

SỞ LAO ĐỘNG - THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI HÀ NỘI
TRƯỜNG TRUNG CẤP CÔNG NGHỆ VÀ DU LỊCH HÀ NỘI



GIÁO TRÌNH
MÔN ĐƠN: TỔ CHỨC SỰ KIỆN
NGHỀ: HƯỚNG DẪN DU LỊCH
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-CNDL ngày 03 tháng 06 năm 2019
của Hiệu trưởng Trường Trung cấp Công nghệ và Du lịch Hà Nội)*

Hà Nội, năm 2019

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

LỜI NÓI ĐẦU

Tổ chức sự kiện – một ngành còn khá mới với nước ta, tuy nhiên tổ chức sự kiện đã có mặt ở Việt Nam từ rất sớm nhưng nó không thành một nghề cụ thể trong xã hội, mà chỉ tồn tại tự phát, tản mạn trong dân gian và theo cách làm nhỏ lẻ, mang tính kinh nghiệm, thủ công. Những năm gần đây, hoạt động Tổ chức sự kiện ở nước ta đã và đang có những bước tiến đáng kể và ngày càng phát triển sôi động, đa dạng và dần bắt kịp với các xu thế phát triển của ngành. Tổ chức sự kiện đang dần trở thành một ngành dịch vụ lớn, chuyên nghiệp và có tính đặc thù riêng biệt. Để có thể có thể phát triển toàn diện hơn nữa về ngành đòi hỏi cần có đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn cao, năng động, sáng tạo và chủ động phục vụ trong lĩnh vực này. Việc phát triển chuyên nghiệp và có hệ thống ngành dịch vụ Tổ chức sự kiện đi kèm với quảng bá hình ảnh có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của các ngành kinh tế mở như hiện nay.

Đây là tài liệu phục vụ cho giảng dạy và học tập của giáo viên và học sinh, sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Giáo trình Tổ chức sự kiện cung cấp kiến thức bổ trợ trong lĩnh vực quản lý tổ chức sự kiện ngành Du

lịch và các ngành có liên quan như xây dựng chương trình tổ chức tiệc, tổ chức hội thảo – hội nghị và giới thiệu – quảng bá sản phẩm. Giáo trình “Tổ chức sự kiện” được biên soạn theo đề cương chi tiết và chương trình khung của Trường Trung cấp Công nghệ và Du lịch Hà Nội, gồm 5 bài:

Bài 1: Tìm hiểu về Tổ chức sự kiện

Bài 2: Kỹ năng trong tổ chức tổ chức sự kiện

Bài 3: Tổ chức sự kiện

Bài 4: Tổ chức Hội thảo – Hội nghị

Bài 5: Tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm

Để biên soạn được cuốn giáo trình này, tác giả đã kết hợp nghiên cứu và kế thừa từ rất nhiều tài liệu khác nhau, đặc biệt là những kinh nghiệm thực tế của bản thân và đồng nghiệp trong quá trình công tác. Mặc dù đã cố gắng nhưng không tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô và bạn đọc để giáo trình ngày càng hoàn thiện hơn.

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

Biên soạn

Khoa Du lịch – Dịch vụ

MỤC LỤC

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN	2
LỜI NÓI ĐẦU	3
BÀI 1: TÌM HIỂU VỀ HOẠT ĐỘNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN	12
1.1. Tổng quan về sự kiện.....	12
1.1.1. Khái niệm về Sự kiện	12
1.1.2. Phân loại sự kiện	18
1.2. Tổng quan về tổ chức sự kiện	20
1.2.1. Khái niệm tổ chức sự kiện	20
1.2.2. Các hoạt động tác nghiệp cơ bản và phân loại tổ chức sự kiện.....	27
1.2.3. Tầm quan trọng	36
1.2.4. Quy trình tổ chức sự kiện	38
1.2.5. Các điều kiện ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện	59
1.2.6. Tài chính	71
HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH	78
BÀI 2: KỸ NĂNG TRONG TỔ CHỨC TỔ CHỨC SỰ KIẾN.....	88

2.1. Kỹ năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề.....	90
2.1.1. Khái niệm.....	90
2.1.2. Các nguyên tắc làm việc nhóm	90
2.1.3. Quy trình làm việc nhóm	95
2.1.4. Kỹ năng giải quyết vấn đề.	96
2.2. Kỹ năng lãnh đạo và ra quyết định	99
2.2.1. Kỹ năng lãnh đạo.....	99
2.2.2. Kỹ năng ra quyết định	101
2.3. Kỹ năng lập kế hoạch, quản lý thời gian và con người.	103
2.3.1. Khái niệm và ý nghĩa của lập kế hoạch.....	103
2.3.2. Kỹ năng quản lý con người.....	106
2.4. Kỹ năng thương lượng, đàm phán, thuyết phục	111
2.4.1. Kỹ năng thương lượng, đàm phán.....	111
2.4.2 Kỹ năng thuyết phục.....	118
2.5. Kỹ năng dự đoán và xử lý tình huống.....	123
2.5.1. Khái niệm:.....	123
2.5.2. Các mức độ đánh giá	124
2.6. Kỹ năng thuyết trình và nói trước đám đông.....	127
2.6.1. Khái niệm:.....	127

2.6.2. Các bước thuyết trình	128
PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH	131
CHƯƠNG 3: TỔ CHỨC TIỆC	142
3.1. Khái niệm.....	142
3.2. Phân loại:	143
3.3. Yêu cầu tổ chức Tiệc	144
3.4. Quy trình tổ chức.....	149
3.4.1. Tiệc tự chọn - Buffet	150
3.4.2. Tiệc Set Menu	171
HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH	177
CHƯƠNG 4: TỔ CHỨC HỘI THẢO – HỘI NGHỊ	185
4.1. Khái niệm.....	185
4.2. Phân loại.....	190
4.2.1. Phân loại hội thảo	190
4.2.2. Phân loại hội nghị.....	194
4.3. Yêu cầu tổ chức Hội thảo – Hội nghị.....	197
4.3.1. Xác định các vấn đề và mục đích tổ chức buổi hội thảo hội nghị.	198
4.3.2. Các thông tin cần thiết cho tổ chức hội nghị, hội thảo thành công.....	198

4.3.3. Truyền thông, quà tặng vấn đề quan trọng trong tổ chức hội nghị, hội thảo.	200
4.3.4. Nội dung và diễn giả.....	203
4.4. Quy trình tổ chức.....	204
4.4.1. Quy trình tổ chức hội thảo	204
4.4.2. Quy trình tổ chức hội nghị.....	210
4.5. Tài chính	214
4.6. Một số điều cần lưu ý khi tổ chức Hội thảo – hội nghị	214
HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH	218
BÀI 5: TỔ CHỨC GIỚI THIỆU – QUẢNG BÁ SẢN PHẨM.....	222
5.1. Khái niệm.....	222
5.2. Phân loại.....	226
5.2.1. PR – Quan hệ công chúng.....	227
5.2.2. Event – Sự kiện/ quan hệ công chúng	230
5.2.3. Sponsorsip – Tài trợ.....	232
5.2.4. Tiếp thị qua internet và di động - Internet and mobile marketing	234
5.2.5. Gửi thư trực tiếp - Direct Mail.....	235

5.2.6. Quảng bá bán hàng - Sales Promotion	236
5.2.7. Bán hàng cá nhân - Personal Selling.....	237
5.3. Yêu cầu	238
5.3.1. Xác định chủ đề và nội dung chính của buổi giới thiệu – quảng bá sản phẩm	238
5.3.2. Đội ngũ nhân lực phục vụ và thực hiện chương trình	239
5.3.3. Kinh phí tổ chức	239
5.3.5. Nội dung, diễn giả	240
5.3.6. Các thiết bị hỗ trợ và phiếu khảo sát.....	241
5.4. Quy trình tổ chức.....	241
5.4.1. Chuẩn bị:	241
5.4.2. Thực hiện chương trình	242
5.4.3. Kết thúc chương trình Giới thiệu – quảng bá sản phẩm.	243
5.5. Dự toán tài chính và một số điều cần lưu ý khi khi tổ chức quảng bá sản phẩm.....	243
HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH	247
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	251

GIÁO TRÌNH MÔ ĐUN

Tên mô đun: Tổ chức sự kiện

Mã mô đun: MĐ14

I. Vị trí, tính chất của mô đun

- Vị trí: được thực hiện sau các môn cơ sở ngành: Văn hóa ẩm thực, chuẩn bị nhà hàng, Tâm lý khách du lịch
- Tính chất: Là mô đun lý thuyết cơ sở bắt buộc,

II. Mục tiêu mô đun

- Về kiến thức
 - + Phân biệt được các loại tổ chức sự kiện
 - + Xác định được quy trình tổ chức một sự kiện: Lập kế hoạch tổ chức, triển khai thực hiện, kiểm tra giám sát, tổng kết đánh giá.
 - + Mô tả được quy trình tổ chức các loại hình sự kiện
 - + Nhận biết và đáp ứng được nhu cầu, thị hiếu của khách hàng.
- Về kỹ năng
 - + Xây dựng được các kế hoạch tổ chức sự kiện
 - + Tổ chức được sự kiện với chi phí hợp lý.

+ Thực hiện đúng quy trình tổ chức của các loại sự kiện

+ Giải quyết được các tình huống phức tạp phát sinh trong quá trình tổ chức sự kiện.

+ Thực hiện các công việc một cách an toàn, nhanh chóng và hiệu quả.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm: Tôn trọng ý kiến khách hàng, có trách nhiệm, linh hoạt, sáng tạo và tinh thần làm việc theo nhóm.

III. NỘI DUNG CHI TIẾT GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

BÀI 1: TÌM HIỂU VỀ HOẠT ĐỘNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Giới thiệu: Trong nội dung chương này, đề cập đến những kiến thức cơ bản về tổ chức sự kiện như khái niệm, phân loại, quy trình tổ chức sự kiện và các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức sự kiện.

Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được ý nghĩa của tổ chức sự kiện, các hoạt động tác nghiệp cơ bản của sự kiện, các thành phần tham gia trong sự kiện.

- Nêu được đặc điểm của hoạt động tổ chức sự kiện

- Liệt kê và phân loại được các loại sự kiện

- Trình bày được quy trình tổ chức sự kiện

- Trình bày các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện

I. PHẦN LÝ THUYẾT

1.1. Tổng quan về sự kiện

1.1.1. Khái niệm về Sự kiện

Tổ chức sự kiện là một khái niệm ngữ tương đối mới mẻ ở Việt Nam, vì vậy có rất nhiều cách hiểu khác

nhau về thuật ngữ này. Trước tiên, chúng ta sẽ tìm hiểu ý nghĩa của từ *sự kiện* theo cách tiếp cận liên quan đến dịch vụ tổ chức sự kiện.

Theo từ điển tiếng Việt: *Sự kiện* đó là sự việc có ý nghĩa quan trọng đang xảy ra, có ý nghĩa với đời sống cá nhân và xã hội.

Theo nghĩa phổ biến trong đời sống xã hội, thì *sự kiện* là một hiện tượng, hoặc một sự cố, biến cố mang tính chất bất thường xuất hiện. Ví dụ khi nói đến các sự kiện kinh tế tiêu biểu của Việt Nam trong năm người ta có thể đề cập đến: Việc tăng giá xăng dầu, khủng hoảng kinh tế, giảm giá chứng khoán, tình hình dịch bệnh Covid 19,...

Trong một số lĩnh vực khác nhau thì sự kiện còn có nghĩa khác nhau, cũng có những sự kiện mang tính tích cực, có sự kiện mang tính tiêu cực và với quy mô, tầm ảnh hưởng khác nhau.

Trong lĩnh vực tổ chức sự kiện hiện nay ở Việt Nam người ta thường quan niệm: sự kiện đó là các hoạt động diễn ra trong các lĩnh vực như Kinh tế, chính trị, thể thao, thương mại, giải trí, lễ hội, hội thảo, hội nghị... Tuy nhiên,

việc quan niệm hoạt động nào là “sự kiện” còn có nhiều cách hiểu khác nhau:

- Có người hiểu sự kiện theo nghĩa chỉ có những hoạt động mang tính xã hội cao, với quy mô lớn, có những ý nghĩa nhất định trong đời sống kinh tế xã hội (cả tỉnh cả nước, được các phương tiện truyền thông quan tâm và đưa tin) mới được xem là sự kiện. Ví dụ các sự kiện như: Bầu cử Đại hội đại biểu các cấp và Hội đồng nhân dân, Hội nghị thúc đẩy xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới đường bộ tỉnh Lào Cai, SEGAMES 32, cuộc thi hoa hậu hoàn vũ năm 2020,...

- Tuy nhiên, “sự kiện” được hiểu theo nghĩa gần với “sự việc” có nghĩa ngoài những sự kiện đương nhiên như cách hiểu nói trên, nó còn bao hàm cả những hoạt động thường mang ý nghĩa cá nhân, gia đình, hoặc cộng đồng hẹp trong đời sống xã hội thường ngày như: tang ma, đám cưới, sinh nhật, tiệc mời...

Dưới đây, là đoạn trích của một bài về tổ chức sự kiện ở một diễn đàn kinh doanh trên Internet nói về nghề tổ chức sự kiện để biết thêm một cách hiểu khác về “sự kiện”. /

Hộp thông tin 1.1. Tổ chức sự kiện là gì

Tổ chức sự kiện là gì?

Cái tên Ngô Kiến Huy, không còn xa lạ đối với các thế hệ trẻ 8X, 9X với những bài hát hót hít một thời. Ngoài khả năng ca hát Ngô Kiến Huy còn tham gia với vai trò MC (dẫn chương trình) của rất nhiều chương trình trên truyền hình và thực tế. Ca sĩ này đã gặt hái được nhiều giải thưởng trong sự nghiệp của mình như:

- Cánh diều vàng 2013: Nam diễn viên phụ xuất sắc nhất

- Mai Vàng lần thứ 22 – 2016

- Giải Mai Vàng lần thứ 23 – 2017: Nam diễn viên điện ảnh – truyền hình được yêu thích nhất. Top 10 nghệ sĩ của năm

- Giải Mai Vàng lần thứ 24 – 2018: Người dẫn chương trình được yêu thích nhất. Top 10 nghệ sĩ của năm

- Mai Vàng lần thứ 25 – 2019: MV ca nhạc được yêu thích nhất

- Mai Vàng lần thứ 26 – 2020: Người dẫn chương trình được yêu thích nhất

Những công ty tổ chức sự kiện ở Việt Nam hiện nay cũng làm cả những công việc như thế. Khi nói đến tổ chức

sự kiện, người ta thường nghĩ đến công tác tổ chức các sự kiện quy mô như Thế vận hội Olympics, World Cup, SEA Games, Lễ trao giải điện ảnh Oscar hoặc Lễ hội Sài Gòn 300 năm, Festival Huế. Trên thực tế, dịch vụ này rất đa dạng, từ việc sắp xếp tổ chức một hội chợ triển lãm, hội thảo chuyên đề, lễ động thổ, lễ khánh thành, đến các buổi tiệc chiêu đãi, họp mặt đại lý, ra mắt sản phẩm và nhiều hoạt động khác.

Rất nhiều công ty, đặc biệt là các tập đoàn lớn nước ngoài, xem việc quảng bá thương hiệu và tên tuổi công ty thông qua các hoạt động tổ chức sự kiện là một công cụ cần thiết và hiệu quả để thực hiện chiến lược kinh doanh và tiếp thị của mình. Chẳng hạn, mới đây hãng nước ngọt Coca Cola sẵn sàng bỏ ra một khoản ngân sách lớn để vận động và tổ chức đưa Cúp vàng FIFA đến với người hâm mộ Việt Nam. Hay như một tập đoàn xe hơi nổi tiếng dám chi vài chục ngàn đô-la Mỹ chỉ để giới thiệu một loại xe hơi mới. Còn một công ty máy in thì "chơi đẹp" bằng cách mời cả ngàn khách hàng và đại lý của mình vui chơi cả ngày tại Saigon Water Park.

(theo <http://35express.org>)

- Với cách hiểu như trích dẫn nói trên, thì “*sự kiện*” chủ yếu là các hoạt động liên quan đến hoạt động thương mại, marketing của các doanh nghiệp như: hội thảo, hội nghị, khai trương, giới thiệu sản phẩm, hội chợ, triển lãm... Ngay cả một số công ty có dịch vụ tổ chức sự kiện hiện nay ở Việt Nam, trong phần giới thiệu các sản phẩm về “tổ chức sự kiện” của mình cũng chỉ tập trung trong những nội dung này mà ít quan tâm đề cập đến các lĩnh vực xã hội và đời sống thường ngày khác.

Trong các cách hiểu trên, “*sự kiện*” mới tiếp cận ở một số lĩnh vực, trong một phạm vi nhất định. Với sự phát triển của nghề “tổ chức sự kiện” nếu chỉ tiếp cận theo một trong ba hướng trên sẽ không đủ.

Theo tác giả, cách tiếp cận về “*sự kiện*” trong lĩnh vực này cần căn cứ vào những đặc trưng về mô tả của nghề, các hoạt động cơ bản của nghề tổ chức sự kiện đã được thừa nhận và mang tính phổ biến trên thế giới. Với quan điểm này, nên hiểu “sự kiện” dựa trên nghĩa “tổ chức sự kiện” tương ứng với event management - trong tiếng Anh. Cách hiểu này là hợp lý, vì khi nghiên cứu thuật ngữ này từ các ngôn ngữ phổ biến khác như tiếng Pháp, Đức, Italia, Hà Lan... đều mượn từ gốc event management (trừ tiếng Tây

Ban Nha là *gestión de eventos*). Ở các nước phát triển lĩnh vực này đã trở thành một nghề, một ngành công nghiệp dịch vụ đặc thù, họ đã có hệ thống lý luận về nghề nghiệp tương đối đầy đủ và chặt chẽ.

Như vậy, *Sự kiện đó là các hoạt động xã hội trong lĩnh vực thương mại, kinh doanh, giải trí, thể thao, hội thảo, hội nghị, giao tiếp xã hội, các trò chơi cộng đồng, và các hoạt động khác liên quan đến lễ hội, văn hóa, phong tục - tập quán...*

1.1.2. Phân loại sự kiện

Theo tiếng Anh, sự kiện (event) bao hàm các lĩnh vực khá rộng như:

- + Business event: Các sự kiện liên quan đến kinh doanh
- + Corporate events: Các sự kiện liên quan đến doanh nghiệp, ví dụ: lễ kỷ niệm ngày thành lập công ty, hội nghị khách hàng...
- + Fundraising events: Sự kiện nhằm mục đích gây quỹ
- + Exhibitions: Triển lãm
- + Trade fairs: Hội chợ thương mại

- + Entertainment events: Sự kiện mang tính chất giải trí
- + Concerts/live performances: Hoà nhạc, biểu diễn trực tiếp
- + Festive events: Lễ hội, liên hoan
- + Government events: Sự kiện của các cơ quan nhà nước
- + Meetings: Họp hành, gặp giao lưu
- + Seminars: Hội thảo chuyên đề
- + Workshops: Bán hàng
- + Conferences: Hội thảo
- + Conventions: Hội nghị
- + Social and cultural events: Sự kiện về văn hoá, xã hội
- + Sporting events: Sự kiện trong lĩnh vực thể thao
- + Marketing events: Sự kiện liên quan tới marketing
- + Promotional events: Sự kiện kết hợp khuyến mãi, xúc tiến thương mại
- + Brand and product launches: Sự kiện liên quan đến thương hiệu, sản phẩm...

Theo từ điển Tiếng Việt: Sự kiện đó là sự việc có ý nghĩa quan trọng đang xảy ra, có ý nghĩa với đời sống xã hội. Với cách hiểu này, trong đời sống xã hội hàng ngày có rất nhiều các hoạt động quan trọng cần ghi nhớ và cần được đánh dấu mốc quan trọng như:

+ Lễ ăn hỏi – đám cưới

+ Mừng thọ

+ Tang ma

+ Khai trương

+ Ngày kỉ niệm

+ Hội họp

+ Hội nghị

+ Hội thảo

+ Tiệc

+ Lễ mít ting,.....

1.2. Tổng quan về tổ chức sự kiện

1.2.1. Khái niệm tổ chức sự kiện

a. Khái niệm

Theo quan điểm về hoạt động tổ chức sự kiện (event management) là các hoạt động liên quan đến việc thiết kế, tổ chức thực hiện sự kiện.

Theo quan điểm kinh doanh tổ chức sự kiện bao gồm một số hoặc toàn bộ các hoạt động từ việc thiết kế (design), triển khai (execution) đến kiểm soát (control) các hoạt động của sự kiện nhằm đạt được các mục tiêu nhất định mà sự kiện đã đề ra.

Qua nghiên cứu hoạt động tổ chức sự kiện hiện nay ở Việt Nam, cũng thấy rằng tổ chức sự kiện cũng bao gồm các hoạt động như nghiên cứu sự kiện; lập kế hoạch, chương trình cho sự kiện; điều hành các diễn biến của sự kiện; kết thúc sự kiện...



Hình 1.1. Tổ chức hội nghị - hội thảo tại khách sạn

Từ những cách tiếp cận đã đề cập nêu trên, có thể khái quát: *Tổ chức sự kiện là một quá trình bao gồm một số hoặc toàn bộ các công việc: nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng; lập chương trình, kế hoạch; chuẩn bị các yếu tố cần thiết; và tổ chức tiến hành diễn biến của sự kiện trong một thời gian và không gian cụ thể để truyền đạt những thông điệp nhất định đến những người tham gia sự kiện và xã hội; nhằm đáp ứng các mục đích khác nhau của các chủ thể tham gia vào sự kiện.*

b. Đặc điểm của Tổ chức sự kiện

Từ cách hiểu cách hiểu trên, tổ chức sự kiện là một loại hình kinh doanh dịch vụ, rất đa dạng phong phú do đó nó vừa chịu sự chi phối của đặc điểm kinh doanh dịch vụ nói chung vừa mang đặc điểm riêng biệt của nghề tổ chức sự kiện. Với cách tiếp cận trên ta có thể xác định được những đặc điểm cơ bản trong kinh doanh tổ chức sự kiện như sau:

*** Đặc điểm về sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện**

Đặc điểm cơ bản nhất về sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện là: *Sản phẩm của tổ chức sự kiện mang tính*

tổng hợp cao, nó là sự kết hợp giữa hàng hoá và dịch vụ trong đó dịch vụ chiếm tỷ trọng đa số.

Tính tổng hợp thể hiện ở chỗ: tổ chức sự kiện cần đến dịch vụ của rất nhiều ngành nghề khác nhau như: vận chuyển, lưu trú, ăn uống, giải trí, biểu diễn, in ấn, an ninh, xây dựng, thiết kế... nên nó mang tính dịch vụ rõ rệt. Cần lưu ý trong sản phẩm của tổ chức sự kiện cũng có những yếu tố hàng hóa (hữu hình) nhất định, như các sản phẩm vật chất; thức ăn, đồ uống... vì vậy nếu chỉ nói sản phẩm của tổ chức sự kiện là dịch vụ sẽ không hoàn toàn chính xác mà phải nói dịch vụ chiếm tỷ trọng đa số.

Từ đặc điểm cơ bản nói trên, mà sản phẩm của các tổ chức sự kiện thường có các đặc điểm phổ biến của dịch vụ như:

- Sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện không lưu kho
- cất trữ, không vận chuyển được.
- Thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng thường trùng nhau. Đánh giá chất lượng sự kiện chỉ có thể thực hiện một cách chính xác sau khi sự kiện đã được tiến hành.
- Khách thường mua sản phẩm của nhà tổ chức sự kiện trước khi nhìn thấy (hoặc tiêu dùng) nó.

- Sản phẩm không bao giờ lặp đi, lặp lại; mỗi một sản phẩm (sự kiện) gắn liền với một không gian và thời gian; gắn liền với nhà tổ chức sự kiện nhà đầu tư sự kiện trong việc phối hợp tạo ra nó.

**** Đặc điểm về lao động***

Lao động trong tổ chức sự kiện có các đặc điểm cơ bản như:

- Lao động trong tổ chức sự kiện đòi hỏi tính chuyên môn hóa cao và đa dạng về ngành nghề, công việc, máy móc khó có thể thay thế con người. Lao động trong tổ chức sự kiện là lao động dịch vụ đặc thù, rất khó tự động hoá và cơ giới hoá. Trong thực tế mỗi nghiệp vụ trong tổ chức sự kiện đòi hỏi số lượng nhân viên có chuyên môn phù hợp. Do mục tiêu của các sự kiện đặt ra rất cao, vì vậy tính chuyên môn hóa mới có thể đạt được kết quả trong các công việc của tổ chức sự kiện.



Hình 1.2. Nhân sự trong tổ chức sự kiện

- Tính tổ chức, khả năng phối hợp công việc của các bộ phận trong một sự kiện đòi hỏi phải đồng bộ, nhịp nhàng nhằm đảm bảo các mục tiêu của sự kiện. Tổ chức sự kiện là sự hỗn hợp của những loại hình kinh doanh khác nhau, thực hiện những chức năng khác nhau, có kiến thức, quan điểm khác nhau. Tất cả các bộ phận quản lý và nhân viên tham gia tổ chức sự kiện đều phải cùng mục tiêu mang lại thành công chung cho sự kiện. Do vậy, cần phải có sự hợp tác một cách nhịp nhàng và đồng bộ giữa các bộ phận. Cường độ

làm việc tương đối nặng (về mặt trí óc), mang tính sự vụ, phụ thuộc rất nhiều vào tiến độ, kế hoạch của sự kiện.

- Lao động trong tổ chức sự kiện phải chịu một sức ép tâm lý tương đối lớn. Họ phải chịu sự chi phối của kế hoạch tiến độ, mặt khác lại đòi hỏi sự năng động sáng tạo (hai đòi hỏi hơi trái ngược nhau); mặt khác do đặc tính lao động dịch vụ nên phải giao tiếp với rất nhiều đối tượng khác nhau, lại có yêu cầu luôn phải có thái độ vui vẻ, chuẩn mực trong công việc.

**** Đặc điểm về vị trí và cơ sở vật chất kỹ thuật trong tổ chức sự kiện***

Vị trí và cơ sở vật chất kỹ thuật trong tổ chức sự kiện rất đa dạng phong phú, chúng có những yêu cầu đặc thù cho từng loại hình và quy mô của các sự kiện cụ thể.

**** Đặc điểm về hoạt động***

Tính tổ chức, khả năng phối hợp công việc của các bộ phận trong tổ chức sự kiện đòi hỏi phải đồng bộ, nhịp nhàng với mục tiêu phục vụ khách với chất lượng cao nhất nhằm đáp ứng những yêu cầu, đòi hỏi của khách.

1.2.2. Các hoạt động tác nghiệp cơ bản và phân loại tổ chức sự kiện

a.. Các hoạt động tác nghiệp cơ bản,

Các công việc trong tổ chức sự kiện có thể đề cập một cách cụ thể hơn, bao gồm:

1. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng, liên quan đến sự kiện;
2. Hình thành chủ đề, lập chương trình và kế hoạch tổng thể cho sự kiện;
3. Chuẩn bị tổ chức sự kiện;
4. Tổ chức đón tiếp và khai mạc sự kiện;
5. Tổ chức điều hành các diễn biến chính của sự kiện;
6. Tổ chức phục vụ ăn uống trong sự kiện;
7. Tổ chức phục vụ lưu trú, vận chuyển trong sự kiện;
8. Tổ chức thực hiện các hoạt động phụ trợ trong sự kiện;
9. Kết thúc sự kiện và giải quyết các công việc sau sự kiện;

10. Xúc tiến và quảng bá sự kiện;
11. Quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ sự kiện;
12. Quản trị tài chính trong tổ chức sự kiện;
13. Dự phòng và giải quyết các sự cố trong tổ chức sự kiện;
14. Chăm sóc khách hàng;
15. Đảm bảo vệ sinh, an toàn, và an ninh trong quá trình tổ chức sự kiện...

b. Phân loại tổ chức sự kiện

Sự kiện trong đời sống, xã hội có rất nhiều hoạt động khác nhau như lĩnh vực thương mại, giải trí, thể thao, hội thảo, hội nghị, giao tiếp xã hội, các trò chơi cộng đồng, và các hoạt động xã hội khác liên quan đến lễ hội, văn hóa, phong tục- tập quán... có thể thấy sự kiện rất đa dạng phong phú về hình thức cũng như nội dung.

Trong quá trình nghiên cứu, học tập cũng như trong thực tế hoạt động kinh doanh dịch vụ tổ chức sự kiện đòi hỏi phải phân loại sự kiện thành những nhóm khác nhau, với mỗi nhóm sự kiện được phân loại theo những tiêu chí nhất

định được gọi là một loại hình sự kiện. Các tiêu chí được sử dụng phổ biến trong phân loại sự kiện bao gồm:

- Quy mô, lãnh thổ
- Thời gian
- Hình thức và mục đích sự kiện

a. Theo quy mô, lãnh thổ

Quy mô của sự kiện là một tiêu chí định lượng, tuy nhiên không chỉ dựa vào số lượng người tham gia, hay quy mô của không gian tổ chức sự kiện để phân loại mà còn phải dựa vào mức độ ảnh hưởng của sự kiện để xác định quy mô (vì có những sự kiện ở một xã có rất nhiều người tham gia, được tổ chức ở sân vận động xã nhưng cũng không thể gọi là sự kiện lớn được)

- Sự kiện lớn: Là những sự kiện có mức độ ảnh hưởng lớn ở phạm vi quốc gia, quốc tế, thường có sự tham gia của nhiều người, thời gian tổ chức sự kiện khá dài, nội dung hoạt động đa dạng, phong phú. Ví dụ: Lễ hội chùa Hương, SEAGAMES 31, hội nghị thượng đỉnh các nước ASEAN, Hoa hậu Thế giới (Miss World 2022)

- Sự kiện nhỏ: Là những sự kiện có mức độ ảnh hưởng hẹp (thường giới hạn trong phạm vi một tổ chức

doanh nghiệp hoặc gia đình), thường có sự tham gia của ít người, thời gian tổ chức sự kiện khá ngắn, nội dung hoạt động ít... Ví dụ: hội nghị tổng kết của công ty Hà Sơn, đám cưới của anh Nguyễn Văn B, một cuộc họp lớp kỉ niệm 15 năm ra trường của lớp 10A10 – Trường THPT số 1 Thành phố Lào Cai,...

Với cách tiếp cận này còn có thể đưa ra một mức độ trung gian giữa sự kiện lớn và sự kiện nhỏ đó là những sự kiện vừa (trung bình).

Theo lãnh thổ có thể chia thành: sự kiện địa phương (lễ kỷ niệm 110 năm du lịch SaPa), sự kiện của một vùng (lễ hội công chiêng ở Tây Nguyên), sự kiện quốc gia (Đại hội thể dục thể thao toàn quốc lần thứ 9 tổ chức tại Quảng Ninh...), sự kiện quốc tế (Lễ hội thể dục thể thao Olympic 2021 hay Seagames 31...)

b. Theo thời gian

Tiêu chí thời gian có thể căn cứ theo độ dài thời gian hoặc tính thời vụ.

- Theo độ dài thời gian, căn cứ vào thời gian diễn ra sự kiện có thể chia thành: Sự kiện dài ngày, sự kiện ngắn ngày.

- Theo tính mùa vụ có thể chia thành: Sự kiện thường niên- diễn ra vào các năm thường vào những thời điểm nhất định như (Hội nghị tổng kết, lễ báo công, hội nghị khách hàng thường niên, họp đồng hương đầu năm/ cuối năm, các lễ hội thường niên...); Sự kiện không thường niên: không mang tính quy luật, không có hiện tượng lặp lại ở các năm (ví dụ: lễ khai trương cửa hàng, hội thảo du học Lào, triển lãm hàng nông nghiệp tỉnh Lào Cai,...)

c. Theo hình thức và mục đích

Đây là cách phân loại phổ biến có ý nghĩa trong nghiệp vụ tổ chức sự kiện. Vì hình thức tổ chức sự kiện thường phụ thuộc vào mục đích sự kiện nên nó thường đi liền với nhau. Có nhiều cách phân loại khác nhau, tuy nhiên trong nội dung giáo trình này, tác giả đưa ra các nhóm sự kiện như sau:

- ***Sự kiện kinh doanh***: là những sự kiện có liên quan đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

+ Sự kiện kinh doanh (Business event)

+ Các ngày lễ của doanh nghiệp (Corporate events):

Như kỷ niệm ngày sinh nhật, ngày truyền thống của công ty...

- + Sự kiện gây quỹ (Fundraising events)
- + Triển lãm (Exhibitions)
- + Hội chợ thương mại (Trade fairs)
- + Sự kiện liên quan đến bán hàng (Workshops)
- + Sự kiện liên quan tới marketing (Marketing events)
- + Sự kiện kết hợp khuyến mãi, xúc tiến thương mại (Promotional events)
 - + Sự kiện giới thiệu thương hiệu, sản phẩm (Brand and product launches)
 - + Hội nghị khách hàng, giao lưu, gặp gỡ (Customers Meetings; Customers Conferences, Conventions)
 - + Các loại hội nghị thường niên: tổng kết các kỳ, đại hội cổ đông...
 - + Lễ khai trương, khánh thành, động thổ...
 - + Các sự kiện khác liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- **Sự kiện giáo dục, khoa học:** Đó là những sự kiện liên quan đến giáo dục, khoa học như.

+ Hội thảo, hội nghị (Education/ Training Meetings; Seminars, Conferences, Conventions) về văn hóa giáo dục: diễn thuyết, chuyên đề, hội thảo du học,...

+ Liên hoan, hội giảng, các cuộc thi: Hội giảng giáo viên dạy giỏi, thi học sinh giỏi, hội thi kỹ năng Nghề giỏi, gặp mặt sinh viên xuất sắc.

+ Các trò chơi (game show) mang tính giáo dục: Đường lên đỉnh Olympia, Robocon,...

- ***Sự kiện văn hóa truyền thống***: Liên quan đến văn hóa, truyền thống, tôn giáo- tín ngưỡng và phong tục tập quán, bao gồm:

+ Lễ hội truyền thống (Traditional festival events)

+ Cưới hỏi

+ Ma chay

+ Mừng thọ

+ Sinh nhật

+ Sự kiện văn hóa xã hội (Social and cultural events)

+ Giao lưu văn hóa

+ Các lễ kỷ niệm truyền thống khác: như họp đồng hương, kỷ niệm ngày thành lập, lễ kỉ niệm ngày cưới,...

