

## **A. PHẦN MỞ ĐẦU**

### **1. Lí do chọn đề tài.**

Từ xa xưa, trong lịch sử nhân loại, du lịch đã được ghi nhận như một sở thích, một hoạt động nghỉ ngơi tích cực của con người. Ngày nay, du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu trong đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội của nhân loại, nó trở thành một hiện tượng kinh tế - xã hội phổ biến không chỉ ở các nước phát triển mà ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Du lịch và dịch vụ cũng đồng thời trở thành một trong những ngành công nghiệp lớn nhất và có mức tăng trưởng nhanh nhất trên thế giới. Với các nước đang phát triển như Việt Nam, du lịch có thể được coi như là một cứu cánh để vực dậy nền kinh tế yếu ớt của quốc gia, bởi vì nó mang lại nguồn thu nhập lớn mà ít ngành kinh tế nào có được. Những năm gần đây, con người đã được chứng kiến sự bùng nổ của hoạt động du lịch trên phạm vi toàn cầu, đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển của nền kinh tế thế giới. Theo dự báo của tổ chức của tổ chức Du Lịch thế giới WTO đến năm 2020 lượng khách du lịch trên thế giới sẽ đạt 1,6 tỷ lượt người, danh thu 2000 tỷ USD. Dự báo này dựa trên tỷ lệ tăng trưởng hàng năm là 4,3% về lượng khách và 6,7% về tài chính ( Nguồn WTO - 2003).

Đề tạo thành ngành du lịch đòi hỏi phải có sự hợp thành của nhiều yếu tố. Sự phát triển của ngành cần sự nỗ lực của nhiều bộ phận lao động trong các lĩnh vực khác nhau như kinh doanh lữ hành, kinh doanh khách sạn vui chơi giải trí... Trong đó có sự đóng góp không nhỏ của đội ngũ HDV Du Lịch. Người ta vẫn nói rằng mỗi HDV là một “ đại sứ ” của đất nước, của địa phương. Các sản phẩm du lịch cung cấp cho khách có đảm bảo chất lượng hay không, có đủ sức hấp dẫn với khách hay không, có giúp du khách hiểu thêm về đất nước, con người Việt Nam hay không phụ thuộc rất lớn vào trình độ, kĩ năng và tinh thần trách nhiệm của HDV. Thực tế phát triển du lịch ở Việt Nam nói chung, ở Hải Phòng nói riêng cho thấy, đội ngũ HDV Du lịch trên cả nước nói chung, tại Hải Phòng nói riêng còn thiếu về số lượng và yếu

về chất lượng. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ tới sự phát triển của ngành du lịch.

Chính vì vậy, đề tài khóa luận tốt nghiệp ngành văn hóa du lịch với đề tài:” Thực trạng và giải pháp tăng cường năng lực của đội ngũ Hướng Dẫn Viên Du Lịch tại công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á” được thực hiện với mong muốn vận dụng những kiến thức đã học vào thực tiễn. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích đánh giá hiện trạng và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả phục vụ của đội ngũ HDV Du lịch tại công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

## **2. Lịch sử nghiên cứu đề tài.**

Nghiên cứu đánh giá đúng thực trạng, năng lực đội ngũ lao động để đưa ra những quyết sách, chiến lược phát triển phù hợp là một trong những vấn đề quan trọng hàng đầu của các ngành kinh tế. Chiến lược đưa ra có phù hợp với tình hình thực tại hay không, có thúc đẩy sự phát triển của ngành hay không phụ thuộc rất lớn vào công tác này. Nhận thức đúng về tầm quan trọng đó Bộ Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch, Sở Du lịch Hải Phòng và các cơ quan hữu quan đã tiến hành nghiên cứu thực hiện nhiều dự án nhằm nhanh chóng phát triển Du lịch Hải Phòng thành một ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố. Các dự án quan trọng như: Đề án phát triển Du lịch Hải Phòng giai đoạn 1996- 2010 ( Viện nghiên cứu phát triển du lịch); Rà soát, điều chỉnh bổ xung quy hoạch phát triển Du lịch Hải Phòng đến năm 2020 (Viện nghiên cứu phát triển du lịch) và định hướng phát triển Du Lịch trong báo cáo tổng thể hoạt qua các thời kỳ của sở DL Hải Phòng... Các nghiên cứu đã đưa ra những phân tích sâu sắc về tình hình phát triển của ngành trên địa bàn thành phố và đề xuất những giải pháp cụ thể có tính khả thi cao cho sự phát triển của ngành. Trong đề án, dự án đó đều dành một phần không nhỏ nghiên cứu về nguồn nhân lực ngành DL Hải Phòng nói chung và đội ngũ HDV Du lịch nói riêng.

Tuy nhiên việc nghiên cứu sâu về đội ngũ HDV Du Lịch thì đến nay vẫn chưa được hoàn tất. Đề tài này chỉ tập chung nghiên cứu, đánh gia một

khía cạnh của vấn đề, và đây là một vấn đề lớn đòi hỏi thời gian, công sức, tính khoa học và độ chính xác cao. Chính vì vậy, tác giả rất mong đề tài này sẽ được nhiều người quan tâm nghiên cứu tiếp để đưa ra những chiến lược hoàn chỉnh, đóng góp vào sự phát triển của ngành, nền kinh tế thành phố nói chung và Công ty cổ phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á nói riêng.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.**

+ Đối tượng nghiên cứu: Các vấn đề kinh tế xã hội liên quan đến phát triển DL nói chung, đến đội ngũ HDV Du Lịch của Công ty cổ phần Du Lịch và thương mại Xuyên Á nói riêng.

+ Phạm vi nghiên cứu: Về phạm vi lãnh thổ, đề tài tập chung nghiên cứu về đối tượng đội ngũ HDV tại Công ty cổ phần Du lịch và thương mại Xuyên Á- thành phố Hải Phòng.

### **4. Nhiệm vụ nghiên cứu.**

- Tập hợp một số vấn đề về lý luận liên quan đến phát triển du lịch nói chung về HDV Du Lịch nói riêng.

- Nghiên cứu và đánh giá về thực trạng hoạt động của đội ngũ HDV Du Lịch của Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường năng lực đội ngũ HDV Du Lịch của Công ty cổ phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á.

### **5. Phương pháp nghiên cứu.**

- Phương pháp thu thập tài liệu, xử lý tài liệu.

Là phương pháp được sử dụng trước hết và cơ bản để hoàn thành đề tài. Để đưa ra được nhận xét, đánh giá một cách chính xác, khách quan nhất, thu thập những số liệu cần thiết từ các nguồn đáng tin cậy, những số liệu thống kê từ sở du lịch, các nghị quyết nghị định của các cơ quan chức năng, các tài liệu của những nghiên cứu trước làm tài liệu tham khảo.

- Phương pháp điều tra, khảo sát, thực tế (thực địa).

Trong quá trình nghiên cứu đề tài đã vận dụng phương pháp nghiên cứu này để tổng hợp những thông tin đáng tin cậy nhất, về thực trạng hoạt động

của ngành và những bất cập trong hoạt động của đội ngũ hướng dẫn viên, để từ đó đề xuất được những giải pháp có tính khả thi phù hợp với yêu cầu thực tế.

- Phương pháp phân tích, đánh giá, so sánh.

Đây là phương pháp cơ bản được người nghiên cứu sử dụng. Trên cơ sở phân tích những tài liệu đã qua xử lý, so sánh với hoạt động của các vùng địa phương khác, tác giả đưa ra những nhận xét đánh giá của mình về những vấn đề được đề cập đến.

- Phương pháp chuyên gia.

Ngoài các phương pháp tự thân thì phương pháp chuyên gia cũng đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình nghiên cứu đề tài. Bản thân Du Lịch một ngành kinh tế tổng hợp và môi trường Du lịch bao hàm rất nhiều các yếu tố tác động liên quan, do vậy muốn đảm bảo cho các đánh giá tổng hợp có cơ sở và mang tính hiệu quả đòi hỏi sự tham gia của các chuyên gia về nhiều lĩnh vực liên quan.

## **6. Kết cấu đề tài.**

Ngoài phần phụ lục, mở đầu và kết luận nội dung đề tài gồm 3 chương:

**Chương 1:** Một số vấn đề lí luận cơ bản về lí luận và thực tiễn về du lịch và hướng dẫn viên du lịch.

**Chương 2:** Thực trạng của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

**Chương 3:** Một số giải pháp tăng cường năng lực của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

## **B. PHẦN NỘI DUNG**

### **CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ DU LỊCH VÀ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH.**

#### **1.1. Một số vấn đề về lý luận.**

##### **1.1.1 Khái niệm du lịch**

###### **1.1.1.1 Khái niệm du lịch.**

Ngày nay du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu trong đời sống văn hóa - xã hội ở hầu hết tất cả các nước trên thế giới. Hoạt động DL đang được phát triển mạnh mẽ và trở thành một ngành kinh tế quan trọng ở nhiều nước. Thật ngữ “Du lịch” đã trở nên hết sức thông dụng. Tuy nhiên do những hoàn cảnh nghiên cứu khác nhau và dưới các góc độ nghiên cứu khác nhau, hiện nay khái niệm này vẫn chưa được định nghĩa một cách rõ ràng. Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về du lịch.

Từ góc độ nghiên cứu du lịch như một ngành kinh tế hai tác giả giáo trình Thống kê Du Lịch là Nguyễn Cao Thương và Tô Thanh Hải cho rằng: “Du lịch là một ngành kinh tế xã hội, dịch vụ có nhiệm vụ phục vụ nhu cầu thăm quan, giải trí, nghỉ ngơi có hoặc không kết hợp các hoạt động chữa bệnh, thể thao, nghiên cứu khoa học và các nhu cầu khác.” [10,11]

Với mục đích quốc tế hóa, tại hội nghị Liên Hợp Quốc về Du Lịch họp tại ROMA (Italia) năm 1963, các chuyên gia đã đưa ra khái niệm như sau: “Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ hay ngoài nước họ với mục đích hòa bình. Nơi họ đến du lịch không phải nơi làm việc của họ.” [10, 12]

Tổ chức Du lịch thế giới WTO ( World Touris Organization) lại định nghĩa: “Du lịch là tổng thể các hiện tượng và các mối quan hệ xuất phát từ sự giao lưu giữa du khách, các nhà kinh doanh, chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong quá trình thu hút và đón tiếp khách du lịch.” [ 14,10]. Còn

rất nhiều những định nghĩa về Du lịch khác nữa.

Tại kỳ họp thứ 7 khóa 11 năm 2005, Quốc hội nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam nêu rõ: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu giải trí nghỉ dưỡng trong khoảng thời gian nhất định.”. Đây là định nghĩa mang tính pháp lí và được chấp nhận phổ biến nhất ở Việt Nam hiện nay.

Dù nghiên cứu ở góc độ nào và định nghĩa như thế nào thì du lịch vẫn được hiểu là một hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên có liên quan đến việc tiêu thụ những sản phẩm du lịch nhất định nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định của họ về tham quan, giải trí...Nơi diễn ra các hoạt động du lịch được gọi là môi trường Du lịch. Môi trường du lịch bao gồm cả môi trường tự nhiên và môi trường xã hội nhân văn.

Trong sự phát triển chung của nền kinh tế thế giới cũng như các ngành kinh tế khác, phát triển du lịch phải là phát triển bền vững, phát triển du lịch phải đi đôi với bảo vệ môi trường. Luật Du lịch năm 2005 của Việt Nam đã đưa ra khái niệm: “ Du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng được các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu du lịch của tương lai.” Tùy theo những tiêu chí phân loại khác nhau mà du lịch được phân thành hình du lịch tham quan, du lịch giải trí, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá, du lịch thể thao, du lịch lễ hội, du lịch kết hợp...( phân loại theo mục đích chuyến đi); du lịch nội địa, du lịch quốc tế, du lịch quốc gia ( phân loại theo lãnh thổ); du lịch biển, du lịch núi, du lịch đô thị, du lịch đồng quê (phân loại theo đặc điểm địa lí) ngoài ra còn nhiều loại hình du lịch phân loại theo các tiêu chí khác. Trong xu thế phát triển hiện nay, hai loại hình du lịch đang được chú trọng phát triển vì nó vừa phù hợp với yêu cầu bảo vệ môi trường vừa đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Đó là loại hình du lịch sinh thái và du lịch văn hóa.

Du lịch sinh thái là hình thức du lịch dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hóa địa phương với sự tham gia của cộng đồng nhằm phát triển bền vững.

[8,11]

Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống. [8,11]

#### *1.1.1.2 Khái niệm về khách du lịch*

Cũng giống như khái niệm du lịch, hiện nay có không ít định nghĩa về khách du lịch. Do hoàn cảnh thực tế ở mỗi nước, dưới lăng kính của các học giả các định nghĩa được đưa ra không hoàn toàn giống nhau. Trước hết, trong hầu hết các định nghĩa, khách du lịch đều được coi là người đi khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình ( Tosef stander Ogilvie, Ủy ban đánh giá tài nguyên quốc gia Hoa Kỳ, văn phòng kinh tế công nghiệp Australia). Một số học giả nhấn mạnh rằng du khách là người đi khỏi nơi cư trú không phải là theo đuổi mục đích kinh tế. Một tiêu chí được nhiều người quan tâm là thời gian và khoảng cách từ nơi cư trú đến nơi du lịch, nhiều người cho rằng khách du lịch phải là người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên ít nhất 24 giờ và không quá một năm. Các chuyên gia Hoa Kỳ lại cho rằng yếu tố khoảng cách tối thiểu 50 dặm là quan trọng hơn cả. Các tiêu chí này đều mới chỉ đưa ra được một khía cạnh của vấn đề mà chưa khái quát được tất cả những đặc điểm của khách du lịch.

Luật DL Việt Nam 2005 đã quy định: “Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập từ nơi đến”. Theo khái niệm này, khách du lịch được hiểu theo một nghĩa khá rộng, không bị ràng buộc bởi yếu tố thời gian, khoảng cách và cả mục đích chuyến đi của họ. Từ định nghĩa này cho thấy các nhà quản lý Việt Nam có cái nhìn rất rộng về du lịch . Vì thế rất có lợi cho việc khai thác thị trường đa dạng khách du lịch của các nhà kinh doanh Du lịch Việt Nam. Khách du lịch bao gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế. Điều 34, chương V, Luật Du Lịch Việt Nam 2005 quy định:

- “Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư

trú tại Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam.”

- “Khách du lịch quốc tế là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch.”

#### *1.1.1.3 Khái niệm hoạt động du lịch.*

Hoạt động du lịch là hoạt động của khách của khách du lịch tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, cộng đồng dân cư và cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến du lịch.

#### *1.1.1.4 Khái niệm tài nguyên du lịch.*

Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử văn hóa, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch. Tài nguyên du lịch bao gồm hai loại: Tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn.

Đô thị du lịch là đô thị có lợi thế phát triển du lịch và du lịch có vai trò quan trọng trong hoạt động của đô thị.

Khu du lịch là nơi có TNDL hấp dẫn với ưu thế về TNDL tự nhiên, được quy hoạch đầu tư phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch đem lại hiệu quả về kinh tế - xã hội và môi trường.

Điểm du lịch là nơi có TNDL hấp dẫn, phục vụ nhu cầu thăm quan của khách du lịch.

Tuyến du lịch là lộ trình liên kết các khu du lịch, điểm du lịch các khu du lịch, cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch, gắn với các tuyến giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường hàng không.

#### *1.1.1.5 Khái niệm sản phẩm du lịch.*

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi. Sản phẩm du lịch bao gồm sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ, trong đó dịch vụ là loại hình sản phẩm có



đóng góp quan trọng vào sự phát triển của hoạt động du lịch.

Sản phẩm dịch vụ du lịch càng đa dạng, phong phú thì sự hấp dẫn đối với du khách càng lớn. Trong hai loại hình dịch vụ là là dịch vụ chính (bao gồm cả dịch vụ ăn uống, lưu trú, vận chuyển, đi lại) và dịch vụ bổ sung ( các dịch vụ vui chơi giải trí, các loại hình dịch vụ nhằm thỏa mãn các nhu cầu khác của khách du lịch như tò mò, sức khỏe...) thì dịch vụ bổ sung có vai trò quan trọng trong việc thu hút khách du lịch đến với điểm du lịch. Sự đa dạng về các loại hình dịch vụ bổ sung chính là yếu tố quan trọng tạo nên doanh thu cao cho ngành kinh doanh du lịch.

#### *1.1.1.6 Dịch vụ du lịch.*

Là việc cung cấp các dịch vụ về lễ hành, vận chuyển, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và các dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

#### *1.1.1.7 Cơ sở lưu trú du lịch.*

Là cơ sở cho thuê buồng, giường và cung cấp dịch vụ khác nhằm phục vụ khách lưu trú trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú chủ yếu.

#### *1.1.1.8 Chương trình du lịch.*

Là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm đến du lịch.

#### *1.1.1.9 Phương tiện vận chuyển du lịch.*

Trong bất kỳ một chuyến đi nào thì phương tiện vận chuyển khách du lịch cũng đóng một vai trò hết sức quan trọng. Đó là các phương tiện bảo đảm các điều kiện phục vụ khách du lịch, được sử dụng để vận chuyển khách du lịch theo chương trình du lịch. Phương tiện vận chuyển khách du lịch càng đảm bảo về chất lượng phục vụ (Sự thoải mái của khách tham quan phương tiện, đúng tiến độ, đúng lịch trình, an toàn cho du khách...) thì hiệu quả của chuyến du lịch càng cao, việc thực hiện các khâu khác trong chương trình du lịch càng thuận lợi.

*1.1.1.10 Khái niệm lữ hành và kinh doanh lữ hành.*

Ngày nay, thuật ngữ Lữ Hành (Travel) đã trở nên rất quen thuộc trong đời sống xã hội. Đó là các hoạt động nhằm thực hiện chuyến đi từ nơi này đến nơi khác bằng nhiều loại phương tiện khác nhau với nhiều lí do và mục đích khác nhau, không nhất thiết phải quay trở lại điểm xuất phát. Trong thực tế, người ta tiếp cận thật ngữ này bằng hai cách.

Theo nghĩa rộng, hoạt động lữ hành bao gồm tất cả những hoạt động di chuyển của con người cũng như hoạt động liên quan đến sự di chuyển đó. Với cách tiếp cận này, hoạt động du lịch có bao hàm yếu tố lữ hành nhưng không phải tất cả các hoạt động lữ hành đều là hoạt động du lịch.

