

Đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của *Kỹ năng mềm* và *Kỹ năng giao tiếp* trong hoạt động du lịch

Nguyễn Xuân Vinh^a

Tóm tắt:

Lĩnh vực du lịch đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, đóng góp đáng kể vào nền kinh tế và xã hội của một quốc gia, việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và mang đến trải nghiệm tốt cho du khách đang trở nên cực kỳ quan trọng. Đối với lực lượng lao động du lịch, không chỉ yêu cầu sự thành thạo về kiến thức chuyên môn, mà còn đòi hỏi các kỹ năng mềm (KNM) và kỹ năng giao tiếp (KNGT). Trong nghiên cứu này, chúng tôi đã sử dụng phần mềm SPSS 25.0 để thực hiện việc thống kê và phân tích các đặc điểm của mẫu nghiên cứu, dựa trên số liệu thu thập từ khảo sát ý kiến của du khách và sinh viên du lịch. Để đảm bảo tính tin cậy của thang đo, chúng tôi đã phân tích và sử dụng hệ số Cronbach's Alpha. Đồng thời, chúng tôi cũng áp dụng phương pháp kiểm định T-test và one-way ANOVA để so sánh quan điểm giữa nhóm du khách và sinh viên về một số biến nhân khẩu học. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy rằng cả du khách và sinh viên du lịch đánh giá rất cao tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Điều này có ý nghĩa quan trọng đối với việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong ngành du lịch, nơi mà cả hai kỹ năng này đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ du lịch có chất lượng và tạo sự hài lòng cho du khách.

Từ khóa: *kỹ năng giao tiếp, kỹ năng mềm, trải nghiệm du lịch, khách du lịch, sinh viên du lịch*

^a Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng; 566 Núi Thành, phường Hòa Cường Nam, quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng. e-mail: vinhnx@dau.edu.vn

Assessment of Tourists and Tourism Students on the Importance of *Soft Skills* and *Communication Skills* in Tourism Activities

Nguyen Xuan Vinh^a

Abstract:

The tourism sector is growing strongly, contributing significantly to the economy and society of a country, improving the quality of tourism services and providing a good experience for visitors is becoming extremely important. For the tourism workforce, not only proficiency in professional knowledge is required, but also soft skills and communication skills are required. In this study, we used SPSS 25.0 software to perform statistics and analyze the characteristics of the study sample, based on data collected from the survey of visitors and travel students. To ensure the reliability of the scale, we analyzed and used Cronbach's Alpha coefficient. At the same time, we also apply the T-test method and ANOVA one-way to compare views between the group of visitors and students on a number of demographic variables. Research results have shown that both tourists and tourism students greatly appreciate the importance of soft skills and communication skills in tourism activities. This has important implications for the training and development of human resources in the tourism industry, where both skills play an important role in providing quality tourism services and creating satisfaction for visitors.

Key words: *communication skills, soft skills, travel experience, tourists, tourism students*

Received: 19.6.2023; Accepted: 15.9.2023; Published: 30.9.2023

DOI: 10.59907/daujs.2.3.2023.204

^a Danang Architecture University; 566 Nui Thanh Street, Hoa Cuong Nam Ward, Hai Chau District, Danang City. e-mail: vinhnx@dau.edu.vn

Đặt vấn đề

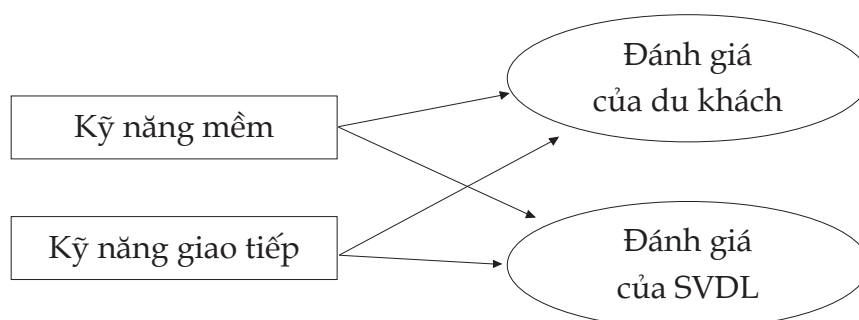
Kỹ năng mềm (KNM) và kỹ năng giao tiếp (KNGT) đóng vai trò quan trọng trong hoạt động du lịch. Kỹ năng mềm bao gồm khả năng làm việc nhóm, quản lý thời gian, giải quyết vấn đề, lãnh đạo và giao tiếp hiệu quả (Wesley, Jackson và Lee 2017; Jiang và Alexakis 2017; Zehrer và Mössenlechner 2009). Trong du lịch, KNGT là khả năng truyền đạt thông tin một cách rõ ràng, lắng nghe tận tâm và tương tác hiệu quả với du khách (Youssef 2017). (Wall and Berry 2007, Baker et al. 2013; Wu và et al. 2015) cũng nhấn mạnh rằng KNGT trong du lịch còn liên quan đến việc xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng và tạo trải nghiệm tích cực cho du khách. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Weber, Lee và Crawford (2019) đã chỉ ra rằng du lịch là một lĩnh vực dịch vụ, và KNGT là yếu tố quan trọng để xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng. Nghiên cứu của (Succi và Canovi 2019; Robles 2012) cũng cho thấy KNM, như kỹ năng lãnh đạo, quản lý thời gian và làm việc nhóm, ảnh hưởng đáng kể đến hiệu suất làm việc của nhân viên du lịch và chất lượng dịch vụ được cung cấp. Mối quan hệ giữa KNM, KNGT và sự hài lòng của du khách và sinh viên du lịch đã được nghiên cứu rộng rãi. Coffelt, Baker và Corey (2016) đã chỉ ra rằng kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp của nhân viên du lịch có mối liên hệ mật thiết với sự hài lòng của du khách. Các nhân viên du lịch có khả năng giao tiếp tốt sẽ tạo ra sự tương tác tích cực với du khách, nâng cao sự hài lòng và tạo trải nghiệm du lịch đáng nhớ. (Brownell 2009; Lolli 2013) cũng đã chứng minh rằng các KNM, bao gồm khả năng làm việc nhóm, quản lý thời gian và giao tiếp hiệu quả, có liên quan mật thiết đến sự hài lòng của sinh viên du lịch trong quá trình học tập và thực tập.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu trước đây về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch, tuy nhiên, vẫn còn một số khoảng trống cần nghiên cứu đầy đủ hơn. Các nghiên cứu trước đó chưa tập trung vào so sánh đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của KNM và KNGT. Ngoài ra, cũng chưa có nghiên cứu nào nghiên cứu mức độ nhận thức và hiểu biết của du khách và sinh viên du lịch về các kỹ năng này. Do đó, nghiên cứu này đặt mục tiêu chính là đánh giá sự nhận thức và đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Cụ thể, nghiên cứu sẽ tập trung vào các khía cạnh sau: *Thứ nhất*, xác định những KNM và KNGT được coi là quan trọng trong du lịch; *Thứ hai*, đánh giá mức độ nhận thức và hiểu biết của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của KNM và KNGT; *Thứ ba*, So sánh đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của KNM và KNGT.