- Sự kiện âm nhạc, nghệ thuật, giải trí:

- + Sự kiện giải trí (Entertainment events)
- + Hội thi nghệ thuật (ví dụ: liên hoan tiếng hát học sinh- sinh viên, hội diễn sân khấu chuyên nghiệp...)
- + Các buổi công diễn, live show
- + Lễ hội (Festive events)
- + Triển lãm nghệ thuật
- + Biểu diễn nghệ thuật
- + Khai trương, giới thiệu, ra mắt album mới, ban nhạc.
- + Biểu diễn từ thiện, biểu diễn đánh bóng tên tuổi, tạp kỹ...

- Sự kiện thể thao:

- + Thi đấu
- + Hội thi, hội khỏe...
- + Đón tiếp, chào mừng, báo công, tiễn đoàn...
- + Giao lưu thể thao

- Sự kiện chính thống: Sự kiện của nhà nước (Government events): Loại sự kiện thường có những chuẩn

mục và quy tắc riêng, chủ đầu tư sự kiện chính là các cơ quan nhà nước.

- + Tổng kết; Khen thưởng, tuyên dương
- + Phát động phong trào
- + Hội thảo, hội nghị...
- + Họp báo; Hội nghị hiệp thương
- + Đón tiễn...

- ***Sự kiện truyền thông***: là các sự kiện có tính truyền thông cao, thường do một hay nhiều cơ quan truyền thông báo chí là chủ đầu tư sự kiện, hoặc có sự tham gia của các cơ quan truyền thông trong quá trình tiến hành sự kiện.

- + Lễ ghi nhận thương hiệu
- + Thu hút nhà tài trợ
- + Kỷ niệm
- + Gây quỹ
- + Phát động phong trào...
- + Họp báo, thông cáo báo chí...

Cần lưu ý, cách phân loại nói trên chỉ mang tính chất tương đối, trong thực tế một hình thức sự kiện có thể thuộc nhiều loại sự kiện khác nhau. Ví dụ: hội thảo, hội nghị...

Mặt khác với từng sự kiện cụ thể có thể cùng thuộc hai hay nhiều loại nói trên.

1.2.3. Tâm quan trọng

Hoạt động tổ chức sự kiện chuyên nghiệp mang lại nhiều lợi ích cho các bên tham gia vào sự kiện, đối với mỗi bên tham gia sự kiện có thể xem xét lợi ích theo những khía cạnh khác nhau. Đây chính là các vai trò cơ bản của tổ chức sự kiện. Ngoài ra, việc tìm hiểu vai trò của hoạt động tổ chức sự kiện với các thành phần tham gia sự kiện cũng chính là nghiên cứu những tác động của sự kiện đến các đối tượng này.

Hoạt động tổ chức sự kiện đóng vai trò rất quan trọng đến sự phát triển và quảng bá thương hiệu của doanh nghiệp cũng như khẳng định sự uy tín cũng như cung ứng đầy đủ các dịch vụ của ngành.

Khi một sự kiện diễn ra, nó đều có những tác động nhất định đến đời sống kinh tế xã hội nó còn có những tác động, ảnh hưởng rất lớn đến đời sống xã hội.. Riêng đối với lĩnh vực du lịch, do mối quan hệ chặt chẽ của sự kiện với du lịch đặc biệt là du lịch MICE. Việc tổ chức các sự kiện, đặc biệt là các sự kiện lớn có quy mô quốc gia, quốc tế sẽ có

những tác động rất lớn đến hoạt động xúc tiến du lịch. Qua các sự kiện không chỉ làm tăng số lượng khách mà còn kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu của khách. Một trong những thế mạnh của sự kiện là tạo ra sức hút về khách du lịch để hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực của thời vụ du lịch. Tại những điểm du lịch chịu ảnh hưởng rất lớn về tính thời vụ (ví dụ các điểm du lịch biển ở miền bắc Việt Nam) vào thời điểm ngoài vụ lượng khách du lịch rất ít, trong khi đó cơ sở vật chất và các điều kiện về cung du lịch lại dư thừa gây nên sự lãng phí rất lớn.

Tại các điểm du lịch có tính thời vụ cao này, vào thời điểm ngoài vụ nếu có điều kiện tổ chức các sự kiện như: các lễ hội văn hóa truyền thống, lễ hội thể thao, hội thảo, hội nghị... sẽ tiếp tục khai thác được lượng khách du lịch. Việc tạo ra các sự kiện mang tính chất truyền thống có thể còn phụ thuộc vào chiều dày lịch sử, văn hóa... Tuy nhiên có một số sự kiện mang tính hiện đại điều này sẽ tạo nên một lượng khách đáng kể đến với điểm du lịch. Một trong số những điểm du lịch biển khai thác tốt nhất việc tổ chức sự kiện và du lịch MICE. Trong thời gian tới, các điểm du lịch cần chú trọng quan tâm đến việc khai thác và tổ chức các sự kiện để khắc phục những tác động của thời vụ du lịch.

Việc tổ chức các sự kiện có thể nâng cao cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Đối với các sự kiện này, các chính phủ các tổ chức trong và ngoài nước sẽ có những đầu tư cho nơi tổ chức sự kiện xây dựng, nâng cấp hoàn thiện không chỉ là cơ sở hạ tầng về giao thông, thông tin liên lạc mà còn đầu tư phát triển các cơ sở cung ứng du lịch.

Ngoài ra, khi sự kiện sắp diễn ra, do kỳ vọng lượng khách đến tham gia sự kiện và do những tác động tích cực của việc tổ chức sự kiện đến xúc tiến du lịch các cơ sở kinh doanh du lịch sẽ tiến hành đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất của mình. Bên cạnh đó cũng phát triển thêm các công ty cung cấp đầy đủ các dịch vụ cần thiết để phục vụ với nội dung và tính chất của sự kiện.

1.2.4. Quy trình tổ chức sự kiện

Để việc tổ chức sự kiện được diễn ra một cách tốt đẹp, chín chu và tỉ mỉ cần có một quy trình làm việc khoa học, hợp lý và phối hợp nhịp nhàng. Với mỗi một sự kiện diễn ra sẽ có những nội chi tiết khác nhau. Tuy nhiên, một chương trình sự kiện được tổ chức thường được chia làm ba giai đoạn như sau:

- Chuẩn bị: Xác định mục tiêu, xây dựng chủ đề, ý tưởng sự kiện, lập chương trình và nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự kiện, ...

- Tiến hành hay còn gọi là thực hiện chương trình sự kiện: tại bước này này thực hiện hóa những ý tưởng thành hành động, thành các sản phẩm hữu hình và vô hình trong nội dung chương trình

- Kết thúc: Tiến hành hoàn tất các công tác sau sự kiện như giấy tờ, biên lai, chi phí, dọn dẹp,...

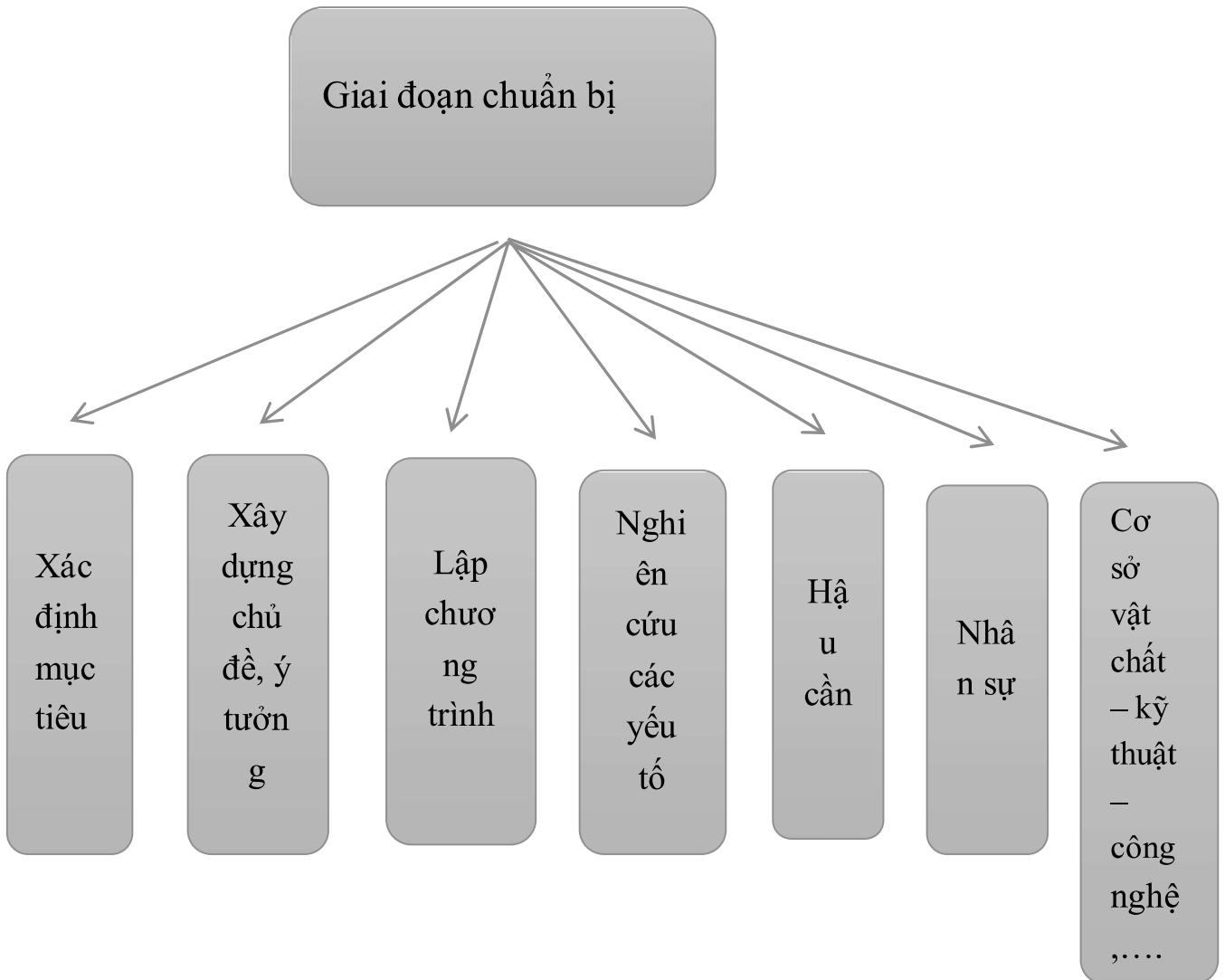
Sơ đồ 1.1. các giai đoạn thực hiện tổ chức sự kiện



Chi tiết thực hiện các giai đoạn tổ chức sự kiện được thông qua 8 bước trong quy trình của tổ chức sự kiện như sau

Giai đoạn chuẩn bị tổ chức sự kiện, đây là giai đoạn đầu, nhà tổ chức sự kiện cần tìm hiểu, nắm bắt thông tin, xây dựng ý tưởng và chủ đề của chương trình. Ở giai đoạn chuẩn bị này, có rất nhiều công việc cần được tiến hành:

Sơ đồ 1.2. Các bước chuẩn bị sự kiện ở giai đoạn chuẩn bị



a. Xác định mục tiêu, xây dựng chủ đề, ý tưởng sự kiện, lập chương trình và nghiên cứu các yếu tố khác có liên quan đến sự kiện.

*** Xác định mục tiêu:**

Để có thể bắt tay vào các công việc cụ thể, nhà tổ chức sự kiện cần phải tìm hiểu, nghiên cứu các yếu tố có liên quan đến sự kiện, cần tìm hiểu rõ mục tiêu của sự kiện

là gì. Bởi thông thường mục tiêu của sự kiện do nhà đầu tư (chủ trì sự kiện) đưa ra, tuy nhiên đó chỉ là những mục tiêu cụ thể. Với kinh nghiệm của mình trong lĩnh vực tổ chức sự kiện nhà tổ chức sự kiện nên tìm hiểu mục tiêu cao hơn của việc tổ chức sự kiện (mà mục tiêu của sự kiện chỉ là một phần để đạt được mục tiêu cao hơn này) để từ đó có sự tư vấn cho nhà đầu tư sự kiện. Ví dụ: với mục đích chiến lược là mở rộng thị phần trên một địa bàn nào đó, nhà đầu tư sự kiện quyết định mở một chiến dịch giới thiệu sản phẩm và các trò chơi có thưởng với mục tiêu cụ thể hơn là tạo hình ảnh tốt đẹp với khách hàng. Nhà tổ chức sự kiện sau khi nghiên cứu có thể tư vấn cho nhà đầu tư sự kiện xem xét lại mục tiêu của các sự kiện định tổ chức nói trên là không chỉ tạo hình ảnh tốt đẹp với khách hàng mà còn thêm mục đích xúc tiến thương mại, quảng cáo sản phẩm đến khách hàng. Việc bổ sung, thay đổi mục đích sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ chương trình, nội dung của sự kiện dự định sẽ được tổ chức.

Ngoài ra, do tính chất quyết định cũng như mức độ ảnh hưởng của mục tiêu sự kiện đến toàn bộ các hoạt động trong quá trình tổ chức sự kiện như: xây dựng chương trình, sáng tạo các ý tưởng, lập kế hoạch, chuẩn bị và triển khai thực hiện các hạng mục công việc trong sự kiện... do đó việc

xác định mục tiêu một cách rõ ràng, cũng như mục tiêu phải đảm bảo tính thống nhất, tính khả thi, phải thể hiện được tinh thần, nỗ lực cố gắng của nhà đầu tư. Đó là việc hết sức quan trọng.

*** Xây dựng chủ đề và ý tưởng sự kiện**

Một sự kiện được tiến hành tổ chức một cách thống nhất và làm nổi bật lên được ý tưởng của sự kiện thì cần phải chủ đề.

Chủ đề cho sự kiện được hiểu là nội dung ngắn gọn mang tính khái quát, biểu tượng chứa đựng các ý tưởng, mục đích, nội dung, hình thức... của sự kiện.

Chủ đề của sự kiện không phải là một cụm từ cứng nhắc, công thức mà tùy theo mục đích, ý tưởng, tính sáng tạo đột phá của nhà đầu tư sự kiện, nhà tổ chức sự kiện nó có thể có những cách biểu đạt khác nhau, muốn đưa ý tưởng đến gần với người tham dự sự kiện. Có thể nói, chủ đề của sự kiện là tiền đề để xây dựng các ý tưởng của chương trình, là cơ sở để xây dựng chương trình, kế hoạch tổ chức và thực hiện sự kiện.

Cần phân biệt giữa chủ đề sự kiện và tên của sự kiện:

- Trong nhiều trường hợp người ta sử dụng chính chủ đề (có thể thu gọn lại, khái quát hóa, biểu tượng hóa) để làm tên của sự kiện. Chính vì điều này, có thể có những quan điểm đồng nghĩa tên của sự kiện với chủ đề sự kiện.

- Trong những trường hợp khác, tên của chủ đề có thể mang tính biểu tượng cao hoặc với mục đích gây ấn tượng, mục đích tạo sự hiếu kỳ, mục đích sử dụng tên theo hướng marketing người ta có thể đưa ra một cách ngắn gọn, ví dụ có những sự kiện có tên: Duyên dáng Việt Nam, Sống vui sống khỏe sống có ích,... Những tên gọi theo kiểu trên không thể là chủ đề của sự kiện được vì nó không đủ thông tin cho việc lựa chọn hình thức, xây dựng chương trình, phát triển các ý tưởng trong tổ chức sự kiện.

- Có trường hợp, việc xây dựng chủ đề của sự kiện được tiến hành từ việc nêu ra, phát triển các ý tưởng tổ chức sự kiện, xây dựng tên gọi của sự kiện.

Trong hoạt động tổ chức sự kiện ở các nước phát triển, nhà đầu tư sự kiện thường đưa ra mục đích trong việc đầu tư sự kiện của mình, việc hình thành chủ đề cho sự kiện được giao cho nhà tổ chức sự kiện, để tận dụng sự hiểu biết, kinh nghiệm trong việc tiến hành sự kiện.

- Các ý tưởng cho chủ đề của sự kiện bị ảnh hưởng và chi phối bởi nhiều yếu tố. Đối với các sự kiện chịu sự chi phối của các quy định khá chặt chẽ trong tổ chức, như tổ chức các cuộc hội thảo chuyên đề, tổng kết cuối năm, khai trương, khai mạc... nếu gắn với các doanh nghiệp nhà nước thì chủ đề thường được xác định khá rõ ràng. Nội dung chương trình thường được xây dựng theo những quy trình có sẵn, do đó các ý tưởng cho loại sự kiện này không nhiều.

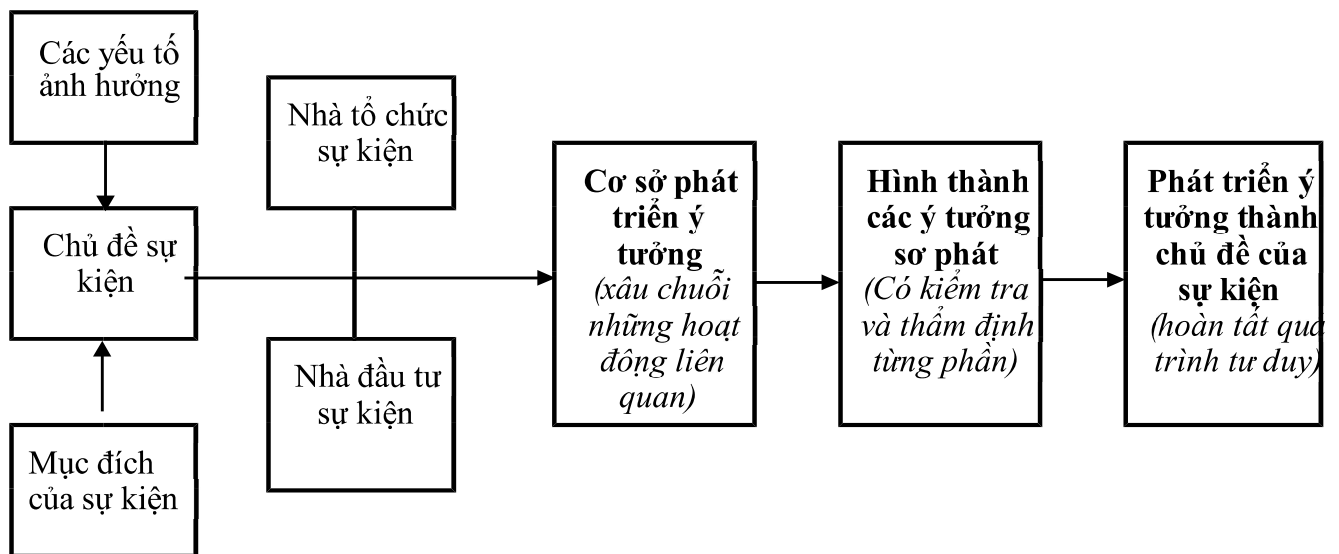
- Đối với các sự kiện mang tính xã hội, chịu sự chi phối của phong tục tập quán, văn hóa địa phương, tín ngưỡng- tôn giáo... như đám cưới, đám ma, mừng thọ... nội dung cũng được xây dựng theo trình tự phổ biến trong cộng đồng, các ý tưởng thường xuất hiện ở dạng đơn lẻ cho các hoạt động cụ thể. Ví dụ: như ý tưởng về trang trí sân khấu, ý tưởng về đón cô dâu, về lịch trình... Nhìn chung các loại sự kiện này không đòi hỏi có những ý tưởng thực sự mang tính hệ thống mà thường đòi hỏi những đột phá nhỏ về ý tưởng trong xây dựng chương trình.

- Tuy nhiên đối với các sự kiện mang tính thương mại, mặc dù nó vẫn chịu sự chi phối của những định chế nhất định nhưng lại đòi hỏi tính đột phá, tính sáng tạo, tính mới mẻ, tính không lặp lại...đặc biệt phải mang lại sự thích

thú cho người tham dự và mang lại hiệu quả thiết thực cho việc tổ chức sự kiện, do đó để xây dựng chương trình đảm bảo các yêu cầu này phải xuất phát từ các ý tưởng đầy sáng tạo.

Mô hình phát triển các ý tưởng trong tổ chức sự kiện có thể tóm tắt theo sơ đồ sau:

Sơ đồ 1.3. Sơ đồ về sự hình thành các ý tưởng và chủ đề sự kiện



*** Lập chương trình và kế hoạch tổng thể tổ chức sự kiện**

Sau khi đã có chủ đề và ý tưởng của sự kiện, công việc tiếp theo cần thực hiện là xây dựng chương trình sự

kiện (Proposal). Có thể nói đây là bước khái quát ban đầu về sự kiện.

Viết chương trình (proposal): là cách tạo sản phẩm sự kiện trên giấy tờ, chương trình của sự kiện giống như một kịch bản cho một tác phẩm điện ảnh, hay một chương trình du lịch trọn gói. Từ chương trình tổng thể của sự kiện sẽ là cơ sở để lập kế hoạch chuẩn bị, tổ chức cũng như các dịch vụ cần thiết cho chương trình sẽ được xác định cụ thể và có thể từ đây xác định được sơ bộ giá thành của chương trình.

Việc đưa ra nội dung của chương trình này có thể do bên nhà tổ chức sự kiện đưa ra và gửi cho nhà đầu tư (chủ trì chương trình), hoặc cũng có thể nhà tổ chức sự kiện cùng đưa ra ý tưởng với nhà đầu tư hoặc nhà tổ chức sự kiện có thể đưa ra một lúc nhiều chương trình, kế hoạch khác nhau để nhà đầu tư có sự lựa chọn và thống nhất. Đây được coi là bước quan trọng nhất, bởi từ đây các công việc chi tiết liên quan đến nội dung sự kiện sẽ được hình thành, được đặt dịch vụ hoặc chuẩn bị.

Để có được chương trình đầy đủ, chi tiết, cần có quy trình xây dựng chương trình. Tuy nhiên có thể có nhiều cách khác nhau để tiến hành phụ thuộc vào các yếu tố: chủ

đề, mục tiêu, nguồn lực của chủ đầu tư, ý tưởng cũng như khả năng thực hiện chương trình của nhà tổ chức sự kiện.

Chương trình lễ hội văn hóa và ẩm thực Việt Nam - Hàn Quốc 2017			
Thời gian	Thứ Sáu ngày 27/10/2017	Thứ Bảy ngày 28/10/2017	Chủ nhật ngày 29/10/2017
10:00~11:00	Mở cửa và chào đón khách tham quan Lễ cắt băng khai mạc (VIP & nhóm biểu diễn Samulnori)	Mở cửa và chào đón khách tham quan Chiếu video & BGM	Mở cửa và chào đón khách tham quan Chiếu video & BGM
11:00~12:00	Biểu diễn Khai mạc 1 Hòa tấu âm nhạc Hàn-Việt (nhóm Hòa tấu phối hợp VN và nhóm Samulnori HQ) Bốc thăm may mắn 1	Biểu diễn Khai mạc 2 Kpop cover dance Bốc thăm may mắn 3	Biểu diễn Khai mạc 3 "Hàn-Việt cổ lên!" (biểu diễn hoạt náo) Bốc thăm may mắn 5
12:00~13:00	Ăn trưa	Ăn trưa	Ăn trưa
13:00~14:00	Lớp học nấu ăn Hàn-Việt	Lớp học nấu ăn Hàn-Việt	Lớp học nấu ăn Hàn-Việt: Đầu bếp Lee Won Il Mùa Sogo truyền thống HQ Các học sinh học thi điểm tiếng HQ của Trường THCS Thăng Long (6 phút)
14:00~15:00	Cuộc thi nấu ăn Vua đầu bếp Hàn-Việt (Vòng loại 1) Chọn ra 6 trong số 10 thí sinh *Chương trình tại quảng trường Khám phá ẩm thực Việt-Hàn	Cuộc thi nấu ăn Vua đầu bếp Hàn-Việt (Vòng loại 2) Chọn ra 3 trong số 6 thí sinh *Chương trình tại quảng trường Khám phá ẩm thực Việt-Hàn	Cuộc thi nấu ăn Vua đầu bếp Hàn-Việt (Vòng chung kết) 3 thí sinh thi đấu *Chương trình tại quảng trường Khám phá ẩm thực Việt-Hàn
15:00~15:30	Cuộc thi StarKing Hàn-Việt (Vòng loại 1)	Mini game & giải trí sân khấu 2	Mini game & giải trí sân khấu 3
15:30~16:30	Chọn ra 5 trong số 15 tiết mục	Cuộc thi StarKing Hàn-Việt (Vòng loại 2)	Cuộc thi StarKing Hàn-Việt (Vòng chung kết)
16:30~17:00	Lễ ký kết MOU với Hamyang-gun	Chọn ra 5 trong số 15 tiết mục	10 tiết mục tranh tài và trao giải
17:00~17:30	Ăn tối	Ăn tối	Ăn tối
17:30~19:30	Mini game & giải trí sân khấu 1 Đêm nhạc DJ EDM Ca sỹ VN biểu diễn mở màn (Soobin Hoàng Sơn) Nhóm DJ Club Hero Kpop cover dance đặc biệt	Lễ khai mạc và biểu diễn chúc mừng của ca sỹ VN-HQ Ca sỹ VN biểu diễn (Noo Phước Thịnh) Kim Dong Gyu biểu diễn baritone Lễ khai mạc (18h bắt đầu) *VIP phát biểu - Lễ trao học bổng - Lễ nhân nút Kpop cover dance đặc biệt Lee Gwang Soo quảng bá cho aT và giới thiệu tiết mục biểu của ca sỹ HQ Ca sỹ HQ biểu diễn (Haha & Skull)	Lễ bế mạc Đại sứ phát biểu bế mạc & giới thiệu phim Xem phim Father and Son / Cha công con (dự kiến) *Phim chiếu và đoạt giải tại các LHP Arizona, Boston, Oscar)
19:30~20:00	Bốc thăm may mắn 2	Bốc thăm may mắn 4	Bốc thăm may mắn 6

Hình 1.3. Chương trình lễ hội văn hóa - ẩm thực Việt Nam – Hàn Quốc 2017

Thông thường chương trình được xây dựng theo các quy trình sau:

Bước 1: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng

Bước 2: Xác định chủ đề, xây dựng các ý tưởng cho sự kiện

Bước 3: Xây dựng chương trình và lập dự toán ngân sách (kế hoạch) cho sự kiện

Bước 4: Thảo luận, thống nhất và điều chỉnh chương trình với nhà đầu tư sự kiện

Bước 5: Hoàn thiện chương trình

Bước 6: Thống nhất chương trình chính thức và xây dựng chương trình, kế hoạch dự phòng (nếu cần thiết)

Bước 7: Lập kế hoạch chi tiết về chuẩn bị và tổ chức sự kiện

Bước 8: Điều chỉnh chương trình trong quá trình chuẩn bị, hoàn thiện chương trình lần cuối trước giờ khai mạc sự kiện.

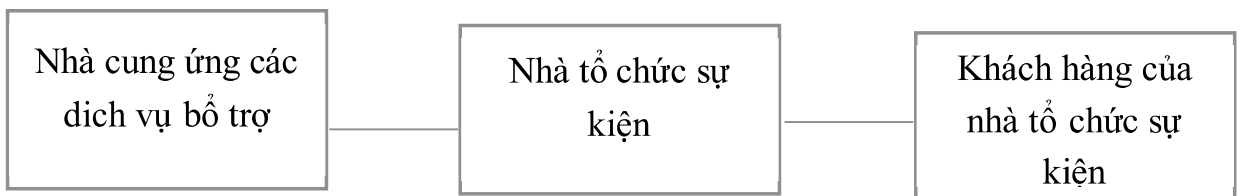
Trong thực tế quy trình với đầy đủ các bước trên thường được áp dụng với trường hợp nhà đầu tư sự kiện không đưa ra hoặc đưa ra một giới hạn hợp lý, nguồn ngân sách dồi dào. Tuy nhiên, không phải lập chương trình nào

cũng hoàn toàn dựa vào quy trình trên mà có thể linh hoạt và khéo léo kết hợp cũng như rút gọn các bước thực hiện.

*** Các yếu tố khác có liên quan**

- Thành phần tham gia trong sự kiện: là những người có liên quan đến sự kiện gồm những tổ chức, doanh nghiệp hoặc cá nhân trực tiếp hoặc gián tiếp tham gia vào một hay nhiều công việc, hoạt động, biểu diễn của sự kiện. Người tham gia sự kiện gồm các nhóm chính là Nhà đầu tư – Nhà tổ chức sự kiện – Nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện – Khách (khách mời chính và khách vắng lai) – Cơ quan chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện.

Sơ đồ 1.4. Vai trò trung gian của nhà tổ chức sự kiện



- Các yếu tố khách quan, là các yếu tố nằm ngoài phạm vi kiểm soát của nhà tổ chức sự kiện, gồm: Các yếu tố của nhà đầu tư sự kiện, các yếu tố tự nhiên, yếu tố chính trị - an ninh, yếu tố kinh tế, yếu tố văn hóa, xã hội – y tế,...

- Các yếu tố chủ quan: là những yếu tố có thể nằm trong tầm kiểm soát của nhà tổ chức như: Nguồn lực của nhà tổ chức sự kiện, cơ sở vật chất kỹ thuật, kinh nghiệm thực hiện tổ chức sự kiện, địa điểm, cách thức phục vụ, hình thức giải trí, cách trang trí, các kỹ xảo hiệu ứng đặc biệt.

* Hậu cần

Sự kiện sẽ khó có thể thành công nếu không có sự chuẩn bị kỹ càng về công tác hậu cần. Trong bước chuẩn bị hậu cần cho sự kiện này, có những yếu tố rất nhỏ, rất tỉ mỉ nhưng nó mang lại ý nghĩa và mối liên hệ to lớn đối với cả hệ thống chương trình.

Hộp thông tin 1.2. Vai trò của việc chuẩn bị hậu cần chu đáo

Hệ thống trang trí hoa tươi cho tiệc kỉ niệm 15 năm ngày thành lập của Tổng công ty viễn thông Quân đội Viettel, để làm gia tăng tính đồng bộ, bên đầu tư (Tổng công ty Viễn thông Quân đội Viettel) đã yêu cầu đồng bộ màu sắc trang trí và phối màu phù hợp với các tông màu: Xanh – vàng đồng – đỏ - Trắng). Nhà tổ chức sự kiện đã hết sức tinh tế thiết kế và bài trí các khối màu hài hòa và tạo nên một khung cảnh mang màu sắc đặc trưng của thương

hiệu Viettel. Bên cạnh đó, nhà tổ chức sự kiện còn đặc biệt đặt những chiếc cốc uống nước tại sảnh cho khách đến tham dự có tông màu phù hợp với bối cảnh chung. Giúp cho mọi thứ trong buổi lễ để toát lên tinh thần của nội dung bữa tiệc. Điều đó, một lần nữa giúp nhà tổ chức ghi điểm và được đánh giá cao trong sự chuẩn bị tỉ mỉ, chi tiết của hoạt động hậu cần.

Thông qua ví dụ trên ta có thể thấy vai trò hết sức quan trọng đối với mỗi sự kiện dù lớn hay nhỏ, dù là quan trọng hay đơn giản. Chuẩn bị hậu cần cho sự kiện được hiểu gồm rất nhiều công việc thuộc lĩnh vực như:

- Đón tiếp khách mời và những thành phần tham gia sự kiện khác
- Cung ứng các dịch vụ vận chuyển
- Cung ứng các dịch vụ lưu trú
- Cung ứng các dịch vụ ăn uống
- Cung ứng các dịch vụ khác theo nhu cầu của khách mời và các thành phần tham gia sự kiện.

Các công việc nói trên thuộc nhóm quản trị hậu cần (logistic), đây là các công việc có tính chất tương đối độc

lập với các nội dung có liên quan đến chủ đề chính, đến việc triển khai các nội dung chính của sự kiện. Điều này thể hiện trong cơ cấu tổ chức các sự kiện lớn nhà quản lý sự kiện có thể tách biệt công tác quản trị hậu cần với công tác đảm bảo nội dung chính của sự kiện.

Quy trình chung trong quản trị hậu cần bao gồm các bước cơ bản sau:

1. Lập kế hoạch về cung ứng dịch vụ
2. Lựa chọn các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ
3. Thương lượng và ký kết hợp đồng cung ứng dịch vụ
4. Kiểm soát và phối hợp cung ứng dịch vụ
5. Dự tính và xử lý các sự cố có liên quan
6. Tổng kết, đánh giá hoạt động cung ứng dịch vụ

Nhà tổ chức sự kiện cần lập ra bảng danh sách các nguyên vật liệu, vật tư và thiết bị cần dùng cho sự kiện để liên hệ với các nhà cung cấp. Ngoài ra, để có chất lượng sản phẩm tốt, giá thành hợp lý kèm theo các dịch vụ hỗ trợ khác tốt từ các nhà cung cấp dịch vụ, nhà tổ chức sự kiện cần có bảng so sánh và đàm phán, thỏa thuận với các nhà cung cấp.

Có nhiều tiêu thức phân loại nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp. Trong quản trị tổ chức sự kiện người ta thường quan tâm đến các tiêu chí sau:

- Phân loại theo giá trị hàng mua:

+ Nhà cung ứng chính: Là nhà cung ứng mà giá trị hàng hóa dịch vụ của họ chiếm tỷ trọng lớn nhất và chủ yếu trong khối lượng hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện tiêu thụ trong một thời gian nhất định. Nhà cung ứng này quyết định khối lượng, chất lượng hàng hóa, dịch vụ mua vào nên cần phải được quan tâm thường xuyên.

+ Nhà cung ứng phụ: Là nhà cung ứng mà giá trị hàng hóa, dịch vụ của họ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong khối lượng hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện tiêu thụ.

- Phân theo tính chất quan hệ:

+ Nhà cung ứng truyền thống: Là các nhà cung ứng thường có quan hệ tương đối lâu dài với doanh nghiệp tổ chức sự kiện, đã từng phối hợp với nhau trong nhiều sự kiện. Hai bên thường có sự hiểu biết lẫn nhau và thường thì mức độ rủi ro trong quan hệ với nhà cung ứng truyền thống thấp.

