

**KỶ YẾU HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC
DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY**

**TRAINING AND USING INTERNATIONAL STANDARD
TOURISM HUMAN RESOURCES IN THE CURRENT PERIOD**

BAN BIÊN TẬP HỘI THẢO

GS.TS. Đào Mạnh Hùng	Trưởng ban
PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng	Phó ban
PGS.TS. Phạm Trung Lương	Thành viên
ThS. Nguyễn Thị Thuý Ngân	Thư ký

LIÊN CHI HỘI ĐÀO TẠO DU LỊCH VIỆT NAM

**KỶ YẾU HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC
DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY
TRAINING AND USING INTERNATIONAL STANDARD
TOURISM HUMAN RESOURCES IN THE CURRENT PERIOD**

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

MỤC LỤC

1. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH DU LỊCH VIỆT NAM VỚI VẤN ĐỀ ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY
GS.TS. Đào Mạnh Hùng 1
2. “HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCE DEMAND IN THE HOSPITALITY INDUSTRY ACCORDING TO CURRENT INTERNATIONAL STANDARDS AND THE TRAINING MODEL AT B.H.M.S.” 11

Phần 1

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ HIỆN NAY

3. BỐI CẢNH QUỐC TẾ VÀ TRONG NƯỚC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM ĐẠT CHUẨN QUỐC TẾ
TS. Nguyễn Văn Lưu 16
4. ĐỔI MỚI TƯ DUY VÀ GIẢI PHÁP CHO MÔ HÌNH ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG BỐI CẢNH MỚI
PGS.TS. Phạm Trung Lương 39
5. XU HƯỚNG ĐÀO TẠO, PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ TẠI VIỆT NAM
PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng 52
6. DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN TẠI VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC
PGS.TS. Bùi Thanh Thủy 65
7. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ TRONG TÌNH HÌNH MỚI
TS. Đoàn Mạnh Cường 83
8. THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY
TS. Đỗ Hải Yến 104
9. ENHANCING HUMAN RESOURCES TOWARD SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF VIET NAM TOURISM IN THE CURRENT PERIOD
**PhD student Nguyen Thị Thuý Ngan, Assoc. Prof. PhD Nguyen Phạm Hùng,
Postgraduate Nguyen Hoang Yen** 112

10. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP TẠI VIỆT NAM ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP
ThS. Hà Thị Sa, ThS. Nguyễn Thanh Tuấn, ThS. Phạm Hồng Truyền..... 122
11. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM
ThS. Nguyễn Thị Trang Nhung..... 141
12. TRAINING HUMAN RESOURCES TO DEVELOP THE TOURISM INDUSTRY IN THE NEW CONTEXT
MA. Võ Thị Hoài..... 150
13. PHÁT TRIỂN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TIẾP CẬN KHUNG NĂNG LỰC ASEAN VÀ ÚC
ThS. Phạm Bá Hùng 163
14. EXPERIENCE IN TRAINING THE TOURISM WORKFORCE OF SINGAPORE: ESSENTIAL LESSONS FOR VIETNAM
MA. Vũ Thanh Tùng 175
15. PROMOTING PUBLIC PRIVATE COOPERATION IN TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES IN VIETNAM IN THE PERIOD OF 2015 – 2030
TS. Phạm Thanh Tuan, ThS. Nguyen Thi Ha, ThS. Nguyen Thi Thuy Ngan..... 194
16. PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÊN CƠ SỞ TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC CƠ SỞ ĐÀO TẠO VÀ DOANH NGHIỆP
ThS. Bùi Thị Hoa, ThS. Phạm Thị Phương Loan, ThS. Nguyễn Thị Duyên207
17. GIẢI PHÁP LIÊN KẾT VỚI DOANH NGHIỆP DU LỊCH NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4
ThS. Nguyễn Thị Hồng Nhâm.....220

Phần II

CHUYỂN ĐỔI SỐ VỚI ĐÀO TẠO SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

18. ĐÀO TẠO DU LỊCH SỐ TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CỦA VIỆT NAM: CÁC XU HƯỚNG VÀ RÀO CẢN
TS. Nguyễn Quang Vinh, ThS. Mai Văn Trọng231
19. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH – BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM
TS. Nguyễn Tư Lương243
20. SỰ THÍCH ỨNG CỦA NGÀNH DU LỊCH VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ: MỐI LIÊN KẾT GIỮA ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG
ThS. Trần Chánh Bằng257

21. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP
ThS. Phạm Thị Hồng My275
22. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI VIỆT NAM
ThS. Nguyễn Thị Thanh Hà292
23. CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DU LỊCH VÀ YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY
ThS. Đỗ Thị Thu Huyền, ThS. Nguyễn Cẩm Nga303
24. GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG CHUYỂN ĐỔI SỐ QUỐC GIA
ThS. Dương Thị Tuyết Trinh313
25. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CÁC TRƯỜNG ĐÀO TẠO NGHỀ DU LỊCH Ở VIỆT NAM
ThS. Nguyễn Thị Hồng Thanh325
26. CURRENT STATUS AND SOLUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF TEACHING ENGLISH FOR TOURISM STUDENTS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION CONTEXT: A CASE STUDY
ThS. Nguyễn Thị Xuyen335

Phần III

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG

27. PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU ĐỂ QUẢNG NINH TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH KẾT NỐI KHU VỰC VÀ QUỐC TẾ
TS. Vũ Văn Viên350
28. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ ĐÁP ỨNG SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THANH HÓA
PGS.TS. Nguyễn Thị Thục, ThS. Bùi Thị Hậu363
29. THE STATUS OF TOURISM HUMAN RESOURCE IN THANH HOA PROVINCE AND RECOMMENDATIONS FOR ENHANCING TOURISM WORKFORCE TRAINING
PhD. Nguyen Viet Hoang, PhD. Duong Thi Hien378
30. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI TỈNH ĐẮK NÔNG TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ
TS. Nguyễn Hữu Lành, ThS. Nguyễn Thị Thanh Thúy, CN. Nguyễn Đình Hoãn389
31. ĐÀO TẠO NHÂN LỰC PHỤC VỤ SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA CỦA THỦ ĐÔ HÀ NỘI THEO ĐỊNH HƯỚNG CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA
TS. Nguyễn Thành Nam403
32. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG VIỆT NAM: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG
ThS. Phạm Thị Thẩm412

33. POLICIES TO ATTRACT HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES OF HANOI IN THE CURRENT PERIOD
NCS. Dao Thi Nhung 423
34. DEVELOPING A HIGH-QUALITY TOURISM WORKFORCE IN CAN THO CITY IN THE CURRENT CONTEXT
Postgradudte. Le Hoang Kiet, B.A. Tran Duc Thang, Assoc. Prof, PhD. Tran Xuan Hiep ... 435
35. NGHIÊN CỨU, ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TỈNH TRÀ VINH
ThS. Phạm Quang Kiệt 450
36. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA MIỀN NÚI PHÍA BẮC
ThS. Nguyễn Thị Minh Thúy 461

PHẦN IV

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG

37. HỢP TÁC GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH MỚI: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (HUTECH)
PGS.TS. Nguyễn Quyết Thắng, TS. Nguyễn Thị Thu Hòa 471
38. NGHIÊN CỨU HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO GẮN VỚI THỰC TIỄN DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI SINH VIÊN NGÀNH KHÁCH SẠN: KHẢO SÁT TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHENIKAA
TS. Trần Đức Thành, ThS. Lê Quang Huy 488
39. HỢP TÁC ĐÀO TẠO GIỮA KHOA QUẢN TRỊ DU LỊCH – TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TRÃI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC
NCS. ThS. Nguyễn Thị Trang 501
40. NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH – KHÁCH SẠN THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG CHUẨN QUỐC TẾ TẠI KHOA DU LỊCH – KHÁCH SẠN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (HUFLIT)
ThS. Đinh Thị Trà Nhi 510
41. COMMUNICATION SKILLS EDUCATION FOR STUDENTS OF THE FACULTY OF TOURISM – DONG A UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
MSc. Vi Van Thao 526

PHẦN V

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH LỮ HÀNH - HƯỚNG DẪN

42. ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY
TS. Đỗ Thanh Hương, TS. Nguyễn Hoài Nam 541
43. NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO THỰC TẾ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0
TS. Đỗ Trần Phương, TS. Phạm Thị Hải Yến 559

44. BỒI DƯỠNG TRI THỨC LỊCH SỬ, VĂN HÓA CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI DI SẢN VĂN HÓA THẾ GIỚI HỘI AN TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0
TS. Đào Vĩnh Hợp567
45. NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ
ThS. Nguyễn Văn Hợp581
46. NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH THÔNG QUA PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG SỐ CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH
ThS. Đỗ Quốc Giang592
47. TOUR THỰC TẾ VỚI SINH VIÊN – LIÊN KẾT GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ ĐƠN VỊ DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH
ThS. Nguyễn Thị Xuyên Thoại, ThS. Đặng Khánh Như.....598
48. NÂNG CAO DỊCH VỤ HỖ TRỢ CHĂM SÓC SỨC KHỎE CHO KHÁCH DU LỊCH LÀ NGƯỜI CAO TUỔI, NGƯỜI MẮC BỆNH MÃN TÍNH TRONG NHỮNG CHUYẾN DU LỊCH NGẮN HẠN VÀ DÀI HẠN
TS. Lê Thị Hoàng Liễu, Lê Văn Gắt, Tô Thị Kim Phụng606
49. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CAO CHO MÔ HÌNH DU LỊCH SỨC KHỎE
Phan Cao Bình, Nguyễn Thị Ngọc Yến614
50. THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH BẾN THÀNH
ThS. Huỳnh Chí Công, ThS. Phạm Thị Hồng Cúc621
51. THUYẾT MINH VIÊN TẠI ĐIỂM TRONG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG
NCS. Huỳnh Thị Thúy Diễm, Nguyễn Hưng Vương633
52. NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH DỰA TRÊN NGUỒN NHÂN LỰC: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI
ThS. Nguyễn Thị Thúy Hằng.....643
53. HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI MỘT SỐ CÔNG TY LỮ HÀNH
NCS. Vũ Thị Nhung658

PHẦN VI

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG

54. SHORTEN THE GAP OF BACHELOR OF HOTEL MANAGEMENT TRAINING AT UNIVERSITIES FOR HOTEL BUSINESS ENTERPRISES IN VIET NAM
Dr. Tran Duc Thanh, B.A. Le Thi Hien, Stu. Nguyen Minh Tu670

55.	ĐÀO TẠO VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CHO CÁC KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG KHU VỰC MIỀN TRUNG VIỆT NAM ThS. Nguyễn Trọng Đạt, PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng	681
56.	HUMAN RESOURCE TRAINING SOLUTIONS IN THE HOTEL INDUSTRY IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION MA. Nguyễn Thị Minh Thư	695
57.	NGHIÊN CỨU QUY TRÌNH QUẢN TRỊ RỦI RO VỀ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI KHÁCH SẠN TS. Nguyễn Quang Anh, Nguyễn Bảo Yến	710
58.	NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC KHÁCH SẠN ĐẾN ĐỘ TIN CẬY CỦA TỔ CHỨC VÀ HIỆU QUẢ CÔNG VIỆC ThS. Phạm Xuân An	726
59.	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ QUẢN LÝ VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN BỘ PHẬN TIỆC: NGHIÊN CỨU TẠI MỘT SỐ KHÁCH SẠN 5 SAO Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ThS. Phương Thị Ngọc Mai	736
60.	SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN ĐỐI VỚI CÔNG VIỆC TẠI KHÁCH SẠN MỪNG THANH LUXURY HẠ LONG CENTRE VÀ MỪNG THANH LUXURY QUẢNG NINH ThS. Phạm Thị Hồng Nhung, ThS. Phùng Thị Kim Anh, ThS. Vũ Thị Phương, Nguyễn Thị Thùy Linh	752
61.	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRƯỚC VÀ SAU KHI ĐỔI MỚI THIẾT KẾ NỘI THẤT THEO XU HƯỚNG TIÊU DÙNG NHÀ HÀNG: TẬP TRUNG VÀO NHÀ HÀNG THỨC ĂN NHANH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ThS. Phạm Thị Duy Phương	764
62.	SOLUTIONS TO ENHANCE THE QUALITY OF HOSPITALITY MANAGEMENT TRAINING TO MEET INTERNATIONAL STANDARDS MBA. Lê Thùy Dung, MBA. Nguyễn Quỳnh Nga	778

TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH DU LỊCH VIỆT NAM VỚI VẤN ĐỀ ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

GS.TS. Đào Mạnh Hùng¹

Vấn đề phát triển nhân lực, đặc biệt nhân lực có chất lượng cao đang là thách thức đối với du lịch Việt Nam trước yêu cầu của tình hình mới. Đây cũng là tiêu chí đặt ra trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch Việt Nam một cách bền vững. Chỉ có chiến lược phát triển nguồn nhân lực được quan tâm đúng mức và hợp lý mới duy trì được thương hiệu và chất lượng phục vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thời gian vừa qua, du lịch Việt Nam đã có sự tăng trưởng bứt phá ngoạn mục. Năm 2019 (trước khi xảy ra đại dịch COVID-19), tổng thu du lịch của Việt Nam ước đạt 700.000 tỷ, tạo bước đột phá về năng lực cạnh tranh. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) đã công bố Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2019. Theo đó, năng lực cạnh tranh du lịch Việt Nam cải thiện đáng kể, từ hạng 67/136 lên hạng 63/140, tăng 4 bậc so với năm 2017. Bên cạnh đó, dữ liệu từ công cụ tìm kiếm điểm đến của Google cho thấy Việt Nam liên tục nằm trong top điểm đến dẫn đầu thế giới về mức tăng trưởng lượng tìm kiếm thông tin du lịch, đạt mức tăng từ 50% đến 75%. Theo báo cáo mới nhất của Diễn đàn Kinh tế thế giới, chỉ số năng lực phát triển của du lịch Việt Nam năm 2021 xếp thứ 52,

¹ Chủ tịch Liên chi hội đào tạo du lịch Việt Nam.

tăng 8 bậc so với năm 2019, nằm trong số 3 quốc gia có mức độ cải thiện tốt nhất trên thế giới. Những số liệu này cho thấy, du lịch đã trở thành một ngành công nghiệp văn hóa và ngày càng khai thác, chuyển hóa hiệu quả nguồn tài nguyên văn hóa thành sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam.

Sau khi đại dịch COVID-19 tạm thời lắng xuống, từ ngày 15/3/2022, Việt Nam tiến hành bình thường hóa các hoạt động, trong đó có lĩnh vực du lịch. Theo báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trong năm 2023 toàn ngành Du lịch đón 12,6 triệu lượt khách quốc tế, vượt 57% so với mục tiêu ban đầu và đạt mục tiêu đã điều chỉnh (12 – 13 triệu lượt). Khách nội địa đạt 108 triệu lượt, vượt 6% so với kế hoạch năm 2023. Tổng thu từ du lịch ước đạt 678 nghìn tỷ đồng, vượt 4,3% so với kế hoạch năm 2023. Theo Báo cáo tình hình kinh tế – xã hội năm 2023 của Tổng cục Thống kê, năm 2023, các hoạt động thương mại, du lịch duy trì đà tăng trưởng cao, đóng góp tích cực vào tăng trưởng của khu vực dịch vụ. Giá trị tăng thêm khu vực dịch vụ tăng 6,82%, đóng góp 62,29% trong tăng trưởng chung. Về cơ cấu nền kinh tế, khu vực dịch vụ chiếm 42,54%.

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, trong bối cảnh khó khăn chung, năm 2023, lĩnh vực du lịch, dịch vụ thực sự là điểm sáng, có sự bứt phá tích cực, đóng góp quan trọng trong tăng trưởng kinh tế – xã hội của đất nước. Năm 2023, là một năm phục hồi mạnh mẽ của du lịch Việt Nam. Theo công cụ theo dõi xu hướng thị trường của Google, tổng hợp dữ liệu cả năm 2023, lượng tìm kiếm của du khách quốc tế về du lịch Việt Nam đạt mức tăng trưởng trên 75%, xếp thứ 6 toàn cầu. Năm 2023, Việt Nam vinh dự nhận 19 giải thưởng hàng đầu thế giới và 54 giải thưởng hàng đầu châu Á do Tổ chức giải thưởng du lịch thế giới (World Travel Awards) trao tặng. Trong đó, Việt Nam lần thứ 4 được vinh danh là “Điểm đến Di sản hàng đầu thế giới”; lần thứ 5 liên tiếp đạt danh hiệu “Điểm đến hàng đầu châu Á”; Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam lần thứ 4 được vinh danh là “Cơ quan quản lý du lịch hàng đầu châu Á”.

Với sự phục hồi của hoạt động du lịch, các doanh nghiệp lữ hành quay trở lại thị trường và đăng ký mới tăng mạnh, số lượng hướng dẫn viên gia nhập thị trường lao động tăng thêm, cũng như có nhiều cơ sở lưu trú du lịch cao cấp 4 – 5 sao được đưa vào hoạt động. Cụ thể, đến hết năm 2023, cả nước có 3.921 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, tăng 1.027 doanh nghiệp so với năm 2022. Về đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, sở quản lý du lịch các tỉnh/Thành phố đã cấp mới 10.004 thẻ, đưa tổng số hướng dẫn viên du lịch trong cả nước lên con số 37.331. Về cơ sở lưu trú du lịch, tính đến hết năm 2023, cả nước có khoảng 38.000 cơ sở lưu trú du lịch với 780.000 buồng, trong đó có 247 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 80.896 buồng và 368 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 50.716 buồng.

Bước sang năm 2024, ngành Du lịch Việt Nam phấn đấu đặt mục tiêu đón và phục vụ 17 – 18 triệu lượt khách quốc tế; phục vụ 110 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 840 nghìn tỷ đồng. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp du lịch cần chuẩn bị đủ nguồn nhân lực phục vụ cho mục tiêu này, đồng thời các cơ sở đào tạo cũng cần có giải pháp để đáp ứng đòi hỏi chất lượng nguồn nhân lực du lịch ngày càng cao của doanh nghiệp. Đó chính là cơ sở thực tiễn cho Hội thảo khoa học quốc tế: “Đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế trong giai đoạn hiện nay”.

Tính đến thời điểm hiện tại, cả nước hiện có 195 cơ sở đào tạo du lịch gồm: 65 trường đại học có các khoa du lịch; 55 trường cao đẳng (có 10 trường cao đẳng chuyên đào tạo du lịch trong đó có 8 trường trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch); 71 trường trung cấp; và 04 trung tâm đào tạo nghề. Có 02 cơ sở đào tạo trực thuộc doanh nghiệp là Trường Cao đẳng nghề khách sạn du lịch quốc tế Imperial đào tạo theo mô hình Hotel School và Trường Trung cấp du lịch – khách sạn Saigontourist của Tổng công ty Du lịch Sài Gòn. Các cơ sở đào tạo du lịch hiện nay theo các loại hình sở hữu có: Công lập và ngoài công lập, đầu tư trong nước và các cơ sở có vốn đầu tư nước ngoài; Hình thức tổ chức đào tạo chính quy và không chính quy, các hệ ngắn hạn

và dài hạn. Với số lượng các chương trình đào tạo gồm: 55 ngành, 123 chuyên ngành, nghề du lịch và liên quan đến du lịch. Các cơ sở đào tạo du lịch trong toàn quốc đã chủ động xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo. Thời gian qua, với sự thay đổi trong quy định về đào tạo, có những đổi mới trong quy định mã ngành đào tạo. Cụ thể: Tháng 3 năm 2017, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội đã ban hành Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH quy định danh mục ngành/nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, cao đẳng với 45 ngành/nghề; Tháng 10 năm 2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành các Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT quy định danh mục ngành/nghề đào tạo cấp IV trình độ đại học và Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT quy định danh mục ngành/nghề đào tạo cấp IV trình độ thạc sĩ và tiến sĩ, với 4 ngành/nghề trình độ đại học, 2 ngành/nghề trình độ thạc sĩ và 1 mã ngành đào tạo tiến sĩ QHX.M-02. Về lực lượng giảng viên, hiện nay cả nước có khoảng trên 2.000 giáo viên, giảng viên du lịch và cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo các cấp (giáo viên, giảng viên du lịch chiếm khoảng 73%, cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo chiếm khoảng 27%) và 2.579 đào tạo viên du lịch (đã có chứng chỉ đào tạo của Hội đồng cấp chứng chỉ du lịch Việt Nam). Giảng viên, giáo viên cơ hữu là 1.400 người, chiếm khoảng 70% và giảng viên thỉnh giảng là 600 lượt người, chiếm 30%. Giáo viên, giảng viên ở độ tuổi dưới 30 tuổi chiếm khoảng 29% và ở độ tuổi từ 31 – 50 tuổi chiếm 60%. Hầu hết các giảng viên, giáo viên đều biết ngoại ngữ (có khoảng 100 người biết 2 ngoại ngữ trở lên) và tin học. Trong số giảng viên, giáo viên du lịch có 2 giáo sư, 11 phó giáo sư, 36 tiến sĩ, 210 thạc sĩ và 5 chuyên gia, nghệ nhân. Các cơ sở đào tạo du lịch trong toàn quốc đã chủ động xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo phục vụ nhu cầu thực tiễn.

Hàng năm, các cơ sở đào tạo du lịch cho tốt nghiệp ra trường được khoảng 20.000 sinh viên học viên trên khoảng 22.000 học sinh tuyển dụng đầu vào. Trong đó có khoảng 1.800 sinh viên đại học, cao đẳng chuyên nghiệp, 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, khoảng 18.200 học viên hệ trung cấp, ngoài ra còn có khoảng 5.000 sơ cấp và đào tạo truyền nghề dưới 3 tháng. Vấn đề phát triển nhân lực,

đặc biệt nhân lực có chất lượng cao đang là thách thức đối với du lịch Việt Nam trước yêu cầu của tình hình mới. Đây cũng là vấn đề đặt ra trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch Việt Nam một cách bền vững. Trong khuôn khổ diễn đàn ATE, so với các nước trong khu vực, chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam nói chung và tại các trung tâm du lịch lớn vẫn còn hạn chế.

Báo cáo của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch cho biết, theo đánh giá của các chuyên gia, chất lượng, năng suất lao động trong ngành du lịch và khách sạn tại Việt Nam còn thấp. Cụ thể, năng suất lao động tại khách sạn ở Việt Nam chỉ bằng 1/15 so với Singapore, 1/10 so với Nhật Bản và 1/5 so với Malaysia. Lao động ngành Du lịch có nguy cơ bị cạnh tranh việc làm ngay tại Việt Nam bởi nhân lực từ các nước ASEAN như Thái Lan, Philippines và Malaysia,... Hiện nay, lao động Philippines, Thái Lan, Indonesia, Singapore đến Việt Nam để làm việc khá nhiều, hầu như khách sạn 4 – 5 sao đều có lao động nước ngoài.

Một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến thực trạng đó là do nhân lực du lịch của chúng ta hiện nay vừa thiếu về số lượng lại vừa yếu về chuyên môn, nghiệp vụ, do đó dẫn đến chất lượng phục vụ du lịch của nước ta còn thấp. Để tạo ra sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao thì chất lượng của nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng. Chỉ có chiến lược phát triển nguồn nhân lực được quan tâm đúng mức và hợp lý mới duy trì được thương hiệu và chất lượng phục vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Đặc biệt trong bối cảnh thỏa thuận tiêu chuẩn kỹ năng nghề Du lịch cho phép dịch chuyển lao động trong ngành Du lịch thuộc khối ASEAN. Một người lao động tại Việt Nam có thể làm việc tại các nước thành viên ASEAN, trong khi đó, Việt Nam cũng có thể thu hút các lao động có trình độ để đáp ứng được các vị trí đòi hỏi trình độ cao đang bị thiếu hụt nhân lực.

Kết quả khảo sát tại các cơ sở đào tạo Du lịch hiện nay ở nước ta cho thấy một số vấn đề cần quan tâm:

– Chương trình đào tạo của chúng ta chưa thống nhất, mã ngành đào tạo chưa cập nhật, chưa thực sự đáp ứng nhu cầu của xã hội. Chưa áp dụng triệt để các tiêu chuẩn kỹ năng nghề trong việc xây dựng chương trình đào tạo. Hiện nay, chương trình đào tạo Du lịch ở các cấp độ đều thiếu tính đồng nhất, đặc biệt đối với các cơ sở không đào tạo chuyên ngành Du lịch mà chỉ tham gia đào tạo 1 hoặc 2 chuyên ngành chúng ta cần thống nhất dưới sự quản lý của Bộ chủ quản – Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ sở mở mã ngành đào tạo cần tham khảo ý kiến của Bộ chủ quản và có sự thống nhất giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội tránh trường hợp mở mã ngành đào tạo du lịch tràn lan không có sự quản lý của cơ quan nhà nước, việc mở mã ngành đào tạo Du lịch phải đảm bảo các yêu cầu tối thiểu như: Cơ sở vật chất phục vụ cho giảng dạy và học tập, lực lượng giảng viên đúng ngành nghề, có trình độ cao cả về lý thuyết và thực hành, chương trình giảng dạy phải phù hợp,... Vấn đề tự chủ của các trường cũng cần phải có tiêu chuẩn cụ thể tham chiếu.

– Chất lượng của đội ngũ giảng viên còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu tiêu chuẩn giảng viên, phần lớn số lượng giáo viên, giảng viên ở các trường có đào tạo về du lịch được đào tạo từ các ngành khác. Cơ bản là từ các khối ngành văn hóa, xã hội hoặc quản trị kinh doanh. Việc giảng dạy về du lịch chủ yếu dựa vào vốn kiến thức tự học, tổng hợp từ nhiều nguồn, từ nhiều kinh nghiệm của các thầy, cô. Trong điều kiện hội nhập hiện nay, ngoài yếu tố tích hợp tiêu chuẩn trong nước và quốc tế đối với chuyên môn nghiệp vụ trong khuôn khổ chương trình cho phép thì khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ và công nghệ thông tin để nâng tầm trong công tác giảng dạy là yêu cầu bắt buộc đối với giảng viên. Tuy đã có những cải thiện đáng kể với các chương trình đào tạo bổ sung, song để đạt chuẩn khu vực và quốc tế thì đây vẫn là một trong những điểm yếu đối với đội ngũ giảng viên Du lịch, đặc biệt là về ngoại ngữ. Giảng viên dạy thực hành phải là những người có tay nghề cao, có uy tín trong lĩnh vực họ giảng dạy và phải có trình độ sư phạm giỏi, yêu nghề và toàn tâm toàn ý cho sự nghiệp đào tạo thế hệ trẻ, học sinh, sinh viên không chỉ

được trau dồi kiến thức nghề nghiệp mà còn được giáo dục về tình yêu nghề nghiệp và đạo đức nghề nghiệp.

– Cơ sở vật chất phục vụ cho giảng dạy và học tập Du lịch còn thiếu thốn, có nhiều cơ sở đào tạo ở tình trạng nghèo nàn về cơ sở vật chất và trang bị kỹ thuật mà vẫn duy trì giảng dạy. Đây chính là nguyên nhân của chất lượng giảng dạy thấp, không đáp ứng yêu cầu, chạy theo số lượng, đào tạo không vì quyền lợi của người học.

– Lực lượng lãnh đạo, quản lý ở các cơ sở đào tạo Du lịch cần được bổ sung về năng lực chuyên môn, phương pháp quản lý, sự tìm tòi sáng tạo học hỏi và áp dụng những kinh nghiệm hay của các cơ sở đào tạo tiên tiến trong và ngoài nước cho cơ sở đào tạo của mình, phần lớn còn ỷ lại vào cơ quan chủ quản, máy móc trong tư duy. Có những cơ sở bổ nhiệm lãnh đạo chưa đủ tiêu chuẩn tạo ra hiệu quả thấp trong công tác quản lý.

– Phần lớn các cơ sở đào tạo chưa đưa ra được tiêu chuẩn của đầu ra (chất lượng sinh viên tốt nghiệp) cần phải có sự cam kết với xã hội: Sinh viên, học sinh sau khóa học tốt nghiệp ra trường sẽ đảm nhận được những công việc gì đến mức độ chất lượng như thế nào? Khi các cơ sở đào tạo chưa có sự cam kết nghĩa là chưa khẳng định được thương hiệu cho mình.

– Phương pháp giảng dạy tại nhiều trường Du lịch còn nặng về lý thuyết, coi nhẹ hay lẩn tránh thực hành trong khi việc đào tạo nghề Du lịch cần ưu tiên cho thực hành ở tỷ lệ cao. Đây là dấu hiệu của chất lượng giảng viên yếu và cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy không đảm bảo, học sinh, sinh viên không được thực hành nghề nghiệp dẫn đến khi ra trường các doanh nghiệp phải đào tạo lại sau khi nhận người vào làm, và như vậy tấm bằng chưa phải là chìa khóa vào đời cho các em. Nghịch lý thường được chia sẻ khi đề cập tới việc đào tạo du lịch là khi đào tạo thì đòi hỏi phải có thực hành, nhưng khi đi kiến tập và thực tập tại các cơ sở thì sinh viên khó có thể tiếp cận được với công việc thực tế bởi nhiều quy định ràng buộc dẫn tới tình trạng suốt thời gian thực sinh viên vẫn không có khả năng tiếp cận với thực tế nghề nghiệp và tích lũy được kinh nghiệm cho bản thân.

Trách nhiệm này thuộc về cơ sở đào tạo. Sự mất cân bằng trong đào tạo giữa lý thuyết và thực hành ở các bậc học cũng cần được quan tâm thích đáng. Ở hai bậc học này, việc đào tạo theo truyền thống trên giảng đường ít được gắn với thực hành. Vì vậy, mặc dù ngồi trên ghế nhà trường 3 – 4 năm nhưng có không ít sinh viên không có kỹ năng xử lý công việc. Nhìn chung, phần thực hành vẫn là một trong những vấn đề khó khăn rất lớn đối với việc giảng dạy du lịch ở các bậc học... Hầu hết các ý kiến của doanh nghiệp cũng như các cơ sở đào tạo trong các chương trình hội thảo chuyên ngành đều thống nhất ở hai vấn đề cơ bản: Đào tạo Du lịch hiện nay đang ở trong tình trạng thiên về lý thuyết mà thiếu thực hành; khả năng tiếp cận thực tế và thích nghi với môi trường làm việc kém, giao tiếp cơ bản trong công việc chưa đạt yêu cầu đặc biệt là việc sử dụng ngoại ngữ.

Để đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực Du lịch chất lượng cao, triển khai tốt Nghị quyết số 08 của Đảng về phát triển Du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, công tác đào tạo nguồn nhân lực Du lịch cần chú ý một số điểm sau:

- Cơ quan quản lý nhà nước cần nhanh chóng thống nhất và đưa ra chương trình chung cho các cơ sở đào tạo với tiêu chí bám sát tiêu chuẩn kỹ năng nghề, tăng cường tỷ lệ thực hành, ngoại ngữ và tin học thí điểm đào tạo một số ngành nghề bằng tiếng Anh. Xây dựng khung chương trình đào tạo tiên tiến, hiệu quả, đáp ứng nhu cầu xã hội. Tăng cường hơn nữa việc hợp tác quốc tế trong đào tạo.

- Xây dựng mối liên hệ có trách nhiệm giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp du lịch, trên cơ sở nhu cầu của việc làm, đơn đặt hàng từ các doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo xây dựng chỉ tiêu, tiêu chí đào tạo hằng năm. Các doanh nghiệp tạo điều kiện cho sinh viên thực hành tại cơ sở của mình, từ đó triển khai việc kiểm tra, tuyển dụng nhân viên sau khóa học.

Đội ngũ giảng viên Du lịch cần phải có chế độ bồi dưỡng nâng cao tay nghề, trình độ sư phạm, kỹ năng thực hành, giao tiếp học hỏi các cơ sở đào tạo tiên tiến trong và ngoài nước, có sự trao đổi lựa chọn lực lượng giảng viên giữa các cơ sở đào tạo với nhau thông qua

Hội đồng hiệu trưởng.

– Hằng năm cần tổ chức Hội thi tay nghề Du lịch toàn quốc, tiến tới Hội thi tay nghề Du lịch ASEAN cho nguồn nhân lực lao động Du lịch cả nước và các giảng viên các cơ sở đào tạo, bên cạnh mục tiêu tôn vinh người lao động ngành Du lịch, từ Hội thi có thể tìm ra những tài năng, những kinh nghiệm quý giá trong đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực Du lịch, lựa chọn bổ sung cho đội ngũ giảng viên có tay nghề cao của các trường đào tạo Du lịch.

– Tăng cường hoạt động của Hội đồng Hiệu trưởng các trường đào tạo Du lịch với tiêu chí bám sát thực tiễn, trao đổi, liên kết hỗ trợ lẫn nhau một cách có trách nhiệm giữa các trường chuyên đào tạo Du lịch và các trường có tham gia đào tạo Du lịch, tham mưu trực tiếp cho cơ quan quản lý nhà nước về chính sách chế độ và các giải pháp trước mắt và lâu dài cho sự nghiệp đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

– Cần thành lập tổ chức quốc gia kiểm định chất lượng và cấp chứng chỉ nghề cho lao động ngành Du lịch để trên cơ sở đó sắp xếp đúng vị trí công việc và mọi chế độ cho người lao động.

– Tổ chức đánh giá ngoài theo tiêu chuẩn quốc tế cho các Trường đào tạo Du lịch.

– Thành lập các trung tâm bồi dưỡng tay nghề chất lượng cao theo tiêu chuẩn quốc tế tại các vùng miền để kịp thời cung cấp bổ sung nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu cho các cơ sở du lịch.

– Tăng cường trang thiết bị tin học trong các cơ sở đào tạo, xây dựng các bài giảng bằng công nghệ 4.0 cho tất cả các chuyên ngành, song song với việc đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ sử dụng công nghệ cao cho lực lượng giảng viên.

Chỉ thị số 8 ngày 23/02/2024 của Thủ tướng Chính phủ nêu rõ:

Định hướng phát triển xuyên suốt của Du lịch Việt Nam đã được nêu rõ trong Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18 tháng 5 năm 2023 của Chính phủ là “Sản phẩm đặc sắc – Dịch vụ chuyên nghiệp – Thủ tục thuận tiện, đơn giản – Giá cả cạnh tranh – Môi

trường vệ sinh, sáng, xanh, sạch đẹp, an toàn – Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện”.

Thời gian tới, các cấp, các ngành, các địa phương và các hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch cần nghiêm túc thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị và các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ để thúc đẩy phát triển Du lịch Việt Nam một cách toàn diện, nhanh và bền vững với phương châm “Liên kết chặt chẽ – Phối hợp nhịp nhàng – Hợp tác sâu rộng – Bao trùm toàn diện – Hiệu quả bền vững”.

Với sự quan tâm của Đảng, Nhà nước và toàn thể xã hội, ngành Du lịch và đặc biệt với các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch hơn bao giờ hết cần chuẩn bị cho mình đầy đủ mọi điều kiện cần thiết với trách nhiệm cao, bước vào một giai đoạn mới, giai đoạn đào tạo và cung cấp cho xã hội nguồn nhân lực Du lịch chất lượng cao, chuẩn mực, góp phần quan trọng vào sự nghiệp phát triển Du lịch sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo chủ trương của Đảng.

“HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCE DEMAND IN THE HOSPITALITY INDUSTRY ACCORDING TO CURRENT INTERNATIONAL STANDARDS AND THE TRAINING MODEL AT B.H.M.S.”

My name is Urs Eberhardt, I am a graduate of EHL, the world's leading Hospitality Business School, and with 30 years of solid professional and academic experience in the hospitality industry, particularly in hotel & hotel management school openings as well as operations in the high-end leisure and city business market in Switzerland, Singapore, Indonesia, Thailand, Cambodia, Mauritius and Kyrgyzstan. Currently, I am the Director of Southeast Asia Strategic Development at the Business Hotel Management School, a part of the Benedict Education Group with over 95 years of history. With the topic of the 2024 International Scientific Conference “Training and Utilizing International Standard Human Resources in the Current Period,” I would like to contribute my perspectives through a lecture entitled “High-quality Tourism Human Resource Demand in the Hospitality Industry According to Current International Standards and the Training Model at B.H.M.S.”

As you may already know, the hospitality industry, also known as the tourism, restaurant, and hotel industry, is a pivotal sector in many countries, accounting for 11% of the world's GDP. Additionally, tourism demand is continually increasing, especially after the COVID-19 pandemic. Looking into the future, job demand and necessary skills by 2030 include those in the “Service, Tourism, Restaurant, and Hotel” sectors. Therefore, the hospitality industry consistently offers potential and career opportunities with attractive salaries for workers.

However, several core issues need addressing, notably the crucial matter of high-quality human resources. This is considered a vital link in driving the industry's current development. Despite being an

up-and-coming industry, it faces a significant shortage of highly skilled human resources. Below are some challenges impacting the quality of human resources in the industry on a global scale:

Firstly, there is a lack of practical specialized skills in some developing countries, such as Vietnam, Cambodia, the Philippines, etc. One of the challenges the tourism industry faces is a shortage of high-quality human resources trained extensively and systematically. In some developing countries, many students, after being trained, can only perform well in positions such as receptionists, housekeeping staff, etc., but lack management and leadership skills. Some schools focus heavily on theory without emphasizing practical courses, especially mandatory internships. For industries like tourism, restaurants, and hotels that require high levels of work experience, practical skills, especially communication skills with customers and sharp problem-solving abilities, are crucial. Therefore, if the focus is solely on theory, students lack exposure to real-world scenarios and may face difficulties when entering the workforce. This leads to a situation where human resources are abundant, but they do not meet the criteria to become talented managers.

Secondly, the allure of the tourism industry is decreasing. The work environment is a paramount factor in attracting talented human resources. However, some businesses still employ outdated management structures, which fail to appeal to skilled individuals. As we know, young human resources are always dynamic and full of creativity, so they are eager to test their capabilities in challenging environments. On the other hand, young human resources professionals today highly value recognition. Therefore, if the working environment is not attractive enough and does not provide deserving recognition, it can contribute to a talent shortage in the industry.

The latest trends in the industry demand that personnel adapt: Nowadays, with the remarkable advancement of science and technology, the tourism industry incorporates technological advancements into all activities. Currently, many intelligent platforms and applications have emerged to facilitate and streamline operations. Examples include booking management applications, tour management systems, etc., constantly updated to provide customers with new experiences. Therefore, personnel working in the industry must continuously learn

to optimize the benefits of technology and hone their skills to adapt flexibly to the latest trends in the field.

In the dynamic landscape of the global hospitality industry, the demand for skilled professionals continues to rise, with an emphasis on excellence in service and management. In response to this growing need, B.H.M.S. Business & Hotel Management School in Switzerland is a premier institution dedicated to nurturing talent and providing top-tier hospitality and business management education.

B.H.M.S. is an established international school that teaches English. It is located in the heart of Lucerne in Switzerland. Every year, B.H.M.S. has 800 students from over 90 different nationalities. We offer programs in Global Business, International Hospitality, and Culinary Arts Management from Bachelor to Master, partly in cooperation with our renowned international university partners, Robert Gordon and York St. John's University in the UK. Our program structure is built on a six-month intensive study program followed by a six-month paid internship arranged and guaranteed by B.H.M.S. Moreover, B.H.M.S. has a strong post-graduation career placement program which can be in various parts of the world, such as the US, the Middle East, Asia, the Caribbean, Europe, and other countries.

One of the hallmarks of BHMS is our emphasis on practical learning. Through our industry partnerships and state-of-the-art facilities, students gain valuable hands-on experience in real-world hospitality settings. From working in our on-campus restaurants to internships with leading hospitality brands, students have ample opportunities to apply their knowledge in a professional environment.

In the first two years, students are meticulously taught theoretical knowledge about international restaurants and hotels and practical skills right on the school premises to further develop necessary skills such as event organization, marketing communication, or culinary creativity. Each year, after six months of theoretical study at the school, students must undergo a mandatory six-month internship in Switzerland or neighboring European countries. In the third year, B.H.M.S. focuses on providing in-depth training in management and business skills to expand students' future career advancement opportunities to higher positions in

enterprises and global corporations. Similarly, students will also have a six-month internship worldwide. Furthermore, students can participate in the Management Training Program in the United States. Through these international internships, students work as actual employees in basic positions in the industry. After graduation, they can advance to high-level management positions without stepping up from small positions.

The training model for the tourism and hotel industry in Switzerland is being studied and applied by tourism and hotel universities in many countries to upgrade the quality of their training programs. Therefore, we hope that in the future, universities in Vietnam specializing in Tourism, Restaurant, and Hotel Management can collaborate with Hospitality Schools in Switzerland to develop internationally standardized programs. This collaboration would allow Vietnamese students passionate about the industry to experience the best training environments and work as real employees through internships. Consequently, personnel would enhance their skills and accumulate expertise most effectively, serving as a stepping stone for them to advance to management positions in global enterprises.

The issue of high-quality human resources is always of particular concern because personnel are a crucial piece in the development puzzle of the Hospitality Management industry. Recognizing several global challenges in human resource management, Swiss institutions, especially B.H.M.S, continually update modern and unique educational programs. As a result, these institutions create favorable conditions for students to develop the necessary skills to meet the latest demands and contribute to nurturing a high-quality workforce for the “smokeless industry” of International Hospitality Management.

Before concluding, I would like to extend my sincere gratitude to the Vietnam Tourism Education Association and the EduWhy Education Organization for giving me the chance to articulate my viewpoints on the Tourism sector. I trust that the ideas I have expressed can make a small contribution to suggesting measures to improve the caliber of human capital in the worldwide Tourism sector.

Phần I
NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH
CHUẨN QUỐC TẾ HIỆN NAY

BỐI CẢNH QUỐC TẾ VÀ TRONG NƯỚC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM ĐẠT CHUẨN QUỐC TẾ

TS. Nguyễn Văn Lưu¹

Tóm tắt: Bài viết mong muốn góp phần hình thành cơ sở thực tiễn về việc phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch Việt Nam đạt chuẩn quốc tế trong giai đoạn đẩy mạnh phục hồi và tăng tốc phát triển. Bài viết tập trung: 1) Khái quát và nhận diện thực trạng bối cảnh; 2) Định hình sự vận động của bối cảnh tác động đến phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch Việt Nam đạt chuẩn quốc tế; và 3) Đề xuất giải pháp góp phần phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đạt chuẩn quốc tế phù hợp bối cảnh, đáp ứng yêu cầu cấp thiết của phát triển du lịch Việt Nam phù hợp thời đại và tăng trưởng xanh, bền vững.

Từ khóa: Bối cảnh; chuẩn quốc tế; phát triển nguồn nhân lực du lịch.

INTERNATIONAL AND DOMESTIC CONTEXT FOR DEVELOPING VIET NAM TOURISM HUMAN RESOURCES AT INTERNATIONAL STANDARDS

Abstract: The presentation hopes to contribute to forming a practical basis for developing human resources for Viet Nam's tourism to meet international standards in the period of accelerating recovery and accelerated development. The article focused on: 1) Overview and identification of the current situation of the context; 2) Shaping the dynamics of the context affecting the development of human resources for Viet Nam's tourism to meet international standards; and 3) Propose solutions to contribute to developing Viet Nam's tourism human resources to meet international standards in accordance with the context, meeting the urgent requirements of Viet Nam's tourism development in accordance with the times and green and sustainable growth.

Keywords: Context; international standards; tourism human resources development.

1. BỐI CẢNH CHUNG TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM

¹ Nghiên cứu viên tự do, Nguyên Vụ trưởng Vụ Tổ chức cán bộ Tổng cục Du lịch, Hàm Vụ trưởng Vụ Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

a) Bối cảnh chung trên thế giới

Bối cảnh thế giới những năm gần đây và các năm sau tiếp tục diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường, có thể khái quát như sau:

Một là, xu hướng vận động để hình thành trật tự thế giới mới tiếp tục diễn ra nhanh hơn và biến đổi rất phức tạp. Trong trung hạn (đến năm 2025, đến năm 2030), có thể chưa hình thành một trật tự thế giới mới (một cực, hai cực hay đa cực).

Hai là, quá trình dịch chuyển quyền lực tiếp tục diễn ra mạnh mẽ trong kinh tế, chính trị, an ninh toàn cầu. Quá trình dịch chuyển diễn ra mạnh từ Tây sang Đông, từ Bắc xuống Nam được đẩy mạnh, làm thay đổi tương quan sức mạnh giữa các quốc gia, các vùng lãnh thổ và dẫn đến sự hình thành rõ hơn các trung tâm quyền lực mới.

Ba là, hòa bình, hợp tác và phát triển vẫn là xu thế lớn của thế giới, nhưng có nơi vẫn mong manh, dễ bị tổn thương, tiếp tục đứng trước nhiều trở ngại, khó khăn. Sự phụ thuộc lẫn nhau và đan xen lợi ích sâu sắc trong một thế giới toàn cầu hóa khiến các bên tuy cạnh tranh, đối đầu gay gắt, nhưng không đi đến đổ vỡ quan hệ hoàn toàn hay chiến tranh trên diện rộng. Ưu tiên hàng đầu của các nước vẫn là phát triển kinh tế, nên đều cần duy trì môi trường hòa bình. Những yếu tố bất ổn và căng thẳng trên thế giới ngày càng diễn biến khó lường.

Bốn là, cạnh tranh giữa các nước sẽ tiếp tục trở thành yếu tố bao trùm môi trường quốc tế, sẽ tạo thêm những biến đổi sâu sắc chưa từng có tiền lệ, tiềm ẩn nguy cơ xung đột cục bộ, xung đột lĩnh vực rất cao. Quan hệ nước lớn đan xen giữa cạnh tranh ở những lĩnh vực chiến lược và hợp tác ở một số lĩnh vực cụ thể có song trùng lợi ích. Gần đây, cạnh tranh, đối đầu có phần nổi trội, trải rộng từ chính trị, an ninh, ngoại giao, thương mại, sản xuất, khoa học – công nghệ, văn hóa, nguồn nhân lực, tiền tệ,...

Năm là có những biến động và điều chỉnh các yếu tố bối cảnh:
1) Sự hoài nghi nhất định về toàn cầu hóa trong những năm qua, xu hướng nghịch chiều dưới tác động của chủ nghĩa dân tộc, dân túy,

bảo hộ và thách thức của đại dịch COVID-19, xung đột ở Ucraina. Tính bền vững, bao trùm được quan tâm hơn; chuyển đổi số và kinh tế số trở thành xu thế lớn; tiến trình khu vực hóa được đẩy nhanh hơn; 2) Luật pháp quốc tế tiếp tục phải đối mặt với nhiều thách thức khi “luật chơi” và các thiết chế luật pháp quốc tế đã định hình từ trước, bị một số nước xem nhẹ, vượt qua. Nếu như giai đoạn trước, việc gia tăng cạnh tranh nước lớn làm các thể chế đa phương gặp trì trệ trong giải quyết các vấn đề, thì hiện nay, chủ nghĩa đa phương đang trở lại; 3) Toàn cầu hóa, đẩy mạnh hội nhập và liên kết quốc tế, nhưng cũng tạo ra tình thế “kẻ thắng, người thua”, tạo điều kiện cho chủ nghĩa dân tộc cực đoan và chủ nghĩa thực dụng phát triển¹; 4) Đại dịch COVID-19 đã đẩy kinh tế thế giới vào suy thoái, là khủng hoảng sâu nhất kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai; sau đó, khi chưa kịp hồi sinh rõ nét, thì xung đột giữa Nga – Ucraina, xung đột khác ở một số khu vực trên thế giới diễn ra, đã đẩy cục diện kinh tế thế giới vào khó khăn mới. Tăng trưởng kinh tế thế giới và thương mại, đầu tư quốc tế có xu hướng khó lường, nợ công và rủi ro trên thị trường tài chính, tiền tệ quốc tế, lạm phát, bất bình đẳng trong xã hội do tác động từ khó khăn kinh tế gia tăng; 5) Hệ thống sản xuất và phân phối toàn cầu sẽ phân tách mạnh mẽ. Mỹ và các nước tư bản “ly khai khỏi nền kinh tế Trung Quốc”, đẩy mạnh việc tạo lập chuỗi cung ứng mới. Còn Trung Quốc thì đề xuất “vòng tuần hoàn kép”, xây dựng “vòng tuần hoàn bên trong” để thúc đẩy sản xuất, lưu thông, tiêu dùng nội địa, giảm sự phụ thuộc vào xuất khẩu; và “vòng tuần

¹ Một trong những xu thế không thuận lợi trong giai đoạn hiện nay đã được Đại hội XIII của Đảng chỉ ra là: chủ nghĩa dân tộc cực đoan, chủ nghĩa cường quyền nước lớn, chủ nghĩa thực dụng trong quan hệ quốc tế gia tăng. Năng lực quản trị kém hiệu quả ở cả cấp độ quốc gia lẫn toàn cầu đã dẫn đến mâu thuẫn, khủng hoảng xã hội và sự nổi dậy của các phong trào cực đoan. Bên cạnh đó, nhiều nước lớn từng là cường quốc trong lịch sử ngày càng trở nên quyết đoán hơn để khôi phục lại vị thế lịch sử, làm gia tăng chủ nghĩa dân tộc và chủ nghĩa cường quyền nước lớn. Cạnh tranh giữa các nước lớn gia tăng tạo thách thức trực tiếp lên các nước nhỏ, vùng lãnh thổ sẽ đứng trước sức ép phụ thuộc vào một nước lớn hoặc bị “kẹt” giữa nhiều nước lớn hoặc “buộc phải chọn bên”.

hoàn bên ngoài” để cấu trúc lại hệ thống đối tác toàn cầu, bảo đảm sự ổn định nguồn cung nguyên nhiên vật liệu, sự ổn định thị trường tiêu thụ, chống lại sự phá vỡ hệ thống các đối tác của Mỹ.

Sáu là, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư tiếp tục phát triển mạnh, đã và sẽ tạo nên những thành quả đồ sộ, nhân cấp trong thời gian ngắn. Công nghệ số phát triển mạnh mẽ, đột phá trên nhiều lĩnh vực, tạo ra cả thời cơ và thách thức đối với mọi quốc gia, dân tộc và từng tổ chức, cá nhân. Sự tiến bộ vượt bậc của khoa học – công nghệ sẽ tiếp tục đạt tầm mức mới, thúc đẩy hội nhập quốc tế, nhất là hội nhập quốc tế về kinh tế và đưa sự phát triển của xã hội loài người lên một trình độ cao hơn, các nền kinh tế tri thức xuất hiện phổ biến trên thế giới. Khoa học – công nghệ sẽ được tạo điều kiện phát triển vượt bậc nếu các nước có thể ứng dụng những thành tựu mới để phát triển kinh tế số, chính quyền số, xã hội số. Số hóa sẽ tạo ra đột phá về lực lượng sản xuất, rút ngắn quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa,... Đặc biệt, số hóa và hệ thống công nghệ mới cho phép các quốc gia đi sau có thể tiến thẳng vào công nghệ cao, không cần trải qua các làn sóng công nghệ cũ. Nhưng, sự phát triển quá nhanh chóng của khoa học – công nghệ cũng tạo ra nguy cơ tụt hậu, gia tăng khoảng cách phát triển, tạo ra nhiều thách thức xã hội lớn (nhất là vấn đề lao động, việc làm) và đặt ra một thực tế vô cùng khắc nghiệt đối với các nước đang phát triển.

Đồng thời, lợi thế cạnh tranh giữa các quốc gia thay đổi khiến cho tình trạng chạy đua, đối kháng về khoa học – công nghệ, đối kháng về kinh tế, cạnh tranh tài nguyên, cạnh tranh nguồn nhân lực chất lượng cao, chạy đua bảo vệ sở hữu trí tuệ,... giữa các nước ngày càng gay gắt. Một số nước đã thể hiện và chiếm lĩnh được vị thế tiên phong trong làn sóng công nghệ mới sẽ có ưu thế lớn để phát triển mạnh mẽ trong thời gian ngắn sắp tới. Một số lĩnh vực cụ thể đã bắt đầu xuất hiện xu hướng phân tách, rõ nhất là trong lĩnh vực công nghệ cao, thể hiện qua việc chuyển hướng dòng đầu tư, mức độ trao đổi hàng hóa sụt giảm, hay cấm vận doanh nghiệp của nước đối thủ.

Bên cạnh đó, những vấn đề toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp và tần suất ngày càng nhiều hơn. Các vấn đề toàn cầu và các vấn đề an ninh phi truyền thống có tác động sâu rộng mang tính xuyên quốc gia, vừa là mối đe dọa cấp bách, vừa mang tính lâu dài. Đặc biệt, tính phức tạp thể hiện ở chỗ, hầu hết vấn đề toàn cầu và an ninh phi truyền thống đều có sự đan xen chặt chẽ với nhau, trong mọi mặt của đời sống quan hệ quốc tế và liên quan mật thiết đến an ninh truyền thống, do đó, một vấn đề có thể làm trầm trọng thêm rất nhiều các vấn đề khác. Dịch bệnh COVID-19 là từ khóa nổi trội nhất của năm từ năm 2020 đến 2022, nhưng trong 30 năm gần đây, thế giới cũng đã phải đối mặt với nhiều đại dịch, như HIV/AIDS, SARS, H5N1, H7N9, Ebola,... Nếu trước đây, tần suất xuất hiện của đại dịch là khoảng một vài thế kỷ, thì hiện nay chỉ khoảng vài năm. Biến đổi khí hậu hiện là thách thức an ninh phi truyền thống lớn nhất đối với thế giới, đe dọa trực tiếp đến sự tồn vong của loài người. Vấn đề an ninh mạng tác động đến hầu hết các lĩnh vực của đời sống xã hội, phát sinh những xung đột mới với nhiều hệ lụy bất ổn đối với các quốc gia, từng tổ chức và mỗi con người. Các cuộc cạnh tranh về tài nguyên, như nước, lương thực, năng lượng,... là nguyên nhân trực tiếp của nhiều cuộc xung đột cục bộ và nguyên nhân sâu xa của xung đột địa – chính trị tại nhiều quốc gia và khu vực trên thế giới.

Châu Á – Thái Bình Dương (hay rộng hơn là Ấn Độ Dương – Thái Bình Dương) có vị trí chiến lược ngày càng quan trọng, là khu vực cạnh tranh gay gắt giữa các cường quốc, tiềm ẩn nhiều bất ổn. Châu Á – Thái Bình Dương, Ấn Độ Dương – Thái Bình Dương, sẽ tiếp tục là khu vực chiến lược quan trọng nhất của thế giới thời gian tới. Hầu hết các cường quốc hàng đầu thế giới hiện nay đều tập trung ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương, Ấn Độ Dương – Thái Bình Dương. Đây sẽ tiếp tục là khu vực phát triển năng động nhất thế giới bởi tập trung hầu hết các “vành đai sinh trưởng” lớn của thế giới tại đây, cũng là khu vực đi đầu về liên kết kinh tế với mạng lưới FTA dày đặc. Đặc biệt, liên kết kinh tế số tại khu vực được đẩy mạnh do tác động của bối cảnh đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, khu

vực này cũng là địa bàn trọng tâm của cạnh tranh Mỹ – Trung Quốc sẽ tiếp tục biến động phức tạp, khó lường trong nhiều thập niên tới. Xung đột diện rộng không xảy ra tại châu Á – Thái Bình Dương, nhưng những điểm nóng an ninh luôn diễn biến phức tạp. Khu vực không có cơ chế an ninh bao trùm nào có khả năng giải quyết xung đột, mà chỉ có các cơ chế kiểm soát xung đột thông qua đối thoại (ví dụ như ARF, ADMM+, Shangri-La). Các căng thẳng, bất ổn vốn kéo dài từ nhiều thập niên trước và trong tương lai tại khu vực này cũng chưa có biện pháp giải quyết triệt để.

b) Bối cảnh chung ở Việt Nam

Ở trong nước, sau 37 năm Đổi mới, thế và lực, sức mạnh tổng hợp quốc gia, uy tín quốc tế của Việt Nam ngày càng được nâng cao, tạo ra những tiền đề quan trọng để xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, trong đó có việc phát triển du lịch, phát triển nguồn nhân lực và nguồn nhân lực du lịch.

Việt Nam đã và sẽ hội nhập quốc tế sâu, rộng hơn, sẽ phải thực hiện đầy đủ, hiệu quả các cam kết khi tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Nền kinh tế phát triển chưa bền vững, còn nhiều hạn chế, yếu kém, đứng trước nhiều khó khăn, thách thức mới do tác động của đại dịch COVID-19 và khủng hoảng kinh tế toàn cầu gây ra. Xu hướng già hoá dân số nhanh; tốc độ công nghiệp hoá, đô thị hoá tăng mạnh; biến đổi khí hậu gay gắt, phức tạp,... ngày càng tác động mạnh đến sự phát triển của đất nước.

Bốn nguy cơ mà Đảng Cộng sản Việt Nam đã chỉ ra còn tồn tại, có mặt còn gay gắt hơn. Nguy cơ tụt hậu, rơi vào bẫy thu nhập trung bình còn lớn. Có biểu hiện chưa quan tâm đúng mức bảo đảm phát triển theo định hướng xã hội chủ nghĩa, về phát triển văn hóa, bảo đảm phúc lợi xã hội, thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội trong phát triển kinh tế thị trường; chưa bảo đảm phát triển tổng thể, đồng bộ các vùng, miền, địa phương theo lợi thế so sánh và phát huy điều kiện kinh tế – xã hội đặc thù. Tham nhũng, lãng phí, quan liêu, suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống, “tự diễn

biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ cũng như những mâu thuẫn xã hội còn diễn biến phức tạp. Các thế lực thù địch tiếp tục tăng cường chống phá Đảng, Nhà nước và đất nước. Bảo vệ độc lập, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ, giữ vững môi trường hòa bình, ổn định và thích ứng biến đổi khí hậu là yêu cầu cấp thiết; là những thách thức rất lớn đối với Việt Nam, nhất là lĩnh vực du lịch, trong thời gian tới.

Thế và lực của đất nước sau 37 năm đổi mới đã lớn mạnh hơn nhiều cả về quy mô và sức cạnh tranh của nền kinh tế, tình hình chính trị – xã hội; kinh tế vĩ mô ổn định, niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp và xã hội tăng lên; tính tự chủ được cải thiện; tích lũy và nâng cao năng lực quản trị nhà nước, điều hành phát triển kinh tế – xã hội; uy tín, vị thế đất nước ngày càng được củng cố trên trường quốc tế. Chất lượng tăng trưởng kinh tế từng bước được cải thiện, cơ cấu kinh tế bước đầu chuyển dịch sang chiều sâu, hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào cho nền kinh tế được cải thiện đáng kể. Nguồn lao động dồi dào, có trình độ và khả năng thích nghi tốt với những thay đổi khoa học và công nghệ. Kinh tế hội nhập ngày càng sâu rộng, một số hiệp định FTA thế hệ mới quan trọng như Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA),... đòi hỏi phải cải cách thể chế kinh tế mạnh mẽ hơn nữa, tạo cơ hội mở rộng thị trường, đầu tư cho phát triển công nghiệp và thực hiện công nghiệp hóa. Khu vực tư nhân đóng góp ngày càng lớn vào phát triển kinh tế đất nước. Chính trị – xã hội ổn định, các lĩnh vực văn hóa, xã hội, môi trường, quốc phòng, an ninh, đối ngoại được quan tâm và có sự chuyển biến tích cực; tầng lớp trung lưu gia tăng nhanh; tiếp tục tận dụng cơ hội dân số vàng; thành quả xây dựng nông thôn mới được củng cố, đời sống mọi mặt của người dân không ngừng được cải thiện.

Tuy nhiên, trong giai đoạn tới, nền kinh tế phải đối mặt với rất nhiều khó khăn, thách thức, tiềm ẩn nhiều rủi ro như: Nguy cơ mắc bẫy thu nhập trung bình và khả năng tụt hậu xa hơn về kinh tế vẫn là thách thức lớn; độ mở của nền kinh tế lớn làm các tác động tiêu cực của kinh tế thế giới đến kinh tế trong nước nhanh và mạnh hơn;

khả năng độc lập, tự chủ của nền kinh tế chịu ảnh hưởng mạnh từ biến động sản xuất khu vực đầu tư nước ngoài và một số thị trường lớn; khó khăn, yếu kém nội tại của nền kinh tế chậm được khắc phục; năng lực tiếp cận nền kinh tế số còn hạn chế; các yếu tố nền tảng như thể chế, hạ tầng, nguồn nhân lực,... để đưa Việt Nam sớm trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại còn thấp so với yêu cầu. Mức độ tham gia của Việt Nam vào các chuỗi cung ứng toàn cầu và khu vực vẫn còn hạn chế và vẫn tham gia ở các công đoạn giản đơn. Nhu cầu vốn đòi hỏi tăng mạnh để đáp ứng các yêu cầu phát triển, trong khi nguồn vốn ưu đãi và viện trợ sụt giảm. Nguồn lực để thực hiện các mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế – xã hội thiếu, đặc biệt là nguồn lực nhà nước.

Các vấn đề xã hội gây áp lực lớn đến phát triển kinh tế – xã hội, như già hoá dân số, chênh lệch giàu – nghèo và trình độ phát triển, những vấn đề của đô thị hóa,... Thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, nước biển dâng ngày càng nhanh với cường độ mạnh, khó lường, đặc biệt là ảnh hưởng đại dịch COVID-19 có thể sẽ ảnh hưởng tiêu cực, kéo dài đến những năm đầu của kế hoạch 5 năm 2021 – 2025 đặt ra yêu cầu không chỉ hoá giải các nguy cơ, vượt qua khó khăn, thách thức mà còn phải tích cực, chủ động trước vận hội mới, thời cơ mới khi cấu trúc kinh tế thế giới, quản trị toàn cầu được định hình lại, phương thức sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng và đời sống xã hội thay đổi sau đại dịch; những thách thức về khai thác, sử dụng hiệu quả, bền vững nguồn nước, tài nguyên, đất đai và xử lý ô nhiễm môi trường sẽ tác động nặng nề đến phát triển kinh tế – xã hội, trong đó có hoạt động du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Nhiệm vụ bảo vệ độc lập, chủ quyền, bảo đảm an ninh quốc gia còn gặp nhiều khó khăn, thách thức. Tình hình an ninh chính trị, trật tự, an toàn xã hội trên một số địa bàn còn diễn biến phức tạp.

2. XU HƯỚNG DU LỊCH TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM

Bối cảnh chung trên thế giới và Việt Nam nêu trên đã và sẽ tác động, mang tính quyết định đến các xu hướng thay đổi, nhu cầu mới liên tục hình thành, đòi hỏi cấp thiết của sự tồn tại và phát triển đã gây tác động lớn đến tất cả các lĩnh vực hoạt động của xã hội loài

người, trong đó có ngành Du lịch. Bối cảnh du lịch thế giới và Việt Nam nằm trong bối cảnh chung, dẫn đến hình thành các xu hướng du lịch nổi bật sau:

2.1. Xu hướng du lịch chung

a) *Trên thế giới*: Theo Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên hợp quốc (UNWTO) có những xu hướng du lịch nổi bật sau: 1) Xu hướng Staycation (du lịch tại chỗ): Khám phá địa phương mình, khám phá văn hóa, địa danh trước thường ít chú ý vì tưởng chừng quá quen thuộc, đặc biệt cho những người trẻ và các gia đình có con nhỏ. Nhiều người đặt phòng khách sạn bên kia sông để trải nghiệm cảm giác tò mò; 2) Xu hướng du lịch không chạm và tự động hóa: Các quy trình trao đổi giấy tờ thông hành, không chạm vào quầy làm thủ tục, kiểm tra an ninh, kiểm soát biên giới, lễ tân của khách sạn,... sẽ tự động hóa để không chạm; 3) Xu hướng tìm đến những vùng đất còn hoang sơ: Tận hưởng không gian ngoài trời; cắm trại ở những vùng hoang dã trở nên thu hút. Các Thành phố đang cố gắng tạo ra nhiều không gian xanh hơn; 4) Xu hướng chuyển sang phương thức vận tải cá nhân: Dịch vụ cho thuê xe hơi cũng được dự báo sẽ diễn ra tương tự vì khách du lịch có xu hướng tránh xa các phương tiện giao thông công cộng như xe buýt và xe lửa; 5) Xu hướng tìm tới những kì nghỉ “cô lập”: Rất nhiều người mơ ước nghỉ ngơi ở những nơi không có đám đông. Các biệt thự, tàu thuyền và khách sạn phong cách boutique cũng như các địa điểm ven biển, ven hồ, núi và nông thôn yên tĩnh sẽ là sự lựa chọn hàng đầu.

b) *Ở Việt Nam*: Theo Hội đồng Tư vấn Du lịch (TAB), có những xu hướng du lịch nổi trội sau: 1) Sự phục hồi về nhu cầu du lịch nội địa, sẵn sàng du lịch trở lại; 2) Ưu tiên an toàn và khả năng tài chính; 3) Ưu tiên du lịch biển và du lịch thiên nhiên; 4) Đi ngắn ngày hơn và nhóm nhỏ là ưu tiên; 5) Đặt dịch vụ trực tiếp và trực tuyến tăng hơn buộc các nhà cung cấp dịch vụ du lịch cần sớm chuyển đổi số.

2.2. Những xu hướng cụ thể theo cấu – cung du lịch

a) *Xu hướng của cầu du lịch*

1) Ngày nay, du lịch là hiện tượng kinh tế – xã hội phổ biến. Du lịch không còn là nhu cầu của một số người mà đã trở thành nhu cầu rộng rãi của cư dân. Vì vậy, số lượng người du lịch ngày càng đông, nhu cầu du lịch ngày càng phong phú và đa dạng.

2) Luồng khách du lịch đã có sự dịch chuyển. Khách không chỉ đi du lịch ở các vùng quen thuộc ở châu Âu như vùng biển Địa Trung Hải hay châu Mỹ như vùng biển Caribe mà còn đến các vùng khác như châu Á, nhất là vùng Đông Nam Á,...

3) Cơ cấu chi tiêu của khách trong chuyến du lịch cũng có sự thay đổi. Trước đây chi cho lưu trú, ăn uống chiếm tỷ trọng lớn thì nay chi tiêu cho các dịch vụ khác như vui chơi, giải trí, trải nghiệm các dịch vụ,... ngày càng có xu hướng tăng lên.

4) Hình thức tổ chức chuyến đi cũng có sự thay đổi. Ngoài hình thức du lịch qua các công ty lữ hành, khách du lịch có thể tự tổ chức các chuyến đi, đặt các dịch vụ du lịch qua các doanh nghiệp vận chuyển, cơ sở lưu trú, ăn uống và dịch vụ khác qua hệ thống công nghệ thông tin hoặc nhóm khách tự tổ chức đi theo gia đình. Xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, internet để tìm hiểu kỹ hơn trước chuyến đi. Đây cũng là dựa vào sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0 với các công nghệ 4.0, của kinh tế chia sẻ, đặc biệt là trong và sau đại dịch COVID-19. Nhưng sau khi đại dịch COVID-19 đã được khống chế trên thế giới, thì khách du lịch đi theo đoàn đông lại có xu hướng tiếp tục.

5) Hình thành nhóm khách theo độ tuổi, theo nhóm. Xu hướng đi du lịch có sự thay đổi của khách theo độ tuổi như nhóm khách du lịch lớn tuổi là những người về hưu, nhóm khách du lịch thanh niên, nhóm khách là cựu chiến binh, hội phụ nữ, nhóm khách du lịch là thanh niên, sinh viên, học sinh,... Xu hướng sử dụng sản phẩm du lịch trọn gói, các gói (combo) thiết kế sẵn dành cho nhóm nhỏ hoặc du lịch gia đình cũng sẽ là một trong những lựa chọn tối ưu của du khách (đặc biệt là sau đại dịch COVID-19).

6) Tăng điểm đến trong một chuyến đi. Xu hướng du lịch hiện nay là khách du lịch có thể có chuyến đi dài ngày hơn, nhất là khách

quốc tế. Vì vậy, trong một chuyến du lịch, họ muốn được đến nhiều điểm du lịch để được tham quan, tìm hiểu và trải nghiệm nhiều hơn. Điều này đặt ra cho các công ty lữ hành phải xây dựng nhiều tour khác nhau để đáp ứng nhu cầu của khách.

7) Tăng loại hình và hình thức trải nghiệm. Nhu cầu khách du lịch ngày càng đa dạng, hơn nữa chuyến đi lại có thể dài ngày hơn, do vậy du khách có thể tham gia và trải nghiệm các loại hình du lịch khác nhau như du lịch tham quan, văn hóa – lịch sử, du lịch đô thị, du lịch nông thôn trải nghiệm các sinh hoạt cộng đồng, du lịch sinh thái,...

8) Xu hướng du lịch ở các điểm đến du lịch an toàn, thân thiện, xu hướng du lịch được đảm bảo hơn về bảo hiểm và chăm sóc sức khỏe. COVID-19 đã được kiểm soát, nhưng chưa thể kết thúc hoàn toàn. Điều này đồng nghĩa với việc khách du lịch cần biết thông tin chi tiết về hệ thống chăm sóc sức khỏe của điểm đến và các gói bảo hiểm du lịch ngoài những thông tin về điểm đến, dịch vụ,... Những thông tin như vậy sẽ giúp khách du lịch giảm bớt lo lắng và yên tâm để thực hiện những chuyến đi của mình.

b) Xu hướng của cung du lịch

1) Đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Nhu cầu của du khách ngày càng đa dạng và phong phú đòi hỏi các doanh nghiệp phải có nhiều tour du lịch khác nhau, nhiều sản phẩm và dịch vụ du lịch hơn. Vì vậy, doanh nghiệp phải luôn đổi mới, sáng tạo để đưa ra thị trường những sản phẩm, dịch vụ du lịch mới nghĩa là đa dạng hóa sản phẩm. Một xu hướng phát triển sản phẩm du lịch đang được quan tâm là phát triển du lịch theo hướng du lịch xanh, phát triển du lịch bền vững.

2) Phát triển hệ thống bán sản phẩm. Cùng với xu hướng cung ứng đa dạng sản phẩm, dịch vụ ra thị trường thì phát triển hệ thống quảng bá và bán sản phẩm cũng phát triển tương ứng: trực tiếp qua hãng lữ hành, qua đại lý, qua trang Web, qua điện thoại, qua hội chợ,... Ứng dụng công nghệ 4.0 để quảng bá và bán sản phẩm;

3) Quốc tế hóa, khu vực hóa, hội nhập quốc tế. Trong phát triển

du lịch hiện đại thì quá trình hội nhập quốc tế là xu hướng tất yếu. Các quốc gia không chỉ cạnh tranh với nhau mà còn liên kết với nhau để nghiên cứu thị trường, xây dựng tour du lịch, bán tour và sản phẩm, dịch vụ du lịch nhằm mang lại lợi ích cho cả các bên;

4) Hạn chế tính thời vụ. Tính thời vụ là một đặc trưng của du lịch. Song, ngày nay do sự phát triển của nhu cầu du lịch mà cung du lịch cũng cần đưa ra thị trường sản phẩm và dịch vụ quanh năm. Do vậy, việc cung ứng nhiều dịch vụ, sản phẩm ra thị trường trong các thời kỳ khác nhau để hạn chế tính thời vụ là một tất yếu;

3. BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ HÀM Ý, KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

3.1. Bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch

Bối cảnh chung và bối cảnh du lịch trên thế giới và trong nước cũng chính là bối cảnh tác động rất mạnh đến phát triển nguồn nhân lực du lịch, trong đó có nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Có thể thấy, bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch toàn cầu nói chung và Việt Nam nói riêng, rất bất định, bất ngờ, bất an, diễn biến nhanh, khó dự đoán, khó dự báo, khó đoán định, thể hiện nổi bật:

1) Cách mạng công nghiệp 4.0 với ngày càng nhiều công nghệ 4.0 làm thay đổi nhanh chóng khoa học công nghệ quản lý, văn hóa và thói quen con người, cách dạy, cách học và cách nghĩ về phát triển nguồn nhân lực, trong đó có nguồn nhân lực du lịch;

2) Biến đổi khí hậu làm ảnh hưởng kinh tế – xã hội, việc làm, dịch chuyển lao động do sụt lún, ngập mặn, hạn hán, nóng lên, nước biển dâng,... đặt ra thêm nhiệm vụ cho phát triển nguồn nhân lực du lịch là làm sao có thể thích ứng với biến đổi khí hậu đối với tất cả các chủ thể tham gia;

3) Thực hiện xóa đói giảm nghèo ở khắp nơi để giảm khoảng cách thu nhập, giảm khoảng cách giàu nghèo và hỗ trợ người dân khó khăn, đòi hỏi nguồn nhân lực du lịch phải biết và xác định rõ trách nhiệm của mình trong thực hiện Mục tiêu thiên niên kỷ khi hoạt động du lịch;

4) Toàn cầu hóa, khu vực hóa tạo ra sự hội nhập quốc tế về lao động; sự công nhận lẫn nhau về năng lực nghề nghiệp, cả kiến thức, kỹ năng và thái độ nghề du lịch; sự chuyển dịch lao động trong nước và quốc tế trong bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hợp tác, hội nhập quốc tế;

5) Khủng hoảng gây bất ngờ, bất an, như khủng hoảng tài chính, dịch bệnh như COVID-19 và các dịch bệnh khác đã và đang gây ra thách thức và cơ hội, cũng chính là phép thử đối với nguồn nhân lực du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch;

6) Chiến tranh thương mại và công nghệ, xung đột Nga – Ucraina buộc “các nhà du lịch” phải thay đổi cơ cấu đầu tư, dịch chuyển công nghệ, thương mại trong du lịch. Đây là yêu cầu phải vượt qua trong quá trình phát triển nguồn nhân lực du lịch;

7) Biến đổi nhân khẩu học sau cơ cấu dân số vàng sẽ là cơ cấu dân số già và bình đẳng giới. Bối cảnh như vậy tác động sâu sắc đến phát triển nguồn nhân lực du lịch cả về quy mô, chất lượng và cơ cấu.

Nắm bắt được các xu thế vận động nêu trên, để phát triển du lịch sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Đảng và Nhà nước Việt Nam rất quan tâm đến phát triển nguồn nhân lực du lịch. Các chủ trương, chính sách liên quan đã được ban hành và thực hiện đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Nhờ thế đã tạo ra nguồn lực, bối cảnh thuận lợi cho phát triển nguồn nhân lực du lịch. Các quan điểm về phát triển nhân lực du lịch cũng đã được thể hiện rất rõ trong các Nghị quyết của Đảng và Quyết định, Văn bản pháp luật của Nhà nước. Để tăng cường phát triển du lịch, ngay từ những năm 80 của thế kỷ trước, nguồn nhân lực du lịch đã được quan tâm tập trung phát triển để đáp ứng với tình hình phát triển du lịch.

Đặc biệt, Nghị quyết số 08–NQ/TW ngày 16 tháng 1 năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong 8 nhiệm vụ, có một nội dung quan trọng đối với việc phát triển nguồn nhân lực du lịch. Những chính sách mang tính nguồn lực cho phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được Nghị

quyết đã chỉ rõ: 1) Nhà nước có chính sách thu hút đầu tư cho đào tạo nguồn nhân lực du lịch; tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo du lịch cả về cơ sở vật chất kỹ thuật, nội dung; chương trình và đội ngũ giáo viên. Đẩy mạnh xã hội hóa và hợp tác quốc tế, thu hút nguồn lực phát triển nguồn nhân lực phát triển nguồn nhân lực du lịch; Đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học – công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch; và Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp. Năm 2017, để tăng cường phát triển nguồn nhân lực du lịch, Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo cơ chế đặc thù trong đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch (Thông báo số 469/TB–VPCP ngày 16 tháng 10 năm 2017 của Văn phòng Chính phủ).

Trong Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18 tháng 5 năm 2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững đã đề ra 7 giải pháp, trong đó giải pháp giải pháp số 6 đã xác định phải nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực với các biện pháp rất cụ thể.

3.2. Hàm ý và kiến nghị chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế trong bối cảnh mới

1) Phải tư duy toàn cầu và hành động địa phương trong phát triển nguồn nhân lực du lịch: Bối cảnh đặt ra cho phát triển nguồn nhân lực du lịch là không thể “mạnh ai nấy làm”, mà cần hợp tác quốc tế, với mục tiêu chung, chiến lược chung, chất lượng chung theo tiêu chuẩn dựa trên năng lực thực hiện. Nhờ giao lưu, hợp tác, liên kết, các nước có thể học hỏi thêm kinh nghiệm, được hỗ trợ vốn, nhân lực, kỹ thuật, công nghệ cho phát triển nguồn nhân lực du lịch. Như vậy, muốn phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu xã hội, phải tư duy khu vực, tư duy toàn cầu và cần được trang bị tư duy khu vực, tư duy toàn cầu. Chỉ có tư duy khu vực, tư duy toàn cầu mới thấy được bối cảnh luôn vận động, thấy được các yếu tố quốc tế tác động và xác định đúng, rõ được mục tiêu,

phương thức, công nghệ, quy mô, chất lượng và cơ cấu phát triển nguồn nhân lực du lịch. Trong bối cảnh đó, phát triển nguồn nhân lực du lịch nhằm đảm bảo mục tiêu quốc gia về hội nhập quốc tế về du lịch thể hiện ở chỗ: phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là giáo dục du lịch dựa trên năng lực (gồm kiến thức chung và trình độ nghiệp vụ; kỹ năng; và thái độ nghề nghiệp) được thừa nhận rộng rãi trong khu vực; nguồn nhân lực du lịch nhờ thế có thể di chuyển và tìm được việc làm trong khu vực; ngành Du lịch quốc gia có thể vươn tới tham gia chủ động vào quá trình phân công lao động quốc tế trong du lịch, đảm bảo có vị trí xứng đáng trong chuỗi cung cấp dịch vụ du lịch có chất lượng của khu vực và thế giới. Để đạt được yêu cầu, phát triển nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam cần phấn đấu đạt chuẩn năng lực từng nghề của khu vực và thế giới. Các ngành, nghề du lịch biến đổi liên tục, nghề cũ nhanh chóng mất đi, nhiều nghề mới xuất hiện, đòi hỏi năng lực của nguồn nhân lực du lịch phải không ngừng nâng lên và thường xuyên thay đổi, để phù hợp và kịp bắt nhịp với sự tiến bộ khoa học – công nghệ. Học tập suốt đời là yêu cầu bắt buộc đối với nguồn nhân lực du lịch. Do đó, phải nhận thức được vai trò, vị trí hàng đầu của phát triển nguồn nhân lực du lịch, của giáo dục du lịch và khoa học, công nghệ; đẩy mạnh đổi mới phát triển nguồn nhân lực du lịch, giáo dục du lịch và khoa học công nghệ, ứng dụng vào thực tiễn du lịch để đáp ứng năng động, hiệu quả và trực tiếp hơn nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Những giá trị du lịch mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá dân tộc độc đáo, nguyên bản, giá trị tự nhiên nguyên sơ, giá trị sáng tạo và công nghệ cao, hiện đại là những xu hướng lựa chọn của nhu cầu du lịch. Cạnh tranh và phát triển du lịch sẽ chủ yếu dựa trên tính độc đáo và sáng tạo của sản phẩm, dịch vụ, giá trị độc đáo của bản sắc văn hóa và chất lượng môi trường. Những yêu cầu này tác động trực tiếp đến phát triển nguồn nhân lực du lịch, đến giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp du lịch, nhất là phát triển thái độ, trách nhiệm, kỹ năng và kiến thức sâu, rộng của nguồn nhân lực du lịch.

Bên cạnh các yếu tố nêu trên, những nhân tố mang tính chuyên ngành tác động trực tiếp, toàn diện và sâu sắc đến phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là giáo dục du lịch, nổi bật là: 1) Các yếu tố liên quan đến khách du lịch: số lượng; cơ cấu và tần suất khách đến, đi; thời vụ du lịch; 2) Các yếu tố trên thị trường lao động du lịch: các yếu tố ảnh hưởng đến tiền công, tiền lương; xu hướng cạnh tranh lao động, sự thay thế giữa các loại lao động (lao động lành nghề, bán lành nghề và lao động phổ thông); 3) Các yếu tố của nguồn nhân lực du lịch: Xu hướng phân cực của nhân lực du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0 (nhân lực bậc cao ngày càng chuyên sâu và chiếm tỷ trọng nhỏ, nhân lực kỹ năng bậc thấp và lao động kỹ năng sơ cấp, qua truyền nghề tăng cả số tuyệt đối và tỷ trọng); năng lực con người chứ không phải vốn và công nghệ quyết định sự phát triển du lịch; xu hướng di chuyển và chuyển dịch cơ cấu nhân lực tăng nhanh; 4) Xu hướng tăng đầu tư vào giáo dục du lịch; xu hướng thích ứng nhanh của hệ thống giáo dục du lịch,...; 5) Xu hướng phát triển du lịch trên toàn cầu.

Phát triển nguồn nhân lực du lịch trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng, mặc dù phải tư duy toàn cầu và tư duy khu vực, nhưng cần hành động địa phương là vì: Điều kiện khí hậu, tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa, chủ trương, chính sách, kinh tế, xã hội, truyền thống, quan niệm, bản sắc văn hóa ở mỗi địa phương, mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ rất khác nhau. Một biện pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch, giáo dục du lịch áp dụng ở châu Âu, châu Mỹ rất hay nhưng có thể không “dùng” được ở Việt Nam. Do đó, mỗi địa phương phải có hành động của riêng mình, phù hợp với điều kiện, trình độ phát triển của đất nước và con người “bản địa”. Mặt khác, chỉ có các chủ thể phát triển du lịch tại địa phương mới biết rõ nguồn lực có thể khai thác được cho phát triển nguồn nhân lực du lịch của mình; phải đối mặt với thách thức gì, có cơ hội gì, điểm yếu gì và thế mạnh gì trong phát triển nguồn nhân lực du lịch? Mỗi chủ thể phát triển nguồn nhân lực du lịch cũng phải có hành động riêng, “hành động địa phương”, trong hoạt

động để hoàn thành sứ mệnh, đạt mục tiêu đặt ra và để phân biệt với đối thủ cạnh tranh, thay đổi theo hành vi, tập quán của cư dân địa phương, để phát triển nguồn nhân lực du lịch.

2) Phần đầu sớm đạt được mục tiêu đã đề ra trong Quy hoạch phát triển nhân lực du lịch và các đề án liên quan đã công bố: Những thành tựu đạt được trong đổi mới đất nước tạo những tiền đề mới quan trọng cho phát triển nguồn nhân lực du lịch, ảnh hưởng trực tiếp đến số lượng, chất lượng và cơ cấu nguồn nhân lực du lịch. Việt Nam đang ở trong thời kỳ “cơ cấu dân số vàng” nên có lực lượng lao động rất đông đảo, tỷ lệ dân số hàng năm bước vào độ tuổi lao động cao. Đây cũng là sức ép lớn về giải quyết việc làm, trong đó số người chưa qua đào tạo còn nhiều. Theo dự báo, từ nửa sau thập kỷ 2020, dân số Việt Nam sẽ bước vào thời kỳ “già hoá dân số”, tỷ lệ người già tăng nhanh. Nếu không có chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch hợp lý để toàn dụng lao động chất lượng ngày càng cao, tình trạng “già hóa” khi chưa kịp già sẽ trở thành vấn đề lớn. Phát triển nguồn nhân lực du lịch để đảm bảo nguồn nhân lực du lịch đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và hợp lý về cơ cấu, hoàn thành nhiệm vụ phát triển du lịch hồi phục nhanh, tăng tốc phát triển bền vững, góp phần tích cực trong công cuộc xây dựng con người Việt Nam trong giai đoạn mới.

Phần đầu sớm đạt được mục tiêu đã đề ra trong Quy hoạch phát triển nhân lực du lịch đã công bố trước đây, cơ bản giải quyết đủ số lượng, đảm bảo chất lượng và hợp lý về cơ cấu trình độ, ngành nghề và vùng miền, đáp ứng nhu cầu nhân lực du lịch trong nước và tham gia xuất khẩu lao động du lịch; phần đầu đạt trình độ tiên tiến trong khu vực và một số mặt tiếp cận trình độ các nước tiên tiến trên thế giới; khẳng định nhân lực là yếu tố quyết định sự phát triển du lịch bền vững, góp phần đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, Việt Nam trở thành một trung tâm du lịch hàng đầu khu vực.

3) Những quan điểm, định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới: Từ cơ sở các bối cảnh nêu trên, phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2030, tầm nhìn đến năm

2045 cần: Thứ nhất: Nâng trình độ phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam lên ngang tầm các nước tiên tiến trong khu vực và thế giới để biến nhân lực thành lợi thế quốc gia và năng lực cạnh tranh du lịch; gắn kết với thị trường lao động du lịch quốc tế; Thứ hai: Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam phải hình thành cho được nguồn nhân lực du lịch đủ số lượng; đảm bảo chất lượng, có năng lực thích ứng nhu cầu phát triển du lịch theo hướng hiện đại, trong một thế giới không ngừng thay đổi; cơ cấu ngành nghề đa dạng và cân đối, hợp lý, hài hòa theo vùng, miền, dân tộc, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch; Thứ ba: Thực hiện công bằng xã hội trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, kết hợp hài hòa giữa phúc lợi xã hội và sử dụng yếu tố tích cực của cơ chế thị trường và hiệu quả kinh tế – xã hội, đảm bảo bình đẳng về cơ hội phát triển nguồn nhân lực du lịch cho mọi người trong xã hội. Quy mô, chất lượng phát triển nguồn nhân lực du lịch phải do yêu cầu phát triển du lịch quyết định, không áp đặt cứng nhắc. Coi trọng giáo dục nghề nghiệp, quan tâm hơn đến truyền nghề tại chỗ và ưu tiên nhân lực khoa học – công nghệ, nhân lực lãnh đạo, quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh, nhân viên lành nghề, nhân lực các vùng lạc hậu, kém phát triển, dân tộc thiểu số; Thứ tư: Phát triển nguồn nhân lực du lịch là trách nhiệm của toàn xã hội, trong đó ngành Du lịch là nòng cốt; kết hợp hài hòa với việc sử dụng cơ chế, công cụ của kinh tế thị trường trong phát triển nguồn nhân lực du lịch.

4) Tám hành động địa phương cụ thể trong phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới:

Một là: Nâng cao nhận thức về bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch bao gồm các nội dung tuyên truyền, giáo dục về bối cảnh nói chung và bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch nói riêng trong tất cả các thành phần tham gia hoạt động du lịch, từ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, chính quyền địa phương các cấp (trực tiếp là các cơ quan nhà nước về du lịch), cơ quan nghiên cứu, truyền thông, cơ sở giáo dục du lịch các cấp, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư liên quan đến du lịch. Nên coi

đây là hành động địa phương đầu tiên để các cá nhân và tổ chức liên quan (nhất là các chủ thể tham gia trực tiếp hoạt động du lịch) có nhận thức đúng và đầy đủ về bối cảnh, xu hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch và về trách nhiệm của mình trong nghiên cứu, phân tích và đánh giá về bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch. Ngành Du lịch phải đi đầu làm nòng cốt, phối hợp với các cấp, các ngành và người dân nâng cao nhận thức về bối cảnh phát triển nguồn nhân lực du lịch; thay đổi nếp nghĩ, cách làm để tận dụng thời cơ, giảm thiểu nguy cơ và các tác động của bối cảnh thế giới và trong nước.

Hai là: Tăng cường quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Hành động này để định hướng đúng, tăng cường năng lực hoạch định chính sách, hình thành khung pháp lý và cơ chế cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước, cơ sở giáo dục du lịch và doanh nghiệp; quan tâm hơn đến nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam của cộng đồng. Muốn như vậy phải: Thứ nhất: Tiếp tục thực hiện tốt Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2020 và tổng kết việc thực hiện Quy hoạch, chuẩn bị xây dựng Quy hoạch hợp phần phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2045; Thứ hai: Xây dựng và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, cơ chế chính sách và quy chế quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; Thứ ba: Phát triển đội ngũ cán bộ chuyên trách về phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; Thứ tư: Phối hợp chặt chẽ hơn các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch toàn quốc trong phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; và Thứ năm: Tăng cường kiểm tra, thanh tra phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Ba là: Xây dựng tiêu chuẩn (tập trung vào tiêu chuẩn nghề) và thực hiện chuẩn hóa một bước nguồn nhân lực du lịch, phù hợp với các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế tạo điều kiện cho hội nhập quốc tế về lao động trong du lịch. Hành động này nhằm hình thành chuẩn du lịch quốc gia để các cơ sở phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

xây dựng chương trình hành động phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam theo chuẩn, tuyển chọn, sử dụng và đãi ngộ nguồn nhân lực du lịch thống nhất toàn quốc, đảm bảo hội nhập quốc tế thành công. Muốn thế phải: Thứ nhất: Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn đối với các chức danh và cấp, bậc ngành nghề du lịch; Thứ hai: Mở rộng phạm vi hoạt động của Hội đồng Cấp chứng chỉ nghiệp vụ Du lịch (VTCB); Thứ ba Hội nhập dần tiêu chuẩn nghề trong khu vực.

Bốn là: Phát triển mạng lưới cơ sở phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Hành động này để nâng cao năng lực phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong toàn quốc đáp ứng nhu cầu xã hội. Muốn vậy phải: Thứ nhất: Cơ cấu lại mạng lưới phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, nhất là cơ sở giáo dục du lịch; Thứ hai: Chú trọng đầu tư cho các cơ sở giáo dục du lịch trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Thứ ba: Quan tâm các cơ sở giáo dục khác có tham gia giáo dục du lịch; Thứ tư: Đa dạng hóa các cơ sở phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Năm là: Xây dựng, công bố và thực hiện chuẩn trường cho các cơ sở giáo dục du lịch với vai trò nòng cốt tiên phong trong phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Mục đích của hành động này là chuẩn hóa mọi mặt cơ sở giáo dục du lịch các cấp, để thực hiện quy mô, chất lượng và cơ cấu giáo dục du lịch theo nhu cầu xã hội. Muốn đạt được mục đích này cần: Thứ nhất: Xây dựng chuẩn trường; Thứ hai: Phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên; Thứ ba: Đổi mới chương trình giáo dục đại học, nghề nghiệp du lịch; Thứ tư Tăng cường quản trị cơ sở giáo dục du lịch.

