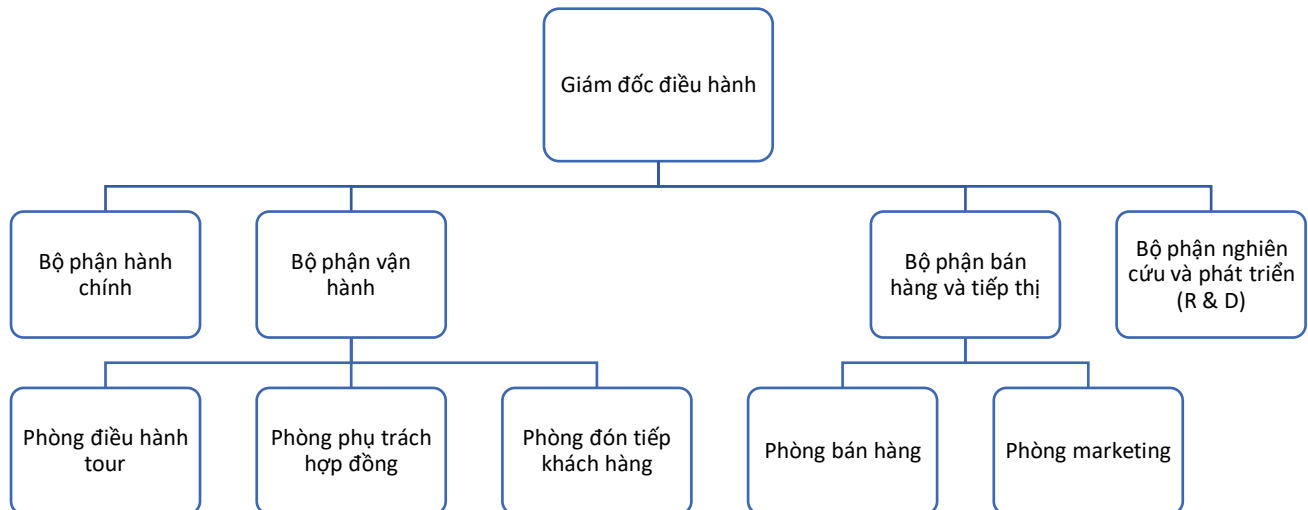


Cơ cấu tổ chức điển hình của các công ty du lịch thường được chia thành bốn bộ phận, bao gồm bộ phận hành chính, bộ phận bán hàng và tiếp thị, bộ phận vận hành và bộ phận nghiên cứu và phát triển.



Sơ đồ đại diện cơ cấu tổ chức điển hình của các cơ quan du lịch và lữ hành vừa / lớn

- **Giám đốc/ Ban điều hành:** là nơi các giám đốc điều hành và quản lý cấp cao nhất phối hợp và kiểm soát tất cả các hoạt động. Ngoài ra, tất cả các quyết định kinh doanh quan trọng, bao gồm chiến lược, tài chính, hoạt động, chính sách, v.v., được đưa ra thống nhất trong nhóm điều hành cấp cao này trước khi được áp dụng trong toàn bộ công ty.
- **Bộ phận hành chính:** Bộ phận này có thể bao gồm một số phòng ban, bao gồm hành chính, kế toán, quản lý tài chính và quản lý nhân sự. Đối với nhiều công ty vừa và nhỏ, các chức năng này có thể được thực hiện bởi một số ít các nhân viên. Các nhân viên có thể được yêu cầu phụ trách nhiều nhiệm vụ khác nhau cùng một lúc. Ví dụ, kế toán của công ty cũng có thể là người xử lý các hoạt động hành chính khác tại văn phòng.
- **Bộ phận vận hành:** Bộ phận này có thể được coi là trái tim của các công ty du lịch, nơi tất cả các hoạt động đều liên quan đến việc cung cấp các sản phẩm du lịch. Trong bộ phận này có một phòng/ban phụ trách vận hành, phòng phụ trách hợp đồng và phòng đón tiếp khách hàng.
 - **Phòng điều hành tour du lịch hoặc phòng dự án:** chịu trách nhiệm về triển khai các

sản phẩm và dịch vụ. Các chức năng của phòng này bao gồm lập kế hoạch chuyến đi, điều hành tour du lịch, xử lý tất cả các tác vụ đặt phòng và các khâu chuẩn bị khác cho các sản phẩm / dịch vụ để sẵn sàng cung cấp cho khách hàng.