+ Nhà cung ứng mới: Là nhà cung ứng mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện chưa có hoặc có ít quan hệ, hợp đồng với họ. Đối với nhóm này, doanh nghiệp tổ chức sự kiện cần có nhiều thông tin hơn khi ra quyết định, thông thường các doanh nghiệp tổ chức sự kiện sẽ ràng buộc chi tiết hơn trong hợp đồng cung cấp dịch vụ hoặc tiến hành triển khai thăm dò từng bước để đánh giá năng lực, chất lượng của các nhà cung ứng này.

- Phân loại theo dịch vụ trong tổ chức sự kiện:

Theo cách phân loại này, với mỗi nhóm dịch vụ trong tổ chức sự kiện sẽ có các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ tương ứng, thông thường người ta chia ra các nhóm sau:

+ Nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển

+ Nhà cung ứng dịch vụ lưu trú

+ Nhà cung ứng dịch vụ ăn uống

+ Nhà cung ứng trang thiết bị cho tổ chức sự kiện

+ Nhà cung ứng địa điểm tổ chức sự kiện

+ Nhà cung ứng các dịch vụ bổ trợ khác

- Đối với mỗi nhà cung cấp dịch vụ, nhà tổ chức sự kiện cần có những tệp thông tin lưu để thuận tiện cho việc theo dõi và liên hệ công việc. Các thông tin về nhà cung cấp

dịch vụ mà nhà tổ chức sự kiện cần lập hồ sơ (lưu file tài liệu) cần có như sau:

- Tên hiệu của nhà cung cấp
- Các thông tin cơ bản (địa chỉ, điện thoại, fax, email/webside, mã số thuế, tài khoản ngân hàng, số giấy phép kinh doanh, người đại diện trước pháp luật)
- Chức năng, nhiệm vụ, ngành nghề kinh doanh, lĩnh vực kinh doanh
- Khả năng về cung ứng dịch vụ (số lượng, loại hình, thời gian cung ứng...)
- Chất lượng, uy tín, nhãn hiệu thương hiệu của sản phẩm
- Giá chào hàng của từng loại sản phẩm
- Các điều kiện về cung ứng (điều kiện về thanh toán, thời gian, đặt hàng, ký kết hợp đồng...)
- Khả năng tài chính của nhà cung cấp
- Các sự kiện mà nhà cung ứng đã tham gia (các hình ảnh, đánh giá... về công việc đó),.v.v.

* Nhân sự

Lao động trong ngành dịch vụ luôn được coi là “dâu trăm họ” bởi tính phục vụ cao, đối tượng khách hàng đa

dạng và sản phẩm cũng phong phú. Nhân lực cho dịch vụ tổ chức sự kiện rất đa dạng về ngành nghề ngoài ban tổ chức sự kiện còn có các nhà quản lý bộ phận, nhân viên tổ chức sự kiện, nhân viên từ các nhà cung ứng dịch vụ...

Việc chuẩn bị nhân lực trong sự kiện cần được tiến hành theo các bước cơ bản:

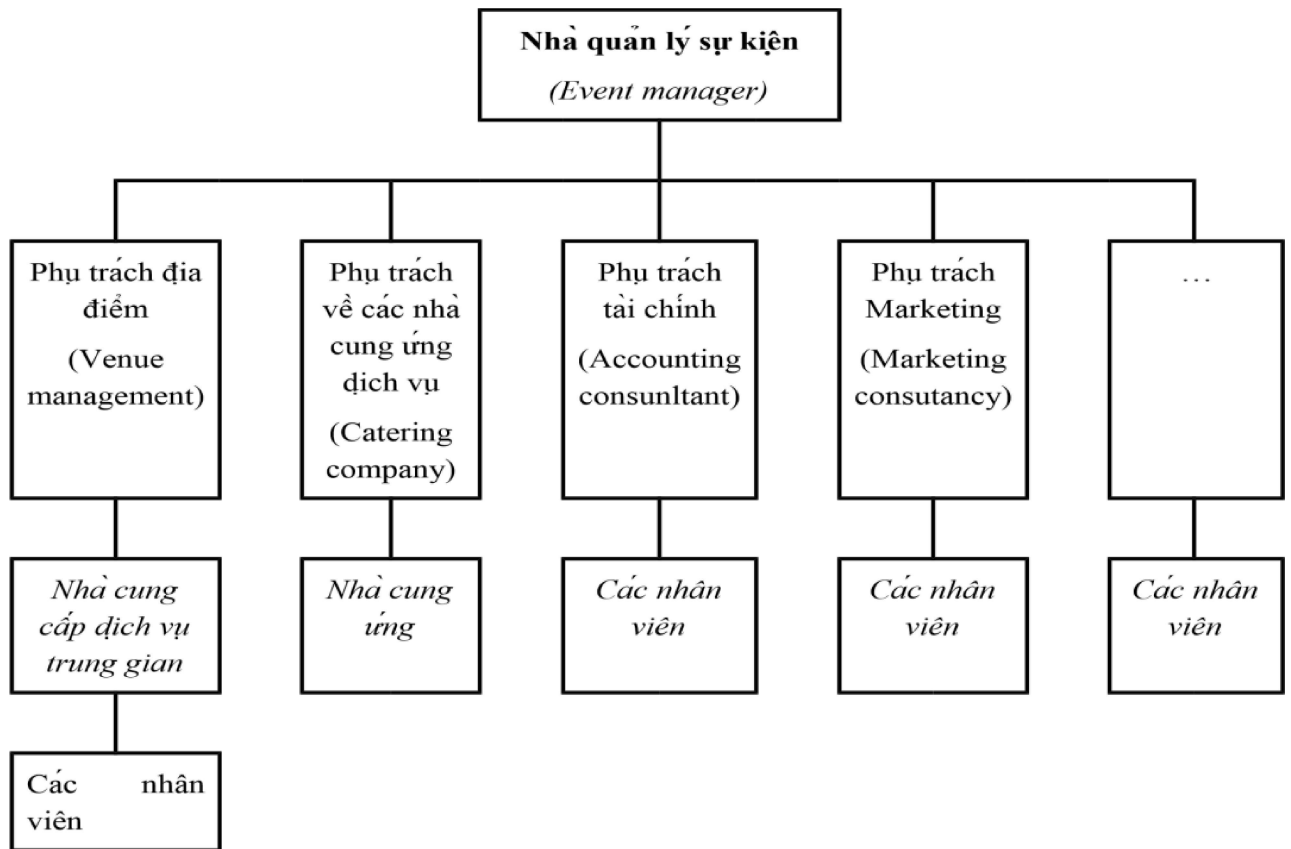
- Xác định mô hình tổ chức lao động
- Lập kế hoạch về nhân lực cho sự kiện
- Tiến hành chuẩn bị số lượng nhân lực (như bố trí, tuyển dụng, ký kết hợp đồng...)
- Tiến hành bố trí đào tạo nhân lực (phân công công việc, hướng dẫn thực hiện theo bảng mô tả công việc, đào tạo, diễn tập...)
- Kiểm tra và hoàn tất công tác chuẩn bị.

Quy mô nhân sự phục vụ sự kiện nhiều hay nhỏ, phức tạp hay đơn giản hay sử dụng phương pháp ma trận phụ thuộc vào tính chất, quy mô và điều kiện tổ chức. Nhà tổ chức sự kiện sẽ tận dụng tối đa sự năng động, sáng tạo, nhiệt huyết và sự chuyên nghiệp của nhân sự của mình. Căn cứ vào vị trí và hình thức tổ chức lao động của sự kiện có

thể có nhiều chức danh khác nhau và được chia thành các nhóm chức danh cơ bản sau:

- Nhà quản lý sự kiện
- Các cán bộ quản lý trung gian
- Nhân viên tác nghiệp tổ chức sự kiện
- Nhân viên cung ứng các dịch vụ trong tổ chức sự kiện.

Sơ đồ 1.5: Mô hình cơ cấu tổ chức nhà tổ chức sự kiện



1.2.5. Các điều kiện ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện

Tổ chức sự kiện là một hoạt động dịch vụ, có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến lĩnh vực này. Tiếp cận theo quan điểm marketing có thể chia các yếu tố ảnh hưởng đến sự kiện thành hai nhóm chính đó là: các yếu tố vĩ mô và các yếu tố vi mô.

a. Các yếu tố vĩ mô

Bao gồm các yếu tố, các lực lượng mang tính chất xã hội rộng lớn, chúng có tác động ảnh hưởng tới hoạt động tổ chức sự kiện.

** Môi trường nhân khẩu học:*

Bao gồm các vấn đề về dân số và con người như quy mô, mật độ, phân bố dân cư, tỷ lệ sinh, tỷ lệ chết, tuổi tác, giới tính, sắc tộc, nghề nghiệp...tạo ra các loại thị trường cho doanh nghiệp tổ chức sự kiện, vì vậy môi trường nhân khẩu học là mối quan tâm lớn của các nhà hoạt động thị trường.

Những doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Tổ chức sự kiện thường quan tâm tới môi trường nhân khẩu học trước hết là ở qui mô và tốc độ tăng dân số. Bởi vì, hai chỉ tiêu đó phản ánh trực tiếp qui mô nhu cầu tổng quát trong hiện tại và tương lai, và do đó nó cũng phản ánh sự phát triển hay suy thoái của thị trường.

Sự thay đổi về cơ cấu tuổi tác, cơ cấu, qui mô hộ gia đình trong dân cư cũng làm thay đổi cơ cấu khách hàng tiềm năng, nó tác động quan trọng tới cơ cấu tiêu dùng và nhu

cầu về các loại hàng hoá. Vì vậy làm cho các hoạt động Tổ chức sự kiện thay đổi thường xuyên, liên tục.

Một vấn đề khác liên quan đến sự biến đổi thị trường và do đó liên quan đến hoạt động Tổ chức sự kiện là quá trình đô thị hoá và phân bố lại dân cư. Các vùng đô thị tập trung luôn luôn là thị trường chính của dịch vụ tổ chức sự kiện. Bên cạnh đó, việc phân bố lại lực lượng sản xuất, phân vùng lãnh thổ, đặc khu kinh tế cũng tạo ra các cơ hội thị trường mới đầy hấp dẫn.

** Môi trường kinh tế:*

Thể hiện ở tốc độ tăng trưởng kinh tế, cơ cấu vùng từ đó tạo ra tính hấp dẫn về thị trường và sức mua, cơ cấu chi tiêu khác nhau đối với các thị trường hàng hoá khác nhau.

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia tổ chức sự kiện, thì các sự kiện liên quan đến hoạt động kinh doanh, thương mại của các doanh nghiệp chiếm hơn 60% về số lượng, và 75% về ngân sách tổ chức sự kiện. Mà nhu cầu của các doanh nghiệp này lại chịu ảnh hưởng trực tiếp từ môi trường kinh tế do đó môi trường kinh tế sẽ có những ảnh hưởng rất lớn đến dịch vụ tổ chức sự kiện.

Ngoài ra cùng với sự phát triển của đời sống xã hội, mà yếu tố chi phối lớn nhất là thu nhập của người dân sẽ tác động đến tổ chức sự kiện. Ví dụ, khi thu nhập của người dân được nâng cao, các sự kiện mang tính chất truyền thống (như cưới hỏi, sinh nhật, giao tiếp xã hội...) sẽ ngày càng gia tăng về nhu cầu, đòi hỏi tính chuyên nghiệp ngày càng cao, đa dạng về hình thức thực hiện. Đây là một mảng sự kiện mà các nhà kinh doanh cần phải quan tâm, chuẩn bị các điều kiện để cạnh tranh trong tương lai.

** Môi trường tự nhiên:*

Bao gồm hệ thống các yếu tố tự nhiên ảnh hưởng đến đầu vào cần thiết cho các nhà sản xuất kinh doanh và gây ảnh hưởng cho các hoạt động tổ chức sự kiện.

Các yếu tố ảnh hưởng rõ rệt nhất từ môi trường tự nhiên có thể chỉ ra là:

- Thời tiết, khí hậu ảnh hưởng trực tiếp đến việc tổ chức sự kiện, đặc biệt là các sự kiện dự định tổ chức ở không gian ngoài trời.

- Các vấn đề về ô nhiễm và bảo vệ môi trường: Cộng đồng dân cư và chính quyền nơi diễn ra sự kiện, thường có những nhận thức nhất định về vấn đề ô nhiễm

và bảo vệ môi trường. Điều này tác động đến việc lựa chọn các chủ đề cũng như hoạt động trong sự kiện, nếu không đáp ứng được các yêu cầu tối thiểu về môi trường, xử lý rác thải... nhà tổ chức sự kiện có thể sẽ không được cấp phép cho việc tổ chức sự kiện.

**Môi trường công nghệ kỹ thuật:*

Bao gồm các nhân tố gây tác động ảnh hưởng đến công nghệ mới, sáng tạo sản phẩm và cơ hội thị trường mới, ảnh hưởng đến việc thực thi các giải pháp cụ thể của tổ chức sự kiện.

Tiến bộ kỹ thuật hỗ trợ cho tổ chức sự kiện ở nhiều lĩnh vực như:

- Trong việc quản lý, lập kế hoạch tổ chức sự kiện
- Trong quá trình chuẩn bị sự kiện (như chuẩn bị địa điểm, trang trí) - Trong hoạt động thông tin liên lạc hỗ trợ cho tổ chức sự kiện.
- Trong quá trình đưa đón, vận chuyển khách đến với sự kiện
- Trong việc trình diễn (kỹ thuật âm thanh, ánh sáng, các hiệu ứng đặc biệt)...

Môi trường chính trị:

Là một trong những yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến các quyết định tổ chức sự kiện của cả nhà đầu tư và tổ chức sự kiện. Nó bao gồm hệ thống luật và các văn bản dưới luật, các công cụ, chính sách của nhà nước, tổ chức bộ máy, cơ chế điều hành của chính phủ và các tổ chức chính trị, xã hội. Sự tác động của môi trường chính trị tới các quyết định Tổ chức sự kiện phản ánh sự tác động can thiệp của các chủ thể quản lý vĩ mô tới kinh doanh của doanh nghiệp. Ví dụ, các quy định của nhà nước về thủ tục hành chính sẽ tác động không nhỏ đến hoạt động tổ chức sự kiện nếu không nắm vững điều này sẽ gặp khó khăn rất lớn trong hoạt động tổ chức sự kiện.

Môi trường văn hoá:

Văn hoá được coi là một hệ thống giá trị, quan niệm, niềm tin, truyền thống và các chuẩn mực hành vi đơn nhất với một nhóm người cụ thể nào đó được chia sẻ một cách tập thể, bao gồm: những giá trị văn hoá truyền thống căn bản, những giá trị văn hoá thứ phát, các nhánh văn hoá của một nền văn hoá.

+ *Những giá trị văn hoá truyền thống căn bản:* Đó là các giá trị chuẩn mực và niềm tin trong xã hội có mức độ bền vững, khó thay đổi, tính kiên định rất cao, được truyền

từ đời này qua đời khác và được duy trì qua môi trường gia đình, trường học, tôn giáo, luật pháp nơi công sở... và chúng tác động mạnh mẽ, cụ thể vào những thái độ, hành vi ứng xử hàng ngày, hành vi mua và tiêu dùng hàng hoá của từng cá nhân, từng nhóm người.

+ *Những giá trị văn hoá thứ phát*: Nhóm giá trị chuẩn mực và niềm tin mang tính “thứ phát” thì linh động hơn, có khả năng thay đổi dễ hơn so với nhóm căn bản các giá trị chuẩn mực về đạo đức, văn hoá thứ phát khi thay đổi hay dịch chuyển sẽ tạo ra các cơ hội thị trường hay các khuynh hướng tiêu dùng mới, đòi hỏi các hoạt động Tổ chức sự kiện phải bắt kịp và khai thác tối đa.

+ *Các nhánh văn hoá của một nền văn hoá*: Có những “tiểu nhóm” văn hoá luôn luôn tồn tại trong xã hội và họ chính là những cơ sở quan trọng để hình thành và nhân rộng một đoạn thị trường nào đó. Những nhóm này cùng chia sẻ các hệ thống giá trị văn hoá - đạo đức - tôn giáo... nào đó, dựa trên cơ sở của những kinh nghiệm sống hay những hoàn cảnh chung, phổ biến. Đó là những nhóm tín đồ của một tôn giáo hay giáo phái nào đó, nhóm thanh thiếu niên, nhóm phụ nữ đi làm...

Nói chung, các giá trị văn hoá chủ yếu trong xã hội được thể hiện ở quan niệm hay cách nhìn nhận, đánh giá con người về bản thân mình, về mối quan hệ giữa con người với nhau, về thể chế xã hội nói chung, về thiên nhiên và về thế giới. Ngày nay con người đang có xu thế trở về với cộng đồng, hoà nhập chung sống hoà bình, bảo vệ và duy trì, phát triển thiên nhiên, môi trường sinh thái. Sự đa dạng hoá, giao thoa của các nền văn hoá, sắc tộc và tôn giáo khiến các hoạt động Tổ chức sự kiện cần phải thích ứng để phù hợp với các diễn biến đó.

Tóm lại, môi trường tổ chức sự kiện vĩ mô cũng hết sức rộng lớn và ảnh hưởng nhiều mặt tới hoạt động Tổ chức sự kiện của doanh nghiệp.

b. Các yếu tố vi mô

Để tổ chức thành công một sự kiện, các nhà tổ chức sự kiện phải sử dụng một cách tối ưu các nguồn lực của mình, ngoài ra cần phải cân nhắc ảnh hưởng của những người cung ứng dịch vụ trung gian, đối thủ cạnh tranh, khách hàng

(nhà đầu tư/ tài trợ sự kiện).

Nhóm các yếu tố vi mô bao gồm các yếu tố liên quan chặt chẽ đến nhà tổ chức sự kiện và sự kiện cụ thể, nó có ảnh hưởng trực tiếp đến quy trình tổ chức sự kiện. Các yếu tố vi mô bao gồm:

** Các yếu tố bên trong doanh nghiệp tổ chức sự kiện*

Nguồn lực của nhà tổ chức sự kiện (resource): nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật, kinh nghiệm tổ chức sự kiện, các mối quan hệ với nhà cung ứng dịch vụ, với chính quyền...

** Các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện*

Những người cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện là các doanh nghiệp và các cá nhân đảm bảo cung ứng các yếu tố cần thiết cho nhà tổ chức sự kiện và các đối thủ cạnh tranh để có thể thực hiện triển khai được các sự kiện.

Các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ sự kiện sẽ ảnh hưởng đến các yếu tố như:

- + Địa điểm tổ chức sự kiện (venue)
- + Cách thức phục vụ (catering)
- + Hình thức giải trí (entertainment, artist, speaker)
- + Cách trang trí (decoration), âm thanh ánh sáng (sound and light)

+ Các kỹ xảo hiệu ứng đặc biệt (audiovisual, special effects)...

Bất kỳ có sự thay đổi nào từ phía người cung ứng cũng sẽ gây ra ảnh hưởng tới hoạt động tổ chức sự kiện. Để đảm bảo ổn định và có sự lựa chọn, cạnh tranh...cho việc cung cấp các dịch vụ đúng chất lượng, số lượng và thời gian, phần lớn các doanh nghiệp tổ chức sự kiện đều thiết lập mối quan hệ đối tác với nhiều nhà cung cấp cho mình.

** Khách hàng:*

Khách hàng là đối tượng mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện phục vụ và mang lại nguồn thu cho nhà tổ chức sự kiện, tùy theo hình thức tổ chức sự kiện mà khách hàng của sự kiện có thể khác nhau. Ví dụ: một công ty bỏ tiền thuê một cuộc triển lãm hàng hóa thì khách hàng là nhà đầu tư sự kiện. Trong trường hợp nhà tổ chức sự kiện tự đứng ra tổ chức một sự kiện nào đó (ví dụ một cuộc biểu diễn nghệ thuật), khách hàng chính là các nhà tài trợ cho sự kiện và khán giả sự kiện.

Các yêu cầu của khách hàng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động tổ chức sự kiện, vì nhà tổ chức sự kiện phải tạo ra các sự kiện đáp ứng nhu cầu hay nói cách khác đạt

được mục tiêu của khách hàng. Ví dụ mục tiêu và các yêu cầu cụ thể trong sự kiện của nhà đầu tư sự kiện. Đây là yếu tố quyết định đến chủ đề cũng như nội dung của sự kiện. Tuy nhiên với kinh nghiệm cũng như trách nhiệm của nhà tổ chức sự kiện chuyên nghiệp cần có những sự tư vấn nhất định để hạn chế những đòi hỏi bất khả thi, những yêu cầu không hiệu quả và thực sự mang lại lợi ích thiết thực cho nhà đầu tư sự kiện.

** Đối thủ cạnh tranh:*

Mọi doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp tổ chức sự kiện nói riêng đều phải đối đầu với các đối thủ cạnh tranh với nhiều mức độ khác nhau. Trong quá trình tiến hành tìm kiếm các nhà đầu tư sự kiện, cần phải hết sức quan tâm đến đối thủ cạnh tranh để đưa ra các chính sách, chiến lược cạnh tranh hợp lý. Đặc biệt nếu đối thủ cạnh tranh cùng tham gia đấu thầu trong việc tổ chức một sự kiện nào đó, mức độ cạnh tranh sẽ trở nên khốc liệt hơn. Quá trình cạnh tranh này sẽ ảnh hưởng đến sự kiện (ảnh hưởng đến ngân sách, chương trình, ý tưởng... do tác động từ đối thủ cạnh tranh).

** Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện:*

Là chính quyền và cư dân giới hạn trong một phạm vi địa lý nào đó chịu ảnh hưởng trong thời gian tiến hành sự kiện. Phạm vi giới hạn là lớn hay nhỏ, tùy theo mức độ ảnh hưởng cũng như quy mô của sự kiện. Phạm vi này có thể là: xóm thôn, phường xã, một cơ quan, trường học và rộng hơn có thể là một thành phố, điểm du lịch, vùng lãnh thổ, quốc gia...

Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện sẽ ủng hộ hoặc chống lại các hoạt động tổ chức sự kiện, do đó có thể tạo thuận lợi hay gây khó khăn cho doanh nghiệp. Để thành công, doanh nghiệp phải tạo lập, duy trì và phát triển mối quan hệ tốt đẹp với nhóm này, đặc biệt là chính quyền nơi diễn ra sự kiện. Quan hệ tốt với chính quyền nơi diễn ra sự kiện không chỉ thuận lợi trong việc giải quyết các thủ tục hành chính mà còn có thể được sự trợ giúp của chính quyền về các vấn đề an ninh, vệ sinh, giao thông... thậm chí với các sự kiện mang tính phi lợi nhuận và có tính xã hội cao còn có thể được sự tài trợ về kinh phí từ chính quyền nơi diễn ra sự kiện (trong trường hợp này chính quyền còn có thêm vai trò là nhà tài trợ trong sự kiện).

1.2.6. Tài chính

Nguồn tài chính ngân sách có ảnh hưởng rất lớn đến tiến độ, quy mô, hình thức thực hiện, nguồn nhân lực,... của sự kiện. Vì vậy để đảm bảo nguồn tài chính ổn định cần phải có những dự toán ngân sách tổ chức sự kiện

Dự toán ngân sách tổ chức sự kiện (event budget planer) đó là việc liệt kê và tính toán các khoản chi phí theo kế hoạch, dự tính sẽ phát sinh trong quá trình tổ chức sự kiện. Cần phân biệt việc lập *dự toán ngân sách* và việc tính *giá thành thực tế* của sự kiện. Việc tính giá thành thực tế của sự kiện đó là việc tính toán tổng chi phí thực tế phát sinh trong quá trình thực hiện sự kiện, còn đã là *dự toán* nó sẽ mang ý nghĩa là việc tính toán các khoản chi phí theo kế hoạch, theo dự tính.

Bảng 1.1. Bảng thống kê chi phí theo khoản mục (dự toán)

BẢNG THỐNG KÊ CHI PHÍ (DỰ TOÁN)

Stt	Khoản mục chi phí	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (1000 VNĐ)	Thành tiền (1000 VNĐ)	Ghi chú
I	Chi phí nhân công					
1.	Lễ tân	ngày công				
2.	Dẫn chương trình	theo hợp đồng				
3.	Kỹ thuật viên	buổi				
					
	Tổng cộng					
II	Chi phí thuê trang thiết bị					
	Phòng họp	ngày				
	Các thiết bị văn phòng...	chiếc				
	Tổng cộng:					

Ngân sách tổ chức sự kiện do nhà đầu tư sự kiện quyết định, nó là yếu tố cơ bản quyết định đến chương trình, nội dung cũng như chất lượng của các dịch vụ trong sự kiện, hay nói cách khác nó là điều kiện, là cơ sở cho tổ chức sự kiện.

Khi lập dự toán ngân sách tổ chức sự kiện, nhà tổ chức sự kiện cần:

- Lập dự toán bám sát với chương trình đã được thỏa thuận với nhà đầu tư sự kiện.

- Dự kiến và tính toán một cách tương đối chính xác các chi phí cần chi trả cho các hàng hóa, dịch vụ cần có để thực hiện chương trình.

- Đưa ra những đề xuất, điều chỉnh theo yêu cầu của nhà đầu tư sự kiện hoặc nhằm mục đích đảm bảo đạt được các mục tiêu của sự kiện.

- Giao việc lập dự toán cho người có kinh nghiệm trong việc lập chương trình, kế hoạch, lập dự toán của sự kiện. Nếu có thể nên giao công việc này cho một nhóm chuyên gia có chuyên môn dưới sự điều hành của một trưởng nhóm có năng lực/ kinh nghiệm cao nhất.

- Việc lập dự toán ngân sách có thể dựa trên các phần mềm tính toán chuyên dụng hoặc Excel.

Đối với nhà đầu tư sự kiện cần khẳng định được các yêu cầu sau:

- Xem xét, thống nhất với nhà tổ chức sự kiện về dự toán kinh phí

- Quyết định chấp thuận dự toán ngân sách tổ chức sự kiện

- Khẳng định có đủ kinh phí để tiến hành tổ chức sự kiện

Trong tổ chức sự kiện phát sinh rất nhiều các khoản mục chi phí có liên quan, thông thường người ta chia các khoản mục vào 4 nhóm cơ bản sau:

- Chi phí trực tiếp cho tổ chức sự kiện
- Giá trị trả cho nhà tổ chức sự kiện
- Các khoản thuế, lệ phí phải nộp cho nhà nước
- Các chi phí dự phòng và chi phí liên quan đến việc thay đổi chương trình.

Bảng 1.2. Bảng dự toán ngân sách tổng thể

BẢNG DỰ TOÁN NGÂN SÁCH TỔNG THỂ

Stt	Chỉ tiêu	Phương án 1	Phương án 2	Phương án 3	...	Ghi chú
A	Chi phí thuê địa điểm					
A1	Tiền thuê địa điểm					
A2	Tiền thuê trang trí					
	...					
B	Nhân công					
B1	Lễ tân					
B2	Dẫn chương trình					
B3	An ninh					
	...					
	Tổng cộng					

Khi lập dự toán chi tiết cho các nhóm chi phí này, nhà đầu tư sự kiện sẽ hình dung được tương đối chi tiết về các hàng hóa, dịch vụ mà họ sẽ mua để thực hiện chương trình sự kiện. Do đó, họ dễ dàng chấp nhận hơn việc thay đổi dự toán kế hoạch với việc tính giá thực tế.

Khi lập dự toán ngân sách cần quan tâm đến các hình thức lập dự toán bởi nó phụ thuộc vào từng loại hợp đồng

và thỏa thuận về việc cung cấp dịch vụ. Thông thường có 4 hình thức lập dự toán ngân sách như sau:

- Giá trọn gói là hình thức nhà đầu tư tổ chức sự kiện thuê nhà tổ chức sự kiện thực hiện mọi công việc, dịch vụ phát sinh trong sự kiện nhằm đạt được các mục đích, ý tưởng mà họ đề ra. Như vậy, nhà tổ chức sự kiện sẽ xây dựng chương trình, xác định giá các dịch vụ có liên quan, giá trị mà họ được nhận, xác định các chi phí dự phòng, mức lợi nhuận, thuế... từ đó đưa ra giá trọn gói cho toàn bộ sự kiện với nhà đầu tư sự kiện.

- Giá cho dịch vụ lập kế hoạch tổ chức sự kiện là hình thức nhà đầu tư tổ chức sự kiện thuê nhà tổ chức sự kiện đóng góp ý tưởng, lập chương trình, kế hoạch và điều hành giám sát quá trình tổ chức sự kiện. Nhà tổ chức sự kiện xây dựng chương trình, xác định giá các dịch vụ có liên quan, giá trị mà họ (nhà tổ chức sự kiện) được nhận... từ đó lập dự toán cho cả chương trình. Hình thức này nhà đầu tư sự kiện sẽ cùng giám sát các dịch vụ, và là người chi trả cho tất cả các dịch vụ, hàng hóa phát sinh trong quá trình tổ chức sự kiện.

- Giá đầu thầu là Nhà đầu tư sự kiện, đưa ra khung giá giới hạn (thường chỉ có giá trần – mức giá tối đa cho sự

kiện) từ đó yêu cầu nhà tổ chức sự kiện lập nên chương trình với mức giá định trước. Cách làm này gần như mang tính đấu thầu trong xây lắp, ví dụ trong thực tế có những nhà đầu tư sự kiện đưa ra mức giá trần và mục đích, các nội dung cơ bản của sự kiện rồi yêu cầu các nhà tổ chức xây dựng chương trình, đưa ra mức giá dự toán để họ chọn lựa. Mặc dù hình thức này đáp ứng được việc tiết kiệm, quản lý chi phí nhưng thực sự hiệu quả thường có những hạn chế nhất định.

- Giá hỗn hợp, là hình thức phối hợp giữa các loại hình thức nói trên, nhà đầu tư sự kiện sẽ xác định giá trọn gói cho một số công việc, dịch vụ trong sự kiện cho nhà tổ chức sự kiện (như lập chương trình, biểu diễn nghệ thuật, chuẩn bị tài liệu, trang thiết bị...), và họ sẽ trực tiếp chi trả những hàng hóa dịch vụ khác (ví dụ họ sẽ chi trả cho chi phí ăn uống, lưu trú của khách mời vì thường đây là khoản chi phí có nhiều biến động theo số lượng khách mời thực tế...). Ngoài ra một số dịch vụ, hàng hóa không quan trọng khác có thể thực hiện dưới hình thức đấu thầu có thể do chủ đầu tư sự kiện, hoặc nhà tổ chức sự kiện được ủy quyền lựa chọn (như dịch vụ vận chuyển, vệ sinh, an ninh...).

Trong trường hợp, nhà tổ chức sự kiện đồng thời là nhà đầu tư sự kiện, để thuận tiện cho việc tính toán, ước lượng tổng chi phí, xác định điểm hòa vốn, lợi nhuận theo sản lượng tiêu thụ... việc lập dự toán ngân sách tổ chức sự kiện có thể còn được tiến hành theo hình thức tổng hợp các chi phí cố định và các chi phí biến đổi.

PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Quy trình xây dựng chương trình

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng	- Đầy đủ, đúng, phù hợp - Rõ ràng, chi tiết	Các tài liệu có liên quan Số tay, giấy bút,..	
2	Xây dựng chủ đề, ý tưởng cho sự kiện	- Đúng, phù hợp với nội dung và yêu cầu của chủ sự kiện/nhà đầu tư	Giấy, bản nháp ý tưởng	
3	Xây dựng	- Đảm bảo	Tài liệu	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	chương trình khái quát và lập dự toán ngân sách cho sự kiện	đầy đủ được các thông tin sau tổ chức sự kiện - Chi tiết, rõ ràng, có tính cập nhật với thực tế	Số sách, bút,...	
4	Thảo luận, thống nhất và điều chỉnh	- Đầy đủ nội dung - Rõ ràng, phù hợp với yêu cầu của sự kiện và		

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	chương trình với chủ sự kiện/nhà đầu tư	nhà đầu tư		
5	Hoàn thiện chương trình (sau thảo luận)	- Đảm bảo đúng và đủ các yêu cầu của khách hàng - Chú trọng tính an toàn và khả thi	Máy tính, sổ, bút,...	
6	Thông	- Thông tin	- Điện	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	nhất chương trình chính thức, xây dựng chương trình dự phòng (nếu cần thiết)	điều chỉnh rõ ràng, cân đối hài hòa giữa ý tưởng và mức độ hoàn thành	thoại - Máy tính - Sổ tay ...	
7	Lập kế hoạch chi tiết chuẩn bị cho sự	- Các thông tin và nội dung cần chuẩn bị đảm	Sổ, máy tính, giấy bút,....	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	kiện	bảo đúng thông tin, đủ, chi tiết và có phương án dự phòng.		
8	Điều chỉnh kế hoạch trong quá trình chuẩn bị, thực hiện, chạy thử chương trình	- Kiểm tra cẩn thận, hạn chế các sai lệch và tình huống phát sinh		Tùy vào từng sự kiện, yêu cầu của nhà đầu tư/chủ sự kiện để xem xét việc chạy thử chương trình.

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 1				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH				01/B1/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	trước ngày/giờ tổ chức (nếu cần)			

2. Quy trình tổ chức sự kiện

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 2				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH TỔ CHỨC SỰ KIỆN			02/B1/MH15	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Chuẩn bị tổ chức sự kiện	- Đầy đủ, đúng, phù hợp - Rõ ràng, chi tiết	Phù hợp với từng mảng công tác chuẩn bị	
2	Thực hiện tổ chức sự kiện	- Sắp xếp nội dung chương trình hợp lý - Đảm bảo, đầy đủ nội dung - Phối hợp nhịp nhàng, chuyên nghiệp	Nội dung kịch bản chương trình chi tiết	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 2				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH TỔ CHỨC SỰ KIỆN			02/B1/MH15	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		- Tuân thủ các		
3	Kết thúc tổ chức sự kiện	- Đảm bảo hoàn tất được các thông tin sau tổ chức sự kiện - Dọn dẹp gọn, sạch,.,.	Các dụng cụ lưu trữ, cất giữ, vận chuyển, sổ sách, tài liệu có liên quan	

3. Tiêu chí và cách thức đánh giá kỹ năng

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
- Độ chính xác của kỹ năng.	Quan sát và so sánh với kỹ năng mẫu, kiểm tra đối chiếu kỹ năng thực tế với kỹ năng tiêu chuẩn.

