

Ứng dụng công nghệ trong đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch

VŨ THỊ THU HUYỀN*

Trong phạm vi bài viết, tác giả đã khái quát một số hình thức số hóa trong đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch. Ngoài ra, tác giả còn nêu thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam hiện nay. Trong thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0, với sự ra đời của hàng loạt nền tảng và công cụ trực tuyến, việc ứng dụng công nghệ - số hóa việc đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch là bước đi phù hợp với hướng dẫn viên và các doanh nghiệp du lịch.

ỨNG DỤNG MỘT SỐ HÌNH THỨC SỐ HÓA TRONG ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

Để đánh giá chất lượng của hướng dẫn viên du lịch, thông thường các doanh nghiệp lữ hành sẽ dựa trên: đánh giá trực tiếp từ khách hàng (đánh giá từ bên ngoài) và đánh giá của bộ phận điều hành (đánh giá từ bên trong doanh nghiệp) trong quá trình phối hợp thực hiện chương trình du lịch. Việc đánh giá ý kiến của bộ phận điều hành trong doanh nghiệp lữ hành được diễn ra nội bộ, ít có sự liên đới từ doanh nghiệp này sang doanh nghiệp khác nên trong phạm vi bài viết, người viết không đề cập tới. Trong phạm vi bài viết chỉ nêu ra hình thức đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch từ khách hàng.

Thông thường, đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch nên được triển khai ngay sau khi chương trình du lịch kết thúc bởi lúc đó ấn tượng về chất lượng của hướng dẫn viên đối với du khách vẫn còn tương đối đậm nét. Thay vì hình thức phát các bảng hỏi được in truyền thống, các doanh nghiệp lữ hành có thể sử dụng một số hình thức tiện ích sau:

- *Google biểu mẫu (Google Forms)*: Đây là công cụ phổ biến nhất, thường được các doanh nghiệp trên thế giới và tại Việt Nam sử dụng bởi độ tiện ích và thân thiện với người sử dụng. Google biểu mẫu là công cụ thăm dò miễn phí dưới hình thức bảng hỏi, được phát trên phạm vi rộng lớn bằng cách gửi liên kết (link) qua địa chỉ thư điện tử của khách hàng. Google biểu mẫu có ưu thế vượt trội về việc dễ dàng tạo tài khoản, đăng nhập và quản lý trực tiếp qua địa chỉ email do Google cung cấp [7].

- *Survey Monkey*: Công cụ này được hình thành từ năm 1999, được nhiều doanh nghiệp trên thế giới biết tới và sử dụng, tuy nhiên đối với các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam thì vẫn còn khá mới mẻ. Một hạn chế rất lớn của Survey Monkey là phải trả phí, song

bù lại nó lại có sẵn hệ thống ngân hàng câu hỏi và rất nhiều thang độ đánh giá khác nhau. Ngoài ra, nó cho phép doanh nghiệp lữ hành thăm dò bằng nhiều hình thức, như: gửi thư điện tử hoặc đăng trực tiếp trên website của doanh nghiệp [11].

- *Survey Popups*: Hình thức này khá giống với Survey Monkey, nhưng không có sẵn ngân hàng câu hỏi. Do thường được áp dụng dưới dạng các cửa sổ nháy ra khi người xem bấm chuột tại các website của doanh nghiệp (pop up), nên đôi khi nó gây khó chịu cho khách hàng, dẫn đến việc thăm dò ý kiến bị thất bại [12].

- *eSurveysPro*: Công cụ này chủ yếu hoạt động dưới hình thức gửi thư điện tử thăm dò ý kiến khách hàng. Công cụ này yêu cầu phải trả các mức phí khác nhau tùy theo từng gói dịch vụ [6].

