phẩm lữ hành mới của doanh nghiệp.

- Ký kết hợp đồng giữa doanh nghiệp với các hãng, các công ty du lịch, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để khai thác các nguồn khách quốc tế, khách nội địa.

- Thiết lập và duy trì các mối quan hệ của doanh nghiệp với các nguồn khách, đề xuất và xây dựng phương án mở các chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp ở trong nước và ngoài nước.

Đảm bảo hoạt động thông tin thông suốt giữa doanh nghiệp với các nguồn khách. Thông tin thường xuyên, kịp thời đầy đủ và chính xác cho các bộ phận có liên quan trong doanh nghiệp về kế hoạch các đoàn khách, nội dung hợp đồng cần thiết cho việc phục vụ khách. Phối hợp với các bộ phận có liên quan theo dõi việc thanh toán và quá trình thực hiện hợp đồng phục vụ khách.

- Phòng “thị trường” phải thực sự trở thành chiếc cầu nối giữa thị trường với doanh nghiệp. Trong điều kiện nhất định, phòng “thị trường” có trách nhiệm thực hiện việc nghiên cứu và phát triển thị trường mới và sản phẩm mới. Ngoài ra, phòng thị trường còn là bộ phận chủ yếu trong việc xây dựng các chiến lược, sách lược hoạt động chiếm lĩnh thị trường và phát triển thị trường của doanh nghiệp.

Phòng “thị trường” thường được tổ chức dựa trên những tiêu thức phân đoạn thị trường và thị trường mục tiêu của doanh nghiệp. Ví dụ, tổ chức nội bộ của phòng này có thể được chia thành các nhóm theo khu vực địa lý (châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Nam Á) hoặc theo đối tượng khách (công vụ, quá cảnh, khách theo đoàn v.v...). Ngoài ra, nó có thể tổ chức theo chức năng của marketing (nhóm nghiên cứu thị trường, nhóm xúc tiến, nhóm phân phối) dù được tổ chức theo tiêu thức nào thì phòng thị trường vẫn phải thể hiện vai trò, chức năng của nó thông qua việc thực hiện tốt những công việc nói trên.

Phòng “điều hành” đóng vai trò tổ chức sản xuất của doanh nghiệp. Nó tiến hành các công việc để đảm bảo thực hiện các sản phẩm của doanh nghiệp. Phòng điều hành như là cầu nối giữa doanh nghiệp lữ hành với thị trường cung cấp dịch vụ và hàng hoá du lịch. Phòng “điều hành” có các nhiệm vụ sau:

1. Là đầu mối triển khai toàn bộ công việc điều hành các chương trình, cung cấp các dịch vụ du lịch trên cơ sở các kế hoạch, thông báo về khách do phòng thị trường gửi tới.

2. Lập kế hoạch và triển khai các công việc liên quan đến việc thực hiện các chương trình du lịch như đăng ký chỗ trong khách sạn, làm visa, mua vé vận chuyển, v.v... đảm bảo các yêu cầu về thời gian và chất lượng,

Thiết lập và duy trì mối quan hệ mật thiết với các cơ quan hữu quan (ngoại giao, nội vụ, hải quan). Ký hợp đồng với các nhà cung cấp hàng hoá và dịch vụ du lịch (khách sạn, hàng không, đường sắt...). Lựa chọn các nhà cung cấp có những sản phẩm đảm bảo uy tín chất lượng và giá cả hợp lý.

- Theo dõi quá trình thực hiện các chương trình du lịch. Phối hợp với bộ phận kế toán thực hiện các hoạt động thanh toán với các doanh nghiệp gửi khách và các nhà cung cấp du lịch. Nhanh chóng xử lý các trường hợp bất thường xảy ra trong quá trình thực hiện các chương trình du lịch.

Nội bộ của phòng điều hành thường được tổ chức theo các nhóm công việc (khách sạn, vé máy bay, làm thủ tục xin cấp hộ chiếu, visa, vận chuyển ô tô, v.v...) hoặc theo các tuyến điểm du lịch chủ yếu, đôi khi dựa trên các sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp (các chương trình du lịch: thể thao, mạo hiểm, giải trí, sinh thái, v.v...)

Phòng hướng dẫn đóng vai trò sản xuất trực tiếp, làm gia tăng giá trị của tài nguyên du lịch và các dịch vụ du lịch. Phòng “hướng dẫn” có các nhiệm vụ sau đây:

1. Căn cứ vào kế hoạch khách, tổ chức điều động, bố trí hướng dẫn viên cho các chương trình du lịch.

2. Xây dựng, duy trì và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên và cộng tác viên chuyên nghiệp. Tiến hành các hoạt động học tập, bồi dưỡng để đội ngũ hướng dẫn có trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao, phẩm chất nghề nghiệp tốt, đáp ứng các nhu cầu về hướng dẫn của doanh nghiệp.

3. Phối hợp chặt chẽ với các bộ phận trong doanh nghiệp để tiến hành công việc một cách có hiệu quả nhất. Hướng dẫn viên phải thực hiện đầy đủ chức năng, nhiệm vụ theo đúng các quy định của doanh nghiệp.

4. Là đại diện trực tiếp của doanh nghiệp trong quá trình tiếp xúc với khách du lịch và các bạn hàng, các nhà cung cấp. Tiến hành các hoạt động quảng cáo, tiếp thị thông qua hướng dẫn viên.