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
<p>- Kỹ năng thực hiện các công việc theo đúng quy trình.</p>	<p>Giám sát được thao tác của người thực hiện các công việc và đối chiếu với tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.</p>
<p>- Vệ sinh, an toàn cho người, thiết bị dụng cụ.</p>	<p>Theo dõi các thao tác của người thực hiện và đối chiếu với các tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn về: vệ sinh, an toàn cho người và thiết bị dụng cụ.</p>
<p>- Thời gian thực hiện so với định mức thời gian.</p>	<p>Theo dõi thời gian thực hiện các công việc thực tế và đối chiếu với thời gian được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.</p>

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Trình bày khái niệm về sự kiện và tổ chức sự kiện

2. Phân biệt giữa sự kiện và tổ chức sự kiện
3. Nêu các loại hình sự kiện. Lấy ví dụ minh họa
4. Phân biệt được các loại hình sự kiện, cho ví dụ.
5. Trình bày quy trình xây dựng chương trình chi tiết cho sự kiện “Kỉ niệm 25 năm ngày thành lập trường Cao đẳng Lào Cai” tại khách sạn Mường Thanh Grand Lào Cai.
6. Nêu tầm quan trọng của tổ chức sự kiện tới ngành du lịch.
7. Hãy trình bày quy trình tổ chức sự kiện

BÀI 2: KỸ NĂNG TRONG TỔ CHỨC

TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Giới thiệu: Trong nội dung chương đề cập những kiến thức về kỹ năng cần thiết hỗ trợ cho việc tổ chức kiện như kỹ năng thuyết trình, đàm phán thương lượng, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng dự đoán tình huống và kỹ năng lãnh đạo và quản lý thời gian, con người,...

Mục tiêu:

- Trình bày được một số khái niệm cơ bản về giao tiếp
- Nhận biết được các hình thức và phương tiện giao tiếp
- Vận dụng được các kỹ năng: làm việc nhóm, thuyết trình, đàm phán, quản lý thời gian và con người, dự đoán và xử lý tình huống trong tổ chức sự kiện

PHẦN I - NỘI DUNG LÝ THUYẾT

Trước sự phát triển ngày càng mạnh mẽ và sâu rộng ở mọi lĩnh vực, việc giao tiếp đang dần trở lên quan trọng và là cầu nối để phát triển hơn nữa các mối quan hệ. Có nhiều nguồn tài liệu và hướng nghiên cứu về giao tiếp, tuy nhiên trong cuốn giáo trình Kỹ năng giao tiếp trong nhà hàng

khách sạn của tác giả Nguyễn Thị Ngọc Hà có đưa ra khái niệm như sau: “*“Giao tiếp là hành động truyền tải ý đồ, ý tứ của một chủ thể (có thể là một cá thể hay một nhóm) tới một chủ thể khác thông qua việc sử dụng các dấu hiệu, biểu tượng và các quy tắc giao tiếp mà cả hai bên cùng hiểu.... Truyền thông điệp đã mã hóa dưới dạng một chuỗi các tín hiệu bằng một kênh hay phương tiện giao tiếp”*”.

Quá trình giao tiếp



Hình 2.1. Sơ đồ về quá trình giao tiếp

Với tầm quan trọng của giao tiếp, hoạt động tổ chức sự kiện cũng không thể nằm ngoài sự tác động của nghệ

thuật giao tiếp, mà ngược lại nó còn phát huy được tối đa vai trò, hiệu quả của tổ chức sự kiện.

2.1. Kỹ năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề

2.1.1. Khái niệm

Là tập hợp các thành viên có số lượng từ hai người trở lên, có giao tiếp trực diện, có kỹ năng bổ sung cho nhau, có sự chia sẻ mối quan tâm hoặc mục đích chung.

Kỹ năng làm việc nhóm là khả năng tương tác giữa các thành viên trong một nhóm nhằm phát triển tiềm năng, năng lực của tất cả các thành viên và thúc đẩy hiệu quả công việc.

2.1.2. Các nguyên tắc làm việc nhóm

Cần xác định mục tiêu chung: Mục tiêu trọng tâm rõ ràng.

Tất cả thành viên trong nhóm cần nhận thức được những mục tiêu của cả team, luôn bám sát mục tiêu và cùng nhau cố gắng đạt được mục tiêu đó.

Phân công hiệu quả

Phân công công việc dựa trên năng lực của các thành viên trong nhóm.

Phân công công việc cần phải rõ ràng cụ thể với trách nhiệm từng cá nhân trong nhóm dựa vào điểm mạnh của từng cá nhân.

Tôn trọng ý kiến của các thành viên

Tôn trọng ý kiến của các thành viên, đúc rút những điểm hay, sáng tạo.

Lắng nghe và thấu hiểu

Lắng nghe ý kiến của các thành viên để biết họ nghĩ gì, muốn gì, ý kiến của họ ra sao.

Sự tin tưởng

Môi trường làm việc nhóm hiệu quả là nơi mọi người thoải mái chấp nhận rủi ro hợp lý trong giao tiếp, ủng hộ các quan điểm và thực thi hành động. Các thành viên trong nhóm tin tưởng lẫn nhau và lắng nghe ý kiến của nhau.

Giao tiếp hiệu quả

Các thành viên trong nhóm nên giao tiếp thoải mái với nhau một cách trực tiếp và hướng tới mục tiêu đạt được thành công cho dự án. Việc giao tiếp giữa các thành viên với nhau và với trưởng nhóm nên là một quá trình hai chiều. Điều này sẽ giúp họ hiểu nhau hơn đồng thời giải quyết những vấn đề nảy sinh một cách nhanh chóng nhất.

Giao tiếp cởi mở, trung thực và tôn trọng. Các thành viên tự do bày tỏ suy nghĩ, ý kiến và các giải pháp tiềm năng để giải quyết vấn đề. Mọi người cảm thấy được lắng nghe và thấu hiểu. Các thành viên nên hỏi các câu hỏi để làm rõ ý kiến chứ không nên tìm cách phản bác đồng nghiệp của họ.

Quản lý xung đột

Nhóm cần thỏa thuận quy trình xem xét, phân tích, đánh giá và giải quyết các vấn đề trong nhóm cũng như những xung đột. Không nên ủng hộ những xung đột cá nhân hoặc chia bè kết phái khi xảy ra xung đột. Thay vào đó, các thành viên nhóm cần hướng đến một giải pháp chung.

Khen ngợi người khác một cách trung thực và thật lòng

Bất cứ lời động viên, khen ngợi nào cũng đều khiến cho các thành viên cảm thấy công sức của mình được trân trọng, cởi mở hơn trong việc chia sẻ, giúp đỡ lẫn nhau trong công việc cũng như cuộc sống, từ đó sẽ thúc đẩy sự đóng góp của bản thân.

Tránh tiêu cực

Tránh cảm xúc tiêu cực, đố kỵ hoặc ác ý. Không nên tham gia vào những cuộc thảo luận không hiệu quả hoặc không lành mạnh.

Khuyến khích những sáng tạo, đổi mới và các quan điểm khác nhau. Không nên sử dụng những ngôn từ mang tính chỉ trích, đổ lỗi cho người khác.

Gắn kết

Gắn kết nhóm trở thành một đơn vị thống nhất, nhóm cần làm việc dựa trên nền tảng chung. Cả tổ chức cần có những sáng kiến và tổ chức các buổi đóng góp xây dựng ý kiến, và các buổi họp, buổi giao lưu hằng tháng để tăng cường kết nối trong nhóm.

Đề cao vai trò cá nhân

Các thành viên trong nhóm được xem là những cá nhân đặc biệt với những kinh nghiệm, quan điểm, kiến thức và ý kiến đóng góp không thể thay thế. Mục đích thành lập nhóm chính là để tận dụng lợi thế của sự khác biệt đó.

Hộp ví dụ 2.1. Nguyên tắc làm việc nhóm

Công ty tổ chức sự kiện A, ký nhận hợp đồng Tổ chức chương trình nghệ thuật lễ kỉ niệm 100 năm SaPa, nhận thấy đây là một chương trình lớn, có tầm ảnh hưởng không

chỉ là của tỉnh, mà còn có tiếng vang tới ngành du lịch của cả nước và quốc tế, nên công ty đã huy động tổng lực nhân viên và đưa ra các ý tưởng thực hiện hấp dẫn, hệ thống máy móc, cơ sở kỹ thuật hiện đại và hoành tráng. Các bộ phận luôn nắm bắt công việc một cách chặt chẽ, ăn khớp và phối hợp nhịp nhàng. Hứa hẹn sẽ đem đến cho UBND thị xã Sa Pa, tỉnh Lào Cai và khách du lịch một chương trình kỉ niệm đầy màu sắc đặc trưng của Sa Pa và chương trình nghệ thuật hấp dẫn, ...Như vậy, mô hình làm việc Teamwork trong hoạt động kinh doanh trong hoạt động tổ chức sự kiện là rất quan trọng và cần phải được đào tạo, huấn luyện thường xuyên.

Với nhân viên tổ chức sự kiện, việc phối hợp với các bộ phận khác như Marketing, truyền thông, nhân viên kỹ thuật, tình nguyện viên hay cộng tác viên của chương trình, dẫn chương trình – MC, nhân viên trang điểm và trang phục là hết sức cần thiết và thông qua những hoạt động liên kết giữa các cá nhân, bộ phận sẽ tạo nên tập thể đoàn kết, vững mạnh... Đây cũng là hình thức làm việc Teamwork theo quy mô các bộ phận với nhau.

2.1.3. Quy trình làm việc nhóm

Để vận hành tốt một “team” làm việc hiệu quả, đúng tiến độ cần có quy trình làm việc, để cả nhóm cùng căn cứ vào đó thực hiện và lập ra kế hoạch cho từng cá nhân. Quy trình làm việc nhóm gồm 3 bước:

Bước 1: Họp mặt, triển khai công việc lần đầu.

- Tại bước này, người trưởng nhóm hay người phụ trách chung cần triển khai dự án, đề tài hay chủ đề của sự kiện sắp tới diễn ra. Người trưởng nhóm cần nâng cao vai trò và tinh thần sáng tạo của các thành viên trong nhóm.

- Cả nhóm cùng bàn luận, chia sẻ kinh nghiệm, ý tưởng, đóng góp ý kiến cho nhau, để đi đến một ý tưởng thực hiện chung.

- Cùng đưa ra kế hoạch cụ thể, lịch trình và thời gian báo cáo hoàn thành công việc,...

Bước 2: Họp mặt lần 2 (hoặc những lần sau)

Bởi trong quá trình thực hiện không tránh khỏi những vướng mắc, những lưu ý cần phải tập trung cả nhóm, nên sẽ phát sinh ra nhiều hơn một cuộc họp bàn luận vấn đề trước khi sự kiện được diễn ra chính thức hoàn chỉnh.

- Tại lần này, các thành viên báo cáo tình hình công việc được giao, nêu ra những khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện công việc.

- Có thể biên tập lại ý tưởng, kế hoạch thực hiện cho phù hợp với điều kiện thực tế hơn.

Bước 3: Thống nhất lần cuối và thực hiện chương trình. Ở bước này, việc thống nhất các nội dung công việc còn dang dở, vướng mắc lần cuối trước giờ thực hiện chương trình là rất cần thiết, để đảm bảo mọi công việc đều được đảm bảo theo đúng tiến độ. Đồng thời giúp cho người trưởng nhóm nắm bắt được tình hình chi tiết công việc của các tiểu nhóm hoặc cá nhân. Nếu cần thiết có thể chạy thử trước chương trình một số nội dung chính.

2.1.4. Kỹ năng giải quyết vấn đề.

Trong cuộc sống cũng như trong công việc nói chung và công việc của các nhà tổ chức sự kiện không tránh khỏi những vướng mắc và khó khăn nhất định, vì vậy khi đứng trước những quyết định mang tính quyết định, nhà lãnh đạo, trưởng nhóm hoặc cá nhân cần có kỹ năng giải quyết vấn đề để công việc được tiến hành suôn sẻ và đúng định hướng.

Hiểu rõ nguồn gốc vấn đề

Dù sự việc lớn hay nhỏ, có quan trọng hay không quan trọng, nếu đã gặp khúc mắc mà không hiểu rõ nguồn gốc vấn đề, không hiểu gốc rễ và nguyên nhân của sự việc sẽ dẫn đến những hậu quả đáng tiếc. Vì vậy, cần bình tĩnh để tìm hiểu rõ nguyên nhân của sự việc, tìm hiểu nguồn gốc của vấn đề, từ đó tìm ra giải pháp hợp lý, khoa học và tối ưu nhất để xử lý vấn đề mà không làm ảnh hưởng đến tình hình chung và kết quả công việc.

Phân tích vấn đề

Sau khi đã tìm hiểu rõ nguyên nhân của vấn đề, bằng những kiến thức có sẵn, bằng sự tinh tế và nhạy bén của nghề nghiệp cũng như tinh thần làm việc khách quan, cần phân tích các vấn đề. Điều đó giúp nhà tổ chức sự kiện hiểu rõ hơn về bản chất của vấn đề, sai ở đâu, vướng mắc ở giai đoạn nào, do ai, mức độ sai phạm, cách sửa chữa, khắc phục vấn đề và đưa ra phương án hợp lý nhất để tiến hành thực hiện.

Đơn giản hóa mọi việc

Khi gốc rễ và bản chất của vấn đề được làm rõ, việc cần thiết là nhìn thẳng vào vấn đề và cách khắc phục vấn đề, tránh làm với tâm lý hoảng loạn, quan trọng hóa vấn đề

hoặc gây áp lực, khó chịu lên người chịu trách nhiệm sẽ khiến mọi việc dần trở nên khó khăn và bế tắc hơn.

Lật ngược vấn đề

Trong quá trình tổ chức sự kiện, nhân viên tổ chức sự kiện đã gặp nhiều vấn đề khác nhau và đều được xử lý nhanh gọn bằng một giải pháp chung, nhưng không phải vấn đề nào cũng giải quyết một cách hiệu quả theo một “lối mòn cũ”. Lúc này rất cần sự sáng tạo, mạnh dạn đưa ra giải pháp mới dựa trên những đặc điểm và các yếu tố của sự việc để có thể tìm ra những giải pháp, hướng đi và cách thực hiện mới mẻ, khả thi hơn và đạt kết quả cao.

Nhìn nhận, đánh giá vấn đề từ nhiều khía cạnh, góc độ khác nhau

Để có một cách nhìn khách quan, sáng tạo và mới mẻ, nhà tổ chức sự kiện cần có những nhìn nhận, đánh giá vấn đề từ nhiều khía cạnh và góc độ khác nhau để có những ý tưởng mới, sáng tạo, hấp dẫn hơn.

Chọn giải pháp

Sau khi nhìn nhận, đánh giá và đưa ra các giải pháp, bước tiếp theo vô cùng quan trọng sẽ quyết định đến kết quả của vấn đề là chọn giải pháp. Thông thường trong tổ chức

sự kiện, những chương trình có tính chất truyền thống, chính trị thì sẽ được lựa chọn theo lối an toàn và theo những format tiêu chuẩn, nhưng đối với những chương trình mang tính nghệ thuật, giải trí luôn được sáng tạo không ngừng để tăng sức hấp dẫn. Vì vậy, việc chọn giải pháp còn phụ thuộc rất nhiều vào đối tượng, sự việc, hoàn cảnh và các điều kiện khác.

Thực hiện

Khi mọi thứ đều đã được chuẩn bị hoàn tất, nhiệm vụ của nhân viên tổ chức sự kiện lúc này là cùng đồng lòng và phối hợp với nhau nhịp nhàng để sự kiện được diễn ra suôn sẻ, tránh những sai sót không đáng có.

Đánh giá lại kết quả vấn đề

Việc đánh giá lại vấn đề nhằm giúp nhà tổ chức sự kiện tổng kết lại toàn bộ quá trình giải quyết vấn đề, rút ra những bài học kinh nghiệm quý báu cho bản thân và đồng nghiệp ở những lần giải quyết vấn đề sau, nếu gặp phải.

2.2. Kỹ năng lãnh đạo và ra quyết định

2.2.1. Kỹ năng lãnh đạo

* *Khái niệm:*

Kỹ năng lãnh đạo là kỹ năng bạn sử dụng khi tổ chức, sắp xếp công việc cho những người khác để đạt được mục tiêu chung.

Lãnh đạo không chỉ là một kỹ năng mà là sự kết hợp của nhiều kỹ năng mềm khác.

Một nhà lãnh đạo mạnh mẽ cần sự kiên nhẫn, đồng cảm, biết lắng nghe, đáng tin cậy, sáng tạo, tích cực, giỏi giao tiếp, xây dựng môi trường tập thể, uyên chuyên, linh hoạt, sẵn sàng chấp nhận rủi ro và có khả năng giảng dạy hoặc cố vấn. Các nhà lãnh đạo giỏi là lực lượng cần thiết cho bất kỳ công ty, tổ chức nào. Các nhà lãnh đạo sẽ hỗ trợ xây dựng các đội, nhóm mạnh trong doanh nghiệp và đảm bảo các dự án, sáng kiến hoặc công việc khác được tiến hành trôi chảy.

** Các tố chất của nhà lãnh đạo*

- Sáng tạo
- Khả năng trao quyền
- Lắng nghe, thấu hiểu
- Khả năng truyền đạt, hướng dẫn
- Tư duy logic và khác biệt
- Khả năng quản trị xung đột

- Tập trung và giải pháp
- Không ngừng học hỏi
- Khả năng dự đoán
- Phân chia công việc hợp lý
- Xây dựng mối quan hệ (đội ngũ)
- Độ tin cậy

2.2.2. *Kỹ năng ra quyết định*

Với vai trò là một nhà lãnh đạo ngoài những kỹ năng mềm khác và các tố chất, kiến thức chuyên môn giỏi, giàu kinh nghiệm và khả năng dự đoán thì kỹ năng ra quyết định cũng rất quan trọng. Bởi sự thành công hay thất bại của một tập thể phụ thuộc rất lớn vào việc ra quyết định của người đứng đầu. Cơ hội công việc tốt, các yếu tố khách quan và chủ quan đều ủng hộ nhưng người lãnh đạo không quyết đoán, không có những nhìn nhận đánh giá chính xác cũng khó có thể thành công.

Theo như tâm lý học, ra quyết định được coi là một quá trình nhận thức của con người và dẫn đến việc đưa ra những lựa chọn hoặc chính là một quá trình thay thế và ra quyết định đó của con người thì nó chính là lựa chọn cuối.

Quyết định được phân chia thành nhiều loại quyết định khác nhau, thông thường sẽ chia thành ba loại như sau:

+ Quyết định theo quy chuẩn: là những quyết định mang tính lặp đi lặp lại theo một quy định, lẽ lối nhất định có từ trước. Ví dụ: Việc quyết định mua thêm thiết bị âm thanh, ánh sáng phục vụ tổ chức sự kiện

+ Quyết định cấp thời: là quyết định cần đòi hỏi những tác động nhanh, mạnh và dứt khoát, quyết định này gần như phải thực hiện ngay lập tức. Ví dụ: Do thời tiết mưa gió nên sự kiện kỉ niệm ngày quốc tế phụ nữ của công ty A được thay đổi địa điểm từ ngoài trời vào trong hội trường.

+ Quyết định có chiều sâu: là quyết định đưa ra phải có thời gian chuẩn bị giải quyết, quyết định này cần phải lên kế hoạch, tập trung họp thảo luận, lấy ý kiến chung. Với những quyết định này thường liên quan đến việc định hướng phát triển hat những công việc có ảnh hưởng đến tổ chức. Ví dụ: do Công ty dược mỹ phẩm Laco thay đổi mục tiêu và đối tượng khách hàng tiềm năng trong buổi hội thảo chuyên sâu về chăm sóc da nên công ty tổ chức sự kiện Media NT cần thay đổi một số nội dung về khuyếch trương, quảng bá cũng như địa điểm tổ chức so với kế hoạch ban đầu là mở rộng đối tượng khách trải nghiệm.

Đối với hoạt động tổ chức sự kiện, vai trò của người trưởng nhóm, giám đốc các bộ phận cần có khả năng quyết đoán để đưa ra các quyết định chính xác, hợp lý và đúng thời điểm. Cả một chương trình sự kiện diễn ra là kết quả và công lao rất lớn của một tập thể cùng chung tay tạo dựng, nhưng chỉ cần quyết định sai lệch của một trưởng nhóm hay một bộ phận có thể dẫn đến chương trình bị hủy, bị lỗi hoặc không ăn khớp với tổng thể chương trình.

2.3. Kỹ năng lập kế hoạch, quản lý thời gian và con người.

2.3.1. Khái niệm và ý nghĩa của lập kế hoạch

** Khái niệm*

Kỹ năng lập kế hoạch cá nhân việc liệt kê và sắp xếp công việc của bản thân theo một danh sách và sắp xếp chúng theo một trình tự thời gian hợp lý từ sự quan trọng, cấp thiết đến các công việc khác một cách hợp lý.

** Ý nghĩa của việc lập kế hoạch*

Giúp định lượng những công việc cần làm, tránh bị bỏ sót, đồng thời qua cách lập kế hoạch giúp quản lý thời gian theo lối tư duy hệ thống về các công việc cần làm. Bên cạnh đó còn có tác dụng giúp rút ngắn thời gian làm việc,

tang năng suất làm việc, sắp xếp khoảng trống để nghỉ ngơi, đảm bảo luôn thực hiện đúng kế hoạch và có khả năng xử lý các tình huống bất ngờ xảy ra.

Kỹ năng lập kế hoạch và quản lý thời gian giúp phân bổ thời gian hiệu quả, phân bổ công việc một cách hợp lý và là nền tảng để tổ chức công việc hiệu quả. Từ bảng kế hoạch cụ thể này, mỗi cá nhân hay nhà quản lý có thể lường trước được những yếu tố tác động và ảnh hưởng đến quá trình hoàn thành kế hoạch, từ đó đưa ra các phương án đối phó và khắc phục kịp thời.

Kỹ năng lập kế hoạch và quản lý thời gian hiệu quả sẽ giúp bạn giảm lãng phí và tránh trùng lặp hiệu quả. Khi đề ra kế hoạch rõ ràng bạn sẽ phân tách việc nào làm trước việc nào làm sau như vậy sẽ không bị trùng lặp và lãng phí thời gian cũng như chi phí.



Hình 2.2. Ma trận quản lý thời gian

* Các bước lập kế hoạch, quản lý thời gian

Để có kỹ năng lập kế hoạch và quản lý thời gian tốt cần tuân thủ các theo các bước sau:

1. Xác định mục tiêu
2. Xác định nội dung của công việc
3. Xác định công việc đó được thực hiện ở đâu, khi nào và người thực hiện
4. Thứ tự ưu tiên sắp xếp công việc. Một trong những thách thức lớn nhất khi làm việc là sắp xếp thứ tự ưu tiên

cho những công việc cần làm. Biết cách sắp xếp thứ tự ưu tiên sẽ giúp đảm bảo công việc, nâng cao hiệu suất công việc và cải thiện được cuộc sống. Khi sắp xếp thứ tự ưu tiên, cần cân nhắc xem công việc thuộc nhóm nào để thực hiện:

+ Khẩn cấp và quan trọng: cần làm ngay, làm sớm nhất có thể

+ Quan trọng nhưng không khẩn cấp: Lên kế hoạch để thực hiện

+ Khẩn cấp nhưng không quan trọng: chuyển cho người khác làm/hỗ trợ nếu cần thiết.

+ Không quan trọng và không khẩn cấp: Có thể gạch bỏ, sắp xếp sau cùng bảng danh sách công việc cần làm

5. Tập trung thực hiện kế hoạch

6. Linh hoạt trong thực hiện kế hoạch

7. Việc kiểm tra thực hiện kế hoạch.

2.3.2. *Kỹ năng quản lý con người*

** Khái niệm*

Con người là trung tâm của vũ trụ, của sự sống và phát triển, chính vì vậy vấn đề quản lý con người luôn được coi là vấn đề chính và có ảnh hưởng rất lớn đến quá trình

vận hành, phát triển của doanh nghiệp. Để có thể huy động và vận hành được nhân sự trong doanh nghiệp hay trong một nhóm tạo thành một khối khối hoạt động một cách trơn chu, đòi hỏi nhà quản lý cần có cần có kỹ năng lãnh đạo và quản lý con người.

QUẢN LÝ CÔNG VIỆC CÁ NHÂN HIỆU QUẢ



Hình 2.3. Quản lý công việc cá nhân

Quản lý con người là việc bồi dưỡng, đào tạo, đảm bảo sự hài hòa và chấp thuận giữa các nguyện vọng, lợi ích của cá nhân và tổ chức. Đồng thời, quản lý con người là xác

định đúng đắn vị trí của cá nhân cụ thể nào đó trong một tổ chức. Quản lý phải xác định rõ quyền hạn, vai trò của cá nhân trong tập thể, tạo điều kiện thuận lợi để giúp con người thực hiện tốt vai trò, nghĩa vụ của mình đối với nhiệm vụ được giao. Bên cạnh đó, dẫn huy khả năng của cả nhóm hay cả doanh nghiệp, để tạo thành một tập thể vững mạnh, phát triển, năng động, sáng tạo và có tính gắn kết với nhau.

** Vai trò của kỹ năng quản lý con người*

Có thể thấy vai trò của việc quản lý con người trong một tập thể là rất quan trọng và cần thiết. Vậy vai trò cụ thể của người quản lý trong quản lý con người là:

- Tạo ra sự thống nhất giữa các bộ phận trong một tập thể, tạo ra môi trường làm việc có tính gắn kết, đoàn kết nhưng vẫn có tính cạnh tranh, mang lại hiệu quả làm việc tốt.

- Định hướng sự phát triển của tổ chức dựa trên cơ sở xác định mục tiêu chung của tổ chức, hướng con người hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao, động viên và hỗ trợ nhân viên đúng lúc, kịp thời.

- Điều phối, phối hợp các hoạt động của con người trong doanh nghiệp, tối ưu thời gian và nâng cao hiệu quả công việc.

** Nguyên tắc trong quản lý con người*

- Tạo sự hứng thú, niềm vui và tự hào trong công việc cho nhân viên. Thể hiện sự tin tưởng, đánh giá cao khả năng xử lý công việc của nhân viên. Khuyến khích tinh thần khi họ hoàn thành tốt công việc, họ sẽ làm việc với năng suất tốt hơn rất nhiều lần.

- Hạn chế sự gò bó, ức chế đối với nhân viên. Người quản lý luôn tạo cảm giác thoải mái, gần gũi với nhân viên chắc chắn sẽ giúp họ làm việc bớt áp lực hơn. Hãy bỏ qua những quy định không cần thiết, gò bó thay vào đó tạo điều kiện để nhân viên cống hiến hết mình. Nhân viên càng ít phàn nàn về quản lý và công ty thì năng suất làm việc sẽ càng cao, hiệu quả càng tốt.

- Tạo môi trường làm việc thân thiện, điều kiện làm việc thuận lợi, đầy đủ và hợp lý khi làm việc. Một môi trường làm việc thân thiện, đầy đủ cơ sở vật chất, mọi người hòa đồng, giúp đỡ nhau chắc chắn sẽ không ai là không làm việc tốt. Hơn hết một môi trường giúp nhân viên cảm thấy

được tôn trọng, có cơ hội phát triển thì sẽ giữ chân họ lâu hơn, thúc đẩy họ làm việc tốt hơn. Nhân viên sẽ cảm thấy biết ơn với người quản lý nếu người quản lý tận tình hướng dẫn, tạo cho họ không gian để phát huy trong công việc. Khi cân bằng được giữa công việc và cuộc sống, họ sẽ thoải mái để làm việc, khi ấy doanh nghiệp cũng được thúc đẩy phát triển hơn.

** Những kỹ năng cần có của người quản lý*

- Kỹ năng quản lý. Đây là kỹ năng không thể thiếu của người quản lý, bao gồm kỹ năng hoạch định, tổ chức và điều hành doanh nghiệp. Bên cạnh đó, người quản lý cũng phải có tầm nhìn xa, định hướng chiến lược, quản lý chung tất cả các công việc chung nhưng trước hết phải biết quản lý công việc của mình thật tốt. Muốn trở thành quản lý giỏi cũng cần học cách quản lý tốt công việc và cuộc sống

- Kỹ năng lãnh đạo là người phải đối mặt với các thử thách, chấp nhận thay đổi và tạo môi trường làm việc tốt cho nhân viên. Nhà lãnh đạo cần biết đánh giá năng lực nhân viên cũng như phê bình, khích lệ họ đúng lúc.

- Ứng xử và giao tiếp. Việc giao tiếp ứng xử hàng ngày cũng rất quan trọng giữa người với người, nhất là đối

với cấp quản lý. Nó không chỉ giúp công việc được trôi chảy hơn mà còn giúp các mối quan hệ trong công việc và cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn. Đối với vai trò quản lý, kỹ năng này giúp truyền đạt thông tin rõ ràng hơn đến với nhân viên, để họ dễ hiểu và thực hiện nhiệm vụ được giao. Kỹ năng ứng xử giúp nhà quản lý xử lý và hoàn thành công việc tốt hơn. Để hoàn thiện vai trò quản lý nhất định phải rèn luyện kỹ năng ứng xử và giao tiếp

2.4. Kỹ năng thương lượng, đàm phán, thuyết phục

2.4.1. Kỹ năng thương lượng, đàm phán

** Khái niệm:*

Đàm phán là phương tiện cơ bản để đạt được cái ta mong muốn từ người khác. Đó là quá trình giao tiếp có đi có lại được thiết kế nhằm thỏa thuận trong khi đôi bên cùng có những quyền lợi có thể chia sẻ và có những quyền lợi đối kháng. Vậy đàm phán là hành vi và quá trình mà trong đó hai hay nhiều bên tiến hành trao đổi, thảo luận về các mối quan tâm chung về những điểm bất đồng để đi đến một thỏa thuận thống nhất.

** Những nguyên tắc cơ bản:*

- Đàm phán là một hoạt động tự nguyện
- Một bên muốn thay đổi tình hình hiện tại và tin rằng có thể đạt được
- Mục đích của đàm phán là thỏa thuận
- Không phải mọi cuộc đàm phán đều có kết thúc bằng thỏa thuận
- Không đạt được thỏa thuận có khi là kết quả tốt
- Thời gian là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tiến trình và kết quả đàm phán.
- Không để cuộc đàm phán bị phá vỡ hoàn toàn
- Kết quả mỹ mãn là cải thiện được tình hình hiện tại của cả hai bên
- Tiến trình bị ảnh hưởng bởi những người đàm phán của các bên

** Các phương tiện đàm phán*

Đàm phán có thể chia ra làm ba phương pháp cơ bản, tham khảo bảng dưới đây:

Bảng 2.1. So sánh các phương pháp đàm phán

Vấn đề	Đàm phán mềm	Đàm phán cứng	Đàm phán nguyên tắc
Đối tác	Bè bạn	Địch thù	Người cộng tác
Mục tiêu	Đạt được thỏa thuận	Giành được thắng lợi	Giải quyết công việc hiệu quả
Nhượng bộ	Nhượng bộ để tăng tiến quan hệ	Yêu cầu bên kia nhượng bộ	Phân tích công việc và quan hệ để trao đổi nhượng bộ
Thái độ	On hạ	Cứng rắn	On hạ với người, cứng rắn với công việc
Tín nhiệm	Tín nhiệm đối tác	Không tin nhiệm đối tác	Sự tin nhiệm không liên quan đến đàm phán
Lập trường	Dễ thay đổi lập trường	Giữ vững lập trường	Trọng điểm đặt ở lợi ích chứ không ở lập trường
Cách làm	Đề xuất kiến nghị	Uy hiếp bên kia	Cùng tìm kiếm lợi ích chung
Điều kiện để thỏa thuận	Nhượng bộ để đạt được thỏa thuận	Để đạt được cái muốn cũ mới chịu thỏa thuận	Cả 2 bên cùng có lợi
Phương án	Tìm ra phương án đối tác có thể chấp thuận	Tìm ra phương án mà mình chấp thuận	Vạch ra nhiều phương án cho 2 bên lựa chọn
Kiên trì	Kiên trì muốn đạt được thỏa thuận	Kiên trì giữ vững lập trường	Kiên trì tiêu chuẩn khách quan
Biểu hiện	Hết sức tránh tính nể nang này	Thi đua sức mạnh ý chí giữa đôi bên	Căn cứ vào tiêu chuẩn khách quan để đạt được thỏa thuận
Kết quả	Khuất phục trước sức ép của đối tác	Tăng sức ép khiến bên kia khuất phục hoặc đổ vỡ.	Khuất phục nguyên tắc chứ không khuất phục sức ép.

** Các hình thức đàm phán*

Do đàm phán là một quá trình có mục đích nhất định nên trong thực tế có rất nhiều cách được thể hiện để đàm phán. Có thể chia hình thức đàm phán theo hình thức gồm: đàm phán bằng văn bản, đàm phán bằng gặp mặt trực tiếp và đàm phán qua điện thoại.

Trong kinh doanh, mỗi hình thức đàm phán được sử dụng phát huy những hiệu quả rất rõ rệt nếu biết nắm bắt và sử dụng đúng lúc, đúng nơi và đúng đối tượng.

** Những lỗi thường gặp trong đàm phán*

- Bắt đầu bước vào đàm phán với sự thiếu minh mẫn và chu đáo

+ Không biết đối tác ai là người có quyền quyết định chính

+ Không biết điểm mạnh của mình là gì? và tận dụng sử dụng chúng thế nào?

+ Bước vào đàm phán với mục đích chung.

+ Không đề xuất những quan điểm và lý lẽ có giá trị, có sức thuyết phục.

+ Không kiểm soát các yếu tố tương như không quan trọng như thời gian và trật tự của các vấn đề

- + Không đề đối tác đưa ra đề nghị trước.
- + Bỏ qua thời gian và địa điểm như một vũ khí quan trọng trong đàm phán.
- + Từ bỏ khi cuộc đàm phán dường như đi vào bế tắc.
- + Không kết thúc cuộc đàm phán đúng lúc.
- Những điểm cơ bản để tránh lỗi thường gặp
 - + Không ngắt lời đối tác, nói ít, tích cực nghe.
 - + Sử dụng những lời giải thích, bình luận hài hước, mang tính tích cực.
 - + Sử dụng việc ngừng đàm phán để kiểm soát được nội bộ.
 - + Lập một mục tiêu rõ ràng, cụ thể và thực tế trước khi đàm phán.
 - + Tóm tắt vấn đề thường xuyên.
 - + Liệt kê những điểm cần giải thích và những điểm đã hiểu, đã thống nhất.
 - + Tránh dùng những ngôn ngữ yếu, kém trong sáng, đa nghĩa.