Sáu là: Đẩy mạnh ứng dụng khoa học – công nghệ nghiên cứu, thống kê phục vụ phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam: Đây là hành động để từng bước hiện đại hóa hoạt động phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam thông qua các giải pháp: Thứ nhất: Tăng cường thống kê và nghiên cứu khoa học về phát triển nguồn nhân lực du lịch; Thứ hai: Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị ứng dụng, khai thác hiệu quả công nghệ thông tin, số hóa các hoạt động phát

triển nguồn nhân lực du lịch; Thứ ba: Thiết lập và vận hành cơ sở dữ liệu lớn về nguồn nhân lực du lịch tạo cơ sở cho hoạch định phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Bảy là: Tăng cường huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực (tài chính, công nghệ, công sức và kinh nghiệm) trong và ngoài nước cho phát triển nguồn nhân lực du lịch: Hành động này để huy động và sử dụng hiệu quả hơn các nguồn lực trong và ngoài nước cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Tập trung vào: Thứ nhất: Rà soát, sửa đổi và bổ sung chính sách, cơ chế xã hội hóa phát triển nguồn nhân lực du lịch; Thứ hai: Khuyến khích các cơ sở phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam tăng cường liên kết ở mọi bình diện; Thứ ba: Phát huy vai trò và nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp và câu lạc bộ, hội, hiệp hội trong hoạt động phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; Thứ tư: Huy động chất xám cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; Thứ năm: Tạo điều kiện để các thành phần trong xã hội tham gia phát triển nguồn nhân lực du lịch; Thứ sáu: Tăng cường thu hút vốn, công nghệ tiên tiến ngoài nước phục vụ phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Tám là: Tạo môi trường thuận lợi cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Hành động này để tạo môi trường thuận lợi hơn cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, với các giải pháp: Thứ nhất: Tuyên truyền nâng cao nhận thức về du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch; Thứ hai: Nâng cao hình ảnh nghề nghiệp du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; Thứ ba: Mở rộng và tăng cường liên kết nghiên cứu khoa học và giáo dục cho phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bergsten, F: *Pacific Asia and the Asia Pacific: The Choices for APEC* (Tạm dịch: Thái Bình Dương và châu Á – Thái Bình Dương: Sự lựa chọn cho APEC), Institute for International Economics, Washington D.C.
2. Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam (2017), *Nghị quyết số 08/NQ-TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam*

- về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Hà Nội.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch*, Hà Nội.
 4. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2023), *Báo cáo công tác năm 2023*, Hà Nội.
 5. Chính phủ (2023), *Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18 tháng 5 năm 2023 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững*, Hà Nội.
 6. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XII*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
 7. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XIII*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
 8. Đảng cộng sản Việt Nam (2023), *Báo cáo giữa nhiệm kỳ của Bộ chính trị về thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XIII*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
 9. GS.TS. Nguyễn Văn Đính, TS. Nguyễn Văn Lưu (2023), *Giáo trình Kinh tế Du lịch*, Nxb Tài Chính.
 10. Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới WTTC (2018), *Du lịch và Lữ hành: Tác động kinh tế*.
 11. TS. Nguyễn Văn Lưu (2023), *Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực du lịch*, Nxb Tài chính.
 12. Nguyễn Văn Lưu (2014), *Phát triển nguồn nhân lực – Yếu tố quyết định sự phát triển của ngành Du lịch Việt Nam*, Nxb Thông tin, Hà Nội.
 13. Nguyễn Văn Lưu (2019), “*Tư duy toàn cầu và hành động địa phương trong giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch*”, đăng trong Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế với chủ đề: “*Khu vực học – Việt Nam học: Định hướng nghiên cứu và đào tạo*”, Viện Việt Nam học và Khoa học phát triển, tổ chức ngày 05/11–07/11/2019, tại Hà Nội.
 14. Ngân hàng Thế giới (2020), *Global Economic Prospects (Tạm dịch: Triển vọng kinh tế toàn cầu)*.
 15. PGS. TS. Trần Thọ Quảng (2023), *Một số vấn đề của thế giới hiện nay*, Tạp chí *Cộng sản*, ngày 15/02/2023.
 16. Quỹ Tiền tệ thế giới IMF (2022), *Báo cáo kinh tế thế giới WEO*, tháng

10/2022.

17. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
18. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
19. Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định số 933/QĐ-TTg ngày 14/6/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt nhiệm vụ lập Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
20. Tổng cục Thống kê (1998), *Dự báo Thế kỷ 21*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
21. Tổng cục Du lịch (2019, 2020, 2021, 2022), *Báo cáo thường niên*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

ĐỔI MỚI TƯ DUY VÀ GIẢI PHÁP CHO MÔ HÌNH ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG BỐI CẢNH MỚI

PGS.TS. Phạm Trung Lương¹

Tóm tắt: Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo tinh thần Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị trong bối cảnh hội nhập ngày một sâu rộng của đất nước với khu vực và quốc tế dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 là mục tiêu của công tác đào tạo du lịch nói chung và đào tạo bậc đại học du lịch nói riêng. Đó cũng chính là mục tiêu chiến lược của công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch tại Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/09/2011 của Bộ VHTTDL phê duyệt Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch và nhiệm vụ chiến lược của ngành giáo dục và đào tạo cho giai đoạn phát triển mới đến năm 2030.

Nội dung bài viết phân tích thực trạng một số mô hình đào tạo bậc đại học chính hiện nay ở Việt Nam và xác định những yếu tố nội tại và bên ngoài mô hình ảnh hưởng đến mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao ngành du lịch để đáp ứng được yêu cầu hội nhập và thích ứng với tác động của cách mạng công nghiệp 4.0.

Trên cơ sở phân tích thực trạng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, bài viết đề xuất một số giải pháp mang tính gợi ý cần lồng ghép trong chiến lược phát triển trường đại học hướng đến mô hình đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực du lịch.

Từ khóa: đào tạo đại học, mô hình đào tạo, nguồn nhân lực chất lượng cao, du lịch.

1. MÔ HÌNH ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO

Đối với mọi xã hội, ở bất cứ thời điểm nào, con người luôn đóng vai trò là nguồn lực chính, là trọng tâm của sự phát triển. Chính vì vậy, nguồn nhân lực luôn là sự quan tâm của mọi xã hội, không phân biệt thể chế chính trị.

Nguồn nhân lực chất lượng cao là đội ngũ lao động có trình độ, kiến thức và kỹ năng chuyên môn cao, có thái độ (tự giác, đạo đức

¹ Liên chi hội Đào tạo Du lịch Việt Nam (VITEA).

nghề nghiệp, cầu thị,...) và năng lực (sức khoẻ, ý chí, năng động,...) để hoàn thành xuất sắc công việc được giao, đáp ứng được kỳ vọng của người sử dụng lao động và xã hội.

Trong bối cảnh hội nhập hiện nay, ngoài những “tổ chất” trên, nguồn nhân lực chất lượng cao còn phải có khả năng thực hiện tốt nhiệm vụ được giao trong môi trường cạnh tranh cao ở tầm khu vực và quốc tế.

Cho đến nay, ở Việt Nam, nguồn nhân lực chất lượng cao được hiểu là đội ngũ lao động bao gồm những người có học vấn có trình độ từ cao đẳng trở lên, nghề nhân trong các lĩnh vực và lao động có kỹ năng nghề. Đó là những tiêu chí về trình độ học vấn và kỹ năng, tuy nhiên, những tiêu chí về khả năng đáp ứng được kỳ vọng của người sử dụng lao động, xã hội và yêu cầu hội nhập còn chưa được cụ thể hoá.

Hiện nay, ở Việt Nam, có nhiều mô hình đào tạo phát triển nguồn nhân lực bao gồm:

– *Mô hình đào tạo chuyên ngành*: Theo đó, đào tạo nhân lực sẽ được thực hiện tại các cơ sở đào tạo chuyên ngành hoặc đa ngành ở các cấp đào tạo: trung cấp, cao đẳng và đại học. Ở phần lớn các cơ sở đào tạo theo mô hình này không có cơ sở vật chất kỹ thuật đáp ứng yêu cầu “mô phỏng” hoạt động thực tế để qua đó có thể trang bị cho sinh viên những kỹ năng nghề cần thiết, hay nói một cách khác, ở các cơ sở đào tạo theo mô hình này, sinh viên không thể thực tập ngay tại trường. Hoạt động thực tập thường được thực hiện tại những doanh nghiệp mà cơ sở đào tạo có mối quan hệ đối tác. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến tính chủ động và chất lượng đào tạo. Đây là mô hình khá phổ biến hiện nay trong hệ thống các trường có đào tạo các ngành cần kỹ năng như du lịch.

– *Mô hình đào tạo “Trường – Khách sạn”*: Đây là mô hình mà ở đó trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của trường có một cấu phần quan trọng là “khách sạn” nơi được trang bị các điều kiện cần thiết để sinh viên có thể thực tập các kỹ năng về quản lý và cung cấp dịch vụ khách sạn, nhà hàng và đại lý lữ hành như một doanh nghiệp du lịch. Đây là mô hình đào tạo du lịch bậc đại học, cao đẳng khá phổ

biển ở các nước có ngành du lịch phát triển. Mô hình này có khả năng khắc phục được nhược điểm của mô hình trên. Tuy nhiên, để thực hiện mô hình này, cần có đầu tư lớn và những chính sách phù hợp để “Trường – Khách sạn” không chỉ là nơi thực tập tốt mà còn là cơ sở kinh doanh du lịch được hưởng những chính sách đặc thù bởi tính chất riêng biệt của nó so với những khách sạn kinh doanh thông thường.

Ở Việt Nam, một số cơ sở đào tạo theo mô hình này đã được hình thành với sự hỗ trợ của quốc tế như Trường Cao đẳng Du lịch Huế, Cao đẳng Du lịch Đà Nẵng,...

– *Mô hình đào tạo liên thông*: Đây là mô hình đào tạo “đa cấp trình độ” được tích hợp trong một cơ sở đào tạo cho phép sinh viên có nhiều khả năng lựa chọn trong khả năng của mình về tài chính và thời gian theo học, đặc biệt trong việc tiếp cận với đào tạo ở đẳng cấp quốc tế. Ở mô hình này, các chương trình đào tạo được thiết kế theo hệ thống mô-đun từ trình độ trung cấp đến trình độ đại học. Sinh viên hoàn thành được một số mô-đun nhất định theo quy định sẽ được cấp chứng chỉ/bằng ở trình độ đào tạo tương đương và sẽ được bảo lưu kết quả hoàn thành mô-đun trọn đời. Điều này đồng nghĩa với việc sinh viên, vì một lý do nào đó (chữa bệnh, kiếm tiền để học, thực hiện nghĩa vụ quốc gia,...) phải dừng học trong một thời gian dài sẽ có cơ hội tiếp tục học để đạt được trình độ bậc học cao hơn nếu còn nguyện vọng. Nếu hệ thống mô-đun được thiết kế theo các tiêu chuẩn quốc tế, thì sinh viên có thể lựa chọn cơ sở đào tạo trong nước hoặc quốc tế trong cùng hệ thống theo sở thích.

– *Mô hình doanh nghiệp đào tạo*: Đây là mô hình mà ở đó cơ sở đào tạo được thành lập như một bộ phận của doanh nghiệp (thường là các tập đoàn lớn) hoặc dưới dạng doanh nghiệp cổ phần có chức năng đào tạo với sự tham gia cổ phần chi phối của doanh nghiệp. Ở mô hình đào tạo này, hoạt động đào tạo thường gắn liền với các chuyên ngành trong lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp. Ở Việt Nam, mô hình Trường Đại học FPT, mô hình Trường Cao đẳng nghề Du lịch SaigonTourist, mô hình Trường Đại học Văn Hiến (TP. Hồ

Chí Minh), mô hình Trung tâm đào tạo nghề Du lịch Yasaka (Nha Trang),... là những ví dụ điển hình. Ở mô hình này, Ban Giám hiệu nhà trường sẽ được thay thế bằng “Hội đồng quản trị” và dưới đó là “Hội đồng điều hành” (tương tự như Ban Giám hiệu) hoặc sẽ là “Hội đồng trường” với đại diện của các bên tham gia đào tạo, đặc biệt là doanh nghiệp.

– *Mô hình “Đào tạo – nghiên cứu – khởi nghiệp”*: Trong thời gian gần đây, sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin, tự động hoá và trí tuệ nhân tạo đã làm biến đổi sâu sắc các mối quan hệ xã hội, đặc biệt là biến đổi trong cách thức giao tiếp giữa con người với kho tàng tri thức, cách thức tạo ra và sử dụng tri thức. Những biến đổi này có tác động trực tiếp đến các cơ sở đào tạo, cách thức các trường thực hiện sứ mạng của mình, và cách xã hội nhìn nhận về vai trò của các cơ sở đào tạo. Trong bối cảnh này, chức năng giảng dạy và nghiên cứu của các cơ sở đào tạo không còn mang tính “độc quyền” trong việc mang tri thức đến cho sinh viên bởi sinh viên có thể tiếp nhận tri thức không chỉ từ nhà trường mà còn từ kho tàng tri thức nhân loại với sự trợ giúp của công nghệ thông tin. Đặc điểm này đặt ra yêu cầu bức thiết đối với các cơ sở đào tạo cần phải có “sứ mạng” thứ ba là “khởi nguồn” đổi mới sáng tạo và tư duy khởi nghiệp cho sinh viên. “Sứ mạng” này chính là yếu tố quan trọng quyết định năng lực cạnh tranh của các cơ sở đào tạo trong bối cảnh hội nhập và phát triển cách mạng công nghiệp 4.0.

Như vậy, trong mô hình này, hai chức năng truyền thống chính của nhà trường là đào tạo và nghiên cứu có quan hệ tương hỗ mật thiết sẽ được đặt trong “hệ sinh thái đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp”. Các giảng viên (bao gồm cả các chuyên gia là giảng viên thỉnh giảng) và sinh viên cùng nhau hình thành các nhóm nghiên cứu. Sinh viên sẽ được tiếp thu kiến thức từ giảng viên thông qua hoạt động nghiên cứu và được khuyến khích sáng tạo với các ý tưởng khởi nghiệp trong tương lai trên cơ sở những gợi ý của các chuyên gia. Ngược lại, các giảng viên sẽ được bổ sung các kiến thức để làm phong phú, sâu sắc hơn các bài giảng, giáo trình của mình từ chính các kết quả nghiên cứu chung của cả nhóm, trong đó có sinh viên.

Đối với mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, mỗi mô hình trên sẽ đều có những lợi thế và hạn chế phụ thuộc vào năng lực đào tạo (đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất kỹ thuật, khả năng tài chính, khả năng liên kết trong và ngoài nước,...), mức độ linh hoạt trong đào tạo để đáp ứng nhu cầu xã hội với những biến đổi không ngừng, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập.

Cho dù lựa chọn mô hình đào tạo nào hoặc kết hợp một số mô hình trong một cơ sở đào tạo, việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao không chỉ phụ thuộc vào trình độ đội ngũ giảng viên, tính phù hợp của chương trình đào tạo, mức độ kết hợp chặt chẽ giữa hoạt động đào tạo – thực hành – nghiên cứu và khởi nghiệp mà còn phụ thuộc vào khả năng của cơ sở đào tạo trang bị cho sinh viên các kỹ năng mềm cần thiết cho việc thực hiện tốt các nhiệm vụ được giao sau khi tốt nghiệp như kỹ năng tư duy độc lập, kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng giao tiếp,... cũng như mức độ thích hợp của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật giảng dạy của cơ sở đào tạo. Đây là những yếu tố nội tại của cơ sở đào tạo ảnh hưởng đến mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho xã hội.

Bên cạnh các yếu tố nội tại của cơ sở đào tạo được đề cập, một số yếu tố quan trọng từ bên ngoài có ảnh hưởng đến mô hình đào tạo và nâng cao năng lực đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao của các cơ sở đào tạo, đặc biệt trong môi trường cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập quốc tế, cần được quan tâm bao gồm:

– Hệ thống chính sách đào tạo: cần phải có những chính sách phù hợp, trong đó nổi bật là chính sách thu hút giảng viên có trình độ từ bên ngoài bao gồm cả các giảng viên từ các cơ sở đào tạo có danh tiếng trong khu vực và trên thế giới; chính sách nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ giảng viên cơ hữu; chính sách khuyến khích gắn kết hoạt động giảng dạy với hoạt động nghiên cứu; chính sách hỗ trợ nâng cấp và phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật đào tạo; v.v. Việc xây dựng, hoàn thiện và áp dụng hệ thống chính sách cần không có sự phân biệt đối với các cơ sở đào tạo có hình thức sở hữu khác nhau.

– Sự can thiệp trực tiếp của cơ quan quản lý đến hoạt động đào tạo, theo đó, cho đến nay, tính tự chủ (tương đối) của các cơ sở đào tạo ở Việt Nam vẫn chưa thực sự được tôn trọng cho dù chủ trương đẩy mạnh tính tự chủ của các cơ sở đào tạo luôn được nêu trong không ít văn kiện của các cấp quản lý. Việc “phân bổ” chỉ tiêu đầu vào cho các cơ sở đào tạo theo các chuyên ngành thường không sát với thực tế “câu” của xã hội gây nên tình trạng “thừa – thiếu” đầu vào giữa các chuyên ngành tại các kỳ tuyển sinh, từ đó cũng ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng đào tạo.

– Yêu cầu của hội nhập đối với nguồn nhân lực, theo đó nguồn nhân lực chất lượng cao không chỉ cần đáp ứng được kỳ vọng của người sử dụng lao động nói riêng và của xã hội nói chung theo các tiêu chuẩn quốc gia mà còn phải đáp ứng được các tiêu chuẩn ở tầm khu vực và quốc tế để sinh viên khi tốt nghiệp có thể làm việc ở bất cứ quốc gia nào tham gia vào hệ thống tiêu chuẩn đào tạo khu vực và quốc tế. Đây là yếu tố tạo “sức ép” rất lớn đến hoạt động đào tạo để có thể có được nguồn nhân lực chất lượng cao từ góc độ hội nhập quốc tế.

2. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO Ở VIỆT NAM VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

Hiện nay, ở Việt Nam, hoạt động đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch chủ yếu được thực hiện ở một số loại hình cơ sở đào tạo gồm:

- Đào tạo tại các trường đại học;
- Đào tạo tại hệ thống các trường trung cấp và cao đẳng nghề chuyên ngành du lịch;
- Đào tạo tại các trung tâm đào tạo, bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng nghề du lịch;
- Đào tạo tại các cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch ở nước ngoài.

Đối với hoạt động đào tạo ở trong nước, mô hình phổ biến hiện nay là mô hình đào tạo chuyên ngành hoặc đa ngành như đã đề cập ở trên. Phần lớn các cơ sở đào tạo thuộc sở hữu nhà nước, các cơ sở thuộc sở hữu tư nhân còn hạn chế.

Ngoài mô hình chủ đạo trên, một số mô hình như mô hình đào tạo “Trường – Khách sạn”, mô hình doanh nghiệp đào tạo cũng đã được hình thành với số lượng các cơ sở đào tạo rất hạn chế.

Hoạt động đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch với mô hình đào tạo hiện tại như đề cập ở trên đã bộc lộ một số bất cập bao gồm:

– Không có cơ sở đào tạo bậc đại học chuyên ngành du lịch mà chỉ có các khoa đào tạo chuyên ngành du lịch ở các cơ sở đào tạo bậc đại học các chuyên ngành khác. Chính vì vậy các chương trình đào tạo bậc đại học chuyên ngành du lịch rất khác nhau do các cơ sở đào tạo bậc đại học quyết định có tính đến tính đặc thù chuyên ngành của mình. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng đầu ra bậc đại học chuyên ngành du lịch.

– Thiếu mô hình “Học viện” gắn hoạt động đào tạo với nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch, vì vậy ảnh hưởng đến chất lượng các chương trình đào tạo do không cập nhật được các kết quả nghiên cứu cũng như ảnh hưởng đến chất lượng đội ngũ giảng viên ở các cơ sở đào tạo du lịch.

– Hệ thống quản lý các cơ sở đào tạo đến nay bị phân hóa, chồng chéo và có sự khác biệt về quy định chương trình khung, chuẩn đầu ra. Trong đó, gồm các khối cơ sở đào tạo giáo dục do Bộ Giáo dục và Đào tạo quản lý trực tiếp về chuyên môn (kể cả các cơ sở đào tạo do các Bộ, các ngành, các địa phương hay tư thực) và khối cơ sở đào tạo nghề do Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội quản lý. Các quy chế về tuyển sinh, đào tạo, kiểm định, tiêu chuẩn giáo viên, quản lý học sinh, sinh viên,... cả hai Bộ đều làm riêng. Giữa 2 khối này có sự khác biệt về phương thức đào tạo (một bên đào tạo theo tín chỉ, còn bên kia đào tạo theo môn học hoặc mô-đun) với tiêu chuẩn kiểm định khác nhau. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng đầu ra, theo đó có sự khác biệt về năng lực tốt nghiệp của người học từ 2 hệ thống đào tạo. Thực tế cho thấy những người tốt nghiệp ở hệ thống các trường đào tạo nghề (theo quy định của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội) ra trường làm nghề tốt hơn, song làm quản lý và điều hành thì kém hơn so với những người tốt nghiệp các trường thuộc hệ thống đào tạo theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- Hệ thống đào tạo cũng không giống nhau ở các trường (tên môn học hay học phần, số tín chỉ, đề cương chi tiết học phần, yêu cầu thi và đánh giá,...), nên cũng xảy ra hiện tượng không công nhận lẫn nhau, nên sinh viên khi tốt nghiệp bậc trung cấp, bậc cao đẳng ở trường này muốn học liên thông lên bậc đại học ở trường khác hay tốt nghiệp đại học muốn học thạc sĩ ở trường khác, thì phải học bổ sung các học phần (mất thời gian và tốn kém). Còn việc học liên thông từ các trường nghề sang hệ thống các trường đào tạo cao đẳng và đại học (do Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định và quản lý chương trình đào tạo) cũng không được, dẫn đến những người tốt nghiệp các trường nghề, sau một thời gian làm việc tốt, có năng lực quản lý và điều hành, các doanh nghiệp muốn đề bạt lên các chức danh cao hơn thì gặp khó khăn do họ không có bằng đại học.

- Sự phát triển nhanh của một số ngành như du lịch luôn đi kèm với nhu cầu cao về nguồn nhân lực trong ngành Du lịch, đặc biệt khi du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn theo tinh thần Nghị quyết 08/NQ-TW ngày 6/1/2017 của Bộ Chính trị. Điều này dẫn đến sự phát triển ồ ạt các cơ sở đào tạo về du lịch ở các địa phương, ở các trường trong khi thiếu, thậm chí không có giáo viên chuyên ngành, không có hệ thống cơ sở thực tập,... Trước thời điểm Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV trình độ đại học có hiệu lực từ ngày 25/11/2017, đào tạo du lịch bậc đại học thường được hợp thức dưới một số mã chuyên ngành có liên quan như Việt Nam học (Văn hóa Du lịch, Văn hóa - Du lịch, Hướng dẫn Du lịch,...), Địa lý du lịch, quản trị kinh doanh (Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, Quản trị Kinh doanh Du lịch và Khách sạn, Quản trị Khách sạn, Quản trị Lữ hành,...). Hệ quả của tình trạng này là tên bằng tốt nghiệp cũng khác nhau: Cử nhân Du lịch học, Cử nhân Du lịch, Cử nhân Việt Nam học, Cử nhân Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, Cử nhân Quản trị Khách sạn,... dẫn đến tình trạng khi phỏng vấn, các nhà tuyển dụng sẽ không biết được khả năng chuyên môn và năng lực của sinh viên có các bằng cử nhân khác nhau để bố trí vị trí công việc phù hợp.

Một số nguyên nhân chính của tình trạng trên bao gồm:

- Chưa có sự thay đổi mang tính đột phá trong việc lựa chọn mô hình đào tạo, theo đó mô hình đào tạo chủ yếu hiện nay vẫn theo “vết mòn” có từ thời nền kinh tế bao cấp, thiếu tầm nhìn trong bối cảnh hội nhập và sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ, đặc biệt là cách mạng công nghiệp 4.0;

Đối với chức năng nghiên cứu, các cơ sở đào tạo vẫn đang theo đuổi những hoạt động nghiên cứu khoa học chủ yếu nhằm vào mục tiêu công bố trên các tạp san khoa học, và chạy theo những thành tích xếp hạng. Có rất ít nghiên cứu gắn với hoạt động chuyển giao công nghệ và khởi nghiệp bên ngoài nhà trường. Kết quả là nhà trường ngày nay vẫn tiếp tục tồn tại theo lối cũ, ít có sự đổi mới về tư duy như cách đây vài thập kỷ.

Phần lớn các trường vẫn hoạt động như cách đây vài thập kỷ, tức dựa trên một niềm tin coi việc đào tạo sinh viên sao cho khi ra trường kiếm được việc làm là mục tiêu cao nhất của nhà trường, thay vì đào tạo sinh viên thành những người dám chấp nhận rủi ro và thách thức để thể nghiệm những ý tưởng mới mẻ và trở thành người tạo ra việc làm chứ không chỉ là đi tìm việc làm.

- Hoạt động đào tạo còn mang nặng tính hành chính của thời kỳ “bao cấp”, chưa tôn trọng nguyên tắc “Cung – Cầu” trong đào tạo để đáp ứng nhu cầu xã hội, theo đó việc giao chỉ tiêu tuyển sinh cho các cơ sở đào tạo còn mang tính “xin – cho”, thiếu căn cứ thực tiễn trong dự báo nhu cầu xã hội đối với cấp đào tạo. Hệ quả là tình trạng tuyển sinh ngành thừa, ngành thiếu còn phổ biến trong nhiều cơ sở đào tạo; các cơ sở đào tạo không được tự chủ trong hoạt động tuyển sinh;

- Thiếu chính sách phù hợp, theo đó chính sách đào tạo hiện nay không đảm bảo sự công bằng với các khối đào tạo (ưu tiên đối với khối công lập trong lập mã ngành, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, v.v.), không hấp dẫn đối với các giảng viên trình độ cao trong và ngoài nước.

- Hạn chế về năng lực đào tạo, theo đó thiếu cả về số lượng đội ngũ giảng viên (cơ hữu và thỉnh giảng) và về chất lượng đội ngũ

giảng viên (trình độ nghiệp vụ đạt tiêu chuẩn khu vực và quốc tế, khả năng nghiên cứu khoa học, khả năng sử dụng ngoại ngữ, kỹ năng sư phạm,...)

Chính vì vậy, nguồn nhân lực của nhiều ngành, điển hình như ngành du lịch hiện nay là “vừa thiếu, vừa yếu” hoặc “vừa thừa, vừa thiếu”. Về bản chất, nhiều ngành hiện đang thiếu nhân lực đáp ứng yêu cầu công việc, thừa nhân lực không đáp ứng yêu cầu công việc và đặc biệt là thiếu nhân lực có chất lượng cao. Nguyên nhân của tình trạng này được xác định như sau:

Kết quả đào tạo không đáp ứng được yêu cầu phát triển của các ngành ở cả trình độ đại học và nghề. Điều này ảnh hưởng đến nhu cầu về số lượng nhân lực đặc biệt là nhu cầu về nhân lực chất lượng cao.

Kết quả điều tra chưa đầy đủ cho thấy năng lực của sinh viên được tuyển chọn so với yêu cầu vị trí công việc thì phần lớn còn thiếu cả kiến thức (knowledge); thiếu các kỹ năng (skill) bao gồm kỹ năng cứng (về nghề, về tin học,...) và kỹ năng mềm (về giao tiếp ứng xử, về ngoại ngữ) và thiếu cả thái độ (attitude) làm việc chuyên nghiệp. Thực trạng này càng trở nên trầm trọng trong bối cảnh hội nhập của Việt Nam với khu vực và quốc tế.

Trong bối cảnh đó cần có sự thay đổi tư duy về mô hình đào tạo, nhất là trong hệ thống các trường đại học nhằm nâng cao chất lượng đào tạo với mục đích để sinh viên khi ra trường vừa có kiến thức quản lý và điều hành, vừa lại có kiến thức nghề chuyên môn một cách chuyên nghiệp và bài bản, đáp ứng yêu cầu phát triển trong bối cảnh hội nhập.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP HƯỚNG ĐẾN MÔ HÌNH ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU PHÁT TRIỂN TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

Để có thể có được nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển đáp ứng nhu cầu xã hội trong bối cảnh hội nhập ngày càng toàn diện của Việt Nam với khu vực và quốc tế, một số giải pháp sau cần được quan tâm bao gồm:

- Đổi mới tư duy trong đào tạo, theo đó, hoạt động đào tạo nhân lực phải được vận hành dựa trên nhu cầu xã hội theo nguyên

tắc “cung – cầu”; kết hợp có hiệu quả nguồn lực nhà nước và xã hội. Các nguồn lực này phải được quản lý và sử dụng có hiệu quả theo tư duy quản trị doanh nghiệp;

- Trên cơ sở đổi mới tư duy về đào tạo, cần lựa chọn mô hình đào tạo phù hợp, theo đó cần thay đổi mô hình đào tạo hiện nay và thay vào đó là mô hình mà ở đó hoạt động đào tạo phải gắn với hoạt động nghiên cứu, gắn với thực hành kỹ năng nghề và phát huy được về thực chất tính tự chủ của cơ sở đào tạo trong việc tuyển sinh đầu vào, tuyển dụng giảng viên,... theo cơ chế thị trường có sự hướng dẫn của quản lý nhà nước.

Xây dựng và phát triển Học viện Du lịch chính là mô hình hiệu quả gắn hoạt động đào tạo với nghiên cứu mà nhiều ngành kinh tế ở Việt Nam cũng như ở các nước có du lịch phát triển thực hiện thành công.

Mô hình đào tạo cần được thay đổi theo hướng đảm bảo tính liên thông giữa các bậc đào tạo và tạo cơ hội để sinh viên có thể theo học suốt đời và có thể nhận chứng chỉ/bằng ở các cấp học tương ứng sau khi hoàn thành các môn học theo quy định để xin việc làm.

Với mô hình đào tạo liên thông các bậc học từ trung cấp đến đại học trong một cơ sở đào tạo, việc thiết kế chương trình đào tạo phải được thực hiện dưới dạng hệ thống mô-đun với sự phân cấp cho từng bậc đào tạo, trong đó chú trọng kết hợp chặt giữa lý thuyết và thực hành, đặc biệt là thực hành về kỹ năng nghề. Bên cạnh đó, chương trình đào tạo phải được thiết kế phù hợp với các tiêu chuẩn khu vực và quốc tế và mang tính liên thông giữa các bậc đào tạo cũng như liên thông giữa các cơ sở đào tạo trong nước với khu vực và quốc tế.

Cùng với sự đổi mới về mô hình đào tạo là đổi mới về tổ chức của cơ sở đào tạo, trong đó đặc biệt quan trọng là đổi mới mô hình quản lý của Ban lãnh đạo nhằm có được hoạt động quản trị có hiệu quả nhất.

- Đổi mới chính sách đào tạo theo hướng tôn trọng tính tự chủ của các cơ sở đào tạo (xây dựng chương trình đào tạo, chính sách đãi ngộ, thu hút đội ngũ giảng viên có trình độ, tuyển sinh, cấp

chúng chỉ/bằng,...); nhà nước tạo môi trường đào tạo cạnh tranh lành mạnh, giám sát thực thi pháp luật, kết nối hợp tác mang tầm khu vực và quốc tế và hỗ trợ nâng cao năng lực nghiên cứu.

Chú trọng chính sách nâng cao năng lực đội ngũ giảng viên cơ hữu về đào tạo và nghiên cứu; chính sách thu hút các giảng viên có trình độ từ bên ngoài, bao gồm cả các nghệ nhân, các chuyên gia đang làm việc trong các doanh nghiệp và cả các giảng viên quốc tế.

Xây dựng các chính sách hỗ trợ việc tạo lập sự kết nối bền vững, hợp tác cùng phát triển giữa các thành phần của “Hệ sinh thái đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp” bao gồm: các cơ sở đào tạo, cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức nghiên cứu – phát triển, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, các cơ quan truyền thông, quỹ đầu tư, và các cơ quan nhà nước; thúc đẩy các hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp xuất phát từ nền tảng giáo dục – đào tạo về đổi mới sáng tạo nâng cao sức cạnh tranh của các cơ sở đào tạo trên cơ sở nắm bắt cơ hội của cách mạng công nghiệp 4.0 đem lại.

– Hạn chế những can thiệp cụ thể của Nhà nước đối với tổ chức nhân sự cơ sở đào tạo, đặc biệt đối với mô hình “doanh nghiệp đào tạo”; tôn trọng tính tự chủ của các cơ sở đào tạo để các cơ sở đào tạo có thể phát huy được tốt nhất chức năng “Đào tạo – Nghiên cứu – Khởi nghiệp” trong mối quan hệ giữa Nhà nước – Cơ sở đào tạo – Doanh nghiệp với sự hỗ trợ về chính sách tại Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 về phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”.

– Tăng cường vai trò của Liên chi hội Đào tạo Du lịch Việt Nam (VITEA) và của các Hiệp hội Đào tạo chuyên ngành với tư cách là tổ chức đầu mối xây dựng chương trình thống nhất về đào tạo ở các bậc đào tạo; phân biệt về chuyên môn đào tạo du lịch và là “cầu nối” giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2010). *Chiến lược phát triển nhân lực Việt Nam thời kỳ 2011 – 2020*. Hà Nội, 2010.

2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011). *Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch giai đoạn 2011-2020*. Hà Nội.
3. Trần Duy Liên (2016). “Đề xuất thay đổi mô hình đào tạo nguồn nhân lực trong ngành Du lịch ở các trường đại học, nhằm đáp ứng nhu cầu thực tế và hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)”. Tuyển tập Hội thảo *Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam chất lượng cao đáp ứng yêu cầu xã hội trong thời kỳ hội nhập ASEAN*. Thành phố Hồ Chí Minh ngày 9/12/2016.
4. Nguyễn Văn Lưu (2019). “*Phát triển nguồn nhân lực du lịch trước tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*”. Tuyển tập Hội thảo quốc gia *Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0*. TP. Nha Trang, ngày 9/05/2019.
5. Phạm Thị Ly (2015). “Vai trò của trường đại học trong xây dựng môi trường sáng tạo khởi nghiệp”. Tuyển tập Hội thảo quốc tế *ASEAN Innovation and Entrepreneurship Developers Network: The Roles of Universities and Training Organizations in Innovation Ecosystem Development*, Thành phố Hồ Chí Minh ngày 9-10/12/2015.

XU HƯỚNG ĐÀO TẠO, PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ TẠI VIỆT NAM

PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng¹

Tóm tắt: Bối cảnh thế giới mới với nhiều xu hướng và sự dịch chuyển dòng khách trong du lịch, khiến cho du lịch Việt Nam phải nắm bắt và đón đầu xu hướng, dự báo các vấn đề liên quan đến đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch (NNLDL) chất lượng cao, chuẩn quốc tế. Các trường đại học, cao đẳng là hạt nhân trong xu thế tất yếu này. Nếu một số cơ sở đào tạo cứ đào tạo theo các cách thức thông thường thời gian qua thì khó có thể có được nguồn nhân lực chất lượng, đáp ứng yêu cầu của thị trường ngày càng khắt khe. Do đó, nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá thực trạng đào tạo, đưa ra những xu hướng đào tạo phát triển NNLDL chuẩn quốc tế, góp phần gợi mở những vấn đề cốt lõi để các cơ sở đào tạo đại học, cao đẳng nghiên cứu, áp dụng, giúp NNLDL Việt Nam ngày càng mạnh mẽ và được thị trường đánh giá cao.

Từ khóa: nguồn nhân lực, xu hướng, chất lượng, chuẩn quốc tế, đào tạo.

TRAINING AND DEVELOPMENT TRENDS OF TOURISM HUMAN RESOURCES INTERNATIONAL STANDARDS IN VIETNAM

Abstract: The new world context with many trends and shifts in tourist flows requires Vietnamese tourism to grasp and anticipate trends, forecasting issues related to training and human resource development hiquality, international standard tourism. Universities and colleges are the nucleus in this inevitable trend. If some training facilities continue to train in the usual ways over time, it will be difficult to have quality human resources to meet the increasingly demanding market requirements. Therefore, this study aims to evaluate the current state of training, provide training trends for developing tourism human resources with international standards, and contribute to suggesting core issues for university and college training institutions. Research, apply, and help Vietnam's tourism resources become increasingly stronger and highly appreciated by the market.

Keywords: human resource, trend, quality, international standard, training.

¹ Trưởng Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghệ Đông Á; Tổng Thư ký Liên chi hội Đào tạo Du lịch Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những tháng đầu năm 2024, du lịch Việt Nam đang đón chào lượng khách quốc tế tăng cao so với năm 2023. Tín hiệu tích cực này là động lực cho ngành, đồng thời là cơ hội và thách thức cho nguồn nhân lực du lịch Việt Nam để đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của thị trường, đặc biệt là khách quốc tế. Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành Du lịch Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức trong đó có yếu tố nhân lực. Nhiều năm qua, ngành du lịch đã có những nỗ lực trong việc phát triển nhân lực và bước đầu đạt được các hiệu quả nhất định. Tuy nhiên, vẫn còn một số tồn tại cần khắc phục. Các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch dù nhiều về số lượng nhưng nhìn chung chưa đáp ứng được yêu cầu tiêu chuẩn ngày càng cao, đặc biệt là tiêu chuẩn quốc tế của ngành, tỷ lệ học sinh, sinh viên ra trường đáp ứng được chuẩn quốc tế tương đối thấp.

Thực tế đó đòi hỏi toàn ngành Du lịch của chúng ta phải rất nỗ lực, cùng chung tay bàn thảo để có hướng đi đúng đắn cho việc tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu thị trường. Về ưu điểm, số lượng nhân lực trong ngành du lịch của nước ta đang có xu hướng tăng. Điều này phản ánh rõ nét vai trò đặc biệt quan trọng của ngành cũng như tính hiệu quả của công tác xã hội hóa hoạt động du lịch. Đội ngũ nhân lực của ngành được đánh giá là một trong các nhân tố quan trọng đóng góp tích cực vào thành tựu xây dựng, phát triển ngành trong nhiều năm qua. Trình độ, kỹ năng chuyên môn, năng lực quản lý,... ngày càng được nâng cao. Tuy nhiên, thực tế cho thấy ngành du lịch Việt Nam đang thiếu hụt trầm trọng nguồn nhân lực. Theo số liệu của Tổng cục Du lịch (nay là Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch), hàng năm ngành du lịch cần tới 40.000 lao động. Tuy nhiên, thực tế nguồn cung chỉ đảm bảo được khoảng 20.000 nhân lực. Trong đó, chủ yếu là lao động trình độ trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn. Ngoài ra, nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế lại chiếm tỷ lệ rất thấp trong số các sinh viên ra trường hàng năm. Với thực trạng nguồn nhân lực du lịch hiện nay, Nhà nước cũng như các doanh nghiệp du lịch cần có nhiều biện pháp đặt ra nhằm

phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, qua đó, thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch một cách nhanh chóng.

Xu hướng du lịch trên thế giới và tại Việt Nam ngày càng có những biến đổi, khó lường cả về cầu du lịch, cung du lịch trong thị trường du lịch. Mức độ cạnh tranh ngày càng gắt gao. Do đó, du lịch Việt Nam cần nắm bắt xu hướng, dự báo và đánh giá nội lực để phát triển nguồn nhân lực du lịch phù hợp, đáp ứng yêu cầu thực tiễn, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế.

2. NỘI DUNG

2.1. Xu hướng, bối cảnh thị trường du lịch thế giới và tại Việt Nam

Tổ chức Du lịch Liên hợp quốc (UN Tourism) nhận định, đến năm 2030, khách du lịch đi với mục đích thăm viếng, sức khỏe, tôn giáo sẽ chiếm 31% tổng lượng khách du lịch; với mục đích thăm quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí chiếm 54%; với mục đích công việc và nghề nghiệp chiếm 15%. Một trong những xu hướng quan trọng nhất là sự quan tâm mới đến du lịch bền vững, khi mọi người nhận thức rõ hơn về tác động của du lịch đối với môi trường và cộng đồng địa phương. Tính bền vững đã trở thành một vấn đề ngày càng quan trọng trong những năm gần đây và khách du lịch giờ đây nhận thức rõ hơn bao giờ hết về tác động của các chuyến đi của họ đối với môi trường. Điều này có thể bao gồm các hoạt động như tình nguyện trong các dự án bảo tồn, ở trong những nơi ở thân thiện với môi trường và hỗ trợ các doanh nghiệp bền vững tại địa phương.

Tuy mục đích của đa số thị trường khách vẫn là tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí, song nhiều nhu cầu mới sẽ hình thành. Du khách ngày càng quan tâm tới nhu cầu trải nghiệm hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống (tính khác biệt, đặc sắc, nguyên bản), giá trị tự nhiên (tính nguyên sơ, độc đáo), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi). Du lịch trải nghiệm là tất cả về việc hòa mình vào văn hóa, lịch sử và phong tục địa phương của một điểm đến. Điều này có thể bao gồm tham gia lớp học nấu ăn với đầu bếp địa phương,

học nghề thủ công truyền thống từ các nghệ nhân hoặc tham gia lễ hội văn hóa. Việt Nam, với chi phí của dịch vụ chữa bệnh, làm đẹp tương đối thấp so với nhiều quốc gia nên giai đoạn gần đây, đã bắt đầu xuất hiện các dòng khách quốc tế và bà con Việt kiều về Việt Nam chữa bệnh, làm đẹp, chăm sóc sức khỏe. Nhiều dịch vụ du lịch chữa bệnh, chữa lành được du khách rất thích như thiền với du lịch; Yoga với du lịch; du lịch tâm linh; làm đẹp thẩm mỹ kết hợp du lịch; nghỉ dưỡng kết hợp chữa bệnh; làm răng kết hợp du lịch;...

Ngành Du lịch đang trải qua một số xu hướng mới thú vị vào năm 2023 - 2024. Từ du lịch sinh thái đến du lịch chăm sóc sức khỏe đến du lịch đa thể hệ, sẽ có điều gì đó phù hợp với mọi đối tượng khách du lịch. Bằng cách đi đầu trong các xu hướng này, các doanh nghiệp du lịch có thể định vị mình để thu hút và phục vụ cho các phân khúc du lịch mới và đang nổi này. Trước làn sóng này, các công ty du lịch cũng phải đầu tư chất xám nhiều hơn trong việc xây dựng đội ngũ nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu thị trường.

Không chỉ thế giới mà ở Việt Nam, những chuyến đi nghỉ dưỡng đơn thuần không còn được lựa chọn nhiều. Du khách đang quan tâm hơn tới chất lượng trải nghiệm tại điểm đến. Khách sẽ lưu lại dài ngày hơn nếu điểm đến có nhiều trải nghiệm thú vị. Nếu trước đây, du lịch biển theo trào lưu là phổ biến thì những năm gần đây đã chuyển hướng sang nghỉ dưỡng núi, trải nghiệm văn hóa địa phương. Khách du lịch thể hệ mới là những người yêu môi trường, tôn trọng và có trách nhiệm với môi trường, vì vậy xu hướng tìm về những giá trị văn hóa đặc sắc và sinh thái nguyên sơ cũng đang trở nên thịnh hành. Du lịch công nghệ cao như du lịch thông minh, du lịch thực tế ảo, du lịch điện tử,... thông qua các khu vui chơi giải trí hiện đại, các công viên, tổ hợp giải trí cũng ngày càng thu hút số lượng lớn khách du lịch. Không nằm ngoài dòng chảy đó, diện mạo du lịch Việt Nam cũng đang có những chuyển biến tích cực theo xu thế toàn cầu.

2.2. Yêu cầu cho thị trường du lịch và nguồn nhân lực du lịch tại Việt Nam

Bối cảnh mới, du lịch Việt Nam không thể đứng ngoài cuộc. Đó là cuộc chiến định vị thương hiệu du lịch quốc gia để tạo lợi thế cạnh

tranh, tạo sức hấp dẫn. Đó là cuộc chiến định vị sản phẩm để tạo lợi thế so sánh và cuộc chiến giành thị phần từ các thị trường trọng điểm và mới nổi. Thời gian qua, khách du lịch tàu biển đến Việt Nam ngày càng tăng; khách cao cấp, người nổi tiếng bắt đầu đến du lịch tại đất nước ta mật độ ngày càng lớn; khách du lịch đám cưới của các tỷ phú Ấn Độ bắt đầu khiến chúng ta phải quan tâm vì đó là thị trường màu mỡ, lợi nhuận cao,... Khách phổ thông thì ngày càng có nhiều lựa chọn ở mọi phân khúc. Các quốc gia quanh ta như Thái Lan, Singapore, Malaysia bắt nhịp hậu COVID-19 nhanh hơn ta, hiệu quả hơn ta nên khiến cho cạnh tranh thị trường ngày càng lớn và yêu cầu cấp thiết đòi hỏi cần có nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, chuẩn quốc tế cho các vấn đề sau:

Yêu cầu chung đối với nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế: Muốn có được một nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế, các cơ sở đào tạo cần đào tạo, bồi dưỡng học sinh, sinh viên các cấp độ trình độ đạt chuẩn quốc tế. Nhìn chung, đã là chuẩn quốc tế thì tức là nguồn nhân lực du lịch đó phải đáp ứng được, thích nghi được khi có những xu hướng, biến động của du lịch thế giới, đồng thời có thể làm việc được ở các môi trường doanh nghiệp du lịch, khách sạn tiêu chuẩn quốc tế trong và ngoài nước.

+ Với cấp độ trung cấp nghề, cao đẳng nghề: Cần đạt được chuẩn VTOS trong các nghiệp vụ khách sạn và đạt chuẩn hướng dẫn viên du lịch quốc tế; điều hành du lịch quốc tế. Trong đó, đặc biệt chú trọng Ngoại ngữ; Thái độ; Tính chuyên nghiệp; Kỹ năng; Kiến thức. Đồng thời Chương trình đào tạo phải có một tỷ lệ tương đồng với chương trình đào tạo của quốc tế. Đề cương chi tiết các học phần cũng cần đáp ứng, phù hợp với chương trình khung, có mục tiêu và chuẩn đầu ra tiệm cận với nhu cầu doanh nghiệp du lịch quốc tế.

+ Với cấp độ đại học: Bên cạnh việc sinh viên tốt nghiệp đại học Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Quản trị khách sạn cần phải đáp ứng được các yêu cầu về Ngoại ngữ; Thái độ; Tính chuyên nghiệp; Kỹ năng; Kiến thức thì sinh viên khi ra trường cần phải có hành trang được đào tạo về thiết kế xây dựng sản phẩm du lịch cao cấp, chuyên

biệt, về áp dụng công nghệ trong sáng tạo sản phẩm, dịch vụ du lịch và về kỹ năng sales & marketing trực tuyến. Chương trình đào tạo và đội ngũ giảng viên phải đạt/ tiệm cận trình độ quốc tế.

Yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch phải có ngoại ngữ: Tiếng Anh là chủ đạo trong công cuộc đào tạo NNLDL chất lượng cao. Hiện nay, đại đa số sinh viên đại học tốt nghiệp ra trường có trình độ tiếng Anh không tốt. Chỉ một tỷ lệ thấp sinh viên có khả năng giao tiếp trôi chảy tiếng Anh khi ra trường. Trong khi đó, nhu cầu của ngành Quản trị Khách sạn ngày càng cao về nguồn nhân lực du lịch có khả năng sử dụng tiếng Anh. Khách nước ngoài đến Việt Nam ngày càng đông nên nhu cầu hướng dẫn viên du lịch Inbound có khả năng tiếng Anh hoặc ngoại ngữ khác cũng rất lớn. Do đó, các cơ sở đào tạo cần xem xét chuẩn đầu ra ngoại ngữ, mức độ đáp ứng và cung cấp cho thị trường nguồn nhân lực du lịch chất lượng, chuẩn quốc tế. Hiện nay, rất nhiều doanh nghiệp lữ hành, khách sạn đành phải chấp nhận tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp đại học ngoại ngữ vì điều kiện cần nhất với họ là ngoại ngữ, những nghiệp vụ, kỹ năng khác họ sẽ đào tạo ngắn hạn để nhân viên nhanh chóng bắt nhịp, còn hơn là nhân viên tốt nghiệp đại học chuyên ngành Quản trị khách sạn, Quản trị lữ hành nhưng không có hoặc yếu ngoại ngữ, dẫn đến chỉ có thể bố trí làm việc ở những bộ phận không tiếp xúc nhiều với khách nước ngoài. Đó là bất cập rất lớn và là nghịch lý đang tồn tại nhiều năm nay. Nếu không có sự thay đổi thì trong thời gian tới, nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế sẽ vẫn rất thiếu.

Yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch đáp ứng được tiêu chuẩn số hóa, công nghệ và phát triển bền vững: Với xu hướng phát triển du lịch bền vững gắn với áp dụng công nghệ, chúng ta đang chứng kiến nhiều cơ sở lưu trú, đơn vị lữ hành, điểm đến, địa phương áp dụng công nghệ kỹ thuật số, chẳng hạn như nền tảng trải nghiệm của khách, để giảm sự phụ thuộc vào giấy tờ. Hà Nội đang là địa phương đi đầu trong xu thế này. Rất nhiều công nghệ như Imuseum; AR; 3D mapping... đã được áp dụng tại nhiều điểm đến. Du lịch đêm cũng đã phát triển mạnh mẽ tại Thủ đô với 16 sản phẩm hấp dẫn. Với

một khách sạn, số hóa từ phần mềm đến những thứ như thủ tục nhận phòng và trả phòng, danh bạ khách và hệ thống thanh toán. Bằng cách triển khai các hệ thống kỹ thuật số này, các khách sạn có thể giảm mức tiêu thụ giấy, tiết kiệm chi phí và nâng cao trải nghiệm của khách với các quy trình hiệu quả và hợp lý hơn.

Yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch sáng tạo, xây dựng được các sản phẩm du lịch chuyên biệt, tạo lợi thế so sánh: Ví dụ: Du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch chữa bệnh cũng là bài toán đặt ra cho các doanh nghiệp du lịch. Các công ty lữ hành cần có các nhân viên giỏi marketing, thiết kế, xây dựng sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe, có đội ngũ hướng dẫn viên chuyên biệt; Các cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng cũng như các địa điểm du lịch cần thiết kế không gian riêng để thúc đẩy sự thư giãn và tĩnh lặng, với các tính năng như khu vườn tươi tốt, không gian thiền định và phòng cách âm. Các dịch vụ du lịch kết hợp chữa bệnh thời đại như các bệnh gout, tiểu đường, tim mạch,... Ngoài ra, khách quốc tế có xu hướng kết hợp du lịch cùng các chuyến đi công tác. Ví dụ: nghỉ biển kết hợp với hội nghị, du lịch khen thưởng kết hợp thăm dò thị trường, du lịch nghỉ dưỡng ngắn ngày kết hợp với casino..v.v. đòi hỏi các cơ sở đa dạng hoá các sản phẩm như tạo chương trình nghỉ ngơi tham quan di tích lịch sử kết hợp thăm trang trại trồng rau, chè và cây ăn quả, tổ chức các hoạt động giải trí trên biển.

Yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch giỏi về sales, marketing gắn với áp dụng công nghệ: Xu hướng chọn tour du lịch tự thiết kế, đặt chỗ qua mạng; tự lựa chọn dịch vụ, không đi theo tour trọn gói đang ngày càng rõ nét. Việc đặt dịch vụ trực tuyến đang chiếm đa số. Do đó, sau vụ việc phá sản của ông lớn ngành du lịch Cooks & Son năm 2019 và sau khi các OTA (Online Travel Agent như Booking; Agoda; Airbnb;...) ngày càng chiếm thị phần cao nhất trong các phân khúc bán sản phẩm du lịch, thì việc đào tạo được một đội ngũ NNLĐL chuẩn quốc tế có khả năng áp dụng công nghệ, giỏi kỹ năng sales & marketing là rất cần thiết. Các cơ sở đào tạo hoàn toàn có thể mở thêm các chuyên ngành đào tạo chuyên về lĩnh vực này.

2.3. Một số giải pháp

Với các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

Các cơ sở đào tạo cần nhanh chóng xem xét điều chỉnh, xây dựng mới chương trình đào tạo hai ngành chính là Quản trị Khách sạn và Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành. Về bản chất, do là khối ngành Quản trị nên cách tiếp cận đào tạo vẫn là đào tạo ra trường một sinh viên có tư duy quản trị, có tổ chức quản lý, nhưng lại phải có chuyên môn nghiệp vụ tốt, kiến thức tốt và ngoại ngữ tốt. Rõ ràng, thật khó để tốt tất cả các yếu tố trên nhưng không thể không làm. Bên cạnh các chương trình đào tạo thông thường hiện nay, nên chăng, các cơ sở đào tạo đại học cần quan tâm đào tạo theo Chương trình đào tạo hướng dẫn viên du lịch quốc tế, quản trị khách sạn quốc tế. Hầu hết các học phần sẽ được đào tạo bằng tiếng Anh. Do đó, đầu vào của sinh viên cần phải thay đổi cách tiếp cận, đó là bên cạnh tổng điểm xét tuyển theo mức sàn của trường thì riêng tiếng Anh cần mạnh dạn chỉ tuyển các em có điểm tốt nghiệp THPT hoặc trung bình chung cao, ít nhất 8 điểm, sau đó sàng lọc để có một lớp quốc tế. Số còn lại thì dành cho các học phần quản trị, kinh tế, kỹ năng, thực tế, thực hành, thực tập. Chỉ có cách làm như vậy thì mới giúp cho các nhà tuyển dụng không phải đau đầu cho bài toán nghịch lý: sinh viên tốt nghiệp đại học chuyên ngành du lịch, khách sạn tuyển được ít, trong khi sinh viên tốt nghiệp ngoại ngữ lại tuyển được nhiều. Ngoài ra, cần có chuẩn đầu ra ngoại ngữ, chủ yếu là ưu tiên chuẩn đầu ra kỹ năng giao tiếp nghe, nói.

Trong khi đó, các cơ sở đào tạo trung cấp, cao đẳng nghề thì bên cạnh đào tạo chuyên sâu nghiệp vụ, cũng cần quan tâm chuẩn đầu ra ngoại ngữ và tăng thời lượng ngoại ngữ trong việc đào tạo nghiệp vụ, trong thực hành nghiệp vụ.

Các chuyên gia chỉ ra rằng nhu cầu tuyển dụng nhân lực cho các công ty lữ hành, cơ sở lưu trú và ăn uống trong khu vực đang tăng cao. Việt Nam và các nước trong Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) đã ký kết thỏa thuận cho phép trao đổi lao động, bao gồm cả lĩnh vực du lịch. Tuy nhiên, Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch (MRA-TP) trong ASEAN yêu cầu các cơ sở giáo dục trong nước phải nỗ lực hơn nữa để đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế, và các nhà quản lý và giảng viên phải trang bị kiến thức công nghệ, theo tiến sỹ Nguyễn Anh Tuấn, Viện trưởng Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch.

Bên cạnh các thị trường truyền thống như Đông Bắc Á, Tây Âu, du lịch Việt Nam đã thấy tín hiệu vui từ các thị trường Mỹ, Ấn Độ, Úc, Đông Nam Á. Khách Tây Âu (Pháp, Anh, Đức, Ý,...) có xu hướng giảm chính là vấn đề khiến du lịch Việt Nam phải làm mới mình, tạo những giá trị và lợi thế so sánh, trong đó có vấn đề nguồn nhân lực du lịch phục vụ thị trường này cần được quan tâm. Ví dụ, hướng dẫn viên tiếng Tây Ban Nha tại Việt Nam chưa đủ để đáp ứng yêu cầu của các thị trường nói ngôn ngữ này, tiếng Ý, Đức cũng tương tự, đó đó cần tập trung phát triển đội ngũ nhân lực có khả năng đón khách. Ngoài ra, việc xúc tiến đường bay thẳng tới các thị trường này cũng cần quan tâm. Thị trường khách du lịch Trung Quốc cũng khiến chúng ta phải xem lại cách thức triển khai, bán và đón tiếp các nhóm khách thuộc thị trường tỷ dân này.

Ngoài ra, nhân sự chất lượng cao, có ngoại ngữ, có khả năng áp dụng công nghệ vào triển khai xúc tiến bán các thị trường cũng là một yếu tố cần quan tâm. Việc các OTA (các đại lý du lịch trực tuyến) trên thế giới đã dần thống trị, chiếm lĩnh thị phần du lịch của các kênh bán truyền thống đã khiến du lịch thế giới phải tư duy lại. Du lịch Việt Nam nên quan tâm đào tạo đội ngũ nhân lực có khả năng bán sản phẩm du lịch toàn cầu, sử dụng công nghệ và ngoại ngữ thành thạo, có kiến thức kỹ năng về quản trị, marketing,... Vai trò của sales & marketing ngày càng quan trọng trong bối cảnh mới.

Liên kết giữa trường đại học, cao đẳng và doanh nghiệp trong việc đào tạo nhân sự du lịch

“Đào tạo lại” là cụm từ mà hầu hết các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch đều đề cập tới khi nói về vấn đề tuyển dụng nhân sự hiện nay. Theo các chuyên gia, nguyên nhân của thực trạng này là do nguồn nhân lực mà các cơ sở đào tạo cung cấp cho thị trường chưa đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp, các trường đào tạo “mỗi nơi mỗi kiểu” (vì sự không đồng bộ trong chương trình đào tạo). Để chủ động các đơn vị sử dụng nhân lực luôn phải có những chính sách đào tạo, chiến lược đào tạo riêng, để bảo đảm các nhân sự mới khi vào nhanh chóng đáp ứng được các yêu cầu về nghiệp vụ.

Để làm được điều này, trước hết bản thân phía cơ sở đào tạo lĩnh vực du lịch cần xây dựng các chính sách, cơ chế và các quy định về hình thức, nội dung, cơ chế hợp tác và đãi ngộ, đồng thời khuyến khích nhà khoa học và cá nhân tham gia và tích cực khai thác các hợp tác với doanh nghiệp song song với việc đăng ký, xác lập và chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp để có nguồn thu tái đầu tư cho nghiên cứu, phát triển. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo cần chủ động mời các nhà quản lý, nhà khoa học giỏi từ doanh nghiệp tham gia vào hoạt động đào tạo, nghiên cứu của nhà trường, đồng thời quan tâm lựa chọn và bồi dưỡng đội ngũ cán bộ có tinh thần doanh thương, có khát vọng kinh doanh để tham gia các chương trình, dự án khởi nghiệp và phát triển ý tưởng thương mại hóa các sản phẩm nghiên cứu khoa học công nghệ.

Để việc hợp tác đạt được hiệu quả, đáp ứng được nguồn nhân sự du lịch đáp ứng với cầu thị trường hiện nay, doanh nghiệp cần nhìn nhận việc hợp tác, liên kết với đại học mang tính chiến lược: tìm cơ hội kinh doanh và đổi mới, sáng tạo, phục vụ mục tiêu phát triển lâu dài của chính doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần tạo lập các chính sách nội bộ doanh nghiệp để thúc đẩy và xây dựng nền văn hóa sáng tạo trong doanh nghiệp, đẩy mạnh hoạt động R&D tại doanh nghiệp song song với đó cần có cơ chế, chính sách hỗ trợ khởi nghiệp, khuyến khích đội ngũ nhà khoa học ở các trường đại học tham gia vào các dự án và chia sẻ học thuật với doanh nghiệp.

Các ứng viên tiềm năng mới thường đến từ các trường Đại học, Cao đẳng và các nguồn lực địa phương. Các công ty có thể nhanh chóng tăng cường kết nối với Trung tâm việc làm để tiếp cận nhóm nhân tài này. Sau khi được họ quan tâm, doanh nghiệp cần có chương trình đào tạo bài bản thông qua các khóa đào tạo thực tế và chuyên sâu để nhân viên đáp ứng yêu cầu công việc nhanh nhất có thể.

Quan tâm đến đào tạo nguồn nhân lực du lịch có khả năng áp dụng công nghệ, số hóa vào hoạt động du lịch

Cuộc cách mạng công nghệ số đã và đang đặt ra nhiều vấn đề đối với lao động, việc làm và phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, ví dụ như phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng yêu cầu mới trong bối cảnh cách mạng công nghệ số. Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh cách mạng công nghệ số đòi hỏi phải am hiểu và sử dụng thành thạo một số công nghệ cơ bản, đặc biệt là công nghệ thông tin và truyền thông; am hiểu các công nghệ cốt lõi của cách mạng công nghệ số và những ứng dụng của nó cho ngành Du lịch; có khả năng tiếp cận và thích ứng nhanh với những biến đổi mà cách mạng công nghệ số tác động đến ngành Du lịch; sẵn sàng nắm bắt, tiếp nhận và sử dụng các công nghệ mới được ứng dụng hỗ trợ cho từng vị trí công việc. Cách mạng công nghệ có thể đe dọa đến một số vị trí lao động phổ thông như: nhân viên an ninh, nhân viên vệ sinh môi trường, nhân viên soát vé, trông xe,... nếu các cơ quan quản lý du lịch và các cơ sở kinh doanh du lịch áp dụng các hệ thống cảnh báo, kiểm soát an ninh tự động; các thiết bị tự động, robot dọn vệ sinh, hút bụi, tưới cây; hệ thống vé điện tử, thẻ tham quan điện tử tích hợp. Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng, cuộc cách mạng công nghệ đem lại một số công việc mới cho nhân sự du lịch, cụ thể như hướng dẫn viên du lịch công nghệ, kỹ thuật viên du lịch công nghệ, nhân viên marketing du lịch trực tuyến, nhân viên bán hàng và hỗ trợ chăm sóc khách hàng trực tuyến và các vị trí việc làm khác tại các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh phẩm mềm du lịch, doanh nghiệp sản xuất thiết bị công nghệ phục vụ cho ngành Du lịch nhờ xu hướng du lịch mới như du lịch công nghệ cao (high-technical tourism), du lịch thông minh (smart tourism), du lịch ảo (virtual reality tourism).

Quan trọng hơn cả, cuộc cách mạng công nghệ có thể làm thay đổi tiêu chuẩn nghề du lịch, đặt ra thách thức lớn cho Việt Nam trong việc đổi mới hệ thống đào tạo nhân lực cho ngành Du lịch. Nội dung chương trình đào tạo có thể sẽ phải tăng thêm số tín chỉ cho các học phần về công nghệ thông tin hoặc phải bổ sung thêm một số học phần liên quan đến ứng dụng công nghệ

với ngành Du lịch cũng như những nghề du lịch mới xuất hiện do tác động của cách mạng công nghệ số. Sự thay đổi chương trình đào tạo sẽ kéo theo sự thay đổi đối với cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ dạy và học (phòng học, thư viện, phòng thực hành), thay đổi phương pháp dạy học, công cụ, phương tiện dạy học và thậm chí, phải thay đổi cả nguồn nhân lực tại các cơ sở đào tạo về du lịch.

3. KẾT LUẬN

Để phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghệ số, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp. Trước hết, cần bắt đầu từ cơ sở đào tạo, phải đổi mới, nâng cao chất lượng chương trình đào tạo, đặc biệt quan tâm đến ngoại ngữ, kỹ năng, kiến thức, thực tế, thực hành, thực tập. Ngoài ra, từ vấn đề nội tại, mỗi người lao động trong ngành cần tích cực học hỏi, nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ – đặc biệt là kiến thức, kỹ năng sử dụng công nghệ trong công việc, sẵn sàng tiếp cận và sử dụng công nghệ mới phục vụ công việc của bản thân. Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý du lịch các cấp, cơ quan truyền thông đại chúng đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức của đội ngũ người lao động, khách du lịch và cộng đồng về cách mạng công nghệ số với ngành du lịch; tăng cường các lớp tập huấn, bồi dưỡng, tổ chức hội nghị, hội thảo về cách mạng công nghệ số với ngành du lịch cũng là những biện pháp tích cực để nâng cao nhận thức, đổi mới tư duy cho lực lượng lao động toàn ngành. Để việc đào tạo, tập huấn được tốt đẹp, góp phần gia tăng số lượng nhân sự du lịch chất lượng cao, Tổng cục Du lịch nên phối hợp cùng các doanh nghiệp du lịch trong việc tăng cường tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo và đào tạo lại cho nguồn nhân lực du lịch nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng về cách mạng công nghệ số với ngành Du lịch. Để phát triển du lịch bền vững, nâng cao khả năng cạnh tranh, rất cần có sự rà soát, đánh giá lại, đầu tư, đào tạo lại lao động nghề phục vụ hoạt động kinh doanh khách sạn, lữ hành, hướng dẫn viên, xúc tiến quảng bá du lịch; xây dựng kế hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch trong giai đoạn bình thường mới. Bên cạnh đó, cũng có thể kỳ vọng khi du lịch từng bước phục hồi, các

địa phương và doanh nghiệp cũng sẽ có các biện pháp thích hợp để dần dần khôi phục lại và phát triển nhân sự cho mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch (2022). “Hoạt động du lịch tại nhiều địa phương khởi sắc trong quý I năm 2022”.
2. Richards, G. (2008). *Youth travel matters: Understanding the global phenomenon of youth travel*. World Tourism Organization (WTO).
3. Yunusovich, S. (2018). “Youth tourism as a scientific research object”. *Journal of Tourism & Hospitality*, 1 – 3.
4. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2030*.
5. Tài liệu Kỹ yếu Hội thảo khoa học “Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0” năm 2019 của Sở Du lịch Hà Nội;

DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN TẠI VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC

PGS.TS. Bùi Thanh Thủy¹

Tóm tắt: Du lịch có thể định nghĩa bằng nhiều cách khác nhau và nhìn nhận từ nhiều góc độ, nhưng về cơ bản nó là một lĩnh vực tổng hợp bao gồm hai khái niệm căn gốc du lịch và phát triển mà yếu tố cơ sở để thực hiện vấn đề này là yếu tố con người. Hơn nữa Du lịch - một ngành luôn ở trạng thái động, luôn thay đổi và luôn phát triển, đặc biệt khi đặt trong bối cảnh chuyển đổi số, hội nhập mang tính khu vực/ quốc tế thì việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cần phải được chú trọng do tính gắn kết chặt chẽ với thị trường lao động du lịch, sự phát triển của đời sống xã hội, nhu cầu của con người và sự chuyển đổi của ngành nghề. Trên phương diện đó, bài viết xem xét tầm quan trọng, sự tương thích của việc xây dựng đội ngũ nhân lực du lịch đối với giai đoạn hiện nay để thiết lập nên một nền cảnh cho sự thảo luận sâu hơn về vấn đề này cho mỗi giai đoạn phát triển của ngành du lịch.

Từ khóa: nhân lực du lịch, bối cảnh, yêu cầu.

TOURISM IN THE CURRENT CONTEXT AND PROBLEMS FACING HUMAN RESOURCES

Tiếng Anh: Tourism can be defined in many different ways and viewed from many angles, but it is basically a comprehensive field that includes two fundamental concepts: tourism and development, which are the basis for implementation. This problem is the human factor. Furthermore, Tourism - an industry that is always in a dynamic state, always changing and always developing, especially when placed in the context of digital transformation and regional/international integration, the training of quality human resources is essential. needs to be emphasized due to its close connection with the tourism labor market, the development of social life, human needs and the transformation of the profession. In that regard, the article examines the importance and compatibility of building tourism human resources for the current period to establish a context for further discussion on this issue for the future. each stage of development of the tourism industry.

¹ Trưởng khoa Du lịch, Trường Đại học Văn hoá Hà Nội, Email: thuybt@huc.edu.vn

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nhân lực là nhân tố quyết định nhất đối với sự phát triển của mỗi ngành, mỗi quốc gia. Trình độ phát triển của nguồn nhân lực là một thước đo chủ yếu sự phát triển của các quốc gia, các lĩnh vực ngành nghề trong quốc gia đó. Vì vậy, mọi quốc gia trên thế giới đều rất coi trọng phát triển nguồn nhân lực.

Đối với nguồn nhân lực du lịch, nhiều cuộc hội thảo mang tầm quốc gia bàn về vấn đề này liên tục được tổ chức. Trong giai đoạn với bối cảnh trong nước và trên toàn thế giới có nhiều biến động, nhiều thách thức, tác động đến lĩnh vực du lịch đòi hỏi cần phải có những định hướng, điều chỉnh mới đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

Việc nâng cao, phát triển nguồn nhân lực du lịch là một yêu cầu thường xuyên và tất yếu, một mặt, cần phải có tầm nhìn chiến lược phát triển tổng thể và dài hạn, nhưng đồng thời, trong mỗi thời kỳ nhất định, cần xây dựng những định hướng cụ thể để từ đó đánh giá thời cơ, thách thức, những khó khăn, hạn chế và nguyên nhân... giúp đề ra mục tiêu và cách thức, giải pháp phát triển thích hợp cho từng giai đoạn, phù hợp với bối cảnh kinh tế-xã hội hiện tại trong nước và quốc tế.

Hơn hết để đảm bảo nguồn nhân lực du lịch đạt chất lượng, thích ứng với từng giai đoạn phát triển, thay đổi của xã hội, ngành nghề, đáp ứng yêu cầu về chất, về cơ cấu ngành và trình độ đào tạo giúp đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh, quản trị rủi ro và hội nhập khu vực, đáp ứng nhu cầu xã hội và thị trường lao động trong và ngoài nước cũng như những biến động ngành nghề ở mỗi giai đoạn khác nhau là một yếu tố quan trọng cần phải được nghiên cứu, thảo luận một cách nghiêm túc nhất là trong giai đoạn hiện nay.

Vì vậy, nhận diện bối cảnh thực tại của ngành du lịch, những yêu cầu đặt ra đối với nguồn nhân lực du lịch và những vấn đề cần giải quyết, để đề xuất một số giải pháp đáp ứng với tình hình mới là những vấn đề cơ bản mà nội dung của bài viết đề cập.

2. BỐI CẢNH DU LỊCH HIỆN NAY VÀ NHỮNG YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC

2.1. Những thay đổi cơ bản trong du lịch

Thế giới đang phải đối mặt với nền kinh tế toàn cầu hoá, viễn thông hoá, công nghệ thông tin, chuyển đổi số, giao thông hiện đại, dịch bệnh, những hoàn cảnh và những nhu cầu mới... Du lịch do đó cũng phát sinh những biến đổi. Đó là sự xuất hiện những xu hướng mới trong du lịch như xu hướng phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh, xu hướng số hoá trong du lịch, xu hướng du lịch theo sở thích/ cá tính hoá, xu hướng đa dạng hoá sản phẩm du lịch, xu hướng chất lượng hoá sự phục vụ du lịch, xu hướng cạnh tranh hoá toàn diện của ngành du lịch...

Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, chuyển đổi số đã trở thành một xu thế tất yếu và mang tính cách mạng trong mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, trong đó có ngành du lịch. Chúng đem đến sự thay đổi trong phương thức quản lý, trong chuỗi giá trị cung ứng sản phẩm, nâng cao hiệu suất kinh doanh và năng lực cạnh tranh toàn diện.

Với tính chất đặc trưng, hoạt động du lịch là một hoạt động diễn ra trên nhiều mặt, bao gồm hoạt động xã hội, kinh tế, văn hoá, chính trị, giao lưu văn hoá và giao lưu quốc tế. Mặt khác, nhu cầu của du khách trong hoạt động du lịch rất đa dạng, phong phú vừa bao gồm nhu cầu đời sống vật chất cơ bản, vừa bao gồm đời sống tinh thần vì vậy sản phẩm du lịch là kết hợp của rất nhiều loại dịch vụ của các ngành liên quan. Chính vì thế chuyển đổi số đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động của các lĩnh vực trong ngành, các doanh nghiệp, các tổ chức và doanh nghiệp du lịch. Việc chuyển từ giao dịch truyền thống sang giao dịch điện tử, số hoá đã ảnh hưởng đến vị trí, vai trò và nhu cầu của các bên hữu quan (khách hàng, nhà cung cấp, đối tác...) trong quá trình triển khai thực hiện các hoạt động; hỗ trợ hoạt động tác nghiệp, công tác quản lý, xác định chiến lược, cách thức nhằm đạt lợi thế cạnh tranh, đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu và hiệu quả công việc. Đây là một yêu cầu mới, khó đối với nguồn nhân lực du lịch giai đoạn hiện nay.

Theo sự thay đổi của quan điểm giá trị, sự tăng trưởng dân số toàn cầu, sự phát triển kinh tế, khoa học, công nghệ, sự tác động của những biến cố lớn và chất lượng cuộc sống ngày một nâng cao dẫn đến nhu cầu du lịch của con người ngày càng đa dạng: Một là, những nhu cầu truyền thống chủ yếu như du lịch tập thể (theo đoàn), du lịch văn hoá, du lịch nghỉ dưỡng vẫn tiếp tục phát triển nhưng nội dung và phạm vi không ngừng thay đổi và mở rộng. Hai là, nhu cầu du lịch mới nổi lên, chủ yếu như du lịch chăm sóc sức khoẻ, du lịch cộng đồng, du lịch triển lãm thương mại, du lịch xanh, du lịch thông minh..., nhu cầu này đang phát triển nhanh và ngày càng mở rộng. Ba là, nhu cầu du lịch theo chuyên đề như du lịch nông nghiệp, du lịch thám hiểm, du lịch khoa học, du lịch gia đình, du lịch chữa lành..., các nhu cầu này sẽ nổi lên trở thành một bộ phận quan trọng của nhu cầu du lịch giai đoạn hiện nay. Như vậy, để làm hài lòng nhu cầu đa dạng của du khách, sản phẩm du lịch ngày càng sẽ mang những màu sắc và nội dung phong phú.

Song song với đó, sự phát triển của nền kinh tế số, khoa học kỹ thuật, khoa học công nghệ cao đã tạo cho không gian hoạt động kinh tế của xã hội loài người vươn rộng ra thêm lục địa, đại dương, bầu trời và điều đó đã làm cho hoạt động du lịch xuất hiện xu thế phát triển mang tính chuyên sâu, chuyên nghiệp. Đồng thời, làm cho xã hội không ngừng tiến vào thời đại tiêu dùng, tiến thêm một bước của sự phát triển cá tính trong tiêu dùng, du lịch theo đó sẽ phát triển rất nhanh sự cá tính hoá. Thể hiện trên thực tế hiện nay khách đi du lịch tản mạn, đi lẻ hoặc theo tập thể nhỏ tăng nhiều hơn so với khách du lịch đi theo đoàn. Các đoàn du lịch ngày càng phát triển theo mô hình các đoàn du lịch nhỏ, lấy gia đình làm hạt nhân. Bên cạnh đó là sự phát triển nhanh chóng của loại hình du lịch tự phục vụ, đặc biệt sau khi dịch bệnh covid trải qua, ngày càng nhiều du khách thích đi du lịch theo sở thích và cảm hứng của bản thân. Họ tự chọn địa điểm du lịch, sắp xếp lộ trình du lịch và thời gian du lịch.

Mặt khác, du lịch với một thập kỷ phát triển đã bồi dưỡng các du khách ngày càng thành thực và kinh nghiệm du lịch tích lũy

được ngày càng phong phú. Họ được nâng cao về trình độ giáo dục, những phương tiện truyền thông hiện đại, cách tiếp cận, xử lý các vấn đề nhu cầu nhanh chóng và sự hoàn thiện của các quy định pháp luật có liên quan, ngôn ngữ quốc tế ngày càng phổ cập khiến cho cấp độ hiểu biết của du khách tăng nhanh. Du lịch theo đó sẽ phát triển mạnh cá tính trong tiêu dùng của du khách, đòi hỏi khắt khe hơn về chất lượng phục vụ.

Trước sự toàn cầu hoá nền kinh tế và sự phát triển thống nhất của lĩnh vực du lịch thương mại, để phục vụ lưu lượng khách ngày càng tăng và yêu cầu ngày càng cao, sự phục vụ du lịch quốc tế sẽ ngày càng phải đạt tiêu chuẩn và quy phạm hoá mang tính toàn cầu cho khách hàng, đồng thời làm hài lòng yêu cầu cá tính hoá của du khách. Muốn cung cấp sự phục vụ du lịch quốc tế đạt tiêu chuẩn hoá, quy phạm hoá và cá tính hoá, kiến thức, kỹ năng và tố chất của nhân viên phục vụ du lịch không ngừng nâng cao và cần phải được chuẩn hoá một cách chính quy mang tầm khu vực và quốc tế.

Hơn nữa, mặt tốt của du lịch mang đến cho đời sống kinh tế - xã hội và viễn cảnh sự phát triển của nó khiến cho chính phủ các nước và các nhà kinh doanh du lịch ngày càng chú trọng đến sự phát triển của ngành du lịch. Ngành du lịch từ việc thiết kế sản phẩm đến phương thức phục vụ, từ chính sách giá cả đến khai thác thị trường, từ vấn đề khai thác tài nguyên đến chiến lược về nguồn nhân lực, sự cạnh tranh của nó sẽ ngày càng khốc liệt, mang tính toàn diện.

Việt Nam là thành viên của nhiều tổ chức quốc tế: Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC),... có nghĩa là ngành du lịch Việt Nam và những dịch vụ của nó đang cùng đứng trên một đường đua với quỹ đạo tiêu chuẩn quốc tế, sẽ tạo thêm nhiều việc làm và nhu cầu nhân lực ngày càng tăng, nhất là nhân lực có trình độ kiến thức, kỹ năng cao. Sự liên kết diễn ra trong du lịch đi liền với sự đòi hỏi phải có đội ngũ nhân lực trách nhiệm cao: kỹ năng, trình độ chuyên nghiệp, giỏi tay nghề, được thừa nhận rộng rãi trong khu vực; có thể di chuyển và tìm được việc làm ở các quốc gia trong khối; vươn tới chủ động tham gia vào quá

trình phân công lao động quốc tế, đảm bảo du lịch Việt Nam có vị trí xứng đáng trong chuỗi cung cấp dịch vụ chất lượng của khu vực và thế giới.

Thực tế ngày càng nhiều tập đoàn kinh tế lớn đầu tư vào các lĩnh vực, trong đó có du lịch; đồng thời cũng có việc triển khai mạnh mẽ việc đầu tư du lịch ra nước ngoài. Nhu cầu nhân lực du lịch vì thế trở nên rất lớn, sự di chuyển lao động từ nước ngoài vào nước ta và từ nước ta ra nước ngoài ngày một tăng, cạnh tranh thị trường lao động du lịch diễn ra ngày càng gay gắt.

Ngoài ra, việc áp dụng công nghệ đã thay đổi mô hình kinh doanh, cách thức vận hành, quản lý, tăng cường liên kết, xây dựng cơ sở dữ liệu, tiết kiệm chi phí, tăng doanh thu...; cùng việc mở cửa thị trường lao động tạo sự dịch chuyển nhân lực du lịch giữa các nước đòi hỏi mỗi nước trong khu vực phải nâng cao chất lượng nhân lực du lịch của mình, vì chất lượng nguồn nhân lực sẽ là yếu tố quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành và của chính quốc gia đó.

Đặc biệt, Việt Nam cũng như thế giới sau đại dịch Covid-19 ngành kinh tế du lịch bị tác động mạnh đến sự tăng trưởng với những khủng hoảng về nguồn khách, nhân lực, chi phí vận hành... Để hồi phục rất cần có sự cải tổ trên nhiều phương diện, trong đó có việc phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng.

2.2. Yêu cầu đối với nguồn nhân lực du lịch hiện nay và những vấn đề cần giải quyết

Đối với ngành du lịch, nguồn nhân lực được xem là tài sản quý giá, tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp cũng như sự phát triển bền vững của ngành. Theo báo cáo thống kê hiện nay, mỗi năm ngành du lịch cần hơn 40.000 lao động nhưng số lượng sinh viên tốt nghiệp ở các cơ sở đào tạo nghiệp vụ du lịch ra trường hàng năm khoảng 15.000 người, trong đó hơn 15% có trình độ cao đẳng, đại học... Nguồn lao động trong lĩnh vực du lịch còn thiếu về mặt số lượng, và chưa đảm bảo về chuyên môn. Chất lượng nguồn nhân lực do các cơ sở đào tạo cung cấp cho thị trường lao động du

lịch được đánh giá chung là chưa đạt yêu cầu của doanh nghiệp. Lao động có trình độ đại học và trên đại học mới chiếm 9,7%, sơ cấp, trung cấp, cao đẳng chiếm trên 50%, dưới sơ cấp là 39,3%... Trong đó chỉ có 43% được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ về các ngành nghề du lịch. Sự chuyển dịch cơ cấu nguồn nhân lực của ngành du lịch cũng chưa đảm bảo tính bền vững, quy mô còn nhỏ, chưa tương xứng với tiềm năng, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước. Nhiều lĩnh vực nhân lực còn thiếu lao động có tay nghề cao và thông thạo ngoại ngữ như dịch vụ lưu trú, hướng dẫn viên...; lực lượng cán bộ chuyên môn, chuyên gia giỏi về quản lý nhà nước, doanh nghiệp, quản trị kinh doanh, hoạch định chính sách, nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược, quy hoạch...cũng rất thiếu.

Bảo đảm nguồn nhân lực là một trong những khâu đột phá cho ngành du lịch, thực hiện thắng lợi các mục tiêu đã được đề ra trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam 2030 tầm nhìn 2045: chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chủ yếu theo chiều rộng sang phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu; tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ; chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện tái cấu trúc nền kinh tế; tăng nhanh hàm lượng nội địa hóa, giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm, doanh nghiệp và của nền kinh tế; tăng năng suất lao động, tiết kiệm trong sử dụng mọi nguồn lực;... Du lịch Việt Nam luôn cần có lực lượng lao động lớn tạo cơ hội cho kinh tế du lịch có bước phát triển mạnh mẽ, mặt khác, giải quyết sức ép lớn về việc làm và đào tạo nghề nghiệp. Đảm bảo ngày càng tăng cả về số lượng và chất lượng với cơ cấu phải hợp lý hơn theo yêu cầu đòi hỏi của sự phát triển du lịch và xu thế phát triển khoa học, công nghệ khi nước ta hội nhập quốc tế sâu, toàn diện trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Trên thực tế, từ bối cảnh thực tại phát triển nguồn nhân lực du lịch đang đứng trước những yêu cầu: 1/ Phải có đủ nguồn nhân lực để có khả năng tham gia vào quá trình vận hành của các chuỗi giá trị mang tính khu vực và thế giới; 2/ Phải có năng lực thích ứng với nền kinh tế số, với tình trạng bảo vệ các nguồn tài nguyên khai

thác và sự sụt giảm các nguồn đầu tư tài chính (do tác động và hậu quả của khủng hoảng kinh tế thế giới do dịch bệnh); có khả năng đề ra các giải pháp gia tăng cơ hội phát triển trong điều kiện thay đổi nhanh chóng của các thể hệ công nghệ, tương quan sức mạnh kinh tế giữa các nước trong khu vực và trên thế giới. 3/ *Nhân lực du lịch* phải được đào tạo để có khả năng đáp ứng những biến đổi mang tính toàn diện của ngành; 4/ *Nhân lực du lịch* phải có khả năng tham gia lao động ở nước ngoài do tình trạng thiếu lao động ở nhiều quốc gia, đồng thời có đủ năng lực để tham gia giải quyết những vấn đề trong môi trường làm việc quốc tế.

Đặc biệt với công nghệ trong giáo dục đào tạo của các nước phát triển trên thế giới, nguồn nhân lực, nguồn vốn và động lực vận động của nền kinh tế toàn cầu đã mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng đào tạo, đổi mới sự vận hành trong quản lý, cải thiện năng lực cạnh tranh quốc gia, hướng tới cạnh tranh quốc tế... và tạo ra những lợi thế so sánh về chương trình, nội dung, giáo trình, tư liệu, thông tin, dữ liệu, phương pháp giảng dạy buộc vấn đề đào tạo đảm bảo nguồn nhân lực nói chung và của du lịch nói riêng đạt chất lượng cao, chuẩn quốc tế phải được đặt ra.

Trong nền cảnh công nghệ và sự cạnh tranh, đội ngũ nhân lực du lịch phải đạt chỉ số “thông minh”, phải có khả năng thích ứng công nghệ, năng lực đổi mới, sáng tạo, đáp ứng nhu cầu thăng cấp của thị trường. Cung cấp nguồn nhân lực thông minh để quản trị du lịch theo cách thông minh. Lãnh đạo quản lý, nhân viên trong các đơn vị, doanh nghiệp ngành du lịch cần được trang bị hiểu biết về công nghệ, tư duy phản biện, quản trị và phân tích, cũng như kỹ năng giải quyết vấn đề, để đưa ra những giải pháp tích cực cho các vấn đề phát triển bền vững.

Việc thành công của một quốc gia hay doanh nghiệp du lịch trong phát triển du lịch phụ thuộc nhiều vào nhân tố con người. Bởi nhân tố này là cầu nối giữa doanh nghiệp và du khách đồng thời là nhân tố quan trọng để du khách quay trở lại. Do đó, công tác đào tạo nguồn nhân lực đủ tiêu chuẩn, trình độ phục vụ luôn đòi hỏi sự

quan tâm và phối hợp đồng bộ, chặt chẽ của các cấp, các ngành và toàn xã hội.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP TRONG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO ĐẢM BẢO SỰ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY VÀ TIẾP THEO

3.1. Giải pháp chung đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch

- Công tác đào tạo nguồn nhân lực đủ tiêu chuẩn, trình độ phục vụ luôn đòi hỏi sự quan tâm và phối hợp đồng bộ, chặt chẽ của các cấp, các ngành và toàn xã hội. Nhà nước cần coi công tác đào tạo nói chung và đào tạo các ngành đặc thù nói riêng là vấn đề then chốt và phải được thực hiện một cách nghiêm túc, căn cơ hơn bằng những chính sách ưu tiên phát triển; Việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, theo chuẩn quốc tế phải trở thành một chiến lược quan trọng trong quá trình phát triển của đất nước. Coi đây là khâu đột phá trong quá trình hội nhập và phát triển.

- Ngành Du lịch cần quan tâm đến việc thu thập, xây dựng hệ thống thông tin về cung - cầu nhân lực du lịch trên địa bàn cả nước nhằm bảo đảm cân đối cung - cầu nhân lực. Đổi mới các chính sách, cơ chế, công cụ phát triển nhân lực (bao gồm các nội dung về môi trường làm việc, chính sách việc làm, thu nhập, bảo hiểm, bảo trợ xã hội, chú ý các chính sách đối với bộ phận nhân lực chất lượng cao, nhân tài).

- Cải tiến và tăng cường phối hợp với các bộ, ngành và địa phương liên quan điều chỉnh quy hoạch mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch đảm bảo phù hợp với sự phát triển của từng vùng, miền. Đầu tư cho những trường trực thuộc Bộ VHTTDL làm hạt nhân đào tạo nhân lực ngành du lịch ở tất cả các cấp đào tạo tại nhiều trung tâm du lịch trọng điểm Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Đà Lạt, Thành phố Hồ Chí Minh... Đồng thời hình thành các trường đào tạo chuyên nghề của địa phương. Khuyến khích mở rộng những cơ sở đào tạo du lịch ở các doanh nghiệp, ngoài công lập và có vốn đầu tư của nước ngoài theo quy định của pháp luật Việt Nam. Tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hóa các loại hình trường, lớp, trung tâm và cơ sở đào

tạo, bồi dưỡng du lịch. Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội và các bộ, ngành liên quan xây dựng quy định chuẩn trường đào tạo về du lịch.

- Thúc đẩy hội nhập giáo dục Việt Nam với hệ thống giáo dục đào tạo khu vực và thế giới: tích cực trong giao lưu giáo dục (trao đổi giáo viên, học sinh/ sinh viên, giáo trình, tài liệu, sử dụng đội ngũ chuyên gia quốc tế, đưa sinh viên sang thực tập tại các nước trong khu vực...), thực hiện tốt tiêu chuẩn giáo dục trong lĩnh vực du lịch của khu vực ASEAN. Tất nhiên những lao động được đào tạo trong hệ thống giáo dục đào tạo chung của khu vực sẽ đáp ứng được tất cả các yêu cầu của thị trường lao động tại các quốc gia;

- Huy động các nguồn lực và điều chỉnh, bổ sung, hoàn thiện hệ thống chính sách đào tạo, phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch. Sửa đổi và bổ sung chính sách, cơ chế xã hội hóa phát triển nhân lực ngành du lịch. Tổ chức thực hiện các văn bản đã ban hành và tiến hành rà soát, xây dựng, sửa đổi, bổ sung, ban hành chính sách xã hội hóa công tác đào tạo nhân lực ngành du lịch theo nhu cầu xã hội.

Để đáp ứng yêu cầu tăng quy mô và nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo, bồi dưỡng nhân lực cho ngành du lịch cần phải tập trung huy động các nguồn lực cho đào tạo. Ngoài nguồn vốn từ ngân sách, cần đẩy mạnh công tác xã hội hóa, xây dựng chính sách thu hút đầu tư vào lĩnh vực đào tạo, phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch.

- Hệ thống đào tạo du lịch cần nhanh chóng đạt chuẩn quốc tế để giúp các cơ sở đào tạo đào tạo theo đúng chương trình chuẩn thống nhất và phù hợp với trình độ chung trong khu vực, công nhận lẫn nhau về trình độ và kỹ năng giữa các nước; Thiết lập khung trình độ quốc gia phù hợp với khu vực và thế giới. Xây dựng nội dung, chương trình và phương pháp giáo dục và đào tạo theo định hướng phù hợp chuẩn quốc tế và đặc thù Việt Nam; tăng cường quan hệ liên thông chương trình đào tạo giữa các cơ sở giáo dục của Việt Nam và quốc tế; thực hiện công nhận lẫn nhau chương trình đào tạo; thỏa thuận về việc công nhận văn bằng, chứng chỉ đào tạo

giữa với các nước. Đồng thời, tham khảo, học tập kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng chương trình, phương pháp giảng dạy, giáo trình môn học. Đổi mới mục tiêu, nội dung, chương trình đào tạo du lịch các cấp đào tạo theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa, quốc tế hoá;

Tham gia kiểm định quốc tế chương trình đào tạo. Thực hiện đánh giá và quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, liên kết, trao đổi về giáo dục và đào tạo đại học, sau đại học và các đề tài, dự án nghiên cứu khoa học, công nghệ. Tạo môi trường và điều kiện thuận lợi để thu hút các chuyên gia, nhà khoa học có chuyên môn giỏi và kinh nghiệm của nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài tham gia vào quá trình đào tạo nhân lực và nghiên cứu khoa học, công nghệ tại các cơ sở giáo dục;

- Nhanh chóng tiến hành chuyển đổi số, xây dựng hệ sinh thái trong hệ thống các trường đào tạo du lịch theo quy định của Bộ Giáo dục & Đào tạo, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch;

- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, chính quyền địa phương cần thực hiện thường xuyên việc cung cấp thông tin chính thống dự báo nhu cầu lao động, các chuẩn ngành, nghề đến các cơ sở đào tạo;

- Xây dựng quy định, cơ chế liên kết quốc tế trong đào tạo phát triển nhân lực ngành; liên kết giữa các cơ quan quản lý với các cơ sở đào tạo, cơ sở sử dụng nhân lực; liên kết giữa các cơ sở trong mạng lưới đào tạo; tạo hành lang pháp lý thuận lợi để thu hút các nhà đầu tư, các doanh nghiệp nước ngoài phát triển cơ sở đào tạo nghề chất lượng cao, hợp tác đào tạo tại Việt Nam;

- Bên cạnh Hiệp hội mạng lưới các cơ sở đào tạo trong cả nước, cần thiết lập mạng hỗ trợ thư viện và tư liệu du lịch, mạng cung cấp và trao đổi thông tin giữa các cơ sở đào tạo;

- Do đặc tính lao động của ngành du lịch ở nhiều trình độ khác nhau từ đơn giản (lao động nghiệp vụ) đến phức tạp (giám sát, quản lý). Vì vậy, hệ thống đào tạo du lịch nhất thiết phải đảm bảo thực hiện đào tạo liên thông từ thấp đến cao.

- Hoàn thiện và triển khai đồng bộ tiêu chí kiểm định chất lượng đào tạo và đánh giá cấp chứng chỉ kỹ năng nghề quốc gia.

Thực hiện nghiêm túc hoạt động kiểm định cơ sở giáo dục và kiểm định chương trình đào tạo; phát triển các trung tâm đánh giá kỹ năng nghề cho người lao động gắn với đầu tư xây dựng ở các cơ sở đào tạo nghề ở một số doanh nghiệp và một số cơ sở đào tạo;

- Xây dựng và ban hành tiêu chuẩn cơ sở vật chất, danh mục thiết bị đào tạo nghề cho từng loại nghề nghiệp theo tiêu chuẩn cơ sở vật chất, danh mục thiết bị đào tạo nghề của các nước tiên tiến trong khu vực ASEAN và quốc tế. Phối hợp với các Bộ ngành đưa vào tiêu chí cấp phép mở ngành, đánh giá chất lượng và xếp hạng chương trình, cơ sở đào tạo.