5. Tổ chức nội bộ của phòng “hướng dẫn” được phân chia theo các nhóm ngôn ngữ đảm bảo thuận tiện cho điều động hướng dẫn viên.

Đây là ba bộ phận có mối quan hệ khăng khít, đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ, cơ chế hoạt động rõ ràng, hợp lý. Quy mô của phòng ban phụ thuộc vào quy mô và nội dung tính chất các hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, dù ở quy mô nào thì nội dung và tính chất của công việc của các phòng ban về cơ bản vẫn như trên đây. Điểm khác biệt chủ yếu là phạm vi, quy mô và hình thức tổ chức các bộ phận này. Vì vậy, nói đến doanh nghiệp lữ hành là nói đến marketing, điều hành và hướng dẫn.

Bộ phận tổng hợp

Bộ phận tổng hợp thực hiện các chức năng như ở tại tất cả các doanh nghiệp khác theo đúng tên gọi của chúng. Đây là bộ phận thực hiện các hoạt động hỗ trợ cho các hoạt động cơ bản trong kinh doanh lữ hành của doanh nghiệp. Bộ phận này bao gồm: tài chính - kế toán, tổ chức hành chính.

Phòng tài chính - kế toán có vai trò quản trị tài chính và kế toán của doanh nghiệp. Phòng tài chính - kế toán có các nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

- Tổ chức thực hiện các công việc tài chính kế toán của công ty như theo dõi ghi chép chi tiêu của doanh nghiệp theo đúng hệ thống tài khoản và chế độ kế toán của nhà nước, theo dõi và phản ánh tình hình sử dụng vốn, tài sản của doanh nghiệp.

- Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, kịp thời phản ánh những thay đổi để lãnh đạo có biện pháp xử lý kịp thời.

- Theo dõi thị trường, thu thập thông tin, báo cáo và đề xuất kịp thời với lãnh đạo của doanh nghiệp.

Phòng tổ chức hành chính có vai trò quản trị nhân lực và văn phòng của doanh nghiệp lữ hành. Phòng “tổ chức hành chính” thực thi những công việc chủ yếu sau đây:

1. Thực hiện toàn bộ các công việc trong quy trình quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp;

2. Thực hiện những công việc quản trị văn phòng của doanh nghiệp.

Bộ phận hỗ trợ và phát triển

Bộ phận này được xác định là tạo ra các nguồn lực để phát triển của doanh nghiệp lữ hành. Bộ phận này vừa chủ động bảo đảm các dịch vụ đầu vào, thực hiện các khâu cho bộ phận kinh doanh lữ hành (về khách sạn, vận chuyển, bán, thực hiện chương trình du lịch) vừa đảm bảo mở rộng phạm vi lĩnh vực kinh doanh, đa dạng hoá sản phẩm của doanh nghiệp. Các bộ phận này thể hiện quá trình liên kết dọc của ngành và liên kết ngang của doanh nghiệp.

Chi nhánh, đại diện của doanh nghiệp thường được thành lập tại các điểm du lịch hoặc tại các nguồn khách du lịch chủ yếu. Tính độc lập của các chi nhánh tùy thuộc vào khả năng của chúng. Các chi nhánh thường thực hiện những nhiệm vụ sau đây:

- Là đầu mối tổ chức thu hút khách (nếu là chi nhánh tại các nguồn khách) hoặc đầu mối triển khai các hoạt động nhằm thực hiện các yêu cầu (chương trình du lịch) của doanh nghiệp tại các điểm du lịch (nếu là chi nhánh tại các điểm du lịch).

- Thực hiện các hoạt động xúc tiến cho doanh nghiệp tại địa bàn đặt chi nhánh

- Thu thập thông tin, báo cáo kịp thời mọi thay đổi cho lãnh đạo của doanh nghiệp.

Trong những điều kiện nhất định chi nhánh có thể phát triển thành những doanh nghiệp con trực thuộc doanh nghiệp mẹ.

3.2. Quản trị nhân lực ở doanh nghiệp lữ hành

3.2.1. Khái niệm

Là hệ thống các triết lý, chính sách và hoạt động chức năng để thu hút, đào tạo và duy trì phát triển sức lao động con người của doanh nghiệp để hành nhằm đạt được kết quả tối ưu cho cả doanh nghiệp và thành viên. Quản trị nguồn nhân lực là một phần của quản trị kinh doanh, nó có liên quan đến con người trong công việc và các quan hệ của họ, làm cho họ có thể đóng góp tốt nhất vào sự thành công của doanh nghiệp để hành.

Bao gồm những nội dung: tổ chức thu hút các ứng cử viên cho công việc, tuyển chọn, giới thiệu, sắp đặt nhân viên thực thi nhiệm vụ cụ thể, trả công xứng đáng với sức lao động mà họ bỏ ra, xác định tiềm năng của họ cho sự phát triển trong tương lai, lập kế hoạch phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp để hành.

3.2.2. . Nội dung cơ bản quản trị nguồn nhân lực ở doanh nghiệp để hành

Lập kế hoạch nguồn nhân lực doanh nghiệp để hành

Phân tích trách nhiệm

Mô tả công việc

Tuyển mộ và tuyển chọn

Tiêu chuẩn đánh giá việc thực hiện

Huấn luyện, đào tạo và phát triển nhân lực

Quản lý con người

Một số nội dung khác.