Theo nghĩa hẹp, để phân biệt hoạt động kinh doanh du lịch trọn gói với các hoạt động kinh doanh du lịch khác như khách sạn, vui chơi, giải trí... người ta giới hạn hoạt động lữ hành chỉ bao gồm những hoạt động tổ chức các hoạt động du lịch trọn gói. Xuất phát điểm của cách tiếp cận này là người ta cho rằng hoạt động kinh doanh lữ hành chỉ bao gồm những hoạt động tổ chức các hoạt động du lịch trọn gói. Tiêu biểu cho cách tiếp cận này là định nghĩa: “ Lữ hành là việc thực hiện chuyến đi du lịch theo kế hoạch, lộ trình, chương trình định trước.” [14,29]

Kinh doanh lữ hành (Tour Operation Business) được hiểu là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch nhằm mục đích sinh lợi.[14,29]

Các tổ chức, cá nhân bán chương trình du lịch của doanh nghiệp lữ hành cho khách du lịch nhằm hưởng hoa hồng, không thực hiện chương trình du lịch đã bán gọi là các Đại lí Lữ Hành (Travel Subagent Business) [14,29]

Hoạt động kinh doanh lữ hành là hoạt động có liên quan nhiều nhất đến hoạt động của các hướng dẫn viên du lịch (HDV DL). Vì nếu HDV DL hoạt động tốt thì đồng nghĩa với việc đem lại hiệu quả cao cho hoạt động kinh doanh lữ hành. Hay nói cách khác HDV DL chính là người xây dựng biểu tượng cho đơn vị kinh doanh lữ hành. Hoạt động lữ hành mang một số đặc

điểm sau đây.

+ Hoạt động kinh doanh lữ hành tạo ra những sản phẩm là các loại dịch vụ chủ yếu tồn tại dưới dạng vô hình. Đây là đặc điểm quan trọng ảnh hưởng tới hầu hết các công đoạn của quá trình kinh doanh.

+ Kết quả của hoạt động kinh doanh lữ hành phụ thuộc vào nhiều nhân tố và không ổn định.

+ Quá trình sản xuất và quá trình tiêu dùng trong hoạt động kinh doanh lữ hành diễn ra cùng một lúc.

+ Đối với các sản phẩm do doanh nghiệp lữ hành tạo ra, người tiêu dùng rất khó cảm nhận được sự khác biệt trước khi tiêu dùng các sản phẩm ấy.

+ Hoạt động kinh doanh lữ hành thường được triển khai trên một phạm vi địa lý rộng lớn.

+ Hoạt động kinh doanh thường mang tính thời vụ rõ nét đối với từng đoạn thị trường.

+ Hoạt động kinh doanh lữ hành phụ thuộc vào nhiều yếu tố khách quan thuộc môi trường vĩ mô, ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp.

### **1.1.2 Hướng dẫn viên Du lịch và các hoạt động liên quan.**

#### **1.1.2.1 Khái niệm hướng dẫn du lịch.**

Trong lịch sử ra đời, tồn tại và phát triển của du lịch, hướng dẫn du lịch (HDDL) chưa hình thành đồng thời. Ban đầu khách du lịch chủ yếu tự tìm hiểu để thỏa mãn nhu cầu của chuyến đi theo mục đích đã định trước. Sau đó tại các điểm du lịch thường là người dân địa phương đảm nhiệm vai trò giới thiệu cho khách những hiểu biết của mình về những đối tượng mà khách quan tâm. Cùng với thời gian, dòng du khách lớn dần lên theo sự đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch. Hoạt động hướng dẫn du lịch cũng ra đời và ngày càng có vị trí quan trọng và cần thiết trong kinh du lịch nói riêng và hoạt động của ngành du lịch nói chung.

Từ chỗ là hoạt động kết hợp của những chủ dịch vụ những nhà khoa học hay những người có hiểu biết cụ thể của một hay nhiều lĩnh vực nhất

định, về một hay nhiều đối tượng tham quan tại điểm du lịch được thuê mượn, HDDL đã trở thành hoạt động đặc trưng của ngành du lịch. HDDL ra đời đòi hỏi khách quan, nghề nghiệp, nhằm đáp ứng nhu cầu hiểu biết của du khách.

Mặc dù trong lịch sử của ngành, hoạt động HDDL ra đời sau quá trình tham quan du lịch nhưng nó có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh du lịch. Thông qua hoạt động hướng dẫn, các dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vận chuyển, được thực hiện chu đáo hơn, phong phú hơn do có sự phối hợp của HDV DL. Những nhu cầu của khách du lịch về các loại dịch vụ này cũng vì thế mà được đáp ứng một cách chính xác, nhanh chóng, đầy đủ hơn. Hoạt động HDDL còn góp phần làm cho các dịch vụ bổ sung thêm sôi động. Bởi lẽ, qua các HDV DL các cơ sở kinh doanh DL (KDDL) sẽ nắm bắt được thị hiếu tâm lý, đặc tính và cả tình trạng sức khỏe... của khách du lịch để từ đó kịp thời có những chính sách điều chỉnh hợp lý, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách. Do đó, dịch vụ du lịch sẽ ngày càng phát triển hơn doanh thu du lịch sẽ ngày càng phát triển hơn.

Hiện nay, các tổ chức kinh doanh du lịch nói chung đều có hoạt động HD DL. Đối với các tổ chức kinh doanh lữ hành (Bao gồm cả lữ hành quốc tế và lữ hành nội địa), hoạt động HDDL lại càng cần thiết hơn. Việc thiết kế Tour, bán Tour, quảng cáo, tiếp thị môi giới trung gian... đều phải gắn với yêu cầu HDDL. Vì vậy, hoạt động HDDL có tốt hay không sẽ góp phần rất cơ bản vào việc bán Tours, vào việc kinh doanh du lịch của các tổ chức này.

Hoạt động HDDL ngoài việc nhằm thỏa mãn những yêu cầu của khách du lịch theo mục đích của chuyến du lịch loại hình du lịch mà họ lựa chọn, những đối tượng mà họ cần tìm hiểu, cần sử dụng... Còn góp phần giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình du lịch của khách. Có rất nhiều vấn đề với nhiều tình huống khác nhau xảy ra trong quá trình thực hiện chuyến đi của khách tại nơi làm thủ tục hải quan, nơi cư trú, nghỉ dưỡng chữa bệnh, nhiều tình huống xảy ra trong lúc ăn uống trên phương tiện vận chuyển qua các vùng, tại điểm du lịch... mà khách du lịch cần có sự giúp đỡ từ hoạt động

hướng dẫn. Những đòi hỏi đó ngày càng trở nên quen thuộc trong ngành du lịch, vì thế hoạt động hướng dẫn ngày càng trở nên không thể thiếu trong toàn bộ hoạt động kinh doanh du lịch nói chung.

Với sự bùng nổ của thông tin và sự phát triển mạnh mẽ của kỹ thuật tin học, hoạt động HDDL ngày càng có sự trợ giúp của nhiều yếu tố nên thuận lợi hơn, đặc điểm là các thông tin tới khách du lịch. Song HDDL vẫn là cần thiết và đòi hỏi nghiệp vụ hướng dẫn ngày càng cao.

Vậy HDDL là gì? Khái niệm này có thể được hiểu như sau: “ HDDL là hoạt động của các tổ chức kinh doanh du lịch, thông qua các HDV 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” [9,20]

Khái niệm trên đây chỉ rõ những hoạt động chủ yếu của HDDL mà vai trò quan trọng nhất là của HDV, những người thay mặt các tổ chức kinh doanh du lịch thực hiện các hợp đồng giữa đơn vị mình với khách du lịch.” Các hoạt động hướng dẫn du lịch bao gồm nhiều mặt công tác và đòi hỏi nghiệp vụ ở nhiều mức độ khác nhau.

#### *1.1.2.2 Khái niệm hướng dẫn viên du lịch.*

Đã có nhiều định nghĩa, nhiều khái niệm về HDVDL được đưa ra. Trải qua thực tế tồn tại và phát triển của ngành du lịch, khái niệm này ngày càng được hoàn thiện và chính xác hơn, phù hợp với bản chất công việc hướng dẫn du lịch.

Trường Đại học British Columbia của Canada, một địa chỉ đào tạo nhân lực có uy tín lớn đã đưa ra khái niệm: “ HDV DL là các cá nhân làm việc trên các tuyến du lịch trực tiếp đi kèm hoặc di chuyển cùng với cùng với các cá nhân hoặc các đoàn khách theo một chương trình du lịch nhằm đảm bảo việc thực hiện theo đúng kế hoạch, thuyết minh cho khách về các điểm du lịch đồng thời tạo ra những ấn tượng tốt đẹp cho khách du lịch.” [9,24]

Năm 1994, tổng cục du lịch Việt Nam đưa ra khái niệm hướng dẫn viên

du lịch như sau: “ HDV Du lịch là cán bộ chuyên môn làm việc cho các doanh nghiệp lữ hành ( bao gồm cả doanh nghiệp du lịch khác có chức năng kinh doanh lữ hành) thực hiện nhiệm vụ hướng dẫn du lịch cho khách thăm quan theo chương trình du lịch đã được ký kết. [9,26]

Những khái niệm trên đều phản ánh nội dung công việc của một HDV DL. Nhưng theo GS. TS Đinh Trung Kiên - tác giả giáo trình Nghiệp Vụ Hướng Dẫn Du Lịch thì các khái niệm đều được phản ánh đầy đủ khái niệm HDV DL và chưa phân biệt được với những Hướng dẫn viên khác hay người giới thiệu tại điểm du lịch đơn thuần mà không phải HDV DL thực sự. Theo ông: “ HDV DL là người thực hiện hướng dẫn khách du lịch trong các chuyến thăm quan du lịch hay tại các điểm du lịch nhằm đáp ứng 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.” [9,25]

Luật du lịch Việt Nam năm 2005 lại định nghĩa rất ngắn gọn: “ Hướng dẫn du lịch là hoạt động cho khách du lịch theo chương trình du lịch. Người thực hiện hoạt động hướng dẫn được gọi là HDV và được thanh toán dịch vụ hướng dẫn du lịch.”

#### *1.1.2.3 Khái niệm thuyết minh viên.*

Thuyết minh viên là người thuyết minh tại chỗ cho khách du lịch trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch. Thuyết minh viên phải là người am hiểu kiến thức về khu du lịch, điểm du lịch, có khả năng giao tiếp với khách du lịch và ứng xử văn hóa.

#### *1.1.2.4 Phân loại hướng dẫn viên du lịch*

\* Theo khả năng và phạm vi hoạt động, HDV du lịch được chia thành hai loại bao gồm HDV DL quốc tế và HDV Du lịch nội địa. HDV DL quốc tế được hướng dẫn cho khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa; HDV DL nội địa được phép hướng dẫn cho khách du lịch nội địa là người Việt Nam, không được phép hướng dẫn cho khách du lịch là người nước ngoài. HDV

được phép hành nghề khi có thẻ HDV và có hợp đồng với doanh nghiệp lữ hành. Thẻ hướng dẫn bao gồm thẻ HDV quốc tế và thẻ HDV nội địa có thời hạn 3 năm và có giá trị trong phạm vi toàn quốc.

Theo quy định của pháp luật Việt Nam, người được cấp thẻ HDV nội địa phải đảm bảo các điều kiện sau:

+ Là người có quốc tịch Việt Nam, thường trú tại Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ.

+ Không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng các chất gây nghiện.

+ Có trình độ trung cấp chuyên nghiệp ngành hướng dẫn du lịch trở lên, nếu tốt nghiệp chuyên ngành khác thì phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

Người được cấp thẻ HDV quốc tế phải là người có đủ các điều kiện sau đây:

+ Có quốc tịch Việt Nam, thường trú tại Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ.

+ Không mắc bệnh truyền nhiễm, không sử dụng các chất gây nghiện.

+ Có trình độ cử nhân chuyên ngành hướng dẫn du lịch trở nên, nếu tốt nghiệp đại học chuyên ngành khác thì phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.

Ngoài các yếu tố trên người được cấp thẻ HDV quốc tế còn phải sử dụng thành thạo ít nhất một ngoại ngữ.

\* Theo tính chất công việc, HDV DL được phân loại như sau:

+ Hướng dẫn viên chuyên nghiệp (Tour Guide) là người hướng dẫn đoàn khách thực hiện chương trình thăm quan du lịch được thỏa thuận của tổ chức kinh doanh du lịch, được cấp thẻ hành nghề.

+ Hướng dẫn viên không chuyên (Step-on Guide) là các cộng tác viên du lịch mà các doanh nghiệp thuê theo hợp đồng hướng dẫn cho khách du lịch. Họ có thể là các nhà khoa học, giáo viên ngoại ngữ, nhà văn, nhà báo, nhà nghệ thuật... có hiểu biết về tuyến, điểm du lịch nhất định mà khách du lịch cần tìm hiểu. Họ cũng có khả năng hướng dẫn du lịch, có khả năng ứng

sử linh hoạt với khách như những HDV chuyên nghiệp. Họ thường được thuê theo mùa du lịch hoặc làm tự do ở những điểm, tuyến du lịch nhất định hay được thuê giới thiệu cho các đoàn khách du lịch có nhu cầu nghiên cứu chiều sâu về một vài lĩnh vực nào đó. Những HDV nào có thể hướng dẫn cho khách chọn vẹn chương trình thăm quan hay dẫn khách trong một phạm vi nhất định tùy theo hợp đồng ký kết.

+ Hướng dẫn viên thành phố (City Guide) là người hướng dẫn khách du lịch thực hiện chuyến thăm quan thành phố thường là trên các phương tiện công cộng như xe bus, taxi, xích lô... HDV có nhiệm vụ giới thiệu, bình luận cho khách nghe những đối tượng thăm quan nổi bật của thành phố, đồng thời giải thích cho khách nghe những thắc mắc của họ về những điều mà họ cho là “ lạ” trên lộ trình ấy.

+ Hướng dẫn viên tại điểm (Onsite Guide) là người hướng dẫn khách du lịch thực hiện chuyến thăm quan trong một vài giờ nhất định tại những điểm du lịch cụ thể. Ví dụ : Hướng dẫn khách thăm thành cổ Roma, hướng dẫn khách thăm cố cung ở Bắc Kinh, hướng dẫn viên ở Huế hướng dẫn khách thăm Đại Nội, lăng tẩm ...cũng được coi là hướng dẫn viên tại điểm.

\* Cũng có thể phân loại HDV theo một cách khác là HDV suốt tuyến và HDV địa phương.

+ HDV suốt tuyến là những HDV chuyên nghiệp có nhiệm vụ dẫn khách du lịch trong thời gian thực hiện chuyến du lịch, từ khi đón khách cho đến khi tiễn đoàn, là người chịu trách nhiệm chủ yếu nhất về việc thực hiện chương trình du lịch của đoàn khách theo hợp đồng. Người hướng dẫn thuộc dạng này thường là người của các tổ chức kinh doanh du lịch ( nhất là các hãng, tổ chức kinh doanh lữ hành).

+ Hướng dẫn viên địa phương là HDV tại những điểm du lịch nào đó hay tại một thành phố nào đó làm nhiệm vụ hướng dẫn hướng dẫn cho khách ở các điểm du lịch hay ở thành phố chứ không theo khách suốt cả tuyến du lịch mà khách đã mua. HDV tại điểm cũng cần phải có kiến thức về đối tượng



thăm quan và kiến thức nghiệp vụ. Họ khác với những người giới thiệu tại chỗ vốn không phải là HDV du lịch.

### ***1.1.3 Vai trò của Hướng dẫn viên du lịch với sự phát triển du lịch.***

Hoạt động HDDL là hoạt động du lịch đặc trưng của dịch vụ du lịch và các vị trí quan trọng trong du lịch đem lại lợi ích nhiều mặt cho cả tổ chức kinh doanh DL và khách DL. Song, hoạt động HDDL chủ yếu là hoạt động của HDV. Họ là người tiếp xúc và phục vụ khách nhiều nhất trong toàn bộ hoạt động HDDL của tổ chức kinh doanh DL. Hiệu quả của hoạt động hướng dẫn phụ thuộc rất lớn vào chất lượng công việc của HDV. Do đó, HDV DL luôn giữ vai trò là người đại diện của tổ chức kinh doanh du lịch thực hiện hợp đồng với khách du lịch theo Tour mà họ đã mua. Trong toàn bộ hoạt động HDDL, HDV là người đảm nhiệm phần việc quan trọng nhất, phức tạp nhất và đòi hỏi tính nghiệp vụ cao nhất. Chính vì thế, trong thực tế HDV DL là người đại diện cho tổ chức kinh doanh du lịch và là gạch nối giữ khách du lịch và công ty kinh doanh du lịch.

Với sự hỗ trợ ngày càng nhiều của các phương tiện kỹ thuật hiện đại (máy ghi âm, máy chiếu hình, mạng thông tin...) nhiều phần việc của HDV DL đã được giảm bớt. Song HDV DL vẫn không thể thiếu trong hoạt động hướng dẫn do chính nghiệp vụ đòi hỏi. Họ mới là người đem lại sự sôi nổi, mới mẻ trong các chuyến thăm quan du lịch bằng chính những cử chỉ, âm điệu, phong cách, lời nói của mình. Và chỉ có HDV DL mới luôn sẵn sàng trả lời các câu hỏi vốn luôn xuất hiện từ du khách về những vấn đề mà họ quan tâm. Bằng khả năng, kiến thức, phong cách... của mình, HDV là người làm cho chuyến du lịch trở nên có hồn.

Bằng hoạt động nghiệp vụ của mình, HDV DL sẽ tạo mối quan hệ với các nguồn khách khác nhau, từ đó lôi cuốn khách du lịch mua Tour của đơn vị, góp phần nâng cao danh thu cho tổ chức KDDL. Do được tiếp xúc với các đối tượng khách khác nhau, HDV DL còn có vai trò như người bảo vệ an ninh quốc gia, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường sống, môi trường du lịch trên

tuyến, điểm, trung tâm du lịch... những địa điểm mà họ mới phục vụ.

Đối với khách du lịch HDV giữ vai trò như người bạn đường triu mến của họ trong suốt cả quá trình tham quan cũng như khi nghỉ ngơi, thư giãn... Đặc biệt là với những khách du lịch quốc tế lần đầu tiên đến du lịch ở một nơi xa lạ ngớ ngàng.

Trong chương trình du lịch, khi có tình huống xảy ra cần xử lý thì người có vai trò trước tiên là HDV DL. Vai trò ấy càng trở nên quan trọng hơn đối với những tình huống có liên quan tới khách, tới chương trình du lịch ở những nơi khó khăn, ít có sự hỗ trợ kịp thời của các cơ quan chức năng.