Phương pháp nghiên cứu

Mô hình và thang đo nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu có thể được thiết kế như sau:



Hình 1. Mối liên hệ giữa biến phụ thuộc và biến độc lập trong mô hình nghiên cứu

Thang đo đánh giá tầm quan trọng của yếu tố KNM trong nghiên cứu này dựa trên kết quả nghiên cứu của Conrad và Newberry (2012). Còn thang đo đánh giá tầm quan trọng của yếu tố KNGT được phân chia thành năm loại kỹ năng giao tiếp cốt lõi: *giao tiếp bằng văn bản* (Jones, 2011), *giao tiếp bằng miệng* (Jackson, 2014), *kỹ năng lắng nghe* (mô hình Brownells HUNIER), *kỹ năng kỹ thuật số* (Siddiq, Scherer và Tondeur, 2016) và *kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ* (Limbu et al. 2016). Đồng thời, tác giả cũng đã điều chỉnh và bổ sung một số mục để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam (Xem Bảng 1).

Bảng 1. Thang đo cụ thể về tầm quan trọng của KNM và KNGT

Mục hỏi	Mã hóa
KỸ NĂNG GIAO TIẾP (COMMUNICATION SKILLS)	CS
Kỹ năng giao tiếp bằng văn bản	CS1
Kỹ năng giao tiếp bằng lời nói	CS2
Kỹ năng lắng nghe	CS3
Kỹ năng giao tiếp kỹ thuật số	CS4
Kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ	CS5
KỸ NĂNG MỀM (SOFT SKILLS)	SS
Kiểm soát cảm xúc	SS1

Mục hỏi	Mã hóa
Giải quyết xung đột	SS2
Xây dựng mối quan hệ	SS3
Tạo dựng niềm tin	SS4
Thể hiện sự tôn trọng	SS5
Chính trực	SS6
Lòng tốt	SS7
Trách nhiệm	SS8
Ứng xử xã hội	SS9
Lạc quan	SS10
Chuyên nghiệp	SS11
Sự uyển chuyển/linh hoạt	SS12
Làm việc nhóm	SS13
Đạo đức công việc	SS14

Dữ liệu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu bao gồm khách du lịch nội địa và sinh viên du lịch. Việc lựa chọn mẫu nghiên cứu có thể dựa trên nguyên tắc lấy mẫu ngẫu nhiên thuận tiện. Mục tiêu là thu thập ý kiến đa dạng từ các nhóm khách hàng và sinh viên du lịch khác nhau để đánh giá tầm quan trọng của KNM và KNGT. Đối với khách du lịch, chỉ những người đã đi du lịch trong vòng 12 tháng trước so với thời điểm bắt đầu khảo sát. Chúng tôi đã xây dựng một bộ câu hỏi dựa trên các khía cạnh của KNM và KNGT, và yêu cầu du khách và sinh viên du lịch đánh giá mức độ tầm quan trọng của chúng trong hoạt động du lịch. Thang đo Likert 5 được sử dụng bao gồm các mức đánh giá từ 1 đến 5 (1 - *Rất không quan trọng*, 2 - *Không quan trọng*, 3 - *Trung lập*, 4 - *Quan trọng*, 5 - *Rất quan trọng*). Phần chính của bảng hỏi đều giống nhau ở cả hai nhóm du khách và cho sinh viên du lịch, và khác nhau ở phần khảo sát thông đặc điểm nhân khẩu học.

Thời gian thực hiện khảo sát kéo dài từ tháng 5.2022 đến tháng 5.2023. Khảo sát được thực hiện kết hợp giữa trực tuyến và bằng cách phân phối phiếu khảo sát trực tiếp tại các địa điểm du lịch và trường đại học. Chúng tôi đã thu thập 424 phiếu trả lời từ sinh viên du lịch và 425 phiếu từ khách du lịch nội địa. Tổng cộng có tất cả 849 phiếu hỏi hoàn chỉnh được sử dụng để thực hiện phân tích chi tiết hơn.

Phương pháp xử lý số liệu

Dữ liệu đã được xử lý bằng phần mềm SPSS 25, sử dụng các công cụ chính là thống kê mô tả (bao gồm số lượng, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình) và phân tích phương sai (Independent T - Test, ANOVA). Thống kê mô tả được sử dụng để mô tả các đặc điểm của mẫu nghiên cứu, bao gồm số lượng và phần trăm của các biến quan sát. Phân tích phương sai được sử dụng để kiểm định sự khác biệt về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch giữa hai nhóm du khách và sinh viên du lịch dựa trên đặc điểm nhân khẩu học của họ.

Trong việc đánh giá tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch, chúng tôi sử dụng thang đo 5 mức độ và xem xét giá trị trung bình của các chỉ số này. Giá trị khoảng cách giữa các mức độ được tính bằng cách chia khoảng giá trị từ mức cao nhất đến mức thấp nhất cho số mức độ, tức là:

$$\frac{\text{giá trị lớn nhất} - \text{giá trị nhỏ nhất}}{\text{số mức độ}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dựa trên giá trị khoảng cách này để diễn giải ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình như sau: từ 1,00 - 1,80: *tầm quan trọng rất thấp*; từ 1,81 - 2,60: *tầm quan trọng thấp*; từ 2,61 - 3,40: *tầm quan trọng trung bình*; từ 3,41 - 4,20: *tầm quan trọng cao*; từ 4,21 - 5,00: *tầm quan trọng rất cao*. Đây là cách để hiểu mức độ tầm quan trọng của KNM và KNGT trong ngữ cảnh của hoạt động du lịch.

Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Mô tả mẫu nghiên cứu

Dữ liệu nhân khẩu học được thu thập từ sinh viên ngành du lịch bao gồm thông tin về giới tính, tuổi, năm học và ngành học (xem Bảng 2). Trong số những người tham gia khảo sát, phần lớn là nữ chiếm tỷ lệ 76,7%, trong khi nam chiếm tỷ lệ 23,3%. Đối với nhóm tuổi, tỷ lệ người có độ tuổi từ 19 đến 21 là cao nhất, chiếm 92,9%, trong khi nhóm tuổi khác có tỷ lệ thấp hơn. Về năm học, 34,9% sinh viên là năm thứ nhất, 18,4% là năm thứ hai, 35,8% là năm thứ ba, 9,4% là năm thứ tư và 1,4% đang học cao học. Về chương trình học, 18,4% sinh viên theo học ngành Quản trị Du lịch, 32,1% theo ngành Quản trị Khách sạn, 34,7% theo ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành và 14,9% theo ngành Việt Nam học (VNH).

Bảng 2. Đặc điểm nhân khẩu học của sinh viên du lịch

	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	325	76,7
	Nam	99	23,3
Tuổi	Từ 18 trở xuống	2	0,5
	19 - 21	394	92,9
	22 - 25	22	5,2
	26 - 30	6	1,4
Năm học	Đại học năm thứ nhất	148	34,9
	Đại học năm thứ hai	78	18,4
	Đại học năm thứ ba	152	35,8
	Đại học năm thứ tư	40	9,4
	Cao học	6	1,4
Ngành học	QTDL	78	18,4
	QTKS	136	32,1
	QTDVDL&LH	147	34,7
	VNH	63	14,9

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Dữ liệu nhân khẩu học được thu thập từ khách du lịch bao gồm thông tin về giới tính, tuổi, giáo dục, tình trạng việc làm và tình trạng hôn nhân (xem Bảng 3). Trong mẫu khảo sát, tỷ lệ nữ chiếm 35,1% và nam chiếm 64,9%. Đối với nhóm tuổi, tỷ lệ người trong độ tuổi từ 16 đến 25 là 7,1%, từ 26 đến 35 là 8,2%, từ 36 đến 45 là 22,8%, từ 46 đến 55 là 27,8%, từ 56 đến 65 là 29,2% và trên 65 tuổi là 4,9%. Về trình độ giáo dục, 72,2% số người trong mẫu có bằng đại học, 19,3% tốt nghiệp cao học, và tỷ lệ còn lại bao gồm: THCS (0,5%), THPT (0,9%), Trung cấp (1,9%) và Cao đẳng (5,2%). Phần lớn trong mẫu (82,1%) là người có việc làm, 3,1% là người thất nghiệp, 7,5% là sinh viên và học sinh, và 7,3% thuộc các trường hợp khác. Về tình trạng hôn nhân, tỷ lệ đã kết hôn là 60%, chưa kết hôn là 34,6%, ly hôn là 3,5% và góa phụ/đơn thân là 1,9%.

Bảng 3. Đặc điểm nhân khẩu học của khách du lịch

Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	149	35,1
	Nam	276	64,9
Tuổi	16 - 25	30	7,1
	26 - 35	35	8,2
	36 - 45	97	22,8
	46 - 55	118	27,8
	55 - 65	124	29,2
	Trên 65	21	4,9
Trình độ	THCS	2	0,5
	THPT	4	0,9
	TC	8	1,9
	CD	22	5,2
	ĐH	307	72,2
	Cao học	82	19,3
Việc làm	Có việc làm	349	82,1
	Thất nghiệp	13	3,1
	Sinh viên học sinh	32	7,5
	Khác	31	7,3
Tình trạng hôn nhân	Kết hôn	255	60,0
	Độc thân	147	34,6
	Ly hôn	15	3,5
	Góa phụ/Đơn thân	8	1,9

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kiểm định độ tin cậy của thang đo trong mô hình - hệ số Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép đo thường được sử dụng để đánh giá độ tin cậy của một thang đo đa mục tiêu. Nó đo lường mức độ tương thích (consistency) giữa các mục trong thang đo, tức là mức độ mà các mục đo lường cùng đo lường một khía cạnh chung

của khái niệm được nghiên cứu. Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị nằm trong khoảng từ 0 đến 1, với giá trị càng cao thể hiện độ tin cậy càng cao của thang đo.

Bảng 4. Xếp hạng mức ý nghĩa của KNGT và KNM

Yếu tố	Sinh viên DL		Khách DL		Tổng		F
	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	
KỸ NĂNG GIAO TIẾP	Cronbach's Alpha = 0,670		Cronbach's Alpha = 0,981				
KN giao tiếp bằng văn bản	3,74	0,93	3,94	0,85	3,84	0,89	20,89*
KN giao tiếp bằng lời nói	4,67	0,49	4,68	0,59	4,67	0,54	0,34*
KN lắng nghe	4,61	0,51	4,69	0,59	4,65	0,55	11,91*
KN giao tiếp kỹ thuật số	4,04	0,62	4,29	0,76	4,16	0,69	55,51*
KN giao tiếp phi ngôn ngữ	4,45	0,56	4,52	0,61	4,49	0,59	8,20*
KỸ NĂNG MỀM	Cronbach's Alpha = 0,975		Cronbach's Alpha = 0,801				
Kiểm soát cảm xúc	4,49	0,54	4,48	0,67	4,48	0,60	0,61*
Giải quyết xung đột	4,43	0,62	4,37	0,72	4,40	0,67	5,65*
Xây dựng mối quan hệ	4,35	0,61	4,28	0,81	4,31	0,71	0,62*
Tạo dựng niềm tin	4,49	0,52	4,38	0,71	4,44	0,61	0,00*
Thể hiện sự tôn trọng	4,49	0,52	4,41	0,70	4,45	0,61	4,04
Chính trực	4,39	0,56	4,20	0,87	4,29	0,71	4,20*
Lòng tốt	4,36	0,61	4,30	0,77	4,33	0,69	7,90*
Trách nhiệm	4,44	0,64	4,36	0,76	4,40	0,70	4,28*
Ứng xử xã hội	4,46	0,55	4,41	0,64	4,44	0,60	0,40*
Sự lạc quan	4,34	0,62	4,32	0,73	4,33	0,68	0,02