Chương 4: Tổ chức kinh doanh ở doanh nghiệp để hành

4.1. Hoạt động xây dựng chương trình du lịch

4.1.1. Khái niệm và phân loại chương trình du lịch

Theo điều 3, mục 8 của Luật du lịch Việt Nam 2017, Chương trình du lịch là văn bản thể hiện lịch trình, dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

Phân loại chương trình du lịch

Người ta có thể phân loại chương trình du lịch theo một số các tiêu thức chủ yếu sau:

❖ Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh

1. Chương trình du lịch chủ động:

- Công ty để hành chủ động nghiên cứu thị trường
- Xây các chương trình du lịch, ấn định ngày thực hiện
- Sau đó mới tổ chức bán và thực hiện các chương du lịch
- Chỉ có các công ty để hành lớn, có thị trường ổn định mới tổ chức các

chương trình du lịch chủ động do tính mạo hiểm của chúng.

2. Chương trình du lịch bị động:

- Khách tự tìm đến với công ty để hành, đề ra các yêu cầu, nguyện vọng của họ. Trên cơ sở đó công ty để hành xây dựng chương trình.

- Hai bên tiến hành thỏa thuận và thực hiện sau khi mà đã đạt được sự nhất trí.

- Các chương trình du lịch loại này ít mạo hiểm, song số lượng khách rất nhỏ, công ty bị động trong tổ chức.

3. Chương trình du lịch kết hợp:

- Là sự hoà nhập cả hai loại trên.

- Các công ty để hành chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch nhưng không ấn định ngày thực hiện.

- Thông qua các hoạt động tuyên truyền quảng cáo, khách du lịch (hoặc công ty gửi khách) sẽ tìm đến công ty.

- Trên cơ sở các chương trình đã có sẵn hai bên tiến hành thỏa thuận và sau đó thực hiện chương trình.

- Thể loại này tương đối phù hợp với những thị trường không ổn định.

- Đa số các doanh nghiệp lữ hành ở Việt Nam áp dụng các chương trình du lịch kết hợp.

❖ Căn cứ vào mức giá

1. *Chương trình du lịch theo mức giá trọn gói:*

➤ Bao gồm hầu hết các dịch vụ hành hoá phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch và giá của chương trình là giá trọn gói. Đây là hình thức chủ yếu của các chương trình du lịch do các công ty lữ hành tổ chức.

VD: bao gồm vận chuyển, khách sạn, vé tham quan, hướng dẫn...

2. *Chương trình du lịch theo mức giá cơ bản (mức giá bán toàn phần):*

➤ Chỉ bao gồm một số dịch vụ chủ yếu của chương trình du lịch với nội dung đơn giản.

➤ Hình thức này thường do các hãng hàng không bán cho khách du lịch công vụ. Giá chỉ bao gồm giá vé máy bay, một vài tối ưu tại khách sạn và vận chuyển từ sân bay về khách sạn.

VD: Bao gồm vận chuyển, khách sạn, vé máy bay.

3. *Chương trình du lịch theo mức giá tự chọn:*

➤ Với hình thức này khách du lịch có thể tùy ý chọn các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau với các mức giá khác nhau

➤ Cấp độ chất lượng được xây dựng trên cơ sở thứ hạng của khách sạn, mức tiêu chuẩn ăn uống, hoặc phương tiện vận chuyển. Khách có thể lựa chọn từng thành phần riêng rẽ của chương trình hoặc công ty lữ hành chỉ đề nghị khách lựa chọn các mức giá khác nhau của cả một chương trình tổng thể.

❖ Căn cứ vào nội dung và mục đích của chuyên du lịch

1. Chương trình du lịch nghỉ ngơi giải trí và chữa bệnh
2. Chương trình du lịch theo chuyên đề: văn hoá, lịch sử, phong tục tập quán...
3. Chương trình du lịch công vụ MICE (hội họp, khuyến thưởng, triển lãm)
4. Chương trình du lịch tôn giáo, tín ngưỡng
5. Chương trình du lịch thể thao, khám phá và mạo hiểm: leo núi, lặn biển, đến các bản dân tộc.
6. Chương trình du lịch đặc biệt: tham quan chiến trường xưa cho các cựu chiến binh...
7. Các chương trình du lịch tổng hợp là sự tập hợp của các thể loại trên

❖ Ngoài những tiêu thức trên, người ta có thể xây dựng các chương trình du lịch theo những tiêu thức và thể loại sau:

1. Chương trình du lịch cá nhân và chương trình du lịch theo đoàn
2. Chương trình du lịch dài ngày và chương trình du lịch ngắn ngày
3. Các chương trình du lịch tham quan thành phố (city tour) và các chương trình du lịch xuyên quốc gia.

❖ Căn cứ vào sự có mặt của hướng dẫn viên

1. Chương trình du lịch có hướng dẫn viên
2. Chương trình du lịch không có hướng dẫn viên

❖ Căn cứ vào phạm vi du lịch

1. Chương trình du lịch quốc tế
2. Chương trình du lịch nội địa

4.1.2. Đặc điểm của chương trình du lịch

- Tính vô hình
- Tính không đồng nhất
- Tính phụ thuộc vào uy tín của nhà cung cấp
- Tính dễ bị sao chép
- Tính thời vụ cao và luôn bị biến động
- Tính khó bán

4.1.3. Quy trình xây dựng chương trình du lịch

Chương trình du lịch khi được xây dựng phải đảm bảo được những yêu cầu:

- Tính khả thi
- Phù hợp với nhu cầu thị trường
- Đáp ứng mục tiêu của công ty lữ hành
- Có sức lôi cuốn thúc đẩy khách du lịch ra quyết định mua.