Trong phát triển du lịch, việc thông tin quảng bá hình ảnh đất nước con người, các điểm thăm quan, các sản phẩm du lịch... là rất quan trọng. HDV là người góp phần không nhỏ trong việc giúp doanh nghiệp quảng bá các sản phẩm du lịch của mình. Đồng thời họ cũng là người nắm bắt được thi hiếu, những khen chê của khách du lịch từ các cơ quan chức năng khác nhau liên quan tới khách du lịch, tới hoạt động du lịch để từ đó có các thông tin tới các địa chỉ cần thiết. Với vị thế ấy, các HDV DL được coi như những tiếp thị viên không chuyên cho các doanh nghiệp kinh doanh DL. Có thể nói, HDV DL giữ vai trò không thể thiếu trong hoạt động HDDL của các doanh nghiệp kinh doanh DL nói riêng và ngành du lịch nói chung. Để hoàn thành nhiệm vụ của HDV DL phải là người giỏi nghiệp vụ, có đủ các yếu tố mà nghề nghiệp đòi hỏi.

## **1.2 Vai trò của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội thành phố Hải Phòng.**

Hải Phòng là một thành phố công nghiệp một cực quan trọng trong vùng kinh tế động lực của Miền Bắc: Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Với vị trí địa lý cùng hệ thống giao thông đường thủy, đường bộ, đường sắt, cảng biển và sân bay của Hải Phòng khẳng định vai trò của thành phố là một cửa khẩu quan trọng của cả nước, có điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế và giao thông với nước ngoài. Vị trí địa lý, hệ thống cơ sở hạ tầng kinh tế cùng

với điều kiện tự nhiên đa dạng bao gồm núi, biển đảo, kết hợp bản sắc văn hóa độc đáo của cư dân vùng biển, con người cởi mở, hiếu khách... là những điều hấp dẫn thu hút du khách và các doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào Hải Phòng nhất là lĩnh vực du lịch.

Hiện nay ở nhiều nước trên thế giới du lịch giữ vai trò quan trọng trong thu nhập kinh tế quốc dân. Theo đánh giá của Tổ chức du lịch thế giới WTO trong thời gian tới viễn cảnh của ngành du lịch toàn cầu rất khả quan. Dự báo đến năm 2015 lượng du khách quốc tế trên thế giới sẽ đạt 1 tỷ lượt, thu nhập xã hội từ du lịch đạt 900 tỷ USD và tạo thêm việc làm trực tiếp cho 150 triệu người. Khu vực Châu Á Thái Bình Dương chiếm tỷ trọng lớn của thế giới. Riêng Đông Nam Á (ASEAN) chiếm khoảng 34% lượng khách và 38% doanh thu du lịch của khu vực. Cũng theo dự báo của WTO đến năm 2020 tổng lượng khách du lịch trên toàn thế giới là 1,6 tỷ lượt và doanh thu 2000 tỷ USD. Dự báo này dựa trên tỷ lệ tăng trưởng hàng năm là 4,3% về lượng khách và 6,7% về tài chính ( Nguồn WTO - 2003)

Trong những năm gần đây, du lịch Hải Phòng có những chuyển biến tích cực. Trong 5 năm 2001 - 2005, tổng đầu tư hạ tầng du lịch bằng nguồn vốn ngân sách đạt 267,69 tỷ đồng thu hút 1680,43 tỷ đồng vốn vốn ngân sách và 2,72 triệu USD vốn đầu tư nước ngoài. Tổng lượng khách du lịch tăng bình quân 18,15% / năm, trong đó khách quốc tế tăng bình quân 18,75% /năm; doanh thu bình quân trên 15% / năm, du lịch Hải Phòng được đánh giá là ngành kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao và đang từng bước nâng cao vị thế của mình trong nền kinh tế chung của thành phố.

Với ưu thế về cảng biển, nằm ở vị trí trung tâm vùng duyên hải Bắc Bộ, là cửa ngõ chính ra biển của các tỉnh phía Bắc, giao lưu hết sức thuận lợi với các tỉnh trong nước, các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Bên cạnh cảng biển, Hải Phòng còn có các lợi thế về giao thông đa dạng về đường biển, đường sông, đường bộ, đường sắt, đường hàng không nối liền Hải Phòng với các địa phương trong nước và quốc tế. Các tuyến giao thông đa dạng đã hỗ trợ

đặc lực cho các hoạt động của cảng, các hoạt động thương mại vận tải thông tin liên lạc... tạo lợi thế cho phát triển du lịch.

Ngoài ưu thế về vị trí địa lí, Hải Phòng còn có nguồn tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn phong phú, đa dạng: Tài nguyên đất, tài nguyên sinh vật, các loại thủy sản, hải sản, khoáng sản... và các nguồn lợi từ biển khác. Các loại thủy sản và hải sản không chỉ cho phép ngành chăn nuôi thủy sản phát triển mà còn là thế mạnh đét phát triển du lịch và các ngành dịch vụ khác. Cảnh quan thiên nhiên ở bán đảo Đồ Sơn và quần đảo Cát Bà rất thuận lợi để phát triển du lịch sinh thái theo hướng Rừng - Biển - Đảo kết hợp. Vườn quốc gia có nhiều loại động thực vật đặc hữu và tháng 12/ 2004 đã được UNESCO công nhận là khu Dự Trữ Sinh Quyển Thế Giới. Đây là điều kiện thuận lợi để thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Việc khai thác nguồn tài nguyên du lịch ở Đồ Sơn và Cát Bà phục vụ cho hoạt động du lịch đã và đang góp một phần không nhỏ cho ngân sách thành phố.

Lịch sử phát triển của thành phố Hải Phòng, đã để lại nhiều di tích lịch sử văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc, các công trình kiến trúc độc đáo có sức hấp dẫn lớn đối với du khách. Bên cạnh đó có nhiều lễ hội lớn như: Chọi Trâu (Đồ Sơn), lễ hội làng cá Cát Bà (Cát Hải), Hát Đúm (Thủy Nguyên), lễ hội Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm (Vĩnh Bảo), lễ hội Minh Thè (Kiến Thụy) và nhiều làng nghề truyền thống đã và đang được duy trì, khôi phục... là tiềm năng lớn phục vụ cho khai thác phát triển du lịch ở Hải Phòng.

Những tiềm năng, lợi thế của Hải Phòng là tiền đề để phát triển du lịch của thành phố. Tại hội thảo về tiềm năng phát triển du lịch Hải Phòng ngày 9/8/2006, các chuyên gia tư vấn của của công ty tư vấn quản lý MCG đã chọn du lịch là ngành cần được ưu tiên đầu tư phát triển hàng đầu trong các ngành kinh tế thành phố với mục tiêu đến năm 2020 doanh thu từ du lịch của Hải Phòng đạt 2677,5 triệu USD (Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển du lịch)

## **TIÊU KẾT CHƯƠNG 1**

Chương 1 của đề tài đã hệ thống hóa một số vấn đề về lý luận bao gồm: Khái niệm về Du lịch và các khái niệm liên quan như khách du lịch, môi trường du lịch, các loại hình du lịch chủ yếu ..., khái niệm HDDL, khái niệm HDV DL và vai trò của HDV trong hoạt động của ngành... Bên cạnh đó, chương 1 cũng đã tập hợp một số vấn đề thực tiễn về vai trò của du lịch đối với nền kinh tế - xã hội của Hải Phòng. Trong đó đáng chú ý là một số vấn đề cơ bản sau đây.

Du lịch là một hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ, có liên quan tới việc tiêu thụ những sản phẩm du lịch nhất định nhằm thỏa mãn nhu cầu về tham quan, giải trí, nghỉ ngơi, khám phá... Hoạt động được tiến hành trong một môi trường tổng hợp bao gồm cả môi trường tự nhiên và môi trường văn hóa - xã hội gọi là môi trường du lịch. Do sự phát triển không ngừng của ngành, nhiều loại hình du lịch đã được ra đời. Nhưng trong tương lai loại hình du lịch có nhiều ưu thế phát triển nhất là Du lịch Sinh Thái và Du lịch Văn Hóa. Vì loại hình du lịch này có xu thế phát triển theo hướng bền vững và bảo vệ môi trường.

Từ sự phát triển không ngừng của đời sống kinh tế - xã hội, nhu cầu du lịch của con người ngày càng tăng kéo theo sự ra đời của hoạt động HDDL. Hoạt động này được hiểu là hoạt động hướng dẫn cho khách du lịch theo chương trình du lịch. Đây là hoạt động khá phức tạp với khối lượng công việc mà cá nhân mỗi HDV phải đảm nhận là rất lớn. Nó không chỉ đòi hỏi người lao động trong ngành phải có sức khỏe thật dẻo dai, lòng yêu nghề thật sâu sắc mà còn đòi hỏi rất nhiều đến một lượng kiến thức tương đối lớn trên tất cả các lĩnh vực.

Trong hoạt động này, ngoài yếu tố thuận lợi là sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận trong đơn vị kinh doanh lữ hành thì HDV là người có vai trò quan trọng nhất. Họ là người thực hiện hoạt động hướng dẫn và đóng vai trò như một bạn đường tin cậy của khách du lịch trong suốt chuyến đi, vừa giúp

du khách tìm hiểu, khám phá về các đối tượng tham quan vừa giúp khách giải quyết những vấn đề phát sinh trong chuyến đi ấy. Đồng thời họ cũng là chiếc cầu nối mang hình ảnh của quê hương, đất nước đến với khách thập phương, là người góp phần không nhỏ trong việc xây dựng hình ảnh của đơn vị kinh doanh du lịch trong lòng du khách, mang lại lợi nhuận không nhỏ cho các đơn vị kinh doanh du lịch bằng chính năng lực của mình. Chất lượng hoạt động của đội ngũ HDV DL có ảnh hưởng trực tiếp và rất lớn đến hoạt động kinh doanh của đơn vị kinh doanh lữ hành. Do tính chất sản phẩm của hoạt động HDDL chủ yếu là sản phẩm dịch vụ, tồn tại dưới dạng vô hình nên chất lượng hoạt động của đội ngũ lao động này chỉ có thể khẳng định bằng việc khách du lịch có thực sự thỏa mãn sau chuyến đi của họ hay không, khách du lịch có quyết định tái sử dụng sản phẩm của đơn vị hay không. Trong xu thế phát triển hiện nay, Du lịch ngày càng giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Chính vì thế, vai trò của lực lượng này càng trở nên quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế đất nước.

Do tính chất công việc, trong quá trình công tác, HDV DL phải đối mặt với nhiều khó khăn, thử thách do những yếu tố khách quan mang lại. Vì thế, trong bất kỳ hoàn cảnh đội ngũ lao động này cũng phải đáp ứng được những yêu cầu và đòi hỏi nhất định. Đó là những đòi hỏi về kiến thức, địa lý, cảnh quan thiên nhiên, kiến thức về văn hóa, tâm lý truyền thống, kiến thức về chính trị, pháp luật...đặc biệt là kiến thức về ngoại ngữ. Bên cạnh đó còn những yêu cầu về ứng xử, giao tiếp và các yêu cầu về nhân cách và phong cách khác...Những yêu cầu, đòi hỏi khắt khe của một HDV cần thiết phải được trang bị đầy đủ khi tác nghiệp. Đáp ứng được những yêu cầu đó, đội ngũ HDV DL của Công ty mới thực sự trở thành những người lao động tạo ra của cải vật chất đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế - xã hội của thành phố. Dựa vào vấn đề nêu trên tác giả có cơ sở khảo học cho việc phân tích, đánh giá hiện trạng và đưa ra giải pháp nâng cao năng lực của đội ngũ HDV tại công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á ở chương 2 và chương 3 của đề tài.

## **CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG CỦA ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH XUYÊN Á**

### **2.1 Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á**

#### **2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển**

Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á được chính thức đưa vào hoạt động ngày 20 tháng 7 năm 2005, mặc dù là công ty còn non trẻ nhưng có thể nói Công ty Cổ phần Du lịch và Du lịch Xuyên Á là một trong những công ty lữ hành làm ăn khá phát đạt và có uy tín trên thị trường du lịch Hải Phòng.

Ông Trần Tuấn Thanh - Giám đốc công ty vốn là thành viên của Công ty Du lịch và Dịch Vụ Công Đoàn Hải Phòng. Với sự nhanh nhạy với thời cuộc, nắm bắt cơ hội, bằng khả năng và kinh nghiệm của mình ông đã nhanh chóng thành lập nên Công ty Cổ Phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á. Tách mình ra khỏi cái chung, tự tạo ra một doanh nghiệp cho riêng mình, ông đã xây dựng và lãnh đạo một đơn vị lữ hành làm ăn khá hiệu quả. Để có được ngày hôm nay, ông cùng công ty phải trải qua không ít những khó khăn và cam go, thách thức. Là một người có kinh nghiệm và thâm niên hoạt động trong ngành du lịch nên ông cũng có những quyết định, những bước đi đúng đắn cho riêng mình và doanh nghiệp, để từng bước đưa công ty Cổ phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á đi lên và phát triển như ngày hôm nay.

Ngày 28 tháng 6 năm 2005, Sở Kế Hoạch và Đầu Tư thành phố Hải Phòng chính thức cấp giấy phép đăng ký kinh doanh cho công ty với nội dung cơ bản như sau:

Tên công ty viết bằng tiếng Việt: Công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á

Tên công ty viết bằng tiếng nước ngoài: Xuyen A Toursism and Trading Joint Stock Company.

Tên công ty viết tắt: Xuyen A..., JSC.

Địa chỉ trụ sở chính: Số 48 Trần Phú, Phường Cầu Đất, Quận Ngô

Quyền, thành phố Hải Phòng.

Điện thoại: 0313.592088

Fax: 0313.843094

Ngành nghề kinh doanh:

- Dịch vụ du lịch lữ hành nội địa và quốc tế.
- Kinh doanh khách, nhà nghỉ, nhà hàng ăn uống.
- Kinh doanh bất động sản, vật tư, thiết bị phục vụ ngành in, quảng cáo, xăng dầu bôi trơn, khí đốt.
- Đào tạo dạy nghề.
- Dịch vụ vận tải hành khách, hàng hóa thủy bộ.
- Dịch vụ xuất nhập khẩu hàng hóa, ủy thác giao nhận, bốc xếp, dỡ, lưu kho bãi và bảo quản hàng hóa.

Vốn điều lệ: 1000 000 000 đồng ( một tỷ VNĐ)

Người đại diện theo pháp luật của công ty.

Chức danh: Giám đốc

Họ và tên: Trần Tuấn Thanh.

Sinh ngày: 21/02/1965. Dân tộc: kinh.

Quốc tịch: Việt Nam.

Chứng minh thư nhân dân số: 030638445.

Ngày cấp: 28/02/2005. Nơi cấp: Công an Hải Phòng.

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: Số 5/ 25B Đà Nẵng, Phường Máy Tơ, Quận Ngô Quyền, Hải Phòng.

Chỗ ở hiện tại: Số 5/ 25B Đà Nẵng, Phường Máy Tơ, Quận Ngô Quyền, Hải Phòng.

Những ngày đầu đi vào hoạt động công ty gặp rất nhiều khó khăn do trang thiết bị phục vụ cho công việc còn sơ sài, ngoài những máy móc thiết bị cần thiết như: Máy vi tính, điện thoại, máy fax... thì những trang thiết bị còn lại chưa được đồng bộ và hiện đại. Nhưng đó không chỉ là khó khăn riêng của Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á mà là khó khăn chung của mọi công ty khi mới thành lập vì phải cần có thời gian để hoàn thiện và nâng



cấp dần dần cơ sở vật chất kỹ thuật cho cán bộ công nhân viên của công ty làm việc...Ngoài ra còn có phòng làm việc của thư ký giám đốc, kế toán trưởng, điều hành và hướng dẫn viên du lịch... đảm bảo một môi trường làm việc trong sạch văn minh và nghiêm túc. Với các máy tính nối mạng giúp nhân viên công ty làm việc tốt hơn và cũng rất hữu ích cho việc tìm kiếm thông tin, trao đổi kiến thức. Đến nay có thể thấy, bước đến với văn phòng đại diện của công ty khách hàng sẽ đến một nơi nghiêm túc trong công việc và thư thái trong giờ nghỉ.

Về đội ngũ cán bộ công nhân viên, lúc đầu chưa có nhiều thành viên, ngoài những người chủ chốt trong bộ máy tổ chức của công ty làm nhiệm vụ thực hiện những công việc chính thì đa phần các phòng ban khác số nhân viên còn khá mỏng. Với một công ty vừa hành mới thành lập không dễ có ngay đội ngũ HDV chuyên nghiệp với số lượng đông đảo, số lượng lúc đầu chỉ giới hạn 5 HDV cứng trong nghề, không chỉ làm HDV họ còn kiêm nhiều công việc khác của người điều hành du lịch hay nhân viên thị trường. Cho đến nay sau gần 4 năm thành lập đội ngũ HDV của công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á đã tăng lên so với thời gian ban đầu, các thành viên làm việc có kinh nghiệm và được chuyên môn hóa cao hơn trong công việc.

Không những thế, điều chứng tỏ sự phát triển không ngừng của công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á còn được thể hiện rõ nhất đó chính là mạng lưới những cơ sở kinh doanh khác trong giấy phép kinh doanh đã đăng ký dần dần được hình thành, đưa vào hoạt động và cũng đạt được những kết quả nhất định. Không đơn thuần là một công ty du lịch, kinh doanh du lịch nội địa và quốc tế, Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á còn có hệ thống nhà hàng, khách sạn tại khu du lịch Cát Bà một điểm du lịch khá hấp dẫn của thành phố Hải Phòng. Trên con đường chính trung tâm của đảo Cát Bà dẫn ra bãi tắm Cát Cò thơ mộng, nhà hàng Xuyên Á nhỏ xinh với kiến trúc độc đáo của tre trúc Việt Nam cùng với món ăn đặc sản biển hấp dẫn từ lâu đã trở thành địa chỉ quen thuộc của nhiều du khách khi đến với Cát Bà. Cũng dọc

tuyến đường đò khách sạn Xuyên Á - Hoa Phong cũng là một trong những thành viên của công ty. Tuy chưa phải là một khách sạn lớn ở Cát Bà song lượng khách đến với khách sạn cũng không thua kém khách sạn khác. Trong khách sạn có cơ sở vật chất khá đầy đủ phòng nghỉ tiện nghi ( điều hòa, tivi, vệ sinh khép kín...), ngoài ra còn có phòng hội trường với sức chứa cho khoảng 200 khách, phòng Karaoke phục vụ 24/24. Với cơ sở như vậy, chắc chắn công ty Cổ phần Du lịch và thương mại Xuyên Á sẽ có những lợi thế hơn rất nhiều so với các công ty khác về điều kiện tổ chức cho khách ăn uống, lưu trú tại Cát Bà trong thời gian chính vụ du lịch Biển.