Yếu tố	Sinh viên DL		Khách DL		Tổng		F
	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	
Tính chuyên nghiệp	4,51	0,52	4,54	0,61	4,52	0,57	4,72*
Sự uyển chuyển/linh hoạt	4,49	0,52	4,45	0,61	4,47	0,57	0,02*
Làm việc nhóm	4,40	0,54	4,34	0,63	4,37	0,58	0,21
Đạo đức công việc	4,46	0,52	4,47	0,61	4,47	0,57	0,46*

Significance level: * $p < 0,001$; ** $p < 0,05$; *** $p > 0,05$

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Độ tin cậy của thang đo KNGT được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha. Trong trường hợp của sinh viên du lịch, hệ số Cronbach's Alpha đạt giá trị 0,670. Mặc dù giá trị này thấp hơn mức chuẩn cần thiết là 0,7, nhưng nó vẫn có thể chấp nhận được. Các trường hợp còn lại trong nghiên cứu đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7 cho thấy các mục trong thang đo có độ tin cậy và tính nhất quán cao. Điều này cho thấy thang đo đạt được mức độ đáng tin cậy và có khả năng đo lường một cách chính xác đặc điểm nghiên cứu.

Nhìn chung, đối với KNGT có thể thấy rằng sinh viên du lịch và khách du lịch đều có đánh giá cao về KNGT bằng văn bản và lời nói. Điều này cho thấy họ có khả năng truyền đạt thông tin và ý kiến của mình hiệu quả. Kỹ năng lắng nghe cũng được đánh giá cao ở cả hai nhóm đối tượng. Điều này cho thấy họ có khả năng lắng nghe và hiểu rõ những gì người khác đang nói. KNGT kỹ thuật số (như sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông) được đánh giá cao hơn ở sinh viên du lịch so với khách du lịch. Điều này có thể phản ánh sự quen thuộc và thành thạo hơn của sinh viên du lịch trong việc sử dụng công nghệ và các phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Đối với kỹ năng mềm, sinh viên du lịch và khách du lịch đều đánh giá cao về các KNM như kiểm soát cảm xúc, giải quyết xung đột, xây dựng mối quan hệ và tạo dựng niềm tin. Điều này cho thấy họ có khả năng làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và tạo mối quan hệ tốt trong lĩnh vực du lịch. Bên cạnh đó, có thể thấy cả hai nhóm khách du lịch và sinh viên du lịch đều đánh giá cao đến rất cao vai trò của từng kỹ năng thuộc nhóm KNGT và KNM. Độ lệch chuẩn (SD) của các biến quan sát đánh giá kỹ năng giao tiếp nằm trong khoảng từ 0,54 đến 0,89 (đều nhỏ hơn 0,9) cho thấy độ đồng nhất trong đánh giá của cả hai nhóm.

Kết quả kiểm định Independent T-test

Chúng tôi đã sử dụng tính năng "Compute variable" trong phần mềm SPSS để tạo ra hai biến tổng hợp mới, đại diện cho hai nhóm yếu tố: KNGT và KNM. Biến tổng hợp cho kỹ năng giao tiếp được tính dựa trên công thức sau:

$$\text{KNGT} = \frac{\text{CS1} + \text{CS2} + \text{CS3} + \text{CS4} + \text{CS5}}{5}$$

Tương tự, biến tổng hợp cho KNM được tính dựa trên công thức:

$$\text{KNM} = \frac{\text{SS1} + \text{SS2} + \text{SS3} + \text{SS4} + \text{SS5} + \text{SS6} + \text{SS7} + \text{SS8} + \text{SS9} + \text{SS10} + \text{SS11} + \text{SS12} + \text{SS13} + \text{SS14}}{14}$$

Ý nghĩa thống kê của hai biến tổng hợp KNM và KNGT tương đương với các biến quan sát trong từng nhóm nhân tố. Phương pháp này đã được áp dụng trên cả hai bảng dữ liệu thu thập từ nhóm du khách và sinh viên du lịch.

Đánh giá của du khách về tầm quan trọng của của KNGT và KNM theo biến giới tính

Independent Sample T-Test được sử dụng để kiểm định sự khác biệt trung bình với trường hợp biến định tính có hai giá trị. Đối với nghiên cứu này, biến nhân khẩu học theo giới tính có hai giá trị Nam và Nữ.

Bảng 5. Kiểm định sự khác biệt trung bình giữa du khách nam và nữ

Independent Samples Test							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
KNGT	Equal variances assumed	16,013	0,061	2,181	423	0,053	0,113
	Equal variances not assumed			2,536	421,109	0,012	0,113
KNM	Equal variances assumed	9.901	0,149	-0,443	423	0,658	-0,028
	Equal variances not assumed			-0,491	395,718	0,624	-0,028

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kiểm định F cho Kỹ năng giao tiếp (KNGT) có giá trị Sig = 0,061 > 0,05, và kiểm định F cho Kỹ năng mềm (KNM) có giá trị Sig = 0,149 > 0,05. Điều này cho thấy không có sự khác biệt đáng kể giữa giới tính Nam và Nữ về đánh giá tầm quan trọng của KNGT và KNM. Tiếp theo, chúng ta sử dụng kết quả kiểm định t cho trường hợp giả định "Equal variances assumed (Giả định phương sai bằng nhau). Kiểm định t cho KNM có giá trị

Sig = 0,053 > 0,05, và kiểm định t cho KNGT có giá trị Sig = 0,658 > 0,05. Điều này cho thấy không có sự khác biệt đáng kể về giá trị trung bình giữa các giới tính khác nhau đối với KNGT và KNM. Từ đó, chúng ta kết luận rằng không có sự khác biệt đáng kể trong đánh giá về tầm quan trọng của KNM và KNGT giữa các giới tính nam và nữ trong nhóm du khách nội địa.