Mỗi hình thức trên về bản chất đều là ứng dụng công nghệ thông tin trong việc thu thập các thông tin, phản hồi, cảm nhận và đánh giá của khách hàng đối với hướng dẫn viên du lịch. Tùy theo khả năng, mỗi doanh nghiệp có thể xây dựng và chọn lọc gửi những mẫu bảng hỏi khác nhau phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Ngoài hình thức thăm dò nêu trên, thế giới hiện nay đã có mạng lưới các mạng xã hội nghề nghiệp (bao gồm cả lĩnh vực hướng dẫn du lịch) và các kênh truyền thông khác. Đây là những công cụ thể hiện bản thân của hướng dẫn viên du lịch khi tham gia trên thị trường lao động. Tuy nhiên, ở Việt Nam, hình thức này chưa được áp dụng rộng rãi và các doanh nghiệp lữ hành cũng ít sử dụng

* ThS., Trường Đại học Thương mại

mạng xã hội để kiểm chứng về chất lượng của hướng dẫn viên du lịch.

THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

Trên thế giới hiện nay, việc thu thập các dữ liệu đánh giá chất lượng của hướng dẫn viên du lịch sau quá trình phục vụ không còn là điều gì quá mới lạ. Hình thức phổ biến nhất mà các doanh nghiệp lữ hành trên thế giới thường áp dụng chính là tạo các mẫu văn bản thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng (feedback), sau đó gửi trực tiếp vào địa chỉ email của khách du lịch. Các phiếu này được tạo trên một số nền tảng, như: Google Forms, Survey Monkey, Survey Popups... dưới hình thức các mẫu thăm dò ý kiến. Chỉ sau vài nhấn chuột, toàn bộ các thông tin, đánh giá từ khách hàng sẽ được các công cụ trên thu thập và tiến hành phân tích, đưa ra những con số tính toán cụ thể về chất lượng của chương trình du lịch, bao gồm cả cảm nhận về chất lượng phục vụ của hướng dẫn viên du lịch của cả đoàn khách.

Tuy nhiên, hình thức này ở Việt Nam với đa phần các doanh nghiệp vẫn còn ít được áp dụng (thường đối với đoàn khách quốc tế tới thăm Việt Nam). Các doanh nghiệp khi muốn thu thập thông tin về hướng dẫn viên du lịch thường thông qua một số khâu cơ bản: những thông tin được chia sẻ trong cộng đồng hướng dẫn viên hoặc điều hành chương trình du lịch, phiếu đánh giá từ các chuyến đi trước (tuy nhiên, hình thức này những năm gần đây đã cho thấy sự không hiệu quả, bởi hình thức cả đoàn chỉ đánh giá thông qua 1 trưởng đoàn đại diện), qua hình thức tiếp xúc trực tiếp khi hướng dẫn viên du lịch tới nhận đoàn hoặc báo cáo kết quả chương trình du lịch... Bên cạnh đó, các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam luôn xây dựng một danh sách các thông tin về hướng dẫn viên du lịch cần thiết và phù hợp với loại chương trình du lịch của đơn vị mình cung ứng ra thị trường. Các danh sách này thường được lưu dưới dạng tệp (file) văn bản trên các phần mềm văn phòng, như: Microsoft Word hoặc Microsoft Excel. Nhưng theo thời gian, hình thức xây dựng danh sách như vậy cũng bộc lộ một số hạn chế nhất định,

đặc biệt trong việc phối hợp giữa các điều hành trong đơn vị khi cần thuê hướng dẫn viên du lịch tự do trong những thời gian cao điểm. Việc xây dựng các danh sách kể trên cũng có thể chưa cập nhật nhanh chóng, chính xác về khả năng phục vụ của hướng dẫn viên du lịch, mà dễ bị rơi vào sự đánh giá chủ quan của điều hành khi phối hợp cùng hướng dẫn viên du lịch trong một số chương trình du lịch.