Không chỉ có vậy, tại trung tâm thành phố Hải Phòng, trên đường Nguyễn Đức Cảnh công ty còn có văn phòng nhỏ kinh doanh các thiết bị phục vụ ngành in, photocopy, hàng năm doanh thu đóng góp cho công ty không nhỏ. Và ngày 16 tháng 4 năm 2008 văn phòng đại lý vé máy bay máy bay, du lịch thanh niên, tư vấn du học, xuất khẩu lao động cũng được đã được chính thức đưa vào hoạt động tại số 55 đường Lạch Tray, Quận Ngô Quyền, Hải Phòng.

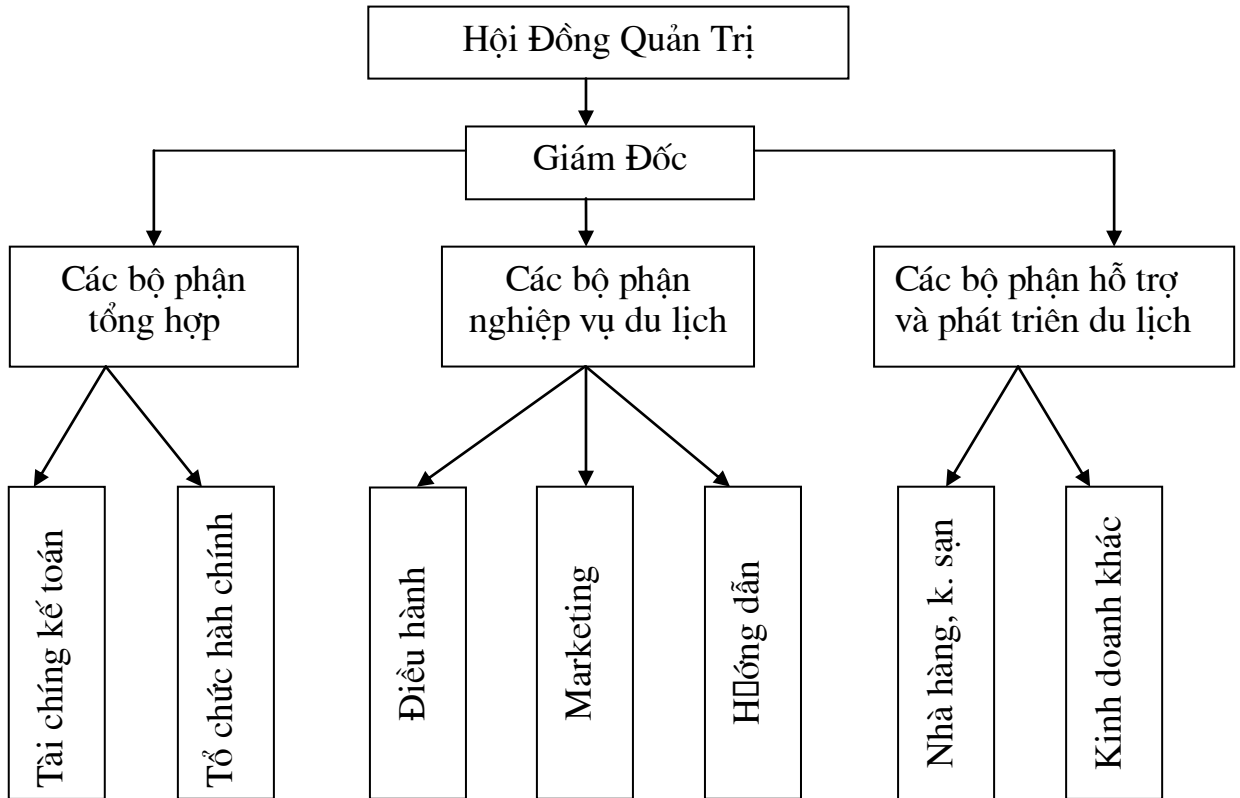
Như vậy có thể thấy, so với thời gian ban đầu mới đi vào hoạt động giờ đây công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á đang ngày càng khẳng định được vị thế của mình trên thị trường du lịch Hải Phòng.

Còn không ít khó khăn của công ty trong ngày đầu thành lập, song cho đến nay diện mạo của Xuyên Á đã khác hơn rất nhiều và chắc chắn rằng luôn theo chiều hướng đi lên của sự phát triển. Tất cả những khó khăn đã bị bỏ lại phía sau, những chướng ngại vật sắp tới sẽ bị san bằng với sự chung tay góp sức của tất cả các thành viên Xuyên Á hôm nay, vì một Xuyên Á vững mạnh, đoàn kết và phát triển.

### **2.1.2 Cơ cấu bộ máy tổ chức của công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.**

Công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á có cơ cấu tổ chức như sau:

**Hình 2.1** Sơ đồ bộ máy tổ chức công ty.



Danh sách các thành viên của công ty theo đó được phân chia như sau:

**Bảng 2.2: Danh sách các thành viên Công ty công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.**

<b>STT</b>	<b>Họ và Tên</b>	<b>Giới tính</b>	<b>Năm sinh</b>	<b>Chức vụ</b>
1.	Trần Tuấn Thanh	Nam	1965	Giám đốc
2.	Nguyễn Đức Hải	Nam	1956	Phó giám đốc
3.	Nguyễn Thọ Dương	Nam	1959	Giám đốc khách sạn
4.	Hoàng Thu Hương	Nữ	1978	Trưởng phòng vé
5.	Bùi Văn Khánh	Nam	1967	Trưởng cửa hàng in
6.	Trần Thị Hoài Hương	Nữ	1975	Kế toán trưởng
7.	Trần Kim Dung	Nữ	1983	Thư ký giám đốc
8.	Nguyễn Tuấn Anh	Nam	1979	Trưởng phòng hướng dẫn
9.	Nguyễn Mạnh Cường	Nam	1982	Trưởng phòng Marketing
10.	Nguyễn Thành Phương	Nam	1983	HĐV
11.	Nguyễn Phi Long	Nam	1984	HĐV
12.	Trần Huy Khánh	Nam	1984	HĐV
13.	Phạm Đức Minh	Nam	1983	HĐV
14.	Tô Duy Tông	Nam	1982	HĐV
15.	Trần Trọng Đại	Nam	1983	HĐV
16.	Nguyễn Hùng Cường	Nam	1985	HĐV
17.	Phạm Hải Dương	Nữ	1984	HĐV
18.	Nguyễn Ngọc Linh	Nữ	1984	HĐV
19.	Phạm Hải Hà	Nữ	1983	HĐV
20.	Nguyễn Châu Giang	Nữ	1982	HĐV
21.	Trần Văn Tú	Nam	1982	HĐV

*Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á, báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh giai đoạn 2006- 2007. Tài liệu lưu hành nội bộ 2007.*

Bảng thống kê trên cho chúng ta thấy đôi nét sơ lược về các thành viên trong công ty, dựa trên chức vụ đó công việc của từng thành viên được xác

định như sau (Tìm hiểu trong phạm vi liên quan trực tiếp đến người HDV).

#### *2.1.2.1 Giám đốc.*

*\* Công việc:*

Nghiêm túc chấp hành các phương châm, chính sách, pháp luật của nhà nước, vạch ra và tổ chức thực hiện phương châm, sách lược kinh doanh và hoạt động của doanh nghiệp, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội cho doanh nghiệp.

*\* Chức trách:*

- Vạch ra mục tiêu kinh doanh, phương châm phát triển của công ty, thống nhất quy hoạch, tổ chức kỹ lưỡng những hoạt động quản lý kinh doanh, doanh nghiệp lấy phục vụ khách du lịch làm trọng tâm, lấy chất lượng quốc tế làm tiêu chuẩn.

- Nắm bắt chuẩn xác thông tin kinh doanh cả trong và ngoài nước, định ra kế hoạch và sách lược kinh doanh, tìm nguồn khách, không ngừng khai thác thị trường kinh doanh cả trong và ngoài nước.

- Căn cứ vào yêu cầu về chuẩn mực về mục tiêu chất lượng kinh doanh, phục vụ để định ra các chế độ, quy tắc, điều lệ và cơ chế vận hành nội bộ nhằm xây dựng cho toàn thể cán bộ, công nhân viên ý thức phục vụ với chất lượng cao, nâng cao hiệu quả quản lý toàn bộ doanh nghiệp.

- Lập ra cơ chế tổ chức, kế hoạch tiền lương cho doanh nghiệp, bố trí cán bộ, công nhân viên một cách hợp lý. Phụ trách công tác tuyển dụng, kiểm tra, thăng giáng và thưởng phạt cán bộ quản lý, nhân viên.

- Thẩm duyệt kế hoạch bồi dưỡng và đào tạo, kiểm tra tình hình thực hiện công tác bồi dưỡng, đào tạo các bộ phận nhằm nâng cao tổ chức nghề nghiệp và trình độ đạo đức nghề nghiệp của cán bộ, công nhân viên.

- Vạch kế hoạch dự toán tài vụ, nắm vững việc hoạch toán giá thành kinh doanh của công ty, giảm lãng phí, tăng hiệu quả kinh tế.

- Đôn đốc kiểm tra chất lượng phục vụ và công tác bảo vệ an toàn, tích cực tạo môi trường thoải mái, an toàn cho khách.

- Giữ quan hệ rộng rãi trong xã hội, thực hiện tốt công tác phối hợp nội bộ của doanh nghiệp.

#### *2.1.2.2 Thư ký giám đốc.*

*\* Công việc:*

Làm công tác thư ký văn phòng giám đốc.

*\* Chức trách:*

- Phụ trách công việc in ấn, thu phát, trình duyệt và lưu trữ các công văn, giấy tờ của văn phòng giám đốc.

- Phụ trách xử lý thư tín, fax hàng ngày của giám đốc.

- Tiếp nhận điện thoại, ghi chép các công việc có liên quan và báo cáo nên giám đốc.

- Tiếp và bố trí khách mà giám đốc hẹn.

- Tổ chức sắp xếp công việc, hội nghị do giám đốc triệu tập, ghi biên bản hội nghị và sắp xếp chỉnh lý tài liệu hội nghị.

- Khởi thảo và lập báo cáo, bảng biểu và tổ chức in ấn phân phát theo yêu cầu của giám đốc.

- Thu thập các tài liệu nghiệp vụ cho giám đốc tham khảo.

- Lập ra hệ thống lưu trữ và văn thư cho thật tốt.

- Tích tích cực tham dự bồi dưỡng, đào tạo phát huy tính chủ động trong công việc, hoàn thành các công tác do giám đốc giao phó.

#### *2.1.2.3 Trưởng phòng Marketing*

*\* Công việc:*

Dưới sự chỉ đạo của giám đốc, trưởng phòng kinh doanh lữ hành quản lý các công việc nghiên cứu, xây dựng, phát triển sản phẩm lữ hành, tổ chức hoạt động thông tin quảng cáo, tổ chức bán, tư vấn sản phẩm đảm bảo sản phẩm và nguồn khách cho công ty lữ hành. Tổng hợp tình hình kinh doanh của doanh nghiệp, nắm vững sản phẩm thông tin thị trường nguồn khách.

*\* Chức trách:*

- Căn cứ vào mục tiêu kinh doanh ngắn hạn và dài hạn của doanh

nghiệp để vạch kế hoạch và triển khai các công việc nghiên cứu, khảo sát điểm du lịch, tiến hành nghiên cứu điểm du lịch, nghiên cứu hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, xây dựng tuyến điểm du lịch, các hành trình cơ bản.

- Phối hợp với phòng điều hành, tiến hành xây dựng các chương trình du lịch từ nội dung đến mức giá, phù hợp với yêu cầu của khách, chủ động trong việc đưa ra chương trình mới về sản phẩm của công ty lữ hành, thỏa thuận với nhà cung cấp về thời gian và mức giá, xác định giá bán.

- Xây dựng tập gấp quảng cáo, hoạt động Marketing, đào tạo nhân viên đạo lý và quản lý điểm đến.

- Tổ chức và nghiên cứu các hoạt động nghiên cứu thị trường du lịch trong nước và quốc tế, tiến hành các hoạt động tuyên truyền, quảng bá thu hút các nguồn khách du lịch đến với công ty.

- Ký kết hợp đồng với các hãng, các công ty du lịch nước ngoài, các tổ chức cá nhân trong và ngoài nước để khai thác các nguồn khách quốc tế vào Việt Nam, khách nước ngoài tại Việt Nam và khách du lịch Việt Nam đi nước ngoài.

- Duy trì các mối quan hệ của công ty với các nguồn khách, đề xuất và xây dựng phương án mở các chi nhánh đại diện của công ty ở các tỉnh thành phố khác.

- Đảm bảo hoạt động thông tin giữa các công ty lữ hành với các nguồn khách. Thông báo cho các bộ phận có liên quan trong công ty 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 dịch vụ đoàn khách.

- Có trách nhiệm thực hiện việc nghiên cứu và phát triển, xây dựng các chiến lược, sách lược hoạt động tới thị trường của công ty. Phát triển hệ thống phân phối.

- Thường xuyên lắng nghe ý kiến và nhu cầu của khách đối với chất lượng chương trình du lịch, chất lượng phục vụ đồng thời phản ánh cho các

bộ phận có liên quan.

- Phối hợp quan hệ tốt với các đơn vị bộ phận có liên quan.
- Bồi dưỡng, quản lý và chỉ đạo đội ngũ nhân viên.
- Lập các bảng biểu, báo cáo công tác hàng tháng và kế hoạch tháng sau.
- Thực hiện tốt mục tiêu và chỉ tiêu bán hàng tháng, kiểm tra đôn đốc công việc của nhân viên và đánh giá tình hình của họ.
- Quan tâm tình hình tư tưởng và kiểm tra tình hình chấp hành quy chế, điều lệ của nhân viên.
- Lập kế hoạch phát triển sản phẩm và thị trường của doanh nghiệp.
- Luôn phát huy chủ động sáng tạo, hoàn thành các công việc do cấp trên giao phó.

#### *2.1.2.4 Trưởng phòng điều hành hướng dẫn.*

*\* Công việc:*

Điều hành thực hiện chương trình du lịch, tổ chức triển khai các công việc từ khâu chuẩn bị, bố trí, điều phối theo dõi, kiểm tra...điều hành tổ chức thực hiện chương trình du lịch.

*\* Chức trách:*

- Chịu trách nhiệm toàn diện về công việc của bộ phận điều hành - hướng dẫn, tham gia hoạch định và thực hiện kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp.
- Vạch kế hoạch công tác, trình tự thao tác, tiêu chuẩn phục vụ của bộ phận điều hành, kiểm tra và đôn đốc nhân viên thực hiện.
- Kiểm tra và giám sát chất lượng phục vụ của nhân viên.
- Phối hợp với các bộ phận khác để duy trì sự hoạt động của doanh nghiệp.
- Nghiên cứu chi tiết các khía cạnh của điểm đến cũng như khả năng giải quyết những vấn đề phát sinh. Trên cơ sở thông báo khách của bộ phận Marketing, bộ phận điều hành xây dựng chương trình du lịch chi tiết với đầy



đủ các nội dung hoạt động cũng như các điểm tiến hành.( không gian du lịch)

- Quản lý các công việc liên quan đến việc thực hiện các chương trình du lịch như: đặt phòng khách sạn, visa, vận chuyển, vv...

- Quản lý các công việc liên quan đến việc lựa chọn và ký kết hợp đồng với các nhà cung cấp dịch vụ đảm bảo các yêu cầu về thời gian và uy tín chất lượng.

-Thiết lập và duy trì các mối quan hệ mật thiết với các cơ quan hữu quan (ngoại giao, nội vụ, hải quan )

- Theo dõi quá trình thực hiện các chương trình du lịch. Phối hợp với các bộ phận tài chính - kế toán thực hiện các hoạt động thanh toán với các công ty gửi khách và nhà cung cấp dịch vụ.

- Điều động và giao nhiệm vụ cho HDV theo đúng yêu cầu của chương trình. Chỉ đạo xử lý các trường hợp bất thường xảy ra trong quá trình thực hiện chương trình du lịch.

- Chỉ đạo tổng hợp thông tin đầy đủ, chính xác về số lượng, chất lượng giá cả và các thông tin khác về các loại dịch vụ nêu trên để đề xuất với giám đốc có kế hoạch, biện pháp lựa chọn các dịch vụ tốt nhất với giá cả hợp lý.

- Quản lý thực hiện việc đảm bảo các dịch vụ theo đúng chương trình du lịch đã bán và các dịch vụ thay đổi hoặc bổ sung ( nếu có)

- Tổng kết quá trình thực hiện chương trình du lịch.

- Lập kế hoạch và xử lý các vấn đề phát sinh. Chỉ đạo, điều hành xử lý các vấn đề phát sinh đảm bảo lợi ích cho khách hàng, cho doanh nghiệp.

- Vạch kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo nhân viên do bộ phận mình phụ trách, kiểm tra tình hình thực hiện để nâng cao trình độ nghiệp vụ và tổ chức của nhân viên.

- Phối hợp quan hệ tốt với các đơn vị bộ phận có liên quan.

- Lập các báo biểu, báo cáo công tác hàng tháng và kế hoạch tháng sau.

- Kiểm tra đôn đốc công việc của nhân viên và đánh giá tình hình công việc của họ.

- Quan tâm tình hình tư tưởng và kiểm tra tình hình chấp hành quy chế, điều lệ của nhân viên.

- Luôn phát huy tính chủ động trong công tác. Tham dự hội họp trường các bộ phận, định kỳ báo cáo tình hình công việc lên giám đốc điều hành các công việc khác mà cấp trên giao phó.

#### *2.1.2.5 Nhân viên thông tin quảng cáo, bán và tư vấn sản phẩm.*

##### *\* Công việc:*

Thực hiện nghiên cứu, xây dựng, lựa chọn phương tiện thông tin quảng cáo hỗ trợ tư vấn và bán sản phẩm.

##### *\* Chức trách:*

- Nghiên cứu, lựa chọn, sắp xếp các thông tin về sản phẩm, tài nguyên du lịch, các nhà cung cấp dịch vụ lữ hành, các thông tin có liên quan đến việc mua bán sản phẩm lữ hành.

- Xây dựng và thiết kế, tổ chức công tác in các ấn phẩm, sản phẩm quảng cáo theo kế hoạch đảm bảo chất lượng, số lượng và chi phí quản lý.

- Cập nhật và tổng hợp chính xác, kịp thời các thông tin trong nước và quốc tế liên quan đến kinh doanh như chương trình du lịch, nhà cung cấp dịch vụ lữ hành.

- Xây dựng và biên soạn nội dung trang web của công ty, quản lý và thường xuyên cập nhật hoàn thiện trang web.

- Quản lý phối hợp sử dụng các ấn phẩm quảng cáo theo quy định đảm bảo tiết kiệm chi phí.