+ Không nên chỉ trích, đổ lỗi cho đối phương, tìm ra những điểm chung của cả hai bên để dễ dàng đi đến thỏa thuận.

+ Tránh chọc tức, khà khịa, khích tướng.

+ Tránh đưa ra quá nhiều lý do cho đề nghị của mình.

+ Tránh bộc lộ cảm xúc cá nhân bột phát, khiến trách, công kích hoặc chế nhạo.

** Các nguyên tắc dẫn đến thành công trong đàm phán*

- Gây ấn tượng ban đầu

- Chú ý tới các cử chỉ, thái độ, động tác của cơ thể trong khi đàm phán

- Phải xác định rõ mục tiêu đàm phán và luôn luôn bám sát theo đuổi mục tiêu này trong quá trình đàm phán

- Người đàm phán tốt phải biết rèn luyện các kỹ năng lắng nghe với đối tác

- Biết trình bày, sử dụng từ ngữ một cách khéo léo, linh hoạt

- Người đàm phán trong kinh doanh phải biết nói thay vì nghĩ nhiều

- Cần biết mình có thể làm được gì, đi tới đâu, tự do đàm phán tới giới hạn nào.

- Đề thành công trong đàm phán kinh doanh, cần có một ý thức, tư duy sẵn sàng thỏa hiệp nếu cần thiết.

- Tránh để những hiểu lầm, vô tình hay hữu ý để tránh những nội dung đàm phán, thương thuyết bị lệch hướng, tránh nhắc lại những nội dung đã thống nhất, đàm phán nên chuyển qua nội dung mới.

** Những điều cần tránh để đàm phán không thất bại*

- Nói quá nhỏ hoặc quá to

- Không nhìn vào mắt đối tác đàm phán

- Không có kế hoạch cụ thể

- Không thông báo trước nội dung đàm phán khi thỏa thuận lịch đàm phán với đối tác

- Để cho đối tác quá nhiều tự do, quyền chủ động khi đàm phán

- Đưa hết tất cả thông tin, lý lẽ trình bày thuyết phục ra ngay từ đầu buổi đàm phán

- Lảng tránh ý kiến phản đối hay nghi ngờ từ đối tác

- Không chuẩn bị trước các giới hạn cần thiết khi đàm phán

- Người đàm phán tìm cách áp đảo đối tác.

2.4.2 Kỹ năng thuyết phục

* *Khái niệm:*

Thuyết phục là việc đưa ra các lý lẽ để lý luận, giải thích hoặc chứng cứ. Từ đó làm cho người đối diện tin và thực hiện hành động theo mong muốn của bạn. Nói một cách dễ hiểu hơn thuyết là nói, phục là phục tùng, là đồng ý, làm theo.



Hình 2.4. Kỹ năng thuyết phục

Kỹ năng thuyết phục là khả năng thay đổi thái độ, niềm tin hoặc hành vi của một người hoặc một nhóm người đối với người khác, nhóm, sự kiện, đối tượng hoặc ý tưởng. Nó thường được thực hiện bằng cách truyền đạt trong một thông điệp, một số cảm xúc, thông tin, lý luận hoặc kết hợp.

Tóm lại, kỹ năng thuyết phục là khả năng thực hiện những nỗ lực có chủ ý và thành công trong công việc ảnh hưởng đến trạng thái tinh thần của ai đó thông qua giao tiếp bằng văn bản, bằng các phương tiện thông tin đại chúng hay bằng lời nói, hành động.

Ví dụ: Một nhân viên bảo hiểm nhân thọ của công ty M, có lịch hẹn với khách hàng. Tuy nhiên vị khách này từ trước đã có ý kiến cho rằng bảo hiểm nhân thọ là đa cấp, lừa đảo. Nhân viên tư vấn bảo hiểm bằng những kinh nghiệm nghề nghiệp của mình, bằng sự uy tín của bản thân, bằng những con số và minh chứng xác thực về lợi ích của bảo hiểm nhân thọ mang tới cho người tham gia. Đồng thời cũng tư vấn kỹ càng và thấu hiểu những tâm tư của khách hàng để đưa ra các ý kiến thuyết phục khách hàng cũng như để khách hàng có những thiện cảm nhất định tin tưởng bảo hiểm nhân thọ chứ không nên vì một vài trường hợp “con sâu bỏ rầu nồi canh”, mà đánh đồng cũng như nhìn nhận sai về giá trị của bảo hiểm mang lại. Dần tới cuối cuộc hẹn, khách hàng đã cởi mở chia sẻ và dần tin tưởng vào lợi ích của việc tham gia bảo hiểm nhân thọ.

** Tầm quan trọng của kỹ năng thuyết phục*

Thuyết phục là kỹ năng mềm quan trọng, cần thiết và có tính ảnh hưởng đến một người hay nhiều người. Kỹ năng này có vai trò thiết thực trong cuộc sống, công việc, kinh doanh hay hoạt động giao tiếp ứng xử thông thường,...

Đối với cuộc sống hàng ngày, thường xuyên phải dùng đến kỹ năng này như khi thuyết phục rủ ai đó đi chơi, shopping, du lịch, mượn đồ hoặc vay tiền,... thậm chí là thuyết phục về việc đưa ra nhận định đánh giá một ai đó thông qua những sự việc cụ thể, bằng chứng rõ ràng,... nếu ban đầu họ còn lưỡng lự, đắn đo và chưa đồng ý ngay, đòi hỏi bạn phải dùng khả năng thuyết phục của mình để làm họ thay đổi suy nghĩ và nhận định vấn đề. Vậy nên, nếu bạn là người có khả năng thuyết phục tốt thì từ việc nhỏ đến việc lớn bạn đều có thể thành công. Ngược lại, nếu bạn không có kỹ năng thuyết phục tốt thì không chỉ trong công việc mà bạn làm bất cứ điều gì cũng dẫn đến thất bại.

Đối với công việc, Theo nghiên cứu, trong kinh doanh, kỹ năng thuyết trình quyết định 95% thành công hay thất bại. Chẳng hạn, bạn là người có trình độ và năng lực được đánh giá cao, tuy nhiên bạn lại không có khả năng thuyết phục người khác, bạn luôn rụt rè và e sợ khi phải gặp đối tác hay khách hàng thì cho dù bạn có giỏi đến đâu thì

trong thương trường bạn vẫn là một người thua cuộc. Vì vậy, bạn luôn thấy rằng, trong kinh doanh những nhà tuyển dụng luôn muốn tìm kiếm những người có kỹ năng thuyết phục tốt để mang lại lợi ích cho công ty của họ. Ví dụ, những tư vấn viên thường là những người rất giỏi trong việc thuyết phục khách hàng.

Đối với quan hệ đối tác quan trọng, kỹ năng thuyết phục được nâng lên một tầm cao mới. Đòi hỏi các bạn phải trau dồi một khối lượng kiến thức khổng lồ và biết vận dụng nó một cách linh hoạt. Vì vậy, để cuộc đàm phán, thương lượng với đối tác thành công trước hết bạn phải là một người hoạt ngôn và thông thạo từ ngữ thì mới có thể đối đáp lại được với phía đối tác.

** Cách cải thiện kỹ năng thuyết phục*

- Thiết lập uy tín. Uy tín của bản thân được tạo ra từ sự tin tưởng, đó là nền tảng đến phát triển các mối quan hệ lâu dài. Còn trong công việc, ngoài việc gây dựng uy tín trong giao tiếp ứng xử đời thường thì trong công việc nó thể hiện ở chuyên môn, kiến thức, kỹ năng xử lý tình huống và việc tạo dựng những mối quan hệ tốt đẹp.

- Tìm căn cứ chung. Việc tìm ra vị trí của bản thân, làm nổi bật lợi ích không chỉ của cá nhân mà của cả nhóm, các bên liên quan cũng giúp cho kỹ năng thuyết phục được thành công hơn rất nhiều.

- Cung cấp bằng chứng. Để người nghe có thể “Tâm phục khẩu phục” cần có những minh chứng cụ thể, rõ ràng, thậm chí được thể hiện bằng tính pháp quy do các cấp có thẩm quyền ban hành, bằng các con số, bằng sơ đồ, hình ảnh, âm thanh,... Điều đó giúp ích cho việc gia tăng độ xác thực của sự việc.

- Kết nối với người nghe một cách có chiều sâu, cách truyền đạt logic, dễ hiểu, rõ ràng kèm theo đó là sự kết hợp nhịp nhàng với các kỹ năng cần thiết khác như nghệ thuật trong việc sử dụng kỹ năng thuyết trình, lắng nghe, giải quyết vấn đề, ngôn ngữ cơ thể,...

** Những phương pháp thuyết phục người khác sau đây:*

1. Chiếm được niềm tin
2. Tìm ra những điểm tương đồng
3. Cấu trúc vấn đề tốt, rõ ràng
4. Đưa ra 2 mặt của vấn đề tính trung thực

5. Kích thích vào tính tư lợi lấy sự chú ý của họ bằng cách nói cho họ, bạn biết những gì họ muốn, rồi sau đó hãy nói với họ ý kiến của bạn sẽ giúp họ thỏa mãn những gì họ muốn.

6. Nuôi dưỡng và bảo vệ cái “tôi”

7. Kích thích vào uy tín cá nhân

8. Tạo sự nhất trí, đồng thuận

9. Chọn thời thuận lợi để thuyết phục

10. Tạo cảm giác khan hiếm cho người nghe.

2.5. Kỹ năng dự đoán và xử lý tình huống

2.5.1. Khái niệm:

Dự đoán là hành động đã được nghiên cứu, tìm hiểu, tham khảo để đưa ra những kết luận sự việc đúng hoặc gần đúng với sự việc đang diễn ra.

Việc dự đoán cần sử dụng kết hợp nhiều kỹ năng như kỹ năng phân tích, xử lý tình huống, ra quyết định liên hệ các thông tin để thấu hiểu toàn diện vấn đề; đồng thời đưa ra được các phương án, đánh giá được các phương án và quyết định được hướng giải quyết.

- Là bao gồm các kỹ năng phân tích, xử lý tình huống và ra quyết định. Kỹ năng này có khả năng phát hiện ra vấn

đề, phân tích và liên hệ các thông tin để thấu hiểu toàn diện vấn đề; đồng thời dự đoán và đưa ra được các phương án, đánh giá được các phương án và quyết định được hướng giải quyết kịp thời.

2.5.2. Các mức độ đánh giá

* Mức độ 1: **Mức độ kém**

Ở mức độ này, cá nhân chỉ vận dụng được năng lực trong những tình huống cơ bản nhất và sẽ cần rất nhiều chỉ dẫn từ người khác

- Áp dụng đúng quy trình để xử lý tình huống mà không có khả năng xử lý tình huống bất ngờ, không cân nhắc các mặt của quy trình

- Chỉ có khả năng quyết định các vấn đề nhỏ lẻ, không để lại hậu quả nghiêm trọng.

* Mức độ 2: **Mức độ cơ bản**

Ở mức độ này, cá nhân có thể vận dụng được năng lực trong những tình huống với độ khó trung bình và vẫn thường cần được hỗ trợ, hướng dẫn từ người khác.

- Đưa ra quyết định kịp thời, đúng đắn trong các tình huống quen thuộc và không quá nghiêm trọng, tuy nhiên sẽ bối rối nếu có tình huống ngoại lệ bất ngờ xảy ra

- Có ý thức đánh giá các phương án xử lý tình huống
- Phải nhờ trợ giúp trong tình huống thiếu dữ kiện để ra quyết định
- Có ý thức nhìn nhận vấn đề khách quan nhưng còn hành động theo chủ quan.

*** MĐ 3: Mức độ khá**

Ở mức độ này, cá nhân có thể vận dụng được năng lực trong những tình huống khó khăn, dù đôi khi vẫn cần được chỉ dẫn từ người khác.

- Có khả năng phân tích một tình huống phức tạp, nhìn nhận được mối quan hệ giữa các yếu tố trong tình huống.
- Đưa ra quyết định kịp thời, đúng đắn trong các tình huống có độ khó trung bình.

*** MĐ 4: Mức độ tốt**

Ở mức độ này, cá nhân có thể vận dụng được năng lực trong những tình huống khá khó khăn, mà hầu như không cần hướng dẫn.

- Đưa ra được giải pháp hiệu quả, kịp thời trong một tình huống chưa có tiền lệ

- Chủ động thu thập thêm dữ liệu và xử lý một hệ thống thông tin lớn, phức tạp trong thời gian ngắn, đưa ra được dự đoán về xu hướng và các hệ quả có khả năng xảy ra.

*** MĐ 5: Mức độ xuất sắc**

Ở mức độ này, cá nhân chủ động vận dụng được kỹ năng này trong cả những tình huống đặc biệt khó khăn. Cá nhân có thể tự tin truyền đạt kỹ năng này cho người khác.

- Luôn nhìn nhận vấn đề trung lập, khách quan ở nhiều góc độ

- Có khả năng tổng hợp và hệ thống hóa thông tin phức tạp

- Nhìn nhận được vấn đề ở quy mô lớn (mang tầm chiến lược) và đề xuất được những phương án sáng tạo có tính đột phá

- Tiên liệu được các tình huống và đưa ra được một hệ thống giải pháp hiệu quả, kịp thời trong những tình huống phức tạp, mơ hồ, thiếu thông tin.

2.6. Kỹ năng thuyết trình và nói trước đám đông

2.6.1. Khái niệm

Hiện nay có rất nhiều cách để đưa ra khái niệm thuyết trình/diễn thuyết. Tuy nhiên trong nội dung tài liệu này, tác giả đưa ra dựa theo từ điển Hán – Nôm, như sau: Thuyết trình được chiết tự trong tiếng Hán. Thuyết là “nói”, là diễn thuyết, còn trình là trình bày, bày tỏ. Có thể hiểu đây là một hình thức giao tiếp được hệ thống bài bản về nội dung kiến thức, kỹ năng trước người nghe. Theo cách hiểu của từ điển Tiếng Việt, thuyết trình là việc nói chuyện, trình bày trước nhiều người về một vấn đề nào đó một cách có bài bản. Như vậy, thuyết trình có thể được hiểu là việc trình bày, diễn giải vấn đề nào đó trước đám đông một cách bài bản, có hệ thống nhằm cung cấp thông tin, tri thức và tạo ra sự đồng điệu về mặt thông tin cho đối tượng nghe. Thuyết trình là một công cụ giao tiếp hiệu quả

Kỹ năng thuyết trình là một trong nhiều kỹ năng cơ bản và cần có của nhà tổ chức sự kiện. Ngoài những đặc điểm chung của giao tiếp, kỹ năng giao tiếp là sự kết hợp nhuần nhuyễn và phù hợp của các yếu tố ngôn ngữ, biểu cảm, kiến thức và kỹ năng mềm khác cần thiết.

Ví dụ: Dẫn chương trình của sự kiện kỉ niệm 25 năm thành lập trường Trung cấp Kỹ thuật – Kinh tế Hung Yên, nhà tổ chức sự kiện trình bày ý tưởng tổ chức thực hiện chương trình Giao lưu – trao đổi sinh viên Việt – Lào,... đều là những tình huống cần có kỹ năng thuyết trình trước đám đông.

2.6.2. Các bước thuyết trình

* Chuẩn bị bài thuyết trình

- Chuẩn bị bản thân: Đánh giá đúng bản thân, ngoài hình,...

- Tìm hiểu người nghe (Người nghe của mình là ai, giới tính, nghề nghiệp, tuổi tác, tín ngưỡng...).

- Xác định đúng mục tiêu của bài nói chuyện.

- Chuẩn bị bài thuyết trình:

Phần mở đầu: Giới thiệu chủ đề và thu hút sự chú ý của người nghe ngay từ giây phút đầu tiên (dẫn nhập).

Lựa chọn cách dẫn nhập phù hợp: Dẫn nhập trực tiếp; đặt câu hỏi; theo lối kể chuyện; sử dụng tương phản; trích dẫn lời nói của danh nhân; câu hát, câu thơ...

Xác định rõ mục tiêu của bài trình bày, mô tả tầm quan trọng của chủ đề và điểm trước những nội dung chính sẽ trình bày.

Phần thân bài: Bao gồm dàn ý về những điểm chính, các luận cứ liên quan (minh họa bằng số liệu cụ thể điển hình nhất) và các tư liệu hỗ trợ phong phú (câu chuyện hài, câu nói dí dỏm, các dẫn chứng minh họa xác thực và dễ ghi nhớ) nhằm duy trì sự quan tâm của người nghe.

Phần kết luận: Nhấn mạnh những điểm chính và kết thúc, nhấn mạnh những hệ quả của những gì mà họ đã nghe. Nên chú trọng vào các lợi ích mà người nghe sẽ áp dụng từ kinh nghiệm này.

Những công cụ hỗ trợ powerpoint, webpage, video nên được sử dụng.

** Tiến hành thuyết trình*

- Trang phục: Nghiêm túc, lịch sự phù hợp với tính chất của buổi diễn thuyết

- Khi đi lên bục nói chuyện: dáng đi đàng hoàng, tự tin, tiếp xúc bằng mắt, mỉm cười với người nghe, dừng lại chào... và bước lên bục.

- Đứng trên bục: tư thế tự nhiên, đứng thẳng người.

- Khi trình bày, liếc nhanh những ý chính được ghi lại trên các phương tiện hỗ trợ. Hình ảnh, biểu đồ minh họa hấp dẫn có sức thu hút rất mạnh. Phải vận dụng kiến thức của mình để diễn đạt từng ý của bài trình bày. Cách diễn đạt kết hợp phương tiện phi ngôn ngữ hợp lý.

** Kết thúc thuyết trình*

Kết thúc đúng lúc, sau khi tóm tắt ý then chốt của bài, tùy theo tính chất của bài nói chuyện mà đưa ra lời chúc mừng, lời kêu gọi... nói lời cảm ơn.

Trong trường hợp cần thiết, nên dành thời gian giải đáp ý kiến, câu hỏi của người nghe.

** Kỹ năng thuyết trình hiệu quả*

Tiếp xúc với người nghe: Tiếp xúc bằng mắt với tất cả những người nghe, đặt câu hỏi và mời những người năng động nhất cùng tham gia, tìm cách đưa mọi người vào cuộc là cách tốt nhất đạt đến mục tiêu của bài trình bày.

Tự rút ra những kinh nghiệm cho mình sau mỗi lần trình bày: Có tác dụng tích lũy, làm giàu dần cho kỹ năng diễn đạt của bản thân.

Vì vậy, người thuyết trình giỏi là người mở đầu ấn tượng, thuyết trình có logic và kết thúc hấp dẫn.

PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Kỹ năng làm việc nhóm

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 01				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LÀM VIỆC NHÓM				01/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Họp mặt, triển khai công việc lần đầu	- Đầy đủ, đúng, phù hợp - Rõ ràng, chi tiết nội dung công việc	Văn bản, giấy tờ, sổ sách	
2	Họp lần 2, giải quyết các vướng mắc, tổng động	- Sắp xếp nội dung chương trình hợp lý - Đảm bảo, đầy đủ nội dung - Phối hợp	Nội dung kịch bản chương trình chi tiết Sổ sách, giấy tờ có	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 01				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LÀM VIỆC NHÓM				01/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		nhịp nhàng, chuyên nghiệp - Báo cáo các nội dung công việc	liên quan	
3	Thông nhất lần cuối và thực hiện chương trình	- Đảm bảo hoàn tất được các thông tin sau tổ chức sự kiện	Các dụng cụ lưu trữ, cất giữ, vận chuyển, sổ sách, tài liệu có liên quan	

2. Kỹ năng lập kế hoạch - quản lý thời gian

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LẬP KẾ HOẠCH - QUẢN LÝ THỜI GIAN				02/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Xác định mục tiêu	- Đầy đủ, đúng, - Rõ ràng, chi tiết	Phù hợp với nội dung công việc Sổ sách, bút.	
2	Xác định nội dung công việc	- Ghi từng nội dung công việc - Đảm bảo, đầy đủ nội dung	Nội dung kịch bản chương trình chi tiết Sổ, bút, máy tính....	
3	Xác định chi tiết	- Đảm bảo đầy đủ	Các bản kế hoạch và dự	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LẬP KẾ HOẠCH - QUẢN LÝ THỜI GIAN				02/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	công việc	được các thông tin: địa điểm, thời gian, số lượng, thành phần tham gia, đặc điểm cần lưu ý, khả năng tài chính,....	thảo	
4	Thứ tự ưu tiên sắp xếp công	Thực hiện đúng theo phương pháp	Sổ sách Bút	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LẬP KẾ HOẠCH - QUẢN LÝ THỜI GIAN				02/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	việc	Eisenhower		
5	Tập trung thực hiện công việc	- Đảm bảo thời gian thực hiện công việc - Đúng nội dung công việc		
6	Linh hoạt trong thực hiện kế hoạch	- Chủ động với công việc được giao	Báo cáo thực hiện công việc	
7	Kiểm tra thực hiện	- Giám sát, đốc thúc	Bảng kế hoạch chi	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG LẬP KẾ HOẠCH - QUẢN LÝ THỜI GIAN				02/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	kế hoạch	công việc theo tiến độ của kế hoạch	tiết và thời gian thực hiện	

3. Kỹ năng thuyết trình

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 03				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH				03/B2/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Chuẩn bị thuyết trình	<ul style="list-style-type: none"> - Đầy đủ, đúng, - Chi tiết - Sạch sẽ, gọn gàng 	<ul style="list-style-type: none"> - Đồ dùng cá nhân - Tài liệu - Máy tính, máy chiếu,.... 	
2	Thực hiện thuyết trình	<ul style="list-style-type: none"> - Ghi từng nội dung phần thuyết trình - Đảm bảo, đầy đủ nội dung - Thuần thực các kỹ năng 	Nội dung bài thuyết trình Sổ, bút, máy tính, máy chiếu	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 03				
CÔNG VIỆC: KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH				03/B2/ MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		khác		
3	Kết thúc	<ul style="list-style-type: none"> - Đảm bảo đầy đủ được các thông tin - Tổng kết, kết luận, giải đáp, thảo luận - Xin phiếu đánh giá - Các công việc sau thuyết trình 	Sổ sách, phiếu, bút,...	

4. Tiêu chí và cách thức đánh giá kỹ năng

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
- Độ chính xác của kỹ năng.	Quan sát và so sánh với kỹ năng mẫu, kiểm tra đối chiếu kỹ năng thực tế với kỹ năng tiêu chuẩn.
- Kỹ năng thực hiện các công việc theo đúng quy trình.	Giám sát được thao tác của người thực hiện các công việc và đối chiếu với tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.
- Vệ sinh, an toàn cho người, thiết bị dụng cụ.	Theo dõi các thao tác của người thực hiện và đối chiếu với các tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn về: vệ sinh, an toàn cho người và thiết bị dụng cụ.
- Thời gian thực hiện so với định mức thời gian.	- Theo dõi thời gian thực hiện các công việc thực tế và đối chiếu với thời gian được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.

CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 2

1. Hãy nêu tầm quan trọng của việc lập kế hoạch, lấy ví dụ liên hệ bản thân
2. Trình bày quy trình kỹ năng thương lượng đàm phán
3. Nêu nguyên tắc khi thực hiện kỹ năng làm việc nhóm
4. Hãy viết và trình một bài thuyết trình giới thiệu về đặc sản quê hương mình (dài 500 từ).
5. Hãy trình bày vai trò của kỹ năng dự đoán và xử lý tình huống trong hoạt động tổ chức sự kiện.

CHƯƠNG 3: TỔ CHỨC TIỆC

Giới thiệu: Trong nội dung chương này, đề cập đến những kiến thức cơ bản về tổ chức tiệc như khái niệm, phân loại, quy trình tổ chức tiệc và các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức tiệc trong sự kiện.

Mục tiêu

- Trình bày khái niệm tiệc
- Nêu các loại hình tiệc
- Liệt kê các yêu cầu của tổ chức tiệc
- Trình bày được quy trình tổ chức tiệc
- Nêu các vấn đề tài chính.
- Phân tích được yêu cầu và các bước tổ chức các loại tiệc
- Xây dựng được kế hoạch, kịch bản sự kiện, dự trù kinh phí

Nội dung chính của chương

3.1. Khái niệm

Tiệc là một loại hình phục vụ ăn uống đặc biệt, có ý nghĩa rõ ràng, nơi mọi người gặp gỡ thân mật hoặc là những

buổi lễ đặc biệt với nghi lễ trang trọng, được tổ chức và phục vụ với những dạng khác nhau.

3.2. Phân loại:

Có nhiều cách để phân loại tiệc như sau:

- Căn cứ vào hình thức tổ chức có hai loại tiệc cơ bản là tiệc đứng và tiệc ngồi.

Tiệc ngồi: có các dạng phục vụ khác nhau; phục vụ khách ăn tại bàn và phục vụ ăn buffet (tự phục vụ). Với hình thức tự phục vụ, khách được thoải mái lựa chọn thức ăn mình thích từ bàn để thức ăn về chỗ mình ngồi, ăn món gì, ăn bao nhiêu tùy khách.

Tiệc đứng: Luôn là phục vụ ăn buffet (tự phục vụ) khách được thoải mái lựa chọn thức ăn từ bàn tiệc, có thể vừa ăn vừa đi lại trò chuyện với các nhóm khách khác.

Một loại hình phục vụ tiệc đứng nữa là: cocktail party, hay còn gọi là tiệc rượu, tuy nhiên ở loại tiệc này phục vụ đồ uống nhiều hơn ăn, các món ăn thường là ăn nhẹ.

Tiệc trà, cà phê (coffee party): có thể phục vụ cả hai hình thức đứng hoặc ngồi.

Ngoài các loại tiệc cơ bản nêu trên có nhiều loại tiệc với tên gọi khác nhau do mục đích và nội dung khác nhau: Tiệc hội thảo (hội thảo quốc gia hoặc quốc tế, các cuộc trao đổi, các khoá đào tạo), tiệc họp mặt (các cuộc họp báo, hội nghị khách hàng), tiệc triển lãm (khai trương các phòng tranh, các sản phẩm điêu khắc, các loại sách...), tiệc cưới, những tiệc có nghi lễ trang trọng (tiệc ngoại giao của chính phủ, hội nghị chính trị, tiệc mừng quốc gia).

Căn cứ theo phong cách món ăn Á, Âu

Dựa vào mục đích của bữa tiệc: Khai trương, hội nghị, giao lưu, gặp mặt, tiệc cưới hỏi,

Ngoài ra, dựa vào địa điểm tổ chức:

+ Tiệc ngoài trời, thường được tổ chức ở bãi biển, công viên xanh, hồ bơi,...

+ Tiệc trong nhà: hội trường, khách sạn, nhà hàng,...

3.3. Yêu cầu tổ chức Tiệc

- *Thời gian tổ chức tiệc:*

Cần phải xác định thời gian diễn ra sự kiện để buổi tiệc sẽ có nhiều khách mời tới tham gia. Cố gắng lựa chọn những ngày không gần các ngày lễ hoặc những sự kiện hấp dẫn khác diễn ra cùng thời điểm. Ngày tổ chức cũng cần

tránh xa các ngày dành cho dành cho gia đình như Giáng sinh, lễ tết bởi thời gian đó, lượng khách tham dự sẽ giảm xuống rất nhiều.

- Chủ đề tiệc:

Sau khi đã có ngày tổ chức, cần quyết định chủ đề của buổi tiệc là gì? Có một chủ đề cụ thể ngay từ đầu sẽ giúp các nội dung chi tiết khác của tiệc được thuận tiện hơn. Chủ đề tiệc cần rõ ràng, ngắn gọn, dễ gây ấn tượng với người tham dự.

Chủ đề tiệc phải bao hàm được nội dung của bữa tiệc. Tránh chủ đề xáo rộng, không có nội dung chính. Để gây ấn tượng với khách tham gia, chủ đề cần có tính sáng tạo, mới mẻ.

- Ngân sách:

Nguồn ngân sách dồi dào giúp việc thiết kế và tổ chức tiệc được đảm bảo theo đúng kế hoạch, đúng ý tưởng của chủ buổi tiệc.

Việc phân bổ ngân sách cần được tính và cân nhắc kỹ, tránh phung phí ngân sách, hoặc quá hạn hẹp về chi phí dẫn tới làm ảnh hưởng đến hiệu quả của buổi tiệc.

- Địa điểm, không gian tổ chức:

Nếu như vấn đề tài chính ảnh hưởng rất lớn đến quy mô, hình thức tổ chức tiệc, thì địa điểm và không gian tổ chức cũng rất quan trọng. Bởi địa điểm có phù hợp, có rộng rãi có thể làm bữa tiệc đáng nhớ. Địa điểm tổ chức sẽ quyết định số lượng khách tham dự, phong cách trang trí, phương tiện di chuyển

- Khách mời

Khách mời là thành phần không thể thiếu được trong các buổi tiệc. Họ chính là những sẽ đánh giá và trải nghiệm tất cả các dịch vụ của bữa tiệc. Danh sách khách mời phải do chủ tiệc/nhà đầu tư hay người phụ trách lên danh sách, nhân viên tổ chức sự kiện có vai trò sắp xếp lại cho hợp lý theo một hệ thống trình tự nhất định như vần ABC, theo chức vụ/ vị trí, theo nhóm,...

Hiện nay, thiệp mời khách, tuy là chi tiết nhỏ thậm chí nhiều buổi tiệc tối giản nó, nhưng không thể phủ nhận được vai trò của thiệp mời đối với chủ tiệc và khách tham dự. Thiệp mời khách ngày càng được thiết kế tinh tế, sang trọng, đa dạng kiểu dáng, màu sắc, chất liệu theo sở thích/chủ đề của chủ tiệc.

- Đồ ăn, đồ uống, âm nhạc

Tiệc thì không thể thiếu được các món ăn, các đồ uống trên bàn tiệc. Thực đơn của buổi tiệc này sẽ do chủ tiệc/nhà đầu tư hay người phụ trách quyết định lựa chọn. nhân viên tổ chức sự kiện, chỉ với vai trò góp ý, tư vấn. Với thực đơn của bữa tiệc cần rõ ràng về tên món, định lượng, có thể thêm phần mô tả món ăn để chủ tiệc/nhà đầu tư hay người phụ trách có thể hình dung ra món ăn. Nếu buổi tiệc theo một chủ đề nhất định thì món ăn cũng cần được lựa chọn, decor mang hơi hướng, phong cách của chủ đề. Lưu ý việc trang trí, decor trên bàn tiệc cần phải thống nhất, xuyên suốt từ các chi tiết nhỏ đến lớn, tránh quá nhiều màu sắc và đa phong cách gây xáo trộn, nhiễu loạn chủ đề của buổi tiệc.

Ví dụ: Buổi tiệc Noel và cuối năm, các món ăn cần phải lựa chọn là những món ăn đặc trưng như gà tây, súp bí đỏ/súp khoai tây, bánh gato, rượu sampan, trái cây,... các món ăn được trang trí theo chủ đề Noel và tết dương lịch với các biểu tượng là cây thông Noel, hoa tuyết, ông già Noel, con tuần lộc, người tuyết. Màu sắc chủ đạo là màu xanh, trắng, vàng, đỏ.

Ngoài ra, trong buổi tiệc không thể thiếu phần âm nhạc. Những âm điệu du dương trầm bổng có tác dụng rất lớn đến chương trình buổi tiệc, âm nhạc sẽ hỗ trợ tích cực

cho sự thành công của chương trình nếu sử dụng hợp lý, đúng mục đích. Cần lưu ý tránh lạm dụng quá mức, mức độ âm thanh phù hợp với nội dung, chủ đề, đối tượng tham gia.

- Tạo không khí vui vẻ.

Ngoài những điều kiện nhất định của buổi tiệc như địa điểm, cơ sở vật chất phục vụ, nhân viên, thực đơn món ăn, đồ uống thì yếu tố bầu không khí vui vẻ hay náo nhiệt cũng gây được ấn tượng nhất định đối với chủ tiệc và khách tham dự. Vì vậy, nhà tổ chức sự kiện cần lưu tâm và đưa ra vấn đề này đối với chủ tiệc/người phụ trách ngay khi xây dựng chương trình. Để tạo ra bầu không khí vui vẻ phù hợp với mục đích của bữa tiệc thường sử dụng các hoạt động hoạt náo như: trò chơi, ca hát, múa dân gian/đương đại, biểu diễn nghệ thuật khác như xiếc, ảo thuật, khiêu vũ,... Tuy nhiên nhà tổ chức sự kiện cần chú ý về thời bữa tiệc để sắp xếp các hoạt động hoạt náo cho phù hợp với chủ đề bữa tiệc, đối tượng/thành phần tham dự,... Lúc này vai trò của người MC – dẫn chương trình hoặc hoạt náo viên là vô cùng quan trọng. Họ sẽ là người thổi hồn vào chương trình của buổi tiệc.

- Công tác hậu cần phục vụ

Cả quá trình tổ chức tiệc đều diễn ra suôn sẻ, thành công tốt đẹp, gây được ấn tượng tốt đối với chủ tiệc và khách tham dự. Đó là thành công, là những lời khẳng định uy tín, thương hiệu của nhà tổ chức sự kiện, tuy nhiên chỉ cần khâu hậu cần, dọn dẹp - một bước cuối cùng không chu đáo cũng sẽ khiến những cố gắng đã hoàn thành bỗng trở lên không trọn vẹn. Nhà tổ chức sự kiện luôn phải đảm bảo các công việc sau sự kiện đều làm tốt, sạch sẽ, chu đáo, cẩn thận. Thôn

3.4. Quy trình tổ chức

Mỗi loại hình tiệc sẽ phù hợp với quy mô, tính chất, số lượng khách và đặc biệt sẽ được phục vụ với quy trình khác nhau.. Tuy nhiên, nếu muốn thành công, sự kiện cần phải được tiến hành tổ chức theo một quy trình nhất định. Vậy quy trình tổ chức sự kiện đó gồm:

** Nhận thông tin từ khách hàng/cấp trên:*

- Loại hình tiệc là gì?
- Lý do, thời gian tổ chức
- Đối tượng tham dự, số lượng người tham gia
- Mục tiêu truyền thông
- Các yêu cầu tổ chức...