3.2. Giải pháp đối với các cơ sở đào tạo du lịch

Trước hết các cơ sở đào tạo cần nâng cao năng lực của tổ chức. Khi cơ chế quản trị ở các trường chưa đổi mới thì khó có thể triển khai mạnh mẽ tự chủ để cạnh tranh lành mạnh nâng cao chất lượng; đủ điều kiện cung cấp nguồn nhân lực chất lượng. Bởi quyền tự chủ một mặt đảm bảo cho các cơ sở đào tạo được tự quyết định các vấn đề của mình, nhưng mặt khác lại đề cao trách nhiệm của cơ sở trước xã hội – từ những đối tượng liên quan trực tiếp như Nhà nước, nhà đầu tư, người học và gia đình họ đến những người đóng thuế để cung cấp ngân sách hoặc để kiến tạo môi trường hoạt động cho đơn vị. Nâng cao năng lực quản lý, áp dụng công nghệ quản trị nhân sự hiện đại, thực hiện quy trình quản lý đơn vị, hoạt động đào tạo theo tiêu chuẩn ISO, mở rộng và tăng cường các hoạt động từ giảng dạy đến nghiên cứu. Đưa nhanh và vận hành thành thực công nghệ thông tin, công nghệ số vào nội dung đào tạo và quản lý quá trình đào tạo.

+ *Xây dựng đội ngũ và bồi dưỡng nâng cao chất lượng giảng dạy đối với giảng viên.* Quy hoạch, lựa chọn, đào tạo giảng viên giỏi về lý thuyết, kỹ năng thực hành và phương pháp giảng dạy. Giảng viên là người quyết định chất lượng đào tạo, vì vậy cần phải tập trung nỗ lực vào việc đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng để “chuẩn hóa” đội ngũ giảng viên. Người giảng viên phải có năng lực về kiến thức chuyên môn, kỹ năng sư phạm, kỹ năng nghề, kỹ năng quản lý, kỹ năng giao tiếp. Họ

phải được trang bị ngoại ngữ, tin học, các phương pháp giảng dạy tiên tiến để tiếp cận với thông tin mới nhất có liên quan đến quá trình dạy học, phương pháp giảng dạy mới, có khả năng tự nghiên cứu để phát triển năng lực trong môi trường liên kết.

+ *Tăng cường cơ sở vật chất đào tạo*: Đầu tư tốt cơ sở vật chất để nâng cao đào tạo. Tăng đầu tư nguồn ngân sách cho việc nâng cấp và mở rộng cơ sở đào tạo, đặc biệt là phát triển các cơ sở thực hành đạt chuẩn khu vực cho các trường đại học, cao đẳng, trung học, nghề. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và kỹ thuật phục vụ thực hành cho sinh viên; bổ sung, thay đổi kịp thời để đáp ứng với sự phát triển.

Các cơ sở đào tạo cần tạo lợi thế bằng việc thực hiện đầu tư cơ sở vật chất theo hướng áp dụng công nghệ mới, tiêu chuẩn hóa và hiện đại hóa các điều kiện dạy và học, do vậy cần ưu tiên xây dựng hệ sinh thái số, các trang thiết bị phục vụ giảng dạy học tập, quan tâm xây dựng các phòng đạt trình độ hiện đại phục vụ đào tạo và có đủ cơ sở thực hành đáp ứng nhu cầu đào tạo. Đầu tư thỏa đáng cho biên soạn giáo trình, tài liệu học tập, đảm bảo tất cả các môn học đủ sách/giáo trình, tài liệu cho sinh viên học tập. Xây dựng một môi trường xanh, đầy tính văn hóa trong các cơ sở đào tạo. Đảm bảo thư viện điện tử để chia sẻ học liệu với các cơ sở đào tạo trong nước và thế giới, cung cấp cho người học; phòng đọc thư viện đạt chuẩn và có đủ đầu sách phục vụ, bổ sung thường xuyên sách và tạp chí chuyên ngành để có điều kiện tiếp cận, cập nhật với thông tin mới diễn ra trong đời sống xã hội nói chung và trong lĩnh vực du lịch nói riêng. Mặt khác, xây dựng các trung tâm dịch vụ trong nhà trường vừa để phục vụ đào tạo, vừa làm kinh tế cho đơn vị;

+ *Thực hiện xã hội hóa để tăng cường trách nhiệm và nguồn lực*: Huy động các nguồn lực trong và ngoài nước đầu tư cho đào tạo; Sử dụng chi phí đầu tư cơ sở vật chất hàng năm một cách hiệu quả; Khai thác nguồn lực của doanh nghiệp, của các cơ quan tuyển dụng nhân lực (đây là khu vực đầy tiềm năng có thể huy động vốn, trang thiết bị, đội ngũ giáo viên có kinh nghiệm thực tiễn tham gia quá

trình đào tạo...); Tận dụng nguồn lực của cơ sở đào tạo; Nguồn lực của các tổ chức và cá nhân trong và ngoài nước; Nguồn vốn nước ngoài: nguồn vốn ODA, FDI và các dự án hợp tác quốc tế khác...

+ *Nhanh chóng hoàn tất việc kiểm định chất lượng, đánh giá* ngoài cơ sở giáo dục, chương trình đào tạo tiến tới phân tầng xếp hạng các cơ sở đào tạo du lịch để đưa hệ thống các cơ sở đào tạo nước ta vào nền nếp và hội nhập khu vực, thế giới.

Thứ hai là hoạt động trọng yếu nhất của các cơ sở đào tạo, đó là phát triển các lĩnh vực giảng dạy thông qua đổi mới mục tiêu, nội dung, phương pháp giảng dạy, nâng cao chất lượng và hiệu quả đào tạo. Đào tạo nghiệp vụ, ngoại ngữ và tin học phải gắn với thực hành. Hình thành mối liên kết giữa cấp giáo dục, với các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước nhằm đào tạo đội ngũ có kỹ năng chuyên môn cao cho ngành. Cụ thể được thể hiện:

+ *Đa dạng hoá và đổi mới chương trình đào tạo* để theo kịp sự phát triển, đáp ứng tiêu chuẩn chung của các nước trong khu vực. Đào tạo theo hướng “đào tạo chuyên gia” bằng việc phân các chuyên ngành sâu giúp người học lựa chọn đúng theo sở thích, vị trí việc làm và đảm bảo yếu tố thích ứng với môi trường và công việc sau khi ra trường, thành nhân viên có chuyên môn giỏi, tay nghề cao, giúp nhà tuyển dụng dễ dàng thu nhận, phát huy tốt thế mạnh của nguồn nhân lực, giảm đi sự chông chéo trong công tác chuyên môn.

Một chương trình đào tạo thành công phải có sự kết nối chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp, cũng như đáp ứng được nhu cầu của người sử dụng lao động một cách kịp thời. Những thông tin từ thị trường lao động là quan trọng nhất đối với việc xây dựng chương trình đào tạo, nhất là ở bậc đào tạo nghề. Trong đó, dữ liệu đáng tin cậy là thông qua việc lấy ý kiến, trao đổi trực tiếp với lãnh đạo các đơn vị tuyển dụng để đánh giá độ tương thích chương trình đào tạo với nhu cầu thực tiễn và khả năng đáp ứng của sinh viên.

Các cơ sở đào tạo phải điều chỉnh chương trình đào tạo thường xuyên, nhất là khi có những biến đổi lớn của ngành. Dựa vào khung

chương trình quốc gia, khung chương trình của ngành, tham khảo chương trình giảng dạy của các nước phát triển trong khu vực và trên thế giới để cập nhật chương trình đào tạo; thiết kế chương trình cô đọng, logic, tăng cường kiến thức thực tiễn, kỹ năng thực hành, năng lực tự tạo việc làm, năng lực thích ứng với những biến đổi của thực tế ngành nghề; nâng cao năng lực ngoại ngữ, công nghệ thông tin của sinh viên.

Xây dựng các chương trình bồi dưỡng, chương trình ngắn hạn cấp độ cao để nâng cao trình độ. Nội dung, chương trình phải được xây dựng theo hướng tiếp cận với trình độ tiên tiến trong khu vực và trên thế giới. Huy động các chuyên gia làm việc tại các cơ sở giáo dục, đào tạo khác, các cơ sở nghiên cứu khoa học, cơ quan quản lý tham gia xây dựng nội dung chương trình và đánh giá kết quả đào tạo.

Chú trọng đào tạo kỹ năng nghề gắn với nhu cầu hội nhập, ưu tiên phát triển các kỹ năng mới trong lao động du lịch nhằm đáp ứng đòi hỏi của phát triển bao gồm kỹ năng lao động xanh, làm việc bền vững, có trách nhiệm, truyền thông đa phương tiện, nghiệp vụ thương mại điện tử... để bắt nhịp được sự phát triển; phải gắn với các kỹ năng mềm như ngoại ngữ, kỹ năng giao dịch, kỹ năng marketing, kỹ năng giao tiếp trong môi trường đa văn hoá, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng quản lý hiệu quả công việc, tác phong lao động công nghiệp, kỷ luật lao động giúp sinh viên, người lao động có thể làm việc ở môi trường đa quốc gia. Bên cạnh đó trong chương trình đào tạo cần phải lồng ghép giáo dục phổ biến kiến thức pháp luật của các quốc gia trong khu vực, các cam kết pháp lý trong cộng đồng ASEAN cũng như các thị trường lao động khác.

+ *Đa dạng hoá phương thức đào tạo*: đào tạo tại chỗ, đào tạo từ xa, phối hợp với các doanh nghiệp xây dựng trường học thực hành, học, thi tại cơ sở; đào tạo theo chương trình liên kết; đào tạo theo chương trình nhượng quyền (franchise), và đào tạo trực tuyến... để kết nối mạng lưới người dạy, người học và doanh nghiệp, tạo môi trường thuận lợi cho người học và môi trường giám sát, đánh giá nhân lực cho các nhà tuyển dụng lao động.

+ *Áp dụng đúng chuẩn đầu ra* tương ứng với chuẩn khu vực theo các thông tư do Bộ Giáo dục & Đào tạo ban hành quy định chuẩn kiến thức, kỹ năng tối thiểu của các trình độ giáo dục theo hướng tương thích với khung trình độ tham chiếu của ASEAN. Thay đổi phương pháp kiểm tra, đánh giá trên cơ sở đánh giá “*năng lực*”, bao gồm cả 3 yêu cầu: kỹ năng, kiến thức, thái độ. Cuối kỳ, thay vì thi viết, học viên được thi thực hành để kiểm tra các đơn vị “*năng lực*” đã được học. Tập trung chủ yếu vào việc đánh giá “*năng lực*” chuyên môn nghiệp vụ và giao tiếp ngoại ngữ, tin học.

+ *Phương pháp dạy học chính* là phương pháp hỗ trợ cho sự khám phá, vì vậy cần tích cực hóa người học để khơi dậy năng lực sáng tạo và thích ứng với những biến động của thị trường. Đổi mới về phương pháp dạy học là con đường ít tốn kém nhất để mang lại hiệu quả cao trong điều kiện nguồn nhân lực còn hạn chế. Nên tăng cường giờ thực hành, thực tế; khuyến khích, kiên trì vận dụng giảng dạy lý thuyết kết hợp với thực hành phù hợp với từng hoạt động nghề nghiệp, tăng cường quan hệ giữa nhà trường với các cơ quan, doanh nghiệp để tạo điều kiện cho sinh viên thực hành, thực tập. Vận dụng các phương pháp dạy học tiên tiến để phát huy tính chủ động, tích cực của sinh viên, phát huy được năng lực của giảng viên. Đẩy mạnh áp dụng chương trình học điện tử (E – learning), các học liệu như phim, multimedia...; ứng dụng công nghệ thực tế ảo, mô phỏng 3D, 4D, công nghệ VR... để tăng việc tiếp cận thực tế, thao tác nghiệp vụ giúp sinh viên dễ hiểu, lôi cuốn kích thích việc tìm hiểu, học tập.

Khuyến khích và đẩy mạnh các hình thức liên kết giữa các cơ sở đào tạo và cơ sở tuyển dụng; kết hợp đào tạo kiến thức và kỹ năng cơ bản tại cơ sở đào tạo với đào tạo kỹ năng nghề nghiệp tại cơ quan, doanh nghiệp.

+ *Đối với vấn đề tổ chức quá trình đào tạo.* Ổn định quy mô để nâng cao chất lượng đào tạo. Các cơ sở cần tính toán lại chỉ tiêu tuyển sinh theo các tiêu chí mới để phù hợp với tiêu chuẩn chung trong khu vực và trên thế giới.

Cần giám sát chặt chẽ việc điều hành chương trình để đảm bảo hợp lý về khối lượng, nhịp độ giảng dạy các môn cơ sở ngành, lý thuyết

chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ, làm cho các mảng kiến thức hỗ trợ lẫn nhau, không chồng chéo, tiết kiệm thời gian giảng dạy và phát huy khả năng tư duy sáng tạo của sinh viên. Theo yêu cầu giáo dục mới, cần tăng cường hoạt động nghiên cứu khoa học, tạo điều kiện cho sinh viên tham gia nghiên cứu khoa học để phát triển năng lực tư duy sáng tạo, xử lý tình huống, thích nghi với môi trường công tác. Đặc biệt, các cơ sở đào tạo cần mở các trung tâm dịch vụ; phát triển các dịch vụ có thu gắn với nghề nghiệp để nâng cao kỹ năng thực hành cho sinh viên/học sinh, giúp các em có điều kiện cọ xát với thực tế, tạo tính thích ứng và hình thành, phát triển các kỹ năng nghề nghiệp khác.

Thứ ba là chủ động mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch thông qua các dự án và các chương trình hợp tác. Xây dựng các dự án với một số nước phát triển và với các tổ chức quốc tế nhằm huy động nguồn lực nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị, đào tạo bồi dưỡng giảng viên và cán bộ quản lý, nghiên cứu khoa học. Cần thực hiện đào tạo thông qua hợp tác quốc tế theo các hiệp định đưa đi đào tạo ở nước ngoài, liên doanh trong đào tạo, hoặc mở rộng cơ hội để người học tự đi học tham dự các khóa đào tạo ở nước ngoài. Cần có chính sách khuyến khích các cơ sở đào tạo nước ngoài tham gia đầu tư theo hình thức liên doanh để đào tạo các ngành nghề mang tính quốc tế cao... và bồi dưỡng, nâng cao trình độ tiếp cận với trình độ khu vực và quốc tế. Bên cạnh đó, thực hiện công nhận tín chỉ, đồng cấp bằng với các trường đại học có uy tín trong khu vực và trên thế giới.

Đặc biệt cần nhanh chóng xây dựng hệ sinh thái công nghệ trong các cơ sở đào tạo; cập nhật, áp dụng hiệu quả những thành tựu của công nghệ thông tin, số hoá trong công tác đào tạo.

Tất cả những giải pháp trên khi triển khai rất cần sự học hỏi kỹ lưỡng và sàng lọc kinh nghiệm quốc tế về chương trình, nội dung, giáo trình, tư liệu, dữ liệu, phương pháp giáo dục và phương pháp tổ chức hệ thống giáo dục.

Tóm lại, để có được nguồn nhân lực du lịch đáp ứng đủ và chất lượng trong tình hình mới hiện nay các cơ sở đào tạo cần kết hợp sử dụng các chương trình, phương pháp giáo dục tiên tiến. Coi trọng hơn

nữa công tác xã hội hoá giáo dục và đề cao tính tự chủ với cơ chế huy động nguồn lực và sàng lọc nghiêm ngặt, chặt chẽ chất lượng giáo dục để tạo chuyển biến cơ bản về chất lượng. Đảm bảo đội ngũ giáo viên đạt trình độ cao theo tiêu chuẩn quốc tế, chuyển đổi triệt để chương trình, nội dung, phương pháp giảng dạy, học tập... theo hướng hiện đại, quốc tế. Các chiến lược, chính sách và quy định đào tạo nguồn nhân lực du lịch cần được bổ sung, hoàn thiện theo những tiêu chuẩn mới hướng đến đẳng cấp quốc tế, đáp ứng những yêu cầu mới. Lấy mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá và chuyển đổi mô hình tăng trưởng làm ưu tiên hàng đầu đối với sự phát triển của các cơ sở đào tạo, giúp cung cấp nguồn nhân lực du lịch đủ về số lượng, cao về chất lượng, thúc đẩy sự phát triển của ngành trong giai đoạn hiện nay và tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Thanh Thủy (2013), "Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo của trường đại học Văn hóa Hà Nội giai đoạn 2014 – 2020", Tạp chí Nghiên cứu Văn hóa, số 6, tr.37.
2. Phát triển thị trường lao động Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN" – Báo điện tử, Đảng Cộng sản Việt Nam, www.tapchicongsan.org.vn (ngày 29/08/2014).
3. Bùi Thanh Thủy (2012), *Những yêu cầu mới đối với nguồn nhân lực du lịch trong thế kỷ 21*, bài viết đăng trên trang web: www.huc.edu.vn.
4. Bùi Thanh Thủy (2015), *Giải pháp tăng sự chủ động hội nhập quốc tế và hội nhập có hiệu quả đối với các cơ sở đào tạo du lịch*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia "Đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao – thực trạng và giải pháp" do Bộ VHTT&DL tổ chức 11/10/2016.
5. Bùi Thanh Thủy (2012), *Những yêu cầu mới đối với nguồn nhân lực du lịch trong thế kỷ 21*, bài viết đăng trên trang web: www.huc.edu.vn.
6. Bùi Thanh Thủy (2014), *Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trước bối cảnh hội nhập lao động trong cộng đồng kinh tế Asean*, Kỷ yếu hội thảo "Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ", Thanh Hóa.
7. Bùi Thanh Thủy (2016), "Lợi ích của việc liên kết giữa các cơ sở đào tạo du lịch và doanh nghiệp", Tạp chí Du lịch (7).

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ TRONG TÌNH HÌNH MỚI

TS. Đoàn Mạnh Cường¹

Tóm tắt: Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, đại dịch COVID-19, trí tuệ nhân tạo (AI) đã làm thay đổi thị trường lao động và hoạt động đào tạo nhân lực ở nhiều lĩnh vực, trong đó du lịch không phải ngoại lệ. Hiện nay, một số vị trí việc làm trong lĩnh vực dịch vụ du lịch đang bị thay thế dần bởi robot và trí tuệ nhân tạo như: tư vấn/chăm sóc khách hàng, thuyết minh viên, pha chế đồ uống, phục vụ đồ ăn,... Thậm chí có nhiều khách sạn đã đưa vào trải nghiệm “không tiếp xúc” giữa du khách và nhân viên phục vụ. Tuy nhiên, có rất nhiều hoạt động/dịch vụ trong lĩnh vực du lịch không thể thiếu được vai trò/yếu tố của con người/nguồn nhân lực.

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, ngành Du lịch đang gặp phải những thách thức, cạnh tranh nhiều mặt về sản phẩm dịch vụ, giá cả, chính sách thị thực, trong đó có yếu tố nguồn nhân lực. Nguồn nhân lực du lịch có vai trò quyết định đến chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam. Thời gian qua, mặc dù công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch đã đạt được những kết quả nhất định, song vẫn còn tồn tại nhiều bất cập cần giải quyết nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch chính là giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho du lịch Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế trong tình hình mới.

Từ khóa: Du lịch, nguồn nhân lực, đào tạo nguồn nhân lực, chất lượng cao.

TRAINING HIGH QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES TO MEETS INTERNATIONAL INTEGRATION REQUIREMENTS IN THE NEW SITUATION

Abstract: The 4th industrial revolution, the COVID-19 pandemic, and artificial intelligence (AI) have changed the labor market and human resource training activities in many fields, of which tourism is no exception. Currently, a number of job positions in the field of tourism services are being increasingly replaced by robots and artificial intelligence such as: consulting/customer care, member interpretation, drink mixing, Food service... It has many hotels that have introduced a “contactless” experience between guests and service staff. However, there are many activities/ services in the field of tourism that cannot lack the role of human element/human resources.

In the context of Viet Nam's increasingly deep international integration, the Tourism industry is

¹ Văn phòng Quốc hội, Email: dmc.vpqh@gmail.com.

opposite threats and multi-faceted competition in terms of products, services, prices, visa policies, including human resource factors. Tourism human resources play a decisive role in the quality of Viet Nam's tourism services. Recently, although the tourism human resource development has achieved certain results, but there are still many shortcomings that need to be resolved to meet international integration requirements. Improving the quality of tourism human resource training is an important solution to improve service quality for Vietnamese tourism to meet the requirements of international integration in the new situation.

Keywords: *Tourism, human resources, human resource training, high quality.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao, đang là thách thức đối với du lịch Việt Nam trước yêu cầu hội nhập quốc tế. Đây cũng là vấn đề đặt ra trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch Việt Nam một cách bền vững. Trong khuôn khổ diễn đàn ATF, so với các nước trong khu vực, thì chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam nói chung và tại các trung tâm du lịch lớn vẫn còn hạn chế. Một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến thực trạng đó, theo ý kiến chung của nhiều chuyên gia, là do nguồn nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay vừa thiếu về số lượng lại vừa yếu về chuyên môn, nghiệp vụ. Để tạo ra sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao thì chất lượng của nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò quyết định quan trọng. Chỉ khi chiến lược phát triển nguồn nhân lực được quan tâm đúng mức và hợp lý mới duy trì được thương hiệu và chất lượng phục vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Đặc biệt trong bối cảnh thỏa thuận MRA-TP cho phép dịch chuyển lao động du lịch có tay nghề thuộc khối ASEAN. Một người lao động tại Việt Nam có thể làm việc tại các nước thành viên ASEAN, trong khi đó, Việt Nam cũng có thể thu hút các lao động có trình độ để đáp ứng được các vị trí đòi hỏi trình độ cao đang bị thiếu hụt nhân lực.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, nhu cầu về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở nước ta ngày càng tăng. Theo đó, yêu cầu đối với nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng ngày càng cao, đặc biệt yêu cầu về chất lượng, kỹ năng nghiệp vụ, trình độ quản lý, ngoại ngữ và cơ cấu hợp lý. Các nước có ngành Du lịch phát triển đều quan tâm vấn đề này và đầu tư cho việc phát triển nguồn nhân

lực du lịch chất lượng cao. Trước thực tế này, các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch cần có giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Để thực hiện mục tiêu đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển bền vững và đóng góp xứng đáng vào sự phát triển kinh tế – xã hội, đòi hỏi cần phải có những chính sách đột phá, các giải pháp tổng thể nhằm xử lý ngay những khó khăn, vướng mắc, trong đó không thể không nhắc đến vấn đề phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Trong khuôn khổ tham luận này, xin đề xuất một số giải pháp nhằm đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Có nhiều cách hiểu khác nhau về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Theo cách tiếp cận định tính, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là một bộ phận cốt lõi của nguồn nhân lực du lịch, có khả năng đáp ứng những yêu cầu phức tạp của công việc trong hoạt động du lịch, từ đó tạo ra năng suất và hiệu quả cao trong công việc, có những đóng góp đáng kể cho sự tăng trưởng và phát triển của doanh nghiệp du lịch nói riêng và sự nghiệp phát triển du lịch của một địa phương và quốc gia nói chung, lôi kéo cộng đồng và toàn xã hội vào sự nghiệp phát triển du lịch.

Theo cách tiếp cận theo định lượng, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được hiểu là những người lao động đã qua đào tạo du lịch¹, có bằng cấp và trình độ chuyên môn kỹ thuật từ trình độ cao đẳng, đại học đến trên đại học (nguồn nhân lực lãnh đạo, quản lý và hoạch định chính sách, nguồn nhân lực khoa học, công nghệ,

¹ Trên thực tế, khái niệm “lao động qua đào tạo” rất phức tạp vì hiện nay có rất nhiều hình thức và phương pháp đào tạo khác nhau, từ học nghề ngắn hạn đến cao đẳng, đại học đều có thể được xem là “lao động qua đào tạo”. Như vậy, nếu coi nguồn nhân lực chất lượng cao là lao động qua đào tạo sẽ dẫn đến một sự phân hóa lớn về trình độ của nguồn nhân lực này.

đội ngũ giảng viên các trường đại học, cao đẳng,...) và nhân lực du lịch lành nghề là các nghệ nhân và lao động trực tiếp xếp bậc 3 trở lên. Trong tham luận này, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được hiểu là một bộ phận đặc biệt của nguồn nhân lực du lịch, bao gồm những người có trình độ học vấn từ cao đẳng, đại học trở lên đảm nhiệm các chức danh quản lý nhà nước về du lịch (là các cán bộ, công chức du lịch); các chức danh hoạt động sự nghiệp du lịch (các viên chức du lịch: nghiên cứu viên du lịch; giáo viên, giảng viên du lịch); các chức danh quản trị doanh nghiệp du lịch (trưởng các bộ phận hoạt động kinh doanh du lịch trở lên); các lao động lành nghề là những nghệ nhân, những nhân lực du lịch trực tiếp được xếp từ bậc 3 trở lên, đang làm việc trong các lĩnh vực của ngành Du lịch, có những đóng góp thiết thực và hiệu quả cho sự phát triển bền vững, có trách nhiệm của ngành Du lịch.

2.2. Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

2.2.1. Quan niệm

Có thể hiểu phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là một phần của phát triển nguồn nhân lực du lịch, là tổng thể các hình thức, phương pháp, chính sách và biện pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao chất lượng cho nguồn nhân lực (trí tuệ, thể chất và phẩm chất tâm lý – xã hội) làm gia tăng số lượng và điều chỉnh cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế – xã hội và phát triển du lịch trong từng giai đoạn phát triển. Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao bao hàm quá trình đào tạo, bồi dưỡng, về kiến thức chung liên quan đến nghề nghiệp, kiến thức nghề nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp, văn hóa và sức khỏe nghề nghiệp, sử dụng và đãi ngộ nhân lực du lịch chất lượng cao.

Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao bao hàm:
1) Quá trình giáo dục, đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch về kiến thức chung liên quan đến nghề nghiệp, kiến thức nghề nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp, văn hóa, thái

độ và sức khỏe nghề nghiệp du lịch; 2) Tuyển dụng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, cho các vị trí làm việc ở tất cả các nhóm nhân lực quản lý nhà nước về du lịch, nhân lực sự nghiệp du lịch, nhân lực quản trị kinh doanh và nhân lực tác nghiệp; 3) Bố trí và sử dụng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao với các chức danh phù hợp, vị trí cần thiết cho hoạt động du lịch; 4) Đãi ngộ, trả lương, bảo hiểm xã hội đối với nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Cách tiếp cận trên có thể cho phép hiểu phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là quá trình phát triển thể lực, trí lực, khả năng nhận thức và tiếp thu kiến thức, tay nghề, tính năng động của xã hội và sức sáng tạo của con người; nền văn hóa; truyền thống lịch sử;... Do đó, phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đồng nghĩa với quá trình nâng cao năng lực xã hội và tính năng động xã hội trên các mặt: thể lực, trí lực, nhân cách. Đồng thời phân bổ, sử dụng và phát huy có hiệu quả nhất năng lực đó để phát triển đất nước.

Dưới góc độ xã hội, phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được hiểu là việc tăng trưởng về số lượng, nâng cao về chất lượng, hợp lý về cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Cả ba yếu tố trên đều có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó yếu tố nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao thường được chú trọng hơn, nhưng số lượng (hay quy mô) nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao và cơ cấu của nó cũng không kém phần quan trọng.

2.2.2. Nội dung phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Để tăng số lượng, nâng cao chất lượng và hợp lý hoá cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cần căn cứ chính sách phát triển nguồn nhân lực của địa phương, vùng, quốc gia; chính sách phát triển quy mô, mật độ và cơ cấu dân số; chiến lược, quy hoạch phát triển kinh tế xã hội; chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, kế hoạch, các chương trình, dự án phát triển du lịch. Trong chiến lược phát triển du lịch và quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cần đánh giá tiềm năng và hiện trạng phát triển du lịch, trong đó

có đánh giá về hiện trạng và tiềm năng của nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao; định hướng phát triển nhân lực du lịch chất lượng cao, cả về số lượng, chất lượng và cơ cấu; các giải pháp tổ chức thực hiện phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

1) Phát triển quy mô nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Số lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được quyết định bởi số lượng học sinh, sinh viên đang tham gia học các khóa đào tạo du lịch ở các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch các cấp đào tạo, từ sơ cấp đến trung cấp, cao đẳng, đại học và sau đại học. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, có rất nhiều người được đào tạo, dạy nghề về du lịch, nhưng khi ra trường họ lại làm việc tại một lĩnh vực khác, và ngược lại, nhiều lao động không được đào tạo, dạy nghề chuyên ngành Du lịch, nhưng lại làm du lịch. Vì vậy, thống kê về số lượng lao động du lịch, trong đó có nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, thường xuyên thay đổi và rất khó kiểm soát.

Bên cạnh nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trực tiếp, còn có nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao gián tiếp, những người không tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, nhưng không kém phần quan trọng, như cộng đồng dân cư ở các điểm đến du lịch. Lực lượng này thường là gấp đôi nhân lực du lịch trực tiếp. Vì vậy, cũng cần khẳng định rằng, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng được quyết định bởi nhân lực du lịch gián tiếp. Đây là một “nguồn” cung cấp cho nhân lực du lịch chất lượng cao trực tiếp. Thực tế hiện nay, việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao gián tiếp chưa được quan tâm đúng mức.

Phát triển số lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao còn là việc thu hút nguồn nhân lực ở các ngành khác tham gia vào hoạt động du lịch. Việt Nam đang trên đà hội nhập kinh tế thế giới, kéo theo sự thay đổi cơ cấu dân số thành thị, nông thôn, phản ánh một xu hướng dân cư di chuyển từ nông thôn ra thành thị và các khu công nghiệp để kiếm việc làm. Điều này có ý nghĩa về mặt chuyển

dịch cơ cấu địa phương nói riêng của vùng nói chung. Mặt khác, trong nền kinh tế thị trường thường có hiện tượng dịch chuyển công việc, “nhảy việc”, sự mất việc phải tìm cơ hội mới. Du lịch cũng là một lĩnh vực có sự biến động kiểu này của nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao có cơ hội thu hút các đối tượng nhân lực này vào làm trong các vị trí, các chỗ làm việc phù hợp với “nhóm nhân lực này”.

Do đặc tính của ngành Du lịch là một ngành mang tính quốc tế cao và hoạt động không biên giới, vì thế, một trong những biểu hiện của phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là việc thu hút và sử dụng lao động quốc tế. Đối với các nước có ngành Du lịch phát triển thường thuê lao động ở các quốc gia khác vào làm việc, chủ yếu là ở các vị trí lao động trực tiếp cung cấp dịch vụ. Ngược lại, ở các quốc gia đang phát triển hoặc kém phát triển cả về kinh tế và du lịch, thì nhu cầu về nguồn nhân lực có trình độ quản lý và chuyên môn cao về du lịch là rất lớn. Đa phần số lượng nguồn nhân lực du lịch quốc tế được thuê đảm nhận ở các vị trí quản lý, giám đốc, cán bộ điều hành, giám sát,... Điều này có nghĩa là làm tăng, hay phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của quốc gia, vùng, miền, địa phương thuê nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao từ quốc gia và vùng lãnh thổ khác.

2) Phát triển chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Việc phát triển chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao chủ yếu được đánh giá thông qua các tiêu chí về sức khỏe, trình độ học vấn, chuyên môn và các năng lực phẩm chất cá nhân. Đặc trưng của ngành Du lịch là làm việc trực tiếp với cường độ kéo dài, áp lực lao động cao, vì thế điều kiện được xem là tiên quyết của nhân lực du lịch và nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là sức khỏe, gồm cả thể lực và trí lực. Người lao động cần rèn luyện để có một thể lực tốt bằng cách luyện tập thể dục, thể thao và có chế độ ăn uống hợp lý, chế độ nghỉ ngơi khoa học có thể đáp ứng được khối lượng lớn công việc dưới một áp lực khá cao. Chỉ khi có thể lực tốt thì mới có thể giữ cho tinh thần và trí tuệ được minh mẫn, sáng suốt, biến tri thức thành sức mạnh vật chất và tham gia vào quá trình lao động sản xuất trong hoạt động du lịch.

Chất lượng của nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao phát triển dựa trên sự phát triển của tri thức của người lao động trong ngành Du lịch. Đây là yếu tố quyết định đánh giá khả năng thực hiện nhiệm vụ được giao có kết quả hay không. Phát triển chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần vào sự phát triển kinh tế, cải thiện trình độ dân trí và đáp ứng được yêu cầu của quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế. Vì thế, việc đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, phải được ưu tiên và thỏa mãn các tiêu chuẩn trình độ học vấn và trình độ chuyên môn và nghiệp vụ.

Nhìn chung, tùy vào vị trí và tính chất công việc mà yêu cầu trình độ học vấn, nhưng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trực tiếp được yêu cầu ở mức tối thiểu phải tốt nghiệp phổ thông trung học. Vì du lịch là ngành dịch vụ mang tính phục vụ cao, sự hài lòng của khách hàng phụ thuộc rất nhiều vào sự thuần thực của lực lượng nhân lực du lịch, trong đó có nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Do đó, đòi hỏi tất cả những người hoạt động trong ngành Du lịch phải được đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng qua các lớp nghiệp vụ, chuyên môn dài hạn hoặc ngắn hạn. Đối với nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trực tiếp, phải tham dự các khóa huấn luyện về kỹ năng nghề, nghiệp vụ về lễ tân, nhà hàng, buồng, bar, bếp, hướng dẫn du lịch,... Đối với những người làm công tác quản lý nhà nước về du lịch, nghiên cứu du lịch, các giáo viên, giảng viên giảng, đào tạo viên đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch thì yêu cầu phải có trình độ chuyên môn từ bậc đại học trở lên. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu và toàn diện, dưới sự tác động đa chiều với tốc độ cao của xu hướng chuyển đổi số, của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao phải có khả năng ngoại ngữ và tin học đáp ứng được yêu cầu công việc.

Mặt khác, chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng được đánh giá qua việc phân tích, đánh giá chất lượng đào

tạo, dạy nghề của hệ thống các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch, bởi các yếu tố trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch có đảm bảo tốt cho công tác giảng dạy và học tập hay không. Cụ thể là phòng học và các trang thiết bị để dạy và học lý thuyết, thực hành nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học,... phải được xây dựng và nâng cấp để kịp thời đáp ứng cho nhu cầu đào tạo của xã hội. Du lịch là ngành mang tính thực tiễn cao, vì thế hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đào tạo, dạy nghề du lịch càng hiện đại, mang tính ứng dụng cao, phù hợp cho việc thực hành các nghiệp vụ du lịch sẽ tạo tiền đề cho người học có kiến thức và kỹ năng vững vàng trước khi thực hiện các yêu cầu nghề nghiệp.

Đối với các công chức quản lý nhà nước về du lịch, viên chức nghiên cứu, đào tạo, dạy nghề du lịch và giáo viên, giảng viên, đào tạo viên trực tiếp giảng dạy du lịch cần phải được thường xuyên cập nhật tri thức và nâng cao kỹ năng nghiệp vụ. Bởi đội ngũ giảng viên, giáo viên, đào tạo viên là những người truyền tải kiến thức, kinh nghiệm, là những người quyết định đến chất lượng của học viên. Họ chính là điều kiện để đánh giá chất lượng đào tạo, dạy nghề của các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch nói riêng và hệ thống trường học nói chung.

3) Hợp lý hóa cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Bên cạnh định hướng phát triển số lượng, nâng cao chất lượng, thì định hướng về cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, cơ cấu đào tạo, dạy nghề hợp lý cho các nghề trong du lịch cũng đóng vai trò quan trọng không kém. Để đảm bảo được tính hiệu quả kinh tế – xã hội thì cơ cấu đội ngũ nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao theo trình độ và các cấp trong hệ thống hệ thống giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch nói chung cho quản lý nhà nước, hoạt động sự nghiệp và kinh doanh du lịch cần phải xác định rõ. Điều này sẽ làm giảm thiểu sự mất cân bằng cầu – cung lao động trên thị trường lao động du lịch, không gây lãng phí nguồn nhân lực của xã hội.

Cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao có thể được xác định độ tuổi, giới tính, theo lĩnh vực hoặc nghiệp vụ du lịch (lễ tân, buồng, bàn, bếp, hướng dẫn du lịch,...), theo chức năng (quản lý, lao động trực tiếp), theo trình độ, không gian, vùng. Việc phân chia cơ cấu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao du lịch hợp lý là khi cơ cấu giữa các nhóm nhân lực du lịch chất lượng cao tương ứng với các ngành nghề, vị trí công việc và sự phù hợp của các nhóm nhân lực du lịch chất lượng cao tương ứng với yêu cầu phát triển của doanh nghiệp, của không gian lãnh thổ du lịch, nhằm khai thác tối ưu nguồn lực doanh nghiệp và tài nguyên du lịch.

3. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN QUA

Thời gian vừa qua, du lịch Việt Nam đã có sự tăng trưởng bứt phá ngoạn mục. Năm 2019 (trước khi xảy ra đại dịch COVID-19), tổng thu du lịch của Việt Nam ước đạt 700.000 tỷ, tạo bước đột phá về năng lực cạnh tranh. Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) đã công bố Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2019. Theo đó, năng lực cạnh tranh du lịch Việt Nam cải thiện đáng kể, từ hạng 67/136 lên hạng 63/140, tăng 4 bậc so với năm 2017. Bên cạnh đó, dữ liệu từ công cụ tìm kiếm điểm đến của Google cho thấy Việt Nam liên tục nằm trong top điểm đến dẫn đầu Thế giới về mức tăng trưởng lượng tìm kiếm thông tin du lịch, đạt mức tăng từ 50% đến 75%. Theo báo cáo mới nhất của Diễn đàn Kinh tế thế giới, chỉ số năng lực phát triển của du lịch Việt Nam năm 2021 xếp thứ 52, tăng 8 bậc so với năm 2019, nằm trong số 3 quốc gia có mức độ cải thiện tốt nhất trên thế giới. Những số liệu này cho thấy, du lịch đã trở thành một ngành công nghiệp văn hóa và ngày càng khai thác, chuyển hóa hiệu quả nguồn tài nguyên văn hóa thành sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam.

Sau khi đại dịch COVID-19 tạm thời lắng xuống, từ ngày 15/3/2022, Việt Nam tiến hành bình thường hóa các hoạt động, trong đó có lĩnh vực du lịch. Theo báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trong năm 2023, toàn ngành Du lịch đón 12,6 triệu lượt khách

quốc tế, vượt 57% so với mục tiêu ban đầu và đạt mục tiêu đã điều chỉnh (12 – 13 triệu lượt). Khách nội địa đạt 108 triệu lượt, vượt 6% so với kế hoạch năm 2023. Tổng thu từ du lịch ước đạt 678 nghìn tỷ đồng, vượt 4,3% so với kế hoạch năm 2023. Theo Báo cáo tình hình kinh tế – xã hội năm 2023 của Tổng cục Thống kê, năm 2023 các hoạt động thương mại, du lịch duy trì đà tăng trưởng cao, đóng góp tích cực vào tăng trưởng của khu vực dịch vụ. Giá trị tăng thêm khu vực dịch vụ tăng 6,82%, đóng góp 62,29% trong tăng trưởng chung. Về cơ cấu nền kinh tế, khu vực dịch vụ chiếm 42,54%.

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, trong bối cảnh khó khăn chung, năm 2023, lĩnh vực du lịch, dịch vụ thực sự là điểm sáng, có sự bứt phá tích cực, đóng góp quan trọng trong tăng trưởng kinh tế – xã hội đất nước. Năm 2023 là một năm phục hồi mạnh mẽ của du lịch Việt Nam. Theo công cụ theo dõi xu hướng thị trường của Google, tổng hợp dữ liệu cả năm 2023, lượng tìm kiếm của du khách quốc tế về du lịch Việt Nam đạt mức tăng trưởng trên 75%, xếp thứ 6 toàn cầu. Năm 2023, Việt Nam vinh dự nhận 19 giải thưởng hàng đầu thế giới và 54 giải thưởng hàng đầu châu Á do Tổ chức giải thưởng du lịch thế giới (World Travel Awards) trao tặng. Trong đó, Việt Nam lần thứ 4 được vinh danh là “Điểm đến Di sản hàng đầu thế giới”; lần thứ 5 liên tiếp đạt danh hiệu “Điểm đến hàng đầu châu Á”; Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam lần thứ 4 được vinh danh là “Cơ quan quản lý du lịch hàng đầu châu Á”.

Với sự phục hồi của hoạt động du lịch, các doanh nghiệp lữ hành quay trở lại thị trường và đăng ký mới tăng mạnh, số lượng hướng dẫn viên gia nhập thị trường lao động tăng thêm, cũng như có nhiều cơ sở lưu trú du lịch cao cấp 4 – 5 sao được đưa vào hoạt động. Cụ thể, đến hết năm 2023, cả nước có 3.921 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, tăng 1.027 doanh nghiệp so với năm 2022. Về đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, sở quản lý du lịch các tỉnh/Thành phố đã cấp mới 10.004 thẻ, đưa tổng số hướng dẫn viên du lịch trong cả nước lên con số 37.331. Về cơ sở lưu trú du lịch, tính đến hết năm 2023, cả nước có khoảng 38.000 cơ sở lưu trú du lịch với 780.000

buồng, trong đó có 247 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 80.896 buồng và 368 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 50.716 buồng.

Bước sang năm 2024, ngành Du lịch Việt Nam phấn đấu đạt mục tiêu đón và phục vụ 17 – 18 triệu lượt khách quốc tế; phục vụ 110 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 840 nghìn tỷ đồng. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp du lịch cần chuẩn bị đủ nguồn nhân lực phục vụ cho mục tiêu này, đồng thời các cơ sở đào tạo cũng cần có giải pháp để đáp ứng đòi hỏi chất lượng nguồn nhân lực du lịch ngày càng cao của doanh nghiệp.

4. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ TRONG TÌNH HÌNH MỚI

4.1. Tiêu chuẩn hoá nhân lực du lịch Việt Nam

Từ năm 2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xác định là năm du lịch phải tăng tốc để bước vào giai đoạn hội nhập khi mà Cộng đồng Kinh tế ASEAN chính thức hình thành vào cuối năm 2015 và thừa nhận lẫn nhau trong hệ thống tiêu chuẩn nghề của du lịch. Thỏa thuận này được các nước trong cộng đồng ASEAN rất quan tâm và nhiều nước đã đi tiên phong. Trong đó, nhân lực là yếu tố cốt lõi cho sự phát triển của mọi ngành nghề, đặc biệt là ngành Du lịch. Các nước ASEAN nói chung hay Việt Nam, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo khung trình độ đã được thừa nhận là điều kiện tiên quyết để xây dựng ngành Du lịch hội nhập quốc tế. Khi Thỏa thuận về nghề du lịch ASEAN chính thức có hiệu lực, sẽ có nhiều lao động trong khối ASEAN đến Việt Nam làm việc.

Nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực có chất lượng cho ngành Du lịch tại Việt Nam, Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội, do Liên minh châu Âu tài trợ (Dự án EU) đã sửa đổi bộ Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (VTOS). Toàn bộ các tiêu chuẩn này đã được đăng tải trên trang thông tin điện tử <http://vtos.esrt.vn/> bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh; giúp người lao động, người sử dụng lao động, giáo viên và học sinh các trường du lịch tiếp cận, áp dụng và thực hiện theo

tiêu chuẩn VTOS nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch cũng như hiệu quả đào tạo nghề du lịch một cách thống nhất. Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam sửa đổi ngoài việc kế thừa các nội dung từ phiên bản trước đã được phát triển phù hợp với các quy định của Việt Nam cũng như được chuẩn hóa, tương thích với các tiêu chuẩn nghề quốc tế, tiêu chuẩn ASEAN.

4.2. Áp dụng tiêu chuẩn VTOS

Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch (MRA-TP) được xây dựng nhằm cho phép chuyển dịch việc làm của người lao động du lịch lành nghề giữa các quốc gia thành viên và để công nhận các kỹ năng và văn bằng của người lao động du lịch từ các quốc gia thành viên khác trong ASEAN. Trước thực tế này, các cơ sở đào tạo/dạy nghề sẽ phải rà soát chương trình đào tạo và văn bằng để đảm bảo rằng chúng phù hợp với hoặc liên kết với chương trình du lịch chung ASEAN nhằm cấp ra những văn bằng thích ứng/tương đương cho sinh viên hoặc người thực tập. Bên cạnh đó, cần xem xét các văn bằng hoặc các chương trình đào tạo hiện tại phải điều chỉnh hoặc thay đổi như thế nào nhằm đáp ứng các yêu cầu của ASEAN về thừa nhận văn bằng du lịch lẫn nhau.

Xuất phát từ yêu cầu thực tế nêu trên, xin đưa ra một số khuyến nghị đối với các cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp du lịch trong triển khai áp dụng Bộ Tiêu chuẩn VTOS trong giảng dạy nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đáp ứng yêu cầu xã hội và hội nhập quốc tế như sau:

1) Thiết kế chương trình đào tạo/dạy nghề tiếp cận theo chuẩn đầu ra – năng lực cốt lõi của mỗi vị trí việc làm gắn với thực tế thị trường lao động. Đồng thời, hướng đến tính “mở”, “linh hoạt”, phù hợp cho việc áp dụng vào từng đối tượng, địa chỉ cụ thể.

2) Biên soạn chương trình, bài giảng, giáo trình các học phần/môn học/mô-đun chuyên môn theo hướng tích hợp giữa lý thuyết và thực hành. Trong đó, thời lượng dành cho phần thực hành chiếm tỷ lệ từ 70 – 75% tổng thời gian học tập.

3) Thay đổi phương pháp giảng dạy của giảng viên/giáo viên, học tập của học sinh/sinh viên theo hướng tích cực, chủ động. Nội dung bài giảng cần được thiết kế mang tính trực quan, sinh động và cụ thể với các mẫu, phiếu, biểu, hình ảnh, phim,... gắn với thực tế nghề nghiệp, gắn với doanh nghiệp. Ngoài ra, giảng viên/giáo viên phải trở thành “khách du lịch chuyên nghiệp”/“người làm du lịch chuyên nghiệp” thông qua việc tham gia trực tiếp các “học kỳ trải nghiệm” tại doanh nghiệp hằng năm hoặc mỗi năm phải có bao nhiêu “cây số” hành trình, bao nhiêu “giờ bay”, bao nhiêu điểm đến du lịch đặt chân đến.

4) Thay đổi phương pháp kiểm tra, đánh giá trên cơ sở đánh giá “năng lực”, bao gồm cả 3 yêu cầu: kỹ năng, kiến thức, thái độ. Cuối kỳ, thay vì thi viết, học sinh/sinh viên được thi thực hành và vấn đáp để kiểm tra các đơn vị “năng lực” đã được học. Tập trung chủ yếu vào việc đánh giá “năng lực” chuyên môn nghiệp vụ và giao tiếp ngoại ngữ. Đây chính là cách đánh giá rất sát thực với lực học của học sinh/sinh viên.

5) Gắn kết giữa cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình đào tạo, thực hành, thực tập của học sinh/sinh viên để tạo điều kiện thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và sử dụng lao động sau tốt nghiệp. Tuy nhiên, việc áp dụng Bộ Tiêu chuẩn VTOS trong giảng dạy còn gặp nhiều khó khăn do số đơn vị “năng lực” nhiều, trong khi thời lượng giảng dạy cho học phần/môn học/mô-đun chuyên môn lại hạn chế (đặc biệt đối với các cơ sở giáo dục đại học). Việc điều chỉnh chương trình để tăng thời lượng các học phần/môn học/mô-đun chuyên môn cũng gặp khó khăn do những quy định “cứng nhắc” bởi sự ràng buộc của chương trình khung, của yếu tố “tâm lý” giáo viên/giảng viên các bộ môn khác nhau (đặc biệt đối với các cơ sở đào tạo/dạy nghề công lập). Bên cạnh đó, sự đầu tư trang thiết bị, dụng cụ thực hành, phương tiện nghe – nhìn, hệ thống học liệu, phòng học đa năng còn rất hạn chế để có thể áp dụng phương pháp giảng dạy tích cực đối với nhiều cơ sở đào tạo/dạy nghề.

4.3. Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động đào tạo

Đề án “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và hỗ trợ các hoạt động dạy – học, nghiên cứu khoa học góp phần nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo giai đoạn 2016–2020, định hướng đến năm 2025” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt năm 2017. Sau đó, năm 2022 Thủ tướng Chính phủ tiếp tục phê duyệt Đề án “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo giai đoạn 2022 – 2025, định hướng đến năm 2030”. Theo đó, mỗi cơ sở đào tạo nhân lực du lịch trong thời gian cần triển khai hệ thống thông tin quản lý, cơ sở dữ liệu. Bên cạnh đó, triển khai hệ thống quản lý hành chính điện tử và liên thông toàn ngành; hệ thống họp, hội thảo, tập huấn chuyên môn qua mạng; bổ sung, cập nhật các dịch vụ công trực tuyến tối thiểu mức độ 3, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin tuyển sinh đầu khóa. Đồng thời, quản lý sinh viên, quản lý giảng viên, quản lý giáo án, bài giảng số, quản lý thi, xếp thời khóa biểu, sổ quản lý điện tử; tích hợp với trang tin điện tử của nhà trường trên môi trường mạng ở tất cả các khóa học.

Đối với giảng viên phải đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin để đổi mới nội dung, phương pháp dạy – học, kiểm tra đánh giá và nghiên cứu khoa học. Phải xây dựng và thường xuyên cập nhật kho học liệu số dùng chung, gồm: Bài giảng, giáo trình, đề thi điện tử, học liệu số đa phương tiện, phần mềm mô phỏng và các học liệu khác. Tiếp tục xây dựng và thường xuyên cập nhật hệ thống ngân hàng câu hỏi trực tuyến của các môn học và phần mềm kiểm tra, đánh giá tập trung qua mạng phục vụ sinh viên, giảng viên trên nguyên tắc thiết thực, hiệu quả. Ngoài ra, các cơ sở đào tạo du lịch phải đầu tư xây dựng và hoàn thiện cổng thư viện số (giáo trình, bài giảng, học liệu số) liên thông, chia sẻ học liệu với các cơ sở đào tạo khác nhằm nâng cao năng lực nghiên cứu, đào tạo trong giáo dục đại học; triển khai hệ thống học tập trực tuyến (E-learning); khai thác, ứng dụng các phần mềm quản lý doanh nghiệp du lịch, khách sạn, lữ hành vào trong quá trình giảng dạy cho sinh viên.

4.4. Tăng cường hình thức đào tạo trực tuyến kết hợp đào tạo truyền thống

Cuộc cách mạng khoa học công nghệ thông tin đã có những tác động lớn đến ngành giáo dục, đào tạo trực tuyến từ nhiều năm trước đây đã là khái niệm không còn mới mẻ đối với nhiều người, tuy nhiên, sự bùng phát của đại dịch COVID-19 đã khiến cho việc dạy và học trực tuyến trở thành xu hướng tất yếu. Trong tương lai, các khóa học trực tuyến chắc chắn sẽ trở thành hướng phát triển mới của nhiều cơ sở đào tạo bởi những ưu điểm thấy rõ của nó như giúp người học có thể tiếp cận kiến thức một cách dễ dàng hơn nhờ giảm chi phí đào tạo, hạn chế việc đi lại, chủ động, linh hoạt về mặt thời gian. Các cơ sở đào tạo cũng sẽ trở nên thành thạo và linh hoạt hơn trong việc cung cấp các khóa học theo nhiều phương thức khác nhau. Điều này cho phép họ đối phó với các tác động ngắn hạn và trung hạn do bệnh dịch, thiên tai gây ra đối với hoạt động đào tạo.

Đào tạo trực tuyến mở rộng cơ hội giao lưu với toàn cầu, những người giỏi nhất trong lĩnh vực du lịch ở bất kỳ đâu trên thế giới cũng có thể đào tạo sinh viên với tư cách là khách mời hoặc làm giảng viên thỉnh giảng. Những “mentor” – người cố vấn dày dạn kinh nghiệm trong nghề có thể nhận hướng dẫn, truyền cảm hứng cho sinh viên. Duy trì việc tổ chức những webinar, workshop online để kết nối mạng lưới giữa người dạy, người học và doanh nghiệp trên phạm vi rộng lớn nhằm cổ vũ tinh thần học tập, hướng đạo thái độ nghề nghiệp một cách kỹ càng, đồng thời cập nhật những diễn biến, xu hướng mới của ngành, nghề. Tuy nhiên, với một số đặc điểm của hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch thì việc ứng dụng hoàn toàn công nghệ thông tin trong quá trình đào tạo khó có thể được coi là giải pháp thay thế mà chỉ là giải pháp tình thế. Để ứng phó với việc sinh viên không thể tới trường tham gia các tiết học thực hành, thực tập tại các doanh nghiệp du lịch, thực tập và kiến tập trên những tour, tuyến điểm du lịch,... chắc chắn sẽ cần thêm thời gian để tìm hiểu, nghiên cứu các giải pháp có hiệu quả hơn. Những sự thay đổi trong công tác đào tạo cần thời gian nhất định để nghiên cứu, thí điểm và kiểm định kết quả trước khi

áp dụng đại trà. Đối với những môn học đã chứng minh được kết quả khả quan thông qua đào tạo trực tuyến, các cơ sở giáo dục vẫn có thể tiếp tục triển khai giảng dạy thông qua hình thức này.

4.5. Cập nhật nội dung chương trình đào tạo

Nội dung chương trình đào tạo trực tuyến sẽ được xây dựng theo hướng mở, phù hợp cho nhiều đối tượng. Nhiều chương trình đào tạo truyền thống cũng có thể lồng ghép các nội dung giảng dạy trực tuyến nhằm giải quyết bài toán về thời gian, chi phí và nhân sự đào tạo. Bên cạnh đó, các nội dung đào tạo cũng sẽ tập trung vào mục đích hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực có khả năng ứng dụng những tiến bộ công nghệ để thực hiện việc du lịch thông minh. Điều này nhằm đáp ứng các yêu cầu của thị trường tuyển dụng, cần một đội ngũ nhân sự nắm vững các kiến thức và kỹ năng liên quan đến ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh du lịch. Các cơ sở giáo dục đào tạo sẽ lồng ghép thêm nhiều kỹ năng về tin học, truyền thông đa phương tiện để người học có được những kỹ năng thiết yếu trong thời đại mới. Cập nhật thường xuyên các kiến thức mới về du lịch thông minh và công nghệ số, nghiệp vụ thương mại điện tử. Bên cạnh đó, để đáp ứng được các yêu cầu của thị trường tuyển dụng, cá nhân người học cần phải có ý thức tự trau dồi năng lực ngoại ngữ, tin học và tích cực rèn luyện để có kỹ năng phù hợp với yêu cầu của xã hội thời đại 4.0.

4.6. Nghiên cứu ứng dụng công nghệ mới trong đào tạo

Ứng dụng công nghệ vào giảng dạy là một xu thế tất yếu, có vai trò quan trọng và sẽ đem lại lợi ích nhất định cho các cá nhân, tập thể và cho toàn xã hội. Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hiệp quốc (UNESCO) dự báo: Công nghệ thông tin sẽ làm thay đổi nền giáo dục một cách cơ bản và toàn diện, có hệ thống và mang tính hội nhập cao vào đầu thế kỉ XXI. Những công nghệ mới sẽ được nghiên cứu và ứng dụng vào trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Thực tế ảo trong đào tạo (Virtual Reality in Education) là một công nghệ mà các cơ sở đào tạo du lịch có thể sử dụng tới trong

tương lai. Thông qua ứng dụng công nghệ thực tế ảo, sinh viên có được trải nghiệm thực tế về các điểm đến du lịch cũng như một số khu vực trong nhà hàng, bếp, khách sạn bằng những mô phỏng 3D hay 4D. Công nghệ VR mang lại cho sinh viên cách tiếp cận dễ hiểu, phong phú và hấp dẫn hơn so với việc học tập thông qua sách, trang web hoặc thậm chí video. Đặc biệt là trong các bối cảnh mà quá trình đi thực tế, thực tập không thể thực hiện được, thì những tác động do sự gián đoạn gây ra cũng được giảm thiểu tối đa.

4.7. Tăng cường bồi dưỡng công nghệ thông tin cho đội ngũ giáo viên, giảng viên du lịch

Một trong những nhân tố chủ yếu quyết định sự thành công của giáo dục là đội ngũ giáo viên, giảng viên. Vì vậy, để khắc phục các khó khăn trong triển khai đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở bất kỳ giai đoạn nào cũng cần đặt trọng tâm ở công tác nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên, giảng viên. Tuy nhiên, dưới tác động của dịch bệnh COVID-19 và tương lai phát triển dài hạn của cuộc cách mạng khoa học công nghệ 4.0, những biện pháp như tập huấn nâng cao trình độ chuyên môn, sử dụng công nghệ thông tin phục vụ dạy học cần được thực hiện đều đặn và thường xuyên tại mỗi cơ sở đào tạo. Cụ thể: Bồi dưỡng cho giảng viên chủ động tham gia các hình thức đào tạo tiên tiến, đào tạo trực tuyến, để vừa nâng cao trình độ, vừa tiếp cận các mô hình dạy học mới, qua đó giúp họ bổ sung kiến thức, đa dạng hóa các hình thức giảng dạy. Bên cạnh đó, mỗi giảng viên cần tích cực xây dựng và cập nhật kho học liệu số dùng chung, gồm bài giảng, giáo trình, đề thi điện tử, học liệu số, các phần mềm mô phỏng và các học liệu khác cần thiết. Ngoài ra cần có sự liên kết, chia sẻ học liệu với các cơ sở đào tạo khác nhằm nâng cao năng lực nghiên cứu, đào tạo, giảng dạy cho đồng bộ.

4.8. Liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp

Các cơ sở có giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp du lịch phải gắn kết với hiệp hội nghề nghiệp, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch để dự báo nhu cầu lao động, xây dựng chuẩn

đầu ra và đào tạo học sinh, sinh viên, học viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu ngành nghề: 1) Thoả thuận doanh nghiệp là nơi thực hành, thực tập của cơ sở đào tạo; sử dụng cơ sở vật chất, trang thiết bị, phần mềm,... của doanh nghiệp để đào tạo thực hành. Thời gian đào tạo tại các doanh nghiệp ít nhất bằng tổng thời gian thực hành, thực tập của chương trình đào tạo và không ít hơn 50% tổng thời gian thực hiện chương trình đào tạo; 2) Doanh nghiệp cử chuyên gia tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, đánh giá kết quả học tập của người học; 3) Phối hợp dự báo nhu cầu nhân lực của các ngành Du lịch về số lượng, yêu cầu chất lượng; phối hợp đầu tư cơ sở vật chất theo hướng đẩy mạnh xã hội hóa, tăng cường hợp tác công tư, chú trọng xây dựng các cơ sở thực hành, thực tập chất lượng cao, theo chuẩn mực khu vực và quốc tế phục vụ đào tạo nhân lực du lịch.

Các cơ sở đào tạo du lịch các cấp cần phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp để có những phương án tối ưu trong tổ chức đào tạo nhằm bù đắp phần nào thiếu hụt trong học tập thông qua thực tế do tác động của dịch bệnh. Hiệp hội các doanh nghiệp theo nhóm (lữ hành, khách sạn,...) cần bắt tay với các trường để chuẩn bị nguồn nhân lực cho sự phục hồi du lịch sau dịch COVID-19: hỗ trợ xây dựng, tối ưu các giáo án điện tử, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao có thể tham gia giảng dạy trực tuyến tại các trường. Tận dụng nguồn tài nguyên hiện đang nhàn rỗi do dịch bệnh, tổ chức các webinar, diễn đàn trực tuyến kết nối giữa nhà trường, doanh nghiệp và sinh viên tạo cơ hội được bày tỏ, chia sẻ và tháo gỡ các vướng của các bên và tìm tiếng nói chung trong nỗ lực chung phát triển ngành Du lịch. Cần có chính sách thu hút đội ngũ chuyên gia từ doanh nghiệp để cùng tham gia xây dựng bài giảng trong các học phần đào tạo trực tuyến. Các cơ sở đào tạo cần có nhiều giải pháp phối hợp, liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp chuyên cung cấp công nghệ đào tạo trực tuyến và doanh nghiệp có nhu cầu về nhân lực ứng dụng công nghệ trong vận hành. Các hoạt động này trong giai đoạn dịch bệnh sẽ giúp duy trì kết nối chặt chẽ giữa ba bên. Đặc

biệt, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp cần thực hiện tốt chức năng tư vấn, định hướng nghề nghiệp nhằm giúp sinh viên giảm bớt các sức ép tâm lý do các tác động của dịch bệnh đến ngành Du lịch gây ra.

5. KẾT LUẬN

Nguồn lực con người là yếu tố quyết định mọi hoạt động – điều mang tính “chân lý” này thường được nhắc đến và được khẳng định ở mọi bình diện từ một tổ chức nhỏ đến quốc gia lớn, từ một khu vực đến toàn cầu. Nhưng không phải ở đâu, bất cứ ai và khi nào cũng nhận thức đầy đủ về tính quyết định của nguồn nhân lực và giành nguồn lực cho việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực, do nguồn lực không có nhiều lại bị các nhiệm vụ cấp bách khác chi phối. Hiện tượng phổ biến khi phân bổ nguồn lực cho chiến lược, chính sách phát triển thường bao giờ cũng ưu tiên cho xây dựng cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và chi thường xuyên, còn nguồn lực cho đào tạo nguồn nhân lực thường xếp vào hàng thứ yếu. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam cũng không nằm ngoài tình trạng như vậy.

Trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và tình hình hậu COVID-19, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. Nguồn nhân lực du lịch có vai trò quyết định không chỉ cho riêng sự phát triển du lịch, mà còn góp phần không nhỏ vào việc thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Nhiều năm qua, ngành Du lịch đã có những cố gắng huy động cộng đồng, các thành phần kinh tế và sự hỗ trợ của quốc tế cho phát triển nguồn nhân lực. Công tác phát triển nhân lực ngành Du lịch mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng vẫn còn nhiều bất cập cần giải quyết.

Những hạn chế yếu kém nêu trên do nhiều nguyên nhân, nhưng chủ yếu là đến nay ngành Du lịch vẫn chưa có chương trình, kế hoạch dài hạn về phát triển nguồn nhân lực để định hướng đúng, có hệ thống và đáp ứng yêu cầu đặt ra. Vì vậy, việc phát triển nhân lực ngành Du lịch để đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch nhanh và bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp tích

cực và hiệu quả hơn vào sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và phát triển kinh tế tri thức của đất nước là một việc làm cần thiết, xuất phát từ yêu cầu của thực tiễn. Với mục tiêu phát triển nhân lực du lịch chất lượng cao có hệ thống; tăng cường số lượng, nâng cao chất lượng, tính chuyên nghiệp và hợp lý hóa cơ cấu nhân lực ngành Du lịch; nâng cao năng lực và chất lượng của hệ thống đào tạo du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập khu vực; nâng cao nhận thức cộng đồng về du lịch và nhân lực ngành Du lịch; tạo động lực và lợi thế thúc đẩy du lịch phát triển nhanh và bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hệ thống tiêu chuẩn VTOS (2013), Chương trình Phát triển năng lực Du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU), Tổng cục Du lịch.
2. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
3. Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ về thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
4. Quyết định số 147/2020/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030”.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY

TS. Đỗ Hải Yến¹

Tóm tắt: Phát triển nguồn nhân lực trong du lịch là một vấn đề thời sự, được quan tâm nhiều trong nước và quốc tế trong những năm gần đây, khi du lịch Việt Nam chịu tác động nặng nề bởi đại dịch COVID-19. Ảnh hưởng về cầu du lịch quốc tế đã tác động nghiêm trọng đến một giai đoạn phát triển của du lịch Việt Nam. Do đó, việc chỉ ra các vấn đề thực trạng, giải pháp phát triển nhân lực trong du lịch là một việc làm có ý nghĩa khoa học, thời sự cho ngành Du lịch.

Bằng phương pháp điền dã, tổng hợp, điều tra xã hội học và kinh nghiệm làm việc trong du lịch từ năm 2007 đến nay, tác giả sẽ đưa ra một số vấn đề thực trạng và giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch, từ góc nhìn của người làm du lịch và đào tạo du lịch hiện nay.

Từ khóa: Phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nguồn nhân lực du lịch (*Tourism human resource*) là khái niệm mô tả và khái quát về cá nhân hay tập thể, số lượng hay chất lượng; chủ doanh nghiệp hay người làm công, làm trong đơn vị hay tổ chức du lịch, công ty lữ hành du lịch; cùng tham gia tạo nên của cải, sự phát triển trong ngành Du lịch. Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, tính đến năm 2017, nguồn nhân lực Du lịch có: 2.100.765 người, trong đó có 724.402 lao động trực tiếp và khoảng 1.376.363 lao động gián tiếp; chiếm 3,6% tổng lao động cả nước; tăng 17% so với 2015.

1. THỰC TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC TRONG ĐÀO TẠO DU LỊCH VIỆT NAM

Do tác động của đại dịch COVID-19, nhân lực du lịch đã có nhiều biến động. Nhiều nhân sự giỏi nghề phải chuyển sang các nghề khác nhau như: Làm nhà hàng, shipper, bất động sản,... nhân lực du lịch Việt Nam trong hai năm trở lại đã trở lại làm nghề du lịch,

¹ Phó Trưởng Khoa Du lịch, Đại học Công nghệ Đông Á, Email: Yendh1@eaut.edu.vn.

nhưng một số nhân sự thành công trong các “mảng kinh doanh tay trái” vẫn duy trì như “nghề tay trái”, từ đó số lượng nhân lực chất lượng cao cũng bị thất thoát và “chảy máu chất xám” nhất định. Bên cạnh đó, du lịch quốc tế chưa thực sự phục hồi (trừ thị trường khách Hàn ở các điểm đến Nha Trang, Phú Quốc; khách Ấn). Trong chiến lược phát triển du lịch Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề ra, đến năm 2030, du lịch Việt Nam sẽ tạo ra việc làm cho khoảng 5,5 – 6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp. Ngày 15/3/2022, du lịch Việt Nam mở cửa trở lại và từng bước phục hồi trong bối cảnh ngành Du lịch gặp nhiều khó khăn. Trong bối cảnh đó, năm 2022, Việt Nam chỉ đón gần 3,7 triệu lượt khách quốc tế. Tuy nhiên, du lịch nội địa lại cán mốc hơn 100 triệu lượt khách du lịch nội địa, cao hơn mức kỷ lục 85 triệu vào năm 2019, trở thành động lực cho sự phục hồi ngành Du lịch (Cục Du lịch Quốc gia, 3/2024).

Theo Cục Du lịch Quốc gia (2023): Mặc dù nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đã được quan tâm trong những năm gần đây, nhưng nhân lực có chuyên môn, tiêu chuẩn quốc tế vẫn chưa có tỷ trọng cao. Nhân lực chuyên sâu như hướng dẫn viên du lịch quốc tế ở các thị trường đặc thù: Du lịch tâm linh, du lịch theo chuyên đề,... còn hạn chế về số lượng, chất lượng trong các kỹ năng về ngoại ngữ, kinh nghiệm, năng suất lao động và tính chuyên nghiệp.

Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Nhân lực du lịch có đào tạo sơ cấp, trung cấp và cao đẳng nghề chiếm 47,3% nguồn nhân lực toàn ngành. Nhân lực đào tạo đại học và sau đại học có chuyên môn về du lịch chiếm 7,4%; bằng 3,2% tổng số nguồn nhân lực. Nhân lực là hướng dẫn viên du lịch chiếm 65,5%; marketing du lịch chiếm 84%; lễ tân chiếm 65%. Trong lĩnh vực khách sạn và buồng, phòng: Bếp chiếm 85,61%; bàn: 72,4%; buồng: 70,7%; bar: 75,5%. Trong khi đó, nhân lực du lịch có trình độ ngoại ngữ trong ngành chiếm 60% tổng số nguồn nhân lực; chủ yếu là tiếng Anh, chiếm 42% tổng nhân lực toàn ngành. Nhân lực có khả năng sử dụng ở mức giao tiếp cơ bản, bình thường chiếm 15%, trình độ đại học, đọc và viết cơ bản. Nhân lực làm hướng dẫn viên du lịch tốt nghiệp đại học chiếm 49,6%; marketing du lịch 46,8%; lễ tân khách sạn: 40%. Những con số này

cho thấy lượng nhân lực trong đào tạo du lịch trong những nghề đặc thù, có tính thực hành du lịch chiếm tỉ lệ cao như: Nghề hướng dẫn du lịch, nghề marketing, bếp hay buồng phòng,... Tuy nhiên, nhân lực có trình độ ngoại ngữ và trình độ đại học trở lên còn hạn chế.

Trong công tác đào tạo du lịch: Tính đến tháng 12/2021, cả nước có 278 cơ sở đào tạo, gồm 98% trường đại học có khoa du lịch; 113 trường cao đẳng; các ngành đào tạo mở ra trong những năm gần đây rất gần với cầu thị trường du lịch quốc tế như: Hướng dẫn viên du lịch quốc tế, Văn hóa du lịch, Du lịch, Quản trị lữ hành du lịch; Quản trị khách sạn,... Các cơ sở đào tạo du lịch cả nước đào tạo 50 ngành, nghề trong đó trình độ tiến sĩ có 1 ngành; trình độ thạc sĩ: 2 ngành; trình độ đại học: 4 ngành; trình độ cao đẳng: 23 nghề, trung cấp: 16 nghề. Về chất lượng đào tạo, khoảng 70% sinh viên tốt nghiệp đại học, cao đẳng, trung cấp du lịch tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo.

Trong công tác quản lý đào tạo nhân lực du lịch: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành 7 bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia về: Quản trị lữ hành, hướng dẫn du lịch, Quản trị khách sạn, lễ tân, dịch vụ buồng, dịch vụ nhà hàng, chế biến món ăn để tổ chức đánh giá và cấp chứng chỉ tay nghề cho lao động du lịch.

Trong hợp tác, đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch: Những công tác về hợp tác liên kết quốc tế và trong nước được quan tâm qua việc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng và ký nhận tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch ASEAN, thỏa thuận thừa nhận tay nghề du lịch ASEAN, có 6 nghề được thống nhất trong khối lao động bao gồm: Lễ tân, buồng phòng, phục vụ nhà hàng, chế biến món ăn, điều hành du lịch và đại lý lữ hành. Nhiều cơ sở đào tạo trong nước cũng bắt đầu đạt được kết quả tốt, rèn luyện kỹ năng thực tiễn cho người học.

Như vậy, mặc dù ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19 nhưng chất và số lượng nhân lực du lịch trong những năm gần đây không ngừng tăng trưởng. Nhiều nhân lực du lịch chuyển nghề nhưng hết đại dịch, khi du lịch có dấu hiệu phục hồi đã trở lại làm tiếp các công việc khác trong du lịch; tuy nhiên, nhân lực du lịch có khả năng hội nhập quốc tế vẫn chiếm tỷ trọng thấp.

Đại dịch COVID-19 tác động tích cực đến đào tạo du lịch ở bậc thạc sĩ, tiến sĩ du lịch. Do “tâm lý chưa có việc, đi học để chờ cơ hội phát triển trở lại”. Từ đó nhân lực chất lượng cao ở bậc thạc sĩ nhiều trường Đại học (Khoa Du lịch, Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Văn hóa,...) tuyển sinh được nhiều hơn. Ở bậc đào tạo cử nhân du lịch, lượng người học du lịch trong những năm gần đây cũng tăng cao hơn, qua xu hướng “nhà nhà làm du lịch” trường trường mở đào tạo du lịch. Người học có nhu cầu học du lịch tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây.

2. NHỮNG YÊU CẦU VỚI MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH HIỆN NAY

Trong những năm gần đây, khi cách mạng công nghiệp 4.0 đang có những chuyển biến tích cực, mạnh mẽ; đặc biệt sau thời kỳ COVID-19 tác động ảnh hưởng mang lại những cơ hội tăng trưởng, cải thiện hệ thống thông tin, tiết kiệm chi phí quản lý, sản xuất, mang lại lợi ích cho Nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng du lịch. Tuy nhiên, cách mạng công nghiệp cũng đặt ra những thách thức với nhân lực du lịch, đòi hỏi sự cập nhật về các tổ chức, kỹ năng của nhân lực làm du lịch thời kì công nghệ số. Những yêu cầu cụ thể như:

2.1. Kiến thức nghề, kiến thức chuyên môn sâu cần được cập nhật, hội nhập

Trong khi nhu cầu học và làm du lịch theo nhu cầu xã hội đang ngày càng có xu hướng tăng cao trong những năm gần đây thì thực trạng giáo viên được đào tạo đúng chuyên ngành, có thực tế nghề du lịch vẫn tăng trưởng chậm, không đủ đáp ứng nhu cầu đào tạo du lịch của thị trường. Từ đó, ở nhiều trường đại học có đào tạo về du lịch sử dụng nhân lực có gốc ngành khác sang giảng dạy các môn chuyên ngành Du lịch – ngành có tính thực tiễn, thực hành nghề sâu.

Nhân lực du lịch được đào tạo không đúng chuyên ngành và không sâu, môi trường công việc với “cách quản lý kiểu cũ” không xử lý kịp thời, triệt để cũng là những nguyên nhân kéo theo nhiều hệ lụy nhân sự trong tổ chức ở nhiều cơ sở đào tạo du lịch về sau. Bên cạnh đó, chế độ đãi ngộ chưa thỏa đáng với các giảng viên có gốc hay chuyên ngành đào tạo cũng là những nguyên nhân khiến

“chảy máu chất xám” các nhân lực chất lượng cao trong nhiều cơ sở đào tạo du lịch hiện nay.

Du lịch là nghề có tính thực hành và thực tế cao độ, đòi hỏi giảng viên lên lớp dạy nghề cũng phải có thực tế hiểu biết sâu về nghề, người dạy du lịch cũng cần có sự tích lũy thực tế để truyền tải các kiến thức thực tế nghề. Tuy nhiên, ở nhiều trường đào tạo cử nhân du lịch hiện nay, tình trạng giảng viên đang dạy các môn chuyên ngành du lịch “3 không” = Không có thực tế nghề + Không được đào tạo về du lịch + Không có thái độ cầu thị với kiến thức thực tế, chuyên ngành vẫn đang diễn ra như một hiện tượng đáng buồn, phổ biến trong ngành, gây mất đoàn kết thay vì cùng phát triển tổ chức.

2.2. Trình độ ngoại ngữ giỏi

Trong bối cảnh hội nhập về du lịch quốc tế hiện nay, những đoàn khách quốc tế là đối tượng của ngành du lịch Việt Nam. Vì vậy, người làm du lịch có ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, tiếng Trung Quốc, tiếng Pháp, tiếng Hàn Quốc, tiếng Nhật,... có thể làm việc được với khách du lịch, để họ có thể hiểu được về đất nước, con người Việt Nam sẽ tạo ra chất lượng và thu nhập cho các nhân lực du lịch quốc tế, có cạnh tranh cao hơn.

2.3. Sức khỏe và thái độ lao động nghề đúng đắn

Đặc thù nghề du lịch có tính thực nghiệp cao, nhân lực làm nghề du lịch có “thời gian lao động khó định mức và khối lượng công việc đa dạng phức tạp”, “di chuyển nhiều”, “ca kíp”, nhiều khi có tình huống phát sinh ngoài dự kiến, nên người học hay nhân sự mới vào nghề du lịch cần có sức khỏe tham gia những chương trình du lịch và ca kíp muộn; người mới vào nghề cần cầu thị trong thực hành nghề, không ngại trải nghiệm những công việc trong ngành để có kinh nghiệm trong giảng dạy. Theo Trip advisor (2018): Hầu hết những than phiền của khách du lịch tập trung vào thái độ phục vụ của quản lý và nhân viên. Thái độ phục vụ của người làm du lịch tốt có tác động tích cực đến hình ảnh hay cơ sở lưu trú ở điểm đến du lịch. Thái độ phục vụ tốt của người làm du lịch sẽ khiến khách du lịch dễ dàng thông cảm hơn với các sai sót trong phục vụ khách của điểm đến và chất lượng dịch vụ.

2.4. Lĩnh hội được công nghệ trong hành nghề du lịch

Trong kinh doanh du lịch hiện nay, kinh doanh du lịch online, có vận dụng nền tảng, phần mềm quảng cáo, ứng dụng để khách hàng có điều kiện tiếp cận thuận lợi và phổ rộng và nhanh hơn; hay những phần mềm quản lý trong nhà hàng, lữ hành, khách sạn là những điều kiện thuận lợi để thành công hơn. Vì vậy, người làm du lịch cần thao tác được các ứng dụng công nghệ trong công việc cụ thể, điều đó cũng góp phần giảm tiêu hao thể lực, sự căng thẳng, giúp khách có những trải nghiệm tích cực hơn tại nhà, bán được các sản phẩm du lịch ở những nơi xa.

3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH HIỆN NAY

3.1. Cần có những chính sách kích cầu khách du lịch quốc tế trở lại Việt Nam

Năm 2023, thị trường khách du lịch quốc tế có sự tăng trưởng mạnh mẽ, khách quốc tế đến Việt Nam đạt 12,6 triệu lượt; gấp gần 3,5 so với 2022, vượt 57% mục tiêu ban đầu (8 triệu lượt), phục hồi 70% so với 2019. Đặc biệt, tốc độ phục hồi ngày càng rõ nét hơn trong 6 tháng cuối năm, khi lượng khách quốc tế hàng tháng đạt trên 1 triệu lượt (Cục Du lịch Quốc gia, 3/2024).

Để thu hút khách du lịch quốc tế, các quốc gia trên thế giới đã có các giải pháp như: Đầu tư quảng bá, phát triển sản phẩm, kết nối hàng không, tạo điều kiện thuận lợi về thị thực,... Ở Việt Nam, để thu hút khách du lịch quốc tế trở lại, cần có những giải pháp kích cầu khách lẻ và nội khối như tăng cường các cuộc hợp tác với doanh nghiệp du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch qua các hội chợ du lịch quốc tế, roadshow; tăng cường quảng bá ở các thị trường khách quốc tế như: Mỹ, Trung Đông, Hàn Quốc, Trung Quốc; tăng cường các chuyến bay cho đoàn khách lớn (charter) để thúc đẩy các đoàn khách quốc tế lớn và khách cao cấp và khách quốc tế tự túc.

Trong tháng 3/2024, công ty du lịch All Asia Vacation Việt Nam đã đón tiếp thành công đoàn khách của tỷ phú Bill Gates, ngày càng nhiều KOL chọn đến Việt Nam du lịch như một điểm đến hấp dẫn trên bản đồ du lịch thế giới,... Những dấu hiệu đó là những hiệu ứng tích cực cho truyền thông và mở ra dấu hiệu phục hồi, tăng

trường trở lại cho đoàn khách du lịch quốc tế và thị trường khách VIP đến Việt Nam.

Để thu hút khách du lịch quốc tế, kênh thương mại và truyền thông du lịch online cũng cần chú trọng, đầu tư hơn để kích cầu khách du lịch quốc tế qua hệ thống bán online. Du lịch trực tuyến với thị trường khách quốc tế hiện nay cũng đang là một xu hướng để tăng trưởng khách du lịch trở lại.

3.2. Cần có những chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế về nhân lực du lịch hiện nay, người làm du lịch cần có tố chất của người làm du lịch quốc tế, theo nhu cầu xã hội; cụ thể về: 1/ Trình độ ngoại ngữ; 2/ Kiến thức ngoại ngữ chuyên ngành du lịch và 3/ Năng lực thực hành nghề sáng tạo, chuyên nghiệp.

Để phát triển trình độ ngoại ngữ cho người học du lịch, cần có những “ôp chuẩn đầu ra” như cách làm của nhiều trường Đại học có ranking cao như: Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Hà Nội, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội,... đẩy số tín chỉ học ngoại ngữ lên cao hơn với sinh viên du lịch để thúc đẩy nhu cầu “phải” học ngoại ngữ.

Trong công tác quản lý, giảng viên dạy các học phần thực hành chuyên ngành du lịch cần áp dụng cách làm của nhiều trường: Chỉ cho phép những giảng viên đứng lớp dạy chuyên ngành được đào tạo về du lịch và đã có kinh nghiệm thực hành nghề ở doanh nghiệp du lịch.

Bên cạnh đó, để gắn kết người học du lịch với doanh nghiệp – theo nhu cầu xã hội, cần có công tác thường xuyên kết nối với doanh nghiệp du lịch, để trao đổi kiến thức, phát triển năng lực cho chính giảng viên lên lớp và sinh viên học du lịch, ngay từ trên ghế nhà trường.

3.3. Cần có sự kết hợp “bền vững” trong quan hệ đào tạo nghề cho nhân lực làm du lịch trong quan hệ “3 nhà”

Trong bối cảnh đào tạo du lịch hiện nay, hòa cùng xu thế hội nhập, việc đào tạo du lịch của các trường gắn với nhà trường – nhà doanh nghiệp – nhà nước với người học là việc làm cần thiết. Sự gắn kết này tạo ra nguồn lực cho doanh nghiệp tương lai, tạo ra công

việc/ cơ hội cho người học du lịch; tạo ra sự thuận lợi cho công tác quản lý của nhà nước và sự giảm thiểu chi phí cho nhà trường khi gắn kết với doanh nghiệp, giảm thời gian lên lớp, đưa sinh viên đi “học việc sớm” ở các doanh nghiệp và có thu nhập. Trong các giờ học lý thuyết, việc nhà trường kết hợp với các chuyên gia từ doanh nghiệp du lịch cũng đưa các kiến thức thực tế về trường học gần hơn, người học và người dạy trưởng thành nghề nhanh hơn.

Tuy nhiên, để thực hiện giải pháp phát triển nhân lực kết hợp “3 nhà” này, cần có sự nghiên cứu chính sách để hỗ trợ cho giảng viên và thủ tục, hỗ trợ về thanh toán cho chuyên gia do đồng lương giảng viên hạn chế; thu nhập từ doanh nghiệp bản chất rất cao, học phí đã bao gồm trọn gói cho người học. Nên việc thực hiện tích cực giải pháp này hiện nay vẫn đang mới thực hiện chủ yếu qua “mối quan hệ” của các giảng viên môn học, chứ chưa chính thức và phổ cập, từ đó nếu không được quan tâm, giải quyết sớm cũng hiện còn tồn tại nhiều bất cập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương, *Chỉ thị số 21- CT/TW ngày 4/5/2023 của Ban Bí thư về tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao chất lượng giáo dục nghề nghiệp đến năm 2030, tầm nhìn 2045.*
2. Cục Du lịch Quốc gia (2024), *Khởi thông chính sách du lịch Việt Nam phục hồi du lịch Việt Nam sau hai năm mở cửa.*
3. Chương trình phát triển năng lực Du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội, báo cáo tổng hợp “Phân tích nhu cầu nguồn nhân lực và đào tạo ngành du lịch Việt Nam năm 2015”.
4. Tổng cục Du lịch, *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, năm 2030.*
5. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 11/10/2019 phê duyệt điều chỉnh, bổ sung Đề án “Phát triển trường cao đẳng chất lượng cao đến năm 2025”.*
6. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/1/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.*
7. Trần Kim Dung (1998), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.

ENHANCING HUMAN RESOURCES TOWARD SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF VIET NAM TOURISM IN THE CURRENT PERIOD

PhD student Nguyen Thi Thuy Ngan¹,
Assoc. Prof. PhD Nguyen Pham Hung¹, Postgraduate Nguyen Hoang Yen¹

Abstract: *Tourism is a significant and rapidly expanding economic industry worldwide, with direct connections to the development of services, products, employment, and investment. As a service-based and relationship-rich industry, the competitiveness of the tourist sector is primarily influenced by its human capital, which is seen as the most valuable asset and the primary driver of sustained competitive advantage. In light of the present time of international integration, it is important to assess the function and significance of human resources in the tourist sector. This evaluation should include an analysis of the existing human resource situation and the proposal of potential solutions to enhance the quality of Vietnam's tourism human resources.*

This article employs qualitative research methodology. It examines the significance of tourist human resources and the current status of Vietnam's tourism human resources, thereby proposing certain solutions to enhance the quality of Vietnam's tourism human resources in the future.

Keywords: *human resources, tourism human resources, international integration.*

1. INTRODUCTION

Vietnam tourism is becoming increasingly popular worldwide. Many domestic destinations are voted favorite places of international tourists. In 2018, the United Nations World Tourism Organization designated Vietnam as one of the top 10 rapidly expanding tourist destinations globally. (World Tour Organization, 2019)

Vietnam's tourism industry received many accolades from the World Travel Awards in 2019. Vietnam achieved the title of "Asia's leading destination" for the second time. Additionally, it was the first

¹ University of Social Sciences and Humanities, Hanoi National University.

time that Vietnam was selected as “Asia’s leading cultural destination”, “Asia’s leading culinary destination” and “World’s leading heritage destination”. In addition, Vietnam Airlines received the prestigious titles of “World’s leading airline Premium Economy Class” and “World’s leading Culture airline”. (World Travel Awards, 2019)

Tourism is becoming increasingly concerned with society as a whole. Some worries regarding the quality and competitiveness of tourism generate considerable debate and attention. Implementing a comprehensive strategy for evaluating the quality of human tourism resources will contribute to developing effective measures to enhance the competitiveness and overall quality of Vietnam’s tourism industry.

Vietnam’s tourism development strategy for 2020, with a long-term vision to 2030, has set the overall objective of the tourism industry: Vietnam aspires to be among the top three nations in Southeast Asia in terms of tourism development and the top 50 nations globally in terms of leading tourism competitiveness by 2025. In pursuit of this objective, the country has increased its 14 tourism competitiveness in accordance with the sustainable development framework. The destination aims to attract a minimum of 35 million international visitors and 120 million domestic visitors by the year 2025, with an average annual development rate of 12 to 14 percent for international visitors and 6 to 7 percent for domestic tourism.

2. THE ROLE OF HUMAN RESOURCES IN TOURISM DEVELOPMENT

Tourism is a critical economic activity that generates foreign currencies, products, and services in a direct manner. Its primary contributions are to the expansion of employment and investment. This sector is recognized on an international level as it necessitates skilled personnel and produces a wide range of advantages (Sherap Bhutia, 2014).

According to Szivas (1999), tourism companies and destinations can acquire a competitive edge and deliver superior services through

the use of motivated and qualified personnel. Human resources not only play a critical role in the advancement of tourism but also make substantial contributions to the economic growth of a nation (Tom Baum, 2007). Hence, the development of human resources assumes a pivotal role in the implementation of sustainable tourism initiatives (Sherap Bhutia, 2014). The attributes of the tourism sector underscore certain critical qualities of personnel in this field and the role of human resource development in bolstering, enhancing, and standardizing performance across all tiers of nations, destinations, and organizations (Sandra Herman, 2015).

Human resources are crucial to the growth of the tourism industry. People in both the active roles of visitor and employee make up the tourism industry's human resources. Human resources in government institutions, human resources acting as entrepreneurs, who play a role in determining worker satisfaction and quality, and experts and professionals, who play a role in monitoring, controlling, and improving tourism and community quality, are all examples of how human resources can play a role as workers near tourist sites that aren't already covered by the previous subheadings but are nonetheless crucial to the ease and happiness of vacationers (Nickson, 2013).

For developing the tourism industry, human resources are a key component. Human resources are crucial in the tourism industry since people are the most valuable asset of any business. Human resources is crucial to achieving optimal performance, especially in service industries (Evans et al, 2012). The human element is a critical success factor in several fields where it plays a significant role. In the tourism business, for example, organizations have personal, intangible relationships with their customers that rely heavily on the enthusiasm and care of their employees (Pajriah, 2018).

Human resources play a crucial role in the tourism industry since they are necessary for the development and growth of tourism, leading to a rise in tourist visits (Palupiningtyas et al., 2020).

The development of tourist places is focused on prioritizing human development, particularly among local people who will have direct or

indirect interactions with visitors. This approach aims to ensure that local communities are able to adapt and that there is equality and balance within the tourism sector (Saputra & Ali, 2020). Regional level tourism frequently utilizes natural resources and human resources due to its appeal in attracting tourists (Kurniawan, 2020).

Thus, it can be seen that human resources play an important role in sustainable tourism development, this is confirmed not only for localities and destinations but also for the entire tourism industry.

3. GENERAL ASSESSMENT OF TOURISM HUMAN RESOURCES IN VIETNAM

Given the goal of making tourism one of the top three economic sectors, there has been a focus on investing in the development of human resources in the tourist industry, particularly in training and fostering. Presently, the country possesses close to 200 facilities dedicated to tourism education, comprising of 62 universities that provide tourism programs, 55 colleges, 71 intermediate schools, and 4 vocational training centers. Moreover, large corporations such as Vietravel, Saigontourist have established their own dedicated human resource training facilities to cater to the requirements of the subsidiaries within their group.

Positive changes in Vietnam's tourism human resources over the past decade are reflected in a steady increase in quantity, with an average annual growth rate of 12.4% from 2011 to 2017. There has been a notable increase in quality as 42% of the workforce has received training in the field of tourism. Presently, around 42% of the workforce in the Vietnam Tourism business possesses specialized knowledge and skills in tourism. Another 38% have acquired training from different industries, while approximately 20% lack formal training. Out of the whole workforce, 42% have received training in the tourist sector. Only 10% of the workers possess university or postgraduate degrees, which amounts to 3.5% of the total. 50% of the workers have attained elementary, intermediate, or college degrees, making up 20% of the total. The remaining 40% of workers have acquired their skills through short-term courses. Around 60% of workers in the field are proficient in multiple foreign languages.

Among these, English comprises over 50% of the entire industry's workforce, representing the highest proportion.

Despite recent improvements, Vietnam's tourism human resources continue to suffer from a shortage in number and a lack of quality, particularly in light of the recent COVID-19 outbreak.

According to the Vietnam Tourism Association (2020), the labor demand in tourist accommodation establishments is expected to surpass 800,000 by 2025 and 1 million by 2030. Between 2022 and 2030, an average of 60,000 workers will need to be added annually to meet this demand. Consequently, given the current level of training, the scarcity of human resources will undoubtedly become more apparent in the coming years and exert a more pronounced influence on the industry's performance. The report from the Vietnam Tourism Association highlights several issues with the human resource structure. It emphasizes the lack of synchronization, shortage of highly specialized personnel, particularly in senior management positions, and an imbalance in human resources across different regions. Consequently, while certain areas witness substantial tourist growth, service quality remains substandard and inconsistent in comparison to other regions.

Based on statistics from the Vietnam National Administration of Tourism, the tourism industry requires 40,000 skilled workers annually to support its goal of becoming a key economic sector. However, the current vocational training schools and colleges can only supply around 15,000 – 20,000 workers, meeting only 50% of the industry's actual demand.

In addition to the quantity, the Tourism sector still has limitations in terms of the quality of workers. In 2019, Vietnam's human resources and labor market index, as evaluated by the World Economic Forum (WEF), dropped by 10 positions compared to 2017, placing it at 47th. In terms of the ASEAN human resource and labor market index, Vietnam ranks 6th, behind Singapore (5th), ahead of rivals in the tourism industry such as Malaysia (15th), Thailand (27th), the Philippines (37th), Bali (44th), and Indonesia (45th).