Để đạt được những yêu cầu đó, chương trình du lịch được xây dựng theo quy trình gồm các bước sau:

B1: Nghiên cứu nhu cầu của thị trường: Chính là việc nghiên cứu nhu cầu của khách du lịch (xu hướng, sở thích...).

- Tìm hiểu đặc điểm tiêu dùng của khách, sở thích của khách, mục đích và động cơ đi du lịch là tìm hiểu về cái gì?

B2: Nghiên cứu khả năng đáp ứng:

- Tài nguyên du lịch
- Các nhà cung cấp du lịch: Các nhà cung cấp vận chuyển trên địa bàn, các nhà hàng, khách sạn điểm đến du lịch, nghiên cứu giá cả tiêu dùng ở điểm đến để đưa ra giá cả hợp lý cho tour.

B3: Xác định khả năng và vị trí của công ty lữ hành

- Công ty có chỗ đứng trên thị trường không
- Nguồn lực: nhân lực, vật lực như thế nào
- Quan hệ với các đối tác

B4: Xây dựng mục đích và ý tưởng của chương trình

- Phải phù hợp với nhu cầu, sở thích, thị hiếu của khách
- Ý tưởng của chương trình là sự kết hợp cao nhất và sáng tạo nhất giữa đặc điểm tiêu dùng của khách với giá trị tài nguyên du lịch

B5: Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa

- Thời gian 1 ngày chúng ta có thể đi hết và tìm hiểu kỹ lưỡng.

B6: Xây dựng tuyến hành trình cơ bản, bao gồm những điểm du lịch chủ yếu, bắt buộc của chương trình.

B7: Xây dựng phương án vận chuyển

- Đi bằng ô tô, hay máy bay

B8: Xây dựng phương án lưu trú, ăn uống:

- Lưu trú ở khách sạn nào
- Ăn uống tại đâu.

B9: Những điều chỉnh nhỏ, bổ sung tuyến hành trình. Chi tiết hoá chương trình với những hoạt động tham quan, nghỉ ngơi, giải trí.

B10: Xác định giá thành và giá bán của chương trình

B11: Xây dựng những quy định của chương trình du lịch

Chú ý: Không phải bất cứ khi nào xây dựng một chương trình du lịch trọn gói cũng phải lần lượt trải qua tất cả các bước trên

Một người xây dựng chương trình giàu kinh nghiệm phải có đầy đủ những kiến thức: về cung, cầu du lịch, am hiểu tường tận, nhu cầu, sở thích, thị hiếu của khách du lịch khả năng phát kiến ra những hình thức du lịch mới nội dung độc đáo trên cơ sở những hiểu biết về tài nguyên và cơ sở kinh doanh du lịch.

4.2. Hoạt động tổ chức thực hiện chương trình du lịch

4.2.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn nhà cung cấp của doanh nghiệp lữ hành

- Quy mô của cầu trong du lịch.
- Sự phát triển của lực lượng sản xuất, quan hệ sản xuất và tiến bộ của khoa học công nghệ.
- Các yếu tố đầu vào để tạo ra sản phẩm của từng nhà sản xuất.
- Tính hấp dẫn của tài nguyên du lịch ở các nơi đến du lịch.
- Đường lối phát triển du lịch của từng quốc gia, từng vùng, từng địa phương và các công cụ quản lý vĩ mô.

4.2.2.. Quy trình thực hiện chương trình du lịch

4.2.2.1. Giai đoạn thỏa thuận với khách

Giai đoạn này bắt đầu từ khi công ty tổ chức bản đến khi chương trình du lịch được thỏa thuận về mọi phương diện giữa các bên tham gia. Trong trường hợp công ty lữ hành nhận khách từ các công ty gửi khách hoặc đại lý bán, thì những công việc chủ yếu bao gồm:

Nhận thông báo khách hoặc yêu cầu từ các công ty gửi khách hoặc đại lý bán. Thông báo khách thường được gửi tới phòng “Marketing” và phải bao gồm các thông tin:

- Số lượng khách
- Quốc tịch của đoàn khách
- Thời gian, địa điểm xuất, nhập cảnh
- Chương trình tham quan du lịch và các thông tin chủ yếu có liên quan.
- Một số yêu cầu về hướng dẫn, xe khách sạn
- Hình thức thanh toán
- Danh sách đoàn khách.

Thỏa thuận với khách hoặc công ty gửi khách để có được sự thống nhất về chương trình du lịch và giá cả.

4.2.2.2. Giai đoạn chuẩn bị thực hiện

Đây là công việc của bộ phận điều hành, bao gồm:

- Xây dựng chương trình chi tiết cho chuyến hành trình
- Chuẩn bị dịch vụ cung ứng:
 - + Cần làm rõ thông tin về số lượng khách, thời điểm đến, thời gian lưu trú, phương thức thanh toán, yêu cầu đặc biệt về lưu trú, ăn uống, yêu cầu về chủng loại, cấp hạng phòng, các dịch vụ bổ sung.