* Chuẩn bị tiệc

- *Lên ý tưởng chủ đạo và chủ đề của tiệc.*

- Lập danh sách nguyên vật liệu cần phục vụ cho buổi tiệc kèm chi phí

- Lập sơ đồ bố trí bày tiệc

- Chuẩn bị các trang thiết bị cần thiết để thực hiện bữa tiệc như: Bàn, ghế, khăn trải bàn, khăn ăn, ly, cốc, chén, đĩa, thìa, khay,...

- Chuẩn bị nhân sự phục vụ trong các mảng: chế biến, phục vụ, dọn dẹp,...

- Lập kế hoạch tổ chức tiệc

* *Tổ chức tiến hành phục vụ tiệc*

- Nhân viên linh hoạt quan sát và chú ý phục vụ đồ ăn, đồ uống cho khách

- Nhanh chóng thu dọn đồ đã ăn xong vào vị trí quy định

* *Tổng kết đánh giá, báo cáo kết quả.*

3.4.1. *Tiệc tự chọn - Buffet*

a. *Giới thiệu:*

Những năm gần đây, ăn tiệc buffet trở thành một trào lưu phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam và được nhiều người lựa chọn mỗi khi có nhu cầu tổ chức tiệc tùng. Tiệc buffet hay còn gọi là tiệc đứng, là một hình thức tổ chức các bữa tiệc ăn uống theo kiểu tự chọn, thực khách có thể tùy ý đi lại, đứng ngồi tùy thích, thức ăn được đặt trong một khu vực chung nơi các thực khách thường tự phục vụ, lựa chọn các món đã soạn sẵn tại bàn tiệc.

Ăn buffet tính theo suất, trả tiền trọn gói nên nhà hàng sẽ đếm đầu người để tính tiền mà không phân biệt bạn ăn nhiều, ăn ít, hay không ăn. So với tiệc ngồi theo kiểu truyền thống, tiệc buffet tạo cảm giác tự do, thoải mái cho khách tham dự.

Tiệc buffet tạo điều kiện để thực khách có thể giao lưu, giao tiếp với nhau phù hợp với các buổi tiệc có chính chất xã giao. Đây là hình thức tổ chức tiệc mới mẻ, hiện đại, được rất nhiều người ưa chuộng nhờ có thực đơn đa dạng, phù hợp với mọi lứa tuổi và sở thích riêng của từng thực khách.

Khái niệm tiệc buffet được cho là xuất hiện từ thế kỉ 17 tại Pháp, sau đó nhanh chóng lan rộng sang các nước châu Âu, trở thành một hình thức ẩm thực mang đậm phong

cách phương Tây. Ngày nay, tiệc buffet đã phổ biến trên toàn thế giới, trong đó có Việt Nam. Nếu trước đây, chỉ những nhà hàng cao cấp mới phục vụ tiệc buffet thì bây giờ, các nhà hàng bình dân, quán ăn... cũng tổ chức tiệc buffet theo nhu cầu thực khách. Thực đơn tiệc buffet được chế biến phong phú từ những món ăn truyền thống, đậm đà bản sắc dân tộc đến món ăn tổng hợp, từ phong cách Âu đến phong cách Á, Phi... Không gian tổ chức tiệc cũng rất đa dạng từ trong nhà, ngoài sân vườn, sân thượng, bãi biển...



Hình 3.1 Tiệc Buffet

b. Phân loại tiệc buffet

- **Sitdown buffet** - **Tiệc tự chọn ngồi**: Loại tiệc buffet lớn, không gian tiệc bao gồm các quầy phục vụ và các bàn ăn đã được setup trước. Đồ ăn nhiều và đa dạng

hơn. Thực khách dùng đồ ăn và có thể được phục vụ đồ uống tại bàn.

– **Standing buffet - Tiệc tự chọn đứng:** Loại tiệc buffet có tính cơ động, không bố trí bàn tiệc, thực khách lựa chọn các loại đồ ăn và dùng dụng cụ ăn trực tiếp trên tay, thực khách phải tự phục vụ đồ uống.

– **Cocktail buffet:** Loại tiệc nhẹ, chủ yếu dùng trong các buổi giao đãi mang tính chất ngoại giao. Các món mang đến cho từng thực khách trên những đĩa lớn. Các loại đồ ăn hầu hết là fingerfood (đồ ăn lấy bằng tay).

c. Quy trình phục vụ

* Chuẩn bị trước khi phục vụ:

– Vệ sinh sạch sẽ không gian tiệc.

- Chuẩn bị các dụng cụ phục vụ cho buổi tiệc: làm sạch sẽ khu vực, chuẩn bị chén đĩa, tô... phù hợp với từng món ăn trong tiệc buffet.

- Sắp xếp ly tách, chén... theo từng chủng loại phù hợp với từng khu vực cho khách tiện lợi

– Set up bàn ghế, chuẩn bị đầy đủ đĩa, chén, muỗng, nĩa, ly...

– Hỗ trợ bộ phận Bếp bung các món ăn, nước chấm, gia vị... đặt lên bàn đặt món theo thứ tự, vị trí quy định của nhà hàng.

– Đặt bảng tên món ăn đúng trước các khay thức ăn.

* Đón khách và phục vụ:

– Chủ động chào đón khách, dẫn khách vào khu vực tiệc.

– Tiệc buffet, thực khách sẽ tự lấy đồ ăn nên nhân viên chỉ phục vụ trà, cà phê, rượu... khi có yêu cầu của khách. Nếu khách yêu cầu thức uống có công thức pha chế đặc biệt thì nhân viên Phục vụ gửi order đến quầy bar.

– Theo dõi khay nào gần hết đồ ăn thì báo với bộ phận Bếp để bổ sung.

– Hỗ trợ khi khách cần.

- Hỗ trợ khách trong quá trình khách thưởng thức món ăn, quan sát để kịp thời đáp ứng khi có nhu cầu

* Thanh toán và tiễn khách.

* Thu dọn và set up bàn mới để đón lượt khách khác.

- Thu dọn sạch sẽ khi khách dùng xong, đảm bảo khu vực luôn được sạch sẽ như ban đầu.

3.4.1.1. Tiệc Trà café -Teabreak

** Giới thiệu:*

Tiệc trà được hiểu đơn giản đó là bữa ăn nhẹ với các loại bánh ngọt, trái cây, và trà nhằm giúp thực khách có những phút giây thoải mái khi tham gia vào các sự kiện, hội nghị.

Thông thường tiệc trà diễn ra vào giữa buổi tiệc nhưng cũng có những sự kiện thì tiệc này được tổ chức đầu hoặc cuối tiệc. Tiệc trà có thời gian tổ chức khoảng 20 đến 30 phút và thường được tổ chức ở hình thức tiệc buffet đứng để tạo không gian thoải mái, linh động cho người tham gia.

Thực đơn tiệc trà nhẹ sẽ có sự góp mặt của các loại bánh ngọt teabreak đa dạng kết hợp với các hương vị tự nhiên của các loại trà ấm nóng. Tuy nhiên, để phù hợp với văn hóa ẩm thực vùng miền khác nhau, thực đơn tiệc trà ngày nay được biến hóa linh hoạt hơn với các món được thêm vào như trái cây, rau câu, bánh mặn, nước ép hoa quả, nước detox,...



Hình 3.2. Tiệc trà

Vậy Teabreak là một bữa ăn nhẹ, tiệc ngọt, tiệc trà với các loại bánh ngọt, trà, cà phê, hoa quả,... Tiệc trà teabreak có thể được sử dụng trước giờ bắt đầu của buổi sự kiện để khách mời có thời gian trò chuyện làm quen với nhau. Nó cũng được sử dụng vào lúc giữa giờ giải lao, giúp khách mời bớt căng thẳng, nhằm chán đổi với nội dung của chương trình.

** Phân loại:*

Hình thức tiệc trà ngày càng phổ biến tại Việt Nam bởi sự tiện ích, nhanh chóng và hương vị đặc trưng riêng và tạo sự sang trọng cũng như chu đáo mà tiệc trà mang đến cho thực khách tham dự. Trong đó có thể kể đến một số hình thức tiệc trà phổ biến sau.

a. Tiệc trà nội bộ:

Tiệc trà nội bộ thường được diễn ra ở các cuộc họp nội bộ, buổi training nhân sự, khóa học cho nhân viên, buổi phỏng vấn tuyển nhân sự,... Đặc điểm của hình thức tiệc trà này chính là mọi người bị hạn chế về thời gian, chủ yếu thời gian dùng cho hội họp, trao đổi, training là chính và tranh thủ dùng tiệc trà trong lúc nghỉ giải lao.

Do vậy, tiệc trà nội bộ cần được bày trí đơn giản, nhanh gọn nhưng vẫn phải lịch sự và gọn gàng. Thời gian ăn uống của mọi người chỉ tầm 15- 20 phút giải lao nên món ăn cần tiện dụng, dễ ăn, dễ dùng và không gây nặng bụng.

Khi lựa chọn menu cho tiệc trà nội bộ, bạn cần ưu tiên những món ăn, nước uống đơn giản, dễ bảo quản, có thể để ở điều kiện bên ngoài lâu mà không ảnh hưởng nhiều đến chất lượng. Đồng thời, việc setup, trình bày tiệc trà nội bộ phải gọn nhưng không gây ồn ào, ảnh hưởng đến hoạt động nội bộ (họp, học hành, training,...)



Hình 3.3. Tiệc trà Hội nghị - hội thảo

Tiệc trà hội nghị, hội thảo

Với hình thức tiệc trà hội nghị, hội thảo, thực khách sẽ là những khách mời trong ngành, hoặc cùng liên quan đến chung một lĩnh vực tham gia, có quen biết với nhau, vì vậy đặc điểm của khách mời rất rõ ràng, bạn cần nắm được thói quen và sở thích của họ để tổ chức nên tiệc trà thành công.

Tiệc trà hội nghị, hội thảo với mục đích cho khách mời ăn uống nhẹ trong lúc giao lưu, trao đổi với nhau về một vấn đề chung nào đó, được tổ chức ở đầu hoặc vào giải lao giữa giờ của hội thảo, hội nghị, kéo dài khoảng 30 phút.

Vì tiệc trà đãi khách giúp tăng thêm tính chuyên nghiệp, chẵn chu của đơn vị tổ chức trong mắt khách mời cùng ngành. Nên khi lựa chọn menu và tổ chức tiệc trà cho buổi hội nghị, hội thảo, các bạn cần chú trọng đến tính thẩm mỹ, trang trọng của bàn tiệc, số lượng món ăn không cần quá nhiều nhưng cần có hương vị đặc trưng cùng chất lượng món ăn đạt tiêu chuẩn.



Hình 3.4. Thực đơn tiệc trà

* Quy trình tổ chức

- Tiếp nhận thông tin từ người có thẩm quyền

- Lên ý tưởng, chủ đề và nội dung chương trình

- Lập kế hoạch dự toán và bảng chi phí tổ chức sự kiện

- Chuẩn bị tiệc: các dụng cụ phục vụ cho buổi tiệc: làm sạch sẽ khu vực, chuẩn bị chén đĩa, tô... phù hợp với từng món ăn trong tiệc trà.

- Setup và decor sẵn đồ ăn, thức uống lên bàn tiệc như bánh, trái cây, trà, sữa, cà phê... theo những quy định của nhà hàng hoặc của chủ đề bữa tiệc

- Hỗ trợ khách trong quá trình khách thưởng thức món ăn, quan sát để kịp thời đáp ứng khi có nhu cầu

- Khi kết thúc tiệc chuẩn bị các công cụ như xe đẩy, xô rác để thu dọn

- Dọn dẹp, phân loại theo từng dụng cụ đem đến khu vực rửa.

3.4.1.2. Tiệc Cocktail



Hình 3.5. Tiệc cocktail

* Giới thiệu: Tiệc Cocktail là loại tiệc đứng với thức ăn nhẹ, cùng với các loại cocktail, thường được tổ chức trước buổi tiệc chính hoặc đó là tiệc chính trong các buổi giao lưu, gặp gỡ.

Tiệc Cocktail được ưa chuộng bởi tính gọn nhẹ, đơn giản nhưng sang trọng. Số lượng phục vụ cho tiệc Cocktail cũng không yêu cầu số lượng quá nhiều, hình thức phục vụ đơn giản hơn so với các loại hình tiệc trên.



Hình 3.6. Thực đơn tiệc Cocktail

Thực đơn của tiệc Cocktail: thông thường là các món ăn nhanh, gọn nhẹ, tiện sử dụng. Thực đơn các món thường đa dạng, được trang trí và bố trí đẹp mắt trong khu vực tiệc.

* Quy trình phục vụ

- Tiếp nhận thông tin

- Lên ý tưởng, chủ đề và nội dung chương trình

- Lập kế hoạch dự toán và bảng chi phí tổ chức sự kiện

- Chuẩn bị tiệc: các dụng cụ phục vụ cho buổi tiệc: làm sạch sẽ khu vực, chuẩn bị chén đĩa, tô... phù hợp với từng món ăn trong tiệc

- Dọn dẹp sạch sẽ khu vực sắp xếp đồ ăn thức uống.
- Chuẩn bị một số dụng cụ hỗ trợ như dao, nĩa... (dành cho một số khách không thích ăn bằng tay).
- Bàn cocktail nên được bố trí cách đều trong không gian tổ chức tiệc, tùy thuộc số lượng khách mà lựa chọn số lượng bàn cho phù hợp. Bàn cocktail phải được phủ bằng khăn được là phẳng nếp, phù hợp với màu sắc chủ đạo của không gian tiệc. Trên mỗi bàn cocktail cần phải có hoa ở chính giữa, gạt tàn, khăn giấy, hũ tăm và có thể đặt thêm các loại bánh snack.
- Số ghế ngồi không bắt buộc phải chuẩn bị tương ứng với số lượng khách mời nhưng cần phải có để phục vụ nhu cầu muốn ngồi để trò chuyện, dùng món của một số khách tham dự.
- Hỗ trợ khách trong quá trình khách thưởng thức món ăn, thức uống
- Hỗ trợ nhân viên pha chế trong quá trình khách đến nhận thức uống để thưởng thức
- Kết thúc tiệc tiến hành dọn dẹp, di chuyển các đồ dùng đã sử dụng xuống khu vực rửa.

* Lưu ý: Nếu tổ chức tiệc Cocktail trong hội trường hay phòng họp rộng thì thức ăn, đồ uống chính cần được bày trên bàn dài và trang trí đẹp. Với trường hợp tổ chức tiệc ngoài trời thì bạn có thể bày món trên một số bàn nhỏ kê xung quanh khu vực tiệc để thuận tiện cho quá trình di chuyển của khách.

- Với một bữa tiệc có khoảng 50 đến 70 khách thì trong không gian tổ chức tiệc phải kê 2 bàn làm “quầy bar di động” để các Bartender có thể trực tiếp pha cocktail, rót rượu cho khách tham dự.

- Quầy bar và thức ăn, thức uống cần phải sẵn sàng trước khi khách đến ít nhất 30 phút. Tuy nhiên cũng không nên chuẩn bị quá sớm sẽ ảnh hưởng đến chất lượng của món ăn và thức uống.

- Sau khi chủ tiệc tuyên bố lý do và buổi tiệc cocktail chính thức bắt đầu thì nhân viên phục vụ sẽ có bê khay gồm nhiều loại khác nhau đi mời khách.

- Nếu khách yêu cầu pha chế một loại cocktail hay muốn uống một loại rượu nào đó thì nhân viên phục vụ nhận order, giao cho Bartender pha chế và mang ra phục vụ khách.

- Một số nhân viên phục vụ sẽ đảm nhận nhiệm vụ bê các món ăn đi mời khách và thu dọn ly, đĩa đã sử dụng.

- Trong quá trình phục vụ, nếu khách làm đổ, vỡ ly, đĩa thì nhân viên phục vụ cần chủ động hỗ trợ khách xử lý để không làm ảnh hưởng lớn đến không khí bữa tiệc.

* Thực đơn của tiệc cocktail

- Về thức uống: càng đa dạng nhiều loại thức uống càng tốt. Điều đó sẽ giúp thực khách có nhiều lựa chọn. Bartender được chọn phải là người am hiểu việc pha chế các loại thức uống để đáp ứng được tất cả các nhu cầu của khách. Thông thường, tiệc cocktail thì sẽ phục vụ chính là các loại cocktail phổ biến, ngoài ra còn chuẩn bị thêm bia, rượu vang và một số loại nước ngọt...

- Về thức ăn: thức ăn chủ yếu được phục vụ tiệc cocktail trong sự kiện thường là những món nguội như: thịt xông khói, gỏi cuốn, xúc xích, chả giò... tất cả đều được cắt thành những miếng vừa ăn, trình bày và trang trí đẹp mắt. Đặc biệt, trong các thực đơn tiệc cocktail Phương Tây thường có một món ăn truyền thống là Canape's – món bánh mì phết bơ có kèm xúc xích bên trên.

3.4.1.3. Tiệc Finger Food



Hình 3.7. Tiệc Finger food

*** Giới thiệu:**

Finger Food là kiểu tiệc nhẹ, chuyên dụng cho những món ăn đơn thuần và nhỏ gọn mà thực khách có thể linh hoạt thưởng thức bằng tay.


Finger Food sở hữu thể hiệu là tiệc buffet kiểu đơn thuần, bởi vì các món ăn cũng như cách thưởng thức chúng không cầu kì và đa dạng như buffet. Trong tiệc không sử dụng quá nhiều các dụng cụ hỗ trợ như dao, nĩa, đĩa, chén...

Finger food là tiệc đứng, thực khách có thể chuyển di để trò chuyện sở hữu nhau, vì vậy tiệc thường mang tính chất đầm ấm, tha hồ, giao lưu giữa thực khách có nhau. Finger Food thích hợp cho các bữa tiệc như liên hoan, sinh nhật, tiệc cưới...

* Quy trình phục vụ

- Dọn dẹp sạch sẽ khu vực sắp xếp đồ ăn thức uống
- Chuẩn bị một số dụng cụ hỗ trợ như dao, nĩa...
(dành cho một số khách không thích ăn bằng tay)
- Hỗ trợ khách trong quá trình khách thưởng thức món ăn, thức uống
- Kết thúc tiệc tiến hành dọn dẹp, di chuyển các đồ dùng đã sử dụng xuống khu vực rửa.

* Thực đơn tiệc Finger Food



Tiệc TeaBreak - Đậm Tiệc Gia Thịnh
156 Nguyễn Văn Quát, P. Tân Hưng Thuận, Q. 12, TP. HCM
Email: dattiecgiahtinh@gmail.com
Điện thoại: 0902 61 91 00
Face: facebook.com/dattiecgiahtinh

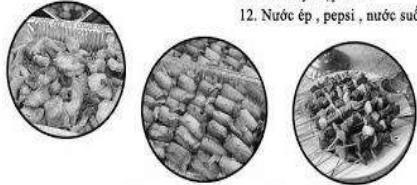
MENU TIỆC FINGER FOOD

MENU 1
100.000vnd


1. Xúc xích cocktail
2. Mực lăn bột chiên giòn
3. Chả giò hải sản
4. Bánh su kem
5. Rau câu trái cây
6. Bò lúc lắc – khoai tây chiên
7. Salad cá nư
8. Trái cây 4 mùa
9. Nước ép, pepsi, nước suối

MENU 2
150.000vnd

1. Cánh gà chiên nước mắm
2. Mực lăn bột chiên giòn
3. Chả giò tôm
4. Bánh chuối nướng
5. Rau câu bánh flan
6. Tôm rang muối
7. Hoành thánh chiên
8. Salad 4 mùa
9. Chạo cá cuộn sả
10. Thịt nguội xông khói
11. Trái cây thập cẩm
12. Nước ép, pepsi, nước suối



HOTLINE: 0902 61 91 00



STARGALAXY
Theater & Convention

Finger Food MENU I

- Canape Jambon
- Canape Pate Gan Gà
- Nem Hà Nội
- Nem tươi tuộn tôm thịt
- Salat Nga
- Hoa quả các loại
- Rượu vang đỏ
- Rượu vang trắng
- Nước hoa quả (táo, cam, ổi)
- Nước suối

Hình 3.8. Thực đơn tiệc Finger Food

- Đối với món phương Tây: Hình thức của món ăn này khá đơn giản, nó chỉ bao gồm một miếng sandwich (hoặc bánh nướng, bánh xốp,...) đi kèm thức ăn như pate, thịt nguội, gan, cá hồi, phô mai, bơ,... được trang trí rất công phu. Canapé có vị mặn và cay nên sẽ là món ăn hoàn hảo để kích thích vị giác của mọi thực khách.

- Đối với các món Việt Nam: tiệc finger food đa dạng món ăn hơn với nhiều nguyên liệu và cách chế biến độc đáo. Món ăn finger food ở Việt Nam thường là món gói cuốn với đầy đủ hương vị và tạo hình đầy hấp

dẫn. Hay các loại bánh nổi tiếng của ẩm thực mỗi vùng miền như bánh ít, bánh nậm, bánh lọc, bánh gói,...ăn kèm với nước mắm chua ngọt thơm ngon đặc biệt, như nem rán, nem chua, chạo tôm, chả quế, chả lụa,... Những món ăn hết sức đơn giản, không cần chế biến quá cầu kỳ nhưng cũng đủ hấp dẫn thực khách khi nhìn thấy.

Vì là tiệc ăn dùng tay nên bạn hãy cân nhắc về màu sắc cũng như thiết kế trang phục để thuận tiện cho việc ăn uống. Luôn giữ thái độ tôn trọng, khoảng cách với người đối diện khi lấy đồ ăn, tránh chạm vào trang phục của người khác. Vệ sinh tay sạch sẽ trước khi ăn để không gây mất vệ sinh ăn uống cho bản thân lẫn mọi người. Chỉ nên lấy số lượng thức ăn vừa đủ, tránh lấy quá ít mất công di chuyển nhiều hay lấy quá nhiều gây lãng phí đồ ăn.

3.4.2. Tiệc Set Menu



Hình 3.9. Tiệc Set menu

a. Giới thiệu:

Tiệc Set menu là hình thức phục vụ theo thực đơn cố định, với số lượng món giới hạn (5,7,9,11,...món..). Phù hợp với các loại hình tiệc với số lượng khách lớn như gala dinner, tiệc hội nghị, họp mặt gia đình...

b. Quy trình phục vụ:

* Bước chuẩn bị:

- Tiếp nhận thông tin
- Lên ý tưởng, chủ đề và nội dung chương trình
- Lập kế hoạch dự toán và bảng chi phí tổ chức sự kiện
- Chuẩn bị tiệc: các dụng cụ phục vụ cho buổi tiệc: làm sạch sẽ khu vực, chuẩn bị chén đĩa, tô... phù hợp với từng món ăn trong tiệc
- Chuẩn bị khu vực sạch sẽ, bố trí bàn ghế theo sơ đồ được hướng dẫn từ cấp quản lý (tùy theo yêu cầu từng buổi tiệc).
- Chuẩn bị các dụng cụ phục vụ cho tiệc như chén, đĩa, thìa, ly, lọ hoa trang trí, lọ gia vị, menu tiệc,...
- Trải khăn lên bàn ăn, cân chỉnh sao cho các mép khăn bàn phải bằng nhau.

- Setup các dụng cụ, vật dụng lên bàn ăn theo tiêu chuẩn phục vụ của nhà hàng.

- Chuẩn bị đủ số lượng dụng cụ, vật dụng để phòng để thay thế, đổi mới cho thực khách.

* Đón và phục vụ khách

- Khi bắt đầu khách đến, chào đón khách với thái độ thân thiện, niềm nở, dẫn khách vào vị trí bàn tiệc, mời khách sử dụng nước lọc (nếu có)

- Phục vụ nước, bia, rượu theo yêu cầu của chủ tiệc đã thống nhất với nhà hàng.

- Phục vụ set menu theo các món đã được đặt trước, dọn dẹp vệ sinh trong quá trình khách dùng tiệc đảm bảo khu vực tiệc luôn được sạch sẽ. Trong quá trình khách sử dụng tiệc, nhân viên chú ý quan sát và thu gom đồ đã sử dụng bẩn và bổ sung những dụng cụ mới theo yêu cầu của khách và món ăn trên thực đơn.

- Quan sát việc dùng đồ uống của khách, kịp thời thêm rượu, đồ uống khác trong bữa ăn khi khách đã sử dụng hết.

- Thực hiện các công việc phát sinh khác theo yêu cầu và quy định của nhà hàng, khách sạn.

* Kết thúc tiệc và thanh toán

- Phối hợp với nhân viên thu ngân kiểm tra danh mục số lượng, set menu, đồ phát sinh thêm trong quá trình khách dùng bữa,... in hóa đơn cho khách kiểm tra và tiếp nhận thanh toán của khách qua các hình thức quy định của nhà hàng, khách sạn.

- Khi khách về, nhân viên phục vụ phải chào khách, cảm ơn và hẹn gặp khách lần sau.

- Kết thúc tiệc tiến hành dọn dẹp, sắp xếp bàn ghế cơ sở vật chất khác về vị trí cũ, thay khăn trải bàn và dụng cụ ăn mới để sẵn sàng cho các đợt tiệc tiếp theo.

c. Thực đơn tiệc setmenu

Đối với thực đơn của tiệc setmenu khá đa dạng về các món ăn. Tuy nhiên có sự khác biệt với loại tiệc buffet bởi số lượng món ăn được giới hạn bởi từ 9 đến 15 hoặc 20 món, thậm chí có thể nhiều hơn. Số lượng món ăn, được quyết định bởi chủ tiệc/người phụ trách. Các món ăn thường theo những món ăn truyền thống có sẵn và được bổ sung thêm một số món kèm khác.

Các món ăn sẽ được tổ chức phục vụ ngay tại bàn ăn kèm đồ uống. Khách tham dự không cần tự đi lấy đồ và tự phục vụ.

Các món ăn chủ yếu là đồ ăn mặn và có hoa quả tráng miệng kèm theo.



Hình 3.10. Thực đơn tiệc setmenu

3.5. Dự toán tài chính và một số điều cần chú ý

* Dự toán tài chính

- Căn cứ vào bản kế hoạch Tổ chức sự kiện để lên dự toán tài chính. Tất cả các chi phí bao gồm chi phí biến đổi và chi phí cố định cũng như các chi phí dự phòng phát sinh,

nhà tổ chức sự kiện sẽ lên dự toán tài chính và báo lại cho chủ tiệc/người phụ trách.

- Chi phí tổ chức tiệc, phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố và điều kiện tổ chức. Đối với Tiệc, căn cứ vào hình thức tổ chức, quy mô và địa điểm tổ chức để lên dự toán kinh phí.

- Những chi phí thường gặp trong tổ chức Tiệc:

+ Thuê địa điểm: ngoài trời/trong nhà, sang trọng hay bình dân,...

+ Chi phí trang trí tiệc

+ Chi phí bữa tiệc chiêu đãi

+ Chi phí dự phòng phát sinh.

* Một số điều cần chú ý khi phục vụ và tổ chức tiệc

– Chú ý chỉ phục vụ các đồ uống, món ăn có trong thực đơn.

– Nếu trong nhà hàng có nhiều tiệc cùng diễn ra trong thời điểm thì bạn phải nhớ rõ ràng, chính xác loại hình tiệc và chú ý tiệc cưới

– Chủ động trang bị các vật dụng dành cho việc phục vụ như: bật lửa, gạt tàn, khăn giấy,..

– Khi phục vụ phải luôn niềm nở, nhiệt tình.

– Khi xảy ra các tình huống phát sinh ngoài khả năng giải quyết cần phải báo ngay cho giám sát khu vực, giám sát sảnh tiệc để có thể xử lý tình huống.

- Linh hoạt và chủ động trong công việc

PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Tổ chức tiệc buffet

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 01				
CÔNG VIỆC: TỔ CHỨC TIỆC BUFFET			01/B3/MH14	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Chuẩn bị dụng cụ phục vụ	<ul style="list-style-type: none"> - Đúng, đủ loại - Được vệ sinh sạch sẽ 	<ul style="list-style-type: none"> - khay (vuông, tròn.. kích cỡ tùy thuộc vào khối lượng - Đĩa, ly, tách, cốc (tùy vào món ăn) - Dao, đĩa, thìa (tùy vào món 	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 01				
CÔNG VIỆC: TỔ CHỨC TIỆC BUFFET			01/B3/MH14	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
			ăn trong bữa tiệc) - Đồ trang trí - Khăn, giấy ăn, - Xe đẩy món ăn. ...	
2	Phục vụ tiệc	- Tuân thủ tiêu chuẩn về tư thế phù hợp phục vụ tiệc. - Vị trí quan sát thuận tiện. - Nhanh nhẹn, chuyên nghiệp.	- khay bưng, xô/thùng thu gom đồ đã sử dụng,..	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 01				
CÔNG VIỆC: TỔ CHỨC TIỆC BUFFET			01/B3/MH14	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
3	Kết thúc tiệc	<ul style="list-style-type: none"> - Không đổ, rơi nguyên liệu, dụng cụ - Nhanh chóng, chủ động, khoa học. 	Khay, dụng cụ thu gom (xe đẩy, thùng, xô,...)	

2. Quy trình phục vụ tiệc set menu

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH PHỤC VỤ TIỆC SET MENU				02/B3/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	<p>Chuẩn bị tổ chức sự kiện</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiếp nhận thông tin - Lên ý tưởng, chủ đề và nội dung chương trình - Lập kế hoạch dự toán và bảng chi phí tổ chức sự kiện - Chuẩn bị tiệc: các dụng cụ phục vụ cho buổi tiệc: làm sạch sẽ khu vực, chuẩn bị chén 	<ul style="list-style-type: none"> - Đầy đủ, đúng, phù hợp - Rõ ràng, chi tiết 	<p>Phù hợp với từng mảng công tác chuẩn bị</p>	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH PHỤC VỤ TIỆC SET MENU			02/B3/MH15	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
	dĩa, tô... phù hợp với từng món ăn trong tiệc - Chuẩn bị một số dụng cụ hỗ trợ			
2	Thực hiện tổ chức sự kiện - Hỗ trợ khách trong quá trình khách thưởng thức món ăn, thức uống - Hỗ trợ nhân viên pha chế trong quá trình khách đến nhận thức uống để thưởng thức	- Sắp xếp nội dung chương trình hợp lý - Đảm bảo, đầy đủ nội dung - Phối hợp	Nội dung kịch bản chương trình chi tiết	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH PHỤC VỤ TIỆC SET MENU			02/B3/MH15	
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		nhíp nhàn, chuyên nghiệp - Tuân thủ các		
3	Kết thúc tổ chức sự kiện. - Kiểm tra, thành toán hóa đơn cho khách - Kết thúc tiệc tiến hành dọn dẹp, di chuyển các đồ dùng đã sử dụng xuống khu vực rửa.	- Đảm bảo hoàn tất được các thông tin sau tổ chức sự kiện - Dọn dẹp	Các dụng cụ lưu trữ, cất giữ, vận chuyển, sổ sách, tài liệu có liên quan	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ 02				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH PHỤC VỤ TIỆC SET MENU				02/B3/MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		gọn, sạch,..;		

3. Tiêu chí và cách thức đánh giá kỹ năng

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
- Độ chính xác của kỹ năng.	- Quan sát và so sánh với kỹ năng mẫu, kiểm tra đối chiếu kỹ năng thực tế với kỹ năng tiêu chuẩn.
- Kỹ năng thực hiện các công việc theo đúng quy trình.	- Giám sát được thao tác của người thực hiện các công việc và đối chiếu với tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
<p>- Vệ sinh, an toàn cho người, thiết bị dụng cụ.</p>	<p>- Theo dõi các thao tác của người thực hiện và đối chiếu với các tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn về: vệ sinh, an toàn cho người và thiết bị dụng cụ.</p>
<p>- Thời gian thực hiện so với định mức thời gian.</p>	<p>- Theo dõi thời gian thực hiện các công việc thực tế và đối chiếu với thời gian được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.</p>

CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 3

1. Hãy nêu khái niệm tiệc và phân loại tiệc hiện nay
2. Nêu đặc điểm của từng loại tiệc và lấy ví dụ minh họa
3. Trình bày quy trình tổ chức Tiệc cơ bản.
4. Hãy lập kế hoạch chi tiết cho chương trình tổ chức tiệc buffet khai trương cửa hàng kinh doanh thời trang nữ.
5. Hãy lập kế hoạch chi tiết cho sự kiện kỉ niệm hợp mặt 20 năm thành lập trường A theo hình thức tiệc buffet

CHƯƠNG 4: TỔ CHỨC HỘI THẢO – HỘI NGHỊ

Giới thiệu: Trong nội dung chương này, đề cập đến những kiến thức cơ bản về tổ chức hội nghị, hội họp như khái niệm, phân loại, quy trình tổ chức, dự toán tổ chức và các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức hội nghị, hội thảo.

Mục tiêu

- Trình bày được khái niệm hội thảo, hội nghị
- So sánh đặc điểm của hội thảo, hội nghị
- Phân tích được yêu cầu và các bước tổ chức hội thảo, hội nghị
- Xây dựng được kế hoạch, kịch bản sự kiện, dự trù kinh phí hội nghị

Nội dung chương

4.1. Khái niệm

Tổ chức hội nghị và hội thảo là hình thức sự kiện đã trở nên khá quen thuộc đối với các doanh nghiệp hiện nay. Hoạt động này có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần thúc đẩy kinh doanh của công ty. Thông qua quá trình chia sẻ thông tin và thu thập ý kiến từ phía khách hàng, đối tác. Doanh nghiệp biết cách cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch

vụ của mình. Sao cho phù hợp với thị hiếu và mong muốn của người tiêu dùng.



Hình 4.1. Hội trường tổ chức Hội thảo

* **Hội thảo**: là sự kiện của doanh nghiệp được tổ chức thường niên với mục đích duy trì mối quan hệ khách hàng hiện tại và thu hút các khách hàng tiềm năng.

- Các hoạt động chính trong hội thảo là thảo luận về một vấn đề thực tiễn; đối thoại, thăm dò ý kiến khách hàng hoặc chia sẻ kiến thức về ngành nghề.

- Tổ chức hội thảo sẽ là cơ hội để doanh nghiệp gặp gỡ, giao lưu với các đối tác; tăng cường mối quan hệ với cơ quan truyền thông và nâng cao hình ảnh của công ty.