World Economic Forum 2017 rankings place Vietnamese students' talents at 97th place, much below the global average and second-to-last in the ASEAN area, behind Cambodia.

Workers' proficiency in meeting professional qualifications is still inadequate; specifically, there is a severe lack of competence when it comes to the use of information technology and the use of foreign languages in professional operations. Approximately 60% of the workforce is bilingual or multilingual; English speakers make up the largest percentage at 42%; however, just 5% of the tourist workforce is fluent in other languages, such as Chinese; 1% speak French and 9% speak another language. In terms of English proficiency, 85% only manage a basic level, while 15% hold a bachelor's degree and are competent speakers (often employed as tour guides, hotel receptionists, or marketers).

Labor productivity in the tourism industry is low due to a lack of proficiency in foreign languages, which limits the ability of tourism units to fully take advantage of international. According to the Vietnam National Administration of Tourism, labor productivity in Vietnam's tourism industry is among the lowest in the region. It is said to be 3,477 USD per year per person, which is less than half of Thailand's labor productivity and only one-fifteenth of Singapore's. In light of this circumstance, the tourism sector in Vietnam needs coordinated and timely responses to this problem, with an emphasis on raising standards in training and compensation for industry employees.

4. THE PROPOSED SOLUTIONS FOR ENHANCING THE QUALITY OF VIETNAM'S TOURISM WORKFORCE WITHIN THE PRESENT ERA

Tourism departments in Vietnamese universities should keep and build connections with top tourism institutions in advanced countries to boost the quality of training for the tourism and hospitality sectors. This will open doors for students to attend these esteemed schools and get training that will equip them to return to Vietnam and help grow the country's tourism industry. It is critical to send competent persons overseas for study, but this must

be done with caution to avoid brain drain and ensure that only competent individuals are sent. Governments should prioritize creating enticing programs that encourage students to study abroad in developed countries. These plans should provide solid work possibilities in important positions and provide appealing rewards and privileges. By doing so, students will be encouraged to return and contribute to development efforts. Younger generations, particularly Gen Z, have benefited greatly from the country's rapid economic growth. They are optimistic about advancing their careers in Vietnam, which bodes well for the country's economy and, more especially, its tourist sector, as many talented international students will be returning to study and work in Vietnam.

First and foremost, training institutions should establish protocols for attracting instructors who possess both expertise and practical experience in the field. Additionally, there is a pressing need to modernize training facilities and incorporate up-to-date information on diverse tourism sectors. It is imperative to foster collaborative models between tourism training institutions and travel agencies, especially those involved in international partnerships, and advocate for their growth. Students enrolled in tourism-related intermediate vocational programs and colleges would greatly benefit from this combined model's access to a first-rate tourist service setting for hands-on experience.

Secondly, the tourism industry must prioritize the attraction and retention of highly skilled professionals from the technology sector, necessitating an enhancement of working conditions and the overall environment. A structured system should be implemented to promptly recognize and reward employees who innovate, demonstrate creativity, conduct research, and leverage advanced technologies to enhance efficiency, quality, and productivity.

Thirdly, a robust compensation package is essential to motivate employees and attract top talent. This includes salary, bonuses, and allowances tailored to the remuneration and recruitment needs of the tourism sector. Furthermore, opportunities for further education, skill

advancement, and participation in domestic and international training programs should be expanded to encourage employee development.

Fourthly, fostering interdisciplinary collaboration in both education and research is encouraged. Collaboration with government ministries such as the Ministry of Culture, Sports, and Tourism and the Ministries of Labor, War Invalids, Social Affairs, Education and Training, Science and Technology is crucial to enhancing training quality. Work with businesses and training institutions to cultivate and develop tourism human resources, making sure they have solid knowledge, expertise, and the ability to use technology in the workplace. Additionally, global coordination efforts are necessary to address gaps in tourism human resource development and training. Vietnam should incentivize the engagement of international tourism experts and experienced lecturers to supplement local expertise. Additionally, a framework should be built to actively include managers, scientists, entrepreneurs, artisans, experts, technicians, and other skilled professionals in training programs in order to guarantee that these programs are both successful and relevant in the real world.

Moreover, it is essential to consistently update and produce travel guides, codes of conduct, and service procedures to guarantee that standardized rules for the tourist and service sectors are easily accessible to all tourism students and anybody interested in entering the tourism industry. This guarantees that everyone has the ability to learn on their own and acquire necessary skills whenever and wherever they want.

Last but not least, the overall plan should include a tax incentive policy in order to integrate vocational education with businesses. Additionally, there should be a system to support budget distribution in order to ensure that the state encourages firms to participate in vocational training and retraining activities, as well as to improve the skills of their employees. Due to the fact that it is the firm that directly utilizes tourism human resources in the activities that are associated with the tourist industry. Therefore, it is essential to have

laws that are designed to establish favorable conditions for tourist enterprises to actively participate in training and retraining in order to contribute to the improvement of the quality of human resources in the tourism industry.

5. CONCLUSION

Tourism human resources play a vital role in driving the growth of the tourism sector, with their quality directly impacting its sustainability. Vietnam has made significant strides in developing its tourism workforce in recent years, resulting in tangible contributions to the sector's expansion and the nation's socio-economic progress. However, challenges persist, including deficiencies in both the quality and quantity of tourism human resources, particularly in soft skills and foreign language proficiency.

Addressing these challenges requires Vietnam to implement comprehensive and coordinated solutions. This involves aligning the perceptions of stakeholders regarding tourism workforce development and taking concrete actions to enhance training and nurture tourism human resources. Emphasis should be placed on improving the quality of training for tourism industry personnel. Additionally, close collaboration among stakeholders, including government agencies, units, and ministries, is essential for effective implementation. By adopting these measures, Vietnam can cultivate a skilled and resilient tourism workforce capable of driving sustainable tourism development.

REFERENCES

1. Evans, N., Stonehouse, G., & Campbell, D. (2012), *Strategic management for travel and tourism*, Taylor & Francis.
2. Kurniawan, A. R. (2020), *Tantangan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada era digital di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Pangalengan)*, Tornare: Journal of Sustainable and Research, 2(2), 10.
3. Nickson, D. (2013), *Human resource management for hospitality, tourism and events*, Routledge.

4. Pajriah, S. (2018), *Peran Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kabupaten Ciamis*, Jurnal Artefak, 5(1), pp. 25 – 34.
5. Palupiningtyas, D., Mistriani, N., & Wijoyo, T. A. (2020), “Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Lokal di Kabupaten Demak Jawa Tengah”, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 6(1), pp. 43 – 49.
6. Sandra Herman (2015), “Management of Human resources in tourism”, Interdisciplinary Management Research, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics, Croatia, 11, pp. 180 – 188.
7. Saputra, A., & Ali, K. (2020), “Analisis Kebijakan Pariwisata Terhadap Pengelolaan Objek Wisata Di Kabupaten Samosir”, Warta Dharmawangsa, 14(4), pp. 564 – 584.
8. Sherap Bhutia (2014), “The Role of Tourism for Human Resource Development in Darjeeling District of West Bengal, India”, Tourism and Hospitality Management, 2(1), pp. 113 – 128.
9. Szivas, E. (1999), “The Influence of Human Resources on Tourism Marketing”. In F. Vellas, & L. Bécherel (Eds.), *The International Marketing of Travel and Tourism: A Strategic Approach*. London: Macmillan.
10. Vietnam National Administration of Tourism (2000-2018), Tourism statistics [Online] Available: <http://vietnamtourism.gov.vn/english/>.
11. WorldEconomicForum(2019),TheTravel&TourismCompetitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point, WEF, Geneva.
12. World Tourism Organization (2019), International Tourism Highlights, 2019 Edition. UNWTO, Madrid, <http://doi.org/10.18111/9789284421152>.
13. World Travel Awards (2019), World nominees 2019 [Online] Available: <https://www.worldtravelawards.com/nominees/2019/world>.
14. World Travel Awards (2019), Asia nominees 2019 [Online] Available: <https://www.worldtravelawards.com/nominees/2019/asia>.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP TẠI VIỆT NAM ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. Hà Thị Sa¹, ThS. Nguyễn Thanh Tuấn², ThS. Phạm Hồng Truyền³

Tóm tắt: Bài viết phân tích một số tác động của bối cảnh hội nhập quốc tế, cũng như yêu cầu đặt ra đối với công tác đào tạo nhân lực Du lịch tại Việt Nam. Bên cạnh đó, nhóm tác giả mô tả thực trạng công tác đào tạo nhân lực du lịch tại các cơ sở giáo dục nghề nghiệp tại Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở hướng đến chuẩn quốc tế.

Từ khóa: Đào tạo nguồn nhân lực; đào tạo nguồn nhân lực du lịch; đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng hội nhập quốc tế

TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES AT VOCATIONAL EDUCATION INSTITUTIONS IN VIETNAM TO MEET INTERNATIONAL INTEGRATION REQUIREMENTS: REALITIES AND SOLUTIONS

Abstract: Base on analyzing some of the impacts of the international integration context, as well as the requirements placed on the training of tourism human resources in Vietnam; the authors describe the current status of tourism human resource training at vocational education institutions in Vietnam, thereby proposing a number of solutions for tourism human resource training in Vietnam. Vocational education institutions aim to international standards.

Keywords: Human resource training; training tourism human resources; Training tourism human resources to meet international integration

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thể hiện quyết

¹ Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang. Email: htsa@ntc.edu.vn.

² Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang. Email: nttuan@ntc.edu.vn.

³ Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang. Email: phtruyen@ntc.edu.vn.

tâm ở cấp cao nhất của Đảng và Nhà nước về sự nghiệp phát triển du lịch nước nhà. Nhờ đó, nhiều cơ chế, chính sách được triển khai ở các cấp từ Trung ương đến địa phương, thu hút đầu tư, cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng du lịch, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao thương hiệu, thúc đẩy sự phát triển đột phá của ngành du lịch trong thời kỳ mới.

Du lịch Việt Nam đã có những sự phát triển nhanh chóng, thu hút được sự quan tâm của khách du lịch quốc tế với tốc độ tăng trưởng cao. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, quý I/2023 trong khi tăng trưởng tổng sản phẩm trong nước (GDP) có sự giảm tốc, chỉ đạt 3,32% so với cùng kỳ năm trước,... thì khu vực dịch vụ tăng 6,79%, cao hơn gấp đôi so với mức tăng trưởng GDP nền kinh tế, đóng góp tới 95,91% vào tăng trưởng chung. Trong bức tranh sáng của khu vực dịch vụ, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 1.505,3 nghìn tỷ đồng, tăng 13,9% so với quý I/2022 và thậm chí còn cao hơn mức 1.188 nghìn tỷ đồng của quý I/2019, thời điểm chưa bùng phát dịch COVID-19. Trong đó, doanh thu du lịch lữ hành tăng 119,8%; doanh thu dịch vụ lưu trú ăn uống tăng 28,4%, vận chuyển hành khách tăng 28,8%, khách quốc tế đến nước ta tăng gấp 29,7 lần. Theo Tổng cục Thống kê, lượng khách quốc tế đến Việt Nam ba tháng đầu năm 2023 ước đạt gần 2,7 triệu lượt khách, tăng gần 30 lần so cùng kỳ năm 2022 và đã đạt một phần ba mục tiêu cả năm 2023 là 8 triệu lượt khách. Trước đó, năm 2022, tổng số khách du lịch nội địa ước đạt hơn 101,3 triệu lượt, vượt xa mục tiêu 60 triệu lượt đặt ra từ đầu năm và cũng cao hơn cả con số kỷ lục 85 triệu lượt của năm 2019. Tổng thu du lịch năm 2022 ước đạt 495 nghìn tỷ đồng [1]. Du lịch Việt Nam đã nhận được 16 giải thưởng du lịch tại Lễ trao Giải thưởng Du lịch thế giới năm 2022 – khu vực châu Á và châu Đại Dương [2].

Mục tiêu đến năm 2025, tổng thu từ khách du lịch đạt 1.700 – 1.800 nghìn tỉ đồng (tương đương 77 – 80 tỷ USD), tăng trưởng bình quân 13 – 14%/năm, đóng góp trực tiếp vào GDP đạt 12 – 14%; tạo ra khoảng 5,5 – 6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp, tăng trưởng bình quân 12 – 14%/năm. Việt Nam phấn đấu đón được ít nhất 35 triệu lượt khách quốc tế và 120 triệu lượt khách

nội địa, duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 12 – 14%/năm và khách nội địa từ 6 – 7%/năm [3].

Để đáp ứng chỉ tiêu tăng trưởng trên, đòi hỏi ngành Du lịch phải có những bước đổi mới, thích nghi với xu hướng ngành Du lịch của thế giới nhằm tận dụng một cách tốt nhất những cơ hội, vừa phát triển du lịch bền vững vừa đảm bảo phát triển kinh tế, văn hóa – xã hội và bảo vệ môi trường.

Để bắt kịp xu hướng của thế giới, yếu tố con người chiếm vai trò quan trọng. Trước dịch bệnh COVID-19, toàn ngành có khoảng 4 triệu lao động, trong đó có 1,5 triệu lao động trực tiếp, với 45% được đào tạo chuyên ngành du lịch, 35% được đào tạo chuyên ngành khác, 20% chưa qua đào tạo. Đến nay, hơn 90% cơ sở lưu trú du lịch đã hoạt động bình thường với hơn 34.000 cơ sở và 70.000 buồng, nhưng số lao động trong cơ sở lưu trú du lịch mới được hơn 30.000 người, nhiều lao động chưa được đào tạo đầy đủ [4].

Ngoài ra, với những đặc điểm cố hữu, nhân lực ngành Du lịch Việt Nam còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch: Số lượng nhân lực còn ít, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với bằng cấp; Nhân lực có trình độ, tay nghề cao chưa nhiều và ngày càng thiếu những cán bộ am hiểu về công nghệ, chưa tương ứng với yêu cầu phát triển của xu hướng Du lịch thông minh; nhất là sau làn sóng di chuyển lao động du lịch sang các ngành khác do tác động của đại dịch COVID-19 vừa qua.

Đó là lý do nhóm tác giả chọn chủ đề: “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở giáo dục nghề nghiệp tại Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế: Thực trạng và Giải pháp” làm đề tài nghiên cứu của mình.

2. HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ NHỮNG TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, đặc biệt là hội nhập kinh tế, đang định hình ngày càng rõ nét, Việt Nam đang tích cực tham gia vào quá trình này thông qua việc mở cửa thị trường, tự do hóa kinh tế, và đóng góp vào xây dựng các thể chế kinh tế khu vực và toàn

cầu. Điều này không chỉ mở rộng sự liên kết giữa các quốc gia mà còn tạo ra chuỗi giá trị gia tăng toàn cầu, trong đó, Du lịch đóng vai trò quan trọng.

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp chủ yếu dựa vào dịch vụ, đặt ra một thách thức đặc biệt khi tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế. Đối diện với sự đa dạng và không ngừng phát triển của nền kinh tế thế giới, Việt Nam cần hiện đại hóa và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch để thích ứng và hưởng lợi từ xu hướng này.

Tiến trình hội nhập kinh tế của du lịch Việt Nam diễn ra khá sớm cùng với chính sách mở cửa hội nhập của đất nước và có thể được Tóm tắt như sau:

– Năm 1995: Việt Nam trở thành thành viên của ASEAN, đánh dấu bước đi đầu tiên quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Với tư cách là thành viên của ASEAN, Việt Nam tham gia các tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế qua các hiệp định kinh tế thương mại được ký giữa tổ chức này với các quốc gia và khu vực khác. Trong khuôn khổ hợp tác ASEAN, Tổng cục Du lịch đã tham gia xây dựng và ký tiêu chuẩn nghề du lịch ASEAN và cơ chế thừa nhận lẫn nhau, công nhận kỹ năng 37 nghề du lịch, khách sạn và liên quan. Đây là cơ sở quan trọng để các nước ASEAN thống nhất ký hiệp định chung về hợp tác đào tạo và sử dụng lao động du lịch.

– Năm 2001: Việt Nam ký kết Hiệp định thương mại song phương Việt Mỹ (BTA). Trong Hiệp định Thương mại song phương Việt - Mỹ, Việt Nam đã có những cam kết tương tự như cam kết với WTO. Tuy nhiên, do Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ đã có hiệu lực từ năm 2001, một số cam kết theo BTA đã bắt đầu có hiệu lực.

– Năm 2006: Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Trong lĩnh vực dịch vụ, Việt Nam đã cam kết tất cả 11 ngành dịch vụ được phân loại theo Hiệp định chung về Thương mại và Dịch vụ (GATS), trong đó có dịch vụ du lịch. Đối với dịch vụ du lịch, Việt Nam chỉ cam kết đối với các phân ngành dịch vụ đại lý du lịch và kinh doanh lữ hành du

lịch, dịch vụ sắp xếp chỗ trong khách sạn, dịch vụ cung cấp thức ăn và đồ uống. Những cam kết này sẽ được áp dụng tự động cho các thành viên ASEAN.

GATS quy định có 4 phương thức cung cấp dịch vụ, bao gồm: 1) Cung cấp qua biên giới (dịch vụ được cung cấp từ lãnh thổ của một thành viên này sang lãnh thổ của một thành viên khác,); 2) Tiêu dùng ngoài lãnh thổ (người tiêu dùng của một thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một thành viên khác để tiêu dùng dịch vụ); 3) Hiện diện thương mại (nhà cung cấp dịch vụ của một thành viên thiết lập các hình thức hiện diện như công ty 100% vốn nước ngoài, công ty liên doanh, chi nhánh,... trên lãnh thổ của một thành viên khác để cung cấp dịch vụ); 4) Hiện diện thể nhân (thể nhân cung cấp dịch vụ của một thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một thành viên khác để cung cấp dịch vụ).

Trong các cam kết với WTO, Việt Nam cam kết không hạn chế đối với phương thức 1 và 2. Đối với phương thức 3, Việt Nam cũng cam kết xóa bỏ hạn chế vốn sở hữu nước ngoài đối với các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam dưới hình thức liên doanh, liên kết trong hoạt động đại lý du lịch, kinh doanh lữ hành du lịch. Tuy nhiên các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ lữ hành du lịch có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được phép cung cấp dịch vụ đưa khách vào du lịch Việt Nam (inbound) và lữ hành nội địa đối với khách vào du lịch Việt Nam như là một phần của dịch vụ đưa khách vào du lịch Việt Nam. Các doanh nghiệp sở hữu nước ngoài không được phép thực hiện các dịch vụ gửi khách trong nước. Công ty nước ngoài tuy được phép đưa cán bộ quản lý vào làm việc tại Việt Nam nhưng ít nhất 20% cán bộ quản lý của công ty phải là người Việt Nam. Đối với phương thức 4, Việt Nam vẫn không cho phép hướng dẫn viên du lịch nước ngoài được hành nghề tại Việt Nam.

Như vậy, có thể nói Việt Nam đã mở cửa thị trường du lịch tương đối mạnh mẽ so với một số ngành dịch vụ khác như ngân hàng, tài chính, bảo hiểm. Thực tế cho thấy, sau khi chính thức công bố các cam kết với WTO về việc mở cửa thị trường dịch vụ du lịch, hiện đang xuất hiện một số dư luận lo ngại các tập đoàn nước ngoài

hùng mạnh sẽ thôn tính doanh nghiệp Việt Nam, chiếm lĩnh các lĩnh vực dịch vụ du lịch mang lại giá trị gia tăng cao và đẩy doanh nghiệp Việt Nam vào số phận làm thuê ngay trên thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu cho thấy, chắc chắn cơ hội mang lại cho ngành du lịch Việt Nam sau WTO sẽ nhiều hơn thách thức nếu các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp đánh giá lại năng lực, trong đó có nguồn nhân lực du lịch, qua đó định vị lại và xây dựng chiến lược rõ ràng nhằm tham gia vào chuỗi giá trị gia tăng một cách chủ động cùng với phát huy thế mạnh riêng vốn có của mình.

Từ năm 1993: Đã thiết lập và mở rộng quan hệ hợp tác du lịch với nhiều nước trong khu vực và thế giới; đã ký và thực hiện 43 Hiệp định hợp tác du lịch song phương với các nước là thị trường du lịch trọng điểm; thiết lập quan hệ với trên 1.000 hãng du lịch lữ hành, trong đó có nhiều hãng du lịch lớn của hơn 60 nước và vùng lãnh thổ; là thành viên của UNWTO từ năm 1981, Hiệp hội Du lịch Châu Á – Thái Bình Dương từ 1989, Hiệp hội Du lịch ASEAN từ 1996; đã ký Hiệp định hợp tác du lịch đa phương 10 nước ASEAN; tham gia tích cực trong hợp tác du lịch tiểu vùng, khu vực, liên khu vực và thế giới.

Trong khuôn khổ của những cam kết quốc tế trên, hợp tác phát triển nhân lực du lịch luôn là một trong những nội dung được ưu tiên. Hội nhập quốc tế đem lại nhiều cơ hội cho phát triển du lịch song cũng đặt ra nhiều khó khăn thách thức, trong đó có vấn đề nguồn nhân lực du lịch. Cùng với hội nhập, du lịch Việt Nam có cơ hội tiếp cận với những tiêu chuẩn dịch vụ du lịch khu vực và quốc tế, tiếp nhận các nguồn lực hỗ trợ của các quốc gia phát triển và các tổ chức quốc tế cho đào tạo nhân lực du lịch.

Trong những năm qua, chính phủ Luxembourg tài trợ 4 dự án đào tạo nhân lực du lịch – khách sạn với tổng số gần 15 triệu USD, Liên minh châu Âu (EU) tài trợ Dự án phát triển nguồn nhân lực du lịch 12 triệu EURO. Đây là những dự án lớn với mục tiêu phát triển toàn diện nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Dự án ADB về “Phát triển Du lịch bền vững Tiểu vùng Sông Mekong mở rộng”

đang triển khai Hợp phần “Phát triển nhân lực Du lịch Việt Nam” với kinh phí 2,5 triệu USD (đào tạo cán bộ quản lý nhà nước về du lịch và liên quan; đào tạo lao động của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong du lịch). Bên cạnh đó còn có các dự án hỗ trợ kỹ thuật của Tây Ban Nha, Singapore, Bỉ, Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA), Thái Lan, Hàn Quốc, Pháp, Đức, Áo, EU, GMS, ESCAP, ASEAN, ASEAN+1, ASEAN+3,...; nhiều chương trình nghiên cứu, khảo sát, tư vấn, cấp học bổng đào tạo dài hạn, ngắn hạn và các khóa đào tạo về nghiệp vụ du lịch, ngoại ngữ, tin học được tổ chức. Đến nay, tổng vốn ODA đã thu hút được cho công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch ước khoảng 50 triệu USD, không kể số vốn ODA mà các nước, các tổ chức quốc tế hỗ trợ dưới nhiều hình thức cho các khoa, bộ môn đào tạo du lịch của các trường đại học trong cả nước.

Các đối tác liên kết chủ yếu là các cơ sở đào tạo du lịch trong ASEAN, Trung Quốc, Úc, Canada và một số nước châu Âu. Cho đến nay, hơn 20 cơ sở đào tạo du lịch tham gia mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch châu Á-Thái Bình Dương (APETIT), 06 cơ sở tham gia mạng lưới đào tạo du lịch ASEAN. Hình thức liên kết đào tạo đa dạng như kết hợp đào tạo trong nước và học chuyển tiếp tại nước ngoài, đào tạo qua mạng, trao đổi sinh viên thực tập, mời chuyên gia vào giảng dạy. Một số cơ sở đào tạo mời tình nguyện viên quốc tế vào làm việc, hỗ trợ đào tạo nhân lực ngành du lịch. Một số doanh nghiệp du lịch có vốn đầu tư nước ngoài có nhiều chuyên gia quốc tế giỏi vào đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ, góp phần đáng kể nâng cao chất lượng nhân lực ngành du lịch.

Một trong những kết quả đáng ghi nhận trong hoạt động đào tạo du lịch ở Việt Nam là việc xây dựng và đưa vào vận hành hệ thống thẩm định và cấp chứng chỉ nghề theo hệ thống tiêu chuẩn kỹ năng 13 nghề du lịch Việt Nam (VTOS) dưới sự hỗ trợ của Cộng đồng châu Âu. Đây là kết quả tích cực của hội nhập góp phần nâng cao năng lực hội nhập của du lịch Việt Nam.

Bên cạnh những thuận lợi và cơ hội trên mà hội nhập quốc tế đem lại, hoạt động đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt

Nam còn phải đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức. Trên hết, đó là khó khăn trong việc đào tạo nhân lực du lịch đạt tiêu chuẩn khu vực và quốc tế; cũng như sự cạnh tranh trong đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao giữa các cơ sở đào tạo trong nước với các cơ sở đào tạo ở nước ngoài, vốn đã có uy tín và thương hiệu.

Mặc dù có được sự hỗ trợ của quốc tế, đặc biệt là từ EU và Chính phủ Luxembourg, tuy nhiên hoạt động đào tạo nhân lực du lịch Việt Nam đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế còn rất hạn chế. Có thể kể đến một số nguyên nhân sau: Cho đến nay, việc xác định một cách đầy đủ và có hệ thống tiêu chuẩn về trình độ đầu ra đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với các bậc đào tạo du lịch ở Việt Nam còn chưa thống nhất; dẫn đến chưa có tiêu chí làm thước đo để đánh giá chuẩn đầu ra của người học tốt nghiệp tại các cơ sở đào tạo du lịch. Đây có thể được xem là yếu tố cơ bản hạn chế năng lực đào tạo du lịch Việt Nam đạt trình độ quốc tế, đặc biệt trong bối cảnh có sự chênh lệch khá lớn về các chương trình đào tạo du lịch ở các cấp, giữa các cơ sở đào tạo du lịch hiện nay ở Việt Nam. Bên cạnh đó, sau hơn 56 năm hình thành và phát triển với tư cách là một ngành kinh tế quan trọng, Việt Nam chưa có được một trường đại học du lịch; chưa có được mã số đào tạo du lịch thống nhất; thiếu đội ngũ giảng viên có trình độ; hạn chế về cơ sở vật chất đào tạo cũng như sự khác biệt về cơ sở đào tạo giữa các vùng miền,...

Bên cạnh đó, năng lực cạnh tranh về đào tạo du lịch đạt chuẩn quốc tế của Việt Nam so với các nước trong khu vực và trên thế giới là rất hạn chế. Điều này đồng nghĩa với khả năng thu hút học viên có nhu cầu đào tạo du lịch trình độ cao đến các cơ sở đào tạo trong nước ngày một thấp. Theo số liệu thống kê chưa đầy đủ, hiện mỗi năm số sinh viên Việt Nam theo học các trường đào tạo hệ cao đẳng và đại học chuyên ngành du lịch – khách sạn ở các nước chiếm khoảng 5 – 7% tổng lượng sinh viên vào học tại các cơ sở đào tạo về du lịch ở Việt Nam. Tỷ lệ này sẽ còn thay đổi theo hướng tăng lên cùng với số lượng ngày một tăng của các doanh nghiệp du lịch liên doanh hoặc 100% vốn nước ngoài cùng với các doanh nghiệp trong nước có thương hiệu và đẳng cấp cao.

Nhận thức được vai trò của nguồn nhân lực đối với phát triển du lịch Việt Nam, đề án “Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011-2020” đã được thực hiện và được Bộ trưởng Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch phê duyệt tại Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/09/2011. Mặc dù có đề cập đến những yếu tố quốc tế ảnh hưởng đến phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong giai đoạn phát triển đến năm 2020, tuy nhiên đề án chưa phân tích đầy đủ yêu cầu hội nhập và thực trạng nhân lực du lịch Việt Nam trong mối quan hệ với các “chuẩn quốc tế”. Vì vậy những giải pháp đào tạo phát triển nguồn nhân lực để đáp ứng yêu cầu hội nhập chưa thực sự rõ ràng và đầy đủ.

Như vậy có thể thấy một trong thách thức lớn nhất hiện nay của du lịch Việt Nam là phải có được nguồn nhân lực đạt các chuẩn quốc tế để đáp ứng yêu cầu hội nhập. Điều này đòi hỏi cần có nghiên cứu toàn diện về đào tạo phát triển nhân lực du lịch gắn với hội nhập quốc tế nói chung và yêu cầu nhân lực để thực thi cam kết của Việt Nam trong các khuôn khổ hoạt động của các tổ chức quốc tế, các hiệp định hợp tác nói riêng.

3. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

Theo báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ năm 2023, dự kiến chương trình công tác năm 2024 ban hành kèm theo Công văn số 3975/LĐT BXH-TCGDNN ngày 25/9/2023 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, tính đến 31/8/2023, cả nước có 1.886 cơ sở giáo dục nghề nghiệp, trong đó có 397 trường cao đẳng, 431 trường trung cấp và có 1.058 trung tâm giáo dục nghề nghiệp, trung tâm giáo dục nghề nghiệp – Giáo dục thường xuyên; tỷ lệ cơ sở giáo dục nghề nghiệp ngoài công lập là 36,58%. Các bậc trình độ đào tạo giáo dục nghề nghiệp được hình thành theo hướng mở, liên thông, phù hợp với hệ thống giáo dục nghề nghiệp các nước trên thế giới. Quản lý nhà nước về giáo dục nghề nghiệp được tăng cường; thể chế, chính sách từng bước được hoàn thiện; mạng lưới cơ sở giáo dục nghề nghiệp phát triển rộng khắp cả nước; đã hình thành mạng

lưới trường cao đẳng chất lượng cao, tiếp cận trình độ khu vực và quốc tế; tổ chức bộ máy hệ thống giáo dục nghề nghiệp từng bước ổn định, thống nhất từ năm 2017; hiệu lực, hiệu quả của quản lý nhà nước về giáo dục nghề nghiệp được nâng lên.

3.1. Về tuyển sinh, đào tạo

Số lượng tuyển sinh giai đoạn 2011 – 2020 đạt 19,67 triệu người, trong đó trình độ cao đẳng đạt 1,945 triệu người (chiếm 9,8%), trình độ trung cấp đạt 2,3 triệu người (chiếm 11,86%). Kết quả tuyển sinh năm 2022 đạt 2.260.174 người (đạt 108,35% kế hoạch). Quy mô đào tạo tăng góp phần nâng tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ của cả nước năm 2020 đạt 24,6% (Theo thông cáo báo chí tình hình lao động việc làm quý IV và năm 2020 của Tổng cục thống kê). Đào tạo chất lượng cao được đẩy mạnh, đã tổ chức đào tạo thí điểm theo các bộ chương trình chuyển giao từ Úc, Cộng hòa Liên bang Đức, trong đó đào tạo thí điểm theo 34 bộ chương trình chuyển giao từ nước ngoài (12 nghề của Úc; 22 nghề của Đức); tuyển sinh được 1.781 sinh viên, trong đó 725 người đã tốt nghiệp; đào tạo nghề cho lao động nông thôn được đẩy mạnh (Theo Quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020).

3.2. Về các điều kiện đảm bảo chất lượng

a) Về đội ngũ nhà giáo

Theo số liệu từ Tổng cục Giáo dục nghề nghiệp, đội ngũ nhà giáo tăng nhanh về số lượng, chất lượng, từng bước đạt chuẩn. Hiện có, 84.000 giảng viên, giáo viên dạy nghề, trong đó, có 37.235 giảng viên cao đẳng, 13.295 giáo viên trung cấp và 33.429 nhà giáo tại các trung tâm giáo dục nghề nghiệp và các cơ sở khác có tham gia hoạt động giáo dục nghề nghiệp. Hầu hết, đội ngũ nhà giáo đạt chuẩn về nghiệp vụ sư phạm, trình độ đào tạo, chức danh nghề theo quy định (trong đó 31,7% có trình độ trên đại học, 60,1% có trình độ đại học, cao đẳng hoặc cao đẳng nghề và 8,2% có trình độ trung cấp chuyên nghiệp hoặc trung cấp nghề). Khoảng 70% nhà giáo đạt chuẩn trình độ kỹ năng nghề để dạy thực hành [6].

b) Về chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo trong các cơ sở giáo dục nghề nghiệp hiện nay rất phong phú, từng bước được đổi mới theo yêu cầu của doanh nghiệp; các nhà giáo sử dụng nhiều phương pháp giảng dạy khác nhau để trang bị cho người học những kiến thức, kỹ năng, tinh thần tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong quá trình học tập tại trường, thúc đẩy áp dụng các chương trình đào tạo tiên tiến của nước ngoài (Úc, Cộng hòa Liên bang Đức, Pháp, Hàn Quốc,...).

3.3. Về cơ sở vật chất, thiết bị đào tạo

Cơ sở vật chất, thiết bị đào tạo từng bước được tăng cường; một số ngành, nghề trọng điểm được đầu tư thiết bị đồng bộ, hiện đại, tiên tiến phù hợp với công nghệ sản xuất của doanh nghiệp trong bối cảnh cách mạng Công nghiệp lần thứ tư.

3.4. Về chất lượng và hiệu quả đào tạo

Chất lượng và hiệu quả giáo dục nghề nghiệp đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu sử dụng lao động của thị trường lao động. Trên 80% người tốt nghiệp đã có việc làm, trong đó 70% – 75% người tốt nghiệp có việc làm đúng ngành, nghề đào tạo; một số cơ sở giáo dục nghề nghiệp có uy tín về chất lượng đào tạo, gắn kết chặt chẽ với doanh nghiệp có tỷ lệ người tốt nghiệp có việc làm đạt 100% và 85% – 90% người tốt nghiệp có việc làm đúng ngành, nghề đào tạo. Ở một số lĩnh vực, người học sau khi tốt nghiệp đã có thể đảm nhận nhiều vị trí công việc phức tạp mà trước đây phải do chuyên gia nước ngoài thực hiện [7]. Theo đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2019, chất lượng đào tạo nghề của Việt Nam đã tăng 13 bậc trong trụ cột kỹ năng [18]; trong các cuộc thi tay nghề khu vực, thế giới, đoàn Việt Nam luôn đạt thứ hạng cao. Đào tạo nhân lực chất lượng cao ở nhiều nội dung khác nhau.

Bên cạnh đó, còn một số hạn chế như:

- Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chưa được cụ thể hóa, nhất là thiết lập mối quan hệ rõ ràng giữa đào tạo và mục tiêu phát triển của ngành. Điều

này ảnh hưởng rất lớn đến việc xác định và sắp xếp thứ tự ưu tiên cho sứ mệnh của cơ sở đào tạo.

- Quy mô giáo dục nghề nghiệp còn nhỏ, cơ cấu ngành nghề, trình độ chưa phù hợp, chất lượng, hiệu quả đào tạo chưa cao, đặc biệt là đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, ngành nghề mới, kỹ năng mới. Gắn kết Nhà nước – Nhà trường – Doanh nghiệp trong phát triển giáo dục nghề nghiệp chưa chặt chẽ. Việc chuyển giao, nhân rộng các chương trình theo chuẩn quốc tế còn nhiều khó khăn, thiếu đồng bộ. Hình thức tổ chức đào tạo chưa đa dạng, linh hoạt; đào tạo lại, đào tạo thường xuyên cho người lao động chưa được chú trọng và hiệu quả, chưa tạo cơ hội học tập suốt đời cho người dân.

- Sự chuẩn bị về nguồn lực giảng viên, nội dung chương trình, trang thiết bị,... còn sơ sài, thiếu chuyên nghiệp tại nhiều cơ sở giáo dục. Hệ thống giáo trình cốt lõi còn thiếu, tài liệu tham khảo khá phong phú nhưng chất lượng hạn chế,...

- Lực lượng giảng viên phát triển đông nhưng thiếu kiến thức chuyên ngành, trình độ ngoại ngữ hạn chế; giảng viên có kỹ năng ngoại ngữ lại không được đào tạo chuyên sâu về chuyên ngành du lịch.

- Việc đầu tư cho quá trình tham gia đào tạo của người học còn rất nhiều hạn chế như chi phí đào tạo lớn, thời gian đào tạo dài, sự đam mê và theo đuổi nghề nghiệp chưa hình thành cụ thể.

Trước yêu cầu đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, trong bối cảnh toàn cầu hóa, phát triển khoa học công nghệ, xu hướng phát triển kinh tế số, kinh tế tuần hoàn và tăng trưởng xanh, để tranh thủ thời cơ dân số vàng, tạo đột phá về số lượng, cơ cấu và chất lượng nhân lực có kỹ năng nghề đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước theo tinh thần Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, đòi hỏi giáo dục nghề nghiệp phải có bước phát triển mới, đột phá về quy mô, cơ cấu và chất lượng, góp phần phát triển nhân lực có kỹ năng nghề đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP HƯỚNG ĐẾN CHUẨN QUỐC TẾ

4.1. Về phía các cơ quan Quản lý nhà nước

– Nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của công tác đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng bối cảnh hội nhập quốc tế

Nhận thức là yếu tố quan trọng hàng đầu, là nền tảng của một hoạt động từ xây dựng chính sách, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động phát triển và tổ chức các hoạt động cụ thể hướng đến thực hiện mục tiêu. Mục tiêu đào tạo để có được nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập không phải là ngoại lệ, và để đạt được mục tiêu đó cần có được nhận thức chung của xã hội, đặc biệt là “quan thức” về vấn đề này.

Đào tạo phát triển nguồn nhân lực được xem là một trong những giải pháp quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011. Tuy nhiên, nhận thức này cần được đặt trong bối cảnh hội nhập quốc tế về lao động, theo đó cần coi đào tạo nguồn nhân lực du lịch hướng đến chuẩn quốc tế là ưu tiên hàng đầu và được xem là khâu đột phá có nghĩa đặc biệt quan trọng để du lịch Việt Nam có thể hội nhập được đầy đủ với khu vực và quốc tế.

Công tác tuyên truyền cần được chú trọng, nhằm nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của công tác đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng bối cảnh hội nhập quốc tế từ cấp trung ương đến cấp địa phương, các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp du lịch. Từ đó làm tiền đề để triển khai một cách thông suốt các giải pháp cụ thể.

- Xây dựng khung năng lực đáp ứng “chuẩn quốc tế” đối với nhân lực du lịch

Tính đến hiện tại, Việt Nam đã và đang áp dụng các khung năng lực: Khung năng lực theo Tiêu chuẩn nghề Du lịch Việt Nam (VTOS), tiêu chuẩn chung trong ASEAN về nghề du lịch (ACCSTP), tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia 2017. Các tiêu chuẩn trên đều nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao cho ngành du

lịch tại ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, để tăng tính cạnh tranh, hội nhập với quốc tế, cần có khung năng lực đáp ứng “chuẩn quốc tế” đối với nhân lực ngành Du lịch; làm thước đo để các cơ sở đào tạo du lịch xây dựng chuẩn đầu ra người học cần đạt được và thực hiện đào tạo. Qua đó vừa giúp ngành Du lịch Việt Nam tiếp nhận một nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đạt “chuẩn quốc tế” sau khi người học hoàn thành chương trình đào tạo; vừa giúp người học sau khi tốt nghiệp có thể thích nghi ngay với thị trường lao động không chỉ tại Việt Nam mà còn trên toàn thế giới.

- Tổ chức hệ thống đào tạo du lịch phù hợp với yêu cầu hội nhập

Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội phối hợp với các bộ, ngành liên quan xem xét, đánh giá toàn diện về hệ thống cơ sở đào tạo du lịch phù hợp với yêu cầu phát triển ngành, có tham khảo hệ thống đào tạo ở các nước có du lịch phát triển để đảm bảo cơ cấu đào tạo du lịch ở các cấp là hợp lý, phù hợp với các chuẩn mực chung của khu vực và quốc tế. Đặc biệt cần sớm xây dựng và thực hiện đề án thành lập Học viện Du lịch hoặc Đại học Du lịch ở Việt Nam đạt chuẩn quốc tế. Đây sẽ là cơ sở đào tạo đội ngũ lao động du lịch trình độ cao, có khả năng đảm nhận vai trò nòng cốt trong hội nhập quốc tế của du lịch Việt Nam.

Đối với chủ trương phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch tại địa phương và cơ sở giáo dục nghề nghiệp cần đảm bảo đủ về số lượng, hợp lý về cơ cấu, chuẩn về chất lượng để đáp ứng nhu cầu đào tạo, tăng quy mô và nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo, bồi dưỡng nhân lực ngành du lịch. Cần tạo điều kiện và có các cơ chế, chính sách hỗ trợ cơ sở giáo dục nghề nghiệp đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ giảng viên và giáo viên của các cơ sở đào tạo nghề du lịch thông qua các hình thức khác nhau, đặc biệt là tham quan, học tập nâng cao trình độ giảng dạy ở ngoài nước.

Có chính sách khuyến khích hỗ trợ mời các chuyên gia quốc tế về du lịch, các giảng viên có kinh nghiệm ở các cơ sở đào tạo du lịch ở các nước có ngành du lịch phát triển sang Việt Nam để bồi dưỡng, hướng dẫn giáo viên; hoặc trực tiếp tham gia giảng dạy, đặc biệt với những môn mới, hoặc những môn mà Việt Nam còn ít các giảng

viên, chuyên gia có trình độ cao. Bên cạnh đó cũng cần cung cấp các cơ chế để thu hút sự tham gia của các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà khoa học có trình độ, các doanh nhân có kinh nghiệm, các nghệ nhân, chuyên gia, kỹ thuật viên có kỹ năng nghề cao vào hoạt động đào tạo tại các cơ sở giáo dục nghề nghiệp để nâng cao tính thực tiễn của các chương trình đào tạo du lịch.

Để đảm bảo chất lượng đào tạo phù hợp với các chuẩn mực quốc tế, cần tiếp tục đào tạo kỹ năng cho đội ngũ thẩm định viên, giám sát viên, đào tạo viên du lịch đạt trình độ khu vực và quốc tế và sử dụng hiệu quả đội ngũ này trong đào tạo du lịch. Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo mở mã ngành và đẩy mạnh đào tạo sau đại học về du lịch.

Xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện chương trình khung đào tạo du lịch bậc cao đẳng và đại học, chương trình đào tạo du lịch liên thông các bậc đào tạo thống nhất cả nước. Phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội tổ chức xây dựng các chương trình khung đào tạo du lịch trình độ cao đẳng nghề, trung cấp nghề.

Việc xây dựng các khung chương trình đào tạo trên cần được tính đến yếu tố hội nhập để đảm bảo các chương trình khung đào tạo phù hợp với chuẩn mực đào tạo khu vực và quốc tế. Theo đó cần tham khảo, học tập kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng chương trình, giáo trình môn học, mô đun. Đổi mới mục tiêu, nội dung, chương trình đào tạo du lịch các cấp đào tạo theo hướng chuẩn hoá, hiện đại hoá; tiếp cận dần yêu cầu năng lực làm việc trong các lĩnh vực của ngành, trình độ tiên tiến của khu vực và thế giới, mang nét đặc trưng của Việt Nam, đảm bảo liên thông giữa các bậc đào tạo. Chuyển đổi mạnh sang đào tạo theo mô đun, tín chỉ để tạo điều kiện cho nhân lực ngành du lịch có thể học suốt đời để nâng cao trình độ nghề nghiệp hoặc thay đổi nghề nghiệp khi cần thiết.

Trong quá trình xây dựng các khung hoặc chương trình đào tạo ở các cấp cần mời các chuyên gia, các giảng viên quốc tế có kinh nghiệm cùng tham gia thực hiện.

- Xây dựng các cơ chế, chính sách hỗ trợ đẩy mạnh liên kết đào tạo du lịch

Để nâng cao tính mở cũng như chất lượng đào tạo du lịch, cần có cơ chế, chính sách khuyến khích hoạt động liên kết đào tạo liên thông và liên kết đào tạo, trao đổi kinh nghiệm giữa các cơ sở đào tạo du lịch trong nước với các cơ sở đào tạo du lịch có uy tín ở nước ngoài. Đây là phương thức quan trọng để nâng cao năng lực của các cơ sở đào tạo trong nước hướng tới tiệm cận các chuẩn quốc tế về đào tạo.

Chú trọng tạo cơ chế và khuyến khích phát triển mô hình liên kết giữa các cơ sở đào tạo du lịch với các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt các doanh nghiệp liên doanh nước ngoài hoặc các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài có uy tín, thương hiệu. Mô hình liên kết này đặc biệt có ý nghĩa đối với các bậc đào tạo trung cấp nghề du lịch bởi các sinh viên sẽ có cơ hội thực tập trong môi trường dịch vụ du lịch đẳng cấp quốc tế.

- Hỗ trợ cơ chế, chính sách và kinh phí giúp cơ sở giáo dục nghề nghiệp đào tạo nhân lực đáp ứng yêu cầu hội nhập

Khó khăn không nhỏ của các cơ sở giáo dục nghề nghiệp đến từ kinh phí đầu tư cơ sở vật chất đáp ứng chất lượng, tiêu chuẩn quốc tế tại doanh nghiệp (Các thiết bị tại các nhà hàng, khách sạn 5 sao, chuẩn quốc tế v.v...); làm tiền đề để người học sớm được tiếp cận và thành thực năng lực sử dụng các thiết bị ngay từ khi đang ngồi trên ghế nhà trường. Bên cạnh đó, các thiết bị tại các doanh nghiệp thường xuyên được nâng cấp; các thiết bị mới thường xuyên được cập nhật. Như vậy, cần có cơ chế, chính sách về kinh phí hỗ trợ các cơ sở giáo dục nghề nghiệp sở hữu cơ sở vật chất đáp ứng thực tiễn tại doanh nghiệp; hỗ trợ quá trình đào tạo đạt chuẩn quốc tế của người học.

Công tác đào tạo, bồi dưỡng giảng viên cũng cần được hỗ trợ về chính sách, cơ chế và kinh phí cụ thể; giúp giảng viên có thể toàn tâm toàn ý vừa đáp ứng nhu cầu bồi dưỡng, vừa thực hiện tốt công tác giảng dạy.

- Tăng cường vai trò của Hiệp hội Du lịch trong hoạt động đào tạo

Hiệp hội Du lịch là tổ chức đại diện của doanh nghiệp du lịch, vì vậy Hiệp hội Du lịch có vai trò "cầu nối" đặc biệt quan trọng giữa

hoạt động kinh doanh du lịch với hoạt động đào tạo du lịch. Nói một cách khác Hiệp hội Du lịch phải là nơi cung cấp thông tin cho các cơ sở đào tạo du lịch về nhu cầu lao động ở các trình độ và kỹ năng nghề khác nhau phù hợp với yêu cầu phát triển của các doanh nghiệp trong quá trình hội nhập. Căn cứ nhu cầu nhân lực du lịch qua từng thời kỳ, khung chương trình đào tạo du lịch các cấp sẽ có sự điều chỉnh phù hợp để đảm bảo sự cân bằng “Cung – Cầu” giữa nguồn nhân lực được đào tạo với nhu cầu tuyển dụng lao động của các doanh nghiệp du lịch.

Hiệp hội Du lịch cũng sẽ tham gia tích cực vào việc xây dựng khung các chương trình đào tạo cũng như quá trình đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ quản lý doanh nghiệp và kỹ năng nghiệp vụ cho đội ngũ lao động du lịch, phù hợp với các chuẩn mực khu vực và quốc tế.

Với vai trò của mình, Hiệp hội Du lịch cũng sẽ là cầu nối giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp du lịch để tổ chức các hoạt động thực tập trong khuôn khổ các chương trình đào tạo theo các chuẩn mực quốc tế đã được thiết lập.

Việc thực hiện đồng bộ một số giải pháp quan trọng trên sẽ góp phần tích cực tăng cường hoạt động đào tạo nhân lực du lịch hướng đến các chuẩn mực khu vực và quốc tế, đáp ứng yêu cầu hội nhập của du lịch Việt Nam.

4.2. Về phía các cơ sở đào tạo

- Về cơ sở vật chất phục vụ đào tạo

Để đáp ứng được nhu cầu về phát triển năng lực chuẩn quốc tế, các trường cần trang bị hoặc phối hợp với doanh nghiệp giúp người học được tiếp cận với các trang/thiết bị và công nghệ được ứng dụng tại các doanh nghiệp quốc tế (Các nhà hàng, khách sạn 5 sao, v.v.). Từ đó được hoàn thiện năng lực sử dụng thiết bị được vận hành trong các doanh nghiệp, làm tiền đề đạt được năng lực “chuẩn quốc tế”.

- Về đào tạo, bồi dưỡng giảng viên

Một trong những nhân tố chủ yếu quyết định sự thành công của giáo dục là đội ngũ giáo viên, giảng viên. Vì vậy để khắc

phục các khó khăn trong triển khai đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở bất kỳ giai đoạn nào cũng cần đặt trọng tâm ở công tác nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên, giảng viên. Cụ thể: Cơ sở đào tạo cần bồi dưỡng, tập huấn cho giảng viên các năng lực ngành/ nghề đáp ứng chuẩn quốc tế; tạo cơ hội để giảng viên tiếp cận, thành thực kỹ năng sử dụng các thiết bị/phần mềm mới nhất được sử dụng tại các doanh nghiệp quốc tế; làm tiền đề để giảng dạy cho người học. Bên cạnh đó, giảng viên cần được chủ động tham gia các hình thức đào tạo tiên tiến, đào tạo trực tuyến kết hợp trực tiếp, để vừa nâng cao trình độ, vừa tiếp cận các mô hình dạy học mới, qua đó giúp họ bổ sung kiến thức, đa dạng hóa các hình thức giảng dạy.

- Liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp

Các cơ sở giáo dục nghề nghiệp du lịch phải gắn kết với hiệp hội nghề nghiệp, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch để dự báo nhu cầu lao động, xây dựng chuẩn đầu ra và đào tạo học sinh, sinh viên, học viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu ngành nghề: 1) Thoả thuận doanh nghiệp là nơi thực hành, thực tập của cơ sở đào tạo; sử dụng cơ sở vật chất, trang thiết bị, phần mềm,... của doanh nghiệp để đào tạo thực hành. Thời gian đào tạo tại các doanh nghiệp ít nhất bằng tổng thời gian thực hành, thực tập của chương trình đào tạo và không ít hơn 50% tổng thời gian thực hiện chương trình đào tạo; 2) Doanh nghiệp cử chuyên gia tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, đánh giá kết quả học tập của người học; 3) Phối hợp dự báo nhu cầu nhân lực của các ngành Du lịch về số lượng, yêu cầu chất lượng; phối hợp đầu tư cơ sở vật chất theo hướng đẩy mạnh xã hội hóa, tăng cường hợp tác công tư, chú trọng xây dựng các cơ sở thực hành, thực tập chất lượng cao, theo chuẩn mực khu vực và quốc tế phục vụ đào tạo nhân lực du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Thống kê (2023), “Thông cáo báo chí tình hình kinh tế xã hội Quý 1 – Năm 2023”. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/03/thong-cao-bao-chi-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-i-nam-2023>.

2. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2022), “Sự công nhận và tôn vinh của cộng đồng quốc tế đối với du lịch Việt Nam”. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/43865>.
3. Quyết định số 147/QĐ-Tgg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc “Phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030”.
4. Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2022), “Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch”. <https://dangcongsan.vn/kinh-te/dao-tao-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-cho-nganh-du-lich-616993.html>.
5. Tổng cục giáo dục nghề nghiệp (2022), “Nâng cao chất lượng nhà giáo giáo dục nghề nghiệp, góp phần tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cho thị trường”, <http://gdnn.gov.vn/AIAdmin/News/View/tabid/66/newsid/39595/seo/Nang-cao-chat-luong-nha-giao-giao-duc-nghe-nghiep-gop-phan-tao-ra-nguon-nhan-luc-chat-luong-cho-thi-truong/Default.aspx#1>
6. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2023), *Thực trạng nguồn nhân lực du lịch và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phục hồi và phát triển ngành du lịch*, Kỷ yếu Hội nghị về đào tạo nguồn nhân lực du lịch.
7. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2024), “Giải pháp trong công tác đổi mới căn bản toàn diện giáo dục nghề nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh”. <https://dangcongsan.vn/giao-duc/giai-phap-trong-cong-tac-doi-moi-can-ban-toan-dien-giao-duc-nghe-nghiep-tai-tp-ho-chi-minh-658852.html>

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Trang Nhung¹

Tóm tắt: Ngành Du lịch của nước ta trong các năm qua đã có những bước phát triển vượt bậc, cụ thể: năm 2019 đón 18 triệu lượt khách quốc tế. Tuy nhiên, kết quả này còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới, chưa tương xứng với tiềm năng của đất nước. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng trên là nguồn nhân lực thiếu về số lượng và yếu về chất lượng. Giải pháp giúp nâng cao lợi thế cạnh tranh cho ngành Du lịch chính là công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, việc đào tạo nhân lực càng trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Nghiên cứu nêu lên thực trạng nguồn nhân lực du lịch từ đó đưa ra giải pháp nhằm giúp công tác đào tạo đạt hiệu quả hơn, thích ứng với bối cảnh mới – hội nhập quốc tế.

Từ khóa: đào tạo nguồn nhân lực du lịch, nhân lực du lịch, hội nhập quốc tế, du lịch.

TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES IN THE CONTEXT OF VIET NAM'S INTERNATIONAL INTEGRATION

Abstract: Viet Nam's tourism industry has made significant progress in recent years; in 2019, it welcomed 18 million international visitors. However, in general, development still needs to be commensurate with the country's potential, and the results achieved are still low compared to other countries in the region and the world. One of the essential reasons for the above situation is that human resources in our tourism industry need to be more robust: they lack quantity and need to be stronger in quality. A vital solution to improve the tourism industry's competitive advantage is the training and development of human resources. In the context of globalization and international integration, the training of human resources in tourism has become more urgent than ever. The study highlights the current human resources situation in tourism, thereby offering solutions to help training be more effective, especially adapting to the new context – international integration.

Key words: tourism human resource training, tourism human resources, international integration, tourism.

¹ Đại học Tôn Đức Thắng, Email: nguyenthitrangnhung@tdtu.edu.vn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc cách mạng 4.0, xu hướng toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế, đã tác động và làm thay đổi cục diện của rất nhiều ngành kinh tế, trong đó có du lịch. Nguồn nhân lực đóng vai trò then chốt, quyết định đến sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp du lịch, tổ chức du lịch, ngành Du lịch. Trước thực trạng thiếu hụt nhân lực như hiện nay thì công tác đào tạo càng trở nên cấp thiết. Vì vậy, cần thực hiện song song hai mục tiêu: tăng nhanh về số lượng nhưng vẫn đảm bảo chất lượng, thậm chí là nguồn nhân lực phải có chất lượng cao. Việc thực hiện nghiên cứu “Đào tạo nguồn nhân lực trong bối cảnh hội nhập quốc tế của Việt Nam” có ý nghĩa đóng góp về mặt lý luận, thực tiễn, giúp giải quyết bài toán nguồn nhân lực, góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam trong môi trường luôn biến động, cạnh tranh gay gắt của hội nhập quốc tế.

2. NỘI DUNG

2.1. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch

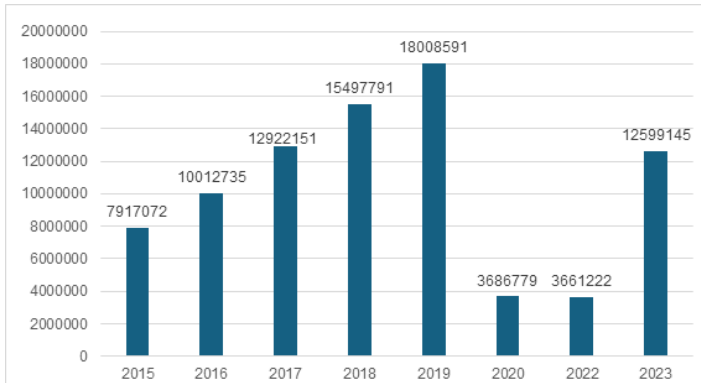
2.1.1. *Khái quát tình hình phát triển du lịch*

Du lịch đóng góp rất nhiều GDP, có vai trò quan trọng trong cơ cấu kinh tế của cả nước. Vì vậy, ngày 16/1/2017, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 08–NQ/TW về việc phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Hội nhập quốc tế trên phạm vi thế giới, Việt Nam đã gia nhập UNWTO (1981), gia nhập WTO (2006). Phạm vi khu vực, Việt Nam gia nhập khối ASEAN (1995), đã kí thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch ASEAN (2009), ký kết Hiệp định hợp tác du lịch ASEAN (2015), tham gia GMS (1992), gia nhập PATA (1995). Phạm vi song phương, Việt Nam ký kết văn bản hợp tác với rất nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Mỹ...

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lượt	7.917.072	10.012.735	12.922.151	15.497.791	18.008.591	3.686.779	–	3.661.222	12.599.145

Bỏ qua giai đoạn ảnh hưởng của dịch COVID-19 và khủng hoảng kinh tế toàn cầu (từ cuối năm 2019 đến năm 2023), số lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng đều qua các năm và càng về sau

tốc độ tăng trưởng càng nhanh, đặc biệt năm 2019, Du lịch đón hơn 18 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2.510.800 lượt, tốc độ tăng trưởng đạt 16,2% so với năm 2018.

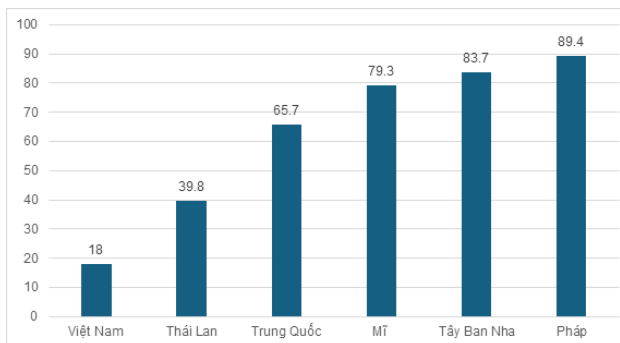


Biểu đồ 1: Lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam qua các năm

(đơn vị: lượt khách)

Nguồn: Thống kê du lịch của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

Tuy nhiên, so với khu vực và trên thế giới, các nỗ lực, kết quả đạt được còn khá khiêm tốn. Năm 2019, thống kê số lượt khách quốc tế tại một số quốc gia như sau: Pháp đạt 89,4 triệu lượt; Tây Ban Nha: 83,7 triệu lượt; Mĩ: 79,3 triệu lượt; Trung Quốc: 65,7 triệu lượt; Thái Lan: 39,8 triệu lượt. Nếu chỉ so với Thái Lan, quốc gia có nhiều điểm tương đồng về điều kiện tự nhiên, kinh tế, tiềm năng phát triển du lịch với Việt Nam thì Thái Lan đã đón số lượt khách quốc tế hơn gấp đôi Việt Nam.



Biểu đồ 2: Lượt khách quốc tế của Việt Nam so với các nước trong khu vực và trên thế giới

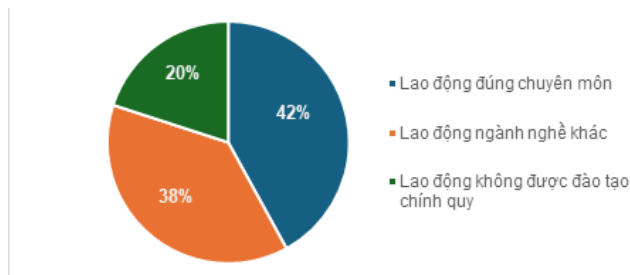
(đơn vị: triệu lượt khách)

Nguồn: Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2019.

2.1.2. Phân tích thực trạng nguồn nhân lực

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành rất cao, đòi hỏi một khối lượng lao động trực tiếp và gián tiếp rất lớn. Qua các năm gần đây số lượng nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch không ngừng tăng lên. Năm 2017 có 2.5 triệu lao động (750.000 lao động trực tiếp và 1.750.000 lao động gián tiếp), năm 2019 có hơn 3 triệu lao động (hơn 1 triệu lao động trực tiếp, hơn 2 triệu lao động gián tiếp)¹. Tuy số lượng lao động tăng, nhưng không theo kịp với tốc độ phát triển của ngành, không đáp ứng đủ nhu cầu thực tiễn. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thống kê, hàng năm cần bổ sung mới thêm 40.000 lao động, trong khi thực tế nguồn cung chỉ đáp ứng từ 15.000 đến 20.000 lao động². Thêm vào đó, dưới tác động của dịch COVID-19, nhiều lao động đã nghỉ việc hoặc chuyển sang ngành nghề khác, càng làm cho tình trạng thiếu hụt lao động trở nên trầm trọng trong giai đoạn hiện nay – giai đoạn phục hồi sau dịch và xu hướng hội nhập quốc tế.

Lao động có chuyên môn về du lịch chiếm tỉ lệ thấp 42%, lao động từ ngành nghề khác chuyển sang hoặc thậm chí có cả lao động chưa qua *đào tạo chính quy* là 58% (ngành nghề khác 38%, không qua đào tạo chính quy 20%). Lao động sử dụng được máy tính 68%, lao động sử dụng được ngoại ngữ 60%³. Đặc biệt, trong 42% lao động đúng chuyên môn thì chỉ có 10% trình độ đại học và trên đại học, 90% là bậc cao đẳng, trung cấp, sơ cấp và các lớp ngắn hạn.



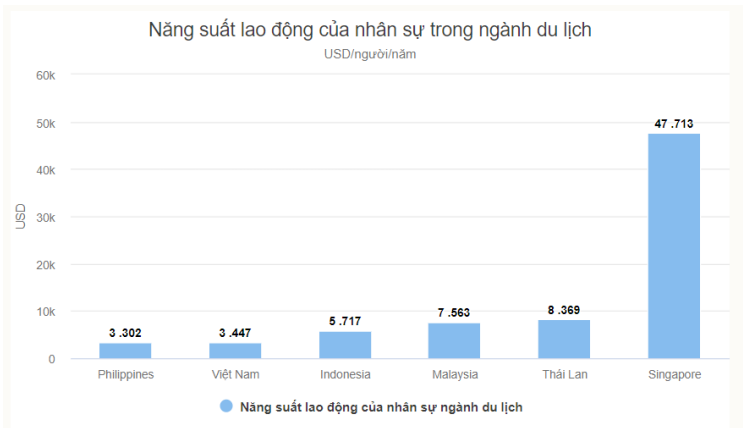
Biểu đồ 3: Cơ cấu lao động du lịch theo chuyên môn

¹ https://itdr.org.vn/ngghien_cuu/nhan-luc-dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-trong-ky-nguyen-so/

² <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29687>

³ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/32502>

Về năng suất lao động, du lịch của Việt Nam thuộc nhóm thấp nhất trong khu vực, thua xa một số nước láng giềng. Cụ thể, năm 2017, tỷ lệ USD/lao động/năm tại: Việt Nam đạt 3.447, trong khi Indonesia đạt 5.717, Malaysia 7.563, Thái Lan đạt 8.369, Singapore đạt 47.713. Như vậy, năng suất của Việt Nam chỉ nhỉnh hơn Philippines 145 USD, và chỉ bằng 60,2% của Indonesia, 45,6% của Malaysia, 41,2% của Thái Lan, 7,2% của Singapore.



Biểu đồ 4: Năng suất lao động của nhân sự trong ngành Du lịch¹

Một thực tế rất dễ nhận thấy ở các khách sạn 5 sao, vị trí quản lý cấp cao như trưởng các phòng ban, phó giám đốc, giám đốc khách sạn hầu hết là người nước ngoài. Như vậy, nguồn nhân lực du lịch của nước ta không những gặp vấn đề về số lượng mà cả về chất lượng, thậm chí mặt chất lượng có phần đáng báo động và cấp bách hơn trong giai đoạn mới – giai đoạn hội nhập quốc tế.

2.2. Thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực

Theo thống kê, hiện nay, cả nước có gần 200 cơ sở đào tạo về du lịch: 4 trung tâm đào tạo nghề, 71 trường trung cấp, 55 trường cao đẳng, 65 trường đại học cơ sở đào tạo về du lịch. Trung bình một năm tuyển sinh khoảng 22.000 học viên, và 20.000 học viên tốt nghiệp².

¹ <https://vnexpress.net/nhan-su-du-lich-viet-nam-nang-suat-chua-bang-mot-nua-thai-lan-3849657.html>

² <http://daotao-vhttdl.vn/articledetail.aspx?articleid=705&sitepageid=633>

Mã ngành Đào tạo du lịch chưa có sự thống nhất và rõ ràng, có trường thì có mã ngành Du lịch riêng, có trường đào tạo Du lịch chung trong mã ngành Việt Nam học. Đội ngũ giảng viên, giáo viên có trình độ tiến sĩ đúng chuyên ngành Du lịch chiếm số lượng rất thấp do mới được đào tạo từ năm 2017, và tính đến thời điểm này cả nước có duy nhất 3 trường đào tạo.

Các doanh nghiệp du lịch cũng có những nhận xét đánh giá chất lượng đào tạo nhân lực du lịch chưa cao. Theo Nguyễn Quốc Kỳ – Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty du lịch Vietravel, nguồn nhân lực còn yếu về ngoại ngữ, trình độ và kỹ năng¹. Giám đốc nhân sự khách sạn InterContinental SaiGon cho rằng: nguồn nhân lực khả năng sử dụng ngoại ngữ không cao nên còn gặp nhiều phàn nàn từ khách hàng². Ông Erwin R. Popov – Giám đốc điều hành khách sạn Daewoo Hà Nội cho biết: khi tuyển dụng, mặc dù người được tuyển dụng là sinh viên bậc đại học, cao đẳng nhưng doanh nghiệp vẫn phải đào tạo lại, hoặc đào tạo kỹ năng và trình độ ngoại ngữ. Ngoài ra, ông còn nhận xét rằng thời lượng giờ thực hành của sinh viên Việt Nam quá thấp nên sinh viên thiếu kỹ năng tác nghiệp³.

Công tác đào tạo nhân lực du lịch các năm gần đây đã được chú trọng đầu tư phát triển, quy mô các cơ sở đào tạo không ngừng tăng lên, chất lượng đào tạo cũng có mặt chuyển biến tích cực. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu thực tế, chưa bắt kịp với các tiêu chuẩn của khu vực và trên thế giới.

Xu hướng toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế đang diễn ra sâu rộng hơn bao giờ hết, đem đến cơ hội lẫn thách thức rất lớn. Để du lịch có thể thích ứng và phát triển, yếu tố cốt lõi, then chốt chính là tập trung cho công tác đào tạo nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực có chất lượng cao. Hai mục tiêu của đào tạo đủ về số lượng và chất lượng phải thực hiện đồng thời, song song nhau.

¹ <https://baochinhphu.vn/nhan-luc-nganh-du-lich-cau-tang-cung-chua-dap-ung-102259166.htm>

² https://congan.com.vn/doi-song/noi-lo-chat-luong-nguon-nhan-luc-du-lich_155552.html

³ <https://dantri.com.vn/lao-dong-viec-lam/nhan-luc-du-lich-vua-thieu-vua-yeu-20180712094221327.htm>

2.3. Giải pháp

Ở cấp độ quản lý Nhà nước, Cục, Ban ngành quản lý du lịch từ trung ương đến địa phương phải nhận thức được tầm quan trọng của hội nhập quốc tế, nhất quán từ quan điểm, chính sách, hành động, hỗ trợ cho du lịch phát triển và hội nhập quốc tế.

Bộ Giáo dục cần có quy định rõ ràng, chặt chẽ, thống nhất tên, mã ngành đào tạo du lịch ở các hệ, các cơ sở đào tạo trong cả nước. Tùy hệ đào tạo, khung chương trình có thể bắt buộc (bậc cao đẳng, trung cấp, sơ cấp, lớp ngắn hạn) nhằm đảm bảo thống nhất tiêu chuẩn, chất lượng giữa các cơ sở đào tạo, hay hướng “mở” (bậc đại học và sau đại học) để trường có thể tự lựa chọn chương trình, chuẩn đầu ra như vậy sẽ rất linh hoạt, dễ dàng tiếp cận với xu hướng đào tạo, tiêu chuẩn nghề du lịch của khu vực và thế giới.

Ngoài hai bộ tiêu chuẩn VTOS và ASEAN, cần đẩy mạnh, xây dựng thêm các bộ tiêu chuẩn nghề du lịch theo tiêu chuẩn của quốc tế. Cập nhật thường xuyên, học hỏi liên tục các quốc gia/vùng/khu vực thành công trong hoạt động du lịch, nhất là về công tác đào tạo từng bước tiến đến chuẩn hóa đội ngũ lao động du lịch Việt Nam đạt chuẩn quốc tế.

Thành lập thêm các cơ sở đào tạo du lịch, tăng chỉ tiêu tuyển sinh nhưng cần chú ý đến năng lực đào tạo (cơ sở vật chất, đội ngũ giảng dạy...) không vì thiếu mà chạy theo số lượng bỏ qua chất lượng. Đặc biệt đối với bậc đào tạo tiến sĩ du lịch, quy mô cả nước có 3 đơn vị đào tạo không đủ đáp ứng yêu cầu thực tiễn, trong khi bối cảnh hiện nay rất cần nguồn nhân lực có chất lượng cao.

Đào tạo phải gắn liền, đáp ứng được nhu cầu xã hội, vì vậy phải có sự hợp tác chặt chẽ giữa Nhà nước, Nhà trường, và Doanh nghiệp. Tăng cường các giờ thực hành thực tế (tối thiểu 50% thời lượng khóa học) đối với các bậc đào tạo từ đại học trở xuống. Khuyến khích hoặc có quy định “cứng”, chính sách hỗ trợ tạo điều kiện cán bộ ban ngành, doanh nghiệp tham gia vào công tác giảng dạy tại các trường. Một số trường gặp rất nhiều khó khăn do cơ chế (làm giờ làm hành chính) cũng như tâm lý (thù lao thấp).

Tăng cường đào tạo kỹ năng mềm, nâng cao trình độ ngoại ngữ cho sinh viên. Hiện nay, các trường đã chú trọng hơn về vấn đề này tuy nhiên kết quả mang lại chưa cao, chưa cạnh tranh được với lao động của các nước trong khu vực. Nguyên nhân một phần đến từ cách tiếp cận, phương pháp giảng dạy chưa phù hợp, nặng về lý thuyết, không chú trọng đến thực hành.

Đẩy mạnh về liên kết đào tạo quốc tế với các trường có chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tốt trong khu vực và trên thế giới. Triển khai hợp tác, hội nhập đào tạo bằng nhiều cách, tiếp cận theo chiều sâu, hoạt động thiết thực đi vào thực chất: trao đổi sinh viên, giảng viên; tổ chức các buổi hội thảo khoa học, báo cáo chuyên đề học hỏi kinh nghiệm,... từng bước rút ngắn cách biệt chất lượng lao động Việt Nam với khu vực và trên thế giới.

Đối với các lao động chưa thông qua đào tạo hoặc từ các ngành nghề khác chuyển sang làm du lịch, tùy từng vị trí công việc phải đào tạo lại nghiệp vụ chuyên môn và ngành Du lịch phải có quy định chặt chẽ, tiêu chuẩn nghề cụ thể cho từng vị trí công việc.

Tiếp tục đẩy mạnh đổi mới tư duy trong chính doanh nghiệp, người lao động để họ nhận thức được tầm quan trọng của việc, hội nhập quốc tế, phát triển du lịch phải theo xu thế của thế giới, thời đại từ đó không ngừng học hỏi, trau dồi, cập nhật kiến thức, kỹ năng mới.

Nhiệm vụ đào tạo nguồn nhân lực du lịch thích ứng với bối cảnh hội nhập quốc tế có thành công hay không là nhờ vào sự đồng lòng, chung tay của toàn bộ hệ thống chính trị, cơ quan quản lý về du lịch, doanh nghiệp, xã hội,... trong đó các cơ sở đào tạo du lịch đóng vai trò đặc biệt quan trọng.

3. KẾT LUẬN

Nguồn nhân lực đóng vai trò vô cùng quan trọng, quyết định đến sự phát triển bền vững của ngành Du lịch. Vì vậy, công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phải luôn được chú trọng. Hiện nay, cuộc cách mạng 4.0 và hội nhập quốc tế diễn ra mạnh mẽ vấn đề này càng trở cấp thiết. Đào tạo phải luôn đảm bảo hai mục tiêu chất và lượng có như vậy ngành Du lịch mới có thể nâng cao

lợi thế cạnh tranh, cũng như hoàn thành sứ mệnh là ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Mạnh Cường (2022), “Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Du lịch Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0”, Tạp chí *Công thương*, số 14 (2022).
2. Bùi Thị Như Hiền (2023), “Phát triển nguồn nhân lực hướng tới du lịch bền vững tại Việt Nam”, Tạp chí *Công thương*, số 5 (2023).
3. Bộ Chính trị, *Nghị quyết về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn* (Nghị quyết số 08–NQ/TW ngày 16/1/2017), Hà Nội.
4. Đào Duy Tuấn (2022), *Nhân lực, đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong kỉ nguyên số*, Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch.
5. Nguyễn Lâm Ngọc Vi, Dương Thanh Tùng (2023), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch góp phần đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch thông minh”, số 11 (2023).
6. Báo cáo hằng năm về hoạt động kinh doanh du lịch của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam.
7. Nhật Nam (2019), “Nhân lực ngành Du lịch: cầu tăng, cung chưa đáp ứng”, Báo *Lao động*. Truy cập từ: <https://baochinhphu.vn/nhan-luc-nganh-du-lich-cau-tang-cung-chua-dap-ung-102259166.htm>.
8. Cao Phương, “Nỗi lo chất lượng nguồn nhân lực du lịch”, Báo *Công an Thành phố Hồ Chí Minh*. Truy cập từ: https://congan.com.vn/doi-song/noi-lo-chat-luong-nguon-nhan-luc-du-lich_155552.html.
9. “Nhân lực du lịch: Vừa thiếu, vừa yếu”, Báo *Dân trí*. Truy cập từ: <https://dantri.com.vn/lao-dong-viec-lam/nhan-luc-du-lich-vua-thieu-vua-yeu-20180712094221327.htm>.

TRAINING HUMAN RESOURCES TO DEVELOP THE TOURISM INDUSTRY IN THE NEW CONTEXT

MA. Võ Thị Hoài¹

Abstract: Considered a smokeless industry, tourism development is a key area in the socio-economic development strategies of many countries. It not only helps exploit the potential for economic development, achieve poverty reduction goals, but also protects the environment and preserves the cultural identity values of regions and localities is the great role that the tourism industry plays. In order to promote tourism development, the most important issue is to have a team of human resources that can meet the requirements of the new context. The article focuses on analyzing the contexts affecting the tourism industry, the current state of tourism human resources and issues that need attention in the current tourism human resources training strategy.

Keywords: tourism human resources; tourism development; digital transformation of the tourism industry.

ĐÀO TẠO, BỒI DƯỠNG NGUỒN NHÂN LỰC NHẪM PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH MỚI

Tóm tắt: Được xem là ngành công nghiệp không khói, phát triển du lịch là một lĩnh vực trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội của nhiều quốc gia. Vừa giúp khai thác được các tiềm năng để phát triển kinh tế, thực hiện được mục tiêu giảm nghèo, vừa bảo vệ được môi trường và gìn giữ các giá trị bản sắc văn hóa của vùng miền, địa phương, đó là vai trò to lớn mà ngành Du lịch mang lại. Để thúc đẩy du lịch phát triển, vấn đề quan trọng hàng đầu là phải có đội ngũ nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu của bối cảnh mới. Bài viết tập trung phân tích các bối cảnh tác động đến ngành Du lịch, thực trạng nguồn nhân lực du lịch và những vấn đề cần được quan tâm trong chiến lược đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay.

Từ khóa: nhân lực du lịch; phát triển du lịch; chuyển đổi số ngành Du lịch.

1. INTRODUCTION

The current international economic context is undergoing many important changes, considered a turning point in the development process of countries. The tourism industry is identified as a

¹ Lecturer of the Faculty of Law, Saigon University. Email: vthoai@sgu.edu.vn.

key industry, with the goal that by 2050 *“Viet Nam will become an attractive destination, striving to be in the group of three leading countries in tourism development in Southeast Asia and 50 countries. The country has the world’s leading tourism competitiveness, in which all 14 tourism competitiveness criteria have increased, consistent with the requirements of sustainable development”*. Whether or not achieving the goal depends largely on the policies and development orientations of the Government as well as relevant agencies and departments, but policies with reasonable orientation do not have a team of qualified and skilled human resources. Implementation is also unlikely to achieve success. Therefore, focusing on developing, training and fostering human resources to meet the requirements of the new situation and context is extremely important and needs attention.

2. RESEARCH OVERVIEW AND RESEARCH METHODS

In 2020, the Prime Minister issued Decision No. 147/QĐ–TTg: Approving Viet Nam’s tourism development strategy until 2030, in which, many big goals for growth and job creation for workers from the tourism industry have been set. To achieve the goal by 2030 *“Strive to welcome at least 50 million international visitors and 160 million domestic visitors; Maintaining an average growth rate of international visitors from 8 – 10%/year and domestic visitors from 5 – 6%/year”*, one of the important solutions that needs to be implemented is that *“Develop tourism human resources according to a reasonable structure, ensuring quantity, quality, balance in occupational structure and training level, meeting competition and integration requirements; have policies to encourage the development of human resources and a comprehensive labor market, improve the quality of tourism human resources in terms of state management, business administration and tourism skills, focusing on training senior management human resources and skilled workers”*. Developing human resources, especially high-quality human resources, is currently a challenge for Vietnamese tourism facing the requirements of international integration due to human resources in the tourism industry currently still lack quantity, quality and competitiveness. The article focuses on solving 3 issues: (i) What

target groups does tourism human resources include and what are the current regulations on the capacity and qualifications of human resource groups? (ii) What are the current limitations of Viet Nam's tourism human resources? Based on consideration of the current situation of management human resources, operational human resources and adjacent human resources with comparison with human resource requirements in the new context of digital economy, integration and sustainable development trends, to point out limitations as a basis for recommendations in promoting training and retraining of human resources. (iii) Based on the analyzed situation of human resources and the objective requirements of socio-economic development, The article discusses a number of solutions and recommendations that are considered important and should be continued to be promoted in the coming time to develop Viet Nam's tourism industry to meet the set goals.

The research method used in the article is qualitative research method. Based on reliable interdisciplinary reference sources and data on tourism, education, information technology, law and sociology, accompanied by methods of analysis, synthesis, comparison, evaluation articles and providing discussions and suggestions to improve the quality of human resources in the tourism industry to meet requirements in new contexts.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Current status of human resources in Viet Nam's tourism industry: To realize the important goals and tasks of the tourism industry in the above socio-economic development process, Viet Nam needs to prepare for itself a highly qualified human resource, ensuring management qualifications. Only with professional skills and standard operating quality can we maximize our potential and take advantage of favorable opportunities in the new era. In recent years, Viet Nam's tourism industry has encountered many general difficulties due to the impact of the COVID-19 epidemic, but after the epidemic, Viet Nam's tourism has shown signs of growth again. Specifically, in 2022, total revenue from tourists will reach 495

trillion VND (exceeding 23% of the 2022 plan). Viet Nam's tourism development capacity index increased 8 places compared to 2019, ranking 52/117 economies. With 6/17 pillar indexes classified as leading in the world, Vietnamese tourism is one of the three countries with the highest growth rate. Viet Nam tourism also received 16 tourism awards at the 2022 World Travel Awards – the Asia and Oceania region has continued to affirm the brand and position of Viet Nam tourism (Bureau Viet Nam national tourism, 2023). However, Viet Nam's tourism human resources are still considered lacking and weak. Specifically: In ASEAN, the human resource and labor market index of Viet Nam Tourism ranked 6th, after Singapore, Malaysia, Thailand, Philippines, and Indonesia. Labor productivity of Viet Nam's tourism industry has improved a lot in recent times. For example, in 2011, Singapore's labor productivity was 17.6 times higher than Viet Nam's, Malaysia's 6.3 times higher, Thailand's 2.9 times higher, and Indonesia's 2.4 times higher. In 2019, this relative gap decreased to 13.1 times; 5.1 times; 2.6 times and 2.2 times. However, although labor productivity has increased significantly, it is still generally low and has a large gap compared to other countries in the region. The quality of tourism services also does not meet the satisfaction of tourists. According to statistics published by the Viet Nam National Administration of Tourism, more than 80% of international tourists do not intend to return to Viet Nam a second time. Previously, the Pacific Asia Travel Association (PATA) reported that the number of tourists returning to Viet Nam was only about 6%. Even among domestic visitors, only 24% visit tourist attractions a second time and only 13% a third time. (Nguyễn Thị Thu Trang, 2020). In addition to the low quality of human resources in the tourism industry, the tourism industry also faces a labor shortage. According to statistics from the General Department of Tourism, every year, with the orientation of developing tourism into a key economy, requires 40,000 qualified workers, current vocational training schools and colleges can only meet about 15,000, so there is a huge shortage. (Nhật Dương, 2022). According to statistics from the Viet Nam Tourism Association, the tourism industry needs

about 485,000 workers in tourist accommodation establishments at a capacity of over 70%, of which about 45,000 people are needed for administrative personnel. If Viet Nam tourism growth forecast is to be followed by 2025, there will be a need for about 950,000 – 1,050,000 accommodation rooms and by 2030, 1,300,000 – 1,450,000 accommodation rooms will be needed. Thus, in 2025, the demand for labor in the tourist accommodation sector needs about more than 800,000 and in 2030 it is more than 1 million. In the period 2022 – 2030, on average, over 60,000 workers need to be added each year (General Department of Tourism, 2013). Therefore, building and training to supplement the labor shortage is a very urgent requirement today. In order to build an effective workforce in the tourism industry, it is also necessary to review the current state of human resources in the tourism industry. Accordingly, human resources in the tourism industry still have some limitations such as:

(i) *For human resources working in State management of tourism:* According to the provisions of Decision No. 1596/QĐ-BVHTTDL dated May 19, 2021 on promulgating regulations on standards for leadership and management positions of administrative agencies and public service units of the Ministry of Culture and Sports and Tourism, management leadership positions include 5 target groups: (1) Leadership and management positions at administrative agencies under the Ministry; (2) Management positions at public service units under the Ministry; (3) Leadership and management positions at administrative agencies under the General Department, Viet Nam Ethnic Culture and Tourism Village Management Board; (4) Management positions at public service units under the General Department and (5) Management positions at public service units under the Department and Ministry Office. For these 5 groups, depending on each leadership position, the State will issue different standards to suit the job position. However, the general standard is that this workforce must meet the conditions of political qualities, lifestyle ethics and sense of organizational discipline; Regarding qualifications, you must have a university degree in a corresponding

major and have an information technology certificate that meets basic information technology skills standards; Have innovative thinking and strategic vision; scientific working methods; Have the ability to synthesize analysis and forecast; Have practical ability, have a solid grasp and basic understanding of the actual situation to concretize and organize the effective implementation of the Party's and State's policies and laws in assigned fields and work areas. In addition, each position has its own requirements regarding foreign language proficiency, political theory and work experience in related fields. It can be said that these are the people who stand in the leading positions to do macro work for the tourism industry such as planning development policies for the entire tourism industry. Because of such a position, they will be required to have general knowledge about tourism; Able to develop tourism development plans, national and local tourism development orientations; Have skills in building and coordinating tourism programs and events at national, provincial and city scales. This group of human resources is small in number but plays an important role in developing national and local tourism activities. A study shows that about 2/3 of positions working at tourism departments or cultural and social departments at the provincial/city level do not have professional qualifications in the right field or field they are responsible for. Besides, the mobilization and rotation of state management officials takes place quite regularly, or at least according to the term (3 – 5 years) making it difficult for the seniority and work experience of the state management team in tourism to meet job position requirements (Lê Thế Hiển, 2021). The legal regulations regarding conditions and standards for promotion or recruitment of managers in charge of tourism work stop at general regulations "*Graduated from university or higher with a major or major appropriate to the field of work*". There is no list of fields that are suitable for positions in the tourism industry. However, if we stipulate that officials and experts working in the field of State management of tourism must have a bachelor's degree in the correct tourism field, it will be difficult because the country still has very few education and training establishments have

specific mechanisms to train management staff of this industry. If you do not have in–depth expertise in the field that you manage but undertake the work of advising, building, appraising, commenting on regulations of superiors, building strategies, planning, plans, and policies, Important programs, projects, and schemes related to the industry or field of construction, promotion management, and tourism promotion are unlikely to have initiatives that create breakthroughs for the industry. Therefore, one of the reasons why tourists do not want to return a second time is because tourist destinations are poor and monotonous in terms of content and experiential activities. It is not difficult to see that tourism models in Viet Nam have not yet been comprehensively and uniquely planned while still retaining the nation’s identity. Many localities develop tourism following the trend of imitating cultural works of many other countries, developing tourism in an imitation or hybrid style that is not equal to the original will only attract a small portion of tourists and will not attract visitors to return a second time, especially international tourists.

(ii) *For human resources directly performing tourism business activities:* They can be divided into 2 job groups: (i) *civil servants specializing in tourism with the ranks of senior specialists and specialists.* Managers and specialists in charge of different fields such as travel management, tourist accommodation management, promotion management, and tourism promotion. Conditions, standards as well as description of their employment positions are specified in Circular No. 06/2023/TT–BVHTTDL dated May 15, 2023 instructs on job positions for professional civil servants specializing in culture, family, physical education, sports and tourism in agencies and administrative organizations in the fields of culture, sports and tourism. Their duties are to preside over, advise, synthesize, evaluate, and plan strategies, plans, and policies and preside over the development and completion of legal documents, projects and schemes on travel management; on tourist accommodation management; on promotion management, promoting tourism and presiding over, organizing and implementing professional tasks

according to assigned work areas. To be able to undertake advisory and presiding work in developing policies and projects, they need to have requirements regarding training qualifications, professional certificates, work experience, personal qualities, and moreover, meet the requirements of professional capacity such as capacity to organize work, capacity to draft and promulgate documents, capacity in information technology and foreign languages, meet requirements for professional capacity and management capacity according to the provisions of law. (ii) *Human resources directly provide and sell services at tourism business units*: Depending on the job position, this human resource undertakes different tasks. If in a hotel, it is the human resource responsible for housekeeping, desk, bar, kitchen, etc. In the travel business, it is the human resource. In charge of tour operations, tourism marketing and tour guiding, etc. For domestic tour guides as well as international tour guides, to be granted a card, they must meet the conditions according to Article 59 of the Law on Tourism. This is a group of human resources that works directly with customers, so they need specialized knowledge about the position they undertake, foreign language skills to communicate with customers, technology skills to operate digital applications, and skills to handle practical situations to satisfy tourists.

Statistics show that in 2019, the proportion of workers with tourism expertise accounted for about 42% of the total number of employees in the entire Viet Nam Tourism industry, 38% were trained from other industries and about 20% have not received formal training. Of the total 42% of workers trained in tourism, only 10% of workers have university or postgraduate degrees (accounting for 3.5%); 50% of workers have elementary, intermediate and college degrees (accounting for 20%); The remaining 40% are workers trained through short-term classes. About 60% of workers in the field know and use different foreign languages, of which English accounts for the highest proportion with more than 50% of the entire industry's workforce; The rate of knowing Chinese is only 5%, French is 4%, etc. (Nguyễn Anh Tuấn, Lê Quang Đăng, 2019). Prof. Dr. Nguyễn Văn Đính, Vice President of the Viet Nam Tourism

Training Association said: “In terms of information technology level, currently more than 60% of workers know how to use computers, but most only handle simple tasks. 15% of workers are able to use foreign languages fluently and only focus mainly on the tour guide and hotel reception departments” (Lê Thế Hiển, 2021). These statistics show that foreign languages and information technology are two major obstacles to human resources directly serving the tourism industry, whilst these are two necessary skills in the process of integration and digital transformation. The number of human resources that are not properly trained with in–depth industry knowledge will be a major obstacle in handling work and skills in solving complex problems that arise.

(iii) *Human resources are trained nearby at educational institutions:* This is a group of people who are studying at universities, colleges, and intermediate schools in tourism to participate in the tourism human resources market after graduation. To prepare human resources capable of taking on positions in the tourism industry, training institutions are all interested in building training programs that meet output standards based on comments from relevant parties. According to Report of the Department of Training, General Department of Tourism, the whole country currently has more than 190 tourism training establishments and participating in higher education and tourism vocational education at the university, college, intermediate level, primary and short–term training. Nationwide, there are 62 universities, 80 colleges, including 8 vocational colleges, 117 intermediate schools, including 12 vocational colleges, 2 training companies and 23 centers participate in tourism professional training. Thus, every year, training institutions can only provide about 2,000 university bachelor’s students, 3,000 college students, and the rest are vocational intermediate students. Experts also predict that with the current growth momentum, each year Viet Nam’s tourism industry needs an additional 40,000 workers, but in reality, schools can only provide a maximum of 20,000 workers, of which just over 1,000 workers. 2% have university or college degrees (Phạm Trung Lương, 2015). In addition, the training programs of tourism training

institutions also have no improvements to prove that they are actively preparing learners to enter the labor market with full knowledge and skills in the new context. Foreign language and information technology skills, modules related to digital transformation, 4.0 technology applications, knowledge of new tourism trends that will develop strongly in the future such as health care tourism, medical tourism, sustainable tourism, responsible tourism, etc., have not been researched and included in teaching. Soft skills and personal development skills are considered the key to integration, but are the biggest weakness of Viet Nam's young tourism human resources.

4. CONCLUSIONS AND POLICY IMPLICATIONS

From the current situation of the tourism industry, it shows that the issue of developing tourism human resources both in breadth and depth is something we need to pay attention to in the current period. This is a period in which the economy is moving into new stages of development. The development of science and technology changes many ways and methods of operating work. If we cannot master technology, it will be very difficult to keep up with the current pace of world economic development. Besides, countries are currently interested in many new tourism development trends, those development trends have multi-sectoral links with many diverse models such as health care tourism, medical tourism, healing tourism, eco-tourism, etc. This requires tourism human resources to also equip themselves with multi-disciplinary knowledge and multi-skills. Therefore, some recommendations need to be promoted such as:

– For human resources who are officials and state managers of tourism: It is necessary to raise the standard of information technology level by professional training activities on digitalization and digital transformation applications in the field of tourism. Currently, the requirements for technological qualifications of managers in general only require a certificate according to Circular No. 03/2014/TT-BTTTT dated March 11, 2014, regulating standards for skills in using information technology. According to this regulation, the level of information technology is only at a basic level, if being able to master

technology in the digital transformation process is difficult. Therefore, with this workforce, it is necessary to raise technology standards through opening training courses on technology qualifications, especially digital technology. For the standards of professional qualifications, it is necessary to add the condition “University graduate or higher suitable for the position and field of expertise and major in charge” following specific instructions on appropriate career fields, ranking them in order of priority for recruitment, appointing personnel who have graduated directly from the tourism industry and expanding to suitable professions for each position. This not only encourages human resource training in the tourism industry but also solves the shortage of management human resources in the tourism industry. If you have determined that tourism will be a key industry prioritized for development in the future, you should also think about solutions to open faculties and schools specializing in training tourism managers with the content that needs to be trained. training such as building development plans for the tourism industry, building projects and schemes on developing tourism models at the national, regional, regional, and local levels, etc. Being trained methodically, the Management human resources will do a better job of policy planning, development planning, and tourism development projects to create more diversity, richness, and sustainability for the tourism industry.

– For human resources directly performing work and providing services in the tourism industry: Businesses should allocate funding for training and fostering activities for workers so that from time to time, workers can study to improve their qualifications. It is necessary to strictly manage the personnel of agencies and units, especially regarding attitudes and skills in handling situations to promptly prevent fraud or actions that may affect the interests of customers, making the image of Vietnamese tourism bad. Businesses should be proactive in establishing relationships with training institutions through actively participating in providing feedback on training programs and output standards to support training institutions in innovating training programs to suit the requirements of labor demand at the enterprise.