- + Thông báo đặt giữ chỗ (khách sạn, nhà hàng)
- + Đặt mua vé máy bay hoặc khẳng định lại việc giữ chỗ trước đây.
- + Mua vé tàu hỏa
- + Điều động xe của T.O hoặc liên hệ thuê xe
- + Đặt mua vé tham quan
- + Đặt thuê bao các chương trình biểu diễn nghệ thuật, ca nhạc, giải trí,...
- Điều động và giao nhiệm vụ cho hướng dẫn viên
- Thỏa thuận, thống nhất chương trình, Thỏa thuận về giá cả.

4.2.2.3. Giai đoạn thực hiện chương trình du lịch

Đây là giai đoạn hoạt động có sự tham gia đồng thời của bộ phận điều hành và hướng dẫn viên.

Công việc của hướng dẫn viên bao gồm:

- ❖ Đón tiếp khách và phục vụ tại khách sạn:
 - Thực hiện đúng như hợp đồng đã ký kết với khách, hướng dẫn viên sẽ đón đoàn khách tại địa điểm quy định và bắt đầu cuộc hành trình.
 - Thông thường hướng dẫn viên sẽ có mặt ở nơi đón tiếp trước 30 phút để đón khách.
 - Trong suốt chặng đường đi, hướng dẫn viên chủ động giới thiệu những nét đặc sắc, độc đáo về cảnh vật của đất nước cho du khách.
 - Ngoài công việc hướng dẫn, hướng dẫn viên còn phải làm nhiệm vụ tổ chức, sắp xếp chỗ ăn, ngủ và tham quan các điểm du lịch cho đoàn khách trong thời gian đi du lịch.
 - Thông báo về lịch trình cho cả đoàn, thường xuyên theo dõi, kiểm tra, đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đầy đủ, đúng chủng loại.
 - Không để xảy ra tình trạng thiếu hoặc thay đổi các dịch vụ trong chương trình du lịch.
- ❖ Hướng dẫn tham quan

- Tại các điểm tham quan, hướng dẫn viên sẽ giới thiệu đầy đủ nội dung, các tuyến, điểm có trong chương trình cho đoàn khách và thuyết minh cho cả đoàn một cách ngắn gọn, súc tích dễ hiểu, chính xác về các điểm du lịch.

- Hướng dẫn viên là người vừa có vai trò tổ chức, phiên dịch vừa có vai trò là người quản lý đoàn khách.

- Trong suốt quá trình tham quan, hướng dẫn viên luôn có trách nhiệm đảm bảo an toàn tính mạng và tài sản cho khách.

- Đồng thời hướng dẫn viên du lịch cũng là người phải xử lý kịp thời những tình huống bất thường xảy ra như mất hành lý, hỏng xe, khách ốm đau, tai nạn, khách bị lạc, hỏa hoạn trong khách sạn.

- Chính vì vậy, trong giai đoạn này, trách nhiệm và vai trò của hướng dẫn viên là hết sức quan trọng, họ là người quyết định đến chất lượng của chương trình du lịch.

❖ Tiễn khách

Đây là công việc cuối cùng của hướng dẫn viên trong quá trình tiếp xúc với khách. Vì vậy, hướng dẫn viên cần phải chú ý những điều sau:

- Kiểm tra và thông báo giờ xuất phát cho khách, phương tiện chuyên chở họ
- Kiểm tra lần cuối vé máy bay, hộ chiếu, hoàn tất các thủ tục rời khách sạn để bảo đảm đầy đủ cho việc xuất cảnh của khách.
- Phát và thu các phiếu trưng cầu ý kiến của khách
- Giúp khách làm các thủ tục xuất cảnh như:
 - + Trả lệ phí sân bay
 - + Cân và ký gửi hành lý theo máy bay
 - + Trình hộ chiếu, phiếu lên máy bay và giấy phép xuất nhập cảnh để vào phòng chờ.

Tuy nhiên bộ phận điều hành có các nhiệm vụ:

- Tổ chức các động đón tiếp trọng thể. Tuy nhiên cần phải thoả mãn hai yêu cầu: lịch sự, sang trọng nhưng tiết kiệm. Thông thường giám đốc hoặc thay mặt lãnh đạo công ty chúc mừng khách, tặng quà.. có thể mời biểu diễn văn nghệ.

- Theo dõi, kiểm tra đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đầy đủ, đúng chủng loại, chất lượng kịp thời, không để xảy ra tình trạng cắt xén hoặc thay đổi các dịch vụ có trong chương trình du lịch.

- Xử lý kịp thời những tình huống bất thường có thể xảy ra như chậm máy bay, có sự thay đổi trong đoàn khách, mất hành lý, sự thay đổi từ phía các nhà cung cấp, khách ốm, tai nạn... Trong mọi trường hợp cần quan tâm tới quyền lợi chính đáng của du khách.

- Có thể thường xuyên yêu cầu hướng dẫn viên báo cáo về tình hình thực hiện chương trình.