Bảng 6. Giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và sai số chuẩn trung bình mẫu du khách nam và nữ

Group Statistics					
	Giới tính	Tần suất	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn
KNGT	Nữ	149	4,49	0,337	0,027
	Nam	276	4,38	0,584	0,035
KNM	Nữ	149	4,36	0,488	0,040
	Nam	276	4,38	0,698	0,042

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Dựa trên Bảng 6 (Group Statistics) và các giá trị trung bình của từng nhóm giới tính, ta có thể nhận thấy các thông số mô tả sau. Đối với KNGT, giá trị trung bình của nhóm nam là 4,38 và giá trị trung bình của nhóm nữ là 4,49. Hai giá trị trung bình này không chênh lệch nhiều, đều nằm trong khoảng từ 4,21 đến 5,00. Đối với KNM, giá trị trung bình của nhóm nam là 4,389 và giá trị trung bình của nhóm nữ là 4,36. Hai giá trị trung bình này cũng không chênh lệch nhiều, đều gần nhau và nằm trong khoảng 4,21 đến 5,00. Từ đó, ta có thể kết luận rằng cả nhóm du khách nam và nữ đều đánh giá rất cao về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Sự chênh lệch giữa hai nhóm giới tính trong việc đánh giá các kỹ năng này không đáng kể.

Dựa vào những kết quả này, ta có thể kết luận rằng cả nam và nữ du khách trong nghiên cứu đều đánh giá rất cao về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Sự chênh lệch không đáng kể giữa hai nhóm giới tính trong việc đánh giá các kỹ năng này cho thấy giới tính không ảnh hưởng quan trọng đến cách mà du khách đánh giá tầm quan trọng của chúng trong ngữ cảnh du lịch. Điều này cho thấy tính thực tiễn và sự đồng nhất trong cách du khách nam và nữ đánh giá các kỹ năng này trong quá trình họ tiếp xúc với nhân viên phục vụ tại các điểm đến du lịch.

Đánh giá của sinh viên du lịch về tầm quan trọng của của KNGT và KNM theo biến giới tính

Bảng 7. Kiểm định sự khác biệt trung bình giữa sinh viên du lịch nam và nữ

Independent Samples Test							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
KNGT	Equal variances assumed	3,489	0,062	-4,882	422	0,055	-0,23017
	Equal variances not assumed			-5,298	186,383	0,000	-0,23017
KNM	Equal variances assumed	0,178	0,673	1,853	420	0,065	0,10448
	Equal variances not assumed			1,842	161,171	0,067	0,10448

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kiểm định F cho KNGT có giá trị Sig = 0,0673 > 0,05, và kiểm định F cho KNM có giá trị Sig = 0,062 > 0,05. Điều này cho thấy không có sự khác biệt đáng kể giữa nhóm sinh viên Nam và Nữ về đánh giá tầm quan trọng của KNGT và KNM. Tiếp theo, chúng tôi sử dụng kết quả kiểm định t cho trường hợp giả định "Equal variances assumed" (Giả định phương sai bằng nhau). Kiểm định t cho KNM có giá trị Sig = 0,065 > 0,05, và kiểm định t cho KNGT có giá trị Sig = 0,055 > 0,05. Điều này cho thấy không có sự khác biệt đáng kể về giá trị trung bình giữa các giới tính khác nhau đối với KNGT và KNM.

Bảng 8. Giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và sai số chuẩn trung bình mẫu sinh viên nam và nữ

Group Statistics					
	Giới tính	Tần suất	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn
KNGT	Nữ	325	4,24	0,423	0,023
	Nam	99	4,47	0,363	0,036
KNM	Nữ	323	4,46	0,489	0,027
	Nam	99	4,35	0,494	0,049

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Bảng Group Statistics cho chúng ta các thông số mô tả của từng nhóm giới tính sinh viên du lịch. Giá trị trung bình ở hai nhóm đều nằm trong khoảng 4,21 đến 5,00, nghĩa là sinh viên du lịch nam và nữ đều đánh giá rất cao tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Giá trị trung bình của hai nhóm nam/nữ đối với yếu tố KNGT bằng 4,4788 và 4,2486 và đối với yếu tố KNM bằng 4,3586 và 4,463, không có sự chênh lệch nhiều.

Dựa vào những kết quả này, ta có thể kết luận rằng cả nam và nữ sinh viên du lịch đều đánh giá rất cao về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Sự chênh lệch không đáng kể giữa hai nhóm giới tính trong việc đánh giá các kỹ năng này cho thấy giới tính không ảnh hưởng quan trọng đến cách mà sinh viên du lịch đánh giá tầm quan trọng của chúng. Điều này cho thấy tính thực tiễn và sự đồng nhất trong cách sinh viên nam và nữ đánh giá các kỹ năng này mà họ cần trau dồi thật tốt để đáp ứng yêu cầu công việc trong tương lai.

Kết quả kiểm định one-way ANOVA

Đánh giá của du khách về tầm quan trọng của kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp theo biến trình độ

Để hiểu rõ hơn về đánh giá của du khách theo từng nhóm trình độ về tầm quan trọng của kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp, chúng tôi sử dụng phương pháp kiểm định one-way ANOVA dựa trên biến trình độ. Phương pháp này khác với kiểm định t-test vì nó cho phép so sánh khác biệt về phương sai và giá trị trung bình giữa hai giá trị trở lên.

Bảng 9. Kiểm định Levene theo biến trình độ của du khách

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
KNGT	Based on Mean	0,941	5	419	0,454
KNM	Based on Mean	6,455	5	419	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kết quả kiểm định Levene cho kết quả Sig của KNGT là 0,454 > 0,05, trong khi KNM có Sig là 0,000 < 0,05. Điều này cho thấy không có sự khác biệt về phương sai giữa các nhóm trình độ đối với KNGT, nhưng có sự khác biệt về phương sai giữa các nhóm trình độ đối với KNM. Vì vậy, chúng tôi sử dụng kết quả kiểm định Welch được trình bày trong Bảng 10, để thực hiện kiểm định dựa trên giá trị trung bình.