- Nắm vững, đầy đủ, chính xác thông tin liên quan đến sản phẩm lữ hành.

- Rèn luyện và thực hiện giao tiếp tốt, nhận dạng và phân loại nguồn khách, thiết lập và duy trì mối quan hệ với khách.

- Rèn luyện và thực hiện việc nhận biết nhu cầu và mong muốn của khách thực hiện tốt việc giới thiệu sản phẩm.

- Xây dựng kế hoạch và xử lý những từ chối của khách hàng. Xây dựng kế hoạch và thực hiện theo dõi sau bán hàng.

- Lập báo cáo thống kê về khách.
- Định kỳ thăm hỏi khách, tìm hiểu yêu cầu và kế hoạch của khách.
- Căn cứ vào sách lược và mục tiêu kinh doanh của công ty để khai thác thêm nguồn khách mới.
- Kịp thời nắm bắt các thông tin về lượng khách liên hệ chặt chẽ với các bộ phận có liên quan.
- Tích cực tham gia các lớp đào tạo, phát huy tính chủ động trong công việc, hoàn thành các công việc khác do cấp trên giao phó.

#### *2.1.2.6 Hướng dẫn viên du lịch.*

*\* Công việc :*

Thông tin hướng dẫn, thực hiện chương trình du lịch.

*\* Chức trách:*

- Thực hiện đón và tiễn khách.
- Tổ chức lưu trú và ăn uống cho khách.
- Tổ chức hoạt động thăm quan, vui chơi giải trí.
- Thông tin về chương trình du lịch, các dịch vụ du lịch, giá cả, thủ tục và các vấn đề khác mà khách quan tâm.
- Thông tin về tuyến điểm thăm quan qua bài thuyết minh.
- Thông tin về tình hình kinh tế, xã hội, chính trị, pháp luật, phong tục tập quán tại đất nước hay địa phương đoàn tới.
- Thông tin về các dịch vụ khác của công ty với mục đích quảng cáo.
- Nhận những phản hồi từ phía khách thông qua bản thăm dò ý kiến khách.
- Xử lý các tình huống phát sinh và thực hiện các công việc khác.
- Kiểm tra chất lượng hàng hoá, dịch vụ của các nhà cung ứng dịch vụ.
- Kiểm tra, xác nhận thanh toán bao gồm việc thanh toán lưu trú, ăn uống, thăm quan và một số dịch vụ nằm trong chương trình.
- Tuyên truyền và quảng cáo cho doanh nghiệp.
- Trung gian môi giới giữa khách với các cơ sở kinh doanh du lịch.

Khích lệ và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho khách mua thêm các dịch vụ tại chỗ.

- Thực hiện nghiêm chỉnh quy trình hướng dẫn đoàn khách, đặc biệt trong việc thực hiện chương trình du lịch, chế độ báo cáo, thanh quyết toán đoàn, có ý thức tiết kiệm.

- Giữ gìn tốt mối quan hệ đoàn kết với các đơn vị, bạn hàng hữu quan... vì lợi ích và uy tín của công ty phối hợp tốt với các bộ phận có liên quan và các nhà cung cấp dịch vụ lữ hành.

- Không ngừng học tập nâng cao kiến thức, chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, các công việc khác do cấp trên giao phó như: Thực hiện hoạt động theo yêu cầu dịch vụ tư vấn, cung cấp nguồn lao động hướng dẫn.

## **2.2 Hiện trạng đội ngũ HDV tại công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.**

### **2.2.1 Đôi nét về đội ngũ HDV của công ty.**

Trong bất kỳ một công ty lữ hành nào thì đội ngũ HDV cũng là một bộ phận hết sức quan trọng. Công ty cổ phần Du lịch và thương mại Xuyên Á cũng có một đội ngũ HDV đã và đang góp phần quan trọng trong sự phát triển vững mạnh từng ngày của công ty. Dưới đây là bảng thông tin về HDV của công ty Cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.

**\* Bảng 2.3: Cơ cấu HDV của công ty.**

<b>STT</b>	<b>Họ và Tên</b>	<b>Giới tính</b>	<b>Năm sinh</b>	<b>Trình độ Văn hoá</b>	<b>Trình độ Ngoại ngữ</b>
1.	Nguyễn Tuấn Anh	Nam	1979	Đại học	
2.	Nguyễn Mạnh Cường	Nam	1982	Đại học	
3.	Nguyễn Thành Phương	Nam	1983	Đại học	
4.	Nguyễn Phi Long	Nam	1984	Đại học	
5.	Trần Huy Khánh	Nam	1984	Đại học	Trung B
6.	Phạm Đức Minh	Nam	1983	Đại học	
7.	Tô Duy Tòng	Nam	1982	Đại học	

**Thực trạng và giải pháp tăng cường năng lực của đội ngũ hướng dẫn viên Du lịch  
tại công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á**

8.	Trần Trọng Đại	Nam	1983	Đại học	Anh B
9.	Nguyễn Huy Cường	Nam	1985		
10.	Phạm Hải Dương	Nữ	1984	Cao Đẳng	
11.	Nguyễn Ngọc Linh	Nữ	1984	Đại học	Anh B
12.	Phạm Hải Hà	Nữ	1983	Đại học	
13.	Nguyễn Châu Giang	Nữ	1982	Cao đẳng	
14.	Trần Văn Tú	Nam	1982	Đại học	

*Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á, báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh giai đoạn 2006- 2007. Tài liệu lưu hành nội bộ 2007.*

**\* Đánh giá chung :**

• Về cơ cấu độ tuổi :

Do thời gian cường độ, tính chất của công việc khá căng thẳng và nặng nề đòi hỏi người HDV phải có lòng yêu nghề sâu sắc để không bị nản trí khi gặp khó khăn, thách thức, phải có sức khoẻ dẻo dai để hoàn thành công việc... Nên đa phần chúng ta có thể thấy đội ngũ HDV là những con người trẻ tuổi nhiệt tình. Không chỉ ở các công ty lữ hành khác, ngay cả ở công ty Cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á chúng ta cũng bắt gặp một đội ngũ trẻ như thế:

- Tuổi trung bình của đội ngũ HDV công ty là 26 tuổi.

- Tuổi từ 23 đến 26 là 11 thành viên / 14 thành viên chiếm 79% HDV công ty. Điều đó khẳng định rằng đội ngũ HDV công ty là những con người trẻ tuổi, mang trong mình sự nhanh nhẹn, sáng tạo trong công việc, nhiệt tình, năng nổ trong mọi hoạt động.

- Tuổi từ 26 trở nên có 3 thành viên / 14 thành viên. Chiếm 21%, đây là những người “nhiều tuổi” hơn đôi chút cả về tuổi đời và tuổi nghề. Họ là những người có kinh nghiệm làm việc lâu năm trong nghề du lịch nên có khả năng trở thành người lãnh đạo, dìu dắt những thế hệ non trẻ kế tiếp sau.

- So với độ tuổi của toàn công ty đây có lẽ là bộ phận có độ tuổi trung bình thấp nhất. Đây không hoàn toàn là điểm yếu mà còn là thế mạnh vì chính bộ

phận này mang lại cho công ty một bộ mặt trẻ chung năng động.

Đối với giới trẻ đôi khi họ bị coi rằng còn:

+ Non nớt, thiếu kinh nghiệm trong công việc nên trong những tình huống bất chắc dễ bị động.

+ Nóng vội, chủ quan, không lường trước được sự việc.

+ Việc làm dựa trên sách vở, lý thuyết và sáo rỗng.

Những điều trên đây chỉ đúng một nửa, vì đôi khi còn phụ thuộc vào chính mỗi con người. Cũng đơn giản như việc trên thế giới công nhận những thần đồng. Họ là những thiên tài không đợi tuổi... Trong nghề HDV du lịch đòi hỏi người trẻ tuổi vì:

+ Việc được đào tạo trong những trường đại học, cao đẳng về du lịch với những kiến thức còn nóng hổi, muốn bằng đôi cánh, đôi chân của mình tự bước vào thực tế. là những người được đào tạo khá cơ bản và họ cũng có một lòng yêu nghề sâu sắc.

+ Trong những người trẻ tuổi, những ước mơ, những khát vọng về công việc là cháy bỏng và họ muốn thực hiện nó.

+ Trẻ tuổi là nhanh nhẹn, là năng động, là hoạt bát, là vui vẻ, là nhiệt tình... là tràn đầy một sức sống. Đi du lịch là đi nghỉ ngơi và thư giãn, nếu được làm bạn với một người trẻ tuổi chắc chắn du khách sẽ cảm thấy dường như mình được trẻ lại, vì hoà theo nhịp sống của họ mang đến cho bạn mỗi ngày.

Đối với một HDV trẻ, kinh nghiệm thì phải học hỏi để có, nhưng chẳng ai nói có thể biết được mọi điều xảy ra. Quan trọng là lối sống trẻ trung, nhiệt tình mà họ đã cuốn hút bạn.

Như đã phân tích một số điều trên, có thể thấy cơ cấu độ tuổi của HDV công ty cũng là một trong số những thuận lợi mà công ty có được và phải phát huy hơn nữa những tiềm năng của mình và không ngừng học hỏi.

- Về trình độ học vấn và trình độ ngoại ngữ.

Ngày nay trình độ học vấn ngày càng quan trọng. Trong bất kỳ ngành

nghề nào cũng đòi hỏi phải có sự hiểu biết về nghề đó trước khi nói đến kinh nghiệm. Để làm việc trong công ty lữ hành, phòng hướng dẫn du lịch đòi hỏi ít nhất phải qua một trường Trung cấp, Cao đẳng hay Đại học về lĩnh vực du lịch.

Trong phòng du lịch có:

- 10 thành viên tốt nghiệp khoa Văn Hoá Du Lịch, trường Đại học Dân Lập Hải Phòng.

- 1 thành viên tốt nghiệp khoa Du Lịch, trường Đại học Khoa Học Xã Hội và Nhân Văn.

- 2 thành viên tốt nghiệp Cao Đẳng Du Lịch Hà Nội.

- 1 thành viên tốt nghiệp Trung cấp Du Lịch Hải Phòng.

Đây hầu hết là những trường đào tạo về ngành du lịch có đông sinh viên theo học, có uy tín trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong cả nước. Tại các trường Trung cấp, Cao đẳng và Đại học này, ngoài những môn cơ bản để có kiến thức nền tảng vững vàng họ còn được học và tìm hiểu sâu vào chuyên ngành của mình, cụ thể ở đây là ngành du lịch với hướng đào tạo chính trở thành HDV du lịch. Chính thời gian học tập trên giảng đường giúp những HDV tương lai hình dung ra được công việc cụ thể của mình. Khi ra trường, áp dụng những kiến thức đã học vào thực tế và đôi khi là những bài học chỉ “trường đời” mới dạy cho họ.

Mặc dù là công ty lữ hành kinh doanh cả lữ hành nội địa và lữ hành quốc tế, song quy mô công ty ở tầm vừa phải, chủ yếu lượng khách của công ty là khách du lịch nội địa, khách outbound nên lượng HDV thành thạo ngoại ngữ là không nhiều. Một số thành viên có chứng chỉ công nhận trình độ ngoại ngữ (tiếng Anh hoặc tiếng Trung) ở trình độ A hoặc B, đa phần trong trường Đại học các HDV này cũng đã được học thêm ngoại ngữ tương đương trình độ B. Nhưng cũng do điều kiện thực tế công ty có lượng khách du lịch nội địa nhiều hơn, ít có thời gian làm việc cũng như tiếp xúc với khách nước ngoài nên khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ của HDV cũng mai một. Trong công

ty những Tour quốc tế nhiều nhất là sang Trung Quốc nên công ty có hai nhân viên thành thạo ngoại ngữ này, có thể coi họ là những HDV chuyên hướng dẫn Tour Trung Quốc.

Tỷ lệ về HDV sử dụng thành thạo ngoại ngữ của công ty như vậy là còn thấp. Tự bản thân mỗi HDV cần phải tự nâng cao trình độ ngoại ngữ của mình khi có thời gian rỗi, cố gắng tạo cho mình điều kiện để học tập và giao tiếp thêm. Bên cạnh đó, công ty cũng nên có những hướng đào tạo nhằm nâng cao chất lượng sử dụng ngoại ngữ của HDV.

- Số năm trong nghề, kinh nghiệm của đội ngũ HDV công ty.

Trong phòng hướng dẫn, trưởng phòng điều hành hướng dẫn là người có thâm niên trong nghề hướng dẫn lâu nhất, đã có gần 10 năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Những thành viên còn lại, ít nhất có 3 năm làm việc trở nên. Điều này chứng tỏ rằng những HDV này cũng đã theo đuổi, gắn bó với nghề và đến thời điểm hiện tại họ cũng có một chút kinh nghiệm cho riêng mình.

Số năm trong nghề không hẳn là tiêu chí để đánh giá kinh nghiệm của từng người. Vì đôi khi mối quan hệ này không phải lúc nào cũng tỷ lệ thuận. Nhưng qua nhận xét trên có thể cho chúng ta thấy một cách tóm tắt nhất về phương diện này.

- Hiệu suất làm việc.

- Mùa cao điểm: Vào thời gian cao điểm (kể đến là mùa du lịch lễ hội đầu năm và mùa hè là du lịch biển) lúc này lượng khách của công ty khá đông, số Tour nhiều nhất tập trung vào những ngày cuối tuần hoặc những ngày lễ, kỳ nghỉ dài ngày. Lúc này cũng là mùa bận rộn nhất của người HDV họ phải làm việc hết công suất, các Tour nối tiếp nhau liên tiếp, thời gian không có định có thể một, hai, ba ngày có khi là một tuần hay nửa tháng. Tính trung bình với 14 HDV tất cả, khoảng 2 Tour/ tuần, thời gian trung bình là 2 ngày/ Tour. Không tính những trường hợp ngoại lệ như những HDV chuyên tuyến Xuyên Việt thường 1,5 Tour/ tháng, cũng tùy vào số hợp đồng đã ký



với khách.

- Mùa thấp điểm: Tỷ lệ trên bị giảm đi đáng kể, có khi trung bình chỉ 1 đến 2 Tour/ tháng/ HDV. Lúc này họ có thời gian rỗi để trao đổi thêm kiến thức, cũng như nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của mình.

### **2.2.2 Hiện trạng chất lượng phục vụ khách của HDV tại Công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.**

#### **2.2.2.1 Khả năng đáp ứng về mặt số lượng HDV so với nhu cầu của khách.**

Số lượng HDV hiện tại của Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á bao gồm 14 HDV, số lượng HDV này sẽ thay đổi. Tuy nhiên cũng tùy theo thời điểm:

- Vào ngày cuối tuần ( thứ 7 và chủ nhật): Đa phần số Tour công ty bán được cho khách rơi vào khoảng thời gian này, vì lúc này khách hàng có thời gian rỗi sau 1 tuần làm việc mệt mỏi, cuối tuần là lúc họ nghĩ đến việc đi du lịch và nghỉ ngơi để bù lại thời gian đã làm việc và tái tạo sức lao động cho một tuần làm việc mới.

- Nếu vào mùa thấp điểm, không phải mùa du lịch (du lịch lễ hội hay du lịch biển) thì số lượng Tour bán được ít, chỉ khoảng 1 đến 2 Tour/ tuần, thậm chí tính theo tháng, đây là tình trạng chung của các công ty lữ hành. Lúc này số lượng HDV của Công ty thừa so với nhu cầu của khách, hay đây là tình trạng cung lớn hơn cầu, công việc sẽ được phân công thứ tự và lần lượt cho các HDV.

- Vào mùa cao điểm, chính vụ du lịch số lượng Tour bán được nhiều, trung bình khoảng 9 – 10 Tour/ tuần. Đây là lúc HDV của công ty hoạt động hết công suất, tất cả các HDV của công ty đều được phân nhiệm vụ. Nếu công ty bán được Tour cho đoàn khách lớn, từ 100 đến 200 khách trở lên thì số lượng HDV hiện có của công ty không đủ để phục vụ khách, lúc này cung lại nhỏ hơn cầu. Giải pháp được đưa ra là sử dụng các HDV ngoài công ty được phỏng vấn, kiểm tra trình độ trước khi bàn giao công việc.

- Vào các ngày còn lại trong tuần: Số lượng Tour bán được ít hơn so

với ngày cuối tuần rất nhiều, vì lượng khách tập trung đi vào các ngày cuối tuần là chủ yếu, khách đi Tour vào giữa tuần có thể do một số lí do như: Giá Tour rẻ hơn so với cuối tuần, khoảng thời gian rỗi của họ ...vv. Số Tour bán được chỉ 1 đến 2 Tour / tuần nên số lượng HDV của công ty chỉ được huy động một phần nhỏ, còn lại tập trung cho công việc cuối tuần.

- Vào các ngày nghỉ, lễ, tết đặc biệt ( ví dụ như 30/4 – 1/5; 2/9; Tết Nguyên Đán...) số lượng Tour công ty bán được cho khách vào những ngày này thường nhiều hơn bình thường, độ dài Tour cũng dài hơn ( khách tận dụng cả thời gian được nghỉ bù), số lượng khách cũng đông hơn. Lượng HDV cơ bản của công ty đều được sử dụng, thậm chí có cả những cộng tác viên và HDV ngoài công ty nên không đủ so với nhu cầu đáp ứng của khách.

**Đánh giá:**

- Với số Tour công ty bán được cho khách thì số lượng HDV của công ty nhìn chung đáp ứng được nhu cầu công việc, số HDV tương đối đủ phục vụ cho số Tour đã bán ra.

Như vậy sẽ đảm bảo cho việc phục vụ khách, đảm bảo chất lượng phục vụ mà mỗi HDV dành cho mỗi đoàn khách. Đôi khi công việc càng nhiều càng tốt, vì số Tour đi tương ứng với số tiền lương của mỗi HDV sẽ càng cao. Song trong công việc của người HDV mang tính phục vụ cao cả về thời gian lẫn khối lượng công việc đều lớn nên công việc qua nhiều HDV sẽ quay vòng Tour liên tục, dẫn đến họ không có thời gian nghỉ ngơi lấy lại sức khỏe cũng như trao đổi thêm kiến thức mới, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách cũng là điều dễ hiểu.

Thực tế HDV của công ty nếu vào mùa cao điểm thường quay vòng Tour có khi đi liên tục cả tuần nhưng lại có khi nhàn rỗi. Vì vậy, tự bản thân mỗi HDV phải bố trí thời gian nghỉ ngơi và phục hồi sức khỏe cho hợp lý.

- Nếu trong những ngày lễ hay mùa cao điểm du lịch, số lượng HDV của công ty không đủ đáp ứng, số cộng tác viên, HDV ngoài công ty được huy động sử dụng điều này không đảm bảo cho chất lượng phục vụ khách.