4.2.2.2. Giai đoạn kết thúc chương trình du lịch

- Giai đoạn này cũng được phối hợp hoạt động bởi bộ phận điều hành và hướng dẫn viên, bao gồm các công việc:

- + Tổ chức tiễn khách
- + Trưng cầu ý kiến khách thông qua phiếu điều tra
- + Các công việc sau khi tiễn khách:
 - Xử lý các công việc tồn đọng, cần giải quyết sau chương trình: mất hành lý, khách ốm...
 - Thu thập thông tin từ hướng dẫn viên, khách, đánh giá và rút kinh nghiệm.
 - Thanh toán với công ty gửi khách và các nhà cung cấp trong chương trình, rút kinh nghiệm.
 - Các hoạt động sau khi khách tiêu dùng
 - + Tổng kết, đánh giá mức độ thoả mãn của khách, các ý kiến đóng góp thông qua phiếu thu thập thông tin.
 - + Viết thư chúc mừng và thăm hỏi sức khoẻ của khách.
 - + Kết hợp tặng quà và thư mời mua chương trình du lịch của doanh nghiệp trong lần du lịch tiếp theo.

Chương 5: Tổ chức kinh doanh ở đại lý du lịch

5.1. Một số nội dung cơ bản về đại lý du lịch

5.1.1. Khái niệm

Đại lý du lịch là một doanh nghiệp lữ hành chuyên làm trung gian du lịch bán sản phẩm cho các đơn vị cung ứng du lịch riêng lẻ (vận chuyển, khách sạn, bảo hiểm,...) và bán tour du lịch trọn gói cho T.O

5.1.2. Chức năng và trách nhiệm pháp lý của đại lý lữ hành

Chức năng của đại lý lữ hành

Với vai trò là nhà phân phối sản phẩm cho các nhà cung cấp, các ĐL DL có các chức năng sau:

- Là điểm bán và cách tiếp cận thuận tiện cho khách khi mua hoặc đặt trước sản phẩm du lịch.
- Phân phối các ấn phẩm quảng cáo, tập gấp, cuốn sách mỏng, tờ quảng cáo...
- Trưng bày và thể hiện các cơ hội lựa chọn cho khách du lịch.
- Thực hiện các dịch vụ bán sản phẩm qua hệ thống thông tin liên lạc như đăng ký chỗ trong các chuyến du lịch ... Tất cả các dịch vụ này đảm bảo cho khách có quyền sử dụng các dịch vụ vào thời điểm họ có yêu cầu.
- Đóng vai trò như một điểm bán sản phẩm cho các nhà cung cấp tiếp nhận và trao trả tiền bán sản phẩm cho các nhà cung cấp.
- Tiến hành các dịch vụ bổ sung như bảo hiểm, visa, hộ chiếu, tư vấn...
- Thực hiện các hoạt động Marketing cho các nhà sản xuất.
- Tiếp nhận và giải quyết các phàn nàn, khiếu nại của khách du lịch.

Trách nhiệm pháp lý của đại lý lữ hành

Trên phương diện pháp luật quy định rõ trách nhiệm của các ĐL DL như sau:

- Đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng phục vụ khi tiến hành bán sản phẩm của các nhà cung cấp cho khách du lịch: tốc độ, phục vụ, thái độ của nhân viên...
- Sử dụng các tài liệu quảng cáo của các nhà cung cấp. Chỉ được dán tem của đại lý lên các ấn phẩm quảng cáo này nếu được các nhà quản lý đồng ý.
- Cung cấp thông tin chính xác cho khách. Đội ngũ nhân viên phải thường xuyên nghiên cứu, hiểu rõ mọi thông tin để có thể tư vấn cho khách, giúp họ lựa chọn được sản phẩm thích hợp nhất.
- Sử dụng các mẫu biểu đăng ký đặt chỗ của các nhà cung cấp. Tuân thủ đúng quy định của các nhà cung cấp như việc chuyển tiền thu được từ khách tới các nhà cung cấp
- Thu tiền phạt đối với khách nếu họ thay đổi đăng ký đặt chỗ theo đúng quy định.
- Hướng dẫn và đảm bảo điều kiện cho khách thực hiện đúng các nội dung cần thiết theo các mẫu biểu đăng ký đặt chỗ của các nhà cung cấp.
- Thông báo cho khách và thực hiện các dịch vụ bảo hiểm.
- Kiểm tra tài liệu của các nhà cung cấp trước khi chuyển tới khách du lịch.
- Thông tin cho khách về các điều kiện vệ sinh, giữ gìn sức khỏe trong quá trình tiêu thụ sản phẩm du lịch.

Trong quá trình tiêu dùng sản phẩm, nếu có một lỗi lầm nào đó dẫn đến hậu quả xấu đối với khách du lịch thì pháp nhân chịu trách nhiệm đầu tiên đối với khách du lịch là các nhà cung cấp vì các đại lý hoạt động với tư cách đại diện cho họ. Nhìn chung, những vấn đề bất thường xảy ra, đều có sự tham gia chịu trách nhiệm của các nhà cung cấp và các doanh nghiệp lữ hành.

5.1.3. Phân loại đại lý lữ hành

5.1.3.1. Căn cứ vào quy mô và khách hàng của đại lý lữ hành

Đại lý du lịch bán buôn: mua sản phẩm của các nhà cung ứng du lịch với số lượng lớn, sau đó cung ứng lại cho các đại lý bán lẻ

Đại lý du lịch bán lẻ: là những người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, hiểu rõ khách hàng, thường có quy mô nhỏ và tập trung vào một số thị trường, khu vực địa lý nhất định.