– For human resources being trained at educational institutions: Educational institutions should reform tourism training programs in the direction of adding new modules and research to include modules associated with digital transformation in the tourism training program. For example, Digital communication in tourism, Smart tourism, Online travel business, Health care tourism, etc. Digital technologies should be used in teaching so that learners can become familiar with the Digital applications both create appeal and increase excitement for lectures. Exploit social media platforms such as Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok to serve the teaching of professional modules such as Tour design and operation, Tour sales operations, Tour guide operations, Tourism human resource management, Customer relationship management, etc. (Nguyễn Thành Nam & Trần Xuân Đạt, 2022). Investing in the school's information technology system such as the Internet, digital library, digital lectures, purchasing application technology software for students to practice and experience, etc. Higher foreign language requirements lecturers' language to gradually convert more courses to teach in English.

In short, in order to develop the tourism industry as expected, many solutions really need to be implemented, in which training and fostering human resources is the most important factor that needs to be paid attention to. Viet Nam is considered one of the first countries in the world to issue a national digital transformation program, this is an important push to open an era with new technology, new models, new services, new products in all fields and business lines. But whether or not we can successfully achieve economic development goals will depend on the capacity and qualifications of our human resources team. Therefore, paying attention to building and training human resources is one of the tasks that need top priority in the current period.

REFERENCE

1. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2023), "Du lịch Việt Nam sẽ tăng tốc ấn tượng hơn", Truy xuất từ nguồn <https://vietnamtourism.gov.vn/post/47263>.

2. Huỳnh Văn Thái & Võ Xuân Hậu, (2020), “Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghệ số”. Tạp chí *Công thương*, số 16 tháng 7/2020.
3. Lê Quân (2015), Đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh: “*Nghiên cứu, đề xuất phát triển nhân lực ngành Du lịch tỉnh Quảng Bình*”.
4. Lê Thế Hiển (2021), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0”. *Kỹ yếu hội thảo quốc gia, Nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số và thích ứng với biến đổi*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 2021.
5. Nguyễn Thành Nam & Trần Xuân Đạt, (2022), “*Xây dựng chương trình đào tạo du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số (qua thực tiễn chương trình đào tạo của một số cơ sở đào tạo du lịch)*”. *Kỹ yếu hội thảo quốc gia Nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số và thích ứng với biến đổi*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2021.
6. Nguyễn Thị Thu Trang (2020), “*Thực trạng năng suất lao động của Việt Nam và một số giải pháp tăng năng suất lao động*”, Tạp chí *Công thương*, Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 12, Hà Nội.
7. Nguyễn Anh Tuấn và Lê Quang Đăng (2020), “*Phát triển nhân lực Du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghệ số*”, Tạp chí *Du lịch*, truy cập ngày 21/8/2021 từ <http://vtr.org.vn/phat-trien-nhan-luc-dulich-trong-boi-canhh-cach-mang-cong-nghe-so.html>
8. Nhật Dương (2022), “*Ngành Du lịch thiếu trầm trọng nhân lực chất lượng cao*”. Truy xuất từ nguồn <https://vneconomy.vn/nganh-du-lich-thieu-tram-trong-nhan-luc-chat-luong-cao.htm>.
9. Phạm Trung Lương (2015), “*Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực Du lịch trong bối cảnh hội nhập*”, *Kỹ yếu hội thảo: Brexit và cộng đồng kinh tế ASEAN dưới góc nhìn hội nhập*, Trường Đại học Văn Hiến, TP. Hồ Chí Minh.
10. Tổng cục Du lịch (2013), *Hệ thống tiêu chuẩn VTOS, Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU)*.

PHÁT TRIỂN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TIẾP CẬN KHUNG NĂNG LỰC ASEAN VÀ ÚC

ThS. Phạm Bá Hùng¹

Tóm tắt: Nội dung nghiên cứu tập trung vào đánh giá một số năng lực sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Huế theo khung năng lực ASEAN và Úc để đổi mới chương trình đào tạo. Việc nghiên cứu và sử dụng mô hình Importance-Performance Analysis (IPA) đối với các yếu tố thể hiện và yếu tố quan trọng trong đánh giá năng lực sinh viên là cơ sở xem xét quan trọng trong việc xây dựng, điều chỉnh chương trình đào tạo của nhà trường tiếp cận khung năng lực ASEAN nhằm đáp ứng yêu cầu thực tiễn và hội nhập quốc tế.

Từ khóa: ASEAN; Chương trình đào tạo; Năng lực, IPA; Úc.

Abstract: The research aims to evaluate some competencies of Hue Tourism College students based on the ASEAN and Australian qualifications frameworks to renovate the existing curricula. The study and use of the Importance-Performance Analysis (IPA) model for performance factors and key factors in assessing students' competencies serve as significant considerations in building and modifying the curricula towards the ASEAN qualifications framework, with a view to satisfying the requirements of societies and international integration.

Keywords: ASEAN; curricula; competency; IPA; Australian.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Từ sau đại dịch COVID-19, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ đã tác động lớn du lịch trong nước và quốc tế, xu hướng du lịch có nhiều thay đổi đòi hỏi các doanh nghiệp, cơ sở đào tạo cần thay đổi để thích ứng và phù hợp với nhu cầu của du khách. Thực trạng đào tạo nhân lực lưu trú du lịch dù đang hướng tới đạt kiến thức, kỹ năng theo các tiêu chuẩn đã được thỏa thuận trong khu vực và mở rộng ra phạm vi toàn cầu vẫn chưa đạt kỳ vọng. Tính liên thông của chương trình cần tiếp tục quan tâm giải quyết

¹ Hiệu trưởng, Trường Cao đẳng Du lịch Huế.

để tạo thuận lợi, cơ hội học tập cao hơn cho người học. Một số cơ sở đào tạo chưa đáp ứng nhu cầu xã hội, chưa theo kịp các quốc gia trong khu vực, chưa có giáo trình thống nhất theo chuẩn chung. Hơn hai năm qua, Trường Cao đẳng Du lịch Huế đã triển khai đồng bộ từ đổi mới nội dung chương trình đào tạo, tập huấn đào tạo đội ngũ giảng viên, tăng cường năng lực cơ sở vật chất, thay đổi hình thức thực tế, thực tập, xây dựng hệ thống kiểm tra, đánh giá để quản lý hoạt động dạy học, tiến hành tổ chức đào tạo trực tuyến (online) nhằm tiếp cận chương trình đào tạo theo xu thế hội nhập quốc tế. Việc chuyển đổi chương trình đào tạo theo hướng tích lũy năng lực thực hiện có vai trò rất quan trọng tác động đến từng giảng viên trong mỗi cơ sở giáo dục, trong đó có cơ sở giáo dục du lịch, nhằm linh hoạt, thích ứng trong tình hình mới để duy trì, tiếp tục nâng cao chất lượng đào tạo, xây dựng thương hiệu và tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho sinh viên. Để hội nhập quốc tế và tiếp cận khung năng lực lĩnh vực du lịch – khách sạn của ASEAN và Úc, Trường Cao đẳng Du lịch Huế đã chuẩn bị nguồn nhân lực bằng cách cử 14 giảng viên đào tạo tại Úc triển khai chương trình đào tạo đối với 02 lớp nghề Quản trị khu resort; Hướng dẫn du lịch chuyển giao từ Úc với gần 50 sinh viên và 7 giảng viên được công nhận là Đào tạo viên và Đánh giá viên theo khung năng lực ASEAN. Đây là cơ sở quan trọng cho việc chuyển đổi chương trình theo hướng tích lũy năng lực thực hiện theo khung năng lực ASEAN và Úc.

Tuy nhiên, việc nghiên cứu và triển khai xây dựng chương trình đào tạo vẫn còn tồn tại những khó khăn, bất cập. Một số giảng viên vẫn còn lúng túng trong quá trình triển khai, xây dựng và xác định các khối lượng kiến thức cốt lõi, yêu cầu về ma trận của các năng lực trong chương trình đào tạo. Việc sử dụng mô hình IPA trong nghiên cứu khoảng cách đào tạo và thực tiễn đánh giá năng lực sinh viên nhằm làm rõ các giả thiết khoa học trong việc xác định yếu tố năng lực cần thiết là cơ sở quan trọng trong việc xây dựng chương trình đào tạo vừa có tính thực tiễn và cấp thiết đối với mỗi cơ sở giáo dục, đặc biệt là cơ sở giáo dục du lịch, hiện nay.

2. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Việc nghiên cứu về chất lượng đào tạo được đánh giá trên nhiều khía cạnh. Nhiều nhà khoa học trên thế giới như Leblanc và Nguyen (1997), Trivellas và Dargenidou (2009), Kwek và các cộng sự (2010), Shekarchizadeh và cộng sự (2011), Narang (2012) đã nghiên cứu đánh giá những vấn đề cốt lõi của chất lượng giáo dục dưới các góc nhìn khác nhau về “thiết kế khóa học dựa trên yêu cầu của sinh viên”, “đánh giá sự phù hợp của nội dung chương trình đào tạo”, “mối liên hệ giữa công việc để hình thành kiến thức và kỹ năng”, “cung cấp khóa đào tạo cho người học”;... Viraiyan Teeroovengadum và các cộng sự đã đo lường chất lượng giáo dục đại học trên cơ sở phát triển mô hình phân cấp HESQUAL đã đưa ra 4 chỉ tiêu đánh giá về chương trình đào tạo (curriculum) và 3 chỉ tiêu đánh giá về năng lực thực hiện (competence) trong đánh giá chất lượng giáo dục [1, tr.252]. Trên cơ sở mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ SERVQUAL do Parasuraman và Bery (1985, 1988, 1991) đề xuất và mô hình SERVPERF do Cronin và Taylor (1992) đề xuất, các biến thể của đánh giá chất lượng dịch vụ đại học được ứng dụng để nghiên cứu đánh giá và xây dựng mô hình thang đo HEDPERF tại Malaysia và đề xuất mô hình EduQUAL của Narang (2012).

Mô hình Importance-Performance Analysis (IPA) được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng để đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch một cách hiệu quả đối với nhiều lĩnh vực thực phẩm, giáo dục, chăm sóc sức khỏe, ngành du lịch khách sạn,... (Michael Lück, 2011; Silva & Fernandes, 2010; Song & Wu, 2006; Zhang & Chow, 2004; Derek J. Wade & Paul F.J. Eagles, 2003). Đối với lĩnh vực giáo dục, nhóm nghiên cứu Sival. F và Fernamdes. P (2010) đã sử dụng mô hình IPA để đánh giá những giá trị những thể chế của giáo dục đại học [2, tr.121 – 123]. Nhóm tác giả GustiNgurahJoko và Putu đã đánh giá chất lượng giáo dục đại học trong trường hợp đại học tư Badung, Bali, Indonesia [3, tr.82 – 88]. Tác giả Nien-Te Kuo và các cộng sự đã ứng dụng mô hình Kano

và mô hình IPA để xác định các thuộc tính quan trọng đối với giáo dục đại học trong lĩnh vực khách sạn và du lịch. [4, tr. 12016 – 12024].

Nhóm tác giả ở Việt Nam đã nghiên cứu về chất lượng dịch vụ ở đại học, cao đẳng chủ yếu tập trung khảo sát và đánh giá sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ nhà trường cung cấp thông qua mô hình SERVQUAL và mô hình SERVPERF. Tác giả Nguyễn Thành Long (2006) đã sử dụng thang đo SERVPERF để đánh giá chất lượng đào tạo đại học [6, tr.19 – 23]. Nhóm tác giả Phạm Lê Hồng Nhung [9] và các cộng sự tại Đại học Cần Thơ đã nghiên cứu kiểm định thang đo chất lượng dịch vụ trong đào tạo đại học trường hợp nghiên cứu tại các trường đại học tư thục khu vực đồng bằng sông Cửu Long thông qua phân tích nhân tố khám phá EFA. Việc áp dụng mô hình IPA trong đánh giá năng lực để đổi mới chương trình đào tạo là vấn đề mới cần được nghiên cứu tại các trường của Việt Nam.

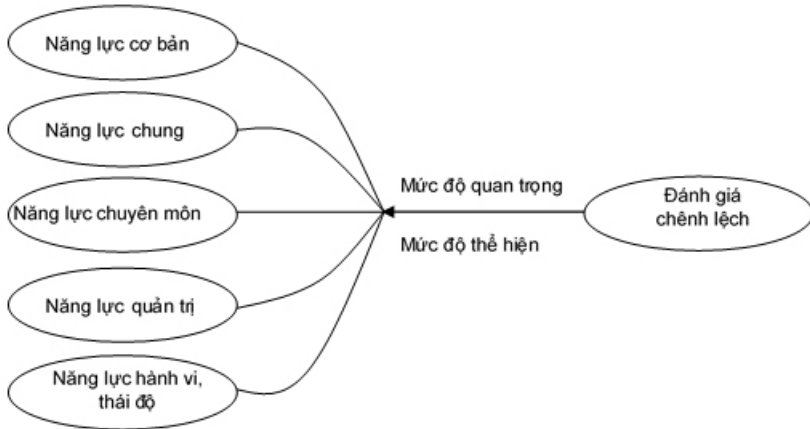
Bài viết tập trung vào vấn đề lõi của chất lượng giáo dục là các tiêu chí năng lực trong thiết kế chương trình đào tạo. Các năng lực đánh giá trong nghiên cứu này dựa trên 5 năng lực chính: năng lực cơ bản, năng lực chung, năng lực chuyên ngành/nghề, năng lực quản lý và năng lực hành vi, thái độ của sinh viên trên cơ sở tham chiếu tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch (VTOS) và khung năng lực ASEAN, Úc. Việc nghiên cứu đánh giá về mức độ quan trọng và mức độ thể hiện năng lực của sinh viên nhằm xác định các yếu tố năng lực cần thiết để đổi mới chương trình đào tạo. Đồng thời, giúp cho cơ sở đào tạo đo lường chất lượng đào tạo và xác định các năng lực cốt lõi để xây dựng chương trình đào tạo.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Thang đo và mô hình nghiên cứu

Thang đo với 22 chỉ tiêu được lựa chọn đánh giá trên 5 thành phần năng lực của nghề du lịch khách sạn như sau: năng lực cơ bản (5 chỉ tiêu), năng lực chung (4 chỉ tiêu), năng lực nghề nghiệp (5 chỉ tiêu), năng lực quản trị (4 chỉ tiêu) và đánh giá thêm 01 năng lực hành vi, thái độ (4 chỉ tiêu). Các năng lực về cơ bản đáp ứng cấu trúc của quy định khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng

lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp trình độ trung cấp, cao đẳng của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội và có tham chiếu đến một số năng lực nghề du lịch, khách sạn của ASEAN và chương trình đào tạo được chuyển giao từ Úc theo Quyết định 1808/QĐ-LĐTBXH ngày 09/12/2015 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội về việc cho phép sử dụng 12 bộ chương trình chuyển giao từ Úc để đào tạo thí điểm cấp bằng tốt nghiệp cao đẳng của Úc và cấp bằng tốt nghiệp cao đẳng của Việt Nam cho 12 nghề trọng điểm cấp độ quốc tế.

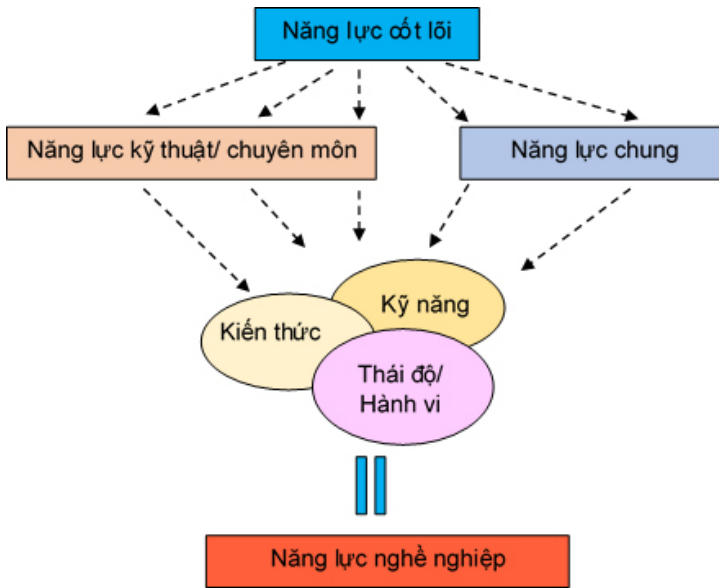


Hình 1. Mô hình đánh giá năng lực

Nguồn: Tác giả đề xuất

Mô hình hình phân tích mức độ quan trọng và mức độ thể hiện dịch vụ (IPA, Importance – Performance Analysis) được đề xuất bởi Martilla và James năm 1977. IPA là mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên sự chênh lệch giữa ý kiến khách hàng về mức độ quan trọng của các chỉ tiêu và mức độ thực hiện các chỉ tiêu của nhà cung cấp dịch vụ (I-P gaps).

Cấu trúc mô hình khung năng lực ASEAN dựa trên mối liên hệ giữa các năng lực cốt lõi, năng lực chung và năng lực chuyên môn để hình thành năng lực của người học dựa trên mô hình kiến thức, kỹ năng và thái độ/hành vi còn gọi là “mức tự chủ và trách nhiệm” theo Quyết định 1982/QĐ-TTg về phê duyệt khung trình độ quốc gia Việt Nam hay mô hình KSA (Knowledge, Skills, Attitudes/ Behaviour).



Hình 2. Mối quan hệ giữa các năng lực Cốt lõi, Chung và Chuyên môn

(Nguồn: ASEAN MRA on Tourism Professionals, Handbook, 2013, p.17 – 19)

2.2.2. Kích thước mẫu và phương pháp phân tích

a) *Kích thước mẫu*: Các thông tin số liệu sơ cấp thu thập được qua điều tra bảng hỏi đối với sinh viên đã theo học chương trình đào tạo được nhà trường điều chỉnh theo tiếp cận khung năng lực ASEAN và Úc được Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội thí điểm triển khai tại Trường Cao đẳng Du lịch Huế.

b) *Phương pháp phân tích*

Trong phạm vi nghiên cứu, sử dụng phần mềm SPSS 20.0 (Statistical Package for the Social Sciences) để phân tích số liệu điều tra với 02 giai đoạn phân tích thống kê để đo lường đánh giá đối với các yếu tố quan trọng và mức độ đáp ứng của sinh viên.

Sau khi xác định được số liệu thống kê của các yếu tố trên sử dụng phương pháp đồ thị hóa theo ma trận điểm (Legacy Dialogs/ Scatter/Dot). Mức độ phù hợp của mô hình được đánh giá bằng trên 4 vùng khoảng cách của mô hình IPA.

3. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

3.1. Đánh giá mức độ quan trọng và mức độ đáp ứng năng lực của sinh viên

Thông qua việc xác định khoảng cách giữa mức độ quan trọng (Importance) và khả năng đáp ứng (Performance) của sinh viên trên 05 nhóm năng lực với 22 chỉ tiêu năng lực để xác định các năng lực có sự khác biệt lớn giữa yếu tố năng lực cho là quan trọng nhưng mức độ đáp ứng của sinh viên thấp hơn so với yêu cầu bằng cách so sánh cặp hiệu số Importance (I) và Performance (P) như sau:

Với hiệu số P-I Mức độ đánh giá

$P-I \geq 0$ Tốt

$P-I < 0$ Không tốt

Hiệu số P-I càng lớn, thì khoảng cách giữa yêu cầu và mức độ đáp ứng càng xa nên cần xem xét để cải thiện.

Bảng 1. Đánh giá mức độ quan trọng (I) đối với các năng lực và mức độ đáp ứng (P) của sinh viên.

Mã NL	Chỉ tiêu đánh giá	Mean (I)	Mean (P)	P – I
COS	NĂNG LỰC CƠ BẢN			
CO.1	Năng lực giao tiếp hiệu quả	4.28	3.13	-1.15
CO.2	Năng lực tiếng Anh	4.63	2.68	-1.95
CO.3	Năng lực an toàn và an ninh	4.56	3.62	-0.94
CO.4	Năng lực sơ cấp cứu	4.52	3.63	-0.89
CO.5	Năng lực CNTT và Truyền thông	4.56	3.66	-0.90
GES	NĂNG LỰC CHUNG			
GE.1	Năng lực bán sản phẩm dịch vụ	4.52	3.46	-1.06
GE.2	Năng lực phát triển mối quan hệ khách hàng	4.48	3.44	-1.04
GE.3	Năng lực xử lý giao dịch tài chính	4.36	3.26	-1.10
GE.4	Năng lực chuẩn bị và trình bày báo cáo	4.18	3.16	-1.02
FUS	NĂNG LỰC CHUYÊN MÔN			
FU.1	Năng lực chuẩn bị ca làm việc	4.62	3.66	-0.96
FU.2	Năng lực vận hành, bảo quản thiết bị	4.52	3.56	-0.96
FU.3	Năng lực tiếp nhận và xử lý yêu cầu	4.38	3.36	-1.02

Mã NL	Chỉ tiêu đánh giá	Mean (I)	Mean (P)	P – I
FU.4	Năng lực chuyên môn nghề tại vị trí công việc	4.73	3.86	-0.87
FU.5	Năng lực kết thúc ca làm việc	4.56	3.62	-0.94
MAS	NĂNG LỰC QUẢN LÝ			
MA.1	Lập kế hoạch và giám sát công việc	4.36	3.33	-1.03
MA.2	Quản lý hoạt động công việc hàng ngày	4.38	3.33	-1.05
MA.3	Quản lý cơ sở vật chất	4.46	3.36	-1.10
MA.4	Quản lý chất lượng dịch vụ	4.48	3.43	-1.05
ABS	NĂNG LỰC THÁI ĐỘ			
AB.1	Tuân thủ quy định làm việc	4.63	3.66	-0.97
AB.2	Cẩn thận và trách nhiệm công việc	4.46	3.46	-1.00
AB.3	Chịu áp lực công việc	4.48	3.46	-1.02
AB.4	Nhanh nhẹn, tự tin	4.50	3.56	-0.94

Ghi chú:

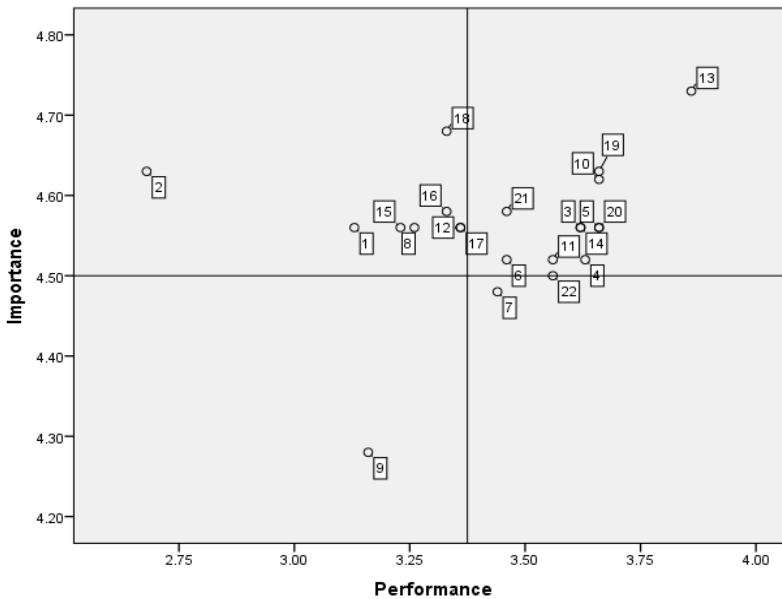
(1) Thang điểm Likert từ 1 – 5 đánh giá theo các mức: 1. Rất không quan trọng, 2. Không quan trọng, 3. Bình thường, 4. Quan trọng, 5. Rất quan trọng.

(2) Thang điểm Likert từ 1 – 5 đánh giá theo các mức: 1. Hoàn toàn không đáp ứng, 2. Chưa đáp ứng, 3. Đáp ứng trung bình, 4. Đáp ứng khá tốt, 5. Đáp ứng tốt.

3.2. Phân tích mô hình IPA

Mô hình IPA là mô hình đo lường khoảng cách dựa vào sự khác biệt giữa ý kiến về mức độ quan trọng về các chỉ tiêu của các năng lực và mức độ đáp ứng các chỉ tiêu đó của sinh viên. Qua đó, chúng ta có thể phân tích về mức độ đáp ứng về năng lực sinh viên được đào tạo tại nhà trường. Kết quả từ sự phân tích mức độ quan trọng và mức độ thực hiện được thể hiện trên sơ đồ IPA với trục tung (Y) thể hiện mức độ quan trọng và trục hoành (X) thể hiện mức độ đáp ứng.

Trong quá trình phân tích số liệu, gốc tọa độ được xác định cho trục tung (Y) là 4.50 và cho trục hoành (X) là 3.375. Trên cơ sở đó, bốn khu vực được hình thành như sau:



Biểu đồ 1. Phân tích ma trận năng lực sinh viên được đánh giá

(I) Tập trung cải thiện ($I \geq 4.50$; $P \leq 3.375$): có 8 yếu tố cần tập trung phát triển vì đây là các năng lực rất quan trọng nhưng mức độ đáp ứng các tiêu chí này còn thấp. Đó là các chỉ tiêu: (2) Năng lực tiếng Anh; (1) Năng lực giao tiếp có hiệu quả; (15) Lập kế hoạch và giám sát công việc; (8) Năng lực xử lý giao dịch tài chính, (16) Quản lý hoạt động công việc hàng ngày, (18) Quản lý chất lượng dịch vụ, (12) Năng lực tiếp nhận và xử lý yêu cầu và (17) Quản lý cơ sở vật chất. Đây là những năng lực cần ưu tiên chú trọng trong quá trình tổ chức đào tạo và xây dựng chương trình đào tạo. Theo chương trình chuyển giao từ Úc thì khá nhiều năng lực liên quan đến quản lý như quản lý tài sản hữu hình, quản lý dịch vụ và tài chính được chú trọng và đưa vào năng lực cốt lõi của chương trình đào tạo. Ngoài ra, năng lực tiếng Anh đóng vai trò quan trọng trong quá trình đào tạo theo chương trình chuyển giao quốc tế.

(II) Tiếp tục duy trì ($I \geq 4.50$; $P \geq 3.375$): Để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của vị trí việc làm, nhà trường cần quan tâm duy trì các năng lực cho rằng rất quan trọng và mức độ đáp ứng năng lực của

sinh viên đã thể hiện tốt. Đặc biệt là các năng lực liên quan đến chuyên môn nghề nghiệp và thái độ nghề nghiệp.

(III) Hạn chế phát triển ($I \leq 4.50$; $P \leq 3.375$): Theo kết quả của mô hình IPA, có 1 chỉ tiêu nằm trong phần hạn chế phát triển. (9) Năng lực chuẩn bị và trình bày báo cáo. Có thể vị trí việc làm chưa ưu tiên phát triển và chú trọng đến các chỉ tiêu này và mức độ đáp ứng của sinh viên đối với các năng lực này thấp. Tuy nhiên, trong quá trình đào tạo chương trình chuyển giao từ Úc các bài tập cá nhân, bài tập nhóm, bài tập dự án có các báo cáo theo biểu mẫu được quan tâm thiết kế trong các năng lực quản lý. Điều này đòi hỏi giảng viên cần quan tâm trong quá trình hình thành năng lực này cho sinh viên ở mức độ cơ bản mà các biểu mẫu báo cáo sẵn có theo quy định.

(IV) Hạn chế đầu tư ($I \leq 4.50$; $P \geq 3.375$): Kết quả phân tích dữ liệu thể hiện trên sơ đồ cho thấy chỉ số (7) Năng lực phát triển mối quan hệ khách hàng là yếu tố ít quan trọng cần hoàn thiện tại vị trí việc làm.

Phân tích sâu hơn kết quả điều tra của các nhóm đối tượng sinh viên đánh giá khác nhau về các chỉ tiêu theo các nhóm năng lực để có thêm thông tin đối với các nhà tuyển dụng. Kết quả phân tích phương sai đơn biến (Independent sample Kruskal-Wallis test) cho thấy có những nhận định khá khác nhau của các nhà tuyển dụng về các yếu tố mức độ quan trọng đối với các chỉ tiêu năng lực sinh viên. Các nhóm nhà tuyển dụng khách sạn 4, 5 sao, công ty du lịch lữ hành quốc tế đánh giá, yêu cầu cao đối với chỉ tiêu an toàn, an ninh, kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp và thái độ của nhân viên. Nhóm các khách sạn 3 sao chú trọng về năng lực chuyên môn nghề và năng lực bán sản phẩm dịch vụ. Sự khác biệt có ý nghĩa thống kê này cũng khá phù hợp khi có sự khác nhau về thị trường khách thì có những đánh giá khác nhau về những chỉ tiêu trên. Thông qua sự khác biệt này, nhà trường cũng cần xem xét và xác định các tiêu chuẩn năng lực cốt lõi phù hợp với yêu cầu của vị trí việc làm để xây dựng chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo phù hợp nhằm đáp ứng thị trường lao động và định hướng phát triển của nhà trường.

4. KHUYẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

Việc nghiên cứu đánh giá năng lực sinh viên là một phần trong quá trình xây dựng, điều chỉnh chương trình đào tạo của nhà trường. Những năng lực để lựa chọn đánh giá cần xem xét trên cơ sở tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia và có sự tham chiếu đến các tiêu chuẩn ASEAN và Úc để xây dựng chương trình đào tạo theo hướng hội nhập quốc tế. Đánh giá khoảng cách mức độ quan trọng và mức độ đáp ứng về năng lực của sinh viên để khuyến nghị cho nhà trường có những định hướng, lựa chọn các năng lực cốt lõi trong việc xây dựng chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo và tổ chức hoạt động đào tạo phù hợp để hình thành năng lực nhằm đáp ứng yêu cầu vị trí việc làm và xu hướng hội nhập quốc tế trong đào tạo nhằm công nhận các tiêu chuẩn năng lực và thừa nhận lẫn nhau.

Việc nghiên cứu đánh giá mức độ quan trọng và mức độ đáp ứng của năng lực sinh viên trong trường hợp tại Trường Cao đẳng Du lịch Huế được vận dụng trên mô hình IPA và các tiêu chuẩn năng lực được tham chiếu đến khung năng lực của ASEAN và Úc là vấn đề còn rất mới trong các cơ sở đào tạo. Việc nghiên cứu đánh giá xác định các năng lực cốt lõi và mức độ đáp ứng của sinh viên là bước nghiên cứu đầu tiên giúp nhà trường linh hoạt, thích ứng trong tổ chức hoạt động đào tạo trong tình hình mới và nâng cao hiệu quả, phù hợp với xu thế hội nhập trong đào tạo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Quyết định 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt khung trình độ quốc gia Việt Nam;
- [2]. Quyết định 1808/QĐ-LĐTBXH ngày 09/12/2015 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội về việc cho phép sử dụng 12 bộ chương trình chuyển giao từ Úc để đào tạo thí điểm cấp bằng tốt nghiệp cao đẳng của Úc và cấp bằng tốt nghiệp cao đẳng của Việt Nam cho 12 nghề trọng điểm cấp độ quốc tế;
- [3]. ASEAN MRA on Tourism Professionals, Handbook, 2013;

- [4]. Viraiyan Teeroovengadum, T.J. Kamalanabhan, Ashley Keshwar Seebaluck, *Measuring service quality in higher education: Development of hierarchical model (HESQUAL)*, Quality Assurance in Education, Vol.24, No.2, 2016, p.244-258.
- [5]. Fátima Silva, Paula Fernandes, *Using Importance-Performance Analysis in Evaluating Institutions of Higher Education: A Case Study*, International Conference on Education and Management Technology. IEEE.ISBN:978-1-4244-8617-5, p.121-123
- [6]. GustiNurahJoko Adinegara, Putu Steven Eka Putra, *Assessment of Service Quality in Higher Education: Case Study in Private University*, ISSN (Online): 2319-8028, www.ijbmi.org, Vol.5, Issue 9, September. 2016, p.82-88
- [7]. Nien-Te Kuo, Kuo-Chien Chang, Chia-Hui Lai, "Identifying critical service quality attributes for higher education in hospitality and tourism: Applications of the Kano model and importance-performance analysis (IPA)", ISSN 1993-8233, *African Journal of Business Management*, Vol.5 (30), 30 November, 2011, pp. 12016 – 12024.
- [8]. John A.Martilla, John C.Jame, "Importance-Performance Analysis", *Journal of marketing*, Vol.41, No.1, (Jan, 1977), pp 77-79
- [9]. Nguyễn Thành Long, *Sử dụng thang đo SERVPERF để đánh giá chất lượng đào tạo đại học*, Thông tin khoa học Đại học An Giang, 2006, 27, tr. 19-23.
- [10]. Nguyễn Thị Xuân Hương, Nguyễn Thị Phương, Vũ Thị Hồng Loan, "Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên với điều kiện cơ sở vật chất và phục vụ của Đại học Lâm nghiệp", Tạp chí Khoa học và công nghệ lâm nghiệp, số 2, 2016, tr. 163-172.
- [11]. Phạm Lê Hồng Nhung, Đinh Công Thành, Nguyễn Khánh Vân, Lê Thị Hồng Vân (2012). "Kiểm định thang đo chất lượng dịch vụ trong đào tạo đại học trường hợp nghiên cứu tại các trường đại học tư khu vực đồng bằng sông Cửu Long", *Kỷ yếu khoa học 2012*, Đại học Cần Thơ, Website: ce.ctu.edu.vn/HOITHAO/2012/4/421. %20PHAM%20LE%20%20HONG%20NHUNG%202001_203-213_.pdf.

EXPERIENCE IN TRAINING THE TOURISM WORKFORCE OF SINGAPORE: ESSENTIAL LESSONS FOR VIETNAM

MA. Vũ Thanh Tùng¹

Abstract: *Training and developing the workforce have been always a priority and a major concern for the tourism industry in many countries worldwide. In the current context of global economic integration, a workforce well-equipped with necessary skills and knowledge has contributed significantly to its country's development. However, in different countries, due to their unique characteristics, the training and development of their workforce are implemented in various ways. Recognizing the importance of the issue, this article presents a general theoretical framework on human resources and workforce training, evaluating and analyzing the lessons learned from Singapore's experience in training the tourism workforce, their strategies and their ways, in order to propose practical recommendations for developing tourism workforce in Vietnam.*

Keywords: *tourism, tourism workforce, workforce, Singapore workforce, Viet Nam workforce,*

1. THEORETICAL FOUNDATION

1.1. Basic theories

Human Resources and Labor

According to the Social Labor theory (2018), human resources contained the entire population capable of labor. Nicholas Herry (2020) defined human resources as the human capital of organizations, with the ability and potential to contribute to the development of the organization and the socio-economic of their country and region. The United Nations (2020) considered human resources as the vocational skills, knowledge, and capabilities of the entire human life that were currently or potentially available to develop the socio-economic aspects of a community. Recently the World Bank (2022) stated that human resources included the entirety of human capital, including physical strength, mental abilities,

¹ University of Finance and Marketing.

vocational skills, and other individual capabilities. According to the International Labour Organization (2023), the human resources of a country encompass all individuals within the working age who were capable of participating in labor.

In the United Nations's definition (2010): "Human resources are skilled qualifications, knowledge and capacity of the entire human life that currently has actual or potential for socio-economic development in a community". The World Bank (2014) said that human resources were all human capital including physical strength, mental strength, professional skills,... of each individuals. According to the International Labour Organization (2014), a country's human resources were all people of age, capable of participating in labor.

The definitions and perspectives on human resources may vary among different authors and sources. According to Associate Professor, Dr. Nguyen Thi Doan and Dr. Do Minh Cương (2008), human resources were individuals with personalities and the ability to engage in productive labor. In the book *Economics of Human Resources* (2008) from the National Economics University, it stated that human resources were human capital capable of creating material and spiritual wealth for society, which was reflected in a certain quantity and quality at a specific point in time. Dr. Lê Thị Mỹ Linh (2009) suggested that the human resources of an organization included all workers within that organization who have different levels of health and qualifications; they can form a strong force to achieve the organization's goals if appropriately motivated and encouraged.

According to Professor Dr. Bui Van Nhon (2012), the human resources of an enterprise referred to its workforce, which included individuals listed in the company's payroll and were being paid by the enterprise. However, it is important to note that with the enactment of the Labor Law (2013), which officially allowed for "labor outsourcing", there may exist a portion of the workforce that works for the enterprise and directly contributes to its development, but is not directly managed or paid by the company itself.

Developing human resources

In the National Economics University's definition (2016), "Developing human resources is the process of enhancing physical and mental abilities, cognitive capacity, skills acquisition, social adaptability, and creativity of individuals. It involves the development of cultural foundation, historical traditions, and the overall social capacity. Therefore, developing human resources is synonymous with improving the social capacity and social adaptability of human resources in all aspects: physical, personal, and effectively distributing, utilizing, and harnessing that capacity to develop the country.". Thus developing human resources encompasses enhancing the capabilities, skills, and adaptability of individuals in various dimensions, as well as effectively utilizing and leveraging those capacities to contribute to the overall development of the nation.

The International Labour Organization (2016) stated that the development of human resources contained a broader scope, not limited to occupational dominance or general training issues, but also included the development of capabilities and the effective utilization of those capabilities in employment; it also emphasized the satisfaction of professional and personal lives. In this context, developing human resources goes beyond mere skills acquisition or occupational training. It involves creating an environment where individuals can enhance their capabilities, effectively apply their skills in the workplace, and find satisfaction in their careers and personal lives. It recognizes the importance of work-life balance and the overall well-being of individuals in their professional and personal pursuits.

According to the United Nations Development Programme (UNDP, 2005), the development of human resources was influenced by five factors: education and training, health and nutrition, environment, employment, and human emancipation. These factors are interconnected and mutually dependent during the process of human resource development. Among them, education

and training serve as the foundational factor and the basis for all other factors. Health and nutrition, environment, employment, and human emancipation are essential elements that contributed to the sustainable development of human resources. As the production system develops, the contribution of intellectual capacity through education and training becomes increasingly significant compared to the contributions of other factors in the value structure of labor productivity. In summary, the UNDP recognized the interplay of various factors, with education and training as the fundamental factor, in the development of human resources. Additionally, it highlighted the importance of health, environment, employment, and human emancipation in maintaining and achieving sustainable development in human resources.

The perspective on the utilization of human capabilities by the International Labour Organization (ILO, 2020) stated that “developing human resources includes not only the mastery of occupational skills but also the development of capabilities, enabling individuals to effectively use those capabilities to achieve productive employment and satisfy their professional and personal lives.”. According to this viewpoint, developing human resources goes beyond acquiring technical skills or vocational qualifications. It emphasizes the importance of developing individuals’ capabilities, enabling them to effectively apply their skills in the context of productive employment. Additionally, it recognizes the significance of job satisfaction and personal fulfillment in individuals’ professional and personal lives. Thus, the focus is on empowering individuals to utilize their capabilities in a meaningful and productive manner, leading to both effective employment outcomes and personal fulfillment.

So developing human resources refers to the focus of an organization on enhancing the knowledge, abilities, skills, and other talents of its employees. Companies and businesses seeking to improve their operational effectiveness need to first prioritize the internal development of human resources. While the costs,

time, and methods of training and development may vary across industries and company sizes, it is clear that developing human resources is crucial for most organizations.

Tourism Industry & Its workforce

The tourism industry is often referred to as the industry of hospitality as it reflects the political situation, social life, and interactions among people in the context of travel. It places great importance on warm and enthusiastic reception, earning it the reputation as the industry of wholehearted hospitality. The tourism industry can be seen as a collection of relationships formed to provide services and various conveniences for travelers.

The tourism industry plays a significant role in reflecting the political and social dynamics of a destination. It serves as a platform for cultural exchange, fostering interactions between tourists and local communities. The industry's emphasis on warm hospitality and excellent service aims to create positive experiences for tourists and promote a welcoming and friendly image of the destination.

The tourism industry is a rapidly growing and powerful economic sector globally. High-quality workforce is the key to unlock breakthrough opportunities in various industries and fields in the digital economy era. The workforce in the tourism industry encompassed all personnel directly and indirectly involved in serving tourists (Mạnh and Chương, 2006). Direct workforce refer to individuals directly serving tourists in hotels, restaurants, travel companies, tourist-serving shops, tourism management agencies, and more. Indirect workforce refers to individuals who do not directly serve tourists but perform managerial and support tasks for the direct labor force, such as tourism management in government agencies, administrative roles in travel companies, hotels,... Therefore, the concept of tourism workforce has a relatively broad coverage, and its quality not only impacts and plays a decisive role in the development of the tourism industry, but also contributes significantly to the development of other related industries and sectors.

1.2. Research methods

The article synthesizes and evaluates experiences in developing tourism human resources of Singapore, one of the world's leading tourist attractions, thereby drawing lessons suitable for current Vietnamese practice. The main research method used throughout the article is the qualitative one. Through statistics and statistical analysis, the article presents the general theoretical basis of human resources and workforce in the tourism industry; carry out systematic assessment and analysis on Singapore's lessons, collating and comparing practices to determine which lessons are appropriate for Vietnam context.

2. EXPERIENCES IN TRAINING HUMAN RESOURCES OF SINGAPORE'S TOURISM INDUSTRY

Human resource development strategies in each period

The human resource development strategy of Singapore has been designed in accordance with each period of time and aligned with the economic and social development goals. From 1961 until now, Singapore has undergone three phases of economic development, and depending on each phase, the government has implemented different education policies to meet the increasing demands for human resources.

(1) *The period of export-oriented industrialization 1965 – 1970*

In the industrialization phase focusing on exports from 1965 to 1970, the human resources in Singapore were primarily at a basic skill level. Therefore, the education policies during this phase aimed at several reforms: integrating technical training and vocational education into the secondary school curriculum, establishing new vocational and technical schools, transferring engineering and architecture programs from colleges and secondary schools to universities, allowing learners to have flexibility in terms of time and levels of training, expanding training collaborations with foreign institutions, sending individuals abroad for educational purposes, and inviting foreign experts to directly train the workforce. These initial reforms in the education system partially met the demand for skilled labor in the country's economy.

(2) *The economic restructuring period 1970 – 1980*

In the phase of economic restructuring from 1970 to 1980, Singapore's economy faced numerous difficulties and new challenges. The economy was heavily reliant on foreign sources, there was a decline in the labor force, and neighboring countries in Southeast Asia emerged with advantages in cheap labor. In such circumstances, Singapore had to undergo economic restructuring and develop industries that relied on intellectual capabilities and adapted to economic and social changes. This required the development of a high-quality mass workforce.

In response to this reality, the education policies of the Singaporean government also had to change. They included the establishment of the Technical Education and Expert Training Commission, the consolidation of some universities, the improvement of the quality of education at primary, secondary, and high school levels, the establishment of the Talent Development Fund, and the expansion of the vocational education system, particularly in industrial vocational schools. These measures aimed to enhance the knowledge and skills of the workforce.

(3) *The period of high-tech development to form the knowledge economy from 1990 until now*

As a country that developed early in heavy industries requiring high levels of skills and intellect, Singapore has consistently focused on building a skilled and professional workforce. The demand for human resources goes beyond vocational skills and extends to creativity, flexibility, and the ability to adapt to technological advancements.

To meet these requirements, the Singaporean government has implemented comprehensive education reforms with significant policies. Technology is integrated into teaching at all levels of the education system. The content and curriculum of all three levels of education have been changed, including reforms in primary and secondary education systems, as well as vocational education after secondary school. Parallel vocational education models have been

expanded, and investments in infrastructure have been strengthened.

Thanks to these educational policy adjustments, Singapore has built a diverse and internationally competitive workforce in high-tech fields, especially in the information technology sector, which aligns with knowledge-based economic sectors.

The education development strategy to catch up with the trend of integration

Singapore has focused on implementing significant reforms in educational concepts, models, and training programs.

(1) *Changing the perception of education with the slogan “Schools of Thought, Nation of Learning”*: This shift in mindset emphasizes the importance of fostering critical thinking and creating a learning culture throughout the nation.

(2) *Developing and implementing the “Teach Less, Learn More” model*: This model encourages active learning and student engagement, with a focus on developing critical thinking skills, problem-solving abilities, and a thirst for knowledge.

(3) *Unifying the training curriculum*: Singapore has transitioned from four monolingual programs to a bilingual program nationwide. Apart from their native language, students are required to learn English as a compulsory foreign language. This ensures that students are equipped with the necessary language skills to engage in an increasingly globalized world.

(4) *Promoting the “export and import of education”*: In addition to prioritizing the development of domestic universities, vocational colleges, and private schools, the government has also established branches of educational institutions in foreign countries. This allows for the exchange of knowledge and experiences, and provides opportunities for students to gain international exposure and perspectives.

These strategic initiatives have positioned Singapore at the forefront of educational development, enabling the country to adapt to the demands of integration and globalization. By embracing these reforms, Singapore has built a robust and competitive

education system that prepares its workforce for the challenges and opportunities of the international stage.

SkillsFuture is indeed a significant initiative in Singapore's educational development strategy, aimed at promoting lifelong learning and maximizing the potential of individuals, regardless of their starting point. It is a national movement that empowers every Singaporean to take an active role in their learning journey.

SkillsFuture recognizes that learning is a lifelong process and not limited to formal education. It encourages individuals to continuously upgrade their skills, acquire new knowledge, and pursue their passions. Through SkillsFuture, individuals have access to a wide range of learning opportunities, including courses, workshops, and programs to develop their skills and enhance their employability.

The initiative also emphasizes the importance of individual contributions to the collective development of Singapore. Each individual's skills, passions, and contributions play a crucial role in driving the next phase of Singapore's development towards an advanced economy and inclusive society.

By promoting lifelong learning and providing opportunities for skills development, SkillsFuture equips Singaporeans with the necessary tools to adapt to a rapidly changing global landscape. It fosters a culture of continuous learning and innovation, ensuring that individuals can thrive in a knowledge-based economy.

Much investing in tourism education

The tourism and hospitality industry in Singapore has witnessed continuous growth in recent years. To meet the demand for skilled workforce in the industry, Singapore has made significant investments in developing its education and training system. Since gaining independence, the government has allocated a substantial amount of funds, accounting for about 10-15% of the total state budget, towards education. Starting from the 1980s, the annual investment in education has consistently increased by approximately 30% compared to the previous year.

Currently, Singapore allocates around 20% of its education budget to training programs in the tourism industry. The investment

aims to capitalize on the existing talent pool within the country and attract international students to study and work in Singapore. This decision has brought about stability in the development of human resources and has positioned Singapore as a leading destination for tourism and hospitality education in Southeast Asia. To ensure a high-quality workforce, Singapore offers numerous prestigious scholarships to attract talented individuals who have the potential for academic excellence, with the expectation that they will contribute to the nation's development by remaining in the country to work.

By investing heavily in education, particularly in the field of tourism and hospitality, Singapore has demonstrated its strong commitment to developing a skilled workforce. This investment has not only provided opportunities for local talent but has also attracted international students, enabling Singapore to maintain its position as a global hub for tourism and hospitality education.

Developing skills frameworks

Singapore has indeed developed more than 30 Skills Frameworks in various sectors such as aerospace, electronics, financial services, energy, and chemicals,... These Skills Frameworks are an integral component of the Industry Transformation Maps, providing information on career pathways, required new skills, and a list of training programs for skills upgrading. Overall, the Skills Frameworks play a crucial role in Singapore's educational strategy by providing a comprehensive roadmap for skills development and facilitating the alignment of industry needs with individual aspirations and training offerings. This ensures that Singapore's workforce remains resilient, adaptable, and equipped with the right skills to thrive in a dynamic business environment.

The Skills Framework for the tourism industry provides information on employment opportunities, skills, and the future of the industry, including job prospects, career pathways, current and emerging skills, and more. This framework serves as a valuable tool for workers to identify new skills to develop or enhance within the tourism industry. Businesses also utilize the Skills Framework to

identify new job roles and equip their workforce with the relevant skills during digital transformation. Educational and training institutions leverage the framework to design and deliver tailored programs and courses.

The Skills Frameworks have proven to be instrumental in aligning the needs of industry, individuals, and training providers. They ensure that the workforce is equipped with the necessary skills to meet the demands of a rapidly evolving economy. By utilizing the Skills Frameworks, Singapore promotes a proactive approach to skills development, enabling workers to adapt, upskill, and remain competitive in the job market.

The tourism curriculum is very diverse, reaching international quality

To address the limitations of the traditional education system, the government has proposed the concept of “national schools of thought” in Singapore, which encourages students to be creative and enhances their critical thinking skills.

Currently, Singapore has a variety of educational institutions offering courses in tourism and hotel management. These courses range from vocational certificates to specialized master’s degrees. The quality of education is on par with renowned hotel schools in Switzerland. The training programs primarily focus on practical application, allowing students to apply their knowledge in real-world scenarios immediately, resulting in high effectiveness.

Most of the tourism, restaurant, and hotel training schools offer internships for students to gain practical experience and enhance their skills at prominent establishments and large corporations such as Hotel Fort Canning Singapore, Crowne Plaza Changi Airport Singapore, Holiday Inn Atrium, Mandarin Oriental, Furama City Centre, and Holiday Inn Orchard City Centre.

Studying abroad in Singapore also helps students rapidly develop their English language proficiency, which is a highly sought-after skill and a top criterion for employment in the tourism, hotel, and restaurant industry during the era of globalization.

Learning with practice

At MDIS School of Tourism and Hospitality, one of the renowned institutions for tourism and hotel management education in Singapore, the courses offered are highly practical and enable students to quickly engage in the industry upon graduation. The Tourism and Hotel Management department has invested in a state-of-the-art Practicum Centre, equipped with modern facilities including guest service management systems, restaurants, bars, and upscale hotel rooms, where students can practice from their first year.

To enhance practical work experience, students in the tourism department are required to work and manage a restaurant called Brew & Bites located within the campus. Here, students have the opportunity to be involved in all aspects of restaurant service, including food selection, menu creation, innovative dishes, and customer service.

In addition to the on-campus practical training, students are also required to undergo a 6-month internship at major tourism and hotel companies in Singapore. This internship program, which offers a salary, is significant as it allows students to work and immerse themselves in a high-standard international work environment in Singapore.

The school provides modern facilities such as front desk, restaurants, and hotel rooms, offering students exciting real-world experiences during their studies. Furthermore, students also participate in practical trips to famous resorts and tourist destinations in Singapore and abroad.

The tourism education model at MDIS is exemplary and has been widely adopted in Singapore, emphasizing practical application and providing students with valuable international exposure and hands-on experience.

Open job opportunities

Opportunities for employment are abundant in Singapore's tourism and hotel industry. According to statistics from the Ministry of Manpower (2022), over 80% of the workforce is employed in

this sector, with starting salaries for fresh graduates averaging SGD 2,500 per month. This indicates that job prospects in Singapore are significantly higher compared to countries like the UK, Australia, the US, and Switzerland. As Singapore lacks natural resources, its human resource policies are crucial and serve as its most valuable asset.

Singapore's tourism industry offers a wide range of employment opportunities for individuals in various roles and positions. With its status as a global travel hub and a popular tourist destination, the demand for skilled professionals in the tourism and hospitality sector is consistently high.

There are opportunities available in areas such as hotel management, event planning, tour guiding, travel agency operations, culinary arts, and customer service. Singapore's thriving hospitality sector, with its numerous hotels, resorts, and restaurants, constantly seeks qualified personnel to meet the needs of both local and international visitors.

Overall, the tourism industry in Singapore offers promising prospects for career development and professional growth. With its dynamic and diverse landscape, individuals in this field can expect a rewarding and fulfilling career in one of the world's most vibrant and thriving tourism destinations.

Highly qualified teaching staff

The success of tourism workforce training in Singapore also lies in its faculty members. The lecturers are not only highly qualified in their respective fields but also individuals who are currently or have previously worked in management positions within the 4 – 5 star tourism and hotel industry. These lecturers not only impart knowledge but also share their experiences and real-life stories from their career progression.

The combination of subject matter expertise and practical experience enables the lecturers to deliver in-depth and engaging lessons. They go beyond teaching concepts and theories by sharing practical stories and experiences they have encountered throughout their career advancement.

These real-life stories not only help students gain a deeper understanding of the industry but also inspire and encourage them to pursue and develop their careers in the field of tourism and hotel management. Students learn management strategies, communication skills, and effective work methods from experienced professionals, preparing them to be ready and confident when entering the real working environment.

Furthermore, the collaboration between the school and industry partners ensures that lecturers stay updated with the latest trends and employ modern teaching methods. This ensures that students receive quality training and acquire practical skills and knowledge to succeed in the tourism and hotel industry.

With highly qualified faculty members who possess both academic expertise and practical experience, Singapore's education ensures that tourism students receive quality education and are well-prepared for their careers in the tourism and hotel industry.

Supporting tourism organizations in human resources

The Singapore government has recognized the importance of supporting the tourism industry in the area of human resources. They have implemented various measures to encourage lifelong learning and equip individuals with the necessary skills for their jobs. One such initiative is the SkillsFuture Credit, where individuals aged 25 and above, as of December 31st 2020, are provided with a credit of SGD 500 to be used for around 20,000 courses offered by the MySkillsFuture portal. The SkillsFuture Credit is valid from October 1, 2020, to December 31, 2025.

Similarly, the government also provides financial support to tourism businesses for continuous training to ensure that their workforce has the skills required for their jobs. Businesses can receive up to 70% funding for training costs. This support enables employees to effectively utilize the available courses to acquire the necessary skills, avoid falling behind, and make the most of the financial assistance programs.

Currently, the policymakers in Singapore have established a training system that involves collaboration between businesses,

government agencies, labor groups, and various training institutions. Singapore has also implemented a range of policies on wages, bonuses, working hours, and high-quality labor welfare. The wage system in Singapore is transparent and involves the participation of three parties: the Labor Arbitration Court, the National Productivity Board, and the National Wages Council.

In the past two years, the Singapore Tourism Board (STB) has focused on retaining jobs and reducing costs for businesses, particularly investing in the future growth of the tourism industry through developing capabilities for key personnel. Initiatives such as the Tourism Manpower Development Centre (TMDC) have been established to provide training and enhance skills for both employees and tourism businesses. Hotels are supported in upgrading their existing positions to higher-value roles, while positions that require a larger workforce are also improved. Long-term employees and those with weaker skills are provided support to enhance their work effectiveness.

To build a strong local workforce, the Singapore Tourism Board is strengthening its connections with educational service providers. The STB aims to develop a robust local talent pool and nurture outstanding students for the hospitality and tourism industry. This focus on human resources development ensures that the industry has a skilled and competent workforce to meet current and future demands.

Accelerating digital training

The COVID-19 pandemic has severely impacted the tourism industry in Singapore. To prepare for the post-pandemic recovery, the smoke-free industry in the Lion City has capitalized on the recent period of disruption by implementing specialized training programs, particularly in digital transformation skills, for its workforce to seize the opportunity of revival.

Singapore's Minister of Manpower, Mr Tan See Leng (2022) has stated, "Successfully applying the breakthrough technologies of the Fourth Industrial Revolution and developing a highly skilled workforce is key to driving Singapore's goals of becoming a global

talent and innovation hub for advanced manufacturing.”. Resource training programs in the tourism sector in Singapore have tripled since the beginning of last year. The main focus of these programs is to teach employees digital marketing and sales skills.

For example, a chatbot software helps answer salary-related queries for employees at Singapore’s wildlife conservation park. This is one of many projects implemented by CEO Kelly Lim after completing a digital transformation capability course. Ms Kelly Lim, CEO of Payroll, Singapore Wildlife Conservation Park, said, “Sometimes we have repetitive tasks that are time-consuming, but now we have programmed the robot to do them. So, for tasks that used to take employees 30 minutes, now they only need a minute to input it into the robot and the robot will do it for them.”

Just in 2022, over 3,000 individuals from more than 200 companies have registered for these training programs. This helps companies enhance the capabilities of their employees to embrace new opportunities in the digital transformation era.

3. CONCLUSION

3.1. General view

The government of Singapore has indeed recognized the importance of enhancing the skills and capabilities of the workforce in the tourism industry to meet future challenges and opportunities. The training policies and initiatives in Singapore, such as SkillsFuture Credit and financial support for tourism businesses, have provided favorable conditions for employees to access courses and upgrade their skills. Singapore has not only focused on providing traditional training programs but has also placed emphasis on digital training and digital transformation skills to align with the technological advancements in the tourism industry.

The collaboration between businesses, government agencies, labor unions, and training organizations in the tourism sector has created a robust and effective training system. The Singaporean government has created a fair working environment and ensured

the rights of workers, while implementing policies on wages, bonuses, working hours, and high-quality labor welfare.

As a result, the Singaporean tourism industry has focused on retaining talent and reducing costs for businesses while investing in developing capabilities for key employees. Programs like the Tourism Manpower Development Centre (TMDC) have provided training and skills upgrading for both employees and tourism businesses. This helps upgrade existing positions in hotels and improve positions that require a larger workforce. Long-term employees and those with weak skills are supported in improving their work performance. The Singapore Tourism Board (STB) is also strengthening partnerships with educational service providers to develop a strong local workforce and nurture outstanding students for the tourism and hospitality industry. This ensures that the tourism industry has a skilled and capable workforce to meet current and future requirements.

Overall, workforce training in Singapore's tourism industry is being carried out actively and with clear objectives. The government and relevant organizations have demonstrated a strong commitment to developing a high-quality workforce, ensuring the industry's sustainability and competitiveness. The continuous investment in training and skills development will contribute to the growth and resilience of the tourism industry in Singapore.

3.2. Lessons for Vietnam in developing tourism workforce

The Vietnamese tourism industry can learn a lot from Singapore's workforce training. Here are some points that the Vietnamese tourism industry can apply:

(1) *Focus on digital skills*: Singapore recognizes the importance of digital skills training to meet the technological advancements in the tourism industry. Vietnam should also focus on training its workforce in digital skills, including digital marketing, data management, and utilizing technology to enhance the tourism experience for customers.

(2) *Financial support for training*: Singapore has implemented financial support policies like SkillsFuture Credit to help workers access quality training courses. Vietnam can learn from this and implement similar policies to ensure that workers in the tourism industry have access to quality training.

(3) *Collaboration between businesses, government, and training organizations*: Effective workforce training requires collaboration between relevant stakeholders. Vietnam can learn from Singapore's strong collaborative environment between businesses, government, and training organizations to ensure that workforce training aligns with the practical needs of the tourism industry.

(4) *Create a fair and attractive work environment*: Singapore has created a fair and attractive work environment in the tourism industry by ensuring labor rights and establishing policies on wages and benefits. Vietnam should also ensure a fair and attractive work environment to attract and retain talented workforce in the tourism industry.

(5) *Strengthen the link between education and tourism industry*: Singapore has enhanced collaboration with educational service providers to develop high-quality workforce for the tourism industry. Vietnam can establish similar partnerships to ensure that education and training in the tourism industry meet the industry's practical requirements.

In conclusion, the Vietnamese tourism industry can learn a lot from Singapore's workforce training, including focusing on digital skills, providing financial support for training, fostering collaboration between stakeholders, creating a fair and attractive work environment, and strengthening the link between education and the tourism industry.

REFERENCE

1. Department of Science and Technology (2023), "Nhân lực ngành du lịch", Link: <https://skhcn.quangbinh.gov.vn> > tongthuatDT2015
2. Dr. Huynh Van Thai (2020). "Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghệ số", Link: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam-trong-boi-canhh-cach-mang-cong-nghe-so-74405.htm>

3. PMS Academy (2023). “Đào tạo nguồn nhân lực là gì? Vai trò và các phương pháp đào tạo». Link: <https://pms.edu.vn/dao-cao-nhan-luc/>
4. Singapore Tourism Board (2023). “Singapore Tourism Analytics Network”. Link: <https://www.stb.gov.sg/content/stb/en.html>
5. TTGAsia (2024). “Staff training key to tourism business well-being: Singapore industry leaders”. Link: <https://www.ttgasia.com/2024/03/01/staff-training-key-to-tourism-business-well-being-singapore-industry-leaders/>

PROMOTING PUBLIC PRIVATE COOPERATION IN TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES IN VIETNAM IN THE PERIOD OF 2015 – 2030

TS. Pham Thanh Tuan¹, ThS. Nguyen Thi Ha¹, ThS. Nguyen Thi Thuy Ngan¹

Abstract: *The extremely severe impact of the COVID-19 pandemic has had a great impact on all aspects of society, in which tourism activities have been severely affected, a series of businesses have been closed, and a number of businesses have been closed. The number of employees quitting their jobs, the number of students studying in the tourism industry are worried about the future of the tourism industry, others are switching to other professions... this can be said to be an extremely worrying situation. Up to now, the epidemic is under control, the government has introduced extremely useful policies for the tourism industry to develop again. Among many solutions to train tourism human resources, promoting public-private cooperation in training tourism human resources in the current context is an extremely useful solution that training institutions and businesses can use. The state needs to pay attention to creating strength to improve the quality of tourism human resources to meet the current pace of development.*

Using qualitative research methods. The article focuses on promoting cooperation between public and private in training tourism human resources in Vietnam in the period 2015 – 2030. In the context of recovery after the COVID-19 pandemic and a period of strong development strong tourism industry in Vietnam, improving the quality of human resources is essential to meet the increasing demand of the market. The article emphasizes building an environment of public and private cooperation in tourism human resource training activities, in order to create flexible and up-to-date training programs with trends, technology transfer and knowledge as well as building new cooperation models to ensure the sustainable development of tourism human resources in Vietnam in the next period.

Keywords: *public-private cooperation, human resource training, tourism human resources.*

1. OVERVIEW OF TOURISM HUMAN RESOURCES IN VIETNAM

Vietnam is a country with a young population and extremely rich human resources. It can be said that this is a potential market for

¹ Đại học Văn hoá TP.HCM

investors and businesses to take advantage of and exploit. Vietnam's human resources increase with the increase in population. According to data from the General Statistics Office (GSO), as of June 2022, the country's population is estimated to reach about 97.58 million people, of which the labor force aged 15 and over is about 51.4 million people, accounting for nearly 53% of the country's population. The labor force in urban areas is 19.1 million people; The female labor force reached 24.0 million people. On average, about 500 thousand people join the labor force each year.

This can be said to be a strength for any country because human resources are always considered a factor in the success of all activities. Human resources are the most important factor, determining productivity, quality, and efficiency in using other resources in the resource system. In the context of global economic competition, all countries consider human resources to be the most important tool to improve national competitiveness. Vietnam has an advantage with its abundant labor force and young labor structure. However, human resources are still weak in quality such as a shortage of highly skilled workers, not meeting the needs of the labor market and integration; The gap between vocational education and the needs of the labor market is increasingly widening, workers lack dynamism, creativity, and professional style,... In the coming period, human resource development is identified as one of the Vietnam's strategic breakthrough in orientation development social economy.

Understanding the needs of businesses and the current quality of human resources in Vietnam, universities have been changing both the content and quality of training, and the goal of training students to properly and fully meet their current business needs. The current number of universities, according to the statistics of the Ministry of Education and Training in the 2019 - 2020 school year, is a total of 237 universities, of which there are 172 public schools, 65 non-public schools, training create university, master's and doctoral students for the country. With more than 62 universities with tourism departments, 55 colleges, 71 intermediate schools, 4 vocational training centers.

Meanwhile, large corporations such as Saigontourist, Vietravel,... also have their own human resource training centers, to meet the needs of units under the group (Bui Thi Nhu Hien, 2023).

In recent years, lots of training institutions have opened a major in Travel and Tourism Service Management to offer Master's degree training. However, there are many establishments that are too focused on equipping theory and skills without paying attention to cultivating background knowledge, thus only creating a team of "workers" and not able to create good managers. On the contrary, there is a very low rate of practical teaching, leading to weak vocational skills of students.

Therefore, a new strategy must be created to improve the quality of training to raise the level of Vietnam's labor source, not only to meet the quantity and quality, but also to bring human resources in a modern direction, meeting the requires of the workforce. Meeting the increasing needs of the world, update modern technology, make good use of all equipments or needs of international businesses. Only then can we position ourselves as a solid foothold in the world's major changes and enhance the brand of our training schools. The issue of public-private cooperation is an inevitable rule and an extremely creative new point, bringing benefits to all parties involved, creating the most solid development nowadays.

2. INVEST IN PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN EDUCATION

Public-private partnerships in tourism human resource training often include combining organizations, businesses, and government agencies to jointly develop training and coaching programs to improve skills. capacity and quality of employees in the tourism industry. Specifically, in public-private partnership projects, organizations and businesses often provide capital, infrastructure, and management experience. Meanwhile, government agencies often play a management role, setting policies, and ensuring compliance with legal regulations. These collaborative activities may include the design and implementation of specialized training programs for specific areas within the tourism industry, such as reception services,

tour guides, restaurant management and hotels. Additionally, these projects may also focus on providing training to develop soft skills such as communication, time management, and teamwork.

There are many concepts of public-private partnership (PPP) investment in education, the concepts of international organizations and countries have different “broad”, “narrow”, “general” and “specific” concepts of PPP; But these concepts all have similar core contents (Dang Thi Minh Hien, 2018). Applied to the field of education, the concept of PPP in education represents an alternative choice to provide educational services in addition to public finance and public services. According to Dang Thi Minh Hien (2018), it can be understood: PPP in education is an agreement between a competent State agency and a private sector in the form of a contract to implement, manage, and operate an investment project facilities-equipment, providing public services in schools with specific regulations on sharing responsibilities, methods, capabilities and risks between parties to achieve common goals as well as satisfaction for needs of each party.

Forms of PPP investment in the Vietnamese education context:

The government of many countries, especially developing countries, are currently facing many challenges in public education. These are difficulties in providing educational services equally and fairly to the people, stemming from the fact that the demand for education at all levels is increasing rapidly; In particular, the State budget as well as the scale and capacity of the public sector in many countries increase very slowly, or even not at all. Only middle-income and high-income families choose private education. Low-income families still do not have the opportunity to access this educational sector as well as the advantages that private education brings (Dang Thi Minh Hien, 2018).

Regarding implementation, consistent with the spirit of innovation set forth in Resolution No. 29/NQ-TW of the Central Executive Committee, the National Assembly and the Government respectively issued Resolution No. 88/2014/QH13 dated December

28. November 2014 on innovating general education programs and textbooks and Decision No. 404/QĐ-TTg dated March 27, 2015 approving the project to innovate general education programs and textbooks. These documents are considered to lay the foundation for fundamental and comprehensive innovation in general education, creating an important legal basis for the construction and promulgation of the comprehensive general education program (Dang Thi Minh Hien, 2018) according to Circular No. 32/2018/TT-BGDĐT dated December 26, 2018 of the Minister of Education and Training (Ministry of Education and Training, 2018).

3. THE NECESSITY OF PROMOTING PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES

The training model linking educational institutions and businesses was proposed by German philosopher Wilhelm Humboldt. According to him, universities in addition to training functions must also have research functions and cooperate with industries. Scientific research in modern schools demonstrates its function in promoting social knowledge innovation. Cooperation between universities and businesses is understood as direct or indirect interaction, personal or non-personal transactions between educational institutions and businesses to bring benefits to both parties. Including: cooperation in research and development, exchange of personnel (academics, students and experts), commercialization of research and development results, design and popular training and learning programs lifelong, development enterprises and administration.

Therefore, these cooperation is also considered a cooperation between the two fields of academia and production – business. To concretize this, in 1810, Wilhelm Humboldt founded the University of Berlin with a difference compared to other universities at that time by shifting the focus to research to help training activities, especially develop technology fields for military and civil purposes. His university contributed to making Germany strong.

Studies by foreign scientists show that this relationship has helped universities promote the implementation of research with

high practical application and significance, especially in industrial production industries. According to statistics from Clarivate Analytics, based on research assessments on the Web of Science Core Collection (WoSCC) database from 2007 to 2016, Korean universities are among the top research schools in publishing industry research. Pohang University of Science and Technology (POSTECH), founded by Korean Steel Company POSCO in 1986, tops the ranking of universities with the highest proportion of publications with 23% of scientific publications. Similarly, Korean universities that have partnerships with the multinational electronics corporation Samsung have also proven the value of cooperative relationships between schools and businesses.

On the part of universities, the rate of scientific publications can be significantly increased. On the business side, businesses can promote their names, brands, and recruit high-quality human resources from universities. In addition, with the school's strength in research, this cooperative relationship has also helped businesses solve their problems and difficulties thanks to the school's research based on actual operations business and production of the enterprise. Through cooperation with businesses, universities have the conditions to change their organizational and management structures towards efficiency, bringing higher profits but still adding value to learners, especially in the context of higher efficiency on the scene of universities being transformed into financial autonomy mechanisms. The school has a practical basis to adjust and update programs, teaching and research methods to suit the actual needs of businesses and employers. Accordingly, learners have the opportunity to practice while still in school, as well as have many opportunities to rub and immediately apply the knowledge they have learned into practice. This will directly impact learners, helping them feel the necessity of the subject and become more focused on the subject.

The school's training mechanism will follow a process opposite to tradition, in which the initial step is to clearly understand the required skills of the person needing training on the basis of cooperation with

the enterprise and then select the program. Appropriate program and direction of enrollment and training. Important conditions for successful linkage are leadership awareness and determination, a clear development strategy as well as good support policies and an effective specialized team. In this study, the author also introduced a simulation of a training process model associated with business needs, as well as conditions to ensure the success of training associated with business needs, which includes Leaders of all parties need to have unity in awareness and determination to implement; The parties need to have a clear development strategy; The parties need to have a specialized department to implement; Universities need to be highly autonomous and have the necessary support in terms of policy mechanisms, finance and land from the Government and localities.

In terms of sub-sectors: the entertainment industry has the highest labor growth rate, due to the formation of many entertainment areas, the demand for labor working for this industry is increasing rapidly. The travel industry has a fairly high labor growth rate of 13.19%/year, due to the increasing demand for travel of people in recent years, a number of tourist markets have been formed, so travel agencies have high demand to recruit more workers. After the COVID-19 pandemic, people's demand for tourism increased, Ho Chi Minh City's tourism industry faced the risk of a serious shortage of human resources. The reason is that during the pandemic, about 72% – 82% of the industry's workforce lost their jobs, many people switched to other jobs and were not ready to return to the tourism industry.

Ho Chi Minh City has about 1,018 businesses, including 759 international travel businesses, 163 domestic travel businesses, 76 travel agencies and 20 representative offices of foreign travel businesses; Mainly in districts 1, 3, 5, 10, 11, Tan Binh, Phu Nhuan. Regarding the number of tour guides, Ho Chi Minh City has about 7,200 tourguides issued with cards, of which international tourguides account for 46.86% with 3,374 people and domestic tour guides are 3,826. According to calculations by the Center for Human Resource

Demand Forecasting and Labor Market Information of Ho Chi Minh City, in the period 2024 – 2030, Ho Chi Minh City needs about 67,000 – 73,000 workers in the tourism industry; in which, the highest demand for human resources is in 9 service industry groups (including tourism) with about 38,800 – 42,000 workers, accounting for 58%.

According to the Vietnam Tourism Association, the tourism industry is currently facing a large demand for labor, especially in tourist accommodation establishments and administration. Data from the Association shows that about 485,000 workers are needed for tourist accommodation facilities with capacity above 70%, of which about 45,000 people are needed for administrative positions. Forecasts for the future of Vietnam's tourism industry are also very positive. By 2025, the country is expected to need from 950,000 to 1,050,000 accommodation rooms, and by 2030, this number is expected to increase from 1,300,000 to 1,450,000 rooms. This means that the demand for labor in accommodation establishments will increase significantly, with more than 800,000 workers needed by 2025 and more than 1 million by 2030. In the period from 2022 to 2030, additional an average of over 60,000 workers each year.

As of December 2023, the total number of workers in the tourism industry who have received basic training or higher is about 23% of the total workforce in the industry. If we add workers trained in the form of vocational training for less than 3 months, the proportion of newly trained workers reaches 42% (less than 50%). Tourguides are considered to have university degrees or higher, accounting for 71.3%, college graduates accounting for 18%, and other qualifications accounting for 10.7%. In the specialist field of tourism marketing, the rate is 84.2%, while in the field of reception, the rate is 65.3%. Among the total number of workers trained from basic level up, service fields such as room, bar, table, and kitchen,... workers with intermediate and basic qualifications account for a large proportion: kitchen staff (85.6%); service staff (72.4%); housekeeping staff (70.7%); bartender (75.5%) (Vietnam National Tourism Administration, 2023).

With the speed of development and the need for tourism human resources to meet today's new needs, human resource training is even more urgent. This requires synchronous coordination between relevant parties, creating the ecosystem follows a closed model so that tourism industry have the human resources operating in every position of the industry most effectively.

4. SOME RECOMMENDATIONS FOR REPRESENTATIVE ACTORS IN PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

4.. Government

It can be said that in PPP, the most important component is the state. In terms of PPP, the state has many different academic definitions. However, there is quite a basic consensus of opinion that the State exercises the right to manage all economic, social and administrative aspects of the country for the common benefits.

From practical research, it shows that promoting university-enterprise cooperation as a foundation for developing technical progress and improving human resource levels to serve economic growth requires the role of the State. University business cooperation is a partnership between two main subjects defined by Davey and colleagues as all types of direct and indirect interactions, personal and non-personal in nature between universities and businesses for mutual benefits and mutual support. However, in the process of development, university-enterprise cooperation attracts the attention of the State as it means to contribute to socio-economic development at the national, regional and local levels, meeting social concerns,... The State, with its role in coordinating resources and ensuring national institutions for economic growth and social development, becomes an indispensable component when considering university-business cooperation in growth-enhancing ecosystems.

The State needs to build and realize appropriate policies to create conditions and invest in universities and businesses to participate in multifaceted cooperation as a foundation for the Embassy, contributing to improving scientific and technical progress

and human resources qualification. These are two important factors creating growth of national economy. State investment in projects serving the social community and other government investments also provides a partner role in the Council. Reasonable investments will bring high efficiency and promote university and business development in the innovation ecosystem.

The important role of the state is not only to coordinate and proactively positively impact universities and businesses to promote cooperation, but also to be an information channel to direct the attention of stakeholders and the community. Co-participation has become an important new driving force in developing university-business cooperation. The social community is an important factor with rights and responsibilities in economic growth. This is a subject that needs in-depth research.

The forms of state sponsorship that can be mentioned are financial sponsorship, capital resources, human resources, and physical facilities.

4.2. Universities

The initiative of universities in university-enterprise cooperation comes from the reality of changing economic structure from industrial economy towards knowledge economy and started in developed countries in the 1990s. Knowledge economy development on the foundation of innovation and especially in the context of the 4.0 Industrial Revolution with rapid changes in scientific and technical progress has placed universities in a more important role in a cohesive whole. into national prosperity and power. Knowledge becomes capital as well as university is no longer simply about developing and transferring knowledge but more importantly promoting the trade of developed knowledge in the global knowledge economic environment.

The university is considered an important component with the task of promoting the transfer and commercialization of scientific and technical advances through supporting start-ups and innovation,

making a fundamental contribution to the transformation process. change to an intellectual economy. To effectively support startups, universities need to cooperate strategically with businesses, take advantage of all cooperation opportunities, improve cooperation efficiency, and create conditions for creativity to connect with the market as an environment for startups joint. To create motivation for cooperation and attract the attention of businesses, it is necessary to support and encourage investment policies from the state.

With their role, universities need to build appropriate institutions to promote, seize opportunities and expand strategic cooperation activities in many forms, and at the same time propose action programs that bring Proactive connection with business needs. Universities need to have plans and specific content on the time to bring students to actual businesses to avoid affecting the production and business process of businesses, participate in innovation projects to solve businesses's problems, and coordinate Collaborate with businesses to improve the quality of human resources through training as well as promote lifelong learning according to the specific needs of human resources and businesses... Periodically summarize and evaluate the appropriate cooperation process. University-business cooperation needs to be based on the principle of mutual benefits and mutual development on the foundation of supporting business activities associated with training activities.

4.3. Enterprises

Enterprises with the nature of the most active and flexible economic sector in the economy always pursue opportunities to survive, expand their networks and develop. Businesses are always looking for new types of opportunities related to improving technology, markets and productivity to build competitive advantages and accumulate benefits. The flexibility and dynamism of businesses in finding creative innovations to serve their problems also contributes to promoting creative development. University-business cooperation is a trend that helps businesses open up opportunities to access scientific and technological advances,

promote innovation in technology adaptation and find market advantages as well as opportunities to improve productivity labor through improving the quality of human resources.

The relationship between supply and demand of human resources for businesses in the recruitment process is increasingly changing and is a benefit that cannot be ignored in university-business cooperation. Enterprises need to proactively describe the skills and qualifications of the professional positions they want to recruit and order training schools according to the described title as a form to “tailor-made” for their recruitment activities for some specific industries. This is the demand, right and responsibility of businesses to support training.

In recent years, the need to develop and innovate production activities has increased, businesses have begun to look to universities to ask about strategic cooperation. Businesses always want to recruit quality human resources who work effectively. In addition, businesses participating in product development in the direction of invested research, expanding brands and product images in schools are also benefits achieved by businesses in cooperation activities with universities. This is a mutual relationship that brings short-term and long-term benefits to the parties involved. The more specific and clear the incentive policies and promotion mechanisms of the State as well as the cooperation strategies and cooperation goals of enterprises are, the more practical they are to promote the cooperation process.

REFERENCES

1. Bui Thi Nhu Hien (2023), “Phát triển nguồn nhân lực hướng tới du lịch bền vững tại Việt Nam”, Tạp chí *Công thương* (5).
2. Ha Van Hoang (2011), “Hợp tác phát triển khoa học và công nghệ giữa trường đại học và doanh nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập”, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế tại Trường Đại học Ngoại thương, ngày 15/11/2011, Hà Nội.
3. Ha Van Hoi (2011), “Hợp tác giữa Nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo, nghiên cứu: nhu cầu, lợi ích và biện pháp thực hiện”, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế tại Trường Đại học Ngoại thương, ngày 15/11/2011, Hà Nội.

4. Institute of Science and Technology Strategy and Policy (2020), “Liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp: Kinh nghiệm quốc tế và liên hệ với Việt Nam”, <http://nistpass.gov.vn:81/tin-chien-luoc-chinh-sach/1241-lien-ket-giua-truong-dai-hoc-va-doanh-nghiep-kinh-nghiem-quoc-te-va-lien-he-voi-viet-nam.html>, access date 14/02/2024.
5. Tran Anh Tai, Tran Van Tung (2009), *Liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo và nghiên cứu*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Doan Van Tinh (2015), “Liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp: Kinh nghiệm quốc tế và liên hệ với Việt Nam”, Tạp chí *Kinh tế và Dự báo*, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Số 13, trang 46-48.
7. Dinh Van Toan (2016), “Hợp tác đại học – doanh nghiệp trên thế giới và một số gợi ý cho Việt Nam”, Tạp chí *Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, Tập 32 (4).
8. Rohrberck R., Arnold H.M (2006), “Making university-industry collaboration work – a case study on the Deutsche Telekom Laboratories contrasted with finding in literature”, Proceedings of ISPIM Annual Conference of “Networks for Innovation”, pp. 1 – 11. Athens, Greece. Retrieved from http://mpra.ub.uni-muenchen.de/5470/1/MPRA_Paper_5470.pdf.
9. Science-to-Business Marketing Research Centre (2011), “The State of European University-Business Cooperation: Final Report – Study on the cooperation between Higher Education Institutions and public and private organisations in Europe”, European Commission.
10. Science Business Innovation Board AISBL (2012), “Making industry-university partnership work – Lessons from successful collaborations”.
11. Vietnam National Administration of Tourism (2023), “Nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực ngành du lịch”, Tạp chí *Diễn đàn doanh nghiệp*, <https://diendandoanhnghiep.vn/nang-cao-chat-luong-dao-tao-nhan-luc-nganh-du-lich-256573.html>, access date 20/02/2024.
12. Wilson, DL. (2012), “A Review of Business - University Collaboration”, Government Response to the Wilson Review, pp.18 – 19.

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÊN CƠ SỞ TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC CƠ SỞ ĐÀO TẠO VÀ DOANH NGHIỆP

ThS. Bùi Thị Hoa¹, ThS. Phạm Thị Phương Loan², ThS. Nguyễn Thị Duyên³

Tóm tắt: Năm 2024, Du lịch Việt Nam đang bước vào năm thứ ba phục hồi. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam; năm 2023, Việt Nam đón khoảng 12,6 triệu lượt khách quốc tế, 108 triệu lượt khách nội địa. Tổng thu từ khách du lịch đạt 678.000 tỷ đồng. Du lịch Việt Nam đặt mục tiêu trong năm 2024 sẽ đón khoảng 18 triệu lượt khách quốc tế và 110 triệu lượt khách nội địa. Mục tiêu lớn sẽ song hành cùng nhiều thách thức. Đặc biệt, “Cơn khát nhân sự” trong lĩnh vực du lịch vẫn chưa có dấu hiệu giảm nhiệt. Sự bùng nổ của du lịch trong trong giai đoạn phục hồi tỷ lệ nghịch với số lượng và chất lượng nhân sự du lịch trong chuỗi cung ứng dịch vụ cho du khách. Nút thắt về việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cần được tháo gỡ. Trước hết, cần có sự liên kết chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp để phát triển một đội ngũ lao động trong du lịch chất lượng, chuyên nghiệp.

Từ khóa: phát triển, nhân lực du lịch, liên kết, cơ sở đào tạo, doanh nghiệp.

DEVELOPING TOURISM HUMAN RESOURCES ON THE BASIS OF STRENGTHENING LINKS BETWEEN TRAINING INSTITUTIONS AND ENTERPRISES

Abstract: In 2024, Vietnamese tourism is entering the third year of recovery. According to the Viet Nam National Tourism Administration; in 2023, Viet Nam will welcome about 12.6 million international visitors and 108 million domestic visitors. Total revenue from tourists reached 678,000 billion VND. Viet Nam tourism aims to welcome about 18 million international visitors and 110 million domestic visitors in 2024. Big goals will go hand in hand with many challenges. In particular, the “HR thirst” in the tourism sector still shows no signs of cooling down. The boom in tourism during the recovery period is inversely proportional to the quantity and quality of tourism personnel in the service supply chain for tourists. The bottleneck in developing quality tourism human resources needs to be removed. First of all, there needs to be a close connection between training institutions and enterprises to develop a quality, professional tourism workforce.

Keywords: development, tourism human resources, links, training facilities, enterprises.

¹ Trường Đại học Hùng Vương; Email: hoabuivhdl@gmail.com.

² Trường Đại học Hùng Vương; Email: phamloanpx@gmail.com.

³ Trường Cao đẳng FPT Polytechnic Hà Nội; Email: duyennt@pci.edu.vn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trước năm 2019, Du lịch Việt Nam đạt được nhiều bước phát triển quan trọng để thực hiện chủ trương phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn trên tinh thần Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị [1], Luật Du lịch (2017), Chiến lược tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2021 – 2030, tầm nhìn đến 2050 [9]. Các hoạt động đầu tư du lịch, các chỉ số thể hiện sự phát triển ngành Du lịch cũng tăng mạnh: số lượng khách sạn, resort được xây dựng và đưa vào hoạt động, số lượng khách du lịch quốc tế, nội địa, các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch,...

Tuy nhiên, sau hai năm tác động của dịch bệnh, đến cuối năm 2019, đại bộ phận các doanh nghiệp lữ hành đều ngừng hoặc tạm ngừng hoạt động, khách sạn, nhà hàng, khu du lịch, điểm vui chơi giải trí,... đóng cửa, nguồn nhân lực du lịch từ chỗ không đủ phục vụ khách, nay rơi vào tình trạng thất nghiệp hoặc chuyển nghề, “nhảy việc” vô thời hạn. Từ năm 2020, hàng trăm nghìn lao động du lịch đã phải xin trợ cấp thất nghiệp, dẫn đến sự thất thoát nguồn nhân lực du lịch trầm trọng. Theo Tổng cục Du lịch, Việt Nam là nước bị mất nhiều việc làm hàng đầu thế giới do tác động của COVID-19. Thực trạng khan hiếm nguồn nhân lực rõ ràng khi dịch bệnh được kiểm soát, du lịch được phục hồi trong gần 2 năm vừa qua. Theo đánh giá của Bà Cao Thị Ngọc Lan (Phó Chủ tịch thường trực, Hiệp hội Du lịch Việt Nam), toàn ngành Du lịch Việt Nam hiện cần khoảng 485.000 lao động trong các cơ sở lưu trú du lịch. Dự báo đến năm 2025, nhu cầu về lao động trong khối này lên đến khoảng 800.000 người; Năm 2030 là khoảng hơn 1 triệu người.

Bước sang năm thứ 3 phục hồi, bài toán cấp thiết hiện nay là phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng. Các bên liên quan cần có sự liên kết và phát huy vai trò, trách nhiệm của mình trong quá trình đào tạo nguồn nhân sự này. Mỗi bên liên quan cần hiện thực hóa, cụ thể hóa một cách rõ ràng kế hoạch, mục tiêu, nội dung, lộ trình nhằm nhanh nhất có thể “bổ khuyết” và “giảm khát” nguồn lao động trong Du lịch hiện nay.

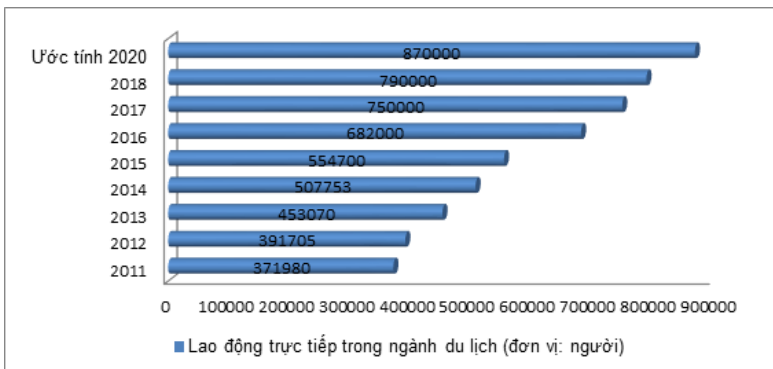
2. NỘI DUNG

2.1. Nguồn nhân lực và nguồn nhân lực du lịch

Có nhiều cách tiếp cận khác nhau khi bàn về nguồn nhân lực nhưng dù tiếp cận ở góc độ nào thì nguồn nhân lực luôn có vai trò, sức mạnh to lớn và là trung tâm của mọi sự phát triển. Trong những thảo luận gần đây, các nhà nghiên cứu đã có những phân tích cụ thể, sâu sắc và thẳng thắn về vấn đề nhân lực du lịch. Đó là đánh giá của PGS.TS. Lê Anh Tuấn về những tồn tại trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu thực tiễn [9] hay những đề xuất giải pháp mang tính đột phá của PGS.TS. Phạm Xuân Hậu nhằm phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập [5].

Có rất nhiều cách phân loại nguồn nhân lực du lịch, cơ bản có thể phân chia thành 3 nhóm dựa trên các đặc điểm cơ bản và chức trách khác nhau: các nhân sự đảm nhận các chức trách khác nhau trong các cơ quan hữu quan về du lịch; các nhân sự quản lý tại các doanh nghiệp kinh doanh du lịch; các nhân sự nghiệp vụ và nhân sự sự nghiệp (nghiên cứu, giảng dạy, đào tạo,...) [1] [2] [3].

Để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đòi hỏi nguồn nhân lực du lịch phải được đào tạo chuyên nghiệp, bài bản, đảm bảo chất lượng, có khả năng thích ứng với các điều kiện công việc khác nhau kể cả khi chịu tác động nặng nề bởi đại dịch.



Hình 1. Lao động trực tiếp trong ngành Du lịch giai đoạn 2011 – 2020 [9]

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch

Trên con số thống kê trước dịch COVID-19, tổng số lao động cả nước là trên 1,3 triệu lao động với tỷ lệ tăng trưởng bình quân nhân lực du lịch giai đoạn 2011 – 2018 đạt mức 12%. Trong đó, tỷ lệ lao động có trình độ đại học chỉ chiếm 3,11%. Mặt khác, con số dự báo nhu cầu lao động du lịch bổ sung cho tới năm 2025 lên tới 620.000 lao động [9]. Con số đó có thể lên đến mức khoảng 800.000 lao động và hơn 1 triệu lao động đến năm 2030 như tác giả đã đề cập ở phần trước.

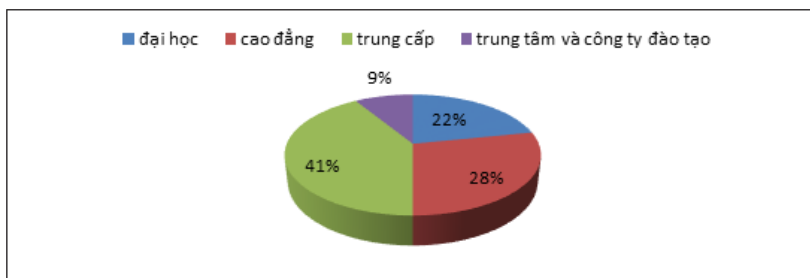
Như vậy, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch ngày càng có vai trò quan trọng vì đây là một trong những yếu tố quyết định đến chất lượng của một chuỗi giá trị trong kinh doanh du lịch cũng như sự phát triển bền vững của ngành Du lịch.

2.2. Đánh giá chung về nguồn nhân lực du lịch

2.2.1. Thành tựu

Trong giai đoạn vừa qua, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch đã đạt được một số thành tựu nổi bật:

Một là, đã hình thành được một hệ thống các cơ sở đào tạo từ sơ cấp đến đại học và sau đại học. Hiện nay, số lượng các cơ sở tham gia đào tạo nhân sự du lịch đang có chiều hướng tăng thêm về số lượng với hơn 190 cơ sở đào tạo nhân sự du lịch ở bậc đại học, cao đẳng, trung cấp, sơ cấp, ngắn hạn,... Trong đó có tới 62 cơ sở cấp đại học, 80 cơ sở cao đẳng, 117 cơ sở trung cấp [7].



Hình 2. Cơ cấu theo trình độ các cơ sở tham gia đào tạo nhân lực du lịch [7]

Đặc biệt, năng lực của các cơ sở giáo dục du lịch ngày càng được nâng cao. Nhiều cơ sở đã nâng cấp, trang bị cơ sở vật chất, kỹ thuật đảm bảo việc dạy, học và thực hành. Hiện nay, hầu hết các địa

phương, nhất là các Thành phố lớn đều có cơ sở đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ và đào tạo ngắn hạn. Ngoài ra, việc tham gia đào tạo tại chỗ (đào tạo mới, đào tạo lại, nâng cao tay nghề) của các doanh nghiệp cũng đã góp phần cung ứng thêm nguồn nhân lực du lịch có kỹ năng. Theo khảo sát, đánh giá của các cơ quan hữu quan nhà nước, ngành Du lịch đang rất thiếu và cần nhân lực làm việc trong lĩnh vực du lịch với số lượng lớn đặc biệt là lao động được đào tạo bài bản, chất lượng chuyên môn, nghiệp vụ vững vàng. Theo số liệu khảo sát, mỗi năm, toàn ngành cần hơn 40.000 nhân sự du lịch. Các cơ sở đào tạo đáp ứng được khoảng 20.000 lao động, trong đó 1.800 lao động đạt trình độ đại học, cao đẳng, 2.100 lao động đạt trình độ cao đẳng nghề, còn lại là lao động trình độ trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn [7]. Như vậy, các cơ sở đào tạo mới chỉ đáp ứng được khoảng 50% so với nhu cầu thị trường lao động du lịch hiện nay.