Bảng 10. Kiểm định Welch theo biến trình độ của du khách

Robust Tests of Equality of Means					
		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
KNGT	Welch	8,408	5	8,462	0,004
KNM	Welch	1,249	5	8,007	0,371

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kiểm định Welch cho KNGT cho thấy giá trị Sig = 0,004 < 0,05, đồng nghĩa với việc có sự khác biệt trung bình đáng kể giữa các nhóm trình độ khác nhau của hoạt động du lịch. Tuy nhiên, kiểm định Welch cho KNM cho thấy giá trị Sig = 0,371 > 0,05, cho thấy không có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm tuổi trong việc cảm nhận và đánh giá tầm quan trọng của KNM trong hoạt động du lịch.

Bảng 11. Giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và phương sai theo biến độ tuổi của du khách

Thống kê mô tả									
Yếu tố		Tần suất	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn Cận dưới	Độ tin cậy (95 %)		Bé nhất	Lớn nhất
						Cận dưới	Cận trên		
KNGT	THCS	2	4,60	0,282	0,200	2,05	7,14	4,40	4,80
	THPT	4	4,75	0,100	0,050	4,59	4,90	4,60	4,80
	TC	8	4,47	0,301	0,106	4,22	4,72	4,00	4,80
	CĐ	22	4,19	0,367	0,078	4,02	4,35	3,80	5,00
	ĐH	307	4,46	0,541	0,030	4,39	4,52	2,00	5,00
	Sau ĐH	82	4,31	0,435	0,048	4,21	4,40	3,60	5,00
	Total	425	4,42	0,513	0,024	4,37	4,47	2,00	5,00

Thống kê mô tả									
Yếu tố	Tần suất	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn Cận dưới	Độ tin cậy (95 %)		Bé nhất	Lớn nhất	
					Cận dưới	Cận trên			
KNM	THCS	2	4,67	0,252	0,178	2,40	6,94	4,50	4,86
	THPT	4	4,10	0,510	0,255	3,29	4,91	3,79	4,86
	TC	8	4,54	0,609	0,215	4,03	5,05	3,50	5,00
	CĐ	22	4,21	0,408	0,087	4,03	4,39	3,86	5,00
	ĐH	307	4,39	0,685	0,039	4,31	4,47	2,00	5,00
	Sau ĐH	82	4,35	0,468	0,051	4,24	4,45	3,57	5,00
	Total	425	4,37	0,632	0,030	4,31	4,43	2,00	5,00

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Phân tích mô tả dữ liệu trong Bảng 11 cung cấp thông tin về các đặc điểm mô tả biến trình độ. Giá trị trung bình (Mean) của các nhóm trình độ nằm trong khoảng 4,21 đến 5,00, cho thấy tất cả các nhóm trình độ đều đánh giá rất cao về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch.

Nhìn chung, sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm trình độ cho thấy những nhóm du khách có trình độ khác nhau đánh giá tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp trong du lịch một cách khác nhau. Điều này có thể đề xuất rằng việc tăng cường kỹ năng giao tiếp có thể cần thiết đối với một số nhóm đối tượng nhất định, như những người có trình độ học vấn thấp hơn hoặc ít kinh nghiệm du lịch. Trong khi đó, đánh giá cao tầm quan trọng của KNGT từ tất cả các nhóm trình độ cho thấy rằng việc du khách có khả năng giao tiếp tốt có thể giúp họ tương tác hiệu quả với nhân viên phục vụ, người dân địa phương và các du khách khác. Điều này có thể góp phần tạo ra trải nghiệm du lịch tích cực, tạo lòng tin và sự hài lòng đối với các dịch vụ du lịch. Sự tương đồng trong đánh giá tầm quan trọng của kỹ năng mềm giữa các nhóm trình độ cho thấy rằng những yếu tố thuộc nhóm kỹ năng này có sự ảnh hưởng quan trọng đối với tất cả du khách, không phụ thuộc vào trình độ của họ. Việc du khách đánh giá cao tầm quan trọng của KNM cho thấy rằng các yếu tố này đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra trải nghiệm du lịch đáng nhớ và đáp ứng nhu cầu và mong muốn của du khách.

Đánh giá của sinh viên về tầm quan trọng của KNM và KNGT theo biến ngành học

Sử dụng phương pháp thống kê tương tự, chúng tôi chọn biến ngành học để kiểm tra

sự đánh giá của sinh viên từng nhóm ngành đối với tầm quan trọng của KNM và KNGT trong du lịch.

Bảng 12. Kiểm định Levene theo biến ngành học

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
KNGT	Based on Mean	4,167	3	418	0,006
KNM	Based on Mean	37,477	3	420	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Dữ liệu tại bảng 12 cho thấy kết quả kiểm định Levene cho KNGT có giá trị Sig = 0,006 < 0,05 và cho KNM có giá trị Sig = 0,000 < 0,05. Điều này cho thấy có sự khác biệt về phương sai giữa các nhóm ngành về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Tiếp theo, chúng tôi sử dụng kết quả kiểm định từ bảng ANOVA để tính toán các biến thể giữa các nhóm ngành (Bảng 13).

Bảng 13. Kiểm định giá trị trung bình theo ngành học

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KNGT	Between Groups	5,254	3	1,751	10,517	0,000
	Within Groups	69,943	420	0,167		
	Total	75,198	423			
KNM	Between Groups	10,483	3	3,494	15,958	0,000
	Within Groups	91,531	418	0,219		
	Total	102,014	421			

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Kiểm định F của KNGT và KNM đều có Sig = 0,000 < 0,05 nghĩa là có sự khác biệt trung bình giữa các nhóm sinh viên ở mỗi ngành học đối với tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch.