5.1.3.2. Căn cứ vào mức độ phụ thuộc và sự ràng buộc giữa nhà cung cấp sản phẩm du lịch với đại lý lữ hành

Đại lý lữ hành chung (General): một chủ thể kinh doanh đồng thời giới thiệu và bán sản phẩm cho nhiều nhà cung cấp khác nhau, thậm chí các nhà cung cấp đó là đối thủ cạnh tranh trực tiếp của nhau.

Đại lý lữ hành đặc quyền (franchising): chỉ được phép tiêu thụ sản phẩm cho một nhà cung cấp nhượng quyền cho đại lý. Chiến lược kinh doanh của đại lý phụ thuộc vào nhà cung cấp đó.

5.1.3.3. Căn cứ vào chủng loại dịch vụ và thị trường

Đại lý tổng hợp phục vụ đầy đủ: đại lý tiêu thụ dịch vụ và hàng hóa cho nhiều nhà cung cấp khác nhau, thỏa mãn nhiều loại nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của nhiều đối tượng khác nhau. Tất cả các khâu trong quá trình tiêu dùng dịch vụ của khách đều có sự phục vụ của đại lý.

Đại lý chuyên môn hóa hoặc phục vụ từng phần hoặc phục vụ đầy đủ: đại lý chỉ tập trung vào một chủng loại dịch vụ, hàng hóa hoặc đoạn thị trường. Quá trình cung cấp dịch vụ có thể phục vụ khách đầy đủ hoặc chỉ phục vụ từng phần trong quá trình tiêu dùng dịch vụ cho khách.

5.1.3.4. Căn cứ vào quy mô

Đại lý du lịch quy mô lớn: Là đại lý sở hữu một chuỗi các điểm bán rộng khắp trên thế giới với một nhãn hiệu chung

Đại lý du lịch quy mô nhỏ: Sở hữu 1 hoặc một số ít điểm bán hoạt động trong một vùng nhất định

5.2. Hệ thống dịch vụ của đại lý lữ hành

Dịch vụ hàng không

Dịch vụ lưu trú và ăn uống

Cung cấp dịch vụ của chương trình du lịch trọn gói

Cung cấp các dịch vụ lữ hành bằng tàu thủy

Các dịch vụ khác

Chương 6: Chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành

6.1. Chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành và các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm doanh nghiệp lữ hành

6.1. Khái niệm chất lượng của chương trình du lịch

Trên quan điểm của các nhà sản xuất (doanh nghiệp lữ hành)

“Chất lượng chương trình du lịch chính là mức độ phù hợp của những đặc điểm thiết kế so với chức năng và phương thức sử dụng chương trình, đồng thời nó cũng là mức độ mà chương trình thực sự đạt được so với thiết kế ban đầu của nó”

→ Chất lượng chương trình du lịch = Chất lượng thiết kế phù hợp với chất lượng thực hiện

Trên quan điểm của người tiêu dùng (khách du lịch)

“Chất lượng sản phẩm là mức phù hợp của sản phẩm đối với yêu cầu của người tiêu dùng”
(Theo Tổ chức kiểm tra chất lượng châu Âu)

“Chất lượng sản phẩm là mức thỏa mãn của một sản phẩm nhất định đối với một nhu cầu cụ thể” (Theo D.X. Lvov)

→ Chất lượng chương trình du lịch là khả năng đáp ứng (và vượt) sự mong đợi của du khách

→ Chất lượng chương trình du lịch = Mức độ hài lòng của khách du lịch

$$S=P-E$$

Trong đó:

S(satisfaction) mức độ hài lòng của khách

P(perception) cảm nhận được của khách sau khi thực hiện chuyến đi du lịch

E(expectation) mức độ mong đợi của khách, được hình thành trước khi khách thực hiện chuyến đi chương trình du lịch.

Kết hợp hai quan điểm trên ta có thể định nghĩa chất lượng chương trình du lịch như sau:

→ Chất lượng chương trình du lịch là tổng hợp những yếu tố đặc trưng của chương trình thể hiện mức độ thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch trong những điều kiện tiêu dùng được xác định

→ Chất lượng chương trình du lịch chính là miền tập hợp giữa nhu cầu du khách và các chương trình du lịch của các công ty lữ hành đưa ra.

6.1.2. Những nhân tố ảnh hưởng chất lượng sản phẩm lữ hành

6.1.2.1. Nhóm các yếu tố bên trong tác động đến chất lượng sản phẩm lữ hành.

Bao gồm quản lý, đội ngũ nhân viên, trang thiết bị, quy trình công nghệ ...

- 85% các vấn đề về chất lượng sản phẩm được bắt nguồn từ quản lý, họ là những người có khả năng, quyền hạn và phương pháp để khắc phục các vấn đề về chất lượng.

- Các nhân viên trong lữ hành, đặc biệt là hướng dẫn viên cũng có ảnh hưởng quan trọng tới chất lượng sản phẩm.

- Các điều kiện hiện đại về thông tin liên lạc đã làm thay đổi căn bản những phương thức quản lý và chất lượng sản phẩm trong lữ hành.

6.1.2.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài tác động đến chất lượng sản phẩm lữ hành.

Bao gồm khách du lịch, các nhà cung cấp, các đại lý du lịch và môi trường tự nhiên xã hội.