Tại Việt Nam hiện nay đang tồn tại hình thức lưu trữ thông tin về hướng dẫn viên du lịch qua hệ thống Cơ sở dữ liệu trực tuyến Hướng dẫn viên du lịch (<https://huongdanvien.vn>). Đây là website của Tổng cục Du lịch - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đứng ra xây dựng với tổng số hướng dẫn viên du lịch hiện có là gần 26.600 hướng dẫn viên được cấp thẻ hành nghề hợp pháp, với đủ các vị trí: hướng dẫn viên du lịch quốc tế, hướng dẫn viên du lịch nội địa và hướng dẫn viên du lịch tại điểm. Trong cơ sở dữ liệu này có mục tra cứu thông tin hướng dẫn viên du lịch với các thông tin: loại thẻ hành nghề, mã số thẻ, nơi cấp thẻ, ngoại ngữ của hướng dẫn viên (đối với thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế), kinh nghiệm tính đến ngày cấp thẻ [8].

Tuy nhiên, các thông tin này vẫn là chưa đủ để đánh giá được một cách cụ thể và bao quát về chất lượng của hướng dẫn viên du lịch; chủ yếu mới chỉ tạo thuận lợi cho công tác thanh tra, kiểm tra hướng dẫn viên có thể hành nghề hợp pháp trong chương trình du lịch hay không. Trong khi đó, năm 2018, Hiệp hội Du lịch Việt Nam đã tiến hành thực hiện việc xếp hạng hướng dẫn viên du lịch Việt Nam theo 3 tiêu chí (Năng lực - chiếm 20% tổng số điểm; Kiến thức - chiếm 50% tổng số điểm; Kỹ năng - chiếm 30% tổng số điểm) [5]. Thế nhưng, các thông tin này vì nhiều lý do vẫn chưa được hiển thị trên Cơ sở dữ liệu trực tuyến Hướng dẫn viên du lịch.

Để mở rộng việc đánh giá chất lượng của hướng dẫn viên du lịch, đã xuất hiện mạng xã hội Oneguide (<https://oneguide.com.vn>). Mạng xã hội này hiện là ứng dụng kết nối hướng dẫn viên du lịch và doanh nghiệp lữ hành khá hiệu quả (hoạt động gần giống như nền tảng LinkedIn). Số lượng thành viên trên mạng xã hội này cũng khá đông đảo với hơn 23.000 hướng dẫn viên du lịch và hơn 2.600 doanh nghiệp lữ hành, cùng hàng ngàn doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch khác [10]. Đây là mạng xã hội dành riêng cho các hướng dẫn viên du lịch tham gia, chia sẻ và trao đổi về kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp. Mặc dù vậy, hình thức đánh giá dưới dạng bỏ phiếu bầu chọn (rate) hay bình luận (comment) dành cho hướng dẫn viên du lịch như với các điểm dịch vụ du lịch tại các trang, như: TripAdvisor, TripWolf... chưa có. Nội dung trên trang mạng xã hội này chủ yếu là đăng tải các hình ảnh, video clip... giới thiệu về hướng dẫn viên du lịch và một số chương trình, mà hướng dẫn viên du lịch đó đã tham gia, chưa thể hiện được cụ thể đánh giá chất lượng từ khách hàng đối với hướng dẫn viên du lịch đó ra sao.

Mặc dù vậy, vẫn cần phải nhìn nhận rằng: với sự gia tăng không ngừng của số lượng người sử dụng

internet (hay đúng hơn là sự hiện diện, xâm nhập ngày càng sâu của mạng internet trong mọi mặt của đời sống), cùng với xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin để tiết kiệm và nâng cao hiệu quả kinh doanh, việc đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch tại các doanh nghiệp lữ hành bằng các công cụ số sẽ ngày một phát triển.