Hai là, hệ thống ngành nghề đào tạo du lịch ngày càng được chuẩn hóa, đã có nhiều đổi mới trong quy định mã ngành đào tạo. Những quy định về danh mục ngành nghề đào tạo ở từng cấp đã được quy định rõ ràng, cụ thể, phân cấp hơn trong các thông tư của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội [1] [2] [3]. Cơ cấu ngành nghề giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch ngày càng có chuyển biến tích cực theo hướng chuyên nghiệp. Cả nước hiện có khoảng 50 ngành nghề du lịch và liên quan du lịch được đào tạo, gồm cả chính quy và ngắn hạn. Nguồn nhân lực được đào tạo có trình độ kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ, năng động, nhạy bén và tâm huyết với nghề đã góp phần vào sự phát triển du lịch của cả nước.

Ba là, hệ thống nhân sự đào tạo, các chuyên gia, các doanh nghiệp tham gia trong quá trình đào tạo trong lĩnh vực du lịch ngày càng tăng, chất lượng được nâng cao và nghiệp vụ được chuẩn hóa theo các quy định hiện hành. Đội ngũ giảng viên, giáo viên, chuyên gia ngày càng được chú trọng nâng cao chất lượng chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ, năng lực nghiên cứu khoa học với tác phong làm việc chuyên nghiệp, đã góp phần rất lớn vào công tác đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch [6]. Nhìn chung, hệ thống các cơ sở đào

tạo du lịch đã bước đầu được đầu tư về hệ thống cơ sở vật chất, trang thiết bị trực quan “cơ bản” cho quá trình đào tạo, đặc biệt với các nội dung thực hành, rèn nghề. Chương trình đào tạo đã được cấu trúc lại theo hướng nâng cao tỷ lệ thực hành, rèn nghề, thực tập, thực tế (Công văn số 4929/BGDĐT – GDĐH) ngày 20/10/2017 về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch; áp dụng Bộ tiêu chuẩn VTOS vào làm hệ quy chiếu giảng dạy đối với các nội dung kỹ năng, nghiệp vụ du lịch.

Các cơ sở giáo dục du lịch đã chú trọng đầu tư về cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập để nâng cao chất lượng đào tạo, áp dụng Tiêu chuẩn kỹ năng nghề VTOS để nguồn nhân lực du lịch Việt Nam hội nhập nhanh với khu vực và thế giới, cấu trúc lại chương trình đào tạo, đào tạo theo cơ chế đặc thù để nâng cao chất lượng cho sinh viên, học viên khi ra trường.

2.2.2. Hạn chế

Thứ nhất, chương trình và đội ngũ tham gia đào tạo chưa đáp ứng với yêu cầu. Chương trình đào tạo còn nặng về lý thuyết, thiếu thực hành. Thời gian thực tập, thực hành của sinh viên, học viên tại các doanh nghiệp quá ít, khoảng 4 tháng với một khóa học. Vì vậy, sau khi ra trường, người lao động thiếu những kỹ năng cần thiết để làm được việc. Cơ cấu ngành nghề đào tạo chưa gắn với nhu cầu thực tiễn nên rất lãng phí. Đội ngũ giảng viên, giáo viên ở các cơ sở giáo dục du lịch phần lớn từ các ngành khác đảm nhận. Bên cạnh một bộ phận được đào tạo đúng chuyên ngành, còn lại chủ yếu tự đào tạo, tự học, tổng hợp từ vốn kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn. Trong khi đó, ngành Du lịch đang cần một đội ngũ tham gia đào tạo không những đông đảo mà còn đòi hỏi người dạy phải được đào tạo bài bản và chuyên sâu. Để khắc phục điều này, từ 2018, nhiều trường đại học có đào tạo du lịch đã thực hiện chuyển đổi, thực hiện đào tạo theo cơ chế đặc thù, rút ngắn thời gian đào tạo từ 4 năm xuống còn 3 năm; Thay đổi tỷ lệ lý thuyết – thực hành đảm bảo 50 % – 50%. Một trong những trường thực hiện chương trình đào tạo đặc thù là Đại học Hùng Vương (Phú Thọ) với khóa sinh viên tốt nghiệp đầu tiên theo chương trình đặc thù (năm học 2020 – 2021) đem lại hiệu

quả trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Trong đó phương pháp dạy học thực hành được thiết kế cho phù hợp với yêu cầu mới theo định hướng đào tạo ứng dụng, kết hợp sử dụng linh hoạt phương pháp đào tạo kỹ năng nghề du lịch, đó là:

Thứ hai, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và giáo cụ trực quan để đào tạo các nội dung thực hành, rèn nghề, rèn nghiệp vụ tại một số cơ sở đào tạo vẫn chưa thật sự đáp ứng yêu cầu và chưa đồng bộ. Đặc biệt là sự tương thích giữa trang thiết bị trong trường và ngoài doanh nghiệp vẫn có một khoảng cách nhất định. Một số cơ sở diện tích trường lớp hạn hẹp. Một số cơ sở đào tạo chạy theo chỉ tiêu mà không đầu tư cơ sở vật chất phục vụ công tác dạy và học, đặc biệt thiếu điều kiện thực hành. Tình trạng “dạy chay”, nặng về lý thuyết, thiếu kỹ năng thực hành đã tạo sức ép về chi phí lên doanh nghiệp vì phải đào tạo lại sau khi tuyển dụng,... Ngoài ra, các cơ sở đào tạo còn thiếu sự liên kết, thiếu một chiến lược dài hạn trong công tác đào tạo. Sự liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp chưa được thực hiện tốt, chưa thống nhất về cơ chế, chính sách giữa 2 bên, sự thống nhất giữa chuẩn đầu vào và đầu ra chưa phù hợp. Một số doanh nghiệp chưa thật sự chú trọng, chưa phối hợp vào việc liên kết với các cơ sở đào tạo, ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng nguồn nhân sự sau khi ra trường để làm việc tại các doanh nghiệp. Nhiều sinh viên, học viên sau khi ra trường chưa đáp ứng được các yêu cầu công việc ở các vị trí việc làm khác nhau. Các doanh nghiệp gần như đều phải tập huấn, đào tạo lại về nghiệp vụ, kỹ năng theo chuẩn doanh nghiệp, đặc biệt là thái độ nghề nghiệp.

Thứ ba, quy mô đào tạo chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế và vai trò của ngành Du lịch; ngành nghề đào tạo, cơ cấu nhân lực theo ngành nghề chuyên môn cũng chưa hợp lý, chưa đáp ứng được nhu cầu. Hiện nay, quy mô đào tạo chưa đủ cung ứng nhân lực cho du lịch nên hằng năm vẫn thiếu hụt cả số lượng và chất lượng, đặc biệt là nguồn lực chất lượng cao. Nguồn cung ứng nhân lực du lịch đang thiếu hụt và thiếu trầm trọng nguồn nhân lực chất lượng cao; mất cân đối trong cơ cấu đào tạo theo các nhóm ngành, nghề và nghiệp vụ (sinh viên, học viên đa số đăng ký vào các lớp

như hướng dẫn viên, lễ tân khi thực tế thị trường chỉ cần từ 5 – 15%, ngược lại thiếu đến 70% các vị trí nhân sự housekeeping, chế biến món ăn, nhân viên nhà hàng, bảo vệ,... nhưng sinh viên, học viên ít theo học. Đặc biệt, trình độ ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu công việc còn hạn chế (hiện chỉ có khoảng 60% nhân sự toàn ngành Du lịch đáp ứng cơ bản yêu cầu ngoại ngữ trong đó tiếng Anh (42 %), tiếng Trung Quốc chỉ 5%, tiếng Pháp 4%,...) [7].

2.3. Giải pháp liên kết giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong phát triển lực lượng lao động cho ngành Du lịch

Một là, chương trình đào tạo: Chương trình đào tạo cần phải gắn với nhu cầu thực tiễn. Chương trình đào tạo cần phải được cập nhật và đổi mới theo hướng nâng cao kỹ năng thực hành, giảm lý thuyết, thực hiện đào tạo theo cơ chế đặc thù. Hiện nay, các cơ sở đào tạo đang áp dụng đào tạo các nội dung rèn nghề, kỹ năng, nghiệp vụ theo bộ tiêu chuẩn VTOS (2008, 2013), Bộ tiêu chuẩn du lịch ASEAN (2022). Khi xây dựng chương trình đào tạo, nhà trường cần xin ý kiến tham vấn từ phía các doanh nghiệp có uy tín trong nghề để có những điều chỉnh, cập nhật phù hợp. Vì vậy, rất cần sự thống nhất trong chương trình, nội dung đào tạo theo hướng chuẩn hóa và từng bước chuyên nghiệp chung cho các cơ sở giáo dục du lịch của Việt Nam.

Hai là, nhân sự, chuyên gia đào tạo: Yêu cầu bức thiết hiện nay là đội ngũ giảng viên, chuyên gia đào tạo được tuyển dụng phải đúng chuyên ngành, có năng lực chuyên môn, năng lực nghiên cứu khoa học và kỹ năng thực hành chuyên nghiệp. Đội ngũ giảng viên cần phải được chuẩn hóa, phải đảm bảo trình độ từ thạc sĩ trở lên, có chứng chỉ nghiệp vụ sư phạm và có phẩm chất đạo đức nhà giáo. Giảng dạy tại các cơ sở đào tạo nghề cần có Chứng chỉ giảng viên tích hợp thực hành nghề quốc gia, có khả năng ngoại ngữ, tin học từ các cơ sở đào tạo uy tín trong nước và quốc tế. Việc xây dựng đội ngũ giảng viên giỏi chuyên môn nghiệp vụ, thành thạo kỹ năng thực hành không những góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch mà còn có thể khám phá những ý tưởng mới trong bối cảnh đại dịch toàn cầu. Các cơ sở đào tạo cần có chính sách khuyến khích,

hỗ trợ các giảng viên có nhiều sáng kiến trong giảng dạy và nghiên cứu khoa học. Bên cạnh đó, nhà trường cần mời các chuyên gia, nhà quản lý, nhân sự giỏi, uy tín của doanh nghiệp cùng tham gia đào tạo. Tổ chức các chương trình kiến tập, thực tế, thực tập, ngoại khóa, chuyên đề... để sinh viên, học viên tiếp cận dần với hệ thống nhân sự, môi trường, cơ sở vật chất tại các doanh nghiệp.

Ba là, liên kết đào tạo và đầu tư cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học: Trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch, cần liên kết các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề để quy hoạch mạng lưới đào tạo đồng bộ, liên vùng, liên quốc gia, châu lục nhằm cung ứng nguồn nhân lực du lịch đảm bảo chất lượng, chuẩn trong nước, khu vực và quốc tế. Cần có cơ chế khuyến khích các mô hình liên kết giữa các cơ sở đào tạo du lịch với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch để sinh viên, học viên có cơ hội tiếp cận với môi trường thực tế, “thực chiến”. Mặt khác, bối cảnh thời đại công nghệ 4.0 đòi hỏi các trường đại học, các cơ sở giáo dục, dạy nghề nói chung, đặc biệt là các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch cần phải đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng thông tin đồng bộ. Đặc biệt, quá trình chuyển đổi từ giảng dạy trực tiếp được thay thế bằng E-Learning là một xu hướng tất yếu trong bối cảnh dịch bệnh hiện nay. Vì vậy, việc đầu tư xây dựng cơ sở vật chất phục vụ thực hành đi vào chuyên nghiệp, trang bị hạ tầng thông tin để tận dụng công nghệ ở các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch càng là yêu cầu bắt buộc.

Bốn là, cơ chế, quy mô đào tạo: Hiện nay, quy mô đào tạo chưa cung ứng đủ nguồn nhân lực du lịch nên hàng năm vẫn thiếu hụt cả số lượng lẫn chất lượng, đặc biệt là nguồn lực chất lượng cao. Hầu hết các tỉnh thành trong cả nước đều có cơ sở đào tạo dài hạn và các trung tâm bồi dưỡng ngắn hạn nhưng quy mô chưa tương xứng với vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn. Vì vậy, ngành Du lịch cần phải có chiến lược trong mở rộng quy mô đào tạo, xây dựng đề án về quy mô đào tạo; sắp xếp, kiện toàn lại các trường có đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo hướng bền vững và dài hạn. Cơ chế, quy định, yêu cầu liên kết đào tạo giữa hai bên cần nhất quán, rõ ràng, phối hợp nhịp nhàng. Các nội dung cần được ký kết, văn bản

hóa, rõ “vai”, rõ quyền lợi, trách nhiệm, cùng hỗ trợ, cùng thực hiện nghĩa vụ, trách nhiệm, cùng đạt được các mục tiêu của mình trong quá trình liên kết đào tạo nguồn lao động.

Năm là, chất lượng đào tạo: Hiện nay, nhiều cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch không kịp chuẩn bị đội ngũ tham gia đào tạo, cơ sở vật chất,... doanh nghiệp cũng chưa thật sự sẵn sàng liên kết đào tạo nên ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng đào tạo. Nguồn nhân lực du lịch không đảm bảo chất lượng, nên tính cạnh tranh của du lịch Việt Nam còn thấp và đang có xu hướng “nhập khẩu nhân lực chất lượng cao” từ các nước trong khu vực như Thái Lan, Singapore, Malaysia,... Do đó, cần phải rà soát lại các cơ sở đào tạo không đủ năng lực, chấn chỉnh các cơ sở đào tạo không đảm bảo chất lượng để giảm bớt sự lãng phí xã hội không cần thiết. Mời các doanh nghiệp tham gia xây dựng các chương trình, khóa học đào tạo cơ bản, đào tạo nâng cao dành cho các đối tượng sinh viên, học viên chất lượng cao của ngành. Cùng hỗ trợ đến mức tối đa chuyên môn, nghiệp vụ, trang thiết bị, cơ sở vật chất, kinh nghiệm để đạt hiệu quả cao hơn trong thiết lập các chương trình như vậy.

Sáu là, cơ cấu ngành nghề đào tạo: Sự phát triển có tính bùng nổ của du lịch những năm vừa qua kéo theo sự ra đời ồ ạt của các cơ sở đào tạo. Thực tế đó đã góp phần giải quyết việc làm cho nguồn lao động dồi dào và bổ sung nguồn nhân lực kịp thời cho một ngành kinh tế mang tính tổng hợp như du lịch. Tuy nhiên, cơ cấu ngành nghề đào tạo lại mất cân đối, thiếu hợp lý và chưa thực sự gắn với nhu cầu xã hội, nên ngành thừa, ngành lại rất thiếu. Vì vậy, cần xây dựng chiến lược đào tạo gắn liền với nhu cầu thực tế và mang tính thực hành cao, đáp ứng chuẩn đầu ra, tương thích với các vị trí việc làm đang thiếu và yếu của doanh nghiệp, tạo điều kiện cho người học có nhiều cơ hội tham gia thực hành, thực tập tại doanh nghiệp du lịch và có chế độ trả công tương xứng.

Bảy là, tăng cường liên kết, mời các nhân sự cao cấp, có nhiều kinh nghiệm, chuyên gia của các doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo và hỗ trợ đào tạo cho sinh viên, học viên: Trước bài toán về lao động trong lĩnh vực du lịch, nhà hàng, khách sạn hiện nay, cần có sự linh hoạt,

hợp tác chặt chẽ trong tổ chức liên kết đào tạo, phối hợp giữa các cơ sở giáo dục và doanh nghiệp, tận dụng tối đa đội ngũ chuyên gia, giảng viên, thợ lành nghề, nhân sự có kinh nghiệm và trình độ. Các chương trình học chính khóa lồng ghép với các khóa học ngắn ngày, tập trung đào tạo kỹ năng hành nghề cho từng vị trí cụ thể như sale tour, điều hành, tiếp thị, nhân viên khách sạn, nhà hàng... Đẩy mạnh xây dựng và phát triển chương trình đào tạo ngắn hạn đạt chuẩn quốc tế để làm giải pháp ứng cứu, chuyển hóa hiệu quả cho sự mất cân bằng giữa lực lượng lao động đã tốt nghiệp đại học, cao đẳng,... chưa có việc làm, hoặc làm việc không phù hợp, chuyển đổi để bù đắp sự thiếu hụt nhân lực chất lượng quốc tế từ các khách sạn tiêu chuẩn 4 – 5 sao. Tiến hành đào tạo mới, đào tạo lại, đào tạo tại chỗ đối với các nhân sự đang làm việc tại doanh nghiệp. Đào tạo nhân lực du lịch phải gắn chặt với thực tiễn; sử dụng công nghệ thông tin để đào tạo theo hình thức E-Learning, đào tạo nâng cao với các kỹ năng thực tế ảo,... Từ đó, giúp sinh viên, học viên, người lao động sớm tiếp cận yêu cầu cụ thể của công việc, rút ngắn khoảng cách giữa lý thuyết và thực tiễn.

3. KẾT LUẬN

Du lịch Việt Nam hiện đang trên đà phục hồi và phát triển nhanh, mạnh sau hai năm. Bước sang năm thứ ba, nhu cầu về lao động trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch là rất lớn. Để đạt được các mục tiêu đề ra về lượng khách, tốc độ tăng trưởng và chất lượng dịch vụ thì các biện pháp nhằm phát triển nguồn lao động du lịch có chất lượng là vô cùng cần thiết và cấp thiết. Việc nghiên cứu, đánh giá một cách toàn diện thực trạng nguồn lao động trong bối cảnh hiện nay cần được tiến hành trước và song song với các giải pháp. Các giải pháp cần tiến hành đồng bộ, sau một giai đoạn cần đánh giá lại và điều chỉnh cho phù hợp. Các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp cần phát huy hiệu quả hơn nữa “vai” của mình trong, bởi ai cũng có trách nhiệm, nghĩa vụ và đều được hưởng “lợi” nếu thực hiện hiệu quả việc đào tạo và liên kết đào tạo. Khi thực hiện đồng bộ, toàn diện, chặt chẽ, khoa học các nội dung liên kết giữa các cơ sở đào tạo du lịch và doanh nghiệp, một thể hệ nhân sự lao động

“tinh”, chuyên nghiệp, thực chiến, đạo đức sẽ được kiến thiết, phát triển đáp ứng cho chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2017), *Nghị quyết số 08–QĐ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
- [2] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT Ban hành danh mục đào tạo cấp IV trình độ đại học*; Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT ban hành Danh mục đào tạo cấp IV trình độ thạc sĩ, tiến sĩ*.
- [3] Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội (2017), *Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ban hành Danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng*.
- [4] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016), *Đề án tăng cường đào tạo theo nhu cầu xã hội lĩnh vực du lịch đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030*.
- [5] Phạm Xuân Hậu (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập – Sự lựa chọn những giải pháp phù hợp* ISBN- 978-604-73-7107-5, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- [6] Klaus Schwab (2018), *Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư*, Nxb Chính trị Quốc gia – Sự thật.
- [7] Phạm Trung Lương (2016), “Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập”. *Kỹ yếu Hội thảo Brexit và cộng đồng kinh tế ASEAN dưới góc nhìn hội nhập*. Trường Đại học Văn Hiến.
- [8] Nguyễn Minh Tuệ, Vũ Đình Hòa (2017), *Địa lý du lịch cơ sở lý luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam*. Nxb Giáo dục.
- [9] Lê Anh Tuấn (2019), *Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch*. ISBN-978-604-73-7107-5. Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- [10] Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2018), *Báo cáo phục vụ Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ Việt Nam giai đoạn 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2050*.
- [11] Nhóm Nghiên cứu đề án – Viện Nghiên cứu phát triển Thành phố Hồ Chí Minh (2021), *Đánh giá tác động của đại dịch COVID-19 đến hoạt động của doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh và đề xuất giải pháp*.

Tài liệu website

- [12] Hạnh Nguyên (2020), “Nguy cơ khủng hoảng nhân lực du lịch”, <https://baodautu.vn/nguy-co-khunghoang-nhan-luc-du-lich-d131904.html>, truy cập 20/4/2021.
- [13] Lê Anh Tuấn (2019), *Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch, chính sách Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- [14] Lê Kim Anh (2020), “Ảnh hưởng của dịch COVID-19 tới ngành Du lịch Việt Nam”, <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/anh-huong-cua-dich-covid-19-toi-nganh-du-lich-viet-nam-72311.htm> nbtv.vn, truy cập 20/4/2021.
- [15] Bùi Mai Hoàng Lâm (2021), “Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực Việt Nam để hội nhập với các xu hướng trong bối cảnh bình thường mới”, http://itdr.org.vn/ngghien_cuu/giai-phap-dao-tao-nguon-nhan-luc-viet-nam-de-hoi-nhap-voi-cac-xu-huong-trong-boi-canhh-binh-thuong-moi/, truy cập 20/4/2021.
- [16] Tổng cục Thống kê Việt Nam (2020), “Thông cáo báo chí tình hình kinh tế – xã hội quý III và 9 tháng năm 2020”, <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2020/09/thong-cao-bao-chi-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iii-va-9-thang-nam-2020/>, truy cập ngày 20/4/2021.

GIẢI PHÁP LIÊN KẾT VỚI DOANH NGHIỆP DU LỊCH NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4

ThS. Nguyễn Thị Hồng Nhâm¹

Tóm tắt: Muốn đào tạo được nguồn nhân lực chất lượng cao ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành dưới tác động của cách mạng 4.0 trong giai đoạn hiện nay đòi hỏi các trường phải nghiên cứu đến việc liên kết với doanh nghiệp du lịch trong quá trình đào tạo, đây là nhiệm vụ quan trọng và cấp thiết. Liên kết với doanh nghiệp du lịch sẽ giúp cho đào tạo sinh viên được sát với thực tế, tránh việc sinh viên ra trường không có việc làm trong khi doanh nghiệp thì khó tuyển dụng được người phù hợp. Bài viết này tập trung nghiên cứu một số giải pháp liên kết với doanh nghiệp du lịch để có thể nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành dưới tác động cách mạng 4.0

Từ khóa: Cách mạng 4.0, nguồn nhân lực chất lượng cao, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, liên kết doanh nghiệp du lịch.

TOURIST BUSINESS ASSOCIATE SOLUTION IS AIMED TO ENHANCE THE QUALITY OF TRAINING TOURIST AND TRAVEL SERVICES MANAGEMENT THE 4T INDUSTRIAL REVOLUTION

Abstract: Universities that want to train high-quality human resources in tourism and travel service management under the impact of the 4.0 revolution in the current period require schools to research a connection with tourism businesses. schedule during the training process, this is an important and urgent task. Linking with tourism businesses will help keep student training close to reality, avoiding students graduating without jobs while businesses have difficulty recruiting suitable people. This article focuses on researching some solutions to link with tourism businesses to improve the quality of human resource training in the field of Travel and Tourism Service Administration under the impact of the 4.0 revolution.

¹ Học viện Phụ nữ Việt Nam – Phân hiệu Thành phố Hồ Chí Minh
E.mail: nguyenthihongnham@gmail.com

Key words: Industry 4.0, high performance human resources, linking tourism businesses, Travel and Tourism Service Management

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách mạng công nghiệp 4.0 trong bối cảnh hiện nay đòi hỏi người lao động phải thích ứng nhanh với sự thay đổi của sản xuất.

Trong ngành du lịch ở Việt Nam hiện nay, có một thực trạng là sinh viên du lịch nói chung và sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành nói riêng tốt nghiệp ra trường chỉ có một bộ phận nhỏ đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp du lịch. Và khi doanh nghiệp du lịch cần nhân sự đáp ứng được yêu cầu cao của mình thì tìm kiếm rất khó khăn. Nguyên nhân là việc đào tạo trong một số trường hiện nay vẫn chưa gắn với nhu cầu xã hội, sinh viên ra trường thiếu nhiều kỹ năng mềm...

Để giải quyết bài toán này, nhà trường và doanh nghiệp du lịch cần liên kết hợp tác chặt chẽ trong việc đào tạo. Mỗi quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là điều có ý nghĩa rất quan trọng. Mô hình đào tạo theo hướng ứng dụng giúp sinh viên được việc giảm bớt thời gian học lý thuyết hàn lâm, tăng cơ hội thực hành, trải nghiệm thực tế đúng ngành, đúng nghề giúp sinh viên có cơ hội nghề nghiệp rộng mở ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Đây là mô hình đào tạo với sự kết hợp tương quan giữa Nhà trường – Doanh nghiệp – Sinh viên tạo ra những công dân toàn cầu, có trình độ cao, chuyên môn giỏi, giàu ý thức, trách nhiệm, sẵn sàng đương đầu với thử thách... đáp ứng hoàn toàn nhu cầu nhân sự của mọi doanh nghiệp hiện nay.

Xuất phát từ những lý do trên, tác giả đề xuất “Giải pháp liên kết với doanh nghiệp du lịch nhằm nâng cao chất lượng đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ 4”.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

2.1. Mối quan hệ liên kết hợp tác đào tạo giữa nhà trường với doanh nghiệp

Mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp được hiểu là những giao dịch giữa các trường đại học và các tổ chức sản

xuất kinh doanh vì lợi ích của cả hai bên. Đẩy mạnh việc hợp tác này và khai thác giá trị của nó có thể giúp nhà trường tháo gỡ những khó khăn về tài chính và giúp các doanh nghiệp đạt được hoặc duy trì ưu thế cạnh tranh trong thị trường năng động ngày nay, đồng thời đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của quốc gia và đáp ứng đòi hỏi của thị trường lao động. Hợp tác đào tạo giữa các trường đại học, cao đẳng và doanh nghiệp là xu hướng phổ biến trên thế giới và được đánh giá là rất quan trọng trong việc đảm bảo và nâng cao chất lượng sinh viên được đào tạo từ nhà trường, đồng thời là nguồn nhân lực chất lượng đầu vào của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp hiện nay thiếu đội ngũ lao động có kỹ năng làm việc, phải trải qua một thời gian đào tạo lại mới có thể đáp ứng được yêu cầu của công việc. Xây dựng và củng cố mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp trong việc phát triển nguồn nhân lực là nhiệm vụ và được sự quan tâm của nhà trường cũng như các doanh nghiệp bằng việc tận dụng các lợi thế của nhau vì sự tồn tại và phát triển bền vững chung, đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và nhà trường.

Trong lĩnh vực du lịch, chương trình đào tạo ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành của các trường thường định hướng sinh viên sau khi học xong ra có thể làm việc tại các doanh nghiệp du lịch ở các vị trí như Hướng dẫn viên, Điều hành tour, Sales tour ... Do đó, kiến thức đào tạo rất rộng và mang tính tổng hợp cao. Trong khi đó, doanh nghiệp du lịch khi tuyển dụng nhân sự thì tuyển theo công việc cụ thể với những kiến thức và kỹ năng cần thiết phục vụ cho vị trí công việc đó. Ví dụ như một công ty du lịch cần tuyển nhân viên Sales tour nội địa thì họ cần kiến thức và kỹ năng về Sales của ứng viên chứ không đặt nặng yêu cầu về ngoại ngữ. Điều này, cho thấy nhà trường phải có cái nhìn cụ thể và chi tiết trong hoạt động liên kết với từng doanh nghiệp cụ thể để có chương trình liên kết đào tạo phù hợp.

2.2. Các hình thức liên kết hợp tác đào tạo hiện nay giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch

+ Hợp tác trong nghiên cứu: Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp. Mục đích của sự hợp tác này là

đạt đến sự hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu của Nhà trường, thực hiện các dự án liên kết mà Nhà trường và các doanh nghiệp cùng tiến hành.

+ Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu: Đây là quá trình chuyển giao công nghệ. Để có thể đẩy mạnh hình thức hợp tác này cần phải củng cố bộ khung thể chế bảo đảm trong thực tế quyền sở hữu trí tuệ. Hoạt động này thường tập trung ở những người đang có quan hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp trong lĩnh vực chuyên ngành của họ.

+ Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên: bằng cách đưa sinh viên đi thực tập và tạo ra cơ hội giao lưu để họ có thể trải nghiệm nhiều khía cạnh phong phú của thế giới bên ngoài nhà trường. Tăng cường phối hợp với phòng nhân sự của các công ty, doanh nghiệp để tạo điều kiện cho sinh viên đến với thế giới việc làm.

+ Thúc đẩy sự vận động, lưu chuyển: Khuyến khích những hoạt động giao lưu hay hợp đồng làm việc ngắn hạn của Nhà trường trong các doanh nghiệp nhằm xây dựng quan hệ, chia sẻ quan điểm và nắm bắt thực tế.

+ Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo: Nâng cao chất lượng đào tạo và giúp sinh viên thích ứng tốt với đòi hỏi của thị trường lao động. Cần khuyến khích sự tham gia của giới doanh nghiệp vào việc xây dựng và cập nhật chương trình của nhà trường, thông qua các cuộc thảo luận và trao đổi thông tin.

+ Tham gia quản trị nhà trường: Tăng cường sự tham gia của giới doanh nghiệp vào quá trình ra quyết định ở tầm lãnh đạo của nhà trường. Mời những người thành đạt trong giới doanh nghiệp tham gia vào Hội đồng trường. Họ sẽ giúp ích nhà trường rất nhiều đặc biệt là về chiến lược phát triển.

2.3. Hoạt động liên kết với doanh nghiệp du lịch trong đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ đến nhiều lĩnh vực, nhiều khía cạnh trong đời sống xã hội, trong đó đặc biệt

không thể thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao. Việc liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch trong hoạt động đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành là một công việc rất quan trọng giúp cải thiện chất lượng nguồn nhân lực du lịch để đáp ứng với sự phát triển của nền kinh tế và yêu cầu của xã hội theo hướng ứng dụng:

+ Về cơ hội việc làm: Nhiều tập đoàn hay tổ chức lớn hoạt động trong lĩnh vực du lịch hiện nay vẫn ưu tiên đánh giá cao hơn đối với các ứng viên đến tuyển dụng có kiến thức ứng dụng thực tiễn nghề du lịch, cơ hội việc làm cũng vì thế tăng lên nhiều hơn.

+ Về khả năng cạnh tranh tại nơi làm việc: Những ứng viên có trình độ và năng lực thực tiễn nghề nghiệp du lịch luôn được các nhà tuyển dụng chú ý hơn và được cân nhắc để đào tạo nhất là trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và thời đại số hoặc thăng chức.

+ Mở rộng mối quan hệ: Trong thời gian học tập chương trình Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, sinh viên có thêm nhiều mối quan hệ tốt đẹp đối với các doanh nghiệp, với các anh chị và bạn bè là cựu sinh viên, do đó có cơ hội học hỏi thêm nhiều kiến thức hơn, cũng có nhiều cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp.

Hoạt động hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch trong hoạt động đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, bao gồm công việc như sau:

- Doanh nghiệp tư vấn chương trình đào tạo trường: doanh nghiệp tư vấn cho trường về các yêu cầu của doanh nghiệp đối với chuẩn đầu ra của sinh viên ngành du lịch nói chung và ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành nói riêng cũng như tư vấn cho nhà trường các xu hướng mới nhất của thị trường du lịch trong nước và quốc tế.

- Doanh nghiệp phối hợp trong việc đào tạo sinh viên trong thời gian học tập cùng nhà trường. Đối với quá trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, doanh nghiệp có thể phối hợp với nhà trường trong việc dạy sinh viên qua các nội dung và chủ đề gắn với thực tiễn hoạt động kinh doanh và phục vụ khách du lịch nội địa hoặc quốc tế.

- Doanh nghiệp hỗ trợ cơ sở thực tập cho sinh viên: quá trình thực tập giúp sinh viên có thể vận dụng các kiến thức, kỹ năng được học tại nhà trường và hòa nhập tốt với môi trường làm việc tại doanh nghiệp cũng như ngành du lịch trong tương lai.

- Doanh nghiệp tham gia các hoạt động khác như: đóng góp vào quỹ khuyến học, trao học bổng, tham gia tài trợ các cuộc thi và sân chơi cho sinh viên thiết thực, bổ ích, gắn liền với ngành nghề du lịch.

2.4. Những khó khăn, rào cản trong việc liên kết hợp tác đào tạo với doanh nghiệp du lịch trong đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Hiện nay, việc hợp tác đào tạo giữa Nhà trường và doanh nghiệp trong việc hợp tác đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành còn vướng những khó khăn, rào cản như sau:

*** Đối với Nhà trường:**

- Hoạt động liên kết với doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả cao do nhiều nguyên nhân như ít có mối quan hệ với các doanh nghiệp bên ngoài, kinh nghiệm hợp tác còn hạn chế dẫn tới việc liên kết với doanh nghiệp cũng gặp không ít khó khăn.

- Nhà trường chưa có chính sách hỗ trợ về tài chính cho hoạt động tổ chức liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong khi các hoạt động liên kết này cần rất nhiều nguồn lực để triển khai. Nguồn quỹ cho hoạt động liên kết từ nhà trường chưa có nhiều, trong khi các hoạt động tổ chức hợp tác, sự kiện để tăng cường mối quan hệ Nhà trường – Doanh nghiệp luôn cần nhiều kinh phí. Điều này dẫn tới khó khăn trong sự kết hợp, mở rộng mối quan hệ hợp tác hai bên.

*** Đối với các doanh nghiệp du lịch:**

- Doanh nghiệp chưa thấy rõ được lợi ích khi thực hiện liên kết.
- Nhiều doanh nghiệp còn e ngại việc cho sinh viên thực tập vì sợ làm ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh và phục vụ khách du lịch.

- Doanh nghiệp chưa có nguồn lực để phụ trách việc liên kết.

2.5. Một số giải pháp đẩy mạnh việc liên kết hợp tác đào tạo với doanh nghiệp du lịch trong đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

* Đối với Nhà trường:

- Xây dựng đội ngũ cán bộ giảng dạy ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành có chuyên môn cao, đạo đức tốt, đoàn kết và gắn bó với trường. Thường xuyên tăng cường chất lượng đội ngũ qua các chương trình đào tạo, bồi dưỡng, tham quan, liên kết đào tạo..., phát huy cao nhất năng lực của đội ngũ đáp ứng yêu cầu quản lý đào tạo theo yêu cầu.

- Cần tích cực tìm kiếm các mối quan hệ với doanh nghiệp, phối hợp xúc tiến, thúc đẩy quan hệ liên kết doanh nghiệp du lịch.

- Giải quyết vấn đề nguồn tài chính cho quá trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Nhà trường nên tận dụng mối quan hệ với doanh nghiệp du lịch dựa vào việc phát động tài trợ học bổng cho sinh viên giỏi, ký kết các hợp đồng tư vấn, nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực du lịch.

- Chương trình đào tạo và chuẩn đầu ra ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành được xây dựng có sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch, được cập nhật các công nghệ mới và chương trình đào tạo tiên tiến của nước ngoài. Mời đại diện doanh nghiệp du lịch cùng tham gia vào quá trình xây dựng chương trình đào tạo sao cho phù hợp với tình hình thực tế để sinh viên có thể nắm bắt được nội dung bài học và vận dụng hiệu quả nhất, đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp.

- Ưu tiên tuyển dụng những giảng viên có kinh nghiệm làm việc trong các doanh nghiệp du lịch, xây dựng tiêu chuẩn đứng lớp đối với giảng viên như căn cứ vào trình độ chuyên môn, chuyên ngành, kinh nghiệm thực tế nghề nghiệp trong lĩnh vực du lịch.

- Tổ chức hội thảo lấy ý kiến của doanh nghiệp về chương trình đào tạo ít nhất 1 lần/năm; Xây dựng mối quan hệ gắn bó chặt chẽ với các doanh nghiệp, công ty lữ hành để đưa sinh viên đi học Học kỳ doanh nghiệp. Làm tốt công tác tư vấn đưa sinh viên đi thực tập tốt nghiệp và giới thiệu việc làm sau khi ra trường;

- Hoàn thiện chương trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành theo ký kết thỏa thuận hợp tác với doanh nghiệp (đào tạo song hành, đào tạo kép, đào tạo theo nhu cầu).

- Mời chuyên gia đến từ doanh nghiệp và các thành viên hiệp hội nghề nghiệp du lịch của địa phương, của quốc gia tham gia các hội đồng tư vấn ngành nghề du lịch tại trường.

- Thực hiện khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp du lịch về người học và chương trình đào tạo trước khi kết thúc thực tập tốt nghiệp tại doanh nghiệp.

- Định kỳ tổ chức thực hiện việc lấy ý kiến phản hồi của nhà tuyển dụng về người học và chương trình đào tạo bằng nhiều hình thức như tổ chức ngày hội việc làm...

- Ứng dụng mô hình đào tạo “kép”, đào tạo “song hành” đối với ngành nghề Quản trị dịch vụ du lịch và lễ hành: người học có cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc thực tế, thực tập, được rèn luyện chuyên môn và các kỹ năng cần thiết trong quá trình làm việc; về phía nhà trường sẽ giảm bớt áp lực đầu tư thiết bị có giá trị lớn chưa thể trang bị ngay do hạn chế về kinh phí, giảng viên được bổ sung kiến thức thực hành từ các chuyên gia, chương trình đào tạo có thời gian đào tạo thực hành tại doanh nghiệp, nên góp phần giải quyết việc thiếu hụt giảng viên có kinh nghiệm thực tế; doanh nghiệp cùng tham gia đào tạo trực tiếp nguồn nhân lực sẽ thoả mãn các điều kiện mà họ mong muốn và sinh viên ra trường sẽ trở thành nguồn tuyển dụng của doanh nghiệp.

- Thường xuyên liên lạc với những cựu sinh viên đang làm việc tại doanh nghiệp du lịch để trao đổi kinh nghiệm, khảo sát thường xuyên để tiếp nhận những phản ánh về kiến thức và lao động thực tế, từ đó điều chỉnh chương trình đào tạo cũng như khai thác thông tin về nhu cầu việc làm, thực tập, học tập, ... từ đó xây dựng chiến lược dự báo nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực nhằm đảm bảo gắn chặt giữa đào tạo với sử dụng.

- Xây dựng chương trình học tập bao gồm các hình thức như thực hiện học kỳ doanh nghiệp, tăng cường thực tập sinh, phối hợp thực hiện một số tín chỉ chuyên sâu vào lĩnh vực của doanh nghiệp du lịch.

****Đối với doanh nghiệp du lịch***

- Các doanh nghiệp du lịch có thể tham gia Hội đồng chấm khoá luận tốt nghiệp, tham gia giảng dạy một số học phần hoặc

chuyên đề của ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành phù hợp với năng lực và thể mạnh của mình.

- Tham gia các Hội nghị giao lưu doanh nghiệp và sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành trao đổi kinh nghiệm giữa lý thuyết với thực tiễn. Những buổi giao lưu này sẽ giúp sinh viên nâng cao được kỹ năng mềm, có những định hướng về nghề nghiệp sau khi ra trường.

- Doanh nghiệp tạo điều kiện để giảng viên, sinh viên tham gia chia sẻ các kinh nghiệm thực tế, các nội dung về thực hành giải quyết vấn đề, đào tạo kỹ năng mềm,... từ đó, doanh nghiệp không mất nhiều thời gian để tìm kiếm nguồn nhân lực phù hợp và không mất chi phí để đào tạo lại.

- Ngoài các hoạt động trên, các doanh nghiệp có thể đóng góp vào quá trình đào tạo sinh viên thông qua các hoạt động như đóng góp vào quỹ khuyến học, trao học bổng, tham gia tài trợ các cuộc thi và sân chơi cho sinh viên, cùng kết hợp nhà trường đánh giá sinh viên.

3. KẾT LUẬN

Cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi Việt Nam phải có được nguồn nhân lực chất lượng cao. Để làm được điều này, các trường đại học và cao đẳng bắt buộc phải đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng những đòi hỏi của Cách mạng công nghiệp 4.0. Với những biến đổi trong thị trường lao động du lịch Việt Nam, buộc các cơ sở đào tạo phải thay đổi tư duy trong công tác giáo dục, đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cung ứng cho thị trường du lịch. Một trong số những giải pháp hiệu quả nhất chính là mở rộng liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo. Đặc biệt, để nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành thì cần chú trọng mở rộng liên kết, đổi mới chương trình học theo nhu cầu của doanh nghiệp du lịch và đưa sinh viên đến học tập và thực hành tại các vị trí việc làm cụ thể trong doanh nghiệp. Một khi đã có mạng lưới liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp thì chắc chắn hoạt động đào

tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành trong nhà trường có thể chủ động nắm bắt thị trường và xây dựng chiến lược đào tạo hiệu quả, và ngày càng nâng cao vị trí, chất lượng đào tạo nguồn nhân lực, đóng góp vào nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành du lịch Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. D. C. Brooks and M. McCormack, (June 2020), *Driving Digital Transformation in Higher Education*, EDUCAUSE, Louisville.
2. Đinh Văn Toàn (2016), “Hợp tác đại học doanh nghiệp trên thế giới và một số gợi ý cho Việt Nam”, *Tạp chí khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và kinh doanh*, 4(32), 69–80.
3. Phạm Thị Thùy Trang, Bùi Thị Thúy, Nguyễn Thị Thu Thúy, Hoàng Trọng Hùng (2019), Thúc đẩy hoạt động liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Trường hợp nghiên cứu tại Đại học kinh tế, Đại học Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, Số 5A, tr. 79–91.
4. Phạm Văn Quân (2019), Xây dựng mô hình liên kết nhà trường - doanh nghiệp trong đào tạo và nghiên cứu khoa học tại các cơ sở đào tạo. <https://gdnn.edu.vn/giao-duc-nghe-nghiep/xay-dung-mo-hinh-lien-ket-nha-truongdoanh-nghiep-trong-dao-tao-va-nghien-cuu-khoa-hoc-tai-cac-co-so-dao-tao-199.html>. [Ngày truy cập: ngày 11 tháng 10 năm 2023].
5. Hoàng Thanh Huyền, Phạm Thị Minh Thảo (2019). *Đo lường các nhân tố ảnh hưởng tới hợp tác giữa doanh nghiệp và trường đại học. Quản trị ngân hàng và doanh nghiệp*.
6. Quốc hội (2018). *Luật sửa đổi bổ sung Luật Giáo dục đại học*, số 34/201.
7. Trần Thị Kim Anh và Trần Tú Uyên (2020). “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ sẵn sàng tham gia hợp tác Doanh nghiệp - Cơ sở giáo dục đại học”. *Tạp chí Giáo dục*, số 489, tr 1-8.
8. Nguyễn Kim Dung và Phạm Thị Hương (2017). Thực trạng hợp tác của các trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học*, 14 (4), 29.

Phần II
CHUYỂN ĐỔI SỐ VỚI ĐÀO TẠO
SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

ĐÀO TẠO DU LỊCH SỐ TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CỦA VIỆT NAM: CÁC XU HƯỚNG VÀ RÀO CẢN

TS. Nguyễn Quang Vinh¹, ThS. Mai Văn Trọng²

Tóm tắt: Chuyển đổi số trong ngành Du lịch đã và đang diễn ra mạnh mẽ tại Việt Nam trong những năm trở lại đây, đặt ra yêu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao để thích ứng với quá trình chuyển đổi. Các cơ sở giáo dục đại học đào tạo ngành Du lịch đóng vai trò rất quan trọng trong việc cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành. Do vậy, trong bối cảnh hiện tại, đào tạo nguồn nhân lực du lịch có kiến thức về du lịch và có năng lực về công nghệ thông tin đã trở thành một nhiệm vụ của các trường đại học nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành. Nghiên cứu này chỉ ra các xu hướng và rào cản trong đào tạo du lịch số tại các cơ sở giáo dục đại học hiện nay, từ đó đề xuất một số kiến nghị để tăng cường hiệu quả và tối ưu hoá việc đào tạo, làm tiền đề thúc đẩy quá trình chuyển đổi số ngành Du lịch.

Từ khóa: du lịch số, chuyển đổi số du lịch, nhân lực du lịch, đào tạo du lịch.

DIGITAL TOURISM TRAINING

AT VIETNAMESE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: TRENDS AND BARRIERS

Abstract: The digital transformation in the tourism industry has been vigorously underway in Viet Nam in recent years, necessitating a high-quality workforce to adapt to the transition. Universities that providing tourism education play a pivotal role in supplying this high-quality workforce for the tourism industry. Therefore, in the current context, training a tourism workforce with knowledge in tourism and competencies in information technology has become a mission for these universities to meet the developmental needs of the sector. This study points out the current trends and barriers in digital tourism education at higher education institutions, thereby proposing several recommendations to enhance the effectiveness and optimize the training process, to promote the digital transformation of the tourism industry.

Keyword: digital tourism, digital transformation in tourism, tourism human resource, tourism education.

¹ Khoa Du lịch, Trường Đại học Phenikaa, Email: vinh.nguyenquang@phenikaa-uni.edu.vn.

² Khoa Du lịch, Trường Đại học Phenikaa, Email: trong.maivan@phenikaa-uni.edu.vn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Công nghệ thông tin đã và đang được ứng dụng một cách mạnh mẽ vào ngành Du lịch nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành Du lịch. Trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, đi đôi với sự phát triển bùng nổ về các công nghệ mới gắn chặt với các nền tảng số, tất cả các ngành, các lĩnh vực đều chịu sự ảnh hưởng của công nghệ số một cách trực tiếp. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UN Tourism), du lịch là một trong những ngành đầu tiên số hóa các quy trình kinh doanh trên quy mô toàn cầu [9].

Quá trình áp dụng các công nghệ số mới vào hoạt động ngành Du lịch hay chuyển đổi số ngành Du lịch đã làm thay đổi toàn bộ quá trình vận hành và phát triển của ngành. Tại các doanh nghiệp du lịch, các công nghệ số hiện đại đang được áp dụng rộng rãi ở mọi mặt hoạt động nhằm tối ưu hiệu quả kinh doanh cũng như vận hành và thực thể đã mang lại nhiều kết quả tích cực cho doanh nghiệp. Cuộc cách mạng này làm thay đổi cơ cấu doanh nghiệp du lịch, mô hình kinh doanh và hoạt động, sản phẩm, cho phép các doanh nghiệp du lịch đáp ứng nhu cầu và yêu cầu của khách hàng trong thời gian ngắn hơn và với chi phí thấp hơn [4] từ đó tạo ra cho du khách có trải nghiệm sử dụng dịch vụ du lịch tốt hơn và giúp hoạt động du lịch đạt hiệu quả cao so với việc sử dụng các phương pháp truyền thống, nhờ đó tạo cho các doanh nghiệp nhiều cơ hội lớn tại quy mô toàn cầu.

Tại Việt Nam, trong nhiều năm trở lại đây, xu hướng thực hiện chuyển đổi số ngành Du lịch ngày càng được tiếp cận một cách mạnh mẽ và chuyên nghiệp. Một số xu hướng công nghệ ứng dụng phổ biến hiện nay tại Việt Nam đang được khai thác sử dụng trong ngành Du lịch có thể kể đến như: *Tích hợp di động* trong việc cung cấp các dịch vụ booking trực tiếp cho khách hàng, tối ưu hoá việc đặt, xác nhận dịch vụ; Sử dụng *Trí tuệ nhân tạo (AI)* và *Chatbot* (chương trình tự động trả lời sử dụng AI) thay thế cho các công việc có tính lặp lại, tinh gọn bộ máy chăm sóc khách hàng; Ứng dụng các *Công nghệ tích hợp IoT* (Internet of Thing – Vạn vật kết nối) để chia sẻ thông tin một cách liên tục thông qua tất cả các thiết bị

thông minh được kết nối internet, từ đó nhanh chóng khai thác, xử lý thông tin; *Khai thác Bigdata* để nắm bắt nhu cầu khách hàng, tìm kiếm khách hàng và xây dựng các chương trình du lịch phù hợp; *Xây dựng thương hiệu qua hệ thống đánh giá* (rating & review) giúp tăng cường tương tác và kết nối thực, xây dựng mối quan hệ khách hàng; Sử dụng *Công nghệ thực tế ảo* để cung cấp cho khách hàng những trải nghiệm mới về du lịch thông qua các thiết bị thực tế ảo chuyên dụng,...

Mặt khác, hiện nay tại Việt Nam, ứng dụng công nghệ số vào ngành Du lịch không chỉ diễn ra tại các doanh nghiệp mà còn được triển khai mạnh mẽ tại các cơ quan quản lý nhà nước trong ngành Du lịch và hơn nữa là trong tất cả các cơ quan quản lý thuộc Bộ, ngành khác nhằm hướng tới sự hoạt động đồng bộ, hiệu quả. Trên thực tế, hiện tại, cơ sở dữ liệu chung toàn ngành đã được triển khai thực hiện, cung cấp cho các doanh nghiệp du lịch, khách du lịch, các cơ sở nghiên cứu, đào tạo và các bên liên quan khác [3],... Đặc biệt, ngày 30/11/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1671/QĐ-TTg phê duyệt *Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018–2020, định hướng đến năm 2025* với các nội dung chính là (1) Xây dựng hệ thống Cơ sở dữ liệu số ngành Du lịch Việt Nam; (2) Thiết lập kết nối liên thông hệ thống thông tin giữa cơ quan quản lý, địa phương và doanh nghiệp; (3) Ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch, phát triển điểm đến du lịch thông minh; (4) Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo.

Các yếu tố được đặt ra ở trên đây chỉ ra rằng đẩy mạnh sự phát triển ngành Du lịch dựa trên công nghệ hay hiểu cách khác là đẩy mạnh du lịch số đóng một vai trò rất quan trọng trong sự phát triển chung toàn ngành. Công nghệ đã ảnh hưởng sâu tới không chỉ du khách, doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước,... mà còn ảnh hưởng tới tất cả các bên liên quan trong lĩnh vực du lịch. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về nguồn nhân lực có thể thích ứng với xu hướng du lịch số để bắt kịp xu hướng thời đại, phục vụ phát triển du lịch trong bối cảnh mới. Các cơ sở giáo dục đại học đào tạo ngành Du lịch với nhiệm vụ cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho

ngành đang đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành Du lịch. Do vậy, đào tạo về du lịch số ngày càng được quan tâm bởi không chỉ các cơ sở giáo dục đại học mà bởi các bên liên quan trong ngành Du lịch. Bài viết này tập trung vào việc nghiên cứu tình hình đào tạo du lịch số tại các cơ sở giáo dục đại học, trên cơ sở liên hệ với thực tiễn ngành Du lịch, từ đó đánh giá thực trạng, các xu hướng và rào cản của vấn đề này.

2. THỰC TIỄN ĐÀO TẠO DU LỊCH SỐ TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC HIỆN NAY

Du lịch là một ngành đào tạo rất được quan tâm trong những năm trở lại đây tại Việt Nam. Tính riêng các cơ sở đào tạo đúng ngành Du lịch theo quy định ngành đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo Việt Nam, có hơn 60 cơ sở đào tạo đang đào tạo về lĩnh vực du lịch. Ngoài ra, các cơ sở đào tạo về các ngành quản trị kinh doanh, kinh tế, Việt Nam học, ngôn ngữ,... theo định hướng du lịch cũng chiếm một số lượng nhất định. Trong phạm vi nghiên cứu này, nhóm tác tiến hành khảo sát đối với các cơ sở giáo dục đại học đào tạo về đúng nhóm ngành Du lịch theo quy định hiện hành, đây cũng là nhóm có quy mô lớn nhất về đào tạo nhân lực du lịch ở bậc đại học. Đào tạo du lịch số hiện nay mặc dù là một nhu cầu đã được đặt ra của ngành Du lịch và của xã hội, song với đặc điểm là một lĩnh vực mới, đào tạo du lịch số có những xu hướng phát triển khác nhau tại những mức độ khác nhau trong thực hiện đào tạo lĩnh vực này, cùng với đó là những rào cản đặt ra.

2.1. Các cấp độ đào tạo du lịch số tại các cơ sở giáo dục đại học

Với sức hấp dẫn của ngành và áp lực từ thị trường lao động, các cơ sở giáo dục đại học trên cả nước đã gia tăng quy mô đào tạo ngành Du lịch để đáp ứng nhu cầu xã hội. Mặc dù vậy, đào tạo về du lịch số dường như vẫn còn một khoảng cách lớn giữa nhu cầu xã hội và khả năng của các cơ sở giáo dục đại học hiện nay. Trong khảo sát của nhóm tác giả đối với chương trình đào tạo của 66 trường đại học đang đào tạo đúng nhóm ngành Du lịch, có 3 cấp độ đào tạo về du lịch số đang được các đơn vị này triển khai trong hoạt động đào tạo của mình.

Cấp độ 1: Thực hiện lồng ghép các nội dung, xu hướng, công cụ,... của du lịch số vào nội dung các học phần đang đào tạo.

Cấp độ này thể hiện qua việc các cơ sở giáo dục đại học gia tăng hàm lượng số và du lịch số trong nội dung cũng như tổ chức đào tạo và thường được thực hiện thông qua việc Cập nhật, bổ sung các nội dung số vào các học phần; Thay đổi, đa dạng hình thức đào tạo cũng như dữ liệu, tư liệu học tập; Thay đổi nội dung – hình thức kiểm tra, đánh giá cũng như trình bày kết quả học tập; Thay đổi hình thức tương tác với tất cả các bên có liên quan đến quá trình đào tạo và sử dụng kết quả đào tạo;...

Ở cấp độ này, quá trình đào tạo theo hướng du lịch số thường diễn ra song hành cùng với quá trình chuyển đổi số của xã hội và chuyển đổi số của ngành giáo dục. Chính vì vậy, cấp độ này diễn ra phổ biến ở hầu hết các cơ sở giáo dục đại học, tuy nhiên, kết quả của nó mới chỉ dừng ở mức độ cập nhật các xu hướng chung của xã hội, các công cụ, kỹ năng và tri thức chuyên sâu về du lịch số chưa nhiều, chưa đáp ứng được các yêu cầu phát triển của ngành.

Cấp độ 2: Bổ sung các học phần về du lịch số vào chương trình đào tạo hiện hành.

Ở cấp độ này, các cơ sở đào tạo thường bổ sung hoặc gia tăng thời lượng đào tạo về công nghệ thông tin và đưa thêm các học phần có liên quan đến du lịch số vào chương trình đào tạo. Các cơ sở giáo dục đại học về du lịch thường có hướng tiếp cận với cấp độ này một cách khá khác nhau cả về nội dung và thời lượng dựa trên thế mạnh và đặc trưng đào tạo của mình. Các nội dung/học phần thường triển khai ở cấp độ này như: Marketing số trong du lịch, Du lịch điện tử, Thương mại điện tử trong du lịch, Quản lý hệ thống thông tin du lịch, Quản trị hệ thống phân phối trực tuyến,...

Có thể nói, đây là hướng triển khai khá phù hợp trong điều kiện hiện nay và đang được nhiều cơ sở giáo dục đại học áp dụng. Trên thực tế, việc áp dụng cấp độ này đã góp phần nâng cao kỹ năng số của người học, giúp họ dễ dàng hơn trong việc tiếp cận các công nghệ, xu hướng của du lịch số và đáp ứng được các yêu cầu công việc cơ bản trong ngành Du lịch.

Cấp độ 3: Triển khai các chương trình đào tạo mới, chuyên về du lịch số.

Khác với hai cấp độ trên khi chỉ nâng cấp và/hoặc bổ sung chương trình đào tạo hiện tại, ở cấp độ này, các cơ sở đào tạo tiến hành xây dựng một chương trình đào tạo hoàn toàn mới với chuẩn đầu ra nội dung hướng trực tiếp đến du lịch số. Cấp độ này thường đòi hỏi các cơ sở giáo dục đại học phải có nguồn lực lớn cả về cơ sở vật chất, kỹ thuật đến nhân lực đào tạo. Ngay cả khi có nguồn lực lớn, việc kết hợp hai lĩnh vực số và du lịch trong các cơ sở giáo dục đại học để đáp ứng chuẩn đầu ra cũng không phải là công việc dễ dàng.

Chính vì vậy, theo khảo sát, hiện ở Việt Nam chỉ có hai cơ sở giáo dục đại học đang triển khai ngành đào tạo về du lịch số: Trường Đại học Phenikaa với chương trình đào tạo Kinh doanh du lịch số và Trường Du lịch Huế với chương trình đào tạo Du lịch điện tử.

Như vậy, việc đào tạo về du lịch số đã và đang dần được quan tâm bởi các đơn vị đào tạo. Việc lựa chọn hướng tiếp cận hay cấp độ nào để triển khai đào tạo về du lịch số của các trường hiện nay còn bị ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố khách quan, một phần là vấn đề liên quan tới các quy định hiện hành, phần khác do du lịch số vẫn là một lĩnh vực đào tạo khá đặc thù, đòi hỏi sự hài hòa và cân bằng giữa kiến thức về du lịch và công nghệ thông tin trong triển khai chương trình đào tạo. Thời gian qua, việc triển khai khá mạnh mẽ các hoạt động đào tạo liên quan tới du lịch số đã phản ánh nỗ lực thích nghi với các xu hướng chuyển đổi số của các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam nhằm theo kịp và đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành Du lịch.

2.2. Xu hướng trong đào tạo về du lịch số tại các cơ sở giáo dục đại học

Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch, các yêu cầu về năng lực nhân sự ngành trong bối cảnh hiện nay nhìn chung đã có nhiều sự thay đổi. Bên cạnh các kiến thức nền tảng về ngành, sinh viên du lịch tại các trường đại học hiện nay còn cần được phát triển các kiến thức và kỹ năng cần thiết liên quan tới công nghệ thông tin để thích ứng với ngành Du lịch hiện tại. Điều

này không chỉ bởi yêu cầu của xã hội mà trên thực tế, thế hệ người học đại học hiện tại là thế hệ gen Z với những đặc điểm nổi bật về sự năng động, nhanh nhạy và khả năng thích ứng tốt hơn với khoa học công nghệ [5] cũng đang đặt ra cho các cơ sở đào tạo phải có những thay đổi phù hợp với bối cảnh. Nhiệm vụ cung cấp các kiến thức, kỹ năng số cho người học tại cấp độ đại học trong bối cảnh khoa học công nghệ phát triển mạnh mẽ và toàn cầu hoá có thể xem như một trong những yêu cầu chính của các trường đại học trong thời kỳ số [2] không chỉ ở Việt Nam mà ở trên toàn cầu. Đào tạo cấp độ đại học ngành Du lịch với đặc thù là một lĩnh vực liên kết đa ngành, ảnh hưởng cũng như chịu ảnh hưởng bởi rất nhiều các lĩnh vực khác, lại càng cần phải thực hiện nhiệm vụ này trong sứ mệnh đào tạo của mình. Một số xu hướng trong đào tạo về du lịch số hiện nay:

Thứ nhất, thay đổi phương pháp đào tạo và hình thức, trang bị năng lực số cho người học để theo kịp xu hướng mới và nhu cầu của thị trường lao động trong thời kỳ toàn cầu hoá [7]. Trước bối cảnh các ứng dụng điều hành lễ hành, ứng dụng booking khách sạn, quản lý booking vé máy bay hay những công cụ, nền tảng marketing điện tử mới,... được triển khai sử dụng tại phần lớn các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, việc trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng sử dụng các công nghệ này trong quá trình đào tạo là rất cần thiết. Tổ chức các hoạt động thực tập, thực tế để đưa sinh viên ra doanh nghiệp, tiếp cận với các công nghệ này trực tiếp tại doanh nghiệp hoặc đầu tư hệ thống cơ sở vật chất chuyên nghiệp phục vụ đào tạo, chủ động xây dựng các phòng thực hành, trang bị các phần mềm và mời các chuyên gia trong lĩnh vực tham gia vào quá trình đào tạo là những hoạt động được các cơ sở giáo dục đang triển khai thực hiện.

Thứ hai, tăng cường không gian cho các kiến thức về thực hành công nghệ du lịch trong chương trình đào tạo [1]. Thực tế đào tạo ngành Du lịch, cụ thể là ở bậc giáo dục đại học ở Việt Nam đã dành một khối lượng nhất định cho nội dung thực hành, thực tế, song để thích ứng với kỷ nguyên số, tái cấu trúc, dành thêm

không gian cho các chương trình đào tạo về kỹ năng số thông qua các khóa ngắn hạn, chương trình ngoại khóa hoặc các hoạt động thực tế, các cuộc thi,... trong quá trình đào tạo giúp cho người học tiếp cận và thích nghi hiệu quả hơn với môi trường số ngành Du lịch, cũng như có thời gian, không gian để trang bị thêm các kiến thức cần thiết.

Thứ ba, gia tăng việc sử dụng công nghệ trong giảng dạy để gia tăng kiến thức và kỹ năng nền về sử dụng công nghệ thông tin cho sinh viên, giúp sinh viên có nền tảng công nghệ tốt để phát triển năng lực [6]. Năng lực sử dụng công nghệ thông tin là một trong những yếu tố quan trọng, được coi như kỹ năng nền để người học có thể tiếp nhận cũng như vận dụng tri thức, đặc biệt là về du lịch số vào thực tiễn làm việc. Năng lực này không thể có sau một vài buổi học mà cần có thời gian tích lũy, rèn luyện, do đó, đào tạo nhân lực du lịch số bên cạnh các hướng đi được đặt ra ở trên, cần được chú trọng vào phát triển các kỹ năng nền trước khi phát triển thêm để đạt được hiệu quả bền vững.

Thứ tư, xu hướng hợp tác đại học – doanh nghiệp để khai thác tối đa hiệu quả các bên [8] trong đào tạo nhân lực du lịch số, thông qua đó tối ưu hoá được nguồn lực phục vụ cho quá trình đào tạo. Trên thực tế, mặc dù đào tạo về du lịch số là mới mẻ song hoạt động du lịch số đã được các doanh nghiệp triển khai nhiều năm trong các quá trình kinh doanh của mình, do đó, các doanh nghiệp ở một khía cạnh nào đó, có thể xem là các chuyên gia thực tiễn về du lịch số. Vì vậy, việc kết hợp đại học – doanh nghiệp là một xu hướng rất nên được triển khai trong đào tạo nhân lực du lịch số bởi khi đó, cơ sở giáo dục có thể bổ khuyết về mặt lý thuyết triển khai du lịch số cho doanh nghiệp, đồng thời doanh nghiệp cũng có thể hỗ trợ về mặt thực tiễn ngược lại cho phía các trường đại học. Ngoài ra, việc hợp tác cũng mang lại lợi ích thiết thực cho cả hai bên: các trường có thêm cơ sở thực hành thực tiễn cho sinh viên học hỏi, doanh nghiệp cũng được tiếp cận với nguồn nhân lực chất lượng tốt, là sản phẩm được đào tạo bài bản từ phía nhà trường và chính doanh nghiệp.

2.3. Rào cản trong đào tạo du lịch số tại các cơ sở giáo dục đại học của Việt Nam

Bên cạnh những tiềm năng, những yêu cầu cấp thiết đã đặt ra đối với đào tạo nhân lực chất lượng cao để phục vụ phát triển du lịch trong bối cảnh hiện nay, đào tạo du lịch số ở cấp giáo dục đại học vẫn còn phải đối mặt với những rào cản nhất định.

Một là rào cản về mặt quy định, quy chế của Nhà nước về giáo dục đại học đối với những lĩnh vực đào tạo mới như du lịch số. Đào tạo du lịch số là một xu hướng tích cực nhằm đáp ứng nhu cầu của xã hội, song trong quá trình khảo sát, nhóm tác giả nhận thấy có rất nhiều cơ sở giáo dục đại học gặp khó trong triển khai, tổ chức các chương trình đào tạo du lịch số do các văn bản pháp quy chưa cập nhật kịp theo xu hướng phát triển của ngành.

Hai là rào cản về mặt nguồn lực. Trước hết về nguồn lực tài chính và cơ sở vật chất, hiện nay, hầu hết các cơ sở giáo dục đại học đang đào tạo du lịch cũng như du lịch số trong điều kiện thiếu những trang thiết bị, phòng thực hành phù hợp do đó trong nhiều trường hợp chưa thể cung cấp cho sinh viên những điều kiện tốt để vận dụng các tri thức mới.

Bên cạnh rào cản về nguồn lực tài chính, rào cản thứ ba về nguồn nhân lực cũng là một thách thức đối với đào tạo du lịch số hiện nay. Các chương trình đào tạo du lịch số đòi hỏi một đội ngũ giảng viên không chỉ am hiểu về du lịch song còn có những kỹ năng công nghệ thông tin tốt, phù hợp, thậm chí một số nội dung còn yêu cầu người giảng có những kỹ năng đặc thù để hướng dẫn sinh viên. Chẳng hạn với xu hướng đào tạo nhằm tạo cho sinh viên năng lực nền về công nghệ thông tin thông qua quá trình giảng dạy trong suốt quá trình đào tạo, các giảng viên tham gia giảng dạy cần duy trì việc ứng dụng các công nghệ số đều đặn, như vậy rất nhiều cơ sở giáo dục gặp khó khi không phải đơn vị nào cũng có đủ nhân sự có năng lực công nghệ phù hợp.

3. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ CHO ĐÀO TẠO DU LỊCH SỐ TẠI VIỆT NAM

Trên cơ sở phân tích các xu hướng và các rào cản đào tạo về du lịch số tại bậc giáo dục đại học hiện nay, nhóm tác giả đưa ra một số kiến nghị:

Thứ nhất, đối với cơ quan quản lý nhà nước, việc nhanh chóng rà soát và tháo gỡ các khó khăn trong quy định về đào tạo các lĩnh vực mới của sẽ mở ra cho các cơ sở giáo dục đại học những thuận lợi lớn để triển khai các chương trình đào tạo về du lịch số. Ngoài ra, các cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục và du lịch xem xét phối hợp với nhau để triển khai các chương trình kết nối, tạo cơ chế hợp tác giữa cơ quan quản lý nhà nước – trường đại học – doanh nghiệp – các tổ chức liên quan nhằm đẩy mạnh việc triển khai các hoạt động đào tạo về du lịch số.

Thứ hai, đối với các cơ sở đào tạo du lịch, là các hạt nhân chính trong đào tạo du lịch số, việc xúc tiến triển khai các chương trình đào tạo du lịch số có thể tiến hành theo từng giai đoạn căn cứ vào nguồn lực hiện có của đơn vị. Trước bối cảnh một số rào cản về quy định chưa được tháo gỡ, các cơ sở giáo dục đại học về du lịch hoàn toàn có thể chuẩn bị sẵn các hành trang cần thiết như xây dựng chương trình đào tạo, xây dựng các học phần cũng như chuẩn bị sẵn các nguồn lực cần thiết để triển khai thực hiện ngay khi thuận lợi. Ngoài ra, việc đưa một số học phần về du lịch số vào giảng dạy trong các chương trình đào tạo du lịch hiện hành cũng là một cách thức hiệu quả để bước đầu tiếp cận đào tạo du lịch số, không chỉ cung cấp kiến thức, kỹ năng cho sinh viên mà còn tạo thí điểm để hoàn thiện tốt hơn chương trình đào tạo chính thức. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo du lịch nên chú trọng tăng cường hợp tác với các bên liên quan, đặc biệt là với doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp du lịch đang triển khai mạnh công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh, từ đó tạo ra mối liên kết hai chiều giữa các chuyên gia lý luận và chuyên gia thực tiễn về chuyển đổi số để hoàn thiện hơn quá trình đào tạo, cung cấp nhân lực du lịch số chất lượng cao cho các doanh nghiệp, cho ngành Du lịch.

Ngoài ra, trong nhóm khuyến nghị với các cơ sở giáo dục đại học, về giảng viên giảng dạy du lịch – đội ngũ trực tiếp thực hiện các chương trình đào tạo, việc trang bị các kỹ năng, kiến thức về cả du lịch và công nghệ thông tin là một yêu cầu rất cần thiết. Các thế hệ sinh viên mới đang ngày càng có năng lực sử dụng công nghệ

tốt hơn đòi hỏi giảng viên giảng dạy cập nhật thêm các năng lực cần thiết để có sự đồng bộ giữa người dạy và người học. Với sự đồng bộ về mặt kỹ năng công nghệ thông tin, kết hợp với các tri thức ngành Du lịch, việc triển khai các nội dung giảng dạy về du lịch số sẽ đạt hiệu quả tối ưu. Bên cạnh đó, giảng viên cũng nên tạo ra các không gian số trong đào tạo sinh viên ngành Du lịch thông qua tăng cường việc sử dụng các công nghệ, từ đơn giản đến phức tạp, chuyên sâu, nhằm tạo cho sinh viên có môi trường tốt nhất để rèn luyện các năng lực số trong du lịch.

Thứ ba, đối với doanh nghiệp du lịch, bản thân các doanh nghiệp du lịch đang rất cần nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là nhân lực du lịch số. Do vậy, các doanh nghiệp nên xúc tiến, đẩy mạnh việc hợp tác với các cơ sở giáo dục, không chỉ hợp tác trong việc đào tạo, kết nối mà còn hợp tác kể cả trong việc nghiên cứu và phát triển các công nghệ số trong du lịch. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng có thể tăng cường về số lượng và quy mô các chương trình thực tập doanh nghiệp cho sinh viên để đào tạo cho sinh viên về mặt thực tiễn nghề nghiệp, đặc biệt các nội dung liên quan tới du lịch số, từ đó sinh viên có cơ hội phát triển tốt hơn các năng lực thực tiễn để tham gia vào đội ngũ nhân lực chất lượng cao, phục vụ phát triển các doanh nghiệp và rộng hơn là phát triển ngành Du lịch.

KẾT LUẬN

Đào tạo du lịch số hiện nay đã, đang và sẽ trở thành nhu cầu thực tế của ngành Du lịch nói riêng và của toàn xã hội nói chung. Trước bối cảnh công nghệ ngày càng phát triển mạnh mẽ làm thay đổi nhiều khía cạnh, từ hành vi người tiêu dùng cho tới hoạt động của các tổ chức, doanh nghiệp ngành Du lịch, yêu cầu về chuyển đổi số ngành Du lịch đang đặt ra cho tất cả các bên liên quan phải chuẩn bị sẵn sàng để thay đổi. Nhìn một cách tổng thể và khách quan, chuyển đổi số nói chung và chuyển đổi số ngành Du lịch nói riêng đều có yếu tố hạt nhân là chuyển đổi về mặt con người. Do vậy, đào tạo nhân lực du lịch số chính là một trong những phương cách để thực hiện chuyển đổi số ngành Du lịch từ bên trong để thích nghi với sự phát triển không ngừng của mọi lĩnh vực trong

bối cảnh toàn cầu hoá hiện nay. Trước bối cảnh và yêu cầu đó, sự phối kết hợp một cách hài hoà, hợp lý giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ sở đào tạo du lịch, đặc biệt là các cơ sở giáo dục đại học và các doanh nghiệp du lịch là cơ sở để quá trình đào tạo nhân lực du lịch số chất lượng cao đạt hiệu quả, đáp ứng nhu cầu phát triển ngành Du lịch hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. B. Stangl and J. Pesonen (2018), “Smart Tourism Destinations and Higher Tourism Education in Spain. Are We Ready for This New Management Approach?”, *Information and Communication Technologies in Tourism*, https://doi.org/10.1007/978-3-319-72923-7_33
2. Caldevilla-Domínguez, D.; Martínez-Sala, A.-M.; Barrientos-Báez, A. “Tourism and ICT. Bibliometric Study on Digital Literacy in Higher Education”. *Educ. Sci.* 2021, 11, 172. <https://doi.org/10.3390/educsci11040172>
3. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2023), *Cơ sở dữ liệu du lịch Việt Nam*, truy cập trực tuyến tại: <https://csdl.vietnamtourism.gov.vn/>
4. Imtiaz, S., & Kim, D. J. (2019). “Digital transformation: Development of new business models in the tourism industry”. *Culinary Science & Hospitality Research*, 25(4), 91–101.
5. Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J., & Woodhead, L. (2022). *Gen Z, explained: The art of living in a digital age*. University of Chicago Press.
6. McKnight, K., O’Malley, K., Ruzic, R., Horsley, M. K., Franey, J. J., & Bassett, K. (2016). “Teaching in a digital age: How educators use technology to improve student learning”. *Journal of research on technology in education*, 48(3), 194–211.
7. Teixeira, A.F; Gonçalves, M. J. A.; Taylor, M.d.L.M. *How Higher Education Institutions Are Driving to Digital Transformation: A Case Study*. *Educ. Sci.* 2021, 11, 636.
8. Đinh Văn Toàn (2016), “Hợp tác đại học – doanh nghiệp trên thế giới và một số gợi ý cho Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, Tập 32, Số 4 (2016) 69–80.
9. UNWTO (2023), “Digital Transformation”, online available at: <https://www.unwto.org/digital-transformation>

KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH – BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

TS. Nguyễn Tư Lương¹

Tóm tắt: Cách mạng công nghiệp 4.0 đã mở ra kỷ nguyên mới với sự phát triển như vũ bão của công nghệ số. Việc ứng dụng các thành tựu công nghệ thông tin và truyền thông vào ngành Du lịch là vấn đề ngày càng phổ biến và trở thành một xu thế tất yếu. Để phát triển du lịch thông minh trước hết đòi hỏi cần phải có đội ngũ nhân lực có thể làm chủ các công nghệ thông minh. Trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm đào tạo nguồn nhân lực du lịch của một số quốc gia thành công trong việc phát triển du lịch thông minh, bài viết đã rút ra những bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Việc học tập kinh nghiệm của các mô hình thành công là một hướng đi hiệu quả giúp Việt Nam đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng những yêu cầu của phát triển du lịch thông minh trong tương lai.

Từ khóa: đào tạo nhân lực du lịch; du lịch thông minh; phát triển du lịch thông minh.

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN HUMAN RESOURCE TRAINING FOR SMART TOURISM DEVELOPMENT – LESSONS LEARNED FOR VIET NAM

Abstract: The Fourth Industrial Revolution has ushered in a new era of rapid development in digital technology. The application of information and communication technology in the tourism industry is increasingly popular and has become an essential trend. To develop smart tourism, it is necessary to have a workforce that can master intelligent technologies. Based on the research of successful countries in training tourism workforce for smart tourism development, this article draws lessons and experiences for Viet Nam in training tourism workforce. Learning from the experiences of successful models is an effective approach to help Viet Nam train human resources that meet the requirements of smart tourism development in the future.

Keywords: tourism workforce training; smart tourism; smart tourism development.

¹ Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Email: luongnt1@hau.edu.vn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Phát triển du lịch thông minh được nhận định là định hướng quan trọng, giúp ngành Du lịch đi theo xu hướng tất yếu trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ. Cùng với sự đầu tư xây dựng hạ tầng số và các ứng dụng công nghệ thông tin truyền thông, du lịch Việt Nam đang có những bước chuyển mình quan trọng. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số trong du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, nguồn nhân lực du lịch chưa đảm bảo do vẫn còn thiếu kiến thức, kỹ năng và năng lực để tham gia phát triển du lịch thông minh một cách hiệu quả.

Việc phân tích bối cảnh, học tập kinh nghiệm của những quốc gia thành công trong phát triển du lịch thông minh để làm cơ sở cho đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy công tác đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam là một nhiệm vụ cấp thiết, có tính thời sự và có tính khả thi cao. Trên cơ sở nghiên cứu mô hình thành công trong đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh của Hàn Quốc, Singapore, bài viết đã rút ra những bài học kinh nghiệm và cách tiếp cận phù hợp nhằm đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam.

2. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu: Báo cáo, sách, bài báo khoa học, cơ sở dữ liệu trực tuyến,... đã được sử dụng để thu thập dữ liệu và phân tích.

Bên cạnh đó, bài viết cũng đã sử dụng phương pháp nghiên cứu tình huống của một số mẫu điển hình về đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh là Hàn Quốc, Singapore để nghiên cứu. Ngoài ra, bài viết cũng sử dụng các phương pháp phân tích và tổng hợp, phương pháp logic,... Tác giả đã kết hợp phân tích, tổng hợp các tư liệu thứ cấp, từ đó hình thành kết quả và đề xuất các ý tưởng khoa học cho chủ đề nghiên cứu của bài viết.

3. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH

3.1. Khái niệm về du lịch thông minh

Du lịch thông minh (Smart tourism): du lịch thông minh được ra đời dưới sự tác động mạnh mẽ của Cách mạng công nghệ 4.0, sự phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đã được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực du lịch. Đến nay, quá trình hình thành và phát triển của du lịch thông minh đã trải qua hai giai đoạn phát triển cơ bản:

Giai đoạn thứ nhất: Phát triển du lịch thông minh dựa trên các công nghệ thông tin và viễn thông như internet, điện thoại di động, máy tính bảng, GPS và các ứng dụng du lịch. Các ứng dụng du lịch giúp du khách tra cứu thông tin, đặt dịch vụ, dẫn đường, giao dịch trực tuyến, lên kế hoạch và quản lý chuyến đi của mình nhằm tiết kiệm thời gian và chi phí.

Giai đoạn thứ hai: Phát triển du lịch thông minh dựa trên các công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, Internet of Things (IoT), thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR), Big Data và phân tích dữ liệu, hệ thống định vị toàn cầu (GPS),... và các ứng dụng di động đã được áp dụng trong lĩnh vực du lịch để cải thiện trải nghiệm du lịch của du khách và giúp các nhà quản lý tối ưu hóa quản lý du lịch, hướng tới phát triển bền vững du lịch.

Công nghệ thông minh tạo sự tương tác nhanh chóng, tiện lợi và hiệu quả giữa Nhà quản lý, DNDL và du khách, tạo ra những trải nghiệm, giá trị và lợi ích tốt nhất. Du lịch thông minh đã nhanh chóng trở thành một xu thế dẫn dắt sự phát triển của thị trường du lịch thế giới.

Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourism Organization – UNWTO) đã đề cập đến khái niệm du lịch thông minh để chỉ việc thông qua việc sử dụng công nghệ một cách thông minh để tạo ra giá trị bền vững cho ngành Du lịch và: Tăng cường trải nghiệm du lịch; Kinh doanh và tiềm năng tăng trưởng; Quản lý rủi ro và an ninh; Quản lý bền vững.

Như vậy, có thể hiểu rằng du lịch thông minh là loại hình du lịch được phát triển dựa trên nền tảng ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại trong lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông để tạo ra các sản phẩm dịch vụ hướng tới tăng cường trải nghiệm của du khách và tối ưu hóa quá trình quản lý, kinh doanh và khai thác du lịch, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.

3.2. Các điều kiện cơ bản cho phát triển du lịch thông minh

Phát triển du lịch thông minh đòi hỏi sự phối hợp giữa nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm:

- Nguồn lực tài chính: Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, công nghệ và tiếp thị;

- Cơ sở hạ tầng: Cơ sở hạ tầng du lịch, hệ thống giao thông và các dịch vụ thông minh; Cơ sở hạ tầng công nghệ: Ứng dụng di động và phần mềm; Hệ thống thông tin du lịch; Hệ thống đặt chỗ trực tuyến; Công nghệ IoT (Internet of Things); Hệ thống thanh toán điện tử và blockchain; VR/AR; AI và Phân tích dữ liệu; mạng internet tốc độ cao...

- Công nghệ thông tin và truyền thông: Các hệ thống đặt chỗ trực tuyến, ứng dụng di động...

- Nguồn nhân lực: Đòi hỏi nguồn nhân lực du lịch phải làm chủ được các công nghệ thông minh để cung cấp dịch vụ du lịch chất lượng cao và tạo ra trải nghiệm tích cực cho du khách.

- Sự hợp tác với cộng đồng địa phương.

- Chính sách và quy định: Phải hỗ trợ, thúc đẩy sự phát triển bền vững của du lịch thông minh.

3.3. Đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh

Đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh là quá trình cung cấp kiến thức, kỹ năng và năng lực cho các cá nhân hoạt động trong ngành Du lịch, nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành Du lịch thông minh. Ngoài những kiến thức, kỹ năng, năng lực chuyên môn nghiệp vụ du lịch theo yêu cầu của vị trí việc làm, để phát triển du lịch thông minh còn các yêu cầu như:

– Về công nghệ: Các công nghệ mới: IoT, AI, blockchain, VR/AR; các ứng dụng;

– Năng lực về IoT: Sử dụng được các thiết bị để thu thập, chia sẻ dữ liệu, quản lý hiệu quả tài nguyên, cung cấp thông tin và tạo ra các trải nghiệm mới cho du khách;

– Năng lực về AI: Để tạo ra các hệ thống dự đoán và cá nhân hóa trải nghiệm du lịch, cung cấp thông tin cho du khách, tối ưu hóa các quy trình vận hành trong ngành Du lịch;

– Năng lực về Blockchain: Sử dụng Blockchain để cung cấp tính minh bạch và an toàn cho giao dịch trong ngành Du lịch, giảm thiểu rủi ro và chi phí liên quan;

– Hiểu biết về VR và AR: Giúp tạo ra các trải nghiệm du lịch ảo hoặc tăng cường cho du khách trước khi họ thực sự đến địa điểm du lịch;

– Nắm vững kỹ năng phân tích dữ liệu và hiểu biết về Big Data: Để thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu và đưa ra quyết định thông minh và cải thiện trải nghiệm du lịch;

– Hiểu biết về an ninh thông tin và các biện pháp bảo mật có thể giúp bảo vệ thông tin cá nhân của du khách và đảm bảo tính bảo mật cho các hệ thống thông tin du lịch;

Ngoài ra, đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh còn yêu cầu khác như năng lực phân tích và dự báo, kỹ năng quản lý dự án, kỹ năng sáng tạo và tư duy linh hoạt,... để có khả năng nắm bắt và áp dụng các công nghệ mới một cách hiệu quả, giúp tạo ra các trải nghiệm du lịch thông minh và tiên tiến, từ đó nâng cao sức cạnh tranh và phát triển bền vững cho ngành Du lịch.

4. MỘT SỐ MÔ HÌNH ĐIỂN HÌNH VỀ ĐÀO TẠO NHÂN LỰC CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH

Hàn Quốc và Singapore được đánh giá là những quốc gia thành công trong hoạt động đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh và thực hiện thành công chuyển đổi số ngành Du lịch.

4.1. Hàn Quốc

Hàn Quốc là một trong những quốc gia có ngành Du lịch phát triển mạnh mẽ và số hóa thành công. Những thành tựu cơ bản trong đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh bao gồm:

Thứ nhất: Chính sách thúc đẩy đào tạo nhân lực cho ngành Du lịch thông minh.

Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện thành công nhiều chính sách hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Chính sách đầu tư công; Đầu tư phát triển các chương trình đào tạo mới và cải thiện cơ sở vật chất cho các cơ sở đào tạo; Chính sách khuyến khích đầu tư từ doanh nghiệp qua hỗ trợ tài chính, ưu đãi thuế,...; Chính phủ cung cấp học bổng và hỗ trợ tài chính cho sinh viên (SV) và học viên tham gia vào các công tác đào tạo liên quan đến du lịch thông minh; Hợp tác giữa ngành Du lịch và giáo dục để thực hiện các chương trình đào tạo đáp ứng nhu cầu thực tế; Chính phủ đã đầu tư nghiên cứu phát triển ứng dụng di động, AI và big data... giúp hoàn thiện cơ sở hạ tầng công nghệ cho ngành Du lịch thông minh.

Thứ hai: Phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu.

Hàn Quốc đã phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu để trang bị cho người học đồng thời về ngành Du lịch và các công nghệ thông minh trong bốn lĩnh vực: Quản lý du lịch sử dụng công nghệ; phân tích dữ liệu du lịch; tiếp thị kỹ thuật số và quản lý trải nghiệm khách hàng. Các chương trình đào tạo trên được tổ chức theo nhiều hình thức: Chương trình đào tạo Thạc sĩ có tính ứng dụng cao; Khóa học ngắn hạn và hội thảo về các chủ đề/kỹ năng/năng lực cụ thể; Hợp tác giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp để học thực hành, thực tập tại doanh nghiệp, các dự án; Chương trình đào tạo doanh nhân và startup: Phát triển các giải pháp công nghệ mới và khởi nghiệp; Hội thảo và sự kiện về phân tích dữ liệu du lịch.

Các chương trình đào tạo chuyên sâu có sự tham gia của các cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp (du lịch, công nghệ), các chuyên gia,...; gắn với các bài giảng thực tế, các dự án thực hành, thực tập tại doanh nghiệp và nghiên cứu độc lập nên có tính ứng dụng rất cao.

Thứ ba: Hợp tác hiệu quả giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp.

Các cơ sở đào tạo đã hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp để đảm bảo cho người học nhận được những kiến thức và kỹ năng mà thị trường lao động thực sự cần qua các phương thức: Thiết kế chương trình đào tạo chuyên sâu trên cơ sở yêu cầu từ các doanh nghiệp du lịch; Giảng viên và giáo án từ doanh nghiệp; Cơ hội thực tập và học thực tế tại các doanh nghiệp du lịch; Nghiên cứu và phát triển sản phẩm từ các dự án nghiên cứu phát triển trong lĩnh vực du lịch thông minh.

Thứ tư: Hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực du lịch thông minh.

Hàn Quốc thường xuyên hợp tác quốc tế để học hỏi và chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm trong việc ĐT nhân lực cho phát triển du lịch thông minh qua các hoạt động sau:

– Xây dựng mạng lưới hợp tác đa phương: Tham gia các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực du lịch thông minh, như Hiệp hội Du lịch Thế giới (WTO), Tổ chức Du lịch và Phát triển Kinh doanh (OECD),... để xây dựng một mạng lưới hợp tác đa phương trên phạm vi toàn cầu.

– Tham gia các hội thảo và hội nghị quốc tế: Để chia sẻ, học hỏi kinh nghiệm và kiến thức, tạo cơ hội hợp tác và phát triển ngành Du lịch thông minh toàn cầu qua nhiều sự kiện quan trọng: Global Smart Tourism Conference (GSTC); Korea Smart Tourism Conference (KSTC) và Asia–Pacific Tourism Association (APTA) Conference; International Conference on Smart Tourism, Smart Cities and Enabling Technologies (ICST).

– Chương trình trao đổi và hợp tác đào tạo: Cho phép SV và giảng viên từ Hàn Quốc tham gia vào các chương trình trao đổi tại các cơ sở đào tạo ở nước ngoài, và ngược lại như: Chương trình trao đổi SV và giảng viên; Chương trình học bổng do Chính phủ Hàn Quốc, tổ chức phi chính phủ và các doanh nghiệp tài trợ về du lịch thông minh tại Hàn Quốc; Chương trình hợp tác nghiên cứu và phát triển, chia sẻ giáo án và tài nguyên giảng dạy, phát triển các giải pháp du lịch thông minh mới, phát triển các dự án, chia sẻ

dữ liệu và kỹ thuật; chương trình đào tạo chuyên gia và nhân viên ngành Du lịch; Chương trình hợp tác đào tạo với doanh nghiệp để tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu hoặc đặc thù, giúp đáp ứng nhu cầu đào tạo cụ thể của từng doanh nghiệp.

Những hoạt động này giúp Hàn Quốc mở rộng mạng lưới hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch thông minh, tạo ra cơ hội học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm, và đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành Du lịch toàn cầu.

4.2. Singapore

Là một trong những trung tâm hàng đầu của thế giới về du lịch thông minh, Singapore đã thành công trong việc tích hợp công nghệ và các chiến lược du lịch thông minh để tạo ra một môi trường du lịch hiện đại, tiện lợi và an toàn cho du khách. Dưới đây là một số điểm nổi bật về đào tạo nhân lực du lịch trong phát triển du lịch thông minh tại Singapore:

Thứ nhất: Thực thi các chính sách hỗ trợ lĩnh vực đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh.

Chính phủ Singapore tập trung vào việc khuyến khích sự hợp tác giữa các tổ chức giáo dục, doanh nghiệp và chính phủ, đồng thời cung cấp hỗ trợ tài chính và pháp lý thúc đẩy đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh qua một số chính sách quan trọng: Chính phủ hỗ trợ tài chính phát triển chương trình đào tạo và dự án nghiên cứu, cấp học bổng trong lĩnh vực du lịch thông minh; Hợp tác giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong việc phát triển các chương trình đào tạo và dự án trong lĩnh vực du lịch thông minh; Khuyến khích sáng tạo và khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch thông minh qua các chính sách thuế, cơ sở hạ tầng và hỗ trợ tài chính,...; Chính phủ đầu tư vào việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho du lịch thông minh thông qua các chương trình học bổng, đào tạo chuyên môn; Khuyến khích nghiên cứu và phát triển công nghệ thông qua các chương trình tài trợ và hợp tác quốc tế, qua chính sách tài chính và thuế để hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo tham gia đào tạo nhân lực lĩnh vực du lịch thông minh.

Thứ hai: Tăng cường hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp.

– Cung cấp nguồn lực và hỗ trợ: Doanh nghiệp cung cấp tài chính và chuyên môn để hỗ trợ nhà trường phát triển các chương trình đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh có chất lượng và tính ứng dụng cao;

– Hợp tác xây dựng chương trình đào tạo: Trong việc phát triển các chương trình đào tạo giúp đảm bảo SV nhận được kiến thức và kỹ năng phù hợp với yêu cầu công việc từng lĩnh vực, từng doanh nghiệp cụ thể;

– Các dự án liên doanh và nghiên cứu: Để phát triển các giải pháp mới;

– Chương trình thực tập và thực hành: Là cơ hội để người học áp dụng kiến thức được học vào thực tế và tích lũy kinh nghiệm làm việc ngay từ khi còn đi học;

– Chương trình giao lưu hướng nghiệp: Để kết nối SV với các doanh nghiệp giúp người học hiểu rõ hơn về ngành nghề và tạo cơ hội cho việc tìm kiếm việc làm.

Thứ ba: Xây dựng chương trình đào tạo chất lượng cao.

Singapore là cái nôi đào tạo nhân lực lĩnh vực IT chất lượng cao với nhiều trường đại học danh tiếng. Singapore đã chủ trương về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh theo các định hướng: chương trình đào tạo đa ngành, kết hợp giữa kiến thức về du lịch và công nghệ thông tin, áp dụng các công nghệ vào ngành Du lịch để cải thiện trải nghiệm du lịch và tăng cường năng lực quản lý nguồn lực; Chương trình đào tạo theo hướng liên ngành, các khóa học và dự án liên ngành, giúp SV hiểu biết rộng hơn về các lĩnh vực khác nhau như kinh doanh, kỹ thuật và quản lý dữ liệu; Phát triển chương trình đào tạo về công nghệ và sáng tạo: Singapore đã xây dựng các chương trình đào tạo cho SV tham gia vào các dự án thực tế và sáng tạo trong lĩnh vực du lịch thông minh.

Thứ tư: Hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh.

Hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu hàng đầu thế giới: Nhằm phát triển các chương trình đào tạo và nghiên

cứu về du lịch thông minh; đồng thời thực hiện chương trình trao đổi SV và giảng viên để tiếp cận các kiến thức và công nghệ mới nhất; Hợp tác với các tổ chức quốc tế trong việc đào tạo và chứng nhận: Trong việc phát triển các chương trình đào tạo và cấp chứng chỉ, công nhận lẫn nhau về du lịch thông minh, giúp tạo ra các chuẩn mực và tiêu chuẩn quốc tế cho ngành Du lịch thông minh; Hợp tác trong dự án nghiên cứu và phát triển công nghệ: Giúp tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới có thể tăng cường trải nghiệm du lịch và tạo ra giá trị kinh tế; Tham gia vào các hội nghị, hội thảo quốc tế về du lịch thông minh để chia sẻ và học hỏi kinh nghiệm.

5. BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

5.1. Cơ hội và thách thức cho du lịch thông minh tại Việt Nam

Quá trình phát triển du lịch thông minh gắn với thực tế về sự phát triển của ngành Du lịch và quá trình tiếp cận cuộc Cách mạng công nghệ lần thứ 4 của Việt Nam với nhiều cơ hội thuận lợi, nhất là xu thế phát triển của du lịch trực tuyến trên phạm vi toàn cầu. Bên cạnh đó, cũng có khá nhiều thách thức đặt ra: Sự thống nhất về tư duy, nhận thức và lợi ích giữa các bên liên quan; Sự nhất quán về chủ trương, chính sách về phát triển du lịch thông minh; Hệ thống dữ liệu du lịch chưa hoàn thiện; Hạn chế về nguồn lực của chính phủ lẫn các doanh nghiệp; Đội ngũ nhân lực về du lịch thông minh còn chưa được đào tạo chuyên nghiệp; Những quy định về phát triển kinh tế số và du lịch thông minh còn bộc lộ nhiều khoảng trống, không theo kịp thực tế phát triển của du lịch thông minh,...

5.2. Kinh nghiệm đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam

Học tập Hàn Quốc và Singapore không chỉ mang lại kinh nghiệm mà còn là nguồn cảm hứng cho các quốc gia khác trong việc phát triển ngành Du lịch thông minh của mình. Căn cứ vào bối cảnh và xu thế phát triển du lịch thông minh, tác giả đề xuất một số gợi ý về công tác đào tạo nhân lực cho phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam ở Việt Nam như sau:

Thứ nhất: Xây dựng và thực thi các chính sách hỗ trợ lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh.

Đảng, Nhà nước và Chính phủ đã có những chủ trương, định hướng về phát triển du lịch thông minh. Tuy nhiên, Việt Nam chưa có những chính sách, quy định cụ thể về lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh để tạo lập môi trường thuận lợi và tạo nên đột phá cho hoạt động này:

– Xây dựng Đề án phát triển nguồn nhân lực du lịch quốc gia: Tiến hành điều tra, nghiên cứu để xác định nhu cầu nguồn nhân lực du lịch; xác định lộ trình đào tạo, kinh phí,... Trên cơ sở đó, Chính phủ cân đối từ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch để thực hiện các dự án đào tạo nguồn nhân lực du lịch;

– Thực hiện các chính sách: Chính sách tài chính và thuế, về quỹ đất, về cơ sở hạ tầng... để hỗ trợ, khuyến khích lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực du lịch; Cấp học bổng và hỗ trợ tài chính; Đãi ngộ để thu hút lao động du lịch thông minh; Quy định về mã ngành đào tạo du lịch thông minh; Hỗ trợ nghiên cứu và phát triển công nghệ: Chính phủ đầu tư phát triển giúp hoàn thiện cơ sở hạ tầng công nghệ. Qua đó, thúc đẩy du lịch thông minh phát triển, nhu cầu về nhân lực sẽ tăng cao và thị trường đào tạo nhân lực du lịch sẽ tự dịch chuyển, nhu cầu của người học về lĩnh vực du lịch thông minh sẽ tăng tương ứng.

Thứ hai: Phát triển các chương trình đào tạo có chất lượng cao.

Chính phủ xây dựng cơ chế hợp tác giữa ngành Du lịch, ngành công nghệ thông tin và truyền thông, các cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp để phối hợp phát triển chương trình đào tạo về du lịch thông minh; Tập trung nguồn lực để phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu để trang bị cho người học đồng thời về ngành Du lịch và các công nghệ thông minh theo định hướng ứng dụng; Phát triển đa dạng các chương trình đào tạo theo các hình thức, cấp độ đào tạo: Từ cao học, đại học về du lịch thông minh đến tập huấn ngắn hạn; Tăng cường khả năng sáng tạo, tính độc lập cho người học qua các dự án, thực hành, thực tập tại doanh nghiệp; Theo dõi, đánh giá, điều chỉnh các chương trình đào tạo trên nhằm thích nghi với những xu thế thay đổi mới.

Thứ ba: Tăng cường hợp tác giữa Nhà trường và doanh nghiệp.

– Xây dựng cơ chế hợp tác giữa ngành Du lịch, ngành công nghệ thông tin và truyền thông, các cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp có đủ tiềm lực và uy tín, dưới sự điều phối chung của Chính phủ về đào tạo du lịch thông minh nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp và đảm bảo sự thống nhất giữa các bên liên quan. Đồng thời thu hẹp khoảng cách giữa nhà trường và nhà tuyển dụng, cho phép người học có thể làm chủ công nghệ, có đủ kiến thức, kỹ năng và năng lực mà doanh nghiệp du lịch cần ngay sau khi tốt nghiệp. Tránh lãng phí do doanh nghiệp du lịch phải đào tạo lại nhân sự mới tuyển dụng;

– Hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực: Doanh nghiệp đồng hành cùng nhà trường từ thống nhất từ nội dung chương trình đào tạo, trang thiết bị và công nghệ, phương pháp giảng dạy,... đến đánh giá người học. Chuyên gia từ doanh nghiệp làm giảng viên thỉnh giảng của nhà trường; Doanh nghiệp gửi lao động đến đào tạo ngắn hạn tại nhà trường; SV được học ngay tại môi trường doanh nghiệp;... Hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp cũng là cơ hội chia sẻ những nguồn tài nguyên chung: Kiến thức, kỹ năng, cơ sở vật chất, chuyên gia, tài liệu, tài chính, cơ hội việc làm và phát triển nghề nghiệp cho người lao động,...

Thứ tư: Hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh.

– Hợp tác với các cơ sở đào tạo hàng đầu thế giới: Nhằm phát triển các chương trình đào tạo và nghiên cứu; thực hiện chương trình trao đổi SV và giảng viên; giúp lao động Việt Nam có cơ hội được tiếp cận các nền giáo dục tiên tiến, được cấp bằng cấp danh giá; Hợp tác với các tổ chức quốc tế để: Phát triển các chương trình đào tạo, công nhận lẫn nhau về bằng cấp, giúp tạo ra các chuẩn mực và tiêu chuẩn quốc tế về lao động cho ngành Du lịch thông minh;

– Các hình thức khác: Tham gia vào các hội nghị, hội thảo và các diễn đàn quốc tế về đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh; Tìm kiếm các cơ hội học bổng từ các chính phủ, tổ chức,... cho SV,

nhà nghiên cứu Việt Nam; Hợp tác với các doanh nghiệp thông tin và truyền thông, doanh nghiệp du lịch nước ngoài để được chia sẻ nội dung chương trình đào tạo, chuyên gia, kinh nghiệm, nguồn hỗ trợ tài chính,...

Thứ năm: Xây dựng mạng lưới đối tác chiến lược về đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh.

Các bên có trách nhiệm và lợi ích liên quan trong đào tạo nhân lực cho du lịch thông minh, bao gồm: Ngành Du lịch; ngành công nghệ thông tin; các địa phương đang phát triển du lịch thông minh; các doanh nghiệp du lịch và DN CN; các cơ sở đào tạo; các tổ chức nghề nghiệp (Hiệp hội) liên quan đến lĩnh vực đào tạo nhân lực du lịch,... và các tổ chức quốc tế (chính phủ, doanh nghiệp, tổ chức, cơ sở đào tạo,...),... Mạng lưới này cho phép lựa chọn những nhân tố có đầy đủ nguồn lực, trách nhiệm và uy tín để phát huy sức mạnh tổng hợp để tạo ra nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

6. KẾT LUẬN

Phát triển du lịch thông minh là một xu thế tất yếu, đặt ra nhiều cơ hội lẫn thách thức cho các nhà quản lý du lịch và các nhà phát triển công nghệ, các doanh nghiệp du lịch,... Để phát triển du lịch thông minh thành công, chúng ta cần có lộ trình KH, áp dụng các kinh nghiệm trên một cách linh hoạt, sáng tạo, phù hợp với điều kiện và bối cảnh cụ thể của trong mỗi giai đoạn phát triển, nhất là trước những xu thế mới trong phát triển công nghệ của thị trường du lịch quốc tế. Để sự nghiệp đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển du lịch thông minh thành công, còn cần sự chung tay và quyết tâm của Chính phủ, của các ngành, các cấp với các địa phương, các doanh nghiệp du lịch,... trong đó cần sự phối hợp chặt chẽ giữa ngành Du lịch với lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông. Hy vọng rằng bài viết này sẽ là đóng góp nhỏ vào nguồn tham khảo hữu ích cho công tác ĐT và những nghiên cứu về lĩnh vực du lịch thông minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL Phê duyệt Đề án “Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”*.
- [2]. Thủ tướng Chính phủ (2017), *Chỉ thị số 16/CT-TTg, về việc Tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0*.
- [3]. Dimitrios Buhalis, (2021), “Smart Tourism: A Critical Review of the Literature”. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 26–39.
- [4]. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015), *Smart tourism: Foundations and developments, Electronic Markets*, 25(3), 179–188.

SỰ THÍCH ỨNG CỦA NGÀNH DU LỊCH VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ: MỐI LIÊN KẾT GIỮA ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG

ThS. Trần Chánh Bằng¹

Tóm tắt: Ngành du lịch đang trải qua sự biến đổi lớn với sự lan tỏa mạnh mẽ của công nghệ số. Công nghệ đã thay đổi hoàn toàn cách mà du khách tìm kiếm, đặt phòng và trải nghiệm dịch vụ du lịch. Trong bối cảnh này, việc thích ứng và phát triển kỹ năng là vô cùng quan trọng, đóng vai trò then chốt trong sự phát triển và bền vững của ngành. Thách thức và cơ hội của chuyển đổi số đặt ra nhu cầu cấp thiết về sự đổi mới và linh hoạt trong ngành du lịch. Đồng thời, mối liên kết chặt chẽ giữa đào tạo và phát triển kỹ năng nguồn nhân lực trở thành trọng tâm, đảm bảo chất lượng và năng lực lao động. Cải thiện chất lượng lao động thông qua đào tạo và phát triển kỹ năng không chỉ là chìa khóa giúp ngành du lịch thích ứng mạnh mẽ với thách thức của chuyển đổi số mà còn là đòn bẩy quan trọng để tận dụng toàn bộ tiềm năng từ những cơ hội mới mở ra.

Từ khóa: nguồn nhân lực, du lịch, chuyển đổi số, đào tạo, phát triển kỹ năng.

ADAPTATION OF THE TOURISM INDUSTRY TO DIGITAL TRANSFORMATION: THE LINK BETWEEN TRAINING AND SKILL DEVELOPMENT

The tourism industry is undergoing a significant transformation with the powerful proliferation of digital technology. Technology has completely altered the way tourists search, book, and experience travel services. In this context, adapting and developing skills are extremely crucial, playing a pivotal role in the industry's development and sustainability. The challenges and opportunities of digital transformation demand a pressing need for innovation and flexibility within the tourism sector. Simultaneously, the close connection between workforce training and skill development becomes a focal point, ensuring the quality and competence of the labor force. Improving the quality of the workforce through training and skill development is not only the key to helping the tourism industry adapt robustly to the challenges of digital transformation but also a crucial lever to harness the full potential of emerging opportunities.

Keywords: human resources, tourism, digital transformation, training, skill development.

¹ Giảng viên Khoa Văn hóa – Du lịch và Công tác xã hội, Trường Đại học Đồng Tháp, Email: tcbang@dthu.edu.vn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thông tin từ Cục Du lịch Quốc gia, trong năm 2023, ngành Du lịch Việt Nam đã đón 12,6 triệu lượt khách quốc tế, gấp 3,4 lần năm 2022, vượt xa mục tiêu 8 triệu khách quốc tế của năm 2023. Dự báo về lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong năm 2024, từ 17 – 18 triệu người, mặc dù lượng khách du lịch đã hồi phục nhưng ngành du lịch đang đối mặt với việc thiếu hụt nhân lực. Ngành Du lịch đang đối diện với một biến đổi lớn do ảnh hưởng mạnh mẽ của công nghệ số. Sự lan rộng của Internet và sự phổ biến của điện thoại di động đã thay đổi hoàn toàn cách du khách tìm kiếm, đặt và trải nghiệm các dịch vụ du lịch. Điều này đã tạo ra một môi trường mới, với sự xuất hiện của các nền tảng trực tuyến và ứng dụng di động, đang ngày càng làm thay đổi cách chúng ta tương tác với ngành du lịch. Trong bối cảnh này, sự thích ứng và phát triển kỹ năng là chìa khóa quan trọng cho sự bền vững và phát triển của ngành du lịch. Để đối mặt với sự thay đổi nhanh chóng và đòi hỏi của thị trường, các trường đào tạo du lịch cần thích ứng và phát triển kỹ năng cho sinh viên. Nếu nhìn vào thách thức và cơ hội, chúng ta thấy sự cạnh tranh từ các công ty công nghệ, sự thay đổi trong nhu cầu của khách hàng và khả năng tận dụng các công nghệ mới đều là những thách thức đối mặt với ngành. Tuy nhiên, cũng có cơ hội để cải thiện trải nghiệm của khách hàng và mở rộng thị trường thông qua việc sử dụng công nghệ.

Nghiên cứu về mối liên kết giữa việc đào tạo nguồn nhân lực và phát triển kỹ năng trong sự thích ứng của ngành với chuyển đổi số là vô cùng quan trọng. Đào tạo và phát triển kỹ năng là yếu tố then chốt để nâng cao trình độ và chất lượng lao động trong ngành du lịch. Để thực hiện điều này, việc tích hợp công nghệ vào quy trình đào tạo, tạo ra môi trường học tập linh hoạt và cá nhân hóa, cùng việc duy trì đào tạo liên tục, là cần thiết để đảm bảo rằng nguồn nhân lực du lịch có đủ kỹ năng để làm việc trong môi trường mới này. Các phân tích và giải pháp từ đề tài này sẽ góp phần giúp ngành du lịch thích ứng và phát triển trong thời kỳ chuyển đổi số mạnh mẽ.

2. NỘI DUNG

2.1. Thực trạng ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số

2.1.1. Sự thích ứng của ngành du lịch với chuyển đổi số

Ngành du lịch tại Việt Nam đang trải qua một quá trình đáng chú ý trong việc thích ứng và áp dụng công nghệ số vào hoạt động kinh doanh. Mức độ ứng dụng chuyển đổi số trong lĩnh vực này ngày càng tăng, đặc biệt là qua các cụm từ như website đặt phòng trực tuyến, ứng dụng di động du lịch, hệ thống quản lý khách hàng (CRM), marketing trực tuyến, trí tuệ nhân tạo (AI), và thanh toán trực tuyến. Đối với việc đặt phòng, hầu hết các khách sạn, khu nghỉ dưỡng, và nhà hàng du lịch đều sở hữu website riêng để cung cấp thông tin chi tiết, hình ảnh, và cung cấp khả năng đặt phòng trực tuyến. Cùng lúc đó, ứng dụng di động du lịch trở thành xu hướng, mang lại cho du khách tiện ích thông tin du lịch, đặt phòng nhanh chóng, và hướng dẫn chi tiết về các điểm đến. Ngoài ra, hệ thống quản lý khách hàng (CRM) giúp doanh nghiệp du lịch theo dõi và tương tác hiệu quả với khách hàng, cá nhân hóa trải nghiệm và gửi thông tin khuyến mãi.

Trong chiến lược quảng cáo và tiếp thị, ngành du lịch tận dụng mạnh mẽ các kênh trực tuyến như Facebook, Instagram, và Youtube để thu hút khách hàng. Mô hình này đã được minh chứng qua chiến dịch thành công “Live Fully in Vietnam” của Tổng cục Du lịch Việt Nam, nhằm mục tiêu quảng bá hình ảnh đất nước. Ngoài ra, trí tuệ nhân tạo và chatbot đang là những công nghệ ngày càng phổ biến trong ngành du lịch Việt Nam. Công ty du lịch Vietravel là một ví dụ thành công khi sử dụng chatbot và trí tuệ nhân tạo để cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, tăng tỷ lệ chuyển đổi, và doanh thu. Thêm vào đó các ứng dụng nhận diện gương mặt (Face ID) cũng được Vinpearl ứng dụng. Ở Lĩnh vực ăn uống, các nhà hàng quy mô nhỏ và lớn cũng chuyển đổi cách vận hành và kinh doanh. Các ứng dụng quản lý như Cukcuk, iPOS, KiotViet,... dần phổ biến trong ngành ẩm thực (Nghĩa và cộng tác viên, 2021).

Tuy nhiên, trong quá trình ứng dụng chuyển đổi số, vẫn còn nhiều thách thức cần vượt qua. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa,

việc đầu tư công nghệ và đào tạo nhân lực về chuyển đổi số là một thách thức. Đồng thời, cần sự hỗ trợ từ chính phủ và các đối tác trong việc xây dựng môi trường thuận lợi để ngành Du lịch có thể tận dụng toàn diện ưu điểm của chuyển đổi số. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ, chuyển đổi số không chỉ là yếu tố cần thiết để du lịch Việt Nam tiếp tục đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách mà còn là cơ hội để nâng cao hiệu suất hoạt động, tăng trưởng doanh thu, và mang lại trải nghiệm tốt nhất cho du khách. Sự hợp tác giữa các bên liên quan, sự đầu tư đúng đắn vào công nghệ, và việc phát triển nhân sự là chìa khóa quan trọng để đưa ngành du lịch Việt Nam tiến bước mạnh mẽ vào tương lai số.

2.1.2. Thực trạng đào tạo và phát triển kỹ năng trong ngành du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm toàn ngành cần thêm 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành Du lịch chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó, chỉ có hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. So với tiềm năng và tốc độ phát triển của thị trường du lịch hiện nay, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam vẫn còn chưa tương xứng cả về số lượng, cơ cấu và chất lượng (Bình & Mai, 2022). Nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp vào làm tại các doanh nghiệp đã không đáp ứng được vị trí việc làm, hầu hết các doanh nghiệp đều phải mất thời gian, công sức đào tạo lại kỹ năng nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ và đặc biệt là ý thức nghề nghiệp (Thu, 2022).

Bảng 1: Dự báo nhu cầu lao động du lịch trong cả nước đến năm 2030

Đơn vị tính: Người

Lao động	2020	2025	2030
Lao động trực tiếp	1.040.000	1.530.000	2.340.000
Lao động gián tiếp	2.080.000	3.060.000	4.680.000
Tổng cộng	3.120.000	4.590.000	7.020.000

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch¹

¹ Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch (2019), “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035” (Dự thảo), Hà Nội.

Ngành du lịch Việt Nam đang có nhu cầu lớn về nguồn nhân lực, đặc biệt là lao động gián tiếp. Theo bảng số liệu, số lượng lao động trực tiếp và gián tiếp trong ngành du lịch Việt Nam dự kiến sẽ tăng trưởng đều đặn trong giai đoạn 2020 – 2030. Mức tăng trưởng trung bình của lao động trực tiếp là 8,3%/năm từ 2020 đến 2025 và 6,5%/năm từ 2025 đến 2030. Đối với lao động gián tiếp, mức tăng trưởng trung bình cao hơn, lần lượt là 9,4%/năm và 7,1%/năm. Từ số liệu cho thấy số lượng lao động ngành du lịch Việt nam có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ cho thấy tiềm năng phát triển của ngành này trong tương lai.

Tuy nhiên, mặc dù có sự tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng lao động, hệ thống đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch vẫn còn nhiều thách thức. Một trong những vấn đề lớn là chương trình đào tạo chưa kịp cập nhật xu hướng chuyển đổi số. Các sinh viên đang tham gia các khóa học thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận và ứng dụng công nghệ số mới, điều này có thể ảnh hưởng đến khả năng của sinh viên trong môi trường làm việc hiện đại. Ngoài ra, thiếu hụt giảng viên có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm thực tế là một vấn đề khác. Việc truyền đạt kiến thức và kỹ năng không chỉ đòi hỏi kiến thức chuyên sâu mà còn đòi hỏi sự hiểu biết thực tế về ngành du lịch và những thách thức mà nó đang phải đối mặt. Bên cạnh đó, cơ sở vật chất và trang thiết bị không đáp ứng đầy đủ yêu cầu đào tạo, gây ra hạn chế lớn trong việc thực hành và áp dụng kiến thức cho sinh viên.

Ở mức chất lượng nguồn nhân lực, mặc dù sinh viên có kiến thức nền tảng về du lịch, nhưng lại đối diện với thiếu hụt kiến thức chuyên môn về các lĩnh vực mới như công nghệ thông tin và marketing online. Kỹ năng thực tế và khả năng ứng dụng công nghệ số còn hạn chế, điều này có thể làm giảm khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động ngày càng số hóa. Khả năng ngoại ngữ của sinh viên ngày càng cải thiện, nhưng vẫn còn kém so với những yêu cầu đặt ra bởi sự toàn cầu hóa của ngành du lịch. Trong môi trường du lịch quốc tế, khả năng giao tiếp bằng nhiều ngôn ngữ là một yếu tố quan trọng, nhưng thực tế là nhiều sinh viên gặp khó khăn trong việc thể hiện khả năng này.

Về nhu cầu thị trường lao động, xu hướng yêu cầu nhân viên có kỹ năng số, sự sáng tạo và khả năng làm việc nhóm ngày càng cao. Tuy nhiên, thiếu hụt về nhân sự có trình độ chuyên môn cao và kinh nghiệm thực tế, đặc biệt là những người có khả năng ngoại ngữ tốt. Nhân viên không chỉ cần có kiến thức chuyên sâu mà còn cần khả năng thích ứng với môi trường làm việc năng động và cạnh tranh, điều này là một thách thức đối với những sinh viên mới ra trường. Tóm lại, để đối mặt với những thách thức này, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo, nhằm cập nhật chương trình đào tạo theo xu hướng mới, tăng cường kỹ năng thực tế và ứng dụng công nghệ số, đồng thời đảm bảo rằng sinh viên có thể đáp ứng được đầy đủ yêu cầu của thị trường lao động hiện đại.

2.2. Mối liên kết giữa đào tạo và phát triển kỹ năng nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số

Nhu cầu về kỹ năng số trong ngành du lịch ngày càng cao do sự bùng nổ của công nghệ và chuyển đổi số. Các doanh nghiệp du lịch cần nhân viên có đủ kỹ năng để sử dụng các công cụ và ứng dụng công nghệ mới, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động và cạnh tranh tốt hơn trên thị trường. Đào tạo và phát triển kỹ năng nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu này. Các chương trình đào tạo hiệu quả có thể giúp nhân viên du lịch nâng cao kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, marketing trực tuyến, phân tích dữ liệu, bán hàng trực tuyến, v.v...

Bảng 2: Bảng khảo sát nhu cầu đào tạo và phát triển kỹ năng số cho nguồn nhân lực ngành Du lịch

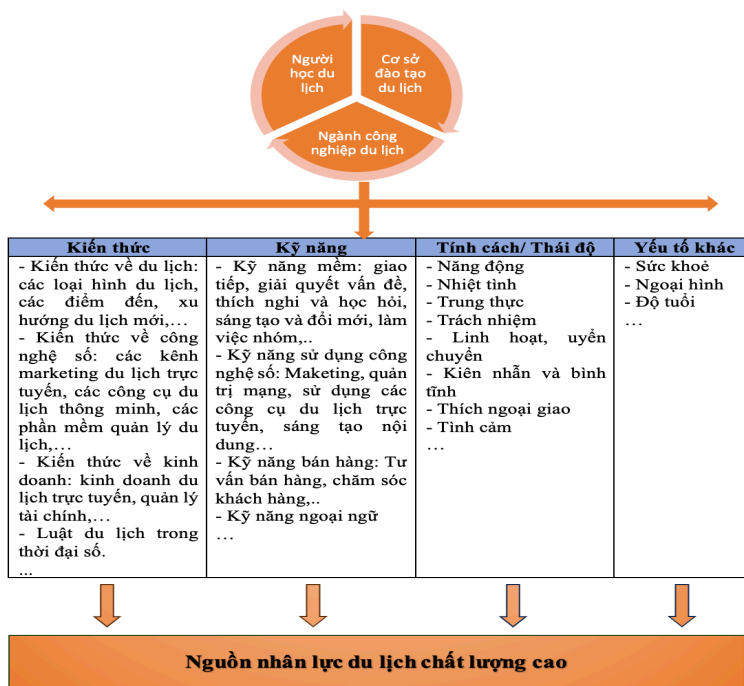
STT	Khảo sát	Nội dung khảo sát	Kết quả
1	Khảo sát của Tổng cục Du lịch năm 2023	Khảo sát 1.000 doanh nghiệp du lịch về nhu cầu nhân lực	90% doanh nghiệp cho biết cần nguồn nhân lực có kỹ năng số
2	Khảo sát của Hiệp hội Du lịch Việt Nam năm 2023	Khảo sát 500 lao động du lịch về nhu cầu đào tạo	85% lao động du lịch cho biết cần được đào tạo thêm kỹ năng số

STT	Khảo sát	Nội dung khảo sát	Kết quả
3	Khảo sát của Savills Việt Nam năm 2023	Khảo sát 200 khách du lịch quốc tế về yếu tố ảnh hưởng đến quyết định du lịch	70% khách du lịch cho biết họ lựa chọn điểm đến có dịch vụ du lịch ứng dụng công nghệ

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Từ kết quả khảo sát của Tổng cục Du lịch và Hiệp hội Du lịch Việt Nam, rõ ràng có một nhu cầu rất lớn về việc kết hợp đào tạo và phát triển kỹ năng cho nguồn nhân lực trong ngành Du lịch, đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số ngày nay. Đối với doanh nghiệp du lịch, 90% trong số 1.000 doanh nghiệp được khảo sát cho biết họ không chỉ đang cần nguồn nhân lực có kiến thức nền tảng và còn có yêu cầu cao về kỹ năng số. Điều này không chỉ là xu hướng mà còn là một yếu tố chính để cải thiện hiệu suất và đáp ứng sự phát triển nhanh chóng của công nghệ trong ngành du lịch. Các trường cần có sự chú trọng đặc biệt vào việc đào tạo sinh viên nâng cao khả năng sử dụng thành thạo các công nghệ mới nhất. Ngoài ra, 85% lao động du lịch trong nhóm 500 người được khảo sát của Hiệp hội Du lịch Việt Nam (2023) cho biết họ mong muốn được đào tạo thêm kỹ năng số. Điều này không chỉ giúp họ nâng cao cơ hội nghề nghiệp mà còn giúp đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về nhân sự có kỹ năng số trong ngành. Từ góc độ khách hàng, qua khảo sát của Savills Việt Nam (2023), 70% khách du lịch cho biết họ ưa chuộng các điểm đến có dịch vụ du lịch ứng dụng công nghệ. Điều này cho thấy không chỉ doanh nghiệp du lịch cần có kỹ năng số mà còn cần tích hợp công nghệ vào các hoạt động của họ để thu hút và giữ chân khách hàng. Do đó, với nhu cầu rõ ràng này, ngành Du lịch cần chú trọng vào đầu tư và phát triển kỹ năng số cho nguồn nhân lực. Các chương trình đào tạo kỹ năng số cần được tổ chức, và chính phủ cũng cần hỗ trợ thông qua chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Sự kết hợp giữa đào tạo và phát triển kỹ năng và việc ứng dụng công nghệ vào mọi khía cạnh của ngành du lịch không chỉ là một xu hướng mà còn là chìa khóa để duy trì và phát triển bền vững trong thời kỳ chuyển đổi số này.

Bảng 3: Các yêu cầu cần có đối với nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao



Nguồn: Tổng hợp của tác giả¹

Nhu cầu về kỹ năng số trong ngành Du lịch ngày càng cao do sự bùng nổ của công nghệ và chuyển đổi số. Các doanh nghiệp du lịch cần nguồn nhân lực có đủ kiến thức và kỹ năng để sử dụng các công cụ và ứng dụng công nghệ mới, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động và cạnh tranh tốt hơn trên thị trường. Đào tạo và phát triển kỹ năng nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc đáp

¹ Tham khảo:

- Wakelin-Theron, N., Ukpere, W., Spowart, J. (2019). "Determining tourism graduate employability, knowledge, skills, and competencies in a VUCA world: Constructing a tourism employability model". *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 8 (3). ISSN: 2223-814X.

- Lâm, B. M. H., (2021). "Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực Việt Nam để hội nhập với các xu hướng trong bối cảnh bình thường mới", http://itdr.org.vn/nghien_cuu/giai-phap-dao-tao-nguon-nhan-luc-viet-nam-de-hoi-nhap-voi-cac-xu-huong-trong-boi-can-binh-thuong-moi; Viện nghiên cứu phát triển Du lịch, ngày đăng 15/3/2021.

ứng nhu cầu này. Các chương trình đào tạo hiệu quả có thể giúp nhân viên du lịch nâng cao kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, marketing trực tuyến, phân tích dữ liệu, bán hàng trực tuyến, v.v...

Nhiều nghiên cứu đã chứng minh tác động tích cực của đào tạo kỹ năng số đối với ngành Du lịch. Ví dụ, các doanh nghiệp như Khách sạn Vinpearl Luxury Landmark 81 và công ty du lịch Vietravel đã thấy được lợi ích của việc đầu tư vào đào tạo kỹ năng số cho nhân viên. Khách sạn Vinpearl đã cải thiện hiệu quả hoạt động và tăng sự hài lòng của khách hàng thông qua việc nhân viên sử dụng thành thạo các phần mềm quản lý và hệ thống đặt phòng trực tuyến. Tương tự, công ty Vietravel đã tăng doanh thu bán hàng trực tuyến lên 30% sau khi đào tạo nhân viên về kỹ năng bán hàng trực tuyến.

Mối quan hệ giữa chương trình đào tạo và sự phát triển kỹ năng, đặc biệt là kỹ năng mềm, là quan trọng đối với sự thành công của người học trong ngành du lịch. Chương trình đào tạo không chỉ cung cấp kiến thức cơ bản về ngành Du lịch mà còn tập trung vào việc cập nhật xu hướng mới nhất, như công nghệ số và quản lý sự đa dạng, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường lao động. Trong quá trình đào tạo, sự phát triển kỹ năng mềm cũng được đặt vào tâm điểm. Kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp 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 và cộng sự, 2017). Như vậy, có thể thấy mối quan hệ giữa chương trình đào tạo và sự phát triển kỹ năng không chỉ là một quá trình học tập tuyến tính mà còn là một hành trình tương tác động lực, giúp người học trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng mềm để tự tin và thành công khi tham gia vào ngành du lịch đang ngày càng đòi hỏi sự đa nhiệm và linh hoạt.

2.3. Cơ hội và thách thức trong đào tạo và phát triển kỹ năng gắn với chuyển đổi số

2.3.1. Cơ hội trong đào tạo và phát triển kỹ năng gắn với chuyển đổi số

- *Đào tạo kỹ năng số tăng cường hiệu suất lao động*: Đào tạo và phát triển kỹ năng số cho sinh viên trong ngành du lịch là một cơ hội quan trọng để nâng cao hiệu suất lao động và cải thiện chất lượng

dịch vụ. Sinh viên được đào tạo về các công nghệ mới như hệ thống đặt phòng trực tuyến, ứng dụng di động và trí tuệ nhân tạo, giúp họ thích nghi nhanh chóng với xu hướng công nghệ và hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng. Điều này tạo ra một môi trường làm việc tích cực và tự tin, giúp tăng cường lòng tin từ khách hàng và tạo ra trải nghiệm du lịch tốt hơn. Việc này không chỉ là cơ hội để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành du lịch.

- *Cải thiện trải nghiệm học tập, thúc đẩy sự phát triển cá nhân:* Việc đào tạo và phát triển kỹ năng gắn với chuyển đổi số trong ngành du lịch mang lại nhiều lợi ích quan trọng cho sinh viên. Việc tích hợp công nghệ số vào quá trình giảng dạy và học tập giúp sinh viên có cơ hội trải nghiệm một môi trường học tập đa dạng và tương tác hơn. Các nền tảng học trực tuyến và ứng dụng di động cung cấp sự tiện lợi và linh hoạt, giúp sinh viên có thể học bất kỳ lúc nào và ở bất kỳ đâu. Đồng thời, việc sử dụng công nghệ số cũng thúc đẩy sự phát triển cá nhân của sinh viên, từ khả năng giải quyết vấn đề, sáng tạo đến kỹ năng làm việc nhóm và giao tiếp. Môi trường học tập thân thiện với sinh viên được tạo ra thông qua việc cá nhân hóa trải nghiệm học tập và cung cấp hỗ trợ đa dạng từ các công cụ và ứng dụng kỹ thuật số.

- *Mở rộng khả năng sáng tạo và cơ hội học tập, nghiên cứu:* Việc đào tạo và phát triển kỹ năng gắn với chuyển đổi số trong ngành du lịch không chỉ mang lại lợi ích lớn cho sinh viên mà còn mở ra một loạt các cơ hội và tiềm năng mới. Trong bối cảnh công nghệ ngày càng phát triển, việc sử dụng công nghệ số trong ngành du lịch không chỉ giúp mở rộng khả năng sáng tạo mà còn tạo ra môi trường học tập và nghiên cứu đa dạng và phong phú. Sinh viên không chỉ có cơ hội tiếp cận kiến thức mới một cách linh hoạt qua các khóa học trực tuyến và tài liệu số mà còn được khuyến khích tham gia vào các dự án nghiên cứu và phát triển mới. Hơn nữa, việc sử dụng công nghệ số cũng giúp sinh viên phát triển kỹ năng tự học và tự nghiên cứu, từ đó nâng cao khả năng giải quyết vấn đề và sẵn sàng đối mặt với thách thức trong ngành Du lịch.

- *Tăng cường sức cạnh tranh nghề nghiệp:* Trong một thị trường đầy cạnh tranh như ngành Du lịch, việc tăng cường sức cạnh tranh không chỉ là một lợi thế mà còn là chìa khóa để tồn tại và phát triển. Sinh viên được trang bị kỹ năng số cao không chỉ làm việc hiệu quả hơn mà còn tạo ra giá trị cho khách hàng và đóng góp vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Điều này giúp doanh nghiệp du lịch không chỉ tăng cường khả năng cạnh tranh mà còn xây dựng một môi trường làm việc tích cực và thú vị, giữ chân nhân viên tài năng và ổn định, từ đó tạo ra sự phát triển bền vững và thành công trong tương lai.

- *Tạo ra một môi trường đào tạo toàn diện:* Môi trường này không chỉ tập trung vào việc truyền đạt kiến thức mà còn khuyến khích sự sáng tạo và khám phá. Bằng cách thúc đẩy sinh viên tham gia vào các dự án nghiên cứu và phát triển mới trong lĩnh vực chuyển đổi số, từ việc phát triển ứng dụng du lịch mới đến các giải pháp công nghệ tiên tiến, môi trường đào tạo này tạo ra một tinh thần đổi mới và sáng tạo trong tổ chức. Đồng thời, môi trường đào tạo toàn diện cũng kết hợp cả kỹ năng số và kỹ năng mềm, giúp sinh viên phát triển một cách toàn diện. Từ đó cung cấp cơ hội và nguồn lực để hỗ trợ sự phát triển cá nhân và tạo ra một văn hóa học hỏi, nơi mà việc học và phát triển được coi trọng và khích lệ. Cuối cùng, môi trường này cần có các cơ chế để đánh giá và cung cấp phản hồi liên tục, giúp nhân viên hiểu rõ hơn về điểm mạnh và điểm yếu của mình và điều chỉnh hành động phù hợp. Điều này không chỉ tạo ra một lực lượng lao động đa tài mà còn giúp doanh nghiệp du lịch đạt được sự phát triển bền vững và thành công trong thời đại số ngày nay.

2.3.3. Thách thức trong đào tạo và phát triển kỹ năng gắn với chuyển đổi số

- *Sự chậm trễ trong thích ứng và chấp nhận công nghệ mới:* Việc sử dụng công nghệ mới đòi hỏi một quá trình học hỏi và thích ứng liên tục, đặc biệt là đối với những người không quen thuộc với công nghệ. Mặc dù đã có sự tiến bộ trong việc cung cấp hỗ trợ và tài nguyên cho việc sử dụng công nghệ trong giáo dục, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế. Thái độ tích cực và sự sẵn lòng học hỏi từ cả giảng viên và sinh viên là rất quan trọng để vượt qua thách thức này.

Đồng thời, việc đào tạo và phát triển kiến thức và kỹ năng về công nghệ trong ngành du lịch cũng là điều cần thiết. Hiểu biết về lợi ích và tiềm năng của việc sử dụng công nghệ trong giáo dục và ngành du lịch cũng có thể khuyến khích cả giảng viên và sinh viên tham gia tích cực vào quá trình thích ứng và chấp nhận công nghệ mới.

- *Chi phí và đầu tư:* Việc đào tạo và phát triển kỹ năng số đôi khi đòi hỏi chi phí đáng kể, từ việc thuê giáo viên chuyên nghiệp đến mua sắm tài liệu và phát triển các khóa học tùy chỉnh. Thêm vào đó, việc cập nhật và duy trì công nghệ mới cũng là một nhu cầu đòi hỏi sự đầu tư không nhỏ. Các trường cần đầu tư không chỉ vào việc cung cấp đào tạo mà còn vào việc cập nhật và duy trì công nghệ, điều này có thể là một thách thức tài chính. “Chuyển đổi số là quá trình đắt đỏ, không dễ dàng, cần nhận thức và cả sự bảo hộ của chính phủ. Nền tảng của Việt Nam rất khó so sánh với các nước có nền công nghiệp mạnh nên cần tạo cộng đồng liên kết mạnh hỗ trợ lẫn nhau” (Trang và Bảo, 2020).

- *Chưa đồng nhất trong ngành:* Sự chưa đồng nhất này có nguồn gốc từ nhiều yếu tố như khu vực địa lý, tình trạng kinh tế, chương trình đào tạo, tính đa dạng văn hóa và tài nguyên hỗ trợ. Sinh viên từ các khu vực khác nhau có thể có mức độ tiếp cận và kinh nghiệm với công nghệ khác nhau. Điều này có thể tạo ra sự chênh lệch trong trải nghiệm học tập và kiến thức về công nghệ. Đồng thời, sự chênh lệch về tình trạng kinh tế và tài nguyên hỗ trợ cũng góp phần tạo ra sự đồng nhất trong ngành. Để vượt qua thách thức này, cần có các biện pháp như cải thiện sự đồng nhất trong chương trình đào tạo, tăng cường hỗ trợ và tiếp cận công nghệ, và tạo ra môi trường học tập đa dạng và cân đối cho tất cả sinh viên.

- *Bảo mật và quản lý dữ liệu:* Việc này bao gồm việc đối phó với các rủi ro về bảo mật như hack và lừa đảo, cũng như đảm bảo tuân thủ các quy định về bảo mật dữ liệu. Đối với các tổ chức đào tạo, việc đảm bảo rằng thông tin của sinh viên và giảng viên được bảo vệ an toàn là ưu tiên hàng đầu. Điều này đòi hỏi sự chú ý đặc biệt đến các khía cạnh sau. Trước hết, cần thiết lập các biện pháp bảo mật chặt chẽ như cơ chế xác thực và mã hóa dữ liệu để bảo vệ thông tin cá nhân. Đồng thời, việc tuân thủ các quy định pháp lý về bảo mật

dữ liệu cũng là điều cần thiết. Quản lý rủi ro bảo mật và việc cung cấp đào tạo về nhận thức và biện pháp bảo vệ dữ liệu cũng đóng vai trò quan trọng. Thêm vào đó, việc liên tục cập nhật và điều chỉnh biện pháp bảo mật để phản ứng với các mối đe dọa mới là điều không thể thiếu trong môi trường đào tạo ngày nay.

- *Thay đổi văn hóa tổ chức*: Để thành công, cần có sự ủng hộ và chấp nhận từ lãnh đạo và nhân viên. Điều này đòi hỏi sự thay đổi trong cách tiếp cận, tư duy và hành vi đối với công nghệ. Cần tạo ra một môi trường học tập và thử nghiệm, khuyến khích sự sáng tạo và sẵn lòng chấp nhận rủi ro. Thay đổi văn hóa tổ chức cũng đòi hỏi thời gian và sự cam kết kéo dài từ tất cả các bên liên quan, và cần được hỗ trợ bằng các biện pháp như đào tạo liên tục và tạo ra các cơ hội tham gia. Điều này sẽ giúp tạo ra một môi trường linh hoạt và tiếp nhận sự thay đổi, từ đó tận dụng tối đa lợi ích từ chuyển đổi số.

Tóm lại, trong khi đào tạo nguồn nhân lực du lịch với kỹ năng số mang lại nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức mà doanh nghiệp cần vượt qua để đảm bảo sự thành công trong thời kỳ chuyển đổi số này.

2.4. Các giải pháp hiệu quả trong đào tạo và phát triển kỹ năng trong môi trường chuyển đổi số

Ngành Du lịch Việt Nam đang trong giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ, đòi hỏi nguồn nhân lực cần được trang bị những kỹ năng mới để đáp ứng nhu cầu phát triển. Dưới đây là một số phương pháp hiệu quả để đào tạo và phát triển kỹ năng nguồn nhân lực du lịch:

- *Tăng cường đào tạo kỹ năng số*: Theo Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch (2022), đến năm 2025, ứng dụng các công nghệ tiên tiến phát triển các nền tảng ứng dụng để phục vụ du khách, cộng đồng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Đến năm 2030 sẽ hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh, đồng bộ trên cơ sở tiếp cận những công nghệ tiên tiến hàng đầu thế giới. Trong ngữ cảnh hiện nay, kỹ năng công nghệ là điều cần thiết cho sinh viên ngành du lịch. Các kỹ năng marketing trực tuyến như SEO, SEM, và email marketing trở thành yếu tố then chốt, giúp sinh viên du lịch tiếp cận và tương tác với khách hàng một cách hiệu quả hơn. Không chỉ vậy,

việc phân tích dữ liệu là quan trọng để hiểu rõ xu hướng du lịch và hành vi khách hàng. Bằng cách này, sinh viên có thể đưa ra chiến lược phát triển phù hợp và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Thêm vào đó, kỹ năng bán hàng trực tuyến, qua các kênh đặt phòng và website du lịch, giúp tối đa hóa doanh thu và duy trì sự cạnh tranh trên thị trường. Những kỹ năng này không chỉ làm tăng cường năng suất cá nhân mà còn là chìa khóa cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp du lịch trong thời đại số ngày nay. Điều này thể hiện sự quan trọng của việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong ngành để thích ứng với môi trường kinh doanh ngày càng số hóa.

- *Nâng cao kỹ năng mềm*: Nghiên cứu của Vinh (2023) cho thấy sự nhất quán trong đánh giá của du khách và sinh viên du lịch về tầm quan trọng của những kỹ năng mềm, 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. Để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao trong ngành Du lịch, việc nâng cao kỹ năng mềm là quan trọng không kém. Kỹ năng giao tiếp đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của sinh viên du lịch, đặc biệt là trong việc giao tiếp với khách hàng quốc tế. Việc sở hữu kỹ năng tiếng Anh và giao tiếp đa văn hóa giúp sinh viên tương tác hiệu quả, tạo ra trải nghiệm tích cực cho khách hàng và thúc đẩy sự hài lòng. Kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm là những yếu tố quyết định trong việc xử lý các tình huống bất ngờ và đảm bảo sự phối hợp mượt mà trong nhóm làm việc. Sinh viên du lịch cần có khả năng đưa ra những giải pháp sáng tạo và làm việc hiệu quả trong môi trường đa dạng. Không kém phần quan trọng là kỹ năng dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp và chu đáo. Những kỹ năng này không chỉ giúp doanh nghiệp du lịch nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tạo ra ấn tượng tích cực và lòng trung thành từ phía khách hàng. Sự tận tâm và chuyên nghiệp trong phục vụ là yếu tố quyết định cho sự thành công của một doanh nghiệp du lịch trong việc thu hút và giữ chân khách hàng.

- *Áp dụng phương pháp đào tạo hiện đại*: Đào tạo trực tuyến thông qua các nền tảng E-learning, MOOCs, và webinar mang lại sự linh hoạt cao cho sinh viên, giúp sinh viên tự điều chỉnh thời gian và địa

điểm học tập theo nhu cầu cá nhân. Phương pháp đào tạo kết hợp (blended learning), kết hợp cả đào tạo trực tuyến và trực tiếp, đem lại trải nghiệm học tập toàn diện và hiệu quả hơn. Sinh viên có cơ hội tiếp thu kiến thức một cách đồng đều và linh hoạt. Học tập theo trải nghiệm thông qua hoạt động thực tập, tham quan và dự án thực tế đóng vai trò quan trọng trong việc áp dụng kiến thức vào thực tế. Điều này không chỉ củng cố kiến thức mà còn phát triển kỹ năng thực tế và sự sáng tạo của sinh viên. Phương pháp đào tạo dựa trên năng lực làm cho quá trình đánh giá năng lực trở nên linh hoạt và chính xác hơn. Việc thiết kế chương trình đào tạo dựa trên những nhu cầu và khả năng cụ thể của từng sinh viên giúp tối ưu hóa quá trình học và đảm bảo tính hiệu quả của chương trình.

- *Phát triển chương trình đào tạo phù hợp*: Phát triển chương trình đào tạo phù hợp là bước quan trọng để đảm bảo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng được thách thức của thị trường hiện đại. Đầu tiên, chương trình đào tạo cần liên tục cập nhật xu hướng du lịch và công nghệ số, đảm bảo rằng sinh viên được trang bị những kiến thức và kỹ năng mới nhất để đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động ngày càng đa dạng. Quan trọng hơn, việc liên kết với doanh nghiệp du lịch là chìa khóa để xây dựng chương trình đào tạo thực tế và phản ánh đúng nhu cầu của doanh nghiệp. Sự hợp tác này giúp chương trình trở nên linh hoạt và có thể điều chỉnh dựa trên các yếu tố thị trường và công nghệ mới. Thiết kế chương trình đào tạo theo nhu cầu cụ thể của từng vị trí công việc là quan trọng để đảm bảo hiệu quả đào tạo. Việc tập trung vào nhu cầu cụ thể của từng vị trí giúp sinh viên phát triển kỹ năng và kiến thức chuyên sâu, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đồng thời tối ưu hóa sự hứng thú và hiệu quả học tập.

- *Khuyến khích tự học và phát triển bản thân*: Khuyến khích sự tự học và phát triển bản thân là một phương tiện quan trọng để tạo ra nguồn nhân lực du lịch linh hoạt và đầy đủ kỹ năng. Với tốc độ thay đổi nhanh chóng của công nghệ số đòi hỏi người lao động có khả năng liên tục thích nghi và học hỏi những kỹ năng và cách tiếp cận mới trong nhiều bối cảnh đa dạng” (Klaus Schwab, 2018). Đầu tiên, việc tạo điều kiện cho sinh viên tham gia các khóa học trực tuyến, hội thảo, và các sự kiện

đào tạo khác giúp họ không chỉ nâng cao kiến thức mà còn cập nhật những kỹ năng mới nhất trong ngành. Khuyến khích nhân viên chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm với nhau tạo ra một môi trường học tập tập thể tích cực. Việc này không chỉ thúc đẩy sự học hỏi liên tục mà còn làm tăng cường tinh thần đồng đội và sự hỗ trợ chung trong quá trình phát triển cá nhân. Tạo môi trường học tập khuyến khích sáng tạo và đổi mới giúp sinh viên phát triển bản thân không chỉ thông qua việc tích lũy kiến thức mà còn qua việc thử nghiệm ý tưởng mới và tiếp cận vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau. Điều này tạo ra một cộng đồng học tập linh hoạt và sẵn sàng chấp nhận thách thức trong môi trường du lịch đang thay đổi nhanh chóng.

- *Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo nhân lực*: Việc hỗ trợ doanh nghiệp du lịch trong đào tạo nhân lực là một phương tiện quan trọng để thúc đẩy sự phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành. Đầu tiên, việc thiết lập chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp đầu tư vào đào tạo làm tăng động lực cho các doanh nghiệp tham gia quá trình đào tạo nhân sự. Những ưu đãi này có thể bao gồm các khoản chi phí giảm giá, thuế suất thấp, hoặc các hỗ trợ tài chính khác. Cung cấp chương trình đào tạo miễn phí hoặc giá rẻ là một cách khác để giảm bớt gánh nặng chi phí đào tạo đối với doanh nghiệp. Điều này giúp khuyến khích sự tham gia và đầu tư của doanh nghiệp trong việc phát triển kỹ năng và kiến thức cho nguồn nhân lực của mình mà không tăng cao chi phí hoạt động. Hỗ trợ doanh nghiệp kết nối với các trường đào tạo và tổ chức đào tạo uy tín là quan trọng để đảm bảo rằng doanh nghiệp có thể tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao. Sự liên kết này giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ vững chắc với cộng đồng đào tạo, từ đó đảm bảo rằng nhân viên được đào tạo đáp ứng đúng yêu cầu và xu hướng của ngành Du lịch hiện đại.

- *Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, nâng cao năng lực ngoại ngữ cho sinh viên*: Việc đẩy mạnh hợp tác quốc tế và nâng cao năng lực ngoại ngữ cho sinh viên ngành du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc chuẩn bị họ cho một môi trường làm việc đa văn hóa và đòi hỏi kỹ năng giao tiếp linh hoạt. Bằng cách mở rộng cơ hội nghề nghiệp

thông qua hợp tác quốc tế, sinh viên có thể tiếp cận các môi trường làm việc quốc tế và tích lũy kinh nghiệm quý báu. Đồng thời, việc nâng cao năng lực ngoại ngữ giúp họ tương tác hiệu quả với khách hàng và đối tác quốc tế. Bên cạnh đó, hợp tác quốc tế cũng mở ra cơ hội tiếp cận kiến thức và tài nguyên quốc tế, từ đó giúp sinh viên cập nhật xu hướng mới nhất trong ngành. Tham gia vào các chương trình hợp tác quốc tế cũng giúp sinh viên xây dựng mạng lưới quan hệ quốc tế từ sớm, làm nền tảng cho sự thành công trong tương lai khi họ bước vào ngành du lịch chuyên nghiệp. Đồng thời, việc trải nghiệm học tập đa dạng và phong phú qua các chương trình hợp tác quốc tế cũng giúp sinh viên phát triển một cách toàn diện và sẵn sàng cho thách thức của một môi trường làm việc toàn cầu.

3. KẾT LUẬN

Sự thích ứng của ngành Du lịch với chuyển đổi số ngày càng trở nên quan trọng, và mối liên kết chặt chẽ giữa đào tạo và phát triển kỹ năng đóng vai trò then chốt trong quá trình này. Đối với sinh viên ngành du lịch, việc nhận thức và áp dụng công nghệ số không chỉ là một xu hướng mà còn là một yếu tố quyết định đối với sự thành công trong sự nghiệp sau này. Công nghệ số, từ Internet đến ứng dụng di động, đang thay đổi cách du khách tương tác với dịch vụ du lịch, và để đáp ứng, ngành cần nhân sự có kỹ năng phù hợp. Mối liên kết giữa đào tạo và phát triển kỹ năng là rất quan trọng trong việc đảm bảo rằng sinh viên ngành du lịch có đủ năng lực để làm việc trong môi trường chuyển đổi số. Quá trình đào tạo cần được thiết kế sao cho phản ánh rõ nhu cầu của thị trường lao động và đồng thời hỗ trợ sinh viên nâng cao kỹ năng cần thiết.

Đào tạo nguồn nhân lực không chỉ là việc cung cấp kiến thức về công nghệ mới mà còn là việc phát triển kỹ năng mềm, giao tiếp, và giải quyết vấn đề. Ngoài ra, việc duy trì quá trình đào tạo liên tục cũng là yếu tố quan trọng để sinh viên ngành Du lịch không chỉ đáp ứng mà còn dẫn đầu trong sự chuyển đổi số. Với sự thích ứng linh hoạt và chiến lược đào tạo phù hợp, sinh viên ngành du lịch có thể định hình tương lai của mình, tận dụng cơ hội mà chuyển đổi số mang lại và xây dựng một sự nghiệp thành công trong ngành du lịch hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022), Quyết định số 3570 về việc phê duyệt Đề án “*Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*”.
2. Bình, H. T., & Mai, N. T. T. (2022). “Đào tạo nguồn nhân lực phát triển du lịch bền vững: cơ hội và thách thức”. Tạp chí *Văn hoá Nghệ thuật*, số 491, tháng 3.
3. Hà Trang, Diệu Bảo (2020). “Du lịch chuyển đổi số và thách thức của Việt Nam”. Báo *Pháp luật*, <http://baophapluat.vn/du-lich-chuyen-doi-so-va-thach-thuc-cua-viet-nam-post372025.html>
4. Lâm, B. M. H., (2021). “Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực Việt Nam để hội nhập với các xu hướng trong bối cảnh bình thường mới”. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, http://itdr.org.vn/nghien_cuu/giai-phap-dao-cao-nguon-nhan-luc-viet-nam-de-hoi-nhapvoi-cac-xu-huong-trong-boi-canb-binh-thuong-moi. Ngày đăng 15/3/2021
5. Nghĩa, L. H., Oanh, Đ. T. T., Nhân, N. T. M. (2021). “Chuyển đổi số trong ngành Du lịch Việt Nam”. Tạp chí *Thông tin và Truyền thông*.
6. <https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/62529>
7. Schwab, K. (2018). *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 81.
8. Thu, N. T. (2022). “Giải pháp liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch nhằm thích ứng thời kỳ hậu COVID-19”. Tạp chí *Công thương*. 10, 207-210.
9. Vinh, N. X. (2023). “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”. Tạp chí *Khoa học Đại học Đông Á*, Tập 2, 3 (7), 46-67.
10. Wakelin-Theron, N., Ukpere, W., Spowart, J. (2019). “Determining tourism graduate employability, knowledge, skills, and competencies in a VUCA world: Constructing a tourism employability model”. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8 (3). ISSN: 2223-814X.
11. 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*. 39 (1), 79-99.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

ThS. Phạm Thị Hồng My¹

Tóm tắt: Phát triển du lịch thông minh đang là xu hướng tất yếu ở mỗi quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Nguồn nhân lực du lịch đáp ứng về số lượng, chất lượng sẽ tạo tiền đề cho phát triển du lịch thông minh. Vì thế, bài viết sẽ: (i) phân tích thực trạng đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh ở Việt Nam nhằm đánh giá những vấn đề còn tồn tại; (ii) tham khảo kinh nghiệm thực tiễn trong đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh của Trung Quốc và (iii) đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh ở Việt Nam. Để thực hiện mục tiêu này, bài viết sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp dựa trên các nguồn tài liệu thứ cấp như văn bản pháp luật, số liệu, báo cáo, công trình nghiên cứu học giả.

Từ khóa: du lịch thông minh; đào tạo; sử dụng nguồn nhân lực.

SOLUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF HUMAN RESOURCE TRAINING FOR SMART TOURISM IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF INTEGRATION

Abstract: Smart tourism development is an inevitable trend in every country in the world, including Vietnam. Tourism human resources that meet both quantity and quality will create a premise for smart tourism development. Therefore, the article will: (i) analyze the current status of human resource training for smart tourism in Vietnam to evaluate remaining problems; (ii) refer to practical experience in human resource training for smart tourism in China and (iii) propose solutions to improve the quality of human resource training for smart tourism in Vietnam. To accomplish this goal, the article uses analysis and synthesis methods based on secondary sources such as legal documents, data, reports, and scholarly research works.

Keywords: smart travel; training; use human resources.

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ hiện đại thì mọi lĩnh vực, ngành nghề của nền kinh tế đều không ngừng phát triển và thích ứng trong đó có ngành du lịch, đặc biệt là du lịch thông minh.

¹ Trường Đại học Sài Gòn, email:pthmy@sgu.edu.vn.

Nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch thông minh là nhân tố đóng vai trò quan trọng. Do đó, điều quan trọng là cần có giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực để thích ứng với nhu cầu của du lịch thông minh. Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã thực hiện nhiều giải pháp từ thể chế, chính sách đến chương trình đào tạo cụ thể nhằm phát triển nguồn nhân lực du lịch thích ứng với du lịch thông minh. Tuy nhiên, những chính sách vẫn còn chung chung, chưa cụ thể về đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh; chưa có nhiều khóa học đào tạo cấp độ quốc gia cho nguồn nhân lực để hiểu rõ về du lịch thông minh, yêu cầu của du lịch thông minh đối với chuyên môn của nguồn nhân lực,...; việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho du lịch thông minh vẫn chưa đồng bộ, chưa thực sự chú trọng từ phía cơ quan nhà nước ở mỗi địa phương; chương trình đào tạo vẫn còn mang nặng tính lý thuyết hay mô hình liên kết giữa cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp còn chưa hiệu quả; chưa có nhiều hỗ trợ về tài chính trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh... Mặt khác, với bối cảnh hội nhập quốc tế, việc học hỏi tham khảo kinh nghiệm của các quốc gia khác trên thế giới có thành tựu về phát triển du lịch thông minh, về đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh như Trung Quốc sẽ giúp Việt Nam rút ngắn thời gian phát triển du lịch thông minh, nâng cao số lượng và chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Chính vì lý do đó, việc nghiên cứu thực trạng đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh nhằm đánh giá những vấn đề còn tồn tại trong công tác đào tạo, cộng với học hỏi tham khảo thực tiễn kinh nghiệm của Trung Quốc để đề xuất giải pháp cho Việt Nam là rất cần thiết.

1. KHÁI NIỆM DU LỊCH THÔNG MINH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM

Du lịch thông minh là việc sử dụng các công nghệ thông tin thế hệ mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và Internet vạn vật để hiện thực hóa trí tuệ của các dịch vụ du lịch, quản lý du lịch và tiếp thị du lịch. Tóm lại, đó là sử dụng các công nghệ mới để trải nghiệm du lịch trở nên tốt hơn. Công nghệ thông minh được ứng dụng trong xây dựng nền tảng thông tin, đổi mới số liệu thống kê du lịch, cung

cấp thông tin, quản lý tình trạng quá tải, bảo vệ tài nguyên và môi trường, đồng sáng tạo và cá nhân hóa trải nghiệm, giao thông du lịch,... Du lịch thông minh được phát triển trên cơ sở Thành phố thông minh, tận dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch đô thị nhằm đáp ứng các nhu cầu khác nhau của người dân, của khách du lịch.

Nhiều quốc gia đang chuyển đổi từ du lịch truyền thống sang du lịch sử dụng công nghệ thông tin làm công cụ hỗ trợ, vì vậy du lịch thông minh đã trở thành xu hướng và thách thức tất yếu. Phát triển *du lịch thông minh* được coi là giải pháp nhằm tăng tính kết nối của các điểm đến du lịch, đặc biệt là những điểm đến khó tiếp cận như điểm đến ở những địa điểm xa xôi, các đảo nhỏ cách biển, cũng như gắn kết các bên liên quan nằm rải rác trong một nền tảng trải nghiệm mà khách du lịch toàn cầu có thể truy cập trực tiếp. Theo Vũ Hương Giang và Vũ Lệ Mỹ (2022), thì phát triển du lịch thông minh là quá trình tăng lên không chỉ về lượng mà còn là sự thay đổi về chất các hoạt động du lịch có ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông theo hướng ngày càng hoàn thiện hơn nhằm mang lại lợi ích cho các đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch.

Với lợi ích của du lịch thông minh trong sự phát triển bền vững vì thế, Việt Nam cũng không nằm ngoài sự phát triển của xu hướng tất yếu này. Tại Việt Nam, chính sách, khung pháp lý phát triển du lịch thông minh đã được xây dựng. Luật Du lịch năm 2017 đã quy định “Nhà nước có chính sách trong việc khuyến khích hỗ trợ các hoạt động ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại phục vụ quản lý và phát triển du lịch”. Ngày 04/05/2017, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 16/2017/CT-TTg về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Thủ tướng đề nghị các bộ, ngành “Xây dựng chiến lược chuyển đổi số, nền quản trị thông minh, ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, đô thị thông minh”. Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/1/2020 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030 cũng đã nhấn mạnh phát triển du lịch thông minh; Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL ngày 21/12/2022 của Bộ

Văn hóa, Thể thao và Du lịch xác định mục tiêu chung: Ứng dụng công nghệ của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư để phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh tại Việt Nam, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch trong thời đại số, hỗ trợ kết nối hiệu quả giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp, khách du lịch và các chủ thể liên quan. Phát triển du lịch thông minh đảm bảo tính chuyên nghiệp, hiện đại, đáp ứng yêu cầu đổi mới, quản lý nhà nước ngày càng hiệu quả, góp phần nâng cao năng lực phát triển của du lịch Việt Nam, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đảm bảo phát triển bền vững và hội nhập quốc tế. Tổng cục Du lịch đã ban hành Quyết định số 553/QĐ-TCDL về Kế hoạch triển khai Đề án “Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” theo Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL ngày 21/12/2022 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Dựa trên các văn bản này, hiện nay chúng ta đã xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về du lịch với đường link truy cập <https://csdl.vietnamtourism.gov.vn/> bao gồm các thông tin về cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành quốc tế, hướng dẫn viên, nhà hàng, điểm đến, điểm mua sắm, vận tải khách du lịch, vui chơi giải trí, thể thao, chăm sóc sức khỏe, hiệp hội, cơ sở đào tạo, thông tin khoa học, nhân lực ngành du lịch. Tổng cục Du lịch (Bộ VHTTDL) đã phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) ra mắt Ứng dụng trên thiết bị di động (Mobile Application) kết nối hướng dẫn viên, khách du lịch, doanh nghiệp và cơ quan quản lý. Với mong muốn hỗ trợ du khách tìm kiếm thông tin, sử dụng dịch vụ thuận tiện, Tổng cục Du lịch chính thức ra mắt ứng dụng “Du lịch Việt Nam – Vietnam Travel”. Hay tại Thành phố Hồ Chí Minh, thực hiện ứng dụng công nghệ 3D trong thông tin, quảng bá du lịch, trong đó có ứng dụng công nghệ cao quét 3D từ trên cao và Bản đồ Du lịch tương tác thông minh 3D/360 TP.HCM với tính năng có hướng dẫn viên ảo tại các điểm đến đã quét hình ảnh 3D, dữ liệu video, hình ảnh 2D, audio ngôn ngữ Việt Anh về các điểm đến đã quét, hệ thống tour tự động theo các chương trình tour của các doanh nghiệp lữ hành đã thiết kế (Trường Bách, 2024). Tuy nhiên, với những thách thức mang lại như hạ tầng cơ sở, chi

phí, khả năng ứng dụng công nghệ,... dẫn đến việc phát triển du lịch thông minh chưa thực sự đồng bộ nên cho đến hiện nay, chưa có điểm đến du lịch nào tại Việt Nam được công nhận hay còn gọi là điểm đến du lịch thông minh.

2. YÊU CẦU CỦA DU LỊCH THÔNG MINH DÀNH CHO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Nguồn nhân lực du lịch bao gồm đội ngũ quản lý trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; Lao động quản lý các doanh nghiệp; Lao động nghiệp vụ (Lễ tân; Phục vụ buồng; bàn, bar; Nhân viên nấu ăn; Hướng dẫn viên; Nhân viên lễ hành, đại lý du lịch; Nhân viên khác) và lao động sự nghiệp (các nghiên cứu viên hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu liên quan, các giáo viên, giảng viên các cơ sở đào tạo du lịch). Với bản chất của du lịch thông minh cho nên nguồn nhân lực du lịch cần đáp ứng một số yêu cầu sau đây:

Thứ nhất, kiến thức du lịch vững và được cập nhật mới, kỹ năng chuyên sâu, ngoại ngữ giỏi. Điều này đòi hỏi kiến thức của cán bộ quản lý, nhân viên ngành du lịch phải sâu sắc, uyên thâm và kết nối được với nhiều lĩnh vực khoa học, nhiều nền văn hóa khác nhau, phải có kỹ năng nghề nghiệp đa dạng, giải quyết tốt các tình huống cụ thể, phải có kỹ năng quản lý thời gian, áp lực, tài chính, phân công nhiệm vụ, có kỹ năng tiếp thị nhằm thúc đẩy quảng bá du lịch và đặc biệt có năng lực sáng tạo và đổi mới phục vụ cho du lịch thông minh; nhân lực du lịch càng phải giỏi ngoại ngữ để còn sử dụng công nghệ – vốn công nghệ hiện đại đều đến từ các quốc gia ở châu Âu.

Thứ hai, khả năng làm chủ công nghệ, hiểu rõ các công nghệ mới như Trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big data), điện toán đám mây,..., có kỹ năng ứng dụng công nghệ hiện đại, nói chung lại, nguồn nhân lực cho du lịch thông minh phải có năng lực công nghệ, có khả năng thích ứng và thông minh hơn để phục vụ du khách để mang đến những trải nghiệm dành cho khách du lịch tiện lợi hơn, nhanh chóng hơn, dễ dàng sử dụng, đặc biệt là trong vấn đề bảo mật dữ liệu của khách du lịch.

3. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM

Văn bản chủ trương chính sách đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh: Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã xác định mục tiêu phát triển nguồn nhân lực như sau: (1) Nhà nước có chính sách thu hút đầu tư cho đào tạo nguồn nhân lực du lịch; tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo du lịch cả về cơ sở vật chất kỹ thuật, nội dung, chương trình và đội ngũ giáo viên. Đẩy mạnh xã hội hoá và hợp tác quốc tế, thu hút nguồn lực phát triển nguồn nhân lực du lịch. (2) Đa dạng hoá các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học – công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch. (3) Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động ngành Du lịch. (4) Hoàn thiện bộ tiêu chuẩn nghề quốc gia về du lịch tương thích với các tiêu chuẩn trong ASEAN; thành lập Hội đồng nghề du lịch quốc gia và Hội đồng cấp chứng chỉ nghề du lịch. Như vậy, về chính sách định hướng đào tạo nguồn nhân lực du lịch nói chung đã có, nhưng văn bản chính sách hoạch định cho đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh thì hiện nay chúng ta vẫn chưa ban hành cụ thể, chi tiết.

Số lượng cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho du lịch thông minh: Ở Việt Nam hiện nay, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch có tổng cộng gần 200 cơ sở đào tạo du lịch, trong đó có 62 trường đại học có khoa du lịch, 55 trường cao đẳng, 71 trường trung cấp, 04 trung tâm về dạy nghề (Nguyễn Lâm Ngọc Vi và Dương Thanh Tùng, 2023). Nhìn vào con số này, cho thấy số lượng cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch là tương đối lớn, đủ đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch.

Tuy nhiên trong số các cơ sở đào tạo du lịch trên thì tiêu biểu có 01 cơ sở đào tạo chuyên ngành về du lịch thông minh. Cụ thể là Trường Du lịch – Đại học Duy Tân, Đà Nẵng. Nghĩa là về số lượng cơ sở đào tạo du lịch về chuyên ngành du lịch thông minh là rất ít. Chủ yếu trong quá trình học, người học sẽ được biết đến về du lịch

thông minh dưới dạng một học phần/khóa học/dự án trong chuyên ngành nói chung về du lịch.

Số lượng nguồn nhân lực du lịch thông minh: Theo Ý Yên (2023), tổng số nhân lực du lịch đã được đào tạo từ sơ cấp trở lên chiếm khoảng 23% tổng số nguồn nhân lực toàn ngành. Nếu tính thêm số nhân lực được đào tạo truyền nghề dưới 3 tháng thì nguồn nhân lực du lịch được đào tạo mới đạt 42 % (chưa được 50%). Đội ngũ hướng dẫn viên được đánh giá có trình độ từ đại học trở lên chiếm 71,3%, tốt nghiệp cao đẳng chiếm 18%, trình độ khác chiếm 10,7%; tỷ lệ này trong lĩnh vực chuyên môn marketing du lịch là 84,2% và lễ tân là 65,3%. Trong tổng số nhân lực du lịch đã được đào tạo từ sơ cấp trở lên chiếm khoảng lĩnh vực phục vụ buồng, bar, bàn, bếp,...; lao động có trình độ trung cấp và sơ cấp lại chiếm tỷ lệ lớn: nhân viên bếp (85,6%); nhân viên chạy bàn (72,4%); nhân viên buồng phòng (70,7%); nhân viên quầy bar (75,5%).

Về đội ngũ đào tạo: có khoảng trên 2.000 giáo viên, giảng viên du lịch và cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo các cấp (giáo viên, giảng viên du lịch chiếm khoảng 73%, cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo chiếm khoảng 27%) và 2.579 đào tạo viên du lịch (đã có chứng chỉ đào tạo của Hội đồng cấp chứng chỉ du lịch Việt Nam). Giảng viên, giáo viên cơ hữu là 1.400 người, chiếm khoảng 70% và giảng viên thỉnh giảng là 600 lượt người, chiếm 30%. Giáo viên, giảng viên ở độ tuổi dưới 30 tuổi chiếm khoảng 29% và ở độ tuổi từ 31-50 tuổi chiếm 60%. Trong số giảng viên, giáo viên du lịch có 2 giáo sư, 11 phó giáo sư, 36 tiến sĩ, 210 thạc sĩ và 5 chuyên gia, nghệ nhân (Đào Mạnh Hùng, 2022).

Như vậy, số lượng nguồn nhân lực dành cho du lịch thông minh ở Việt Nam là thiếu về số lượng và chất lượng. Bởi nguồn nhân lực dành cho du lịch thông minh đòi hỏi đây là nguồn nhân lực chất lượng cao có khả năng ứng dụng công nghệ, được đào tạo gắn với thực tiễn, nhưng hiện nay, chúng ta vẫn chưa có nhiều điểm đến du lịch thông minh, chưa có nhiều ứng dụng du lịch thông minh để người học, nguồn nhân lực tham gia trải nghiệm thực tiễn.

Chương trình đào tạo du lịch thông minh: **Chương trình đào tạo ngành Du lịch** đều hướng tới giảng dạy và cung cấp cho xã hội

nguồn nhân lực chất lượng cao. Các chương trình đào tạo đều tập trung vào đào tạo quản trị du lịch và lữ hành, quản trị khách sạn, nhà hàng, quản trị kinh doanh du lịch,... Với xu thế tiếp cận với các chương trình đào tạo tiên tiến của thế giới và nghiên cứu thực tiễn của nhu cầu nhân lực du lịch, các ngành đào tạo về du lịch với chương trình đào tạo gắn với thực tiễn giúp sinh viên ra trường có thể đảm nhận được các vị trí. Tuy nhiên, hiện nay mới tạm thời ghi nhận có duy nhất chương trình đào tạo phục vụ riêng cho du lịch thông minh của Trường Du lịch, Đại học Duy Tân. Chương trình đào tạo dành cho du lịch thông minh bên cạnh những nội dung học phần cơ bản của du lịch thì cần có những học phần riêng khác biệt. Tham khảo chương trình đào tạo du lịch thông minh của Trường Du lịch, Đại học Duy Tân đã xác định chuẩn đầu ra và cơ hội việc làm như sau:

Chuẩn đầu ra: (i) Về kiến thức: Am hiểu kiến thức chung về ngành du lịch và lữ hành, hệ thống du lịch thông minh, các điểm du lịch tại Việt Nam. Phân tích và thiết kế hệ thống du lịch thông minh. Khả năng phân tích thị trường, đánh giá tình hình kinh doanh du lịch thông minh và đưa ra các quyết định phù hợp, có thể được ứng dụng vào hệ thống du lịch. Có chuyên môn về tổ chức các hoạt động kinh doanh du lịch thông minh và quản lý hệ thống của doanh nghiệp; (ii) Về kỹ năng: Có kỹ năng phân tích và thiết kế hệ thống, là cơ sở để xây dựng hệ thống du lịch thông minh. Dựa trên hệ thống, người học có khả năng truy xuất thông tin, xử lý dữ liệu, phân tích thông tin và ra quyết định trong kinh doanh du lịch. Ngoài ra, người học sẽ có thể thiết kế và xây dựng cơ sở dữ liệu để thiết kế, phân tích và quản lý hệ thống. Có khả năng giao tiếp, thuyết trình, làm việc cá nhân và nhóm. Sinh viên có khả năng sử dụng thành thạo các phần mềm thông dụng, bao gồm kỹ năng giao tiếp tiếng Anh, tin học văn phòng (Words, Excel, Powerpoint, v.v.), tiện ích Internet và phần mềm chuyên dụng quản lý du lịch, lữ hành; (iii) Về quyền tự chủ và trách nhiệm: Có phẩm chất đạo đức tốt, ý thức làm việc tốt, trách nhiệm công dân, tuân thủ pháp luật, lòng yêu nước, tự hào dân tộc. Tác phong du lịch chuyên nghiệp, thái độ phục vụ tốt, tâm huyết với

nghề, tích cực tham gia học tập và làm việc. Có khả năng cập nhật kiến thức và thỏa sức sáng tạo trong công việc.

Cơ hội việc làm: Sau khi hoàn thành chương trình học, sinh viên tốt nghiệp sẽ làm việc tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch thông minh, đại lý du lịch trực tuyến (OTA), công ty phát triển hệ thống du lịch thông minh và các cơ quan quản lý hệ thống thông tin du lịch thông minh tại Việt Nam và khu vực ASEAN.

Khóa học về du lịch thông minh ở cấp độ quốc gia: Hiện nay, ở Việt Nam vẫn chưa có các khóa học về du lịch thông minh ở cấp độ quốc gia để nhằm đào tạo đội ngũ nguồn nhân lực du lịch. Tại các cơ sở giáo dục đào tạo cũng rất ít các khóa học về du lịch thông minh.

4. THAM KHẢO, KINH NGHIỆM THỰC TIỄN ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH THÔNG MINH CỦA TRUNG QUỐC

Báo cáo Phát triển Du lịch Thông minh Quốc gia năm 2023 (sau đây gọi là “Báo cáo”) do Học viện Du lịch Trung Quốc công bố cho thấy tính đến tháng 6 năm 2023, số lượng người dùng đặt vé du lịch trực tuyến đã đạt 454 triệu người, chiếm 10% số cư dân mạng, chiếm 42,1% tổng số. Cả nước có hơn 150.000 khách sạn và B&B thông minh và thông minh, 48,6% trong số đó đã được thành lập trong vòng 1 đến 3 năm qua. Tổng số bằng sáng chế liên quan đến du lịch thông minh đã tăng từ 99 năm 2012 lên 731 vào năm 2021. Các sản phẩm du lịch thông minh ngày càng phong phú, ngành du lịch thông minh đang bùng nổ. Tính đến thời điểm hiện tại, cả nước đã có 3.382 danh lam thắng cảnh 4A và 5A được phủ sóng mạng 5G, chiếm 89% tổng số danh lam thắng cảnh 4A và 5A. China Mobile đã tạo ra gần 2.000 ứng dụng du lịch thông minh 5G+ tích hợp văn hóa và du lịch, đồng thời kết hợp thực tế (Yin Jie, 2023). Để có được những kết quả trên, kinh nghiệm thực tiễn trong công tác đào tạo ở Trung Quốc khái quát thành 04 giải pháp như sau:

Thứ nhất, ban hành chính sách về đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh

Năm 2020, Bộ Văn hóa và Du lịch và Bộ Giáo dục, Bộ Công nghiệp và Công nghệ thông tin, Bộ Công an, Bộ Tài chính, Bộ Giao

thông Vận tải, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn, Bộ Thương mại phối hợp ban hành văn bản về tăng cường “Internet + Du lịch” nhằm thúc đẩy sự phát triển chất lượng cao của ngành du lịch. Theo đó, đã đề ra giải pháp: Hướng dẫn các doanh nghiệp du lịch, các trường cao đẳng, đại học và cơ quan nghiên cứu khoa học thiết lập cơ chế hợp tác công nghiệp – đại học – nghiên cứu, tích cực thực hiện nghiên cứu và phát triển ứng dụng được hỗ trợ bởi đổi mới khoa học và công nghệ và tổ chức các cuộc thi đổi mới và sáng tạo ở các cấp để nâng cao chuyên đổi tỷ lệ kết quả đổi mới và thúc đẩy một nhóm nhân tài xuất sắc.

Hội đồng Nhà nước đã ban hành kế hoạch phát triển du lịch dựa trên thực hiện “Kế hoạch 5 năm phát triển kinh tế và xã hội quốc gia lần thứ 14 của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và Đề cương các mục tiêu dài hạn đến năm 2035 và Luật du lịch. Kế hoạch đã nhấn mạnh: Tăng cường đào tạo nhân tài đầu ngành du lịch, nhân tài cần thiết, công nghệ mới, hình thức kinh doanh mới, tạo cơ hội lực lượng lao động chất lượng cao, tương thích với sự phát triển của ngành Du lịch. Thực hiện kế hoạch đào tạo nhân tài du lịch sáng tạo.

Để thực hiện triệt để “Kế hoạch 5 năm phát triển kinh tế và xã hội quốc gia lần thứ 14 của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và Đề cương các mục tiêu dài hạn đến năm 2035”, “Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 về phát triển ngành thông tin và truyền thông” và “Kế hoạch 5 năm phát triển du lịch lần thứ 14” “Kế hoạch hành động ứng dụng 5G (2021-2023)” và “Ý kiến về việc đào sâu “Internet + Du lịch” đã được Bộ Công nghiệp và Công nghệ thông tin và Bộ Văn hóa và Du lịch ban hành văn bản thông báo vào năm 2023 về việc tăng cường hợp tác đổi mới và phát triển du lịch thông minh 5G+ như sau về nguồn nhân lực: Phát huy đầy đủ vai trò hướng dẫn của chính phủ, thúc đẩy hợp tác nghiên cứu – trường đại học – doanh nghiệp, thúc đẩy điều phối và liên kết nguồn lực giữa các trường đại học, viện nghiên cứu khoa học, các công ty viễn thông cơ bản và các thực thể thị trường khác, phát huy đầy đủ vai trò tích cực của các phòng thí nghiệm trọng điểm của Bộ Văn hóa và Du lịch, tăng cường hợp tác giữa các sở, chính quyền trung ương. Thúc đẩy xây dựng đội ngũ

nhân tài du lịch thông minh 5G+, đổi mới mô hình đào tạo và cải thiện cơ chế khuyến khích.

Bộ Văn hóa và Du lịch ban hành văn bản về thúc đẩy phát triển thị trường du lịch trực tuyến chất lượng cao vào năm 2023 trong đó xác định: Khuyến khích các hiệp hội ngành nghề tham gia xây dựng tiêu chuẩn quốc gia, tiêu chuẩn ngành đồng thời thực hiện đào tạo, bồi dưỡng nhân sự, nghiên cứu phát triển thị trường v.v. Thúc đẩy việc giới thiệu các tiêu chuẩn liên quan như ngành du lịch trực tuyến và thông số kỹ thuật của sản phẩm. Hỗ trợ các nhà điều hành du lịch trực tuyến xây dựng các tiêu chuẩn của công ty nhằm giúp cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Tập trung vào an toàn nội dung, an toàn sản xuất, phòng chống dịch bệnh, v.v. và tăng cường đào tạo nhân viên quản lý điều hành du lịch trực tuyến. Hướng dẫn các nhà khai thác du lịch trực tuyến đóng vai trò trong quá trình tiêu chuẩn hóa và quốc tế hóa du lịch.

Thứ hai, xây dựng các đề án/khóa học/chương trình đào tạo bồi dưỡng về du lịch thông minh cho nguồn nhân lực du lịch ở cấp độ quốc gia

Từ ngày 6 đến ngày 9 tháng 12 năm 2021, Cục Phát triển Tài nguyên đã tổ chức Khóa đào tạo Du lịch thông minh quốc gia năm 2021 tại tỉnh Tứ Xuyên, nhằm thực hiện triệt để “Kế hoạch phát triển kinh tế và xã hội quốc gia lần thứ 14 của Cộng hòa Nhân dân Trung Quốc và năm 2035 “Đề cương các mục tiêu dài hạn cho năm 2020” đưa ra các yêu cầu “phát triển sâu sắc du lịch đại chúng và du lịch thông minh, đổi mới hệ thống sản phẩm du lịch và cải thiện trải nghiệm tiêu dùng du lịch”, tăng cường hỗ trợ nhân tài cho du lịch thông minh nhằm phát triển du lịch, đồng thời tạo dựng đội ngũ du lịch thông minh, am hiểu chính trị, hiểu lý luận, am hiểu kinh doanh. Khóa đào tạo này cung cấp các bài giảng về ý nghĩa và lộ trình thực hiện du lịch thông minh, các khái niệm và thực tiễn du lịch thông minh cũng như việc tạo ra các sản phẩm du lịch văn hóa hấp dẫn thông qua các bài giảng tập trung, tương tác hỏi đáp, thảo luận nhóm, phỏng vấn và trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và giảng dạy tại chỗ.

Năm 2023, Khóa đào tạo khác do Cục Phát triển Tài nguyên của Bộ Văn hóa và Du lịch chủ trì thực hiện nhằm tạo ra một đội ngũ

du lịch thông minh, am hiểu về chính trị, lý thuyết và kinh doanh, khóa đào tạo này được thiết kế cẩn thận các chủ đề đặc biệt, trao đổi kinh nghiệm, phỏng vấn bàn tròn, giảng dạy tại chỗ và các nội dung khác. Các chuyên gia, học giả hoặc lãnh đạo doanh nghiệp từ Học viện Công nghệ Thông tin và Truyền thông Trung Quốc, Tập đoàn China Mobile, Tập đoàn China Unicom và Ngân hàng Nông nghiệp Trung Quốc đã tổ chức giảng dạy đặc biệt về phát triển kinh tế kỹ thuật số, xây dựng Thành phố thông minh, dịch vụ tài chính du lịch văn hóa kỹ thuật số, v.v. các sở văn hóa và du lịch địa phương khác đã chia sẻ kinh nghiệm phát triển du lịch thông minh và đại diện của các doanh nghiệp và dự án đổi mới du lịch thông minh đã tiến hành trao đổi tại chỗ. Khóa đào tạo cũng sẽ tổ chức cho học viên đến Trung tâm quản lý kỹ thuật số du lịch thông minh để thực hiện giảng dạy tại chỗ.

Cũng trong năm 2023, Khóa đào tạo nhân viên quản lý danh lam thắng cảnh thông minh tỉnh Hồ Nam được thực hiện bởi sự tài trợ của Sở Nhân lực và An sinh xã hội tỉnh Hồ Nam và Sở Văn hóa và Du lịch tỉnh Hồ Nam và do Trung tâm dịch vụ hướng dẫn viên du lịch của Sở Văn hóa và Du lịch tỉnh Hồ Nam chủ trì. Khóa đào tạo này nhằm mục đích nâng cao năng lực chuyên môn của các nhà quản lý các điểm du lịch thông minh tại địa phương, cải thiện mức độ tập trung dữ liệu du lịch văn hóa của địa phương cũng như trải nghiệm và sự hài lòng của khách du lịch đến Hồ Nam, đồng thời cung cấp hỗ trợ trí tuệ và đảm bảo tài năng cho việc xây dựng các điểm tham quan du lịch thông minh. Khóa đào tạo có tổng cộng 91 người từ 14 trường bộ phận phát triển vốn của các cơ quan văn hóa, du lịch, đài phát thanh, truyền hình và thể thao, 12 nhà quản lý danh lam thắng cảnh cấp 5A và 62 nhà quản lý danh lam thắng cảnh cấp 4A đã tham gia trong quá trình đào tạo. Nội dung đào tạo bao gồm xây dựng và vận hành nền tảng thông minh cho các điểm du lịch, du lịch văn hóa kỹ thuật số và bảo mật dữ liệu, giới thiệu các chức năng của hệ thống du lịch thông minh du lịch văn hóa Hồ Nam và “du lịch + thông minh” hỗ trợ phát triển các danh lam thắng cảnh chất lượng cao. Ngoài ra, các học viên còn ứng dụng

biển báo thông minh tại các danh lam thắng cảnh cụ thể. Các học viên bày tỏ rằng họ đều trân trọng cơ hội được học, nghiên cứu một cách bình tĩnh, chăm chú và tập trung, đồng thời chuyển hóa kết quả học tập của khóa đào tạo này thành kỹ năng thúc đẩy việc xây dựng các danh lam thắng cảnh thông minh và các ý tưởng quy hoạch phát triển du lịch thông minh.

Hay một khóa đào tạo khác được tổ chức nhằm trả lời các câu hỏi là: Du lịch thông minh hiện nay hoạt động hiệu quả như thế nào? Những khó khăn trong việc phát triển du lịch thông minh là gì và cách khắc phục? Làm thế nào để hướng dẫn và thúc đẩy tốt hơn sự phát triển của du lịch thông minh? Khóa đào tạo du lịch thông minh quốc gia đã được tổ chức tại Lệ Dương, do Cục Phát triển Tài nguyên của Bộ Văn hóa và Du lịch tài trợ. Đại diện các cơ quan văn hóa, du lịch, các điểm du lịch và các doanh nghiệp liên quan trên cả nước đã cùng nhau trao đổi, học hỏi kinh nghiệm phát triển du lịch thông minh thông qua giảng dạy đặc biệt, trao đổi kinh nghiệm, phỏng vấn bàn tròn, giảng dạy tại chỗ, v.v. Trong buổi giảng dạy tại chỗ, các học viên đã tiến hành nghiên cứu tại chỗ về nền tảng du lịch văn hóa thông minh. Thông qua khóa đào tạo này, các học viên đã mở rộng trí tuệ và tầm nhìn, đồng thời đều bày tỏ mong muốn biến kết quả học tập của mình thành những thước đo và kết quả công việc thiết thực nhằm thúc đẩy phát triển du lịch thông minh chất lượng cao.

Thứ ba, hỗ trợ tài chính trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch thông minh. Tiêu biểu như cơ quan nhà nước ở tỉnh Vân Nam, đã ban hành “Mười biện pháp nhân tài phục vụ sự phát triển của các ngành công nghiệp hiện đại” trong đó xác định Tăng cường hội nhập công nghiệp, học viện và nghiên cứu, hỗ trợ các trường đại học, viện nghiên cứu khoa học, công viên và doanh nghiệp cùng điều hành trường học, đào tạo độc lập các tài năng đổi mới công nghiệp, tập trung vào kim loại quý hiếm, năng lượng mới, sản xuất thiết bị tiên tiến, y sinh, kinh tế kỹ thuật số, nông nghiệp đặc trưng cao nguyên, du lịch thông minh, bảo vệ sinh thái và môi trường. Trong các lĩnh vực như các ngành công nghiệp trọng điểm và các ngành công

nghiệp mới nổi, mỗi chuyên ngành đại học mới sẽ được hỗ trợ tài chính 1 triệu nhân dân tệ khi đánh giá; các chương trình cấp bằng thạc sĩ và tiến sĩ mới được phê duyệt trong các ngành cấp một sẽ được hỗ trợ tài chính lần lượt là 2 triệu nhân dân tệ và 3 triệu nhân dân tệ. Thực hiện dự án cập nhật kiến thức cho các nhân tài chuyên môn và kỹ thuật trong kỷ nguyên mới, tổ chức 50 khóa đào tạo nâng cao hàng năm và hỗ trợ kinh phí 5 triệu nhân dân tệ. Áp dụng phương thức “cao đẳng nghề (kỹ thuật) + doanh nghiệp chuỗi công nghiệp trọng điểm” để cùng nhau xây dựng cơ sở giáo dục nghề nghiệp, cơ sở đào tạo đại học công nghiệp-nghiên cứu và cơ sở đào tạo nhân tài tay nghề cao. Hàng năm, 20 triệu nhân dân tệ được đầu tư để tổ chức cuộc thi kỹ năng nghề của địa phương, 10 chuyên ngành được chọn từ các chuỗi công nghiệp trọng điểm.

Thứ tư, đào tạo chuyên gia để chuyển đổi du lịch truyền thống sang du lịch thông minh. Để thúc đẩy phát triển du lịch thông minh, điều quan trọng là phải cung cấp chương trình đào tạo phù hợp cho sinh viên đại học. Với tinh thần trách nhiệm cao trong việc nuôi dưỡng các chuyên gia du lịch cho Macao, Cơ sở giáo dục đào tạo Macao đã thành lập Khoa Quản lý Du lịch và Khu nghỉ dưỡng Tích hợp (DRTM) được thành lập vào năm 2019 để đáp ứng nhu cầu về nhân tài trong lĩnh vực du lịch tổng hợp ở Macao, Trung Quốc và hơn thế nữa.

Qua việc nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn đào tạo nguồn nhân lực du lịch thông minh ở Trung Quốc thì chúng ta thấy rằng:

Ưu điểm: Cơ quan nhà nước ban hành văn bản chính sách nhằm phát triển du lịch thông minh, hỗ trợ tài chính, tổ chức, mở nhiều khóa học, chương trình đào tạo ở cấp độ quốc gia để tạo nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển du lịch thông minh. Việc chú trọng đào tạo nguồn nhân lực du lịch thông minh được triển khai từ trung ương cho đến địa phương.

Nhược điểm, hạn chế: chỉ riêng đối với giải pháp đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch thông minh chưa được cơ quan nhà nước ở Trung Quốc chú trọng ban hành văn bản chuyên biệt đề xuất giải pháp cụ thể, mà giải pháp đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực chỉ được đề cập như là một giải pháp nội dung nhỏ trong văn

bản chính sách của cơ quan nhà nước ban hành; Không có nhiều khóa học đào tạo nâng cao chuyên môn nguồn nhân lực du lịch thông minh; Chưa thành lập các quỹ/tài chính phục vụ cho đào tạo nguồn nhân lực du lịch thông minh; Chưa thực hiện giám sát hay báo cáo tổng kết định kỳ công tác định hướng đào tạo nguồn nhân lực du lịch thông minh.

5. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM

Đối với cơ quan nhà nước:

Một là, xác định rõ thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam, tại mỗi địa phương, cơ quan nhà nước trung ương – Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nói chung và mỗi cơ quan nhà nước địa phương – Ủy ban nhân dân tỉnh, Thành phố nói riêng cần ban hành văn bản, chính sách chuyên biệt tập trung cho đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển du lịch thông minh. Hiện nay, ở Việt Nam vẫn đang dừng lại là văn bản chính sách nói chung về phát triển du lịch, chưa có văn bản chuyên biệt phát triển du lịch thông minh, lại càng chưa có văn bản dưới dạng đề án/kế hoạch/chiến lược quốc gia về đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh.

Hai là, thường xuyên mở các khóa đào tạo/dự án/đề án ở cấp độ quốc gia cho việc đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch về du lịch thông minh để hiểu rõ, nắm rõ nhu cầu phát triển du lịch thông minh/khó khăn hay tiêu chí về năng lực chuyên môn để đáp ứng cho du lịch thông minh. Nghĩa là các khóa đào tạo cần xoay quanh hai trục vấn đề: chuyên môn chuyên ngành và kỹ năng ứng dụng công nghệ hiện đại. Cụ thể như mở khóa học về tiếp thị kỹ thuật số, quản lý phương tiện truyền thông xã hội và phân tích dữ liệu để trang bị học viên những kỹ năng cần thiết phục vụ cho du lịch thông minh. Qua các khóa học này, người học sẽ có cơ hội được trải nghiệm thực tế, hiểu rõ hơn thực tiễn.

Ba là, hỗ trợ tài chính, hỗ trợ tổ chức, là cầu nối giữa doanh nghiệp với cơ sở giáo dục đại học để mở các khóa đào tạo phục vụ đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh. Thành lập

quỹ phục vụ cho đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh. Thực hiện chính sách tuyển dụng, bố trí sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh một cách hợp lý, đặc biệt chú trọng đến việc cải cách chế độ tiền lương và thưởng nhằm tạo động lực mạnh mẽ cho nguồn nhân lực du lịch thông minh. Thực hiện giám sát và báo cáo tổng kết hàng năm về công tác đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch thông minh.

Bốn là, tích cực tăng cường hợp tác liên kết mạnh mẽ giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp và cơ sở giáo dục đại học để thể hiện vai trò định hướng, dẫn dắt cũng như giám sát công tác đào tạo, sử dụng nguồn nhân lực hiệu quả cho du lịch thông minh. Cử nhóm nhân lực du lịch thông qua chương trình hợp tác quốc tế ở các quốc gia như Hàn Quốc để học hỏi kinh nghiệm trong việc ứng dụng công nghệ du lịch thông minh, kinh nghiệm chương trình đào tạo du lịch thông minh...