- Khách du lịch không chỉ là người mua mà họ còn là người tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm. Đối với đoàn khách du lịch thì chất lượng sản phẩm phải thiết kế phù hợp với mong đợi của đa số khách trong đoàn. Và khi thực hiện thì có thể chú ý đến từng du khách cụ thể để có những phương pháp, thậm chí thay đổi phù hợp. Các dịch vụ trước và sau khi thực hiện đóng vai trò không nhỏ tới quyết định mua và sự cảm nhận của khách du lịch.

- Các đại lý du lịch, các nhà cung cấp có vai trò cơ bản đối với chất lượng sản phẩm lữ hành. Sự cảm nhận của du khách về sản phẩm được diễn ra lần đầu tiên tại các đại lý du lịch. Mặt khác, đại lý du lịch là nguồn cung cấp khách quan trọng đối với cty lữ hành. Sự kết hợp giữa những tài nguyên du lịch hấp dẫn .v.v... sẽ giúp các công ty lữ hành liên tục cải thiện chất lượng sản phẩm.

6.2. Đánh giá chất lượng sản phẩm doanh nghiệp lữ hành

6.2.1. Đánh giá chất lượng sản phẩm doanh nghiệp lữ hành

Chất lượng thiết kế

Mức độ phù hợp của các chương trình du lịch cũng như các dịch vụ của khách du lịch . Sự đa dạng trong nhu cầu du lịch đòi hỏi sự phong phú, tính độc đáo của các chương trình, dịch vụ du lịch. Một vài tiêu thức nhằm đánh giá chất lượng thiết kế như sau:

- Sự hài hoà, hợp lý của các lịch trình với việc cân nhắc đến từng chi tiết nhỏ của chương trình, thời gian ăn nghỉ, vui chơi, tham quan du lịch ...

- Tính hấp dẫn & độc đáo của tài nguyên du lịch trong chương trình.

- Các nhà cung cấp dịch vụ du lịch: uy tín, chất lượng sản phẩm của họ.

- Mức giá hợp lý của chương trình.

Chất lượng thực hiện

Là mức độ đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng đã được xây dựng trong giai đoạn thiết kế. (Những yếu tố ngẫu nhiên khách quan có tác động không nhỏ đến chất lượng thực hiện).

Những chỉ tiêu cơ bản để đánh giá chất lượng thực hiện bao gồm:

+ DV bán và đăng ký đặt chỗ.

+ Chất lượng hướng dẫn viên.

+ Chất lượng sản phẩm, dịch vụ của các nhà cung cấp trong chương trình.

+ Điều kiện môi trường tự nhiên, xã hội.

- + Sự quan tâm, quản lý của công ty đối với chương trình.
- + Sự hài lòng của khách du lịch.

6.2.2. Các tiêu chí để đánh giá chất lượng chương trình du lịch

Tiêu chuẩn tiện lợi

- Thủ tục hành chính, các giấy tờ có liên quan
- Thông tin được cung cấp đầy đủ, rõ ràng, thường xuyên, kịp thời
- Tính linh hoạt cao của chương trình du lịch
- Dễ dàng và chi phí thấp khi có tình huống xảy ra
- Hình thức thanh toán, khả năng tín dụng

Tiêu chuẩn tiện nghi

- Tính hiện đại của phương tiện, cơ sở vật chất kỹ thuật tạo ra dịch vụ thông qua các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật
- Tính thẩm mỹ của phương tiện và cơ sở vật chất kỹ thuật
- Tính đầy đủ, phong phú và đa dạng về số lượng và chất lượng của dịch vụ
- Tính được phục vụ kịp thời và chính xác theo yêu cầu của khách

Tiêu chuẩn vệ sinh

- Môi trường chung nơi đến du lịch: xanh, sạch, đẹp, trật tự, không khí trong lành, ánh sáng, âm thanh, nguồn nước, lương thực, thực phẩm, xử lý các nguồn rác thải, phòng ngừa và ngăn chặn các căn bệnh lây lan, truyền nhiễm
- Môi trường riêng đối với từng dịch vụ: vệ sinh cá nhân người lao động, vệ sinh trong và ngoài cơ sở cung cấp dịch vụ, vệ sinh trang thiết bị, vệ sinh nguồn nguyên liệu tạo ra dịch vụ và hàng hóa, vệ sinh trong quá trình chế biến, tạo ra dịch vụ và quá trình đưa dịch vụ và hàng hóa đến người tiêu dùng cuối cùng.

Tiêu chuẩn lịch sự chu đáo

- Truyền thống mến khách của nơi đến du lịch
- Quan tâm chăm sóc khách từ khi họ mua chương trình du lịch cho đến sau khi tiêu dùng CTDL
- Các phương án, biện pháp sẵn sàng khắc phục các sai sót (nếu có)
- Đón tiếp khách
- Chia tay tiễn biệt khách

Tiêu chuẩn an toàn

- Sự ổn định chính trị, kinh tế xã hội
- Trật tự an ninh, kỷ cương, chuẩn mực, quy tắc hành vi ứng xử trong quá trình tiêu dùng sản phẩm du lịch
- Các đạo luật bảo vệ người tiêu dùng du lịch.

HIỆU TRƯỞNG
(Duyệt)

TRƯỞNG PHÒNG
ĐÀO TẠO ĐH&SĐH

KT. TRƯỞNG KHOA
PHÓ TRƯỞNG KHOA

ThS. NGUYỄN THỊ ÁI DIỄM