KẾT LUẬN

Ứng dụng công nghệ thông tin trong đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam là việc làm phù hợp với xu thế phát triển của mạng toàn cầu hiện nay. Vì vậy, để có thể ứng dụng tốt công nghệ thông tin trong đánh giá chất lượng hướng dẫn viên, trước hết, đòi hỏi doanh nghiệp du lịch của Việt Nam cần phải có quan điểm xem trọng chất lượng hướng dẫn viên du lịch, từ đó sẽ có đầu tư xứng đáng cho đội ngũ này. Cụ thể như sau:

Thứ nhất là đổi mới cách thức thu thập phản hồi khách hàng từ các ứng dụng công nghệ để thu thập các dữ liệu về chất lượng hướng dẫn viên.

Thứ hai, cần định hướng cho các doanh nghiệp du lịch ưu tiên đầu tư cho công nghệ thông tin (bao gồm cả phần cứng và phần mềm), tăng cường quản lý và khai thác hiệu quả các dữ liệu trực tuyến. Điều này có nghĩa là, các doanh nghiệp du lịch cần có nền tảng vững chắc về công nghệ, đón đầu những ứng dụng của điện thoại thông minh, khai thác tối đa khả năng tương tác giữa khách hàng và doanh nghiệp qua nhiều giải pháp khác nhau. Các doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam cần được đầu tư mạnh mẽ và áp dụng các công

nghệ du lịch tiên tiến, đặc biệt là công nghệ thông tin và viễn thông vào việc thu thập các phản hồi về hướng dẫn viên trên các mạng xã hội.

Cuối cùng, để có được hiệu quả trong việc ứng dụng công nghệ thông tin cho đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch, cần phải đào tạo đội ngũ nhân viên thu thập và xử lý các dữ liệu (comment, review, feedback) về kỹ năng mềm, như: giao tiếp, ngoại ngữ... khi trả lời các phản hồi từ phía khách hàng và kỹ năng sử dụng công nghệ mới.

Công nghệ thông tin ngày càng phát triển, con người ngày càng có khả năng tiếp cận, nắm bắt một cách nhanh chóng, chính xác về chất lượng của các chương trình du lịch (mà chất lượng phục vụ của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch cũng là một trong những yếu tố cấu thành). Thông qua việc đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch thuận tiện và khách quan, các hướng dẫn viên du lịch sẽ có thêm động lực để ngày càng hoàn thiện kiến thức, kỹ năng chuyên môn để đáp ứng những đòi hỏi ngày càng cao từ thị trường khách du lịch. Các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam cũng có thêm công cụ hiệu quả để góp phần xây dựng và củng cố một mạng lưới hướng dẫn viên du lịch có chất lượng cao, phục vụ tốt nhất cho công việc kinh doanh trong tương lai. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ (2018). *Quyết định số 1671/QĐ-TTg, ngày 30/11/2018 phê duyệt Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025*
2. Nguyễn Hồng Ngọc (2014). *Một số vấn đề về số hóa tài liệu tại Việt Nam*, Trung tâm học liệu - Đại học Thái Nguyên
3. Bùi Thanh Thủy (2010). *Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch* (Giáo trình dành cho sinh viên đại học và cao đẳng ngành Du lịch), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội
4. Đào Thị Thanh Thủy, Nguyễn Hải Đăng (2018). *Giáo trình Khoa học quản lý*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội
5. Phương Nhi (2018). *Hướng dẫn viên du lịch Việt Nam sẽ được xếp hạng*, truy cập từ <http://baodulich.net.vn/Huong-dan-vien-du-lich-Viet-Nam-se-duoc-xep-hang-2405-16843.html>
6. <http://ww7.esurveypro.com/>
7. https://www.google.com/intl/vi_VN/forms/about/
8. <http://www.huongdanvien.vn/index.php/guide/cat/05>
9. <https://ksvpro.vn>
10. <https://oneguide.com.vn>
11. <https://surveymonkey.com>
12. <https://surveypopups.com>
13. Scott Brennen, Daniel Kress (2014). *Digitalization and Digitization*, access to <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-anddigitization/>
14. Thomas Pyzdek (2003). *Quality Engineering Handbook*, Center for Quality and Applied Statistics, Rochester Institute of Technology, New York, USA