- ***Phòng phụ trách hợp đồng:*** Bộ phận này chịu trách nhiệm quản lý và duy trì mối quan hệ với các đối tác kinh doanh và nhà cung cấp dịch vụ như khách sạn, đối tác vận tải, cộng tác viên v.v., nơi diễn ra các chuyến đi và lưu trú.
- ***Phòng đón tiếp khách hàng (hoặc bộ phận lễ tân):*** đây là phòng ban thực hiện nhiệm vụ trung gian, kết nối nhu cầu của người tiêu dùng cuối với các nhà cung cấp dịch vụ như hãng hàng không, khách sạn, các công ty vận tải khác, v.v.

➤ **Bộ phận bán hàng và tiếp thị:** Ở một số công ty, bộ phận này có thể được chia thành hai bộ phận riêng biệt. Tất cả các hoạt động nhằm quảng cáo và tiếp thị hàng hóa và dịch vụ, cũng như hoạt động nhằm nghiên cứu thị trường, đều được thực hiện bởi bộ phận này.

- ***Phòng bán hàng:*** chịu trách nhiệm bán sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng. Thêm vào đó, nhiệm vụ chính của bộ phận này là quản lý mối quan hệ với các khách hàng tiềm năng và hiện tại và cung cấp các giải pháp cho khách hàng cuối cùng dẫn đến việc bán hàng. Công việc của bộ phận này không dừng lại khi khách hàng đã đặt chuyến đi. Nhân viên bán hàng có thể được yêu cầu tiếp tục cung cấp dịch vụ khách hàng bằng cách theo dõi khách hàng sau khi bán hàng.
- ***Phòng tiếp thị:*** chịu trách nhiệm quảng bá và thu hút mọi người đến với thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp. Các nhà tiếp thị sử dụng kết quả từ nghiên cứu và phân tích thị trường để hiểu được nhu cầu của khách hàng tiềm năng. Từ đó, chiến dịch hoặc chiến lược tiếp thị có thể được phát triển một cách hiệu quả.
- Điều đáng nói là việc các công ty du lịch thuê các cá nhân chuyên về truyền thông và web đã trở nên phổ biến hơn, chẳng hạn như việc thuê ngoài các vị trí phát triển web, quản trị viên web, phân tích web, thiết kế đồ họa, v.v. Do việc sử dụng Internet ngày càng gia tăng và tác động của đại dịch COVID-19, việc quảng bá và bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch đã và đang có sự chuyển dịch đáng kể sang các nội dung kỹ thuật số. Nhiều doanh nghiệp đã quan tâm nhiều hơn đến lĩnh vực CNTT để tiếp cận và tăng cường truyền thông với người tiêu dùng. Những nhiệm vụ này cũng có thể được thuê ngoài cho các nhà thầu độc lập hoặc các chuyên gia được tuyển dụng bởi các doanh

nghiệp chuyên ngành.

- **Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển (R &D):** chịu trách nhiệm tạo ra các sản phẩm / dịch vụ mới hoặc nâng cao / cải tiến các sản phẩm và dịch vụ hiện có để duy trì lợi thế cạnh tranh của công ty. Đối với một số công ty, bộ phận này có thể được kết hợp với bộ phận vận hành hoặc kết hợp một phần với bộ phận tiếp thị. Trong nhiều cuộc phỏng vấn trực tiếp, nhiều công ty đã đề cập đến tầm quan trọng của phân tích dữ liệu thị trường và sáng tạo nội dung trong quá trình phát triển sản phẩm. Ngành du lịch là 1 lĩnh vực có tính cạnh tranh cao và tốc độ thay đổi nhanh theo nhu cầu của người tiêu dùng. Do đó, để phát triển các sản phẩm dịch vụ hấp dẫn hơn, các công ty du lịch cần hiểu rõ diễn biến thị trường, sự thay đổi của môi trường xã hội cũng như nhu cầu của người tiêu dùng.