Vậy tổ chức hội thảo là cuộc thảo luận về một số vấn đề mang tính khoa học, lý luận và thực tiễn đang đặt ra. Mục đích của hội thảo là làm sáng tỏ cơ sở của vấn đề, đề xuất, kiến nghị hoặc dự báo xu hướng theo cơ sở khoa học.

Hiện nay có rất nhiều hội thảo được diễn ra, với các nội dung liên quan đến ngành nghề, sở thích, cùng mối quan tâm chung. Các cuộc hội thảo thường thảo luận về các vấn đề mang tính khoa học, lý luận và thực tiễn đang xảy ra. Mục đích của các buổi hội thảo làm sáng tỏ các cơ sở lý luận, các cơ sở thực tiễn của vấn đề,...

* **Hội nghị:** thường dùng để chỉ một cuộc họp có tổ chức bài bản để tổng kết tình hình hoạt động hoặc bàn luận vấn đề quan trọng nào đó của doanh nghiệp, từ đó rút ra kinh nghiệm bổ ích và vạch ra các hướng đi mới trong tương lai. Đây là cuộc gặp gỡ của những người có cùng mối quan tâm tại một đề cùng bàn luận, tranh luận về một chủ đề mà họ quan tâm.



Hình 4.2. Hội trường của hội nghị tổng kết công tác năm

Hội nghị (Conference) là sự kiện lớn có số lượng người tham gia tới hàng trăm thậm chí hàng ngàn người. Các tổ chức đoàn thể chuyên ngành thường có conference thường niên. Thành phần tham dự thường là hội viên, kể cả nghiên cứu sinh và các chuyên gia. Trong hội nghị, có những bài giảng chính (keynote lectures) cho tất cả người tham dự. Ngoài bài giảng chính, hội nghị còn có nhiều phiên họp gọi là session. Hội nghị thường được tổ chức trong các doanh nghiệp, cơ quan. Và nó đóng vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của một doanh nghiệp, cơ quan. Chính

bởi vậy đề tổ chức thành công một chương trình hội nghị bạn cần phải hiểu rõ về hội nghị để lên kế hoạch tổ chức một cách tốt nhất.

Vậy hội nghị là một cuộc họp có tổ chức bài bản để tổng kết những tình hình hoạt động của công ty và từ đó rút ra những kinh nghiệm bổ ích và vạch ra các phương hướng đi trong tương lai.

Tuy nhiên, hội họp là cụm từ mà nhiều người dễ bị nhầm lẫn sang khái niệm hội nghị hội thảo. Hội họp là cụm từ chỉ hoạt động, trong đó có một nhóm người tập trung lại để bàn luận, thảo luận, tranh cãi, quyết định hoặc giải quyết một vấn đề cụ thể nào đó. Chức năng của hội họp chính là phát huy tối đa vai trò, sự tham gia của khách mời tham dự, nhân viên công ty, thành viên các tổ chức, các cơ quan, đơn vị,... từ đó tạo ra sự phối hợp hành động trong công việc. Ngoài ra, hội họp nhằm khai thác trí tuệ của tập thể, nâng cao tinh thần làm việc tập thể, tạo cơ hội thể hiện sự đoàn kết của tập thể, tạo điều kiện cho các thành viên trong công ty có thể đóng góp ý kiến, xây dựng tập thể. Một chức năng khác của hội họp chính là dùng để phổ biến các quan điểm, tư tưởng mới và tháo gỡ những khó khăn gặp phải trong quá

trình thực hiện công việc, nhiệm vụ, tạo động lực làm việc và tăng năng suất làm việc.

4.2. Phân loại

4.2.1. Phân loại hội thảo

Hiện nay có một số Hội thảo phổ biến như sau:



Hình 4.3. Hội trường của hội thảo khoa học

+ **Hội thảo khoa học:** Đây là hình thức hội thảo tổ chức nhằm để thảo luận hoặc công bố những kết quả nghiên cứu khoa học của các tổ chức, cá nhân. Tại hội thảo khoa học, các chuyên gia, diễn giả sẽ trình bày các vấn đề và cùng thảo luận với những người có cùng chuyên môn. Chính vì vậy, hội thảo này không mang quá nhiều ý nghĩa về quảng bá hình ảnh doanh nghiệp.



Hình 4.4. Hoạt động workshop về tào tạo viên quản lý khách sạn tại Lào Cai

+ **Workshop (Huấn luyện thực hành)** là một cuộc họp nhỏ hơn thường không quá chuyên sâu với mục đích huấn luyện các kỹ năng và không quá chuyên sâu như seminar. Workshop là một hình thức hội thảo có mục đích chính là chia sẻ kiến thức trong một lĩnh vực nhất định như marketing, tài chính, ngân hàng,.. Bên cạnh đó sẽ có ví dụ thực tế trong ngành nghề để người tham gia nắm rõ hơn về các thông tin. Workshop thường có quy mô khá nhỏ, chỉ trong khoảng từ 10 – 20 người. Trong workshop thường có thực hành trực quan sinh động.



Hình 4.5. Hội thảo du học các nước Châu Âu

+ **Hội thảo du học:** Đây là hội thảo giải đáp các thắc mắc và băn khoăn của người tham dự về vấn đề du học như chương trình học, học bổng du học hay cuộc sống tại nước ngoài. Thông thường, những hội thảo du học sẽ có mục đích tìm kiếm khách hàng và chuyển đổi thành hoạt động bán hàng cho các công ty chuyên về du học.



Hình 4.6. Hoạt động tập huấn nghiệp vụ thuyết minh viên du lịch

tại khoa Kinh tế - Du lịch, trường Cao đẳng Lào Cai.

+ **Tập huấn:** Hình thức tập huấn có quy mô lớn hơn workshop thường diễn ra trong nội bộ tổ chức, ban ngành. Nội dung của các buổi tập huấn thường xoay quanh việc nâng cao kiến thức cùng kinh nghiệm thực tiễn cho nhân viên để công việc diễn ra hiệu quả hơn.



Hình 4.7. Hội thảo chuyên đề

+ **Hội thảo chuyên đề – chuyên môn:** Hội thảo chuyên đề – chuyên môn sẽ là một buổi thảo luận xoay quanh một chủ đề chính và có một diễn giả duy nhất. Vấn đề này sẽ liên quan đến thực tiễn trong công việc hoặc là cơ sở lý luận cho hoạt động kinh doanh.

4.2.2. Phân loại hội nghị

Ngày nay càng có nhiều hình thức hội nghị được tổ chức nhưng thường được chia thành ba nhóm chính sau:



Hình 4.8. Hội nghị khách hàng

- Hội nghị khách hàng hay còn gọi là Hội nghị tri ân khách hàng. Hội nghị được triển khai với đối tượng hướng đến. Đó chủ yếu là khách hàng và các đối tác gắn bó lâu dài với công ty, doanh nghiệp. Mục đích của hội nghị khách hàng là bày tỏ sự tri ân, cảm ơn tới khách hàng. Đặc biệt là những người đã luôn tin tưởng, ủng hộ các sản phẩm, dịch vụ.



Hình 4.9. Hội nghị tổng kết năm học và trao bằng tốt nghiệp của trường Cao đẳng Lào Cai năm 2019

- Hội nghị tổng kết và hoạt động thường niên của các doanh nghiệp. Nó được tổ chức vào cuối năm nhằm tổng kết những hoạt động đã làm được trong một năm vừa qua. Trên cơ sở đó nhìn ra những hạn chế cần khắc phục và điểm mạnh cần phát huy, rút kinh nghiệm. Từ đó lên định hướng phát triển cho năm tới.



Hình 4.10. Hội nghị Hợp tác và đầu tư năm 2020

- Hội nghị hợp tác đầu tư và phát triển. Là hội nghị được tổ chức với mục đích cùng hợp tác và kinh doanh để đi đến một kết quả hay một hợp đồng, dự án tối ưu mang lại lợi nhuận cho các bên tham gia. Hội nghị này được triển khai, tổ chức nhằm bàn bạc, thảo luận về các dự án đầu tư tiềm năng. Bên cạnh đó còn phân tích các vấn đề liên quan để đưa ra kế hoạch phát triển cụ thể và thúc đẩy hoạt động đầu.

4.3. Yêu cầu tổ chức Hội thảo – Hội nghị

* Khi tổ chức hội nghị, hội thảo cần lưu ý:

4.3.1. Xác định các vấn đề và mục đích tổ chức buổi hội thảo hội nghị.

- Chủ đề của buổi hội nghị, hội thảo: Hội nghị khách hàng, Ra mắt sản phẩm mới...

- Khách của mình là ai: khách hàng, đối tác...

- Hội nghị sẽ diễn ra tại đâu? Nhà hàng, trung tâm hội nghị hay chính tại công ty?

- Lý do chính để mọi người có thể tham gia hội nghị của mình?

- Thời gian biểu và nội dung của hội nghị ra diễn ra như thế nào?

4.3.2. Các thông tin cần thiết cho tổ chức hội nghị, hội thảo thành công.

* Hồ sơ hội nghị:

- Ngày tổ chức hội nghị: cuối tuần, cuối tháng, giữa tháng...(đảm bảo sự khả thi cho hội nghị, hội thảo)

- Thời gian diễn ra hội nghị: Bao gồm thời gian lắp đặt thi công và thời gian tháo dỡ thiết bị.

- Địa điểm tổ chức hội nghị.

- Địa chỉ liên lạc..

* Người chịu trách nhiệm chính cho hội nghị.

- Họ tên, chức vụ

- Địa chỉ email, số điện thoại liên hệ

* Thông tin liên hệ với các nhà cung cấp (Supplier):
địa chỉ, số điện thoại, email, fax,...

* Thông tin/Hồ sơ khách tham dự:

- Số lượng người tham dự trong hội nghị.

- Tên, số điện thoại, email...

* Không gian cần để tổ chức hội nghị, hội thảo:

- Địa điểm: sức chứa 200, 500, 700 người

- Tiêu chuẩn thường, 3 sao, 5 sao...

- Phong cách thiết kế không gian: bàn xếp kiểu lớp học, chữ U hay dạng nhà hát.

- Thiết kế đồ họa vị trí chỗ ngồi và không gian tổ chức sự kiện, nhất là đối với các sự kiện quan trọng, có ảnh hưởng lớn đến doanh nghiệp, cơ quan thậm chí là quốc gia.

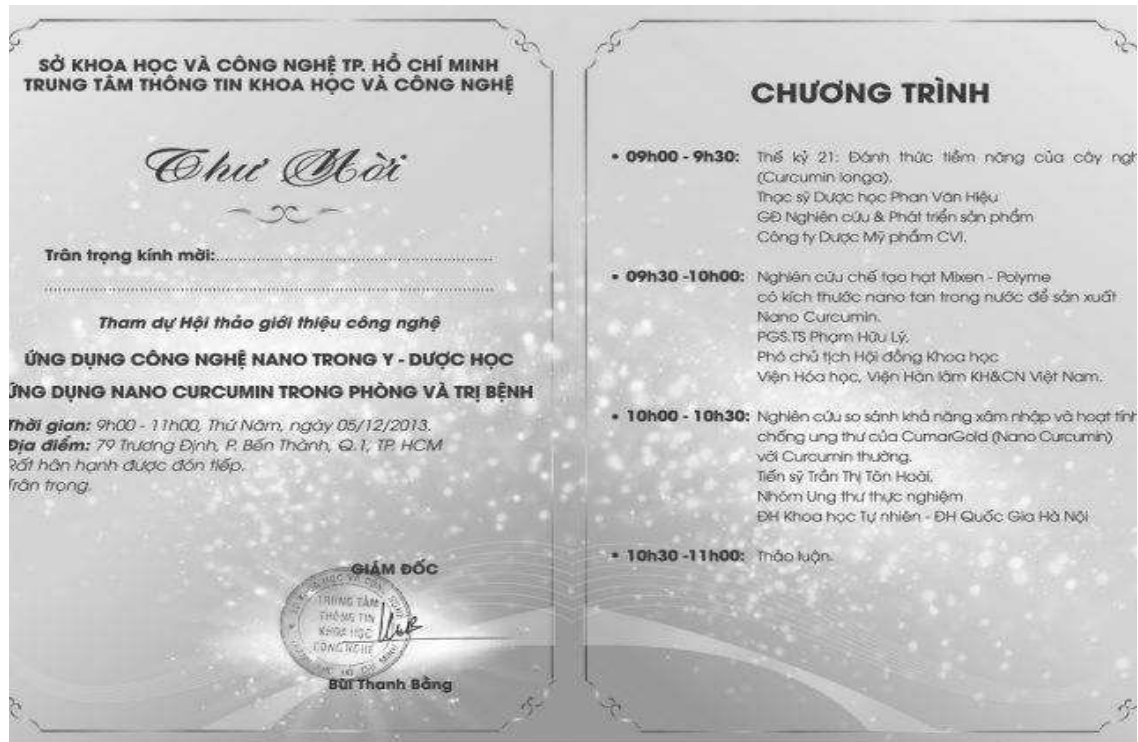
* Tiệc trong hội nghị: nước uống, buffet, tea break.... được bố trí và chuẩn bị chu đáo phù hợp với nội dung của sự kiện. Chú ý một số thành phần tham gia như: văn hóa vùng miền, quốc gia, tôn giáo,...

* Các yêu cầu về âm thanh, ánh sáng: mìn hình, mics, loa, bóng đèn, máy chiếu,... Vận chuyển và thi công lắp đặt và chạy thử trước buổi diễn ra sự kiện đảm bảo tất cả các thiết bị đều hoạt động tốt, tránh những sai sót đáng tiếc khi thực hiện chương trình.

4.3.3. Truyền thông, quà tặng vấn đề quan trọng trong tổ chức hội nghị, hội thảo.

- Về công tác truyền thông, ban tổ chức mời các phóng viên, báo đài địa phương, báo chí ngành có liên quan.

- Sử dụng giấy mời để mời khách đến tham dự cần thiết kế và in thiệp mời đẹp, nội dung đầy đủ, rõ ràng, tránh gây hiểu lầm gây ấn tượng tốt. Giấy mời khách tham sự đến sự kiện được thiết kế trang trọng, lịch sự.



Hình 4.11. Mẫu giấy mời tham dự Hội thảo công nghệ
(st)

- Các hạng mục như tài liệu, sổ tay, bút... phải in ấn và chuẩn bị đầy đủ.

- Các trò chơi và quà tặng cho trò chơi.



Hình 4.12. Quà tặng lưu niệm hội nghị - hội thảo
- Phần bốc thăm trúng thưởng.

- Bàn Ban tổ chức gồm tên của các thành viên (chức vụ, học hàm, học vị, họ và tên đầy đủ)
- Bộ phận hướng dẫn và nhận khách
- Bảng dẫn đường, chỉ đường.

4.3.4. Nội dung và diễn giả

- Diễn giả hay người dẫn dắt hội nghị: phải có tầm ảnh hưởng trong nghề, trong công ty. Người có khả năng thuyết trình trước đám đông tốt và linh hoạt trong quá trình thực hiện chương trình.

- Bài diễn thuyết, thuyết trình có nội dung gì? Thời lượng dành cho bài thuyết trình đó? Cần lưu ý các nội dung có tính trao đổi, giao lưu, tọa đàm và chia sẻ trong nội dung bài thuyết minh.

- Xây dựng kế hoạch chi tiết nội dung chương trình và kịch bản lời dẫn chương trình. Bên cạnh đó, luôn cập nhật những thông tin có thể thay đổi trong quá trình tổ chức sự kiện như khách mời, bổ sung nội dung, xử lý tình huống nếu có.

KỊCH BẢN CHƯƠNG TRÌNH HỘI THẢO “GIAO LƯU CÁC CEO”					
TT	GIỜ	NỘI DUNG	TIẾT MỤC	NGƯỜI THỰC HIỆN	GHI CHÚ
CHƯƠNG TRÌNH BUỔI SÁNG (9H – 11H)					
DÓN KHÁCH					
1	08:00 –	Đón khách	2 PG đứng đón khách vào tham gia	PG	
2	09:00	Ghi nhận thông tin , dẫn khách vào vị trí.	2 PG : Khách mời, nhà báo, đài truyền hình...	PG	Tổng hợp báo cáo.
3		Ghi nhận thông tin HS-SV	2 PG ghi nhận, phát phiếu khảo sát	PG	
CHƯƠNG TRÌNH BẮT ĐẦU					
1	09:00	Múa mở màn	Nhóm múa đến từ Trung tâm biểu diễn nghệ thuật Thăng Long	Thanglong Event	
2	09:05	MC xuất hiện giữa sân khấu khi kết thúc tiết mục múa.	<ul style="list-style-type: none"> Cám ơn nhóm múa Lý do tổ chức Chương trình : Giao lưu CEO Đại diện QTSC : “Tuyên bố lý do tổ chức chương trình” Giới thiệu nội dung chương trình 	MC QTSC	
3	09:10	Giới thiệu các CEOs	<ul style="list-style-type: none"> Chiếu clip hoặc Powerpoint giới thiệu DN, cá nhân CEO 	MC hoặc CEO	3 phút/ 1 CEO
4	09:26	Tổng quan ngành CNTT	<ul style="list-style-type: none"> Thực trạng ngành CNTT Việt Nam hiện nay, 		

Hình 4.13. Kịch bản chương trình chi tiết hội thảo

- Set up âm thanh, ánh sáng hỗ trợ
- Bảng khảo sát sau hội nghị hội thảo
- Sử dụng một số thiết bị kỹ thuật hỗ trợ nội dung diễn thuyết: Máy chiếu, màn chiếu, bút chỉ, laptop, hệ thống âm thanh hỗ trợ, bảng biểu hỗ trợ và các vận dụng khác cần trong bài diễn thuyết, nội dung hội thảo, hội nghị.

4.4. Quy trình tổ chức

4.4.1. Quy trình tổ chức hội thảo

Hội thảo là sự kiện của doanh nghiệp được tổ chức thường niên với mục đích duy trì mối quan hệ khách hàng

hiện tại và thu hút các khách hàng tiềm năng. Các hoạt động chính trong hội thảo là thảo luận về một vấn đề thực tiễn; đối thoại, thăm dò ý kiến khách hàng hoặc chia sẻ kiến thức về ngành nghề. Tổ chức hội thảo sẽ là cơ hội để doanh nghiệp gặp gỡ, giao lưu với các đối tác; tăng cường mối quan hệ với cơ quan truyền thông, duy trì mối quan hệ với khách hàng và nâng cao hình ảnh của công ty.

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH – QUẢN TRỊ KINH DOANH

Số: 39 /KH –ĐHTCQTKD

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do - Hạnh phúc

Hung Yên, ngày 23 tháng 01 năm 2017

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC HỘI THẢO KHOA HỌC NĂM 2017

“Tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam”

I. MỤC ĐÍCH

Hội thảo nhằm tạo dựng và phát triển một môi trường trao đổi học thuật, chia sẻ kinh nghiệm, ý tưởng mới về hoạt động thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam từ đó chỉ ra thành công và hạn chế để đề xuất các giải pháp tăng cường thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam (lấy tỉnh Hưng Yên làm minh chứng).

II. NỘI DUNG

- Trình bày các tham luận liên quan đến chủ đề của Hội thảo, cụ thể:
 - + Thực trạng thu hút FDI tại Việt Nam nói chung và tỉnh Hưng Yên nói riêng.
 - + Thực trạng thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam nói chung và tỉnh Hưng Yên nói riêng.
 - + Một số kinh nghiệm trong nước và quốc tế về thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao
 - + Cơ hội và thách thức đối với việc tăng cường thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam nói chung và tỉnh Hưng Yên nói riêng.
 - + Một số giải pháp nhằm tăng cường thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam
- Thảo luận tại Hội trường của các đại biểu tham dự Hội thảo
- Kết luận các kết quả thu được của Hội thảo

III. THỜI GIAN, ĐỊA ĐIỂM VÀ THÀNH PHẦN THAM DỰ

1. Thời gian tổ chức

Dự kiến tổ chức vào tháng 6 năm 2017.

2. Địa điểm

Hội trường cơ sở 1, Trường đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh.

3. Thành phần đại biểu

Trong trường:

+ Ban Giám hiệu và đại diện Lãnh đạo các đơn vị trong trường, các nhà khoa học

Ngoài trường:

- + Viện Chiến lược và Chính sách tài chính
- + Lãnh đạo Sở khoa học Công nghệ tỉnh Hưng Yên
- + Lãnh đạo Sở Kế hoạch đầu tư tỉnh Hưng Yên
- + Lãnh đạo Sở Công Thương tỉnh Hưng Yên
- + Lãnh đạo Ban quản lý Khu công nghiệp tỉnh Hưng Yên
- + Lãnh đạo một số doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Hưng Yên
- + Lãnh đạo Học viện Tài chính
- + Lãnh đạo Trường Đại học kinh tế Quốc dân
- + Lãnh đạo Trường Đại học sư phạm kỹ thuật Hưng Yên

.....

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Kế hoạch triển khai

TT	CÔNG VIỆC	THỜI HẠN HOÀN THÀNH
1	Xây dựng kế hoạch hội thảo	Tháng 1/2017
3	Gửi giấy mời viết bài	Tháng 2/2017
4	Thu bài viết	Tháng 4/2017
5	Biên tập kỹ yếu	Tháng 5/2017
6	Tổ chức hội thảo	Tháng 6/2017
7	Tổng kết/ kiến nghị Hội thảo	Tháng 7/2017

Hình 4.14. Kế hoạch tổ chức Hội thảo khoa học

Quy trình tổ chức một buổi hội thảo gồm 7 bước như sau:

Bước 1: Xác định chủ đề hội thảo

- Xác định chủ đề hội thảo rõ ràng và cụ thể. Đây sẽ là cơ sở để xây dựng nội dung cũng như lên kế hoạch các

hoạt động diễn ra trong hội thảo một cách chi tiết và hiệu quả nhất.

Bước 2: Lên kế hoạch tổ chức hội thảo

Kế hoạch tổ chức hội thảo bao gồm:

- Mục đích, mục tiêu cần đạt được của buổi hội thảo
- Nội dung chính của hội thảo
- Địa điểm, thời gian tổ chức hội thảo
- Kinh phí dự trù cho việc tổ chức hội thảo
- Đơn vị tổ chức hội thảo
- Lên danh sách khách mời
- Chương trình của hội thảo

Bước 3: Chuẩn bị cho hội thảo

- Chuẩn bị không gian tổ chức hội thảo và đảm bảo đầy đủ trang thiết bị
- Chuẩn bị các dịch vụ đi kèm như teabreak, ăn uống, nghỉ ngơi, đưa đón
- Truyền thông cho sự kiện
- In ấn tài liệu
- Phát thư mời cho khách mời

Bước 4: Tổ chức hội thảo

- Đón tiếp khách mời và người tham dự hội thảo
- Điều phối hội thảo diễn ra theo đúng kịch bản sự kiện

Bước 5: Kết thúc chương trình hội thảo

- Tặng quà lưu niệm cho khách mời và người tham dự
- Ghi biên bản hội thảo và thông báo kết luận của hội thảo

Bước 6: Xử lý thông tin hội thảo

- Đánh giá nội dung hội thảo
- Kiến nghị các tổ chức, đơn vị dự hội thảo về nội dung thảo luận

Bước 7: Đánh giá hiệu quả hội thảo

Đánh giá dựa trên:

- Thực tế số người tham dự và ý kiến của khách hàng
- Kết quả hoạt động truyền thông

4.4.2. Quy trình tổ chức hội nghị

CÔNG TY ... PHÒNG MARKETING	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc				
Số:	Hà Nội, ngày.....tháng.....năm.....				
KẾ HOẠCH TRI ÂN KHÁCH HÀNG					
<i>Kính gửi: Ban lãnh đạo Công ty.....</i>					
Căn cứ vào tình hình kinh doanh của Công ty..... trong thời gian qua;					
Căn cứ vào kế hoạch tri ân khách hàng thường niên của Công ty.....;					
Thay mặt Công ty..., phòng Marketing thực hiện kế hoạch tri ân khách hàng với các nội dung sau:					
1. Thời gian và địa điểm tổ chức:					
Bắt đầu từ ...h, ngày.....tháng... năm....					
Tại					
2. Thành phần tham gia thực hiện					
– Bộ phận:.....					
– Bộ phận:.....					
Ngoài ra sẽ có các vị khách mời như:					
.....					
3. Phân công nhiệm vụ					
Bộ phận	Phụ trách	Chuẩn bị
1,					
2,					
3,					
4. Nội dung					
Sự kiện tri ân khách hàng sẽ diễn ra các chương trình chủ yếu sau:					
– Mở đầu là chương trình ca nhạc và trò chuyện với người nổi tiếng.....					
– Chơi mini game tặng quà cho khách hàng may mắn.....					
.....					
5. Chi phí					

Hình 4.15. Kế hoạch tổ chức hội nghị tri ân khách hàng

a. Chuẩn bị:

- Xác định mục đích, tính chất và nội dung cuộc họp: xác định nội dung chương trình nghị sự, bố trí thời gian cần thiết thực hiện nội dung chương trình, xác định cụ thể từng người chịu trách nhiệm báo cáo hay tham luận. Việc hội họp cần phải được đưa vào lịch và chương trình làm việc để có

sự chuẩn bị nội dung chu đáo. Trong bản kế hoạch hội họp cần nêu rõ những vấn đề sau:

- + Tên buổi hội họp
- + Thời gian họp
- + Thành phần tham dự họp
- + Địa điểm họp
- + Phương tiện kỹ thuật vật chất phục vụ buổi họp
- + Nội dung họp
- + Các chương trình khác (tham quan, văn nghệ, chiêu đãi...)

- Quy định thành phần họp: Lập bản danh sách cụ thể để căn cứ vào đó gửi giấy triệu tập hoặc thư mời. Khi cần thiết phải gửi trước nội dung họp và yêu cầu người được mời tham dự trả lời trong thời hạn nhất định có đến tham dự họp hay không.

- Xác định thời gian họp: ngày giờ khai mạc cuộc họp, thời gian tiến hành

- Lựa chọn và trang trí phòng họp: chuẩn bị phòng họp, bảo đảm đủ bàn ghế, ánh sáng, âm thanh, bục báo cáo viên, bảng (nếu có sử dụng), khẩu hiệu, cờ hoa...

- Chuẩn bị các phương tiện làm việc: tổ chức ấn loát các tài liệu phục vụ cuộc họp, các trang thiết bị như máy ghi âm, loa đài, tăng âm và các phương tiện khác.

- Làm và kịp thời gửi thư mời: Giấy mời cần có nội dung như người được mời, nội dung, thời gian họp, địa điểm, thành phần họp, các giấy tờ cần mang theo...

- Chuẩn bị việc ghi biên bản và làm các văn kiện cho hội nghị.

b. Tiến hành:

- Đón tiếp đại biểu và phát tài liệu

- Khai mạc, triển khai, phát biểu và thảo luận: Trước lúc khai mạc, đối với những cuộc họp lớn, hội nghị, hội thảo cần tiến hành những nghi thức nhà nước nhất định như làm lễ chào cờ ...

- Giới thiệu chủ tọa buổi họp, thư ký, các đại biểu tham dự...

- Trình bày các báo cáo và tham luận

- Tiến hành thảo luận những vấn đề đặt ra. Việc tiến hành phát biểu và thảo luận cần tiến hành ngắn gọn, có chuẩn bị trước, thời gian phát biểu tối đa từ 10 đến 15 phút.

Giữa các báo cáo, tham luận có thể giải lao và ăn nhẹ.

- Ghi biên bản: biên bản có thể phải trình ngay sau khi kết thúc cuộc họp hoặc một thời gian nhất định sau đó.

- Bế mạc: báo cáo tổng kết, đưa ra kết luận, có thể có diễn văn bế mạc.

c. Công việc sau cuộc họp:

- Hoàn thiện các văn kiện;

- Thông báo cho các cơ quan hữu quan nội dung kết quả cuộc họp;

- Lập hồ sơ cuộc họp. Đối với những cuộc họp thông thường chỉ cần lưu giữ biên bản, còn đối với những hội nghị lớn, quan trọng cần lập hồ sơ hội nghị. Hồ sơ này thông thường bao gồm: Thư mời, thư triệu tập; Danh sách đại biểu, những người mời tham dự; Lời khai mạc; các báo cáo tham luận, bài phát biểu; Nghị quyết cuộc họp; Biên bản; Lời bế mạc.

- Thanh, quyết toán chi phí những chi phí cho cuộc họp;

- Triển khai nội dung đã được thông qua, rút kinh nghiệm việc tổ chức hội họp.

4.5. Tài chính

Để có thể thực hiện được chương trình hội nghị hội thảo chuyên nghiệp và đầy đủ, cần lên kế hoạch chi tiêu tài chính rõ ràng với các hạng mục, các vấn đề có liên quan đến hội nghị, hội thảo

Những chi phí thường gặp trong tổ chức Hội thảo – Hội nghị:

+ Căn cứ vào các quy định chi tiêu nội bộ, công tác phí của nhà nước về các Hội nghị, hội thảo, tập huấn,... do cơ quan Nhà nước tổ chức: Điều 24 Thông tư 71/2018/TT-BTC; Thông tư số 36/2018/TT-BTC; TT 40/BTC

+ Thuê địa điểm

+ Chi phí trang trí Hội thảo – hội nghị

+ Thuê MC

+ Chi phí quảng cáo, truyền thông

+ Chi phí bữa tiệc chiêu đãi

+ Chi phí dự phòng phát sinh.

4.6. Một số điều cần lưu ý khi tổ chức Hội thảo – hội nghị

* Đối với hội thảo cần lưu ý một số điều như sau

- Lên chủ đề cho chương trình

Một trong những điều quan trọng nhất khi tổ chức hội thảo đó là lên chủ đề và ý tưởng chính cho chương trình. Chủ đề sẽ thể hiện được mục đích và thông điệp của hội thảo cũng như là cơ sở cho việc lên nội dung sự kiện. Chủ đề hội thảo cần ngắn gọn nhưng vẫn thể hiện rõ mục đích chương trình cùng lợi ích mà người tham gia có thể nhận được khi tham gia.

- Khách mời “chuyên gia” giúp tạo sự tin tưởng

Trong các buổi hội thảo, những chuyên gia hoặc khách mời sẽ giúp tạo sự tin tưởng, uy tín cho chương trình. Đồng thời điều này cũng có lợi cho hoạt động truyền thông và giúp tỷ lệ chuyển đổi khách hàng được nâng cao. Bạn nên lựa chọn khách mời nổi tiếng trong lĩnh vực hoặc ngành nghề. Bên cạnh đó, người tổ chức cũng cần lên danh sách câu hỏi cùng kịch bản riêng cho chuyên gia.

- Địa điểm và tiện ích đi kèm phòng hội nghị

Lựa chọn địa điểm tổ chức hội thảo cũng là một công việc cần lưu ý trong quá trình chuẩn bị. Không gian tại địa điểm tổ chức phải đảm bảo đáp ứng được quy mô hội thảo, không quá lớn hoặc quá nhỏ để tránh ảnh hưởng đến không

khí hội thảo. Người tổ chức cũng cần quan tâm đến những tiện ích đi kèm phòng hội nghị như màn chiếu, sân khấu, âm thanh, ánh sáng để bổ sung những vật dụng cần thiết và dự trù chi phí chính xác nhất.

- Xác định thời gian tổ chức sự kiện

Đối tượng hướng tới một sự kiện là những lãnh đạo, quản lý từ các công ty, doanh nghiệp khác nhau nên việc lựa chọn và sắp xếp thời gian tổ chức sao cho phù hợp với đa số thành phần tham gia là rất cần thiết. Thời gian thích hợp nên lựa chọn là vào ngày cuối tuần, bởi đây là thời điểm hầu hết mọi người đã đều sắp xếp và giải quyết công việc bận rộn từ đầu tuần, thời gian những ngày cuối tuần thường thành thoi, nhiều thời gian để đi hội thảo. Đồng thời, thời gian diễn ra hội thảo cũng cần hợp lý không nên tổ chức quá sớm hay quá muộn.

- Chuẩn bị, chạy thử chương trình

Việc chạy thử hay tổng duyệt chương trình là việc rất cần thiết, tuy nhiên không phải sự kiện nào cũng cần làm việc đó. Việc chuẩn bị, chạy thử chương trình, setup cho sự kiện trước từ một đến hai ngày để tránh bất ngờ và xảy ra những tình huống bất thường phát sinh. Các công

việc cần chuẩn bị và chạy chương trình trước gồm: Bố trí, sắp xếp khu vực ra vào cửa, lễ tân đón tiếp, khánh tiết, logo - slogan, pano, phong chương trình, treo khẩu hiệu chào mừng, đặt bảng chỉ dẫn, khu vực trưng bày sản phẩm, tài liệu,...

-Truyền thông cho sự kiện

Để buổi hội thảo diễn ra thành công không thể thiếu hoạt động truyền thông cho sự kiện. Thời gian truyền thông không nên quá sớm vì nó có thể giảm bớt sức nóng của sự kiện và cũng không nên quá gần ngày tổ chức vì nó sẽ gây khó khăn khi sắp xếp người tham dự. Các hoạt động truyền thông nên diễn ra từ 1– 2 tuần trước sự kiện và sử dụng các kênh truyền thông phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu của hội thảo.

- Lấy thông tin người tham dự

Mục đích quan trọng của hội thảo đó là tăng cường mối quan hệ với khách hàng hiện tại và tìm kiếm khách hàng mới. Việc lấy thông tin người tham dự sẽ giúp hoạt động này diễn ra hiệu quả nhất. Bạn có thể cân nhắc lựa chọn một trong số những hình thức lấy thông tin như

điền form online, đăng ký nhận email hoặc sử dụng thẻ thành viên.

PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Phiếu hướng dẫn thực hành

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH TỔ CHỨC HỘI THẢO – HỘI NGHỊ				01/B4/ MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Chuẩn bị hội nghị, hội thảo	- Đúng, đủ loại - Được vệ sinh sạch sẽ - Đầy đủ nội dung cần chuẩn bị	- File chương trình - Dụng cụ cần thiết...	
2	Tiến hành	- Tuân thủ tiêu chuẩn về tư thế phù hợp phục vụ sự kiện - Vị trí quan sát	- Bộ đàm, đồng phục (nếu có) - Kịch bản chương trình	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH				
CÔNG VIỆC: QUY TRÌNH TỔ CHỨC HỘI THẢO – HỘI NGHỊ				01/B4/ MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		thuận tiện. - Nhanh nhẹn, chuyên nghiệp.		
3	Kết thúc sự kiện	- Dọn dẹp sạch sẽ; - Thống kê đầy đủ các thông tin cần tổng hợp, - Xử lý các công việc hậu trường. - Nhanh chóng, chủ động, khoa học.	Khay, dụng cụ thu gom (xe đẩy, thùng, xô,...) - Sổ sách, giấy tờ, tài liệu có liên quan	

2. Tiêu chí và cách thức đánh giá kỹ năng

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
<ul style="list-style-type: none"> - Độ chính xác của kỹ năng. 	<ul style="list-style-type: none"> - Quan sát và so sánh với kỹ năng mẫu, kiểm tra đối chiếu kỹ năng thực tế với kỹ năng tiêu chuẩn.
<ul style="list-style-type: none"> - Kỹ năng thực hiện các công việc theo đúng quy trình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Giám sát được thao tác của người thực hiện các công việc và đối chiếu với tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.
<ul style="list-style-type: none"> - Vệ sinh, an toàn cho người, thiết bị dụng cụ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Theo dõi các thao tác của người thực hiện và đối chiếu với các tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn về: vệ sinh, an toàn cho người và thiết bị dụng cụ.
<ul style="list-style-type: none"> - Thời gian thực hiện so với định mức thời gian. 	<ul style="list-style-type: none"> - Theo dõi thời gian thực hiện các công việc thực tế và đối chiếu với thời gian được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. So sánh đặc điểm của hội nghị và hội thảo
2. Hãy phân loại các loại hội nghị - hội thảo
1. Nêu quy trình tổ chức hội nghị - hội thảo
2. Khi tổ chức hội nghị - hội thảo, cần lưu ý những điều gì?
3. Thiết kế giấy mời tham dự hội thảo chuyên đề “Du lịch gắn với công nghệ 4.0 do Khoa Kinh tế - Du lịch, trường Cao đẳng Lào Cai tổ chức
4. Hãy lập kế hoạch chi tiết sự kiện Hội nghị khách hàng kỉ niệm 20 năm thành lập của công ty TNHH mỹ phẩm thiên nhiên Laco.

BÀI 5: TỔ CHỨC GIỚI THIỆU – QUẢNG BÁ SẢN PHẨM

Giới thiệu: Trong nội dung chương này, đề cập đến những kiến thức cơ bản về tổ chức giới thiệu quảng bá sản phẩm như khái niệm, phân loại, quy trình tổ chức, dự toán tổ chức và các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức giới thiệu quảng bá sản phẩm.

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm tổ chức giới thiệu – quảng bá sản phẩm
- So sánh đặc điểm của tổ chức giới thiệu – quảng bá sản phẩm
- Phân tích được yêu cầu và các bước tổ chức giới thiệu – quảng bá sản phẩm
- Xây dựng được kế hoạch, kịch bản sự kiện, dự trù kinh phí tổ chức giới thiệu – quảng bá sản phẩm

Nội dung chương

5.1. Khái niệm

Hiện nay, hình ảnh của một thương hiệu hay nhãn hàng càng trở nên chuyên nghiệp, uy tín thì độ tin cậy đối

với người tiêu dùng và khách hàng sẽ càng nâng cao. Khách hàng luôn ưu tiên lựa chọn mua sản phẩm từ những thương hiệu nổi tiếng, được khẳng định thông qua lịch sử, qua các tiêu chuẩn kiểm định nghiêm ngặt, qua sự trải nghiệm thực tế của những người tin tưởng và cả những người có tầm ảnh hưởng nhất định đối với khách hàng. Họ sẵn sàng chi trả giá cao hơn so với thương hiệu khác dù 2 sản phẩm có thể cùng chất lượng. Có thể lấy ví dụ như thương hiệu sữa tắm dưỡng trắng da White Snow của Nhật Bản rất được khách hàng ở nhiều quốc gia trên thế giới ưa chuộng và sản phẩm dưỡng trắng da Thái Dương của Việt Nam ít được quảng cáo và ít thông tin được truyền tải tới khách hàng.

Vậy thông qua quảng bá thương hiệu, quảng bá sản phẩm luôn là điều kiện thiết yếu để giúp doanh nghiệp phát triển hơn. Từ đó, tiếp cận được nhiều khách hàng, người tham gia và các đối tác quan trọng.

Để hiểu rõ hơn về quảng bá thương hiệu, ta cần tiếp cận và tìm hiểu về khái niệm quảng bá thương hiệu ở nhiều góc độ khác nhau.

Quảng bá là thuật ngữ được hiểu là các hình thức tuyên truyền bằng cách trả phí hoặc không trả phí nhằm thực hiện mục tiêu truyền đạt thông tin về sản phẩm hay

dịch vụ của doanh nghiệp đến với người tiêu dùng. Quảng bá giúp đưa doanh nghiệp đến gần hơn với người tiêu dùng và tác động tới hành vi hay thói quen mua hàng của người tiêu dùng.

Nếu hiểu theo góc độ kinh doanh: Giới thiệu - Quảng cáo là hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có khả năng mang lại lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân. Đây là một trong những hình thức tung ra thị trường mua bán một sản phẩm nào đó để giới thiệu tới khách hàng, tới công chúng, khẳng định sản phẩm thương hiệu của tổ chức, cá nhân nào đó. Những phương thức này giúp cho tổ chức, cá nhân đẩy mạnh kinh doanh của mình.



Hình 5.1. Thương hiệu đạt tiêu chuẩn VietGap về nông sản

Quảng bá thương hiệu là chuỗi các hoạt động của doanh nghiệp nhằm đưa thương hiệu của mình đến gần hơn

với người tiêu dùng, được người tiêu dùng biết đến và nhận được sự tin tưởng. Bên cạnh đó, quảng bá thương hiệu giúp khách hàng dễ dàng nhận diện được sản phẩm của doanh nghiệp thông qua các đặc điểm nổi bật đặc trưng của thương hiệu mà doanh nghiệp tạo dựng nên.

Như vậy, có thể hiểu đối tượng của hoạt động quảng cáo có thể là hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có khả năng mang lại lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân hoặc các dịch vụ, thông tin nhằm thực hiện một mục tiêu chính trị, văn hóa, xã hội nào đó. Trong đó, hoạt động quảng cáo về hoạt động kinh doanh, về hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lời của thương nhân, hoạt động quảng cáo cho thương nhân khác để thu phí dịch vụ chính là hoạt động quảng cáo thương mại.

Tuy nhiên, trong việc giới thiệu sản phẩm sẽ rất dễ nhầm lẫn hai khái niệm quảng bá và quảng cáo sản phẩm, bởi hai hoạt động này đều có vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp.

Theo Luật Quảng cáo năm 2012 định nghĩa về quảng cáo: “*Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi hay sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh*

lợi. Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ, hàng hóa, sản phẩm được giới thiệu, trù tin thời sự. Chính sách xã hội. Thông tin cá nhân”

Theo Luật Thương mại năm 2005 “*Quảng cáo thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân để giới thiệu với khách hàng về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ của mình”*.

Như vậy, ta có thể nhận thấy việc quảng bá sản phẩm chính là một trong những loại hình tổ chức sự kiện, đem đến những lợi ích tích cực không chỉ cho cá nhân, thương hiệu sản phẩm mà còn có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của cả ngành.

5.2. Phân loại

Với thời đại công nghệ 4.0, việc giới thiệu – quảng bá sản phẩm không còn là điều xa lạ đối với người tiêu dùng và khách hàng. Hiện nay, để tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm có 3 hình thức như sau:

5.2.1. PR – Quan hệ công chúng



Hình 5.2. Hoạt động PR quảng bá sản phẩm sữa tươi
Vinamilk

- Hiện nay, hoạt động PR đã trở nên quá quen thuộc với doanh nghiệp, đặc biệt là khi doanh nghiệp gặp khủng hoảng truyền thông.

- Phân biệt giữa PR và Quảng cáo

+ PR là công cụ sử dụng những ý kiến và đánh giá của người khác về sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp. Việc sử dụng ý kiến từ người khác giúp doanh nghiệp tăng thêm độ tin cậy cũng như uy tín.

+ Quảng cáo nhắm đối tượng nhắm tới đối tượng khách hàng mục tiêu và bị thu hẹp lại. Quảng cáo thường sử dụng nhiều công nghệ và kỹ xảo để giới thiệu sản phẩm.

Lấy một ví dụ thực tế như sau: Sữa Vinamilk được hơn 90 triệu người dân Việt Nam biết đến là thương hiệu “Vì tầm vóc Việt”. Để được khách hàng và báo chí nhắc đến với thông điệp tốt đẹp đó, Vinamilk đã phải không ngừng đóng góp cho xã hội bằng một loạt các hoạt động giàu giá trị nhân văn trong suốt nhiều năm qua như:

- Chiến dịch “Quỹ sữa Việt Nam” tặng sữa cho 40.000 trẻ em nghèo tại 40 tỉnh thành khó khăn

- Sử dụng KOLs là các nhà văn, ca sĩ, diễn viên nổi tiếng để lan tỏa thông điệp “40 năm Vinamilk – Vươn cao Việt Nam

- Tổ chức sự kiện “40 năm Vinamilk – Giấc mơ sữa Việt” kể lại những câu chuyện cảm động về “giấc mơ sữa” trong lịch sử, gắn liền với khát vọng của thương hiệu Vinamilk luôn mong muốn mọi người dân Việt Nam được sử dụng những sản phẩm chất lượng và dinh dưỡng nhất.

Chuỗi hoạt động kể trên chính là **cách PR sản phẩm**, thương hiệu hiệu quả. Còn quảng cáo chỉ là một hoạt động ngắn hạn, ví dụ như chi cả trăm triệu để được xuất hiện một vài giây trên sóng truyền hình. Các nhà PR xây dựng và tạo ra video những chú bò nhảy múa trên nông trại và hô vang khẩu hiệu “trăm phần trăm, sữa tươi nguyên chất trăm phần trăm” của Vinamilk hay không? Đó chính là quảng cáo.

5.2.2. Event – Sự kiện/ quan hệ công chúng



Hình 5.2. Lễ khai mạc hội chợ nông nghiệp và các sản phẩm OCOP tại Lào Cai năm 2020

Tổ chức sự kiện cũng là một hình thức quảng bá thương hiệu khá phổ biến, trong đó doanh nghiệp sẽ xây dựng một buổi sự kiện với quy mô từ nhỏ đến rất lớn và có thể lựa chọn địa điểm tổ chức là trong nhà hay ngoài trời. Thông qua tổ chức sự kiện là thu hút được sự chú ý của giới truyền thông, các kênh thông tin,...đôi với sản phẩm của doanh nghiệp và thông qua giới truyền thông hay kênh thông tin đó để đưa sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng. Sự kiện này thường được diễn ra theo các chủ đề nhất

định tùy thuộc chiến lược kinh doanh của mỗi doanh nghiệp đề ra

- Doanh nghiệp có thể lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện là trong nhà hoặc ngoài trời. Có điểm giống với tài trợ, nhưng điểm khác ở đây là: Sự kiện chỉ là những hoạt động đơn lẻ nhằm thu hút công chúng và báo giới, truyền thông. Việc tổ chức các sự kiện thường niên sẽ quảng bá hình ảnh của thương hiệu rất nhiều.

- Quan hệ công chúng là một hình thức kiểm soát sự lan truyền thông tin giữa các cá nhân hoặc một tổ chức với công chúng. Có thể tận dụng các mối quan hệ từ những người làm về cộng đồng để truyền thông cho thương hiệu của bạn.

5.2.3. Sponsorship – Tài trợ



Hình 5.3. Hoạt động Tài trợ của chương trình Học sinh, sinh viên thành lịch năm 2020, trường Cao đẳng Lào Cai

- Công cụ đặc lực tiếp theo để quảng bá thương hiệu là tài trợ.

- Những hoạt động quảng bá thương hiệu mang tính chất tài trợ tức là những hoạt động mang lại giá trị cho cộng đồng, cho khách hàng và những giá trị này phải phù hợp với những mục tiêu mà doanh nghiệp đang theo đuổi. - Các doanh nghiệp có thể thực hiện tài trợ với các chương trình

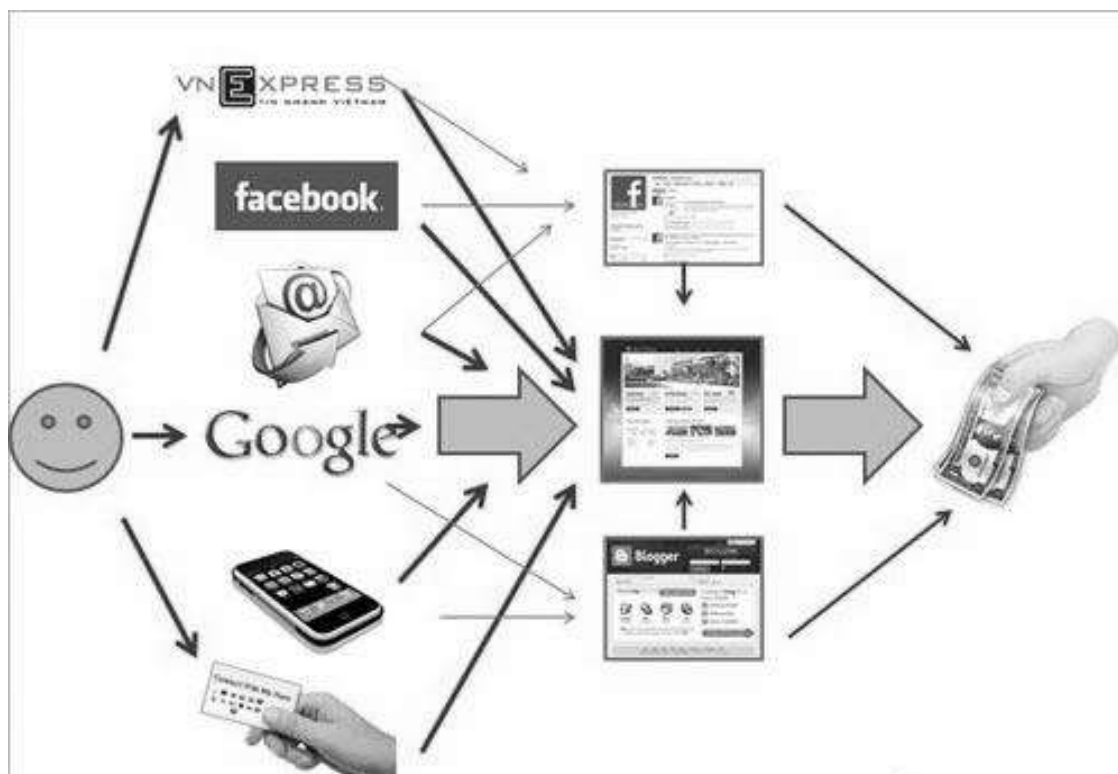
như là ca nhạc, từ thiện, thể thao hoặc những việc công ích xã hội khác.

- Đối tượng được tài trợ mà doanh nghiệp nhắm tới nên phù hợp hoặc có liên quan tới ngành nghề của doanh nghiệp đang hoạt động.

- Trả tiền cho một tổ chức để sử dụng thương hiệu hoặc biểu trưng của bạn. Việc sử dụng phổ biến nhất của tài trợ là với là cơ hội tốt để quảng bá thương hiệu của mình đến với đối tác và khách hàng lớn.

- Nhà tài trợ có thể tài trợ tiền hoặc bằng hiện vật chính là sản phẩm, dịch vụ của công ty bạn để họ trải nghiệm...hình thức này rất hiệu quả nhưng đòi hỏi phải có ngân sách lớn.

5.2.4. Tiếp thị qua internet và di động - Internet and mobile marketing



Hình 5.4. Hoạt động tiếp thị qua thiết bị công nghệ hiện nay

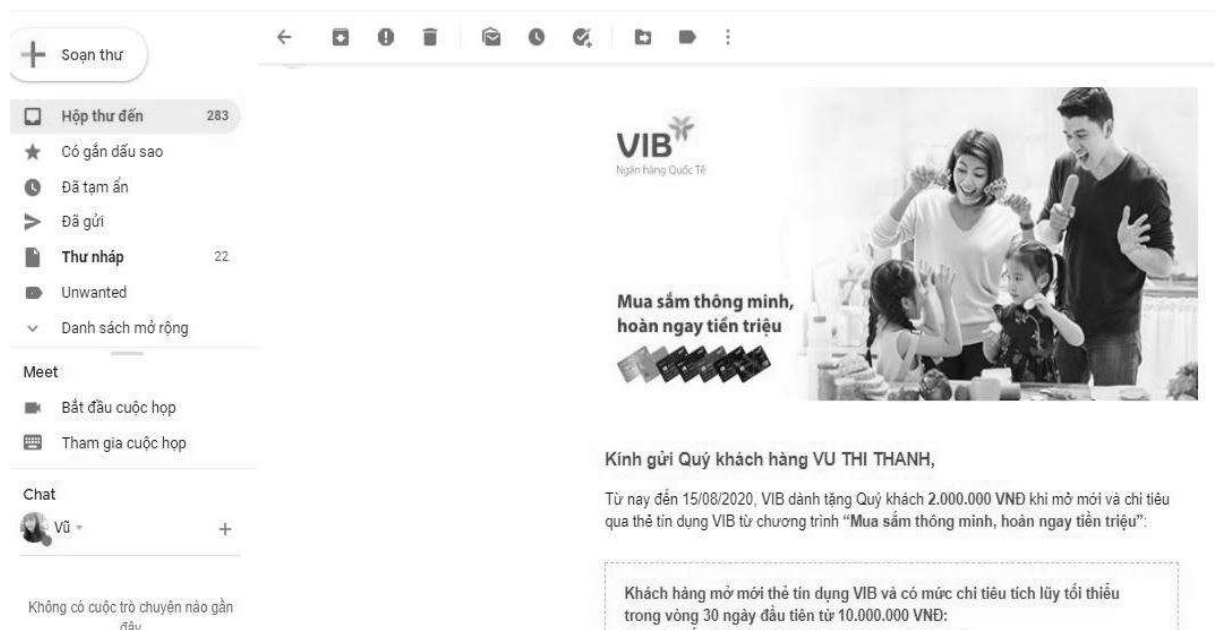
- Tiếp thị và bán dịch vụ bằng các hình thức tiếp thị khác nhau như quảng cáo banner, quảng cáo từ khóa, tin nhắn,...

- Đây là các hình thức quảng bá hiện đại và không thể thiếu với bất kỳ doanh nghiệp nào như: quảng cáo facebook, google ads, zalo ads, youtube,...nếu như các hình thức này

tiếp cận khách hàng một cách trực tiếp không làm khó chịu khách hàng thì phương thức tiếp thị thông qua telesale gọi điện lại bộc lộ những nhược điểm, khiến người tiếp nhận thông tin gặp không ít khó khăn và phiền toái.

- Tiếp thị qua kênh này phải thực sự kiên trì và biết chọn lọc nguồn dữ liệu. Và hơn bao giờ hết, phải chuẩn bị cho mình một kịch bản gọi thông minh, đánh vào nhu cầu của họ để có cơ hội trò chuyện lâu hơn, khai thác nhiều hơn

5.2.5. Gửi thư trực tiếp - Direct Mail



Hình 5.4. Hoạt động quảng bá sản phẩm thông qua Email (st)

- Gửi email hoặc thư tay thiết kế cho từng sản phẩm dịch vụ tới khách hàng tiềm năng chọn lọc dựa trên độ tuổi, thu nhập, vị trí, nghề nghiệp, hành mua hàng.

Mặc dù thời công nghệ số người ta trao đổi với nhau chủ yếu bằng thư điện tử, nhưng hình thức gửi thư truyền thống vẫn được coi là một phương pháp tiếp thị đặc biệt. Bạn sẽ thấy vui sướng như nào nếu một nhãn hàng gửi thư tay đến bạn nhân một dịp đặc biệt nào đó. Hình thức này khá tốn kém, đòi hỏi sáng tạo và thời gian thực hiện, nhưng chắc chắn sẽ tạo ấn tượng cực tốt trong lòng khách hàng.

5.2.6. Quảng bá bán hàng - Sales Promotion

Thông thường chúng được dùng trong việc tăng doanh số bán hàng trong ngắn hạn. Có thể bao gồm giảm giá trên hóa đơn hoặc các chính sách khuyến mại đặc biệt.



Hình 5.5. Phiếu quà tặng của doanh nghiệp dành cho khách hàng

Ngoài các phương pháp trên, việc quảng bá sản phẩm còn thông qua kênh quảng bá bán hàng bằng hình thức giảm giá, khuyến mại hay tặng voucher cho khách hàng nhằm đem lại những chú ý và thu hút tiêu dùng của khách hàng.

5.2.7. Bán hàng cá nhân - Personal Selling



Hình 5.6. Hoạt động bán hàng cá nhân

Là hình thức bán hàng một - một giữa người bán hàng - khách hàng. Tại đây có sự tương tác qua lại, gây sự chú ý và kích thích người mua hàng. Nhân viên bán hàng đóng vai trò là người thuyết phục và giải quyết thắc mắc của khách hàng. Ngoài ra, bán hàng cá nhân (personal selling) có thể thiết lập và phát triển những mối quan hệ bán hàng.

Ngày nay, việc bán hàng cá nhân còn được tận dụng triệt để của các tính năng công nghệ 4.0 như Livestream trên Facebook, Live trên shopee,... thông qua đó, người bán tiếp cận được với nhiều khách hàng hơn và đem lại nhiều lợi nhuận đáng kể.

5.3. Yêu cầu

5.3.1. Xác định chủ đề và nội dung chính của buổi giới thiệu – quảng bá sản phẩm

- Chủ đề
- Khách của mình là ai: khách hàng, đối tác...
- Diễn ra tại đâu? Nhà hàng, trung tâm hội nghị hay chính tại công ty, trong nhà hay ngoài trời?
- Điểm nhấn của chương trình Giới thiệu – quảng bá sản phẩm

- Thời gian biểu và nội dung diễn ra như thế nào?

5.3.2. Đội ngũ nhân lực phục vụ và thực hiện chương trình

Đội ngũ nhân lực phục vụ và thực hiện chương trình giàu kinh nghiệm, trẻ trung, năng động. Bên cạnh đó, đội ngũ lao động còn phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu riêng của bên đầu tư chương trình. Tuy nhiên, nhìn chung đội ngũ nhân lực nhiều năng lượng tích cực, năng động, sáng tạo, nhiệt huyết có chuyên môn cao.

5.3.3. Kinh phí tổ chức

Kinh phí tổ chức quảng bá sản phẩm phụ thuộc vào chính đơn vị yêu cầu. Kinh phí tổ chức nhiều hay ít còn phụ thuộc vào nội dung chi tiết của chương trình và các yêu cầu khác của nhà đầu tư chương trình.

5.3.4. Truyền thông, quà tặng vấn đề quan trọng trong tổ chức Giới thiệu – quảng bá sản phẩm.

- Các phóng viên, báo đài.
- Thiết kế và in thiệp mời đẹp, gây ấn tượng tốt.
- Các hạng mục như tài liệu, tờ rơi, catalog
- Các trò chơi và quà tặng cho trò chơi.
- Phần bốc thăm trúng thưởng.



Hình 5.6. Hoạt động vòng quay trúng thưởng

- Bộ phận hướng dẫn và nhận khách
- Bảng dẫn đường, chỉ đường.

5.3.5. Nội dung, diễn giả

- Diễn giả hay người dẫn dắt buổi giới thiệu – quảng bá sản phẩm

- Bài diễn thuyết, thuyết trình có nội dung gì? Thời lượng dành cho bài thuyết trình đó?

5.3.6. Các thiết bị hỗ trợ và phiếu khảo sát

- Set up âm thanh, ánh sáng.
- Bảng khảo sát sau Giới thiệu – quảng bá sản phẩm.
- Sản phẩm mẫu và sản phẩm cho khách hàng thử nếu có.

5.4. Quy trình tổ chức

Để có thể tổ chức chương trình giới thiệu – quảng bá sản phẩm thành công, cần lưu ý các bước thực hiện tổ chức chương trình như sau:

Gồm 3 giai đoạn:

5.4.1. Chuẩn bị:

- Chuẩn bị sẵn sàng các nội dung: chủ đề, ý tưởng của buổi giới thiệu – quảng bá sản phẩm; Xây dựng chiến lược truyền thông, lên kịch bản chi tiết chương trình,

- Địa điểm tổ chức
- Sản phẩm trưng bày (số lượng và chất lượng)
- Khu vực đón tiếp khách mời: lễ tân, bàn trà,...
- Khu vực dưới sân khấu: ghế ngồi cho khách tham dự, khách mời, ban tổ chức, đơn vị truyền thông,...

- Khu vực sân khấu: nơi bố trí giới thiệu sản phẩm, dịch vụ...
- Trang trí: banner, thông điệp, hoa tươi,...
- Trang phục: thẻ ra vào, trang phục cho MC, đội văn nghệ, ban tổ chức,...
- Đồ ăn, nước uống: các loại đồ ăn nhẹ như bánh kẹo, nước uống, trà, café, hoặc tiệc mặn phụ thuộc vào địa điểm, thời gian và quy mô tổ chức chương trình ra mắt sản phẩm mới.

5.4.2. Thực hiện chương trình

- Lễ tân tiếp đón khách mời, hướng dẫn, sắp xếp chỗ ngồi sao cho phù hợp, đặc biệt ưu tiên vị trí cho cơ quan báo đài tác nghiệp.
- Thực hiện màn múa lân sư rồng hoặc văn nghệ chào mừng mở màn*
- MC tuyên bố lý do, giới thiệu khách mời, đại biểu, đối tác tham dự
- Biểu diễn tiết mục văn nghệ chào mừng*
- Lãnh đạo, đại diện đơn vị lên phát biểu chào mừng
- Thực hiện chương trình lễ ra mắt sản phẩm mới

- Khách hàng tham gia tiệc (nếu có) hoặc tham gia trải nghiệm sản phẩm mới.

5.4.3. Kết thúc chương trình Giới thiệu – quảng bá sản phẩm.

- Bế mạc chương trình.
- Lễ tân tiễn khách, tặng quà lưu niệm (nếu có)
- Dọn dẹp khu vực tổ chức sự kiện
- Quyết toán thu chi cho đơn vị tổ chức: địa điểm, âm thanh, ánh sáng, MC,...
- Nhận phản hồi về sản phẩm cũng như thu thập được dữ liệu khách hàng về sản phẩm mới ra mắt...

5.5. Dự toán tài chính và một số điều cần lưu ý khi tổ chức quảng bá sản phẩm

*** Dự toán tài chính**

- Căn cứ vào bản kế hoạch tổ chức Giới thiệu – quảng bá sản phẩm để lên dự toán tài chính.
- Căn cứ vào tình hình tài chính và khả năng Marketing của doanh nghiệp
- Lên dự trù kinh phí

Cần lên các hạng mục cần thiết để chuẩn bị cho sự kiện. Từ đó, xem xét và tối ưu bằng chi phí bằng cách loại bỏ các hạng mục không cần thiết, gây lãng phí. Một số hạng mục cần thiết như Âm thanh, ánh sáng, MC - người dẫn chương trình, PG – nhân viên giới thiệu sản phẩm,...

Hoặc có thể liệt kê từng hạng mục, thiết bị cho sự kiện theo nhu cầu cần thiết giảm dần. Từ đó, bạn có thể đảm bảo cân bằng ngân sách.

**** Một số điều cần chú ý khi phục vụ và tổ chức giới thiệu và quảng bá sản phẩm***

- Đảm bảo xác định mục tiêu và mục đích rõ ràng.
- Có logo và thương hiệu nhận diện rõ ràng.
- Các các tiêu chuẩn đánh giá và kiểm định rõ ràng (nếu có).
- Lên concept và theme của chương trình rõ ràng, mang tính đặc trưng.
- Tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh và thị trường tiềm năng.
- Thuê địa điểm tổ chức sự kiện: cần phù hợp với quy mô sự kiện.

+ Đảm bảo phù hợp với số lượng người tham dự, tính chất sự kiện, thông thoáng, giao thông thuận tiện, an toàn.

+ Lên trước danh sách khách mời cơ bản và liên hệ với một số địa điểm cảm thấy phù hợp. Trao đổi thông tin, hình ảnh,... để xác định địa điểm phù hợp nhất.

+ Khảo sát trực tiếp, thỏa thuận về rõ ràng về giá cả. Dựa vào quá trình khảo sát, bạn sẽ lựa chọn được địa điểm tốt nhất.

+ Trong quá trình đàm phán hợp đồng, bạn nên liệt kê rõ ràng, đầy đủ các điều khoản cần có trong hợp đồng. Bao gồm các bên chịu rủi ro, trách nhiệm bồi thường để tránh phát sinh mâu thuẫn.

- Kế hoạch truyền thông bài bản cần một chiến dịch truyền thông để ra mắt sản phẩm mới đạt hiệu quả tốt nhất. bao gồm các bước sau:

+ In banner, poster để phát tờ rơi.

+ Đăng các clip, hình ảnh liên quan đến sản phẩm mới trên mạng xã hội.

+ Sử dụng công cụ truyền thông như báo chí, truyền hình,... hay các chương trình roadshow,... để quảng bá cho sự kiện ra mắt.

- Thời gian tổ chức sự kiện

Thông thường, các sự kiện lớn muốn thu hút được đông đảo công chúng thì thời gian hoàn hảo nhất luôn là những ngày cuối tuần. Đây là khoảng thời gian dành cho những ngày nghỉ/ ngày lễ, mọi người đến tham dự và trải nghiệm sản phẩm mà không gặp bất cứ vướng mắc nào.

Ngoài ra, việc nhà sản xuất nghiên cứu khách hàng mục tiêu cũng quyết định được thời gian phát hành sản phẩm mới trong năm.

PHẦN 2: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Phiếu hướng dẫn thực hành

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ				
CÔNG VIỆC: TỔ CHỨC GIỚI THIỆU QUẢNG BÁ SẢN PHẨM				01/B5/ MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
1	Chuẩn bị Giới thiệu, quảng bá sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"> - Đúng, đủ loại - Được vệ sinh sạch sẽ - Đầy đủ nội dung cần chuẩn bị 	<ul style="list-style-type: none"> - File chương trình - Dụng cụ cần thiết... - Gian hàng trưng bày, 	
2	Tiến hành	<ul style="list-style-type: none"> - Tuân thủ tiêu chuẩn về tư thế phù hợp phục vụ sự kiện - Vị trí quan sát thuận tiện. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bộ đàm, đồng phục (nếu có) - Kịch bản chương trình. - Sản phẩm 	

PHIẾU HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH SỐ				
CÔNG VIỆC: TỔ CHỨC GIỚI THIỆU QUẢNG BÁ SẢN PHẨM				01/B5/ MH15
Bước công việc	Nội dung	Yêu cầu kỹ thuật	Dụng cụ, trang thiết bị	Ghi chú
		- Nhanh nhẹn, chuyên nghiệp.	trung bày.	
3	Kết thúc sự kiện	- Dọn dẹp sạch sẽ; - Thống kê đầy đủ các thông tin cần tổng hợp, - Xử lý các công việc hậu trường. - Nhanh chóng, chủ động, khoa học.	Khay, dụng cụ thu gom (xe đẩy, thung, xô,...) - Sổ sách, giấy tờ, tài liệu có liên quan	

2. Tiêu chí và cách thức đánh giá kỹ năng

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
- Độ chính xác của kỹ năng.	- Quan sát và so sánh với kỹ năng mẫu, kiểm tra đối chiếu kỹ năng thực tế với kỹ năng tiêu chuẩn.
- Kỹ năng thực hiện các công việc theo đúng quy trình.	- Giám sát được thao tác của người thực hiện các công việc và đối chiếu với tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.
- Vệ sinh, an toàn cho người, thiết bị dụng cụ.	- Theo dõi các thao tác của người thực hiện và đối chiếu với các tiêu chuẩn được quy định trong quy trình hướng dẫn về: vệ sinh, an toàn cho người và thiết bị dụng cụ.
- Thời gian thực hiện so với định mức thời gian.	- Theo dõi thời gian thực hiện các công việc thực tế và đối chiếu với thời gian được quy định trong quy trình hướng dẫn và phiếu đánh giá quy trình hướng dẫn.

CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 5

1. Trình bày khái niệm và phân loại các loại hình tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm
2. Nêu các yêu cầu khi tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm
3. Trình bày quy trình tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm
4. Hãy dự toán tài chính và xây dựng kế hoạch tổ chức chương trình giới thiệu – quảng bá sản phẩm mang thương hiệu “Mận Tam Hoa”, của huyện Bắc Hà – Lào Cai.
5. Hãy nêu một số vấn đề cần lưu ý khi tổ chức Giới thiệu – Quảng bá sản phẩm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. **Nguyễn Văn Đính và Hoàng Thị Lan Hương**, (2007), *Giáo trình Công nghệ phục vụ trong khách sạn – nhà hàng*, Nxb ĐH Kinh tế quốc dân,

[2]. **Trần Minh Đạo**, (2013) *Giáo trình Marketing căn bản*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.

[3]. **Nguyễn Vũ Hà**, (2009), *Bài giảng Tổ chức sự kiện* (tài liệu lưu hành nội bộ Trường cao đẳng Du lịch Hà Nội),

[4]. **Nguyễn Thị Ngọc Hà**, (2016), *Bài giảng Hoạt náo* (tài liệu lưu hành nội bộ), Trường cao đẳng Lào Cai,

[5]. **Lưu Văn Nghiêm**, (2012), *Giáo trình Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân,

[6]. *Giáo trình Quản trị dịch vụ hội họp* (Tài liệu nội bộ - ĐH Phương Đông), 2015.

[7]- **Tổng cục Du lịch**, xuất bản 2008, *Bộ tiêu chuẩn nghề nghiệp vụ nhà hàng VTOS*.

[8]- **Tổng cục Du lịch**, xuất bản 2013, *Bộ tiêu chuẩn nghề nghiệp vụ nhà hàng VTOS*.

[9]. Website - <https://vietintravel.com/> - Website của công ty Vietin chuyên tổ chức sự kiện

- <https://chefjob.vn/> - Website của là sàn giao dịch điện tử do Công ty TNHH MTV Đầu Bếp Á Âu xây dựng, vận hành và là đơn vị liên kết với Hướng Nghiệp Á Âu.