Thứ nhất : Nếu khách biết không phải HDV của công ty họ sẽ không thực sự tin tưởng, cho rằng công ty làm việc không chuyên nghiệp, hay thậm chí họ có cảm giác lừa dối nên luôn cảnh giác với sự phục vụ của HDV thì chất lượng, khả năng đáp ứng yêu cầu của HDV khó mà đạt theo mong muốn của khách.

Thứ hai : Khả năng làm việc có trách nhiệm đối với công việc tùy thuộc vào mỗi HDV không kể trong hay ngoài công ty, nhưng có điều chắc chắn những HDV này sẽ không thực sự tận tình với công việc, tinh thần trách nhiệm của họ cũng không cao so với HDV của công ty. Vì những HDV này chỉ làm hợp đồng với công ty một Tour, sau khi được trả công tác phí họ không còn liên quan đến công ty nữa, không lo khách hàng sẽ phản hồi lại những thông tin như thế nào với công ty vì dù sao họ cũng không bị kiểm điểm, phê bình khi làm sai, không ảnh hưởng đến họ nhiều như đối với HDV của công ty. Đặc biệt trình độ chuyên môn nghiệp vụ của họ ra sao, phục vụ khách như thế nào, công ty cũng không kiểm soát hết được.

Chính vì vậy việc sử dụng cộng tác viên, HDV ngoài chỉ là giải pháp được sử dụng khi tình huống cấp bách, không nên sử dụng thường xuyên vì sẽ ảnh hưởng đến uy tín của công ty nếu những HDV này phục vụ khách không tốt. Về phía công ty nên đào tạo và tuyển dụng một đội ngũ HDV đông đảo, giỏi nghề, yêu nghề gắn bó lâu dài với công ty.

- Theo tiêu chuẩn quốc tế, để đảm bảo chất lượng phục vụ khách, với loại hình du lịch phổ thông thì 1 HDV có thể phục vụ tối đa 20 khách quốc tế và 35 khách nội địa, với loại hình du lịch cao cấp 1 HDV phục vụ cho 15 khách quốc tế và 20 khách Việt Nam, cách tính này được áp dụng cho HDV của công ty, cán bộ điều hành khi sắp xếp phân công công việc cho từng HDV phải chú ý thực hiện theo đúng chỉ tiêu này, đảm bảo HDV hoàn thành tốt nhất công việc của mình.

2.2.2.2 Khả năng đáp ứng về mặt chất lượng của đội ngũ HDV Công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.

Thái độ phục vụ khách.

Đây là một trong những vấn đề quan trọng, quyết định đến chất lượng công việc mà HDV thực hiện. Trong việc phục vụ khách, HDV của công ty đã bộc lộ những ưu và nhược điểm ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách và sự thành công của chuyến du lịch:

Ưu điểm :

- Đội ngũ HDV của công ty là những con người trẻ tuổi nên có tác phong làm việc nhanh nhẹn và linh hoạt. Với những đức tính này giúp HDV có được niềm tin và sự mến yêu của khách.

- Cách làm việc chín chắn và kế hoạch. Thể hiện trong việc đưa ra các quyết định, biên pháp để giải quyết các tình huống chắc chắn và thận trọng; trong việc hình dung ra trình tự công việc từ đón khách, kiểm tra các dịch vụ đặt trước, trả lời các câu hỏi của khách...

- Là những HDV có phong thái lịch sự, cử chỉ nhã nhặn, tính tình chân thành và tế nhị.

- Luôn lạc quan, yêu đời, hóm hỉnh: Trong quá trình thực hiện Tour, dù gặp bất kỳ tình huống nào xảy ra HDV cũng là người chủ động, lạc quan tin tưởng mọi chuyện sẽ được giải quyết tốt đẹp. Làm được như vậy mới tạo ra sự tin tưởng trong tâm lý khách hàng, không làm khách lo lắng về tình trạng mà mình đang gặp phải, luôn tỏ sự lạc quan, tin tưởng nơi khách. HDV là người hài hước, hóm hỉnh, góp những câu chuyện vui, câu đố giải trí giúp khách quên đi mệt mỏi hào hứng hơn để tiếp tục hành trình.

Nhược điểm :

Trong cuộc sống không phải tất cả mọi chuyện đều hoàn hảo, con người cũng vậy, huống chi những con người ấy lại làm công việc phục vụ người khác, thật khó để hoàn thiện tất cả các mặt, để phục vụ tốt theo ý muốn của tất cả mọi người. Trong quan hệ phục vụ khách của HDV tồn tại nhiều

yếu tố khác nhau, song chủ yếu là HDV và khách. Nếu khách không tin tưởng vào khả năng làm việc, trình độ của HDV có thái độ soi mói, xét nét trong công việc, cử chỉ, hành động để chê bai HDV thì dù có cố gắng mấy HDV cũng sẽ mắc nỗi do lúng túng, tâm lý, mất tự tin dù chỉ mắc một nỗi nhỏ.

Không thực hiện bằng lòng yêu nghề, nên trong cách phục vụ khách một số HDV cũng bị ảnh hưởng ít nhiều vì công việc, vì nhiệm vụ, công việc chứ không thực sự tâm huyết, không chịu sự quan tâm đến lợi ích chính đáng của khách, miễn xong công việc là hết nhiệm vụ, có khi gợi ý khách về điểm du lịch sắp tới không hay, không tốt, an ninh không đảm bảo... để khách không đi theo chương trình đã định, để HDV có thời gian nghỉ ngơi. Hay một số HDV vì lợi ích của cá nhân nên có hành động móc ngoặc với các cơ sở dịch vụ như: nhà hàng, khách sạn, cửa hàng lưu niệm...

Ví dụ:

- Đến khách sạn: cố ý ghép khách ở chung phòng, kê thêm giường,... để lấy tiền phòng trống.

- Khi đưa khách vào nhà hàng: giảm bớt tiền ăn của khách hoặc lấy tiền chênh lệch đồ uống cho khách, cố tình gợi ý đưa khách vào cửa hàng lưu niệm để lấy phần trăm hoa hồng...

Chuyên môn nghiệp vụ.

Mang tính chất quyết định đến khả năng phục vụ khách và ảnh hưởng to lớn đến chất lượng phục vụ khách có tốt hay không.

- Đội ngũ HDV của công ty đều là những người đã tốt nghiệp tại các trường có uy tín trong lĩnh vực đào tạo HDV. Trong chương trình đào tạo tại các trường này, mỗi HDV từng bước được làm quen với nghề hướng dẫn qua các môn học cơ bản, sau đó dần dần bước vào các môn chuyên ngành, lại có thời gian thực tập cho chuyên ngành du lịch nên khi tốt nghiệp ra trường những HDV này vừa nắm được những kiến thức cơ bản lại có kinh nghiệm ít nhiều khi đã qua thực tế. Khi bước vào làm việc tại công ty tùy theo thời gian công tác mỗi HDV càng có thời gian củng cố, bổ sung thêm cho nghiệp vụ, chuyên

môn của mình.

- Đối với mỗi HDV đã làm việc lâu năm, về kiến thức đã vững vàng, chuyên môn nghiệp vụ lại đúc kết được nhiều kinh nghiệm quý báu nên họ thường phục vụ khách tốt hơn, khách yên tâm khi được họ phục vụ và hài lòng về chất lượng Tour du lịch. Tuy nhiên số lượng HDV nòng cốt này còn hạn chế, chỉ 5 đến 6 HDV.

Số HDV còn lại thời gian vào nghề chưa lâu, từ 1 đến 2 năm, để đánh giá trình độ chuyên môn nghiệp vụ của những HDV này dừng lại ở mức đủ để phục vụ khách, không kể những nhu cầu đòi hỏi quá cao cấp.

- Những đánh giá, nhận xét của khách về chất lượng phục vụ của HDV một số ít được khách phản hồi lại với công ty.

#### Khả năng giao tiếp và trình độ ngoại ngữ:

- Về kỹ năng giao tiếp: đa phần các HDV trong công ty có kỹ năng giao tiếp tương đối tốt. Việc sử dụng ngôn ngữ, phát âm, phong cách giao tiếp với khách đều được HDV coi trọng và rèn luyện. Vì đây được coi là nghệ thuật để chiếm được tình cảm của khách.

Tuy nhiên cũng có một số ít HDV phát âm chưa được chuẩn, nhưng với khả năng "vụng chèo khéo chống" của mình, những HDV này đã khéo léo biến nó thành đặc điểm để phân biệt mình với các HDV khác.

- Về trình độ ngoại ngữ của các HDV trong công ty ở tình trạng kém. Mặc dù công ty cũng có các Tour quốc tế, chủ yếu là Trung Quốc nhưng là khách Việt Nam sang Trung Quốc nên khi sang nước bạn đã có HDV Trung Quốc. Nhiều HDV của công ty chưa chú trọng bồi dưỡng vốn ngoại ngữ của mình, ỷ lại công việc cho HDV nước bạn, nên đôi khi cả HDV và khách đều bị động khi đi du lịch. Số lượng khách quốc tế của công ty lại không có nhiều nên không chú trọng học ngoại ngữ, chỉ dừng lại ở mức độ cơ bản.

#### Tình trạng sức khỏe:

- Vì là người phục vụ khách nên HDV phải có sức khỏe tốt. HDV công ty được rèn luyện nhiều nên trước hết không bị say tàu xe, vì còn đảm bảo

việc phục vụ khách, là chỗ dựa tinh thần cho khách đảm bảo việc thực hiện công việc của mình.

- Có sức khỏe dẻo dai, bền bỉ để thực hiện và hướng dẫn khách để hoàn tất chương trình du lịch.

- Các HDV cũng không sử dụng các chất kích thích như : Rượu, bia, thuốc lá... khi đang làm việc vì nếu không sẽ ảnh hưởng đến cách nhìn nhận đánh giá của khách.

***2.2.2.3 Sự hiểu biết về chất lượng chương trình bán cho khách và cơ sở vật chất kỹ thuật thạ tầng phục vụ khách.***

- Các HDV có sự tìm hiểu, nghiên cứu vì chương trình du lịch đã ký hợp đồng với khách. Tuân thủ và tôn trọng chương trình đã được định trước.

- Mỗi HDV đều có sự chuẩn bị chu đáo cho việc thực hiện chương trình du lịch đó sao cho chương trình diễn ra đúng kế hoạch và thời gian dự kiến.

- Có sự thông tin cần thiết về khách sạn, cơ sở ăn uống mà đoàn khách sử dụng dịch vụ trong quá trình di du lịch như: Số điện thoại người liên hệ, cơ cấu buồng phòng, chất lượng buồng phòng, giá cả, dịch vụ bổ xung, số lượng bữa ăn, số suất ăn, mức ăn, thực đơn... để cung cấp cho khách.

- Tuy nhiên còn tồn tại một số vấn đề như:

+ Chương trình du lịch tương đối đơn điệu, không có sự đổi mới gây nhàm chán trong việc HDV thực hiện nên không có sự tìm tòi, học hỏi cái mới dẫn đến chất lượng phục khách không được tốt.

+ Một số cơ sở ăn uống, lưu trú không thực sự đảm bảo như những gì đã ký với khách nhưng vì tình hình thực tế không có nhà cung cấp thay thế nên phải sử dụng dịch vụ của cơ sở đó.

Nếu mỗi HDV có sự hiểu biết, chuẩn bị chu đáo về chương trình thực hiện với khách, cơ sở ăn uống, lưu trú đạt tiêu chuẩn chất lượng thì chất lượng phục vụ khách sẽ được nâng cao.

***2.2.2.4 Khả năng cung cấp các dịch vụ ngoài chương trình.***

Các dịch vụ ngoài trương trình là những điểm du lịch không có trong

chương trình, các nhà hàng đặc sản, các khu vui chơi giải trí, các dịch vụ nhân phục hồi sức khoẻ...

- Các HDV có những thông tin chung về tất cả các nơi đoàn sẽ đi qua trong chuyến hành trình, đặc biệt là những điểm thăm quan, ăn uống, lưu trú....Những thông tin này có được do chính HDV đó tự tìm hiểu qua các phương tiện truyền thông hay đã từng đến khảo sát những nơi đó, có khi là sự giới thiệu các đồng nghiệp.

- HDV của công ty cũng có sự hiểu biết nhất định để giới thiệu với khách, đáp ứng những nhu cầu mà khách cần sử dụng thêm.

- Những HDV mới vào nghề hay những cộng tác viên cũng phải học hỏi những điểm này từ các anh chị có kinh nghiệm trong nghề. Những thông tin phải luôn được cập nhật, làm mới thường xuyên.

- Cũng có những HDV không chuẩn bị vấn đề này, dị động trước câu hỏi của khách hoặc phải đi hỏi ý kiến của người khác.

Đây là một vấn đề nhỏ song nó là một trong những yếu tố để làm tăng điểm trong sự đánh sự đáng giá của khách về chất lượng phục vụ của HDV.

*2.2.2.5. Việc tiếp nhận ý kiến đóng góp của khách và phản hồi ý kiến cho khách hàng.*

- Được HDV coi trọng, những lời nhận xét đánh giá của khách là chân thực nhất về mật độ hoàn thành công việc của HDV. Tuy nhiên chỉ dừng lại ở việc người HDV và khách trao đổi trực tiếp với nhau. Được khách góp ý và HDV sửa chữa cho đúng nếu hợp lý và dưới đây là mẫu phiếu thông tin khách hàng sau mỗi chương trình thực hiện.



**Bảng 2.4: Mẫu phiếu điều tra thông tin khách hàng**

## PHIẾU THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Tên đoàn khách: ....., Điện thoại.....

Chương trình:.....

.....

Tên HDV: ....., Điện thoại.....

Công ty Cổ phần du lịch và Thương mại Xuyên Á xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới quý khách vì đã hợp tác với chúng tôi trong suốt hành trình di lịch. Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của quý khách, xin quý khách vui lòng cho biết ý kiến của mình về một số thông tin như sau.

**Câu 1:** Đánh giá của quý khách về khả năng truyền đạt và lượng kiến thức của HDV thể hiện qua bài thuyết minh.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tốt	Khá	Trung bình	Kém

**Câu 2:** Đánh giá của quý khách về khả năng xử lý các tình huống, kỹ năng giao tiếp – trình độ ngoại ngữ của HDV

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tốt	Khá	Trung bình	Kém

**Câu 3:** Theo quý khách HDV của công ty có những ưu điểm gì ?

<input type="checkbox"/> Nhanh nhẹn	<input type="checkbox"/> Nhiệt tình
<input type="checkbox"/> Hòa hóm	<input type="checkbox"/> Nghiệp vụ tốt
<input type="checkbox"/> Khác.....	

**Câu 4:** Theo quý khách, HDV có nhược điểm gì?

<input type="checkbox"/> Không nhiệt tình	<input type="checkbox"/> Thuyết minh kém
---	--

- Thiếu trách nhiệm Không linh hoạt
- Khác.....

**Câu 5 :** Theo quý khách HDV cần làm gì để phục vụ tốt hơn nhu cầu của quý khách?

.....

.....

.....

.....

.....*Xin chân thành cảm ơn quý khách.*

*(Nguồn: Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á, báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh giai đoạn 2006- 2007. Tài liệu lưu hành nội bộ 2007.)*

- Mỗi một Tour thực hiện sẽ có mẫu phiếu điều tra về chất lượng phục vụ khách của HDV gửi tới khách hàng. Những phiếu này sẽ được thu lại nộp về công ty để ban lãnh đạo công ty có biện pháp khen thưởng hay kiểm điểm HDV.

- Việc tiếp nhận ý kiến đóng góp của khách được HDV tiếp thu một cách nghiêm túc, có cân nhắc suy nghĩ cẩn thận và phản hồi lại ngay sau khi có câu trả lời. Đối tượng phục vụ của HDV chính là khách du lịch, vì vậy việc họ hài lòng hay không được thể hiện qua những ý kiến đóng góp nhận xét của họ. Và chất lượng phục vụ chỉ được nâng cao khi biết thu nhận những ý kiến đóng góp của khách. Đó cũng là cách của HDV, doanh nghiệp lữ hành chứng tỏ mình đang quan tâm đến khách.

Nói tóm lại, đội ngũ HDV du lịch tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á là những HDV trẻ có lòng yêu nghề và khá nhanh nhạy trong công việc. Hàng năm đội ngũ lao động này mang lại nguồn thu nhập không nhỏ đóng góp cho sự lớn mạnh của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành. Tuy nhiên do điều kiện khách quan mang lại, đội ngũ này vẫn còn có những

tồn tại nhất định cả về chất lẫn về lượng chưa đáp ứng được nhu cầu. Chính vì vậy, các cơ quan lãnh đạo cần phải có những biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của đội ngũ này góp phần vào sự phát triển của ngành du lịch.

## **TIỂU KẾT CHƯƠNG 2.**

Trong chương 2 này, tác giả giới thiệu một cách tổng quát nhất về sự ra đời, hình thành và phát triển của công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á. Sau gần 4 năm thành lập, mọi mặt của công ty đã đang dần được hoàn thiện và trên đà phát triển.

Đội ngũ HDV của công ty với 14 thành viên với những đặc điểm về giới tính, tuổi tác, trình độ văn hoá, ngoại ngữ, số năm trong nghề, năng suất lao động trung bình... đã và đang là lực lượng lao động quan trọng chủ chốt tạo ra doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Hiện tại và trong tương lai đội ngũ HDV này sẽ ngày càng được quan tâm, chú trọng cả về số lượng và chất lượng.

Về hiện trạng phục vụ khách của HDV công ty, tác giả dựa trên một số tiêu chí để đưa thực trạng phục vụ khách của HDV cùng với nó là một số ưu và nhược điểm:

Tiêu chí thứ nhất: về khả năng đáp ứng của HDV về mặt số lượng so với nhu cầu của khách.

Tiêu chí thứ 2: Khả năng đáp ứng về mặt chất lượng của HDV tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

Tiêu chí thứ 3: Sự hiểu biết về sản phẩm cung cấp cho khách và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch.

Tiêu chí thứ 4: Khả năng cung cấp các dịch vụ ngoài chương trình.

Tiêu chí thứ 5: Việc tiếp nhận ý kiến của khách hàng và phản hồi lại thông tin cho khách hàng.

Các vấn đề đưa ra trong chương 2 là cơ sở để dựa vào đó đưa ra các giải pháp nâng cao năng lực cho đội ngũ HDV tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á trong chương 3.

### **CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYỀN Á.**

#### **3.1. Đối với ban lãnh đạo công ty.**

##### **3.1.1. Về chính sách.**

- Nhận rõ về vai trò và tầm quan trọng của hướng dẫn viên (HDV) đối với việc thực hiện một Tour, một liên hệ giữa chất lượng, hiệu quả làm việc của HDV với sự tồn tại và phát triển của Công ty cũng như việc gây dựng uy tín của Công ty trên thị trường du lịch. Để Ban giám đốc, lãnh đạo Công ty có cơ chế chính sách nhằm đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực này.