Bảng 14. Giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và phương sai theo biến ngành học

Thống kê mô tả									
Yếu tố		Tần suất	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn Cận dưới	Độ tin cậy (95 %)		Bé nhất	Lớn nhất
						Cận dưới	Cận trên		
KNGT	QTDL	78	4,31	0,485	0,055	4,20	4,42	3,79	5,00
	QTKS	136	4,63	0,490	0,042	4,55	4,72	3,79	5,00
	QTDVDL&LH	145	4,28	0,427	0,035	4,21	4,35	3,00	5,00
	VNH	63	4,51	0,485	0,061	4,39	4,63	3,57	5,00
	Total	422	4,43	0,492	0,023	4,39	4,48	3,00	5,00
KNM	QTDL	78	4,32	0,565	0,064	4,20	4,45	3,60	5,00
	QTKS	136	4,15	0,385	0,033	4,09	4,22	3,60	5,00
	QTDVDL&LH	147	4,34	0,398	0,032	4,28	4,41	3,60	5,00
	VNH	63	4,47	0,181	0,022	4,43	4,52	4,00	5,00
	Total	424	4,30	0,421	0,020	4,26	4,34	3,60	5,00

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Dữ liệu trong Bảng 14 (Thống kê mô tả) cung cấp cho chúng ta các thống kê mô tả về các ngành học khác nhau. Giá trị trung bình (Mean) của hầu hết các ngành đều nằm trong khoảng 4,21 - 5,00, cho thấy sinh viên từ các ngành học khác nhau đều đánh giá rất cao tầm quan trọng của KNGT và KNGT trong hoạt động du lịch.

Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy sự khác biệt rõ rệt trong đánh giá tầm quan trọng của KNGT trong hoạt động du lịch giữa sinh viên từ các ngành học. Sinh viên ngành Quản trị du lịch (QTDL) và Việt Nam học (VNH) đánh giá kỹ năng giao tiếp cao hơn so với sinh viên ngành Quản trị khách sạn (QTKS) và Quản trị dịch vụ du lịch & Lữ hành (QTDVDL&LH). Điều này cho thấy ngành học có ảnh hưởng đáng kể đến cách sinh viên đánh giá tầm quan trọng của KNGT trong hoạt động du lịch. Tương tự, cũng có sự khác biệt về giá trị trung bình giữa các ngành học đối với nhóm KNM. Sinh viên ngành QTKS đánh giá thấp hơn so với sinh viên ngành QTDL, QTDVDL&LH và VNH. Điều này cho thấy ngành học cũng ảnh hưởng đáng kể đến tầm quan trọng của KNM trong hoạt động du lịch. Kết quả này chỉ ra rằng ngành học có tác động đáng kể đến cách sinh viên đánh giá tầm quan trọng của KNGT và KNM trong hoạt động du lịch. Các thông tin này có thể hỗ trợ việc xây dựng chương trình đào tạo và phát triển kỹ năng cho sinh viên dựa trên ngành học của họ trong lĩnh vực du lịch.

Khác biệt trong đánh giá tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp và kỹ năng mềm giữa nhóm du khách và sinh du lịch

Một trong ba mục tiêu của nghiên cứu này là so sánh kết quả đánh giá về tầm quan trọng của KNM và KNGT giữa nhóm du khách và sinh viên du lịch. Để hiểu rõ hơn sự khác biệt trong đánh giá giữa hai nhóm này, kết quả như Bảng 15.

Bảng 15. So sánh đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp

Mục đánh giá	Đánh giá của du khách	Đánh giá của sinh viên
KỸ NĂNG GIAO TIẾP	<i>Mức độ</i>	<i>Mức độ</i>
KN giao tiếp bằng văn bản	Cao	Cao
KN giao tiếp bằng lời nói	Rất cao	Rất cao
KN lắng nghe	Rất cao	Rất cao
KN giao tiếp kỹ thuật số	Cao	Rất cao
KN giao tiếp phi ngôn ngữ	Rất cao	Rất cao
KỸ NĂNG MỀM	<i>Mức độ</i>	<i>Mức độ</i>
Kiểm soát cảm xúc	Rất cao	Rất cao
Giải quyết xung đột	Rất cao	Rất cao
Xây dựng mối quan hệ	Rất cao	Rất cao
Tạo dựng niềm tin	Rất cao	Rất cao
Thể hiện sự tôn trọng	Rất cao	Rất cao
Chính trực	Rất cao	Cao
Lòng tốt	Rất cao	Rất cao
Trách nhiệm	Rất cao	Rất cao
Ứng xử xã hội	Rất cao	Rất cao
Sự lạc quan	Rất cao	Rất cao
Tính chuyên nghiệp	Rất cao	Rất cao
Sự uyển chuyển/linh hoạt	Rất cao	Rất cao
Làm việc nhóm	Rất cao	Rất cao
Đạo đức công việc	Rất cao	Rất cao

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả

Dựa vào bảng số liệu Bảng 15 có thể nhận xét rằng cả hai nhóm du khách và sinh viên du lịch đều nhận thức rõ về tầm quan trọng của các kỹ năng này. Mức độ đánh giá cao hoặc rất cao cho thấy cả hai nhóm đều coi kỹ năng giao tiếp và kỹ năng mềm là yếu tố quan trọng để đáp ứng yêu cầu của ngành du lịch hiện đại. Nhóm du khách đánh giá cao khả năng giao tiếp bằng văn bản, lời nói, kỹ thuật số và phi ngôn ngữ của lực lượng lao động trong ngành du lịch trên góc độ là người tiêu dùng dịch vụ du lịch. Điều này cho thấy sự mong đợi về khả năng giao tiếp hiệu quả để truyền đạt thông tin, tạo cảm giác tin tưởng và tạo mối quan hệ tốt với khách hàng. Đối với sinh viên du lịch, khả năng kiểm soát cảm xúc, giải quyết xung đột, xây dựng mối quan hệ và tạo dựng niềm tin được đánh giá rất cao. Những kỹ năng này là quan trọng để làm việc trong môi trường du lịch đa văn hóa và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Sự chính trực, lòng tốt, trách nhiệm và ứng xử xã hội cũng được đánh giá cao, cho thấy sự đòi hỏi về đạo đức công việc và đạo đức cá nhân trong ngành du lịch.