Đối với cơ sở giáo dục đào tạo nguồn nhân lực du lịch: cần thực hiện quan tâm chế độ dành cho giảng viên tham gia đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch thông minh, đầu tư vào việc phát triển chuyên môn của giảng viên như mở hội thảo, tọa đàm về du lịch thông minh; được học tập và trải nghiệm du lịch thông minh ở nước ngoài; Cơ sở giáo dục đào tạo cũng cần tập trung xem xét chương trình đào tạo du lịch thông minh cần tăng các tiết thực hành, giảm bớt lý thuyết, có mô hình thực tiễn cho người học và giảng viên cùng thực hành, sử dụng công nghệ hiện đại trong đào tạo nguồn nhân lực. Và cuối cùng đặc biệt quan tâm đến nguồn học liệu mở phục vụ cho người học và giảng viên chuyên ngành du lịch thông minh.

Đối với nhân lực du lịch: cần phát huy tính chủ động học tập nâng cao kỹ năng am hiểu và ứng dụng công nghệ hiện đại; có kế hoạch học tập rõ ràng.

KẾT LUẬN

Đào tạo nguồn nhân lực du lịch về du lịch thông minh hiệu quả là vấn đề quan trọng trong nhóm giải pháp phát triển du lịch thông minh ở mỗi quốc gia. Cho nên, cần phát huy hết vai trò của các chủ

thể trong phát triển du lịch thông minh như cơ quan nhà nước, doanh nghiệp, cơ sở giáo dục đào tạo, nhân lực du lịch là rất quan trọng. Kết quả nghiên cứu của bài viết góp phần đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả trong đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tường Bách (2024), “Việt Nam hướng tới một hệ sinh thái du lịch thông minh”, <https://vneconomy.vn/viet-nam-huong-toi-mot-he-sinh-thai-du-lich-thong-minh.htm>.
2. Đào Mạnh Hùng (2022), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong tình hình mới», <https://vitea.vn/tham-luan-dao-cao-nguon-nhan-luc-du-lich-trong-tinh-hinh-moi-a7033.html>.
3. Vũ Hương Giang và Vũ Lệ Mỹ (2022), “Kinh nghiệm quốc tế về phát triển du lịch thông minh và bài học cho Việt Nam”. <https://jshou.edu.vn/houjs/article/view/158/143>.
4. Nguyễn Lâm Ngọc Vi và Dương Thanh Tùng (2023), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch góp phần đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch thông minh”, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/dao-cao-nguon-nhan-luc-du-lich-gop-phan-dap-ung-nhu-cau-phat-trien-du-lich-thong-minh-108288.htm>.
5. Ý Yên (2023), “Giải quyết bất cập trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam”, <https://dulich.laodong.vn/tin-tuc/giai-quyet-bat-cap-trong-dao-cao-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam-1283031.html>.
6. Yin Jie, 2023, “我国在线旅行预订用户规模达4.54亿智能化成旅游业新风”, http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2023-11/29/content_26029322.htm.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Thanh Hà¹

Tóm tắt: Trong bối cảnh phục hồi kinh tế toàn cầu, chuyển đổi số đang trở thành công cụ hữu ích giúp các ngành có những sự thay đổi lớn lao. Quá trình phát triển của du lịch Việt Nam cũng không nằm ngoài quy luật này. Việc áp dụng công nghệ, dữ liệu đã làm cho ngành Du lịch từ tiếp cận trực tiếp sang gián tiếp thông qua các dữ liệu được xây dựng trên nền tảng công nghệ số. Các doanh nghiệp du lịch trong nước muốn tồn tại và phát triển cần phải có một nguồn nhân lực số đồng đều đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Với thực tiễn phát triển du lịch Việt Nam trong thời gian qua, từ cách tiếp cận từ nguồn dữ liệu sơ cấp đến thứ cấp, tác giả mong muốn làm rõ thực trạng đào tạo nguồn nhân lực trong ngành Du lịch số hiện nay. Từ đó, đề xuất các giải pháp để phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao trong bối cảnh chuyển đổi số.

Từ khóa: đào tạo, nguồn nhân lực, du lịch, Việt Nam, chuyển đổi số.

TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCE ON THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION IN VIET NAM

Abstracts: In the context of global economic recovery, digital transformation is becoming a useful tool to help industries make great changes. The development process of Vietnamese tourism is no exception to this rule. The application of technology and data has changed the tourism industry from direct to indirect access through data built on digital technology platforms. Domestic tourism businesses that want to survive and develop need to have a large human resource to meet the needs of the market. With the reality of Viet Nam's tourism development in recent times, from the approach from primary to secondary data sources, the author wishes to clarify the current status of human resource training in the digital tourism industry. From there, propose solutions to develop tourism human resources to meet increasing requirements in the context of digital transformation.

Keywords: training, human resources, tourism, Viet Nam, digital transformation.

¹ Khoa Khoa học cơ bản, Trường Cao đẳng Đà Lạt

Email:nguyenthithanhha@cddl.edu.vn Điện thoại: 0942825975.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh chuyển đổi số, đặc biệt sau khi đại dịch COVID-19 kết thúc sự thiếu hụt nguồn nhân lực trong ngành Du lịch ngày càng trầm trọng. Theo thống kê năm 2023, ngành Du lịch cần đến 485.000 lao động phục vụ trong cơ sở lưu trú và 45.000 nhân sự quản trị. Thực tế, chỉ cung ứng khoảng 1/2 số lượng theo yêu cầu và chất lượng nguồn chỉ đạt ở trình độ sơ cấp, trung cấp là chủ yếu. Chính vì vậy, để ngành Du lịch Việt Nam bắt kịp nhịp độ phát triển của ngành Du lịch thế giới, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam cùng bạn bè quốc tế thì một trong những vấn đề đặt ra là phải nâng cao chất lượng hoạt động du lịch, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng trong bối cảnh chuyển đổi số, đáp ứng được yêu cầu của ngành trong bối cảnh du lịch thế giới đang chuyển mình. Trước những yêu cầu cấp thiết trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đạt chuẩn quốc tế, tác giả đã lựa chọn chủ đề “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam”. Trong đó, tác giả đi sâu phân tích thực trạng đào tạo nguồn nhân lực số hiện nay và một số giải pháp để nâng cao đào tạo nguồn nhân lực số đáp ứng được yêu cầu phát triển ngành Du lịch Việt Nam và thế giới.

2. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI VIỆT NAM

2.1. Một số khái niệm

Theo quan điểm của Liên hợp quốc (UN): “nguồn nhân lực là tất cả những kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, năng lực và tính sáng tạo của con người có quan hệ tới sự phát triển của mỗi cá nhân và của đất nước”. Trong khi đó, Tổ chức Lao động quốc tế lại cho rằng: “nguồn nhân lực của một quốc gia là toàn bộ những người trong độ tuổi có khả năng tham gia lao động”. Ở góc độ kinh tế: “nguồn nhân lực là một bộ phận dân số trong độ tuổi quy định có khả năng tham gia lao động”.

“Nhân lực du lịch” là khái niệm chỉ lực lượng lao động tham gia vào quá trình phát triển du lịch, gồm cả nhân lực trực tiếp và nhân lực gián tiếp. Trong đó, nhân lực trực tiếp là những người làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; các đơn vị sự nghiệp du lịch;

các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch. Còn nhân lực gián tiếp là bộ phận nhân lực làm việc trong các ngành, các quá trình liên quan đến hoạt động du lịch như văn hóa, hải quan, giao thông, xuất nhập cảnh, nông nghiệp, công nghiệp, thương mại, dịch vụ công cộng, môi trường, bưu chính viễn thông, cộng đồng dân cư...”¹

Khái niệm “chuyển đổi số trong ngành Du lịch” được hiểu như sau: “Chuyển đổi số trong ngành Du lịch chính là việc tiến hành chuyển dịch từ mô hình kinh doanh và tiếp thị truyền thống sang mô hình kinh doanh hiện đại hơn nhằm tập trung vào nâng cao trải nghiệm khách du lịch theo mô hình chuỗi giá trị số dựa trên dữ liệu.”²

Như vậy, chuyển đổi số trong ngành Du lịch làm cho khách hàng tiếp cận gần hơn bằng công cụ số hoá. Việc booking tour, phòng và các nhu cầu dịch vụ du lịch khác càng dễ dàng hơn. Các doanh nghiệp bắt buộc phải chuyển đổi số, nâng cao nguồn nhân lực để tăng sức cạnh tranh và tồn tại trong bối cảnh chuyển đổi số cũng như hội nhập quốc tế trong giai đoạn hiện nay.



Quy trình hoạt động của doanh nghiệp du lịch được chuẩn hóa trên nền tảng số của TravelMaster. Nguồn: TravelMaster.vn

¹ Thanh Hoá, “Nhân lực du lịch: Bài toán luôn cần lời giải”, đăng ngày 19 tháng 04 năm 2020, truy cập trang web <https://baothanhhoa.vn/du-lich/nhan-luc-nganh-du-lich-bai-toan-luon-can-loi-giai-moi/117626.htm> [Truy cập ngày 02-03-2024]

² FSI, “Chuyển đổi số trong ngành Du lịch là tất yếu trong năm 2024”, đăng ngày 23 tháng 01 năm 2024, truy cập trang web <https://fsvietnam.com.vn/giai-phap-chuyen-doi-so-nganh-du-lich/> [Truy cập ngày 02-03-2024]

2.2. Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay

Du lịch Việt Nam đã và đang hội nhập kinh tế, quốc tế sâu rộng, đồng thời các cơ sở đào tạo du lịch trong nước đã có nhiều nỗ lực để đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế tri thức. Tuy nhiên, trong bối cảnh chuyển đổi số của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Du lịch được xem là thiếu hụt trầm trọng.

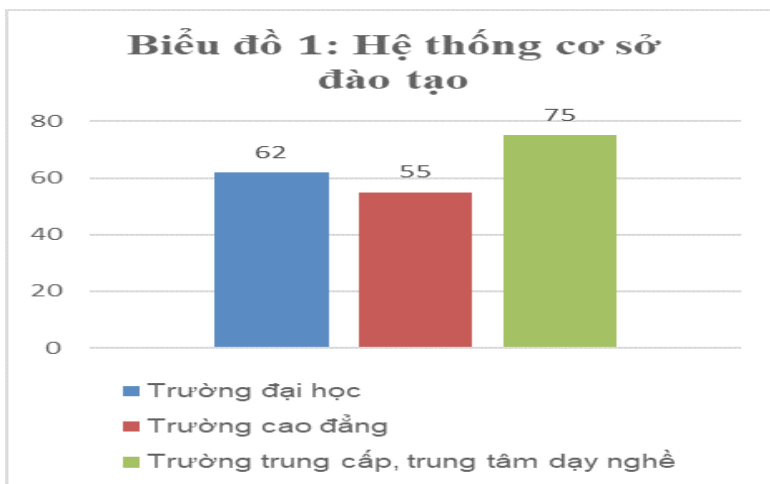
Mặc dù hiện nay rất có nhiều trường đào tạo nhân lực du lịch nhưng thực tế khi ra trường đi làm, phần nhiều người lao động không đáp ứng được các yêu cầu của ngành về nguồn nhân lực chất lượng cao. Nguồn nhân lực ngành Du lịch còn mỏng, chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường du lịch hiện nay bao gồm cả quản lý và người làm trực tiếp trong lĩnh vực du lịch.

Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được đánh giá ở các góc độ: kiến thức, kỹ năng, thái độ cũng như khả năng ngoại ngữ, khả năng tiếp cận công nghệ. Thực tế, nhìn vào đội ngũ hướng dẫn viên du lịch (HDVDL) tỷ lệ HDVDL sử dụng thành thạo ngoại ngữ rất thấp, đa phần vẫn là HDVDL nội địa. Thậm chí, rất nhiều trong số HDVDL Inbound không tốt nghiệp từ các cơ sở đào tạo du lịch mà tốt nghiệp đại học ngoại ngữ. Với đội ngũ nhân viên khách sạn cũng tương tự: Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp quản trị khách sạn sử dụng thành thạo tiếng Anh rất thấp nên nhiều khách sạn cao cấp đã phải tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp đại học ngoại ngữ. Số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam ngày càng gia tăng. Điều này đòi hỏi nhân lực ngành Du lịch phải giỏi về giao tiếp ngoại ngữ để không phải tuyển dụng nguồn nhân lực ở các lĩnh vực trái ngành. Đây là yêu cầu tất yếu để thu hút thị trường khách quốc tế ngày càng lâu dài. Việc nắm vững công nghệ thông tin sẽ làm cho việc tiếp cận chuyển đổi số càng nhanh chóng.

“Theo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2018), quy mô số lượng lao động trong ngành Du lịch khoảng 2,25 triệu người, chiếm khoảng 4% lực lượng lao động cả nước, nhưng về chất lượng thì còn rất khiêm tốn. Ước tính, chỉ có xấp xỉ 50% lao động du lịch đã qua đào tạo trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng (chiếm khoảng 20% nhân lực toàn ngành). Số lao động đã qua đào tạo trình độ đại học và sau đại học về du lịch đạt khoảng 7,5% số nhân lực có

chuyên môn du lịch (chiếm khoảng 3,2% tổng nhân lực lao động du lịch), trong khi số lao động du lịch dưới sơ cấp (đào tạo truyền nghề dưới 3 tháng) vẫn còn chiếm hơn 45% nhân lực có chuyên môn, bằng gần 20% nhân lực toàn ngành. Mặt khác, ngay cả trong lực lượng lao động đã qua đào tạo, rất nhiều trong số đó vẫn còn hạn chế về trình độ ngoại ngữ (nhân lực du lịch sử dụng được ngoại ngữ đạt khoảng 60% tổng nhân lực), công nghệ thông tin (toàn ngành có khoảng 68% nhân lực biết sử dụng máy tính đáp ứng được yêu cầu công việc)".¹

Viện nghiên cứu phát triển Việt Nam thống kê (2023): có gần 200 cơ sở tham gia đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong cả nước; bao gồm 62 trường đại học, 55 trường cao đẳng, 71 trường trung cấp, 4 trung tâm đào tạo nghề. Chỉ có duy nhất một cơ sở đào tạo trực thuộc doanh nghiệp là Trường Trung cấp du lịch – khách sạn Saigontourist của Tổng công ty Du lịch Sài Gòn. Tuy nhiên, nguồn đào tạo nhân lực của các trường cao đẳng, đào tạo nghề chỉ có thể cung ứng khoảng 15.000 nhân lực, thiếu hụt rất nhiều so với nhu cầu nhân lực hiện tại.



Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch

¹ PGS.TS. Nguyễn Hoàng(2020), “Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ngành Du lịch: Đào tạo phải đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường, Nxb Hồng Đức, Kỹ yếu hội thảo khoa học Quốc gia: *Nâng cao chất lượng nguồn du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0*, trang 7.

Các chương trình đào tạo nhân lực du lịch chưa bắt kịp sự biến đổi của thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Những kiến thức văn hóa chung, kinh tế và cả chuyên môn nghiệp vụ và đặc biệt đạo đức nghề nghiệp phải được đặt lên hàng đầu. Đồng thời, các hình thức học tập chưa đa dạng, chưa đáp ứng được nhu cầu học tập của người học. Việc đào tạo ngoại ngữ cũng chưa đáp ứng được nhu cầu giao tiếp khi làm việc với du khách quốc tế trong khi thị trường khách quốc tế ngày càng tăng và được mở rộng. Sinh viên ngành Du lịch tương đối thiếu những kỹ năng liên quan đến công nghệ. Đây là một trong những hạn chế khiến chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu du lịch thời kỳ chuyển đổi số toàn cầu.

3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

“Thực hiện Quyết định 1671/QĐ– TTg ngày 30–11–2018 của Thủ tướng Chính phủ, Tổng cục Du lịch Việt Nam (nay là Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) đã từng bước ứng dụng chuyển đổi số trong ngành Du lịch. Đây được coi là nền tảng hình thành hệ sinh thái du lịch số, từ đó tạo điều kiện dễ dàng tiếp cận và phát triển du lịch số nhanh hơn. Có thể thấy, ngành Du lịch Việt Nam đang dần thích ứng với xu hướng phát triển của thế giới một cách chuyên nghiệp và hiện đại. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch số và du lịch thông minh. Quyết định này cũng là tiền đề để hiện thực các nội dung về phát triển ngành Du lịch theo chủ trương, đường lối của Đảng tại Văn kiện Đại hội XIII “Đẩy mạnh cơ cấu lại ngành Du lịch, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển đồng bộ, bền vững và hội nhập quốc tế... Xây dựng, phát triển và định vị thương hiệu du lịch quốc gia gắn với hình ảnh chủ đạo, độc đáo, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc,... Đến năm 2030, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 47 – 50 triệu lượt, du lịch đóng góp khoảng 14 – 15% GDP và nâng tỷ trọng khu vực dịch vụ trong GDP lên trên 50%”¹.

¹ Tạp chí điện tử Lý luận chính trị, “Phát triển du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam”, đăng ngày 18 tháng 05 năm 2023, truy cập trang web <http://www.lyluanchinhtri.vn/home/index.php/thuc-tien/item/5004-phat-trien-du-lich-trong-bo-i-can-h-chuyen-doi-so-o-viet-nam.html> [Truy cập ngày 02–03–2024]

Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đặt mục tiêu đến năm 2025, du lịch Việt Nam sẽ tạo ra khoảng 5,5 – 6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp; đến năm 2030, ngành Du lịch sẽ tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm, trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp.

Như vậy, để có thể thực hiện các mục tiêu do Nhà nước và Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đề ra, chúng ta phải có các giải pháp để đào tạo nguồn chất lượng cao trong bối cảnh chuyển đổi số.

Thứ nhất, kết hợp hình thức đào tạo trực tuyến và đào tạo truyền thống

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động mạnh toàn diện trên các lĩnh vực và trực đến lĩnh vực giáo dục và đào tạo. Hình thức đào tạo trực tuyến phổ biến trên thế giới nhiều năm nhưng mãi đến khi đại dịch COVID-19 bùng phát thì giảng dạy trực tuyến mới trở thành xu hướng ở Việt Nam. Nhờ hình thức học trực tuyến, người học có thể tiếp cận với nhiều kiến thức mới. Người học có thể học mọi lúc mọi nơi một cách linh hoạt. Đào tạo trực tuyến mở rộng giúp người học kết nối một cách trực tiếp với những người trong lĩnh vực mình đang học tập, giúp sinh viên lĩnh hội được các kỹ năng làm việc một cách nhanh nhất thông qua những người cùng ngành.

Thứ hai, đổi mới các chương trình đào tạo phù hợp với xu thế phát triển du lịch toàn cầu

Nhân lực ngành Du lịch sẽ đảm nhiệm vị trí công việc ở những mảng khác nhau nên chương trình đào tạo phải phù hợp từng đối tượng. Đồng thời, các nội dung đào tạo cần đáp ứng được việc ứng dụng công nghệ trong xử lý du lịch thông minh; nâng cao đào tạo năng lực giao tiếp ngoại ngữ để thích ứng với môi trường du lịch theo xu hướng mới. Nhà trường cần theo dõi thị trường nguồn nhân lực để có chương trình đào tạo phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số, tăng cường liên kết giữa các cơ sở đào tạo chuyên sâu với các đơn vị du lịch, bảo đảm sự tham gia tích cực và đóng góp hiệu quả giữa “Nhà trường – Nhà tuyển dụng – Nhà nước”; từng bước triển khai hiệu quả cơ chế “đặt hàng đào tạo” gắn với tuyển dụng nhân sự du lịch chất lượng cao.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin mới và bồi dưỡng công nghệ thông tin cho giảng viên

“Ứng dụng công nghệ vào giảng dạy là một xu thế tất yếu, có vai trò quan trọng và sẽ đem lại lợi ích nhất định cho các cá nhân, tập thể và cho toàn xã hội. Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO) dự báo: Công nghệ thông tin sẽ làm thay đổi nền giáo dục một cách cơ bản và toàn diện, có hệ thống và mang tính hội nhập cao vào đầu thế kỉ XXI. Những công nghệ mới sẽ được nghiên cứu và ứng dụng vào trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Thực tế ảo trong đào tạo (Virtual Reality in Education) là một công nghệ mà các cơ sở đào tạo du lịch có thể sử dụng tới trong tương lai. Thông qua ứng dụng công nghệ thực tế ảo, sinh viên có được trải nghiệm thực tế về các điểm đến du lịch cũng như một số khu vực trong nhà hàng, bếp, khách sạn bằng những mô phỏng 3D hay 4D. Công nghệ VR mang lại cho sinh viên cách tiếp cận dễ hiểu, phong phú và hấp dẫn hơn so với việc học tập thông qua sách, trang web hoặc thậm chí video. Đặc biệt là trong các bối cảnh mà quá trình đi thực tế, thực tập không thể thực hiện được thì những tác động do sự gián đoạn gây ra cũng được giảm thiểu tối đa.

Một trong những nhân tố chủ yếu quyết định sự thành công của giáo dục là đội ngũ giảng viên. Vì vậy, để khắc phục các khó khăn trong triển khai đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở bất kỳ giai đoạn nào cũng cần đặt trọng tâm ở công tác nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên. Tuy nhiên, để đội ngũ giảng viên tiếp cận chuyển đổi số nhanh nhất thì những biện pháp như tập huấn nâng cao trình độ chuyên môn, sử dụng công nghệ thông tin phục vụ dạy học cần được thực hiện đều đặn và thường xuyên tại mỗi cơ sở đào tạo. “Cụ thể: Bồi dưỡng cho giảng viên chủ động tham gia các hình thức đào tạo tiên tiến, đào tạo trực tuyến, để vừa nâng cao trình độ, vừa tiếp cận các mô hình dạy học mới, qua đó giúp họ bổ sung kiến thức, đa dạng hóa các hình thức giảng dạy. Bên cạnh đó, mỗi giảng viên cần tích cực xây dựng và cập nhật kho học liệu số dùng chung, gồm bài giảng, giáo trình, đề thi điện tử, học liệu số, các phần mềm mô phỏng và các học liệu khác cần thiết. Ngoài ra cần có sự liên kết,

chia sẻ học liệu với các cơ sở đào tạo khác nhằm nâng cao năng lực nghiên cứu, đào tạo, giảng dạy cho đồng nghiệp”¹.

Thứ tư, tăng cường cơ sở vật chất, khoa học công nghệ cho các cơ sở đào tạo du lịch

Để đào tạo ra nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, các ngành và địa phương gắn liền với ngành Du lịch cần phải có kế hoạch điều chỉnh mạng lưới đào tạo du lịch phù hợp. Đồng thời, đầu tư cơ sở vật chất, khoa học công nghệ cho những trường trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch làm trường đào tạo nhân lực ngành Du lịch cung ứng cho các trung tâm du lịch trọng điểm trong cả nước. Khuyến khích các địa phương có tiềm năng du lịch mở cơ sở đào tạo du lịch ở các doanh nghiệp tư nhân theo quy định của pháp luật.

Thứ năm, liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp du lịch chuyển đổi số với nhà trường để sinh viên có điều kiện trải nghiệm, thực tế, thực tập.

Các trường, cơ sở đào tạo về du lịch hàng năm phải có những buổi thực tập, trải nghiệm thực tế ở các trung tâm lõi hành du lịch, các khách sạn và nhà hàng ở các mức độ cao cấp khác nhau. Những buổi thực tế, trải nghiệm như vậy giúp sinh viên sẽ hình thành các kỹ năng làm việc, giao tiếp, học hỏi kiến thức trực tiếp. Từ đó, khi ra trường đi làm, các sinh viên sẽ tự tin trong môi trường làm việc năng động; có kỹ năng tay nghề trong công việc được giao, giúp doanh nghiệp phát triển, đóng góp vào việc quảng bá hình ảnh, đất nước, con người Việt Nam với bạn bè quốc tế.

Thứ sáu, tăng cường liên kết, hợp tác quốc tế về đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Tạo điều kiện cho cơ sở đào tạo hợp tác song phương và đa phương với các cơ sở đào tạo nước ngoài, nhất là với các cơ sở

¹ Bắc Giang, “Chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch (phần 4)”, đăng ngày 31 tháng 10 năm 2022, truy cập trang web <https://dulichbacgiang.gov.vn/kham-pha/nguyen-cuu-va-trao-doi/chuyen-doi-so-trong-hoat-dong-du-lich-va-yeu-cau-dat-ra-doi-voi-dao-tao-nhan-luc-du-lich-phan-4-651.html> [Truy cập ngày 02-03-2024]

đào tạo du lịch trong khối ASEAN và khu vực châu Á – Thái Bình Dương; Gắn kết đào tạo với sử dụng trên cơ sở vừa đáp ứng yêu cầu ngành vừa thực hiện liên kết vùng và xuất khẩu lao động; Thu hút vốn đầu tư nước ngoài và công nghệ tiên tiến phục vụ phát triển nguồn nhân lực du lịch.

4. KẾT LUẬN

Có thể thấy, ngành Du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh, văn hóa, lịch sử của Việt Nam đến với thế giới; mở rộng sự hợp tác trên nhiều lĩnh vực, tạo điều kiện cho kinh tế phát triển. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ số, các doanh nghiệp Việt Nam đã học hỏi và phát triển doanh nghiệp của mình, thúc đẩy sự phát triển kinh tế quốc gia.

Trong việc thực hiện mục tiêu chuyển đổi số, Quyết định 411/QĐ-TTG đã định hướng phát triển kinh tế số giai đoạn 2025 – 2030. Đây sẽ là tiền đề và cơ sở để thúc đẩy các hoạt động của ngành Du lịch Việt Nam. Điều này giúp cho ngành Du lịch phát triển mạnh mẽ và tạo ra làn sóng chuyển đổi số trong tất cả lĩnh vực của ngành Du lịch. Đào tạo nguồn nhân lực Du lịch trong bối cảnh chuyển số sẽ tạo ra một hệ thống nhân lực đáp ứng xu thế phát triển du lịch toàn cầu. Với những kiến nghị trong bài viết, chúng tôi mong sẽ góp phần giúp cho các trường du lịch, các doanh nghiệp và các địa phương có cơ sở đào tạo nhân lực du lịch có cách nhìn mới và thay đổi phương thức đào tạo nhân lực cao trong bối cảnh chuyển đổi số, bắt kịp tốc độ phát triển của thị trường du lịch; giúp cho du lịch Việt Nam vươn mình cùng thế giới, khẳng định thương hiệu du lịch của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện đại hội toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb Chính trị Quốc gia – Sự thật, Hà Nội.
2. Lê Anh Tuấn (2019), “Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, tr. 3–19.

3. Nguyễn Hoàng (2020), “Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ngành Du lịch: Đào tạo phải đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường”, Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc gia: “*Nâng cao chất lượng nguồn du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0*”, Nxb Hồng Đức, tr. 7.
4. Phan Thị Ngân (2018), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0”, Kỷ yếu hội thảo khoa học: “*Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0*”, ISBN: 978-604-73-5980-6.
5. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2020), *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2019*, Nxb Lao động, Thành phố Hồ Chí Minh.
6. Tổng cục Du lịch Việt Nam: <http://vietnamtourism.gov.vn/>
7. Vũ Thành Long (2021), “Thực trạng và giải pháp phát triển nguồn nhân lực cho ngành Du lịch”, Tạp chí *Công thương*, Hà Nội.
8. Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch (2019), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035*, Hà Nội.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DU LỊCH VÀ YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. Đỗ Thị Thu Huyền¹, ThS. Nguyễn Cẩm Nga²

Tóm tắt: Trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ thực tế ảo (VR), Internet vạn vật (IoT)... đang có những tác động to lớn làm thay đổi mọi mặt trong đời sống kinh tế xã hội. Đó là những thay đổi từ phương thức truyền thống sang phương thức số hóa và hoạt động du lịch cũng không phải ngoại lệ. Những thay đổi này chính là quá trình chuyển đổi số. Chuyển đổi số trong du lịch thể hiện ở sự thay đổi về cách thức tổ chức quản lý, phương thức cung cấp sản phẩm du lịch đến du khách cũng như cách hưởng thụ trải nghiệm các dịch vụ du lịch của du khách,... Sự chuyển đổi đó một mặt đặt ra yêu cầu đối với nhà quản lý, mặt khác nguồn nhân lực cần phải đảm bảo một số nhóm kỹ năng để có thể trở thành chủ thể của ngành trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay. Trên cơ sở phân tích xu hướng chuyển đổi số du lịch; những yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch trong quá trình chuyển đổi số của ngành, bài viết làm rõ thực trạng nguồn nhân lực du lịch và đề xuất một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch trong xu thế chuyển đổi số du lịch ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: chuyển đổi số; du lịch; du lịch số; nguồn nhân lực; chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM AND REQUIREMENTS FOR THE QUALITY OF TOURISM HUMAN RESOURCES IN VIET NAM NOW

Abstract: Artificial intelligence (AI), virtual reality technology (VR), Internet of Things (IoT)... are having huge impacts that change all aspects of socio-economic life. These are changes from traditional methods to digital methods and tourism activities are no exception. These changes are the digital transformation process. Digital transformation in tourism is reflected in changes in the way of organizing and managing, the method of providing tourism products to tourists as well as the way tourists enjoy and experience tourism services,... That transformation, on the one hand, places demands on managers, on the other hand, human resources need to ensure certain skill groups to be able to become industry subjects in the current digital transformation context. Based on analysis of tourism digital transformation trends; requirements for tourism human resources

¹ Trường Đại học Công nghiệp Việt Trì, Email: dohuyenhc@gmail.com.

² Trường Đại học Công nghiệp Việt Trì.

in the process of digital transformation of the industry, the article clarifies the current situation of tourism human resources and proposes some solutions to develop tourism human resources in the trend of digital transformation in tourism. calendar in Viet Nam today.

Keyword: digital transformation; tourism; digital tourism; human resources; quality of tourism human resources

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã thúc đẩy xu hướng chuyển đổi số trong mọi mặt của đời sống xã hội. Quá trình này diễn ra ở tất cả các khâu của hoạt động kinh tế xã hội như cung ứng, sản xuất, hợp tác, mối quan hệ khách hàng hoặc thậm chí là tạo ra những doanh nghiệp mới với cách thức hoạt động mới mẻ hoàn toàn. Sự thay đổi này diễn ra trong hoạt động du lịch đã mang lại nhiều cơ hội cho các địa phương, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, du khách để tham gia và kết nối với nhiều cơ hội để tiếp cận và chia sẻ thông tin, kiến thức giữa các chủ thể, cộng đồng có chung lợi ích và mang lại hợp tác trong các dự án quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch cùng nhau. Tuy nhiên, sự chuyển mình này tất yếu dẫn đến sự thay đổi về cơ cấu, chất lượng lao động. Đó không chỉ là nguồn nhân lực với kỹ năng lao động cơ bản mà là nguồn nhân lực với những kỹ năng quan trọng nhất mà người lao động cần có để trở thành chủ thể của quá trình chuyển đổi số như: Tư duy phân tích, học tập tích cực và có chiến lược học tập sáng tạo, chủ động và độc đáo,... nhằm đáp ứng sự thay đổi và biến động của nghề nghiệp.

2. KHUNG LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.1. Xu hướng chuyển đổi số trong du lịch

Chuyển đổi số (Digital Transformation) được hiểu là sự tích hợp các công nghệ kỹ thuật số vào các hoạt động của doanh nghiệp làm thay đổi phương thức kinh doanh vận hành của doanh nghiệp nhằm tiếp cận và đáp ứng ngày càng tốt hơn các nhu cầu khách hàng. Trong hoạt động du lịch, quá trình chuyển đổi số được thể hiện ở một số xu hướng tiêu biểu:

Thứ nhất, sử dụng các thiết bị thông minh kết nối Internet vào việc thiết lập các kế hoạch du lịch. Xu hướng này giúp khách du lịch có thể dễ dàng xây dựng các kế hoạch du lịch từ việc tìm kiếm thông tin về địa điểm du lịch, đặt vé, đặt phòng cho đến việc lựa chọn các phương thức di chuyển cũng như lựa chọn giá trị thụ hưởng của những chuyến đi.

Thứ hai, ứng dụng AI và chatbox. AI và chatbox khi đã được lập trình có ưu điểm là khả năng làm việc liên tục và phản hồi các yêu cầu của khách hàng một cách tức thời. Do vậy, các doanh nghiệp và công ty lữ hành khi ứng dụng AI và chatbox có thể tiết kiệm nhiều chi phí nhân công trong hoạt động chăm sóc khách hàng.

Thứ ba, xu hướng lưu trú chia sẻ trên các nền tảng số. Xu hướng này mở rộng liên kết mạng lưới người cung cấp dịch vụ lưu trú và người có nhu cầu lưu trú qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử, tạo điều kiện tương tác mạnh mẽ nguồn cung và nguồn cầu không gian lưu trú.

Thứ tư, du lịch thực tế ảo. Du lịch công nghệ thực tế ảo được ứng dụng để thiết kế các tour tham quan, tương tác ảo giúp du khách không muốn hoặc không có điều kiện di chuyển vẫn có thể dễ dàng hình dung và tiếp cận các địa điểm, không gian du lịch.

Thứ năm, kết nối vạn vật (IoT – Internet of Things) trong ngành Du lịch. Dữ liệu IoT giúp doanh nghiệp biết được nhu cầu, thói quen du lịch và một số đặc điểm khác để có thể chuyển đến khách hàng tiềm năng những thông tin mà họ thật sự quan tâm.

Chuyển đổi số trong các hoạt động nói chung, chuyển đổi số trong du lịch nói riêng không chỉ tạo ra quy mô và tốc độ tăng trưởng, mà còn làm hoạt động du lịch thay đổi trên hai bình diện. *Một là*, thay đổi các yếu tố cấu thành phương thức tổ chức quản lý kinh doanh như nguồn lực, hạ tầng, mô hình, cách thức vận hành doanh nghiệp. *Hai là*, thay đổi cấu trúc mô hình doanh nghiệp. Trong đó, đáng chú ý là những yêu cầu đặt ra đối với chất lượng nguồn nhân lực.

2.2. Nguồn nhân lực du lịch

Theo Tổ chức Lao động Thế giới (ILO), nguồn nhân lực là nguồn cung cấp sức lao động cho sản xuất xã hội, cung cấp nguồn lực con người cho sự phát triển, bao gồm toàn bộ dân cư có thể phát triển bình thường. Ở phạm vi hẹp hơn, nguồn nhân lực là khả năng lao động của xã hội, là nguồn lực cho sự phát triển kinh tế – xã hội, bao gồm lực lượng trong độ tuổi lao động, có khả năng tham gia vào lao động, sản xuất xã hội.

Nhân lực ngành Du lịch bao gồm toàn bộ các nhân lực trực tiếp và gián tiếp tham gia vào quá trình phục vụ khách du lịch. Trong đó nhân lực trực tiếp là những người trực tiếp phục vụ khách du lịch tại khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành, cửa hàng phục vụ khách du lịch, cơ quan quản lý du lịch,... Lao động gián tiếp là những lao động thực hiện các công việc mang tính quản lý, hỗ trợ cho hoạt động du lịch như quản lý nhà nước về du lịch tại các cơ quan của Chính phủ, quản lý, hành chính tại công ty lữ hành, khách sạn,... Nhìn chung, nguồn nhân lực ngành Du lịch có một số đặc điểm chung như sau: Thứ nhất, nhân lực ngành Du lịch có tính chuyên môn hoá cao; Thứ hai, tỷ lệ lao động trẻ, lao động nữ, lao động thời vụ trong ngành Du lịch cao hơn các ngành khác; Thứ ba, thời gian làm việc của nhân lực ngành Du lịch phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng; Thứ tư, trong kinh doanh du lịch, phần lớn nhân lực tiếp xúc trực tiếp với khách hàng và họ tham gia thực hiện các công việc nhằm đạt được mục tiêu đề ra. (Lê Quân, 2015)

Cũng như nhân lực ở các ngành nghề khác, nhân lực du lịch là bộ phận cầu thành lực lượng sản xuất giữ vị trí hàng đầu trong các nguồn lực. Nó là tổng thể số lượng và chất lượng của con người với tổng hòa các tiêu chí về trí lực, thể lực và những phẩm chất đạo đức, tinh thần tạo nên năng lực mà con người, doanh nghiệp, xã hội đã, đang và sẽ thực hiện sử dụng trong quá trình lao động tạo ra các giá trị vật chất và tinh thần, giúp xã hội tồn tại, vận động và phát triển theo hướng ngày càng hoàn thiện và tiến bộ hơn.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu, sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn (Desk Research) phân tích, tổng hợp tài liệu, lấy thông tin thứ cấp. Trong nghiên cứu, trước tiên, nhóm tác giả thu thập các công bố về chuyển đổi số, nguồn nhân lực, nhân lực du lịch nhằm hiểu rõ một số lý thuyết nền trong nghiên cứu nguồn nhân lực du lịch trong xu hướng chuyển đổi số. Sau khi có đầy đủ thông tin cần thiết về lý thuyết nền, tiếp tục nghiên cứu nhằm hiểu rõ các nhóm kỹ năng nhân lực du lịch cần đảm bảo trong chuyển đổi số; thực trạng nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam để từ đó đưa ra một số giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong xu hướng chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Các nhóm kỹ năng nhân lực du lịch cần đảm bảo trong chuyển đổi số

Chuyển đổi số trong du lịch được hiểu là toàn bộ hoạt động du lịch dựa trên nền tảng số, sử dụng công nghệ số và dữ liệu để tạo ra những đổi mới trong tổ chức quản lý, cung ứng dịch vụ thậm chí là tạo ra mô hình kinh doanh mới. Thời gian gần đây Việt Nam đang tạo ra các điều kiện cơ bản để thực hiện và thúc đẩy chuyển đổi số trong các hoạt động nói chung và hoạt động du lịch nói riêng, như mức độ kết nối Internet, mức độ sử dụng các thiết bị thông minh có kết nối Internet

Tuy nhiên, mức độ chủ động tham gia vào quá trình chuyển đổi số nước ta còn một số hạn chế, có phần tự phát. Khoa học – công nghệ và đổi mới sáng tạo chưa thực sự là động lực phát triển kinh tế – xã hội; hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia mới được hình thành, chưa đồng bộ và hiệu quả,... Những hạn chế trong chuyển đổi số quốc gia và chuyển đổi số kinh tế đã có những ảnh hưởng đến chuyển đổi số du lịch, đặc biệt là cơ cấu và chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu, lực lượng lao động còn thiếu những kỹ năng cần thiết để hoàn toàn làm chủ trong quá trình chuyển đổi số. Thực tế để luôn chủ động và là chủ thể của quá trình chuyển đổi số thì nguồn nhân lực du lịch cần đảm bảo một số nhóm kỹ năng. Cụ thể:

Thứ nhất, nhóm kỹ năng liên quan đến nhận thức bao gồm tư duy phản biện, kỹ năng giải quyết vấn đề – ra quyết định, khả năng sáng tạo – tư duy đột phá trong công việc; có khả năng làm chủ các thiết bị công nghệ số trong quá trình tương tác của các hoạt động du lịch.

Thứ hai, nhóm kỹ năng về thể chất được thể hiện ở kỹ năng ngôn ngữ, kỹ năng về cuộc sống; kỹ năng làm chủ cảm xúc; kỹ năng vượt qua khó khăn và áp lực, thích ứng trong thời gian nhanh nhất với môi trường lao động và tiến bộ khoa học công nghệ mới;

Thứ ba, nhóm kỹ năng về xã hội gồm có kỹ năng giao tiếp ứng xử; kỹ năng thu hút đối phương; kỹ năng thuyết trình, làm việc nhóm hiệu quả; kỹ năng tạo lập và duy trì các mối quan hệ; kỹ năng thuyết phục và gây ảnh hưởng, có tác phong kỷ luật và đạo đức trong hoạt động nghề nghiệp.

Có thể khẳng định nguồn nhân lực là nhân tố đóng vai trò quyết định cho sự phát triển bền vững du lịch. Do vậy, đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch là yếu tố quan trọng nhất không chỉ tạo sự phát triển ổn định và bền vững của ngành mà còn tạo cơ hội thúc đẩy quá trình chuyển đổi số du lịch diễn ra nhanh chóng.

4.2. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay

Nhân lực làm việc trong lĩnh vực du lịch hiện nay đạt khoảng 2,25 triệu người, chiếm khoảng 4% lực lượng lao động cả nước bao gồm các vị trí việc làm: nhân sự tham mưu quản lý nhà nước về hoạt động du lịch; nhân sự quản lý doanh nghiệp, quản trị kinh doanh; nhân sự tham gia đào tạo lĩnh vực du lịch; nhân sự làm việc trực tiếp trong hoạt động du lịch như hướng dẫn viên, marketing, lễ tân,... Chỉ riêng hướng dẫn viên du lịch, tính đến hết năm 2023, cả nước có khoảng 37.331 người được cấp thẻ. (Nguyễn Đăng Tiến, 2021)

Số lượng nhân lực trong ngành Du lịch đang có xu hướng tăng, đáp ứng ngày càng tốt hơn sự vận động phát triển của ngành. Tuy nhiên, để phát triển du lịch trong xu thế chuyển đổi số thì chất lượng nguồn nhân lực còn một số hạn chế. Theo ông Nguyễn Đạo Dũng, trưởng phòng Quản lý lữ hành của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

trên chuyên trang “Du lịch” của Báo *Lao động* cho biết: năng suất lao động trong ngành Du lịch và khách sạn còn thấp, cụ thể năng suất lao động tại khách sạn ở Việt Nam chỉ bằng 1/15 Singapore, 1/10 Nhật Bản và 1/5 Malaysia, mỗi năm ngành cần khoảng 40.000 nhân viên mới và 25.000 nhân viên cần được đào tạo lại.

Nhân lực ngành Du lịch còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch khi hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng và yêu cầu chuyển đổi số du lịch. Số lượng nhân lực còn ít, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với bằng cấp. Kiến thức hội nhập, năng lực ngoại ngữ, tin học; năng lực sáng tạo, lãnh đạo, quản lý, quản trị và kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế chưa tương ứng với yêu cầu phát triển của ngành.

Nguồn nhân lực du lịch hiện nay, về mặt số lượng cần bổ sung ở một số vị trí như cán bộ tham mưu quản lý nhà nước, quản lý doanh nghiệp, quản trị kinh doanh, chuyên gia hoạch định chính sách, nghiên cứu chiến lược phát triển ngành; về mặt chất lượng cần định hướng nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm cần thiết để thích ứng với các xu thế chuyển đổi số trong hoạt động du lịch hiện nay.

4.3. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong xu thế chuyển đổi số

Giải pháp về cơ chế, chính sách

Cần có sự tham gia đầy đủ, có trách nhiệm của các cơ quan, ban, ngành trong đề xuất, xây dựng chương trình phối kết hợp đào tạo bồi dưỡng, lựa chọn nguồn nhân lực, đáp ứng với yêu cầu, nhiệm vụ của ngành. Tập trung thống nhất ở mục tiêu, quan điểm tạo điều kiện thuận lợi để phát triển nguồn nhân lực của ngành, trong đó cần có kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo từng nhóm nhân lực trọng tâm, đi đầu trong quá trình chuyển đổi số.

Tiếp tục củng cố, hoàn thiện tổ chức bộ máy, đổi mới và nâng cao chất lượng hoạt động của cơ quan tham mưu, quản lý nhà nước về du lịch nhằm phát huy vai trò của cơ quan tham mưu trong việc theo dõi, dự báo, xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển nguồn nhân lực ngành theo xu hướng chuyển đổi số ngành.

Thực hiện tốt chức năng quản lý nhà nước đối với các cơ sở giáo dục – đào tạo nhân lực du lịch; đẩy mạnh phân cấp, thực hiện quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các cơ sở đào tạo nhân lực. Tiếp tục hoàn thiện nội dung, chương trình giảng dạy, đào tạo theo hướng tiên tiến, hiện đại; xác định nội dung kiến thức, kỹ năng cần đào tạo chuyên sâu cho từng nhóm nhân lực du lịch nhằm hướng tới việc đào tạo các kỹ năng, năng lực số cho nguồn nhân lực du lịch.

Giải pháp đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, các công ty lữ hành

Cũng giống như các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp du lịch hay công ty lữ hành cần xây dựng chiến lược, giải pháp kinh doanh song song với chiến lược phát triển nguồn nhân lực trong hoạch định chính sách. Thực tế hiện nay nhiều doanh nghiệp du lịch, công ty lữ hành thường chú trọng đến chiến lược kinh doanh, phân khúc khách hàng,... mà chưa chú trọng đúng mức đến công tác phát triển nhân lực. Điều này dẫn đến tình trạng chất lượng nguồn nhân lực không đáp ứng được nhu cầu phát triển đặc biệt trong xu thế chuyển đổi số hiện nay. Nếu muốn phát triển bền vững, doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược kinh doanh song song với chiến lược phát triển nguồn nhân lực. Theo đó, doanh nghiệp cần gắn kết chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp theo từng thời kỳ và mục tiêu cụ thể của từng giai đoạn để quy hoạch nguồn nhân lực tại các vị trí việc làm phù hợp.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động học tập, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực như hỗ trợ kinh phí, thời gian, lựa chọn hình thức đào tạo phù hợp với yêu cầu chuyên môn, năng lực nghề nghiệp của nguồn nhân lực tại đơn vị. Doanh nghiệp cũng cần thúc đẩy việc liên kết hợp tác đào tạo với các cơ sở giáo dục bằng cách doanh nghiệp tham gia đào tạo, trao đổi công nghệ hoặc tham gia vào xây dựng chương trình, mục tiêu đào tạo, chuẩn đầu ra cho các chương trình đào tạo chuyên ngành Du lịch.

Giải pháp đối với các cơ sở đào tạo

Trong xu thế chuyển đổi số, yêu cầu đối với nguồn nhân lực sẽ ngày càng khắt khe. Những yêu cầu đó không chỉ dừng lại ở

phạm vi kiến thức chuyên môn mà còn bao gồm cả kỹ năng sống, sự nhanh nhạy trong xử lý công việc, cũng như sử dụng thành thạo ngoại ngữ và công nghệ thông tin. Điều này đòi hỏi các cơ sở đào tạo chuyên ngành Du lịch trong bối cảnh hiện nay phải đem lại cho người học những kỹ năng và kiến thức cơ bản lẫn tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với các thách thức và yêu cầu công việc thay đổi liên tục để tránh bị đào thải. Do vậy, đối với các cơ sở đào tạo cần phải:

– Nghiên cứu thay đổi nội dung, phương pháp đào tạo nhằm đào tạo ra nguồn nhân lực có khả năng tiếp nhận các xu thế công nghệ mới, đặc biệt là hình thành và hoàn thiện các kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm, kỹ năng sử dụng ngoại ngữ, tin học. Xây dựng hệ sinh thái với sự liên kết, chuyển giao ba bên giữa doanh nghiệp, nhà trường và người học nhằm đáp ứng nhu cầu đào tạo về kỹ thuật, công nghệ cũng như đáp ứng nhu cầu học tập, cập nhật công nghệ cho các lứa tuổi.

– Các trường đại học, cao đẳng, trung cấp thay đổi phương thức giảng dạy, tăng cường thực hành; ứng dụng công nghệ trong nghiên cứu, đào tạo,... Ngoài ra, cơ chế, chính sách về đào tạo, bồi dưỡng và thu hút nguồn nhân lực du lịch cần được tiếp tục hoàn thiện; khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch,...

KẾT LUẬN

Chuyển đổi số nói chung, chuyển đổi số du lịch nói riêng là tất yếu do sự tác động ngày càng mạnh mẽ của các thành tựu cách mạng công nghiệp 4.0. Để quá trình này thực sự mang lại hiệu quả thúc đẩy chuyển đổi số kinh tế và chuyển đổi số quốc gia thì việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trở thành yếu tố giữ vai trò cốt lõi. Việc thực hiện tổng hòa các giải pháp vai trò trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp, các công ty lữ hành, các cơ sở giáo dục chuyên ngành Du lịch và bản thân mỗi nguồn nhân lực sẽ phát huy vai trò chủ động trong việc tiếp cận, thích ứng và sử dụng các công nghệ số hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Báo cáo hằng năm của về hoạt động kinh doanh du lịch của Tổng cục du lịch Việt Nam.
- [2] Bộ chính trị, *Nghị quyết về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*(Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017), Hà Nội.
- [3] TS. Hoàng Thị Bình, TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai. “Đào tạo nguồn nhân lực phát triển du lịch bền vững: cơ hội và thách thức”, Tạp chí *Văn học nghệ thuật*, số 491, tháng 3/2022.
- [4] Mai Lan Hương (2020), “Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0”, Tạp chí *Khoa học Xã hội Việt Nam* (Số 03), 37–43.
- [5] Lê Quân (2015), “Nghiên cứu, đề xuất phát triển nhân lực ngành Du lịch tỉnh Quảng Bình”, Luận án Tiến sĩ.
- [6] Nguyễn Đăng Tiến (2021), “Nhu cầu nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch – cơ hội và thách thức”, [<http://ftf.saodo.edu.vn/nguyen-cuu-trao-doi>]
- [7] <https://dulich.laodong.vn/tin-tuc/giai-quyet-bat-cap-trong-dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam-1283031.html>.

GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG CHUYỂN ĐỔI SỐ QUỐC GIA

ThS. Dương Thị Tuyết Trinh¹

Tóm tắt: Có thể nói, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đem đến nhiều thời cơ cũng như đặt ra thách thức đối với nguồn nhân lực Việt Nam nói chung và nguồn nhân lực du lịch nói riêng. Trong quá trình phát triển hoạt động du lịch, việc phát triển nguồn nhân lực là vấn đề quan trọng được quan tâm đặc biệt. Tuy nhiên, chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong chuyển đổi số quốc gia còn nhiều hạn chế trước yêu cầu hội nhập. Trong giới hạn bài viết, tác giả tập trung khái quát về thực trạng nguồn nhân lực du lịch trong chuyển đổi số; trên cơ sở đó đề xuất một vài giải pháp đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch trong chuyển đổi số hiện nay.

Từ khóa: Nguồn nhân lực, du lịch, chuyển đổi số, quốc gia.

SOLUTIONS FOR TRAINING AND USING TOURISM HUMAN RESOURCES IN NATIONAL DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract: It can be said that the 4.0 industrial revolution brings many opportunities as well as challenges to Vietnamese human resources in general and tourism human resources in particular. In the process of developing tourism activities, human resource development is an important issue that receives special attention. However, the quality of tourism human resource training in national digital transformation is still limited due to integration requirements. Within the limits of the article, the author focuses on generalizing the current situation of tourism human resources in digital transformation. From there, the author will propose a few solutions for training and using tourism human resources in today's digital transformation.

Keywords: Human resources, tourism, digital transformation, country.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, bức tranh kinh tế Việt Nam nhìn chung vẫn còn gặp nhiều khó khăn, du lịch luôn thể hiện là một điểm sáng đáng trân trọng, ngày càng khẳng định vai trò là ngành kinh tế

¹ Trường Cao đẳng Vĩnh Long.

dịch vụ, ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng và xã hội cao. Để tiếp tục phát triển ngành du lịch trong thời đại chuyển đổi số, đòi hỏi phải có một nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ cho lĩnh vực này là một trong những yêu cầu cấp thiết được Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm trong giai đoạn hiện nay. Bài viết sẽ đi vào tìm hiểu về thực trạng chuyển đổi số trong ngành Du lịch; thông qua thực trạng đề xuất một vài giải pháp đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch trong chuyển đổi số quốc gia hiện nay.

1. CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Khái niệm “nguồn nhân lực”

Nguồn nhân lực là “tổng thể số lượng và chất lượng con người với tổng hòa các tiêu chí về trí lực, thể lực và những phẩm chất đạo đức – tinh thần tạo nên năng lực mà bản thân con người và xã hội đã, đang và sẽ huy động vào quá trình lao động sáng tạo vì sự phát triển và tiến bộ xã hội”.¹

1.2. Khái niệm nguồn nhân lực du lịch

Nguồn nhân lực du lịch chỉ lực lượng lao động tham gia vào quá trình phát triển du lịch, gồm cả nhân lực trực tiếp và nhân lực gián tiếp. Trong đó, nhân lực trực tiếp là những người làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; các đơn vị sự nghiệp du lịch; các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch. Còn nhân lực gián tiếp là bộ phận nhân lực làm việc trong các ngành, các quá trình liên quan đến hoạt động du lịch như văn hóa, hải quan, giao thông, xuất nhập cảnh, nông nghiệp, công nghiệp, thương mại, dịch vụ công cộng, môi trường, bưu chính viễn thông, cộng đồng dân cư,... Điều đó cho thấy, nhân lực du lịch có độ bao phủ tương đối rộng và chất lượng của nó không chỉ tác động và đóng vai trò quyết định đối với sự phát triển du lịch, mà còn góp phần không nhỏ vào sự phát triển các ngành, các lĩnh vực khác có liên quan.

¹ https://mic.gov.vn/mic_2020/Pages/TinTuc/156349/Phat-trien-nguon-nhan-luc-trong-xay-dung-kinh-te-so-o-Viet-Nam.html#:~:text=Quy%C3%A0, truy cập ngày 7/10/2022.

1.2. Vai trò của nguồn nhân lực du lịch trong phát triển nền kinh tế

Ngành Du lịch được hiểu một cách đơn giản chính là những hoạt động liên quan đến nhu cầu về giải trí, nghỉ dưỡng, tham quan,... của con người sống tại địa điểm nào đó. Do đó, ngành Du lịch không còn đơn giản phục vụ nhu cầu của khách hàng. Chính nhờ xu hướng hội nhập của thế giới, ngành Du lịch tác động rất lớn đến việc quảng bá nét đẹp về thiên nhiên, văn hóa lẫn cả con người. Vì vậy mà rất nhiều bạn bè thế giới biết đến nước ta với những hình ảnh tuyệt đẹp về thiên nhiên, ẩm thực, văn hóa,... cho nên, du lịch có vai trò quan trọng trong phát triển nền kinh tế nước nhà.

Mặt khác, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế – xã hội, góp phần vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, mang lại nguồn thu ngân sách quốc gia, thu hút vốn đầu tư và xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, tác động tích cực đối với các ngành kinh tế liên quan.

Đối với phương diện xã hội, ngành Du lịch góp phần nhiều đến việc bạn bè quốc tế biết đến với những hình ảnh thiên nhiên, văn hóa đẹp nhất, mang đến cơ hội giao lưu, tìm tòi nhiều nền văn hóa khác nhau. Chính vì lẽ đó, nguồn nhân lực du lịch đóng một vai trò vô cùng quan trọng không chỉ đối với phát triển ngành du lịch mà còn góp phần không nhỏ đối với sự phát triển của nền kinh tế đất nước. Do đó, yêu cầu căn bản để phát triển ngành du lịch là phải có một đội ngũ nhân lực của ngành có chất lượng cao, được đào tạo, bồi dưỡng kịp thời, đáp ứng được các yêu cầu về kỹ năng, kinh nghiệm, khả năng giao tiếp, trình độ ngoại ngữ, biết ứng dụng công nghệ trong thời kỳ công nghệ số hiện nay.

2. THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Thuận lợi

Chuyển đổi số là một chủ trương lớn của Đảng, Nhà nước ta trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã nêu rõ nhiệm vụ cần đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, hình thành và phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh ở Việt Nam. Để triển khai chuyển đổi

số của ngành Du lịch, năm 2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1671/QĐ-TTg, ngày 30/11/2018 phê duyệt “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025”, trong đó, nhấn mạnh ưu tiên phát triển du lịch số, du lịch thông minh, xem đây là một trong những lĩnh vực có mức độ sẵn sàng cao.

Nhận thức được chuyển đổi số thành công sẽ đem lại nhiều lợi ích và tiềm năng lớn cho sự phát triển của ngành Du lịch nước nhà, hiện nay, các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp lữ hành Việt Nam đã và đang tích cực triển khai nhiều giải pháp công nghệ cũng như thiết lập các chính sách phù hợp để tăng tốc chuyển đổi và đem lại trải nghiệm tích cực hơn cho du khách. Có thể nói, năm 2022 là giai đoạn đẩy mạnh chuyển đổi số theo hướng lấy người dân, doanh nghiệp làm trung tâm, toàn dân, toàn diện. Theo đó, Chương trình thúc đẩy chiến lược nền tảng số quốc gia sẽ cung cấp đầy đủ thông tin và trải nghiệm trực tuyến cho khách du lịch cũng được diễn ra quyết liệt trên nhiều địa phương.

Năm 2023, Trung tâm Thông tin du lịch (Tổng cục Du lịch) cũng chính thức ra mắt phiên bản mới tài liệu Hướng dẫn Chuyển đổi số trong ngành Du lịch “Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động” gồm các giải pháp tổng thể và bước đi cụ thể để triển khai chuyển đổi số. Đây là nhiệm vụ thực hiện chỉ đạo của Tổng cục Du lịch nhằm hình thành một bộ tài liệu hướng dẫn chung trong toàn ngành về chuyển đổi số. Tài liệu Hướng dẫn chuyển đổi số trong ngành Du lịch “Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động” sẽ là khung hướng dẫn để triển khai chuyển đổi số một cách thống nhất, đồng bộ trong ngành Du lịch, giúp tối ưu hóa kết quả, tiết kiệm nguồn lực và tăng cường tính liên kết trong toàn ngành.

Hiện nay, trên cả nước, các địa phương đã đồng loạt triển khai và áp dụng nhiều ứng dụng chuyển đổi số nhằm thích ứng xu thế và nâng cao hiệu quả ngành du lịch. Có thể kể đến các tỉnh thành sau:

Tại Hà Nội, Cổng thông tin Du lịch cùng vô vàn ứng dụng du lịch thông minh hay bản đồ du lịch số đã ra đời. Đồng thời, hệ thống dữ liệu của hơn 300 điểm du lịch trên địa bàn đã được thống

nhất và liên kết với nhau. Trên cổng thông tin, khách du lịch có thể tiếp cận thông minh đa phương tiện vừa xem, vừa nghe, vừa đọc để khai thác trọn vẹn tiềm năng, thế mạnh di sản văn hóa Hà Nội.

Thành phố Đà Nẵng cũng tích cực chuyển đổi số ngành du lịch với việc triển khai ứng dụng thực tế ảo VR360 “Một chạm đến Đà Nẵng”. Thông qua ứng dụng, du khách có thể trải nghiệm và khám phá các địa danh nổi tiếng tại Đà Nẵng với thuyết minh tự động hai ngôn ngữ Anh – Việt, hình ảnh 360 độ,... cùng nhiều ứng dụng chuyển đổi số khác nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch từ nhiều nơi trên thế giới.

Tại Thành phố Hồ Chí Minh, ngành Du lịch đã có những bước tiến lớn khi ứng dụng phần mềm du lịch thông minh trên cả hai nền tảng Android và IOS; đồng thời triển khai ứng dụng công nghệ 3D trong thông tin, quảng bá du lịch nhằm mục đích tái hiện sinh động không gian Thành phố trên cao, đem đến cho du khách những trải nghiệm thú vị. Ngoài ra, Thành phố còn cập nhật 366 tài nguyên du lịch lên trên nền tảng Google Earth và Google Map, đồng thời đưa sản phẩm du lịch lên sàn giao dịch thương mại điện tử Shopee, Traveloka, tiếp cận dễ dàng hơn với khách du lịch hiện đại.

2.2. Khó khăn

Trên thực tế hiện nay, quá trình chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin của ngành Du lịch chưa được diễn ra đồng bộ và thống nhất. Tại nhiều địa phương vẫn tồn tại sự khác biệt về công nghệ số. Các khu vực có điều kiện tốt để chuyển đổi số trong du lịch hầu hết là ở các tỉnh, Thành phố lớn.

Bên cạnh đó, những hoạt động số hóa trong ngành còn diễn ra lẻ tẻ, rời rạc, chưa kết nối và xây dựng cơ sở dữ liệu thành công. Bởi vậy quá trình quản lý, kiểm soát, báo cáo cũng như thống kê dữ liệu trong ngành gặp nhiều khó khăn. Chẳng hạn như nhiều lĩnh vực khác, chuyển đổi số ngành du lịch hiện cũng đang phải đối diện với không ít những khó khăn về thiếu hụt nguồn lực. Cụ thể, đó là thiếu công nghệ hiện đại, tài chính cũng như nguồn nhân lực số có đầy đủ kiến thức, kỹ năng. Để chuyển đổi số thành công, cần phải

có nguồn nhân lực giỏi, đội ngũ chuyên gia có năng lực về công nghệ thông tin. Tuy nhiên, hệ thống đào tạo hiện nay của Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập trong việc bắt kịp xu hướng đào tạo nhân tài và phát triển nguồn nhân lực du lịch số.

Song song đó, công tác bồi dưỡng, đào tạo nhân lực du lịch mới còn nhiều bất cập. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm, toàn ngành cần thêm 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành Du lịch chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó, chỉ có hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. Nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp vào làm tại các doanh nghiệp đã không đáp ứng được vị trí việc làm, hầu hết các doanh nghiệp đều phải mất thời gian, công sức đào tạo lại kỹ năng nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ và đặc biệt là ý thức nghề nghiệp.¹

Thêm vào đó, chất lượng lao động, năng suất làm việc, chất lượng nguồn nhân lực du lịch còn nhiều hạn chế, thiếu lao động lành nghề, nhất là các chuyên gia đầu ngành, trình độ ngoại ngữ, kỹ năng tay nghề vẫn chưa đáp ứng được tốc độ phát triển. Nhân lực được đào tạo du lịch tại vùng sâu, vùng xa tiếp tục thiếu và yếu sẽ là thách thức lớn khi phát triển các khu du lịch mới, việc đào tạo cho dân tộc thiểu số gặp nhiều trở ngại về ngôn ngữ, văn hóa,... Việt Nam có giá nhân công rẻ, nhưng năng suất lao động thấp hơn so với các quốc gia trong khu vực. Một số nhân lực phục vụ du lịch làng nghề, du lịch cộng đồng,... chưa được đào tạo bài bản về kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề, trình độ ngoại ngữ,...; Mất cân đối cơ cấu và chất lượng nguồn nhân lực theo các vùng miền, địa phương; Chậm đổi mới, hội nhập với xu thế toàn cầu hóa, quốc tế hóa.

Ngoài ra, các ứng dụng về chuyển đổi số du lịch còn riêng lẻ, chưa liên thông, chưa đồng bộ, cơ sở dữ liệu được xây dựng theo từng lĩnh vực chuyên ngành ít có sự chia sẻ, kết nối thông tin; chưa có cơ chế bắt buộc chia sẻ dữ liệu; công tác điều hành của Sở Du

¹ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-lien-ket-dao-tao-giua-nha-truong-va-doanh-nghiep-trong-dao-tao-phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-nham-thich-ung-thoi-ky-hau-covid-19-89795.htm>, truy cập ngày 07/07/2022.

lịch vẫn theo cách truyền thống, chỉ đạo bằng văn bản; chưa có hệ thống tổng hợp dữ liệu trên nền tảng công nghệ thông tin. Đặc biệt, các doanh nghiệp nhất là doanh nghiệp kinh doanh khách sạn vẫn trong tình trạng thiếu nhân lực làm được việc thiếu chuyên nghiệp, tính kỷ luật lao động kém, thái độ phục vụ chưa chu đáo. Việc sử dụng thành thạo ngoại ngữ, tin học trong công việc của lao động Việt Nam còn rất hạn chế.

Mặt khác, đa số các nhà hàng, khách sạn, đại lý lữ hành, cửa hàng du lịch, điểm du lịch trong nước chưa bố trí nhân sự có kinh nghiệm về du lịch số để phục vụ yêu cầu chuyển đổi số và nhu cầu của du khách. Ngoài ra, thiếu hụt dữ liệu do chưa cập nhật được đầy đủ toàn bộ số liệu, báo cáo, phân tích từ nhiều nguồn khác nhau; nhiều địa phương chưa biết bắt đầu chuyển đổi số từ đâu cũng chính là vật cản trên bước đường chuyển đổi số ngành Du lịch thành công.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG CHUYỂN ĐỔI SỐ QUỐC GIA

Thứ nhất, Đảng ủy và chính quyền các cấp cần quan tâm, hỗ trợ, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư, phát triển ngành du lịch trong quá trình chuyển đổi số; đồng thời tiếp tục đổi mới tư duy, nâng cao nhận thức trong toàn ngành về cách mạng công nghệ số với ngành Du lịch. Đội ngũ nhân lực trong toàn ngành phải nhận thức được đúng đắn về cách mạng công nghệ 4.0 và ý thức được sự tác động của làn sóng công nghệ mới lên ngành Du lịch, lên từng vị trí việc làm là tất yếu. Từ đó, mỗi nhân lực làm việc trong ngành cần chủ động, nỗ lực trong học tập và đổi mới, nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, trình độ sử dụng công nghệ mới. Các cơ quan quản lý du lịch các cấp, cơ quan truyền thông đại chúng đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức của đội ngũ người lao động, khách du lịch và cộng đồng về cách mạng công nghệ số với ngành Du lịch.

Thứ hai, hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách về phát triển nguồn nhân lực du lịch bằng cách rà soát, sửa đổi, bổ sung và ban hành mới

những văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến cách mạng công nghệ số với ngành Du lịch nói chung và phát triển nguồn nhân lực du lịch nói riêng cho phù hợp với bối cảnh, tình hình mới; phải có chính sách hỗ trợ, nâng cao năng lực đào tạo của các cơ sở đào tạo nghề du lịch trong cả nước gắn với việc ứng dụng công nghệ tiên tiến trong công tác đào tạo; đảm bảo hài hòa giữa chính sách thuyên giảm biên chế với chính sách tuyển mộ nguồn nhân lực chất lượng cao cho các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch các cấp; phải có cơ chế đãi ngộ tốt và cơ chế thu hút hiền tài cho ngành du lịch; tạo thuận lợi về điều kiện công tác, môi trường làm việc cho nguồn nhân lực có trình độ cao về công nghệ trong ngành du lịch; phải có cơ chế khuyến khích, khen thưởng kịp thời đối với người lao động trong ngành có ý tưởng đổi mới, sáng tạo, nghiên cứu, áp dụng những thành tựu công nghệ tiên tiến nâng cao năng suất, chất lượng hiệu quả trong công việc; đặc biệt doanh nghiệp du lịch cần trang bị cho nhân lực du lịch những kiến thức về hội nhập, giỏi về ngoại ngữ, tin học, nghiệp vụ du lịch, am hiểu thị trường, luật pháp,... nhằm phục vụ tốt cho du khách tham quan.

Thứ ba, đối với cơ sở đào tạo, cần có cơ chế, chính sách ưu tiên đào tạo nhân lực du lịch; thay đổi mục tiêu đào tạo, xây dựng đội ngũ giảng viên vững vàng về chuyên môn nghiệp vụ, đáp ứng yêu cầu hội nhập, đổi mới nội dung chương đào tạo theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa, tiếp cận dần yêu cầu năng lực làm việc trong các lĩnh vực của ngành, trình độ tiên tiến của khu vực và thế giới; đẩy mạnh hoạt động liên kết đào tạo giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp, hướng tới đạt chuẩn quốc tế về chất lượng đào tạo; tăng cường cơ sở vật chất, nhất là công nghệ thông tin phục vụ việc nghiên cứu, giảng dạy, học tập là yếu tố rất quan trọng trong thời kỳ công nghiệp 4.0 để nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập.

Thứ tư, đào tạo và cải thiện nguồn nhân lực du lịch đủ về số lượng phù hợp với đảm bảo cung cấp đủ cho các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và cho nhu cầu của các doanh nghiệp du lịch. Việc đảm bảo về số lượng nguồn nhân lực, đáp ứng yêu cầu sử

dụng lao động của các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp du lịch là cơ sở để đảm bảo việc cung cấp các dịch vụ theo yêu cầu, tiêu chuẩn đặt ra đối với chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách du lịch. Bên cạnh đó, tiếp tục duy trì và mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp du lịch bằng cách thiết lập các đối tác với các doanh nghiệp du lịch để đảm bảo chương trình học phù hợp với nhu cầu thực tế của ngành. Hợp tác này có thể bao gồm việc cung cấp cơ hội thực tập cho sinh viên, giảng dạy bởi các chuyên gia ngành và đảm bảo rằng nội dung chương trình học liên quan đến các dự án và nghiên cứu của các doanh nghiệp. Đồng thời, đào tạo giảng viên chất lượng, phải đảm bảo rằng các giảng viên được đào tạo thường xuyên và cập nhật kiến thức để có thể dạy các chương trình đào tạo du lịch theo một cách hiệu quả và chuyên nghiệp.

Thứ năm, tăng cường tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo và đào tạo lại cho nguồn nhân lực du lịch nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng về cách mạng công nghệ số; nâng cao năng lực sử dụng công nghệ thông tin trong công việc của người lao động ngành Du lịch; nâng cao trình độ, hiểu biết của người lao động về những công nghệ nguồn, công nghệ cốt lõi của cách mạng công nghệ số và khả năng ứng dụng vào ngành; đồng thời cần tăng cường đào tạo kỹ năng số cho người dân. Khi người dân địa phương được trao quyền bằng cách đào tạo kỹ năng số sẽ mở ra cơ hội đầu tư rộng rãi từ các nhà cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến và cung cấp sự thuận tiện cho khách du lịch. Mặt khác, người dân địa phương cần phải được trao quyền kỹ thuật số vì họ là những người sẽ tiếp xúc trực tiếp với khách du lịch và họ đóng vai trò chính trong việc tạo ra những điều đáng nhớ và trải nghiệm phong phú cho khách du lịch, đồng thời họ cũng là người tạo ra giá trị và cộng tác viên trong quảng bá hình ảnh quê hương mình như một điểm đến du lịch hấp dẫn.

Thứ sáu, tăng cường liên kết, nâng cao chất lượng đào tạo, gắn đào tạo với nhu cầu nhân lực. Nâng cao chất lượng công tác tuyển sinh ngay từ đầu vào, đổi mới nội dung, chương trình đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên, đầu tư hệ thống cơ sở vật chất phù hợp với tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế; chú trọng đào tạo chuyên môn

gắn với đào tạo nâng cao năng lực tiếp cận khoa học công nghệ tiên tiến, chuẩn hóa kiến thức và kỹ năng thực hành nghề ngày càng tốt hơn trước yêu cầu chuyển đổi số; phát triển mạng lưới chuyên gia ở tất cả ngành nghề trong du lịch và tổ chức chương trình đào tạo theo hướng chuyển đổi số; tăng cường liên kết giữa các cơ sở đào tạo chuyên sâu với các đơn vị du lịch, bảo đảm sự tham gia tích cực và đóng góp hiệu quả giữa “Nhà trường – Nhà tuyển dụng – Nhà nước”; từng bước triển khai hiệu quả cơ chế “đặt hàng đào tạo” gắn với tuyển dụng nhân sự du lịch chất lượng cao.

Thứ bảy, cần tăng cường ứng dụng công nghệ tiên tiến trong các hoạt động du lịch. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch các cấp cần hoàn thiện và triển khai đồng bộ Chính phủ điện tử, thực hiện thủ tục hành chính điện tử, dịch vụ công trực tuyến, số hóa – công nghệ hóa các hoạt động quản lý chuyên môn; phát triển Cổng thông tin du lịch quốc gia trên cơ sở tích hợp thông tin sản phẩm du lịch của các đơn vị, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch. Đây là một trang web trực quan, giới thiệu các điểm đến của đất nước, chia sẻ những việc hoạt động diễn ra trên khắp đất nước và cung cấp thông tin thực tế về cách thực hiện chúng; cung cấp cho khách du lịch những ý tưởng về kỳ nghỉ; giới thiệu các chiến dịch và thông tin điểm đến được phát triển theo chuyên đề, chủ đề xoay quanh các hoạt động phổ biến và các loại hình nghỉ ngơi. Do đó, Cổng du lịch quốc gia cần được thiết kế “động”, thông tin theo thời gian thực. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần tích cực triển khai thương mại điện tử, đẩy mạnh các loại hình kinh doanh trực tuyến, hình thành và thu hút sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp đối với hệ thống các sàn giao dịch du lịch điện tử; đối với khách du lịch, khuyến khích sử dụng các dịch vụ trực tuyến, sử dụng các phần mềm, tiện ích thông minh trên các thiết bị di động thông minh, sử dụng các hình thức thanh toán điện tử.

Thứ tám, Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp ngành du lịch trong quá trình chuyển đổi số bằng cách xây dựng, ban hành bộ chỉ số chuyển đổi số du lịch áp dụng cho các doanh nghiệp. Chỉ số này đánh giá tình trạng chuyển đổi số hiện tại của doanh nghiệp

dựa trên các trụ cột: lãnh đạo và tổ chức, quy trình và hoạt động, khách hàng, đổi mới, công nghệ và dữ liệu. Về phía cơ quan quản lý du lịch, trên cơ sở chấm điểm tự động, cơ quan nhà nước tư vấn chuyển đổi số cho doanh nghiệp. Đây là bước đầu tiên quan trọng cho phép cơ quan quản lý du lịch xác định các hành động/trụ cột cần hỗ trợ doanh nghiệp và các bên liên quan. Cơ quan quản lý du lịch xây dựng các giai đoạn trưởng thành của quá trình chuyển đổi số doanh nghiệp và danh sách các nền tảng số để khuyến nghị các doanh nghiệp sử dụng phù hợp với mức độ chuyển đổi số của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Tóm lại, trong xu thế hội nhập và phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhu cầu đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch có ý nghĩa quyết định để đưa ngành du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và hội nhập với quốc tế. Vì vậy, phát triển du lịch trong giai đoạn mới phải chú trọng tính chuyên nghiệp, hiện đại, theo chuẩn mực quốc tế nhưng cũng đa dạng, độc đáo, riêng có; kiên định mục tiêu nhưng phải hết sức linh hoạt, thích ứng, đổi mới, sáng tạo, gắn kết chặt chẽ với quá trình chuyển đổi số. Thông qua một vài đề xuất, người viết hy vọng góp thêm một phần công sức vào phát triển tiềm năng du lịch trong thời kỳ đổi mới hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Xuân Hậu (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập – Sự lựa chọn những giải pháp phù hợp*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Lê Anh Tuấn (2019), *Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2017), *Nghị quyết số 08-QĐ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
4. Chính phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020, Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.

5. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016), *Đề án tăng cường đào tạo theo nhu cầu xã hội lĩnh vực du lịch đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030*.
6. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2019), “Xu hướng phát triển của du lịch thể giới và tác động đối với du lịch Việt Nam”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Hà Nội.
7. <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-lien-ket-dao-tao-giua-nha-truong-va-doanh-nghiep-trong-dao-tao-phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-nham-thich-ung-thoi-ky-hau-covid-19-89795.htm>, truy cập ngày 07/07/2022.
8. <https://tapchitaichinh.vn/nganh-du-lich-viet-nam-nam-2023-ca-hoi-vuot-thac-suy-thoi.html>, truy cập ngày 14/3/2024.
9. <https://tapchitaichinh.vn/nganh-du-lich-viet-nam-nam-2023-ca-hoi-vuot-thac-suy-thoi.html>, truy cập ngày 19/12/2023.
10. https://mic.gov.vn/mic_2020/Pages/TinTuc/156349/Phat-trien-nguon-nhan-luc-trong-xay-dung-kinh-te-so-o-Viet-Nam.html#:~:text=Quy%C, truy cập ngày 7/10/2022.

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CÁC TRƯỜNG ĐÀO TẠO NGHỀ DU LỊCH Ở VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Hồng Thanh¹

Tóm tắt: Chuyển đổi số trong ngành du lịch được các chuyên gia nhận định là xu thế tất yếu trong năm 2024. Nền kinh tế số đang tạo động lực để thay đổi ngành du lịch chuyển dần cách thức tương tác cũng như nâng cao trải nghiệm của du khách trong và ngoài nước. Do đó các trường đào tạo nghề du lịch cần nhanh chóng đưa ra những giải pháp thiết thực nhằm phát triển môi trường chuyển đổi số trong quá trình dạy và học để đáp ứng tốt xu thế phát triển của thời đại. Bài viết của tác giả gồm 3 nội dung, cụ thể như sau: (1) Đặt vấn đề; (2) Thực trạng chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch; (3) Đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch.

Từ khóa: đào tạo nguồn nhân lực, chuyển đổi số, du lịch, đào tạo nghề du lịch.

SOLUTIONS TO PROMOTE DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM VOCATIONAL TRAINING SCHOOLS IN VIET NAM

Abstract: Digital transformation in the tourism industry is identified by experts as an inevitable trend in 2024. The digital economy is creating a driving force to change the tourism industry, gradually changing the way of interaction and improving the experience of domestic and international tourists. Therefore, tourism training schools need to quickly come up with practical solutions to develop a digital transformation environment in the teaching and learning process to meet the development trend of the times. The article consists of 3 contents, specifically as follows: (1) Problem setting; (2) The status of digital transformation in tourism training schools; (3) Proposing solutions to promote digital transformation in tourism training schools.

Keywords: human resource training, digital transformation, tourism, tourism vocational training.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngành du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ kể từ sau đại dịch COVID – 19, thu hút lượng lớn du khách quốc tế và nội địa. Trong bối cảnh nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao

¹ Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang.

cho ngành du lịch ngày càng tăng thì chuyển đổi số được xem là giải pháp quan trọng để nâng cao chất lượng đào tạo nghề du lịch, đáp ứng nhu cầu thị trường lao động và phát triển ngành du lịch Việt Nam.

Nếu chuyển đổi số trong ngành du lịch chính là việc tiến hành chuyển dịch từ mô hình kinh doanh và tiếp thị truyền thống sang mô hình kinh doanh hiện đại hơn nhằm tập trung vào nâng cao trải nghiệm khách du lịch theo mô hình chuỗi giá trị số dựa trên dữ liệu; nhờ vậy mà du khách sẽ được trải nghiệm những dịch vụ nghỉ dưỡng, giải trí thuận tiện, đẳng cấp và đáng nhớ thì chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch là ứng dụng công nghệ kỹ thuật số và hệ thống thông tin Internet vào lĩnh vực giáo dục để nâng cao chất lượng giảng dạy, học tập và quản lý giáo dục. Trong đó bao gồm cải tiến phương pháp giảng dạy, cải tiến các thiết bị, dụng cụ hỗ trợ học tập, nâng cao trải nghiệm của học sinh, sinh viên và người tham gia đào tạo.

Việc thực hiện chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch sẽ đem lại lợi ích to lớn trên nhiều phương diện, cụ thể như sau:

- Nâng cao chất lượng đào tạo

Chuyển đổi số giúp tạo môi trường học tập hiện đại, hiệu quả với các công nghệ tiên tiến như mô phỏng thực tế ảo, học tập trực tuyến, học viên được trao đổi với nhau ở khắp nơi trên thế giới;

Học viên có thể dễ dàng tiếp cận và chia sẻ thông tin, tài liệu học tập thông qua các kho dữ liệu trực tuyến, hệ thống quản lý học tập, kho học liệu số khổng lồ trên không gian mạng là một điều kiện lý tưởng để học viên tìm kiếm tài liệu hỗ trợ quá trình học tập;

Chuyển đổi số cho phép cá nhân hóa trải nghiệm học tập, đáp ứng nhu cầu và khả năng của từng học viên thông qua hệ thống đề xuất thông minh, đánh giá năng lực tự động.

- Tăng cường kết nối

Chuyển đổi số giúp kết nối nhà trường với doanh nghiệp hiệu quả hơn thông qua các nền tảng trực tuyến, tạo điều kiện cho học viên thực tập và trải nghiệm thực tế;

Học viên có thể kết nối với các chuyên gia, giảng viên và các học viên khác thông qua các diễn đàn trực tuyến, mạng xã hội học tập;

Các lớp học trực tuyến trên Zoom, Teams, Google Meets,... giúp học viên có thể tham gia học tập mọi lúc, mọi nơi, trao đổi kiến thức, thảo luận hoặc tương tác với nhau một cách dễ dàng;

Thông qua các ứng dụng hay các trang mạng xã hội phổ biến khác, học viên có thể dễ dàng giao tiếp trong thời gian thực trên toàn cầu. Điều này giúp họ có thể mở mang tầm nhìn, cập nhật nhanh chóng các thông tin, kiến thức hữu ích.

- Nâng cao hiệu quả quản lý

Chuyển đổi số giúp tự động hóa các quy trình quản lý, tiết kiệm thời gian và chi phí, ví dụ: quản lý hồ sơ học viên, chấm điểm bài tập, quản lý tài chính;

Nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực thông qua hệ thống quản lý tài nguyên, phân tích dữ liệu;

Chuyển đổi số sẽ giúp giảm bớt gánh nặng cho giáo viên trong việc chuẩn bị tài liệu, hoạt động lớp học, đồng thời giúp các bài học trở nên thú vị và có nhiều thông tin hữu ích hơn.

- Đáp ứng được xu hướng phát triển của ngành du lịch

Ngành du lịch đang thực hiện mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số bằng cách áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, du lịch thực tế ảo, tích hợp du lịch 4.0 trên thiết bị di động,... nhằm nâng cao trải nghiệm của du khách;

Doanh nghiệp du lịch ngày càng cần nhân lực có kỹ năng số để đáp ứng nhu cầu thị trường, điều này đòi hỏi sự đầu tư chuyển đổi số trong quá trình đào tạo tại các trường đào tạo nghề du lịch.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam

Chuyển đổi số giúp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, tăng cường khả năng cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam trên thị trường quốc tế;

Du khách quốc tế ngày càng ưa chuộng sử dụng các dịch vụ du lịch trực tuyến, do đó chuyển đổi số là yếu tố quan trọng để thu hút lượng khách hàng tiềm năng này.

Với rất nhiều lợi ích đem lại như vậy có thể thấy công tác chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch cần phải được đẩy mạnh và thực hiện đồng bộ để đáp ứng kịp thời với nhu cầu nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế trong xu thế phát triển chung của ngành du lịch trên toàn thế giới.

2. THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CÁC TRƯỜNG ĐÀO TẠO NGHỀ DU LỊCH Ở VIỆT NAM

2.1. Thực trạng

Đến thời điểm hiện tại hầu như tất cả các trường đào tạo nghề du lịch ở Việt Nam đều đã và đang thực hiện chuyển đổi số trong quá trình đào tạo, tuy nhiên, hiệu quả vẫn còn chưa cao đối với một số trường, bên cạnh đó chưa có sự nhất quán và đồng bộ trong quá trình triển khai áp dụng chuyển đổi số, đặc biệt là thiếu sự kết nối trong quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp du lịch và chuyển đổi số của các trường đào tạo nghề du lịch.

Qua thực hiện khảo sát, phỏng vấn đội ngũ cán bộ giảng viên và học viên của một số trường đào tạo nghề du lịch, cùng với phương pháp phỏng vấn chuyên gia là nhân sự đang làm ở vị trí quản lý các bộ phận trong các doanh nghiệp du lịch, tác giả đưa ra một số nhận định về thực trạng chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch, cụ thể như sau:

2.1.1. Cơ sở hạ tầng

Hầu hết các trường đào tạo nghề du lịch đã đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, bao gồm hệ thống mạng, máy tính, các phần mềm quản lý đào tạo, phần mềm quản lý công tác học sinh sinh viên, phần mềm kế toán,... Tuy nhiên, mức độ đầu tư còn chênh lệch giữa các trường, một số trường còn thiếu các trang thiết bị hiện đại cần thiết cho đào tạo trực tuyến;

Bên cạnh đó, qua khảo sát của tác giả thì thực tế tại một số trường ngay cả khi đã trang bị phần mềm thì việc sử dụng phần mềm vẫn còn chưa hiệu quả, có những phần mềm sử dụng cho quá trình quản lý đào tạo, nhập điểm cho giáo viên tuy nhiên còn một số bất cập khi phần mềm không tích hợp được trên tất cả các hệ điều

hành ví dụ như phần mềm quản lý đào tạo UIS chỉ có thể sử dụng trên hệ điều hành Microsoft mà chưa triển khai được trên hệ điều hành MacOS nên gây khó khăn cho cán bộ, giảng viên hoặc người sử dụng máy tính của Apple.

2.1.2. Nội dung đào tạo

Chương trình đào tạo hiện nay tại các trường đã đưa nội dung về công nghệ thông tin và du lịch số vào chương trình, tuy nhiên số lượng môn học/mô-đun cụ thể còn hạn chế, chủ yếu là các môn học/mô-đun tự chọn hoặc sẽ lồng ghép chuyển đổi số trong các môn học/mô-đun tại lớp;

Nội dung đào tạo đã được cập nhật liên tục nhưng vẫn còn chưa đáp ứng kịp thời xu thế phát triển du lịch theo hướng chuyển đổi số hiện nay. Trên thực tế các doanh nghiệp du lịch luôn phát triển và làm mới mình, sử dụng các công nghệ số để thay đổi mô hình kinh doanh, tạo ra những cơ hội, doanh thu và giá trị mới nên nguồn nhân lực phục vụ du lịch trong kỉ nguyên số cũng phải được đào tạo theo hướng cập nhật liên tục những cái mới của thời đại.

2.1.3. Phương pháp giảng dạy

Phương pháp giảng dạy truyền thống như thuyết trình, diễn giải, dạy suông vẫn còn phổ biến, đặc biệt ở thế hệ các giáo viên lớn tuổi hoặc ở các trường còn thiếu điều kiện về cơ sở vật chất;

Việc ứng dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại như E-learning, giáo trình điện tử, công cụ hợp tác trực tuyến như Google Classroom, Microsoft Teams, Zoom,... để giáo viên và học viên tương tác, học tập cùng nhau chưa linh hoạt và hiệu quả ở một số cơ sở đào tạo;

Các ứng dụng hỗ trợ học tập như Quizlet, Duolingo,... giúp giáo viên có thể tạo cho học viên cách rèn luyện kỹ năng và kiến thức thông qua các bài tập và hoạt động trực tuyến thú vị thường chỉ áp dụng hiệu quả ở một số trường hoặc trong cùng 1 trường nhưng chỉ hiệu quả ở một số lớp;

Những điều trên một phần là do đội ngũ giáo viên, giảng viên chưa có đủ kỹ năng sử dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại,

khả năng cập nhật công nghệ thông tin còn chưa kịp thời hoặc đối với một số cán bộ giáo viên là tâm lý ngại cập nhật, học hỏi những công nghệ mới trong thời đại kỹ thuật số và vẫn áp dụng giảng dạy theo lối mòn cũ.

2.2. Nguyên nhân của thực trạng

2.2.1. Thiếu kinh phí đầu tư

Chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch là một quá trình lâu dài và liên tục. Để thực hiện chuyển đổi số toàn diện và có hiệu quả, các trường đào tạo cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, mua sắm trang thiết bị hiện đại, phát triển chương trình đào tạo, và nâng cao năng lực của đội ngũ giảng viên,... nhưng hiện nay ngân sách của các trường còn hạn chế, cũng như kinh phí hỗ trợ từ phía nhà nước đối với các trường chưa đáp ứng được nhu cầu đầu tư cho chuyển đổi số;

Có thể nói đây là nguyên nhân chính cản trở việc thực hiện chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch.

2.2.2. Đội ngũ giáo viên

Đội ngũ cán bộ giáo viên trong các trường đào tạo nghề du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình thực hiện chuyển đổi số. Bên cạnh việc giảng dạy chuyên ngành, đội ngũ giáo viên này đòi hỏi phải có kiến thức và kỹ năng công nghệ một cách toàn diện để sử dụng các công cụ và giải pháp kỹ thuật số trong hoạt động dạy và học. Việc nắm vững các kỹ năng công nghệ cơ bản có thể giúp giáo viên thiết lập nền tảng học tập trực tuyến, phân phối các bài tập kỹ thuật số và tạo động lực cho học viên của mình. Do đó, họ cần được đào tạo và cập nhật kiến thức liên tục nhằm nâng cao chất lượng chuyên môn và các kỹ năng liên quan;

Bên cạnh đó, một số cán bộ, giảng viên chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của chuyển đổi số trong đào tạo nghề du lịch. Thậm chí một số giáo viên còn lo lắng về vấn đề công nghệ thay thế hệ thống giáo dục truyền thống và ngần ngại bước ra khỏi vùng an toàn.

2.2.3. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước

Chính sách hỗ trợ cho chuyển đổi số trong đào tạo nghề du lịch còn thiếu và chưa cụ thể đặc biệt là các chính sách hỗ trợ về kinh phí, đào tạo nhân lực và sử dụng công nghệ để khuyến khích các trường đào tạo mạnh dạn thực hiện chuyển đổi số;

Ngoài ra các chính sách hỗ trợ khi được đưa ra thường ở tầm vĩ mô và mang tính chung, chưa tính đến đặc điểm và sự phân hóa đối với những vùng miền, khu vực khác nhau trong cả nước;

Trong quá trình áp dụng chuyển đổi số vào các trường học, kho học liệu số được xem như là kho tri thức khổng lồ với đầy đủ các tài liệu tìm kiếm liên quan dưới nhiều kiểu khác nhau từ tài liệu đến hình ảnh, âm thanh, video,... Kho tài liệu số chuẩn xác thì mới đáp ứng được nhu cầu học tập và nghiên cứu của giáo viên cũng như học viên. Tuy nhiên, thực tế cho thấy tình trạng học liệu số tràn lan, thiếu tính xác thực cũng như không được kiểm soát chặt chẽ về nội dung đã gây ra tình trạng không đồng nhất, thậm chí sai lệch về kiến thức. Điều này sẽ gây ra những hệ lụy rất nghiêm trọng trong quá trình thực hiện chuyển đổi số trong các trường.

2.2.4. Một số nguyên nhân khác

Quá trình chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch sẽ gắn liền với chuyển đổi số của ngành du lịch. Nhưng trên thực tế hiện nay, quá trình chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin của ngành du lịch diễn ra chưa được đồng bộ và thống nhất. Tại nhiều địa phương vẫn tồn tại sự khác biệt về công nghệ số. Các khu vực có điều kiện tốt để chuyển đổi số trong du lịch hầu hết là ở các tỉnh, Thành phố lớn.

Những hoạt động số hóa trong ngành du lịch còn diễn ra lẻ tẻ, rời rạc, chưa kết nối và xây dựng cơ sở dữ liệu thành công. Bởi vậy quá trình quản lý, kiểm soát, báo cáo cũng như thống kê dữ liệu trong ngành gặp nhiều khó khăn;

Cơ sở hạ tầng Internet chưa phát triển đồng đều ở các khu vực cũng là một trong những nguyên nhân gây khó khăn cho quá trình thực hiện chuyển đổi số, đặc biệt là quá trình triển khai dạy và học trực tuyến;

Sự phối hợp giữa các trường đào tạo, doanh nghiệp và chính phủ trong việc chuyển đổi số vẫn còn chưa đồng bộ và chặt chẽ để thực hiện chuyển đổi số có hiệu quả trong các trường đào tạo du lịch.

3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CÁC TRƯỜNG ĐÀO TẠO NGHỀ DU LỊCH Ở VIỆT NAM

3.1. Phát triển cơ sở hạ tầng

- Cần đầu tư hơn nữa vào hệ thống mạng, máy tính, phần mềm và các thiết bị hiện đại phục vụ cho đào tạo trực tuyến;

- Xây dựng hệ thống thư viện điện tử với đầy đủ tài liệu, sách giáo khoa và bài giảng trực tuyến và có sự liên kết giữa các trường đào tạo nghề du lịch