- Căn cứ theo chính sách tiền lương được áp dụng cho HDV và tình hình thực tế của Công ty để có chính sách trả lương cho hợp lý. Tiền lương là thành quả lao động chính đáng mà người HDV được hưởng. Mức tiền lương được thanh toán rõ ràng và thỏa đáng sẽ thu hút và khuyến khích HDV gắn bó với Công ty, càng thêm yêu nghề đồng thời làm tốt hơn công việc phục vụ khách của mình. Công ty cũng có những chính sách thưởng phạt rõ ràng với hiệu quả công việc của HDV.

##### **3.1.2. Chế độ tuyển dụng.**

Thực trạng đội ngũ HDV của Hải Phòng vừa thiếu lại vừa yếu, đây không phải là vấn đề chỉ riêng Công ty Xuyên Á gặp phải. Đội ngũ HDV của Công ty chưa phải đông về số lượng và đảm bảo về chất lượng, xong trong chế độ tuyển dụng hiện tại và tương lai, Ban giám đốc lãnh đạo Công ty nên chú ý đến vấn đề này. Cần xác định rõ lao động tối thiểu cho công việc đó phải có khả năng như thế nào mới đáp ứng được nhu cầu công việc. Thiếu HDV những không phải ai đăng ký nộp hồ sơ cũng được tuyển dụng, phải xét đến khả năng, kinh nghiệm làm việc của HDV đó được nhận và trả lương đúng với những gì họ cống hiến hay không. Tình trạng vừa thừa vừa thiếu HDV hiện tại là vì HDV thực sự biết việc và có khả năng làm tốt công việc thì rất ít.

Ngay từ khâu tuyển dụng này Ban giám đốc, lãnh đạo Công ty cần sáng suốt cân nhắc, lựa chọn những người có chuyên môn giỏi, yêu nghề, hăng hái làm việc, điều này sẽ quyết định đến chất lượng phục vụ khách hiệu quả công việc mà họ đạt được trong thời gian sắp tới.

### **3.1.3. Đầu tư về cơ sở vật chất hạ tầng.**

Cơ sở vật chất kỹ thuật là những điều kiện thuận lợi để hỗ trợ công việc của HDV, nhằm phục vụ khách ngày một tốt hơn.

- Công ty nên đầu tư thiết kế, trang bị cho HDV Công ty một văn phòng làm việc riêng biệt, để HDV tập trung và chuyên tâm vào công việc của mình. Hiện nay văn phòng làm việc của HDV chung khoảng không gian với các bộ phận khác, nên không tránh khỏi sự chông chéo. Đây không phải là vấn đề quá lớn, xong nếu có môi trường làm việc riêng biệt chắc chắn hiệu quả lao động, khả năng làm việc của HDV sẽ tốt hơn.

- Đối với máy móc thiết bị phục vụ cho công việc như: Máy in, máy fax, photocopy, điện thoại, máy vi tính,... cần được trang bị thêm, vì số lượng máy móc này dường như chưa đủ để phục vụ cho yêu cầu công việc của HDV. Những máy móc thiết bị này được sử dụng cho công việc lên chương trình, in chương trình cung cấp cho khách hay tìm kiếm thông tin trên mạng phục vụ cho chuyến đi, liên lạc, làm việc với khách hàng, ...đều là những công việc rất cần thiết cho quá trình phục vụ sau này của HDV khi thực hiện Tour.

Ngoài ra cần phải kể đến các công cụ khác như: Hệ thống các loa, mic cá nhân, mũ du lịch, cờ có biểu tượng của Công ty hay các đồ dùng y tế...được HDV sử dụng trong quá trình phục vụ khách cũng cần được đầu tư, bảo dưỡng, thay mới, và bổ sung.

- Để nâng cao chất lượng phục vụ khách trong công việc đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng, về ban lãnh đạo Công ty cần lắng nghe ý kiến đóng góp, xây dựng của HDV. Vì họ mới chính là những người sử dụng những công cụ ấy, để phục vụ tốt khách hàng của Công ty. Công ty đầu tư sẽ đảm

bảo tính đồng bộ, chất lượng ý chức cao trong việc bảo vệ tài sản chung ...HDV cũng nên có những đề xuất, góp ý thẳng thắn, đề nghị được quan tâm đến những trang thiết bị phục vụ nhu cầu sử dụng của mình để đảm bảo phục vụ khách tốt nhất.

- Một vấn đề lớn hơn nhưng cũng sẽ là một giải pháp thực sự hữu hiệu nếu Công ty có đủ khả năng tài chính, đó chính là việc xây dựng các cơ sở ăn uống, lưu trú, phục vụ du lịch tại một số điểm du lịch nổi tiếng. Tại những điểm du lịch nhất là vào thời kỳ cao điểm diễn ra hiện tượng các Công ty du lịch bị ép giá, thậm chí không đảm bảo chất lượng đã ký theo hợp đồng, gây ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách, khách không được phục vụ đúng như những gì Công ty cam kết. Những cơ sở này cùng với sự phục vụ của HDV tạo nên chất lượng phục vụ, chất lượng của cả chương trình du lịch. Nếu những cơ sở này không đảm bảo thì tất nhiên chất lượng phục vụ sẽ được đánh giá thấp. Nên Công ty có tiềm lực tài chính vững mạnh, có thể xây dựng những nhà hàng, khách sạn do chính Công ty mình nhằm tạo ra sự chủ động trong việc phục vụ và cũng đảm bảo về chất lượng hơn.

#### **3.1.4. Đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho HDV.**

- Công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho HDV. Phải được ban lãnh đạo Công ty quan tâm thường xuyên, để họ kịp thời thích ứng với sự biến động và những yêu cầu, đòi hỏi của tình hình với nhu cầu của khách ngày càng cao. Chính vì vậy mà bản thân mỗi HDV đã phải tự bổ sung trau dồi kiến thức cho mình. Đồng thời về phía Công ty cũng nên tạo điều kiện thuận lợi để họ được nâng cao trình độ.

Ngoài việc tuyển dụng những HDV thực sự có năng lực làm việc. Trong quá trình làm việc tại Công ty những HDV này cũng phải được tục đào tạo thường xuyên, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ của mình.

- Do điều kiện về thời gian, cường độ làm việc Công ty cũng nên tạo điều kiện cho HDV tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn phù hợp với thời gian trống vắng của HDV. Hãy khuyến khích họ tham gia vào các lớp

này vào thời điểm trái vụ của du lịch, những lúc công việc ít.

- Vận động, khuyến khích HDV Công ty tham gia vào các cuộc thi “HDV giỏi” để tạo điều kiện cho HDV của Công ty được học hỏi, cọ sát, trao đổi kinh nghiệm với các đồng nghiệp. Việc tham gia các cuộc thi này cũng chính là sự thay đổi không khí trong thời gian làm việc dài và mệt mỏi của HDV. Sau những cuộc thi này họ sẽ tự tin rất nhiều và học được không ít kinh nghiệm để nâng cao chất lượng phục vụ khách.

- Một trong những vấn đề yếu kém của Công ty đó chính là trình độ ngoại ngữ của HDV, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách. Lãnh đạo Công ty có thể sử dụng những người có trình độ ngoại ngữ khá hoặc tốt để làm việc cho Công ty mình. Với điều kiện những HDV này, phải được tham gia các lớp học nghiệp vụ để họ hiểu được công việc của người HDV thực thụ.

Đây có thể coi là con đường tắt trong việc nâng cao chất lượng phục vụ khách cho HDV đối với những đối tượng khách là khách Quốc tế. Về chi phí đào tạo, thời gian thì giải pháp này được coi là hữu hiệu, thiết thực để đáp ứng nhu cầu hiện tại, xong về mặt lâu dài và chiến lược Công ty không nên quá lạm dụng phương pháp này, nên chú trọng nâng cao trình độ ngoại ngữ cho HDV nòng cốt của Công ty.

### **3.1.5. Hoàn thiện hệ thống tổ chức quản lý.**

- Như đã nói ở trên, một vấn đề của không ít Công ty lữ hành ở Hải Phòng là việc HDV phải kiêm nhiều công việc cùng một lúc, không có sự chuyên môn hóa trong công việc.

Giải pháp đưa ra cho ban lãnh đạo Công ty cần thực hiện chuyên môn hóa trong công việc, sẽ chú tâm đến việc nâng cao trình độ, tìm tòi, học hỏi kiến thức mới, rèn luyện chuyên môn nghiệp vụ, chuyên tâm hơn cho công việc phục vụ khách. Có như vậy chất lượng phục vụ khách của họ mới được nâng cao, nếu không khi đảm nhiệm quá nhiều việc hiệu quả các công việc không thể làm tốt được. Chính vì vậy mà đội ngũ HDV của Công ty cần được



chuyên môn hóa để giỏi chuyên môn nghiệp vụ, khả năng phục vụ cũng như chất lượng hiệu quả công việc ngày càng cao hơn.

- Trong việc hoàn thành một quy trình phục vụ có đòi hỏi sự kết hợp làm việc của nhiều bộ phận khác nhau, không phải riêng mình HDV làm tốt là có thể phục vụ khách tốt. Tour du lịch được bán ra cho khách là sự kết nối của nhiều dịch vụ khác nhau, HDV là người thực hiện việc liên kết này. Trong Công ty cần có sự cung cấp thông tin một cách đầy đủ và khách hàng thông qua bộ phận Marketing chăm sóc khách hàng. Những thông tin về cơ sở du lịch phục vụ du lịch từ phòng điều hành như: Giá cả, chất lượng, tiêu chuẩn, dịch vụ bổ sung... Những thông tin này được HDV tập hợp lại, sử dụng trong quá trình phục vụ khách, chất lượng phục vụ khách phụ thuộc không nhỏ vào sự liên kết này. Các bộ phận trong Công ty cần chú trọng làm việc một cách nghiêm túc và có tinh thần trách nhiệm cao.

### **3.1.6. Các giải pháp hỗ trợ khác.**

Nhằm nâng cao năng lực cho HDV, Công ty cũng có tác động không nhỏ nhằm đáp ứng tốt hơn điều kiện cho HDV phục vụ khách. Một số giải pháp như:

- Đa dạng hóa sản phẩm: Sản phẩm chủ yếu của các Công ty lữ hành cụ thể là Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á chính là những chương trình du lịch bán cho khách hàng. Đa dạng hóa các chương trình du lịch này đó là việc tìm kiếm những điểm du lịch mới, tạo ra các chương trình du lịch chuyên như: Âm thực, lễ hội, văn hóa....

- Liên kết hợp tác:

+ Với các cơ sở đào tạo du lịch: Công ty cần tạo dựng mối quan hệ gắn bó chặt chẽ với các cơ sở đào tạo về du lịch, đặc biệt trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Nhằm tuyển lựa các em học viên giỏi, yêu nghề làm công tác viên từ các em còn ngồi trên ghế nhà trường. Trong thời gian đào tạo các em được trải nghiệm thực tế, sau một thời gian sẽ dễ dàng tuyển dụng chính thức những nhân viên có năng lực.

+ Ngoài ra còn phải hợp tác với các Công ty du lịch khác, nhằm tạo ra sức mạnh liên kết, tránh tình trạng bị ép giá của các cơ sở dịch vụ du lịch. Trong sự cạnh tranh cần có sự hợp tác để cùng học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau.

+ Trong quan hệ với các nhà cung ứng như các hãng xe hay cơ sở dịch vụ ăn uống, lưu trú, cần tạo ra uy tín khi làm việc, cung cấp một lượng khách ổn định, có sự trao đổi qua lại vì lợi ích kinh tế của cả hai bên....Tạo điều kiện khi HDV đưa khách đến những điểm này thì khách sẽ được phục vụ nhiệt tình, chu đáo, an toàn nhất....

- Trong quan hệ với khách hàng: Cần thường xuyên quan tâm, chăm sóc, hỏi han và duy trì quan hệ với khách, kể cả thị trường khách mới hay thị trường khách truyền thống. Công việc này diễn ra cả trước và sau chuyến đi của khách với Công ty vì như vậy càng góp phần đánh giá cao hơn của khách, về chất lượng phục vụ của HDV.

- Xây dựng bảng hỏi, phiếu điều tra ý kiến khách hàng. Vừa là cơ sở để hoàn thiện chất lượng phục vụ khách, vừa là cơ sở đánh giá chất lượng hiệu quả làm việc của HDV.

### **3.2. Đối với hướng dẫn viên:**

#### **3.2.1. Cần trau dồi về phẩm chất đạo đức, kiến thức chuyên môn nghiệp vụ.**

- Thường xuyên trau dồi kiến thức, không ngừng học hỏi.

Đây là công việc mà tất cả các HDV của Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á phải luôn tâm niệm và thực hiện. Vì trong cuộc sống luôn xảy ra những sự kiện, những biến động mới, kiến thức là vô cùng vô tận, không ai có thể khẳng định mình biết tất cả mọi thứ. Nên để đảm bảo việc cung cấp cho khách những thông tin hữu ích, chính xác và mới mẻ đòi hỏi HDV phải thường xuyên trau dồi kiến thức, bổ sung vào vốn kiến thức của mình những thông tin mới.

HDV có thể thực hiện việc này bằng phương pháp khác nhau, bằng nhiều hình thức như: Qua sách, báo, tạp chí, phương tiện phát thanh, truyền hình, mạng internet...thậm chí từ những vị khách của mình. HDV phải là

người không tự kiêu, tự đại, luôn có tinh thần cầu thị sự tiến bộ. Chính sự ham hiểu biết này sẽ giúp cho HDV có vốn kiến thức phong phú, lượng kiến thức về văn hóa, chính trị, kinh tế, xã hội, du lịch... càng sâu rộng, thì HDV càng làm khách thỏa mãn nhu cầu ham hiểu biết, thích khám phá của họ.

Ngày nay lượng thông tin ngày càng đa dạng và có nhiều cách tiếp cận, đòi hỏi mỗi HDV phải biết lựa chọn, đánh giá mức độ chính xác, độ tin cậy khi tiếp nhận thông tin.

- Nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

Giải pháp này được đưa ra không chỉ đối với ban lãnh đạo Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á mà còn đối với tất cả các HDV. Chính vì những HDV là những người làm việc trực tiếp với khách hàng, chỉ bằng trình độ chuyên môn nghiệp vụ được xác định rõ ràng như vậy nên cần phải có phương pháp nâng cao để ngày càng làm việc tốt hơn. Có nhiều cách khác nhau để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của bản thân nhưng chủ yếu mỗi HDV phải xây dựng cho mình một phương châm làm việc đúng đắn, thường xuyên học hỏi và thực hành.

- Khuyến khích tham gia các cuộc thi được phát động trong ngành du lịch. Như những cuộc thi về HDV giỏi, thông qua cuộc thi này HDV được học hỏi, rèn luyện, cọ sát, trao đổi kinh nghiệm với các đồng nghiệp. Ngoài ra còn nên tham dự các hội nghị, hội thảo, tiệc, diễn đàn... của HDV, vì nó thực sự hữu ích cho việc nâng cao sự hiểu biết của HDV.

### **3.2.2. Chuẩn bị trước, trong và sau chuyến đi.**

- Luôn làm mới công việc và bồi dưỡng thêm lòng yêu nghề của mỗi HDV.

Công việc của HDV đôi khi nhàm chán vì thực hiện những tour cố định hay trình tự các công việc của mình luôn lặp đi lặp lại. Khi nhàm chán và không còn hứng thú làm việc sẽ dẫn tới chất lượng phục vụ khách của HDV kém đi, vì vậy phải luôn đổi mới công việc, tìm ra phương pháp làm việc hiệu quả hơn. Không một nghề nào là không đòi hỏi lòng yêu nghề. Yêu nghề là

say mê, tâm huyết, đặt lên trên hết là nhiệm vụ và sứ mệnh cao cả của nghề. Lòng yêu nghề phải luôn luôn tồn tại, hiện hữu trong con người mỗi HDV. Chỉ có lòng yêu nghề mới giúp HDV đủ bản lĩnh để vượt qua những khó khăn, trắc trở của công việc. Có yêu nghề, xác định vị thế, vai trò của nghề hướng dẫn thì mới có đủ tự tin, quyết tâm, hăng say để thực hiện và theo đuổi công việc.

- Chuẩn bị tốt cho chuyến đi: Rèn luyện khám phá nhanh trong việc giải quyết các tình huống xảy ra trong việc trả lời khách.

Tất cả các công việc chỉ được giải quyết nhanh gọn, chu đáo khi có sự chuẩn bị trước. Chính vì vậy nếu chuẩn bị tốt cho chuyến đi thì hiệu quả công việc của người HDV sẽ cao hơn, nếu không có sự chuẩn bị hoặc chuẩn bị sơ sài. Một khởi đầu tốt đẹp là chìa khóa đầu tiên cho những bước thành công tiếp theo. Trong công việc này, với sự giúp đỡ, hỗ trợ của các trang thiết bị Công ty cung cấp, của các bộ phận có liên quan HDV cần kiểm tra lại tất cả những trang thiết bị cần thiết cho chuyến đi, phục vụ cho đoàn khách nói chung và cho bản thân HDV nói riêng. Kiểm tra lại lần cuối sự sẵn sàng phục vụ của các dịch vụ du lịch.

Rèn luyện sự năng động, linh hoạt trong công việc, phản ứng và xử lý nhanh các tình huống xảy ra trong quá trình thực hiện chương trình.

- Tự xây cho mình bài thuyết minh về tất cả các điểm du lịch. Tạo cho mình một phong cách hướng dẫn riêng thu hút khách.

- Các điểm du lịch là cố định nhưng về lịch sử hình thành và phát triển kiến trúc, đặc điểm nổi bật,...những cách dẫn dắt, giới thiệu cho du khách về những điểm du lịch ấy của mỗi HDV là khác nhau. HDV đến điểm du lịch đó, tự khám phá những nét độc đáo, đặc sắc, hấp dẫn để có thể giới thiệu với du khách thông qua những cảm nhận, những trải nghiệm của mình. Bài thuyết minh thực sự hấp dẫn không đơn thuần là việc liệt kê các điểm tham quan, mà lồng vào trong đó có những nét độc đáo riêng của HDV khám phá ra để giới thiệu cho khách. Với tất cả các điểm du lịch HDV nên có sự chuẩn bị này.

Tạo cho mình một phong cách riêng, không những là một nghệ thuật sống mà còn là nghệ thuật hướng dẫn. Khách nhớ đến HDV là do những ấn tượng mà HDV để lại cho khách, một trong những điều tạo nên ấn tượng ấy chính là phong cách hướng dẫn. Mỗi HDV có phong cách hướng dẫn riêng, hấp dẫn du khách cũng góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chất lượng phục vụ khách.