Nhìn chung, cả du khách tiêu dùng dịch vụ du lịch và sinh viên du lịch đều nhận thức rõ về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong việc đáp ứng yêu cầu của ngành du lịch và trở thành lực lượng lao động có chất lượng.

Kết luận

Kết quả nghiên cứu này cung cấp những bằng chứng rõ ràng và có tính thuyết phục về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Điều này khá tương đồng với các nghiên cứu trước đó đã được tiến hành trên thế giới và ở Việt Nam. Các kết quả cho thấy sự nhất quán trong đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của những kỹ năng này, đồng thời khẳng định rằng những kỹ năng này thực sự đóng vai trò rất quan trọng trong việc tạo trải nghiệm du lịch có chất lượng và mang lại sự hài lòng cho khách hàng.

Điều đáng chú ý là sự khác biệt trong đánh giá giữa các nhóm trình độ và ngành học. Sự ảnh hưởng của trình độ và ngành học đã được xác định trong nghiên cứu, với KNM được đánh giá là rất quan trọng cho cả du khách và sinh viên du lịch ở mọi trình độ. Tuy nhiên, KNGT lại được coi là quan trọng nhất đối với sinh viên du lịch và có mức độ tầm quan trọng rất cao. Điều này cung cấp cho chúng ta một cái nhìn sâu hơn về sự phụ thuộc của các yếu tố này trong đánh giá tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch.

Mặc dù nghiên cứu này đã đóng góp một góc nhìn mới và cung cấp những bằng chứng cụ thể, tuy nhiên cần lưu ý rằng vẫn có những hạn chế nhất định. Thứ nhất, mẫu số lượng du khách và sinh viên du lịch tham gia còn hạn chế, do đó, để đảm bảo tính đại diện và đáng tin cậy của kết quả, cần tiếp tục nghiên cứu với cỡ mẫu lớn hơn và đa dạng hơn. Ngoài ra, nghiên cứu này chỉ tập trung vào việc đánh giá tầm quan trọng của KNM

và KNGT, chưa đi sâu vào các yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm du lịch. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi để khám phá những khía cạnh khác của ngành du lịch.

Tóm lại, nghiên cứu này đưa ra những bằng chứng rõ ràng về tầm quan trọng của KNM và KNGT trong hoạt động du lịch. Việc hiểu rõ về những yếu tố này có vai trò quan trọng trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong ngành du lịch, nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm du lịch và tạo sự hài lòng cho du khách. Tuy nhiên, việc tiếp tục nghiên cứu và khám phá các yếu tố khác cũng là điều cần thiết để có cái nhìn toàn diện hơn trong bối cảnh ngành du lịch đang có nhiều thay đổi dưới sự ảnh hưởng mạnh mẽ của chuyển đổi số.

Tài liệu tham khảo

- Baker, M., Murrmann, S.K., and Green, C. (2013). "Dining in the city: server behaviors, time preferences, and the effect of urbanization in restaurants". *Journal of Foodservice Business Research*. Vol. 16, No. 2, 113-138.
- Brownell, J. (2009). "Fostering service excellence through listening: What hospitality managers need to know". *Cornell Hospitality Report*. Vol. 9, No. 6, 6-18.
- Coffelt, T.A., Baker, M.J., and Corey, R.C. (2016). "Business communication practices from employers' perspectives". *Business and Professional Communication Quarterly*, Vol. 79, No. 3, 300-316.
- Conrad, D., Newberry, R. (2012). "Identification and Instruction of Important Business Communication Skills for Graduate Business Education". *Journal of Education for Business*, Vol. 87, No. 2, 112-120.
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*.
- Jackson, D. (2014). "Business graduate performance in oral communication skills and strategies for improvement". *The International Journal of Management Education*. Vol. 12, No. 1, 22-34.
- Jiang, L. and Alexakis, G. (2017). "Comparing students' and managers' perceptions of essential entry-level management competencies in the hospitality industry: An empirical study". *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. Vol. 20, 32-46.
- Jones, C.G. (2011). "Written and computer-mediated accounting communication skills: An employer perspective". *Business Communication Quarterly*. Vol. 74, No. 3, 241-271.
- Lolli, J. (2013). "Perceptions of the importance and preparedness of interpersonal communication skills of the entry-level hospitality leader: Implications for hospitality educators". *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. Vol. 13, No. 4, 354-373.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd Edition, McGraw-Hill, New York.

- Robles, M.M. (2012). "Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace". *Business Communication Quarterly*. Vol. 75, No. 4, 453-465.
- Siddiq, F., Scherer, R., and Tondeur, J. (2015). "Teachers' Emphasis on Developing Students' Digital Information and Communication Skills (TEDDICS): A New Construct in 21st Century Education", *Computers & Education*. No. 92-93, 1-14.
- Succi, C. and Canovi, M. (2019). "Soft skills to enhance graduate employability: Comparing students and employers perceptions". *Studies in higher education*. 1-14.
- Wall, E.A. and Berry, L.L. (2007). "The combined effects of the physical environment and employee behavior on customer perception of restaurant service quality". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. Vol. 48, No. 1, 59-69.
- Weber, M.R., Lee, J.J. and Crawford, A. (2019). "A suggested best practices for enhancing performance of soft skills with entry-level hospitality managers". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. Vol. 31, No. 1, 76-87.
- Wesley, S.C., Jackson, V.P. and Lee, M. (2017). "The perceived importance of core soft skills between retailing and tourism management students, faculty and businesses". *Employee Relations*. Vol. 39, No. 1, 79-99.
- Wu, Y.C., Tsai, C.S., Hsiung, H.W., and Chen, K.Y. (2015). "Linkage between frontline employee service competence scale and customer perceptions of service quality". *Journal of Services Marketing*. Vol. 29, No. 3, 224-234.
- Youssef, F. (2017). "The Role of Faculties of Tourism and Hotel Management in Developing the Etiquette and Communication Skills for Students within the Educational Community". *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*. Vol. 11, No. 3, 87-102.
- Zehrer, A. and Mössenlechner, C. (2009). "Key competencies of tourism graduates: The employers' point of view". *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. Vol. 9, No. 3-4, 266-287.