- Am hiểu công việc, hoàn thành tốt nhiệm vụ và làm việc nhiệt tình, có trách nhiệm. Chất lượng phục vụ khách tốt được đánh giá bằng một trong số những chỉ tiêu trên, không thể được đánh giá là phục vụ khách tốt nếu công việc không hoàn thành. Vì vậy cần phải hoàn thành tốt công việc.

- Lấy phương châm “Phục vụ khách như phục vụ mình”, để thực hiện công việc. Bản thân mình có những nhu cầu gì, mong muốn gì, thì người khác cũng như vậy. Đặc biệt là khách du lịch, đặt mình hoàn cảnh, vị trí của khách để thông cảm và giúp đỡ khách. Giải pháp này nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách không chỉ trong một Tour mà áp dụng trong nhiều Tour khác nhau.

- Thu nhận những ý kiến đóng góp của khách, nhằm phát huy những điểm tích cực và khắc phục những hạn chế. Nếu là nhận xét một chiều của bản thân HDV, thì vấn đề phục vụ khách không được nhìn nhận một cách toàn diện, đặc biệt trong vấn đề này coi trọng cảm nhận và ý kiến của khách hàng.

Việc tiếp thu ý kiến của khách được thực hiện khi HDV làm việc trực tiếp với khách hoặc gián tiếp được khách góp ý. Thông qua những góp ý này mà HDV và khách có điều kiện trao đổi thẳng thắn, nhằm tạo một chương trình du lịch thoải mái, vui vẻ, thân thiện nhất. HDV sẽ tiếp tục phát huy những điểm tích cực được khách khen ngợi, nhưng đồng thời cũng suy nghĩ về những hạn chế mà khách góp ý. Thực hiện được việc này HDV đã nâng chất lượng phục vụ lên một mức cao hơn.

- Lập kế hoạch làm việc, đưa ra chỉ tiêu phấn đấu trong từng Tour, từng

tuần, từng tháng, để tổng kết lại, rút ra thành quả lao động của mình hay chỉ ra sự tiến bộ hoặc những khuyết điểm.

- Có các buổi trao đổi, thảo luận theo đề tài với sự tham gia của các HDV trong Công ty. Hàng tháng hoặc kết thúc mùa vụ du lịch các HDV trong Công ty có những buổi trao đổi về công việc, về những tình huống gặp phải khi thực hiện Tour. Trao đổi cùng nhau những kinh nghiệm, những bài học để nhằm phục vụ khách được tốt hơn.

- Rèn luyện sức khỏe được dẻo dai và sức chịu đựng của tâm lý. Sức khỏe tốt, tâm lý vững vàng thì mới phục vụ khách tốt. Mỗi HDV có thể rèn luyện bằng nhiều cách như: Tập thể dục thể thao với các môn bơi lội, chạy bộ, ... tham gia các câu lạc bộ.

### **3.2.3. Quan hệ tốt với đồng nghiệp và các bộ phận khác trong Công ty.**

- Trong công việc, mỗi HDV phải hoàn thành tốt công việc của mình, và giúp đỡ đồng nghiệp cùng nhau hoàn thành nhiệm vụ đã được giao một cách tốt nhất.

- Có sự liên lạc, trao đổi, học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau.

- Làm việc nhiệt tình, sống chân thật, tạo dựng sự tin tưởng và yêu mến giữa các thành viên trong Công ty.

- Tạo môi trường thoải mái, thân mật để làm việc.

- Thi đua lập thành tích trong công việc.

### **TIÊU KẾT CHƯƠNG 3**

Trong chương 3 này tác giả đề cập đến các giải pháp nhằm tăng cường năng lực của đội ngũ HDV tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á. Đối với ban lãnh đạo Công ty các giải pháp được tác giả đưa ra dựa trên các mặt như:

- Về chính sách: Ban lãnh đạo Công ty cần chú trọng đến các vai trò thực sự của HDV, để có chính sách về tiền lương cũng như ngày nghỉ cho phù hợp.

- Về chế độ tuyển dụng: Được tác giả đề cập đến các giải pháp như tuyển nhân sự đúng với yêu cầu công việc quan tâm và phát hiện ra những lao động giỏi, yêu nghề để sử dụng có hiệu quả hơn. Đặc biệt phải có phương pháp để duy trì khả năng làm việc tốt nhất của họ.

- Về cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng: Đây là những điều kiện hỗ trợ cho HDV phục vụ tốt khách tốt hơn với các giải pháp thiết thực như: Phòng du lịch được thiết kế riêng biệt, bổ sung các máy móc trang thiết bị cho phù hợp, xây dựng các cơ sở dịch vụ du lịch nếu có đủ khả năng tài chính....

- Đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ cho HDV: Giải pháp này đề ra cho cả ban lãnh đạo Công ty và cả HDV cùng thực hiện như: Trao đổi kiến thức cũng như trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tham gia các lớp học ngắn hạn, tham gia các cuộc thi, nâng cao trình độ ngoại ngữ, ....

- Trong việc tổ chức quản lý và phối kết hợp với các bộ phận khác: Ban lãnh đạo Công ty cần có sự chuyên môn hóa cao hơn trong công việc cũng như tăng cường khả năng phối kết hợp giữa các bộ phận khác trong Công ty.

- Các giải pháp hỗ trợ: Liên kết với các cơ sở đào tạo du lịch, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, liên kết với các nhà cung ứng, chăm sóc khách hàng.

Đối với HDV những người thực hiện công việc phục vụ khách thì cần thường xuyên trau dồi về chuyên môn nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp, chuẩn bị chu đáo trước, trong và sau chuyến đi. Cũng như cần có mối quan hệ tốt với các đồng nghiệp và các bộ phận khác.

Một số giải pháp cơ bản nêu trên được đưa ra nhằm khắc phục những nhược điểm trong quá trình phục vụ khách của HDV trong Công ty Cổ phần

Du lịch và Thương mại Xuyên Á, để hướng tới mục tiêu cuối cùng là nâng cao chất lượng phục vụ khách của mỗi HDV.



## **C. PHẦN KẾT LUẬN**

Du lịch là một hoạt động nghỉ ngơi, khám phá của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ nhằm các mục đích nghỉ ngơi, giải trí, tham quan, khám phá... Người phụ trách công việc thực hiện chương trình du lịch theo hợp đồng ký kết với khách du lịch là các HDV du lịch.

Trong suốt chương trình du lịch, HDV là người đóng vai trò quan trọng nhất, họ vừa là người bạn đường tin cậy, đứng ra giúp khách giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình du lịch, vừa là những người giúp khách khám phá những đối tượng mà họ tham quan trong chuyến du lịch đó. Đồng thời HDV du lịch cũng chính là những sứ giả mang hình ảnh của Công ty mình xây dựng trong lòng du khách. Chính vì lẽ đó, yêu cầu đối với các HDV du lịch đòi hỏi ra rất lớn, bao gồm những yêu cầu về giao tiếp, ứng xử, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, yêu cầu về ngoại ngữ... Hải Phòng là một thành phố có tiềm năng phát triển du lịch, nhưng sự phát triển du lịch của thành phố cũng chịu sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố khách quan. Yêu cầu đội ngũ lao động phải có trình độ chuyên môn giỏi, đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành là yêu cầu không nằm ngoài quy luật phát triển chung của du lịch Việt Nam.

Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á là một trong số những doanh nghiệp khẳng định lĩnh vực tại Hải Phòng. Tuy mới thành lập được bốn năm nhưng những thành công và thương hiệu của Công ty đã và đang được khẳng định trên thị trường du lịch Hải Phòng. Tuy nhiên với đội ngũ HDV như hiện nay, muốn đáp ứng tốt hơn những nhu cầu của khách hàng cần có những giải pháp hữu hiệu để nâng cao chất lượng phục vụ khách.

Với đề tài “Thực trạng và giải pháp tăng cường năng lực đội ngũ HDV du lịch tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á”. Tác giả đã đáp ứng được mục tiêu đề ra về mặt lý luận và thực tiễn:

1. Một số vấn đề lý luận cơ bản về du lịch và HDV du lịch.
2. Tìm hiểu về thực trạng đội ngũ HDV du lịch tại Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á.

3. Đưa ra một số giải pháp cụ thể nhằm nâng cao năng lực, chất lượng phục vụ khách đối với ban lãnh đạo Công ty, và với mỗi cá nhân HDV.

Tuy nhiên trong khuôn khổ của khóa luận, do những hạn chế về trình độ, thời gian, nguồn tài liệu cũng như kinh nghiệm thực tế của tác giả trong lĩnh vực nghiên cứu, nên chắc chắn khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Vấn đề nâng cao năng lực của đội ngũ HDV du lịch đã, đang và sẽ không chỉ là vấn đề riêng của Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á, mà còn của rất nhiều doanh nghiệp lữ hành khác và ngành du lịch. Hy vọng tác giả sẽ nhận được nhiều ý kiến đóng góp, phê bình của các thầy cô trong hội đồng chấm khóa luận để đề tài được hoàn thiện hơn.

### **Tài liệu tham khảo**

1. Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á (2007), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh giai đoạn 2006- 2007*, Tài liệu lưu hành nội bộ.
2. Đề án phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2010- 2020, Sở du lịch Hải Phòng. Tài liệu lưu hành nội bộ.
3. Tổng cục du lịch Việt Nam (1996), *Những văn bản liên quan về quản lý và kinh doanh lữ hành tại Việt Nam*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
4. Tổng cục du lịch Việt Nam ( 1997), *Hệ thống các văn bản hiện hành về quản lý du lịch*, Nxb: Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
5. Luật du lịch (2005), Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
6. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2000), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
7. Nguyễn Văn Đính, Phạm Hồng Chương (2000), *Giáo trình Hướng dẫn du lịch*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
8. Đinh Trung Kiên(2000), *Giáo trình nghiệp vụ hướng dẫn du lịch*, Nxb Đại học Quốc Gia, Hà Nội.
9. PGS- TS: Trần Đức Thanh(2000), *Nhập môn khoa học du lịch*, Nxb Đại học Quốc Gia, Hà Nội.

# PHỤ LỤC.

## LỜI CẢM ƠN.

Trong thời gian nghiên cứu và học tập tại trường, đặc biệt là thời gian thực hiện bài nghiên cứu này tác giả đã nhận được rất nhiều sự quan tâm giúp đỡ của các thầy cô, người thân, bạn bè, ban giám đốc và các thành viên trong Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á. Nhân dịp hoàn thành đề tài khóa luận này, từ đáy lòng mình tác giả xin gửi lời cảm ơn sâu sắc.

Tác giả xin gửi tới người thân, bạn bè lời cảm ơn chân thành nhất. Trong suốt thời gian qua tác giả luôn nhận được sự động viên, khích lệ, tạo điều kiện tốt nhất để có được thành quả như ngày hôm nay.

Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới các thầy cô trong trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng, đặc biệt là các thầy cô đã, đang giảng dạy và công tác tại Khoa Văn Hoá Du Lịch của trường. Các thầy, cô chính là những người trang bị cho sinh viên những kiến thức, kích thích sinh viên tìm tòi, học hỏi.

Để hoàn thành bài khóa luận như ngày hôm nay, tác giả tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn trân trọng nhất đến ban lãnh đạo cùng tập thể nhân viên văn phòng Sở Du Lịch Hải Phòng, Ban Giám Đốc, trưởng phòng du lịch cùng các nhân viên trong Công ty Cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á. Trong thời gian làm đề tài nghiên cứu tác giả nhận được sự quan tâm, giúp đỡ, tạo điều kiện của ban giám đốc để thực hiện tốt công việc được các thành viên đóng góp ý kiến, xây dựng đề bài nghiên cứu thêm phong phú và hoàn chỉnh như ngày hôm nay.

Và đặc biệt tác giả xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới thầy giáo – ThS. Lê Thanh Tùng giáo viên hướng dẫn chính cho tác giả hoàn thành bài nghiên cứu này. Trong thời gian qua, tác giả đã nhận được nhiều sự chỉ bảo góp ý rèn dũa của thầy giáo và thầy luôn quan tâm, khích lệ, kích thích khả năng tư duy, làm việc độc lập, sáng tạo của tác giả.

Đề tài khó luận hoàn thành là công sức, thành quả không phải của riêng tác giả mà còn là của tất cả những người quan tâm, giúp đỡ trong suốt thời gian qua.

Tác giả xin bày tỏ lòng cảm ơn sâu sắc.

*Hải Phòng, ngày tháng 6 năm 2009*

**Sinh viên:**

**Nguyễn Văn Sáng**

## **BẢNG KÝ HIỆU CÁC CHỮ VIẾT TẮT.**

- |          |                        |
|----------|------------------------|
| 1. DL    | Du lịch.               |
| 2.HDV    | Hướng dẫn viên.        |
| 3.HDV DL | Hướng dẫn viên du lịch |
| 4.TMV    | Thuyết minh viên.      |
| 5.DK     | Du khách.              |
| 6. KDDL  | Kinh doang du lịch.    |
| 7.TNDL   | Tài nguyên du lịch.    |
| 8. HĐ DL | Hoạt động du lịch.     |

## MỤC LỤC

<b>A. PHẦN MỞ ĐẦU</b> .....	1
<b>B. PHẦN NỘI DUNG</b> .....	5
<b>CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ DU LỊCH VÀ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH.</b> .....	5
<b>1.1. Một số vấn đề về lý luận.</b> .....	5
<b>1.1.1 Khái niệm du lịch</b> .....	5
1.1.1.1 Khái niệm du lịch. ....	5
1.1.1.2 Khái niệm về khách du lịch .....	7
1.1.1.3 Khái niệm hoạt động du lịch. ....	8
1.1.1.5 Khái niệm sản phẩm du lịch. ....	8
1.1.1.6 Dịch vụ du lịch. ....	9
1.1.1.7 Cơ sở lưu trú du lịch. ....	9
1.1.1.9 Phương tiện vận chuyển du lịch. ....	9
1.1.1.10 Khái niệm lễ hành và kinh doanh lễ hành. ....	10
<b>1.1.2 Hướng dẫn viên Du lịch và các hoạt động liên quan.</b> .....	11
1.1.2.1 Khái niệm hướng dẫn du lịch. ....	11
1.1.2.2 Khái niệm hướng dẫn viên du lịch. ....	13
1.1.2.3 Khái niệm thuyết minh viên. ....	14
1.1.2.4 Phân loại hướng dẫn viên du lịch .....	14
<b>1.1.3 Vai trò của Hướng dẫn viên du lịch với sự phát triển du lịch.</b> .....	17
<b>1.2 Vai trò của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội thành phố Hải Phòng.</b> .....	18
<b>TIỂU KẾT CHƯƠNG 1</b> .....	21
<b>CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG CỦA ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH XUYÊN Á</b> .....	23
<b>2.1 Công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á</b> .....	23
<b>2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển</b> .....	23

<b>2.1.2 Cơ cấu bộ máy tổ chức của công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.</b> .....	27
2.1.2.1 Giám đốc. ....	29
2.1.2.2 Thư ký giám đốc. ....	30
2.1.2.3 Trưởng phòng Marketing.....	30
2.1.2.4 Trưởng phòng điều hành hướng dẫn. ....	32
2.1.2.5 Nhân viên thông tin quảng cáo, bán và tư vấn sản phẩm.....	34
2.1.2.6 Hướng dẫn viên du lịch. ....	35
<b>2.2 Hiện trạng đội ngũ HDV tại công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.</b> .....	36
2.2.1 Đôi nét về đội ngũ HDV của công ty. ....	36
<b>2.2.2 Hiện trạng chất lượng phục vụ khách của HDV tại Công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á.</b> .....	41
2.2.2.1 Khả năng đáp ứng về mặt số lượng HDV so với nhu cầu của khách. ....	41
2.2.2.2 Khả năng đáp ứng về mặt chất lượng của đội ngũ HDV Công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á. ....	44
2.2.2.3 Sự hiểu biết về chất lượng chương trình bán cho khách và cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng phục vụ khách. ....	47
2.2.2.4 Khả năng cung cấp các dịch vụ ngoài chương trình. ....	47
2.2.2.5. Việc tiếp nhận ý kiến đóng góp của khách và phản hồi ý kiến cho khách hàng. ....	48
<b>TIÊU KẾT CHƯƠNG 2.</b> ....	52
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYÊN Á.</b> .....	53
<b>3.1. Đối với ban lãnh đạo công ty.</b> .....	53
3.1.1. Về chính sách. ....	53
3.1.2. Chế độ tuyển dụng.....	53
3.1.3. Đầu tư về cơ sở vật chất hạ tầng. ....	54



<i>3.1.4. Đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho HDV.....</i>	<i>55</i>
<i>3.1.5. Hoàn thiện hệ thống tổ chức quản lý.....</i>	<i>56</i>
<i>3.1.6. Các giải pháp hỗ trợ khác.....</i>	<i>57</i>
<b>3.2. Đối với hướng dẫn viên: .....</b>	<b>58</b>
<i>3.2.1. Cần trau dồi về phẩm chất đạo đức, kiến thức chuyên môn nghiệp vụ. .....</i>	<i>58</i>
<i>3.2.2. Chuẩn bị trước, trong và sau chuyến đi.....</i>	<i>59</i>
<i>3.2.3. Quan hệ tốt với đồng nghiệp và các bộ phận khác trong Công ty....</i>	<i>62</i>
<b>TIỂU KẾT CHƯƠNG 3 .....</b>	<b>63</b>

## **C. PHẦN KẾT LUẬN**

**Tài liệu tham khảo**

**PHỤ LỤC**



**BIỂU HIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYÊN Á**

*Thực trạng và giải pháp tăng cường năng lực của đội ngũ hướng dẫn viên Du lịch  
tại công ty cổ phần Du lịch và Thương mại Xuyên Á*

---



**PHÒNG VÉ TẠI SỐ 55 LẠCH TRAY, Q. NGÔ QUYỀN, TP. HẢI PHÒNG**



**VĂN PHÒNG CÔNG TY TẠI SỐ 48 TRẦN PHÚ, P. CẦU ĐẤT, Q. NGÔ QUYỀN, TP. HẢI PHÒNG.**



**NHÂN VIÊN CÙNG VĂN PHÒNG CÔNG TY.**



**HƯỚNG DẪN VIÊN TÁC NGHIỆP TRÊN XE**



## HƯỚNG DẪN VIÊN HƯỚNG DẪN CHO KHÁCH DƯỚI MẶT ĐẤT





## **HỘI THI HƯỚNG DẪN VIÊN GIỎI HÀNG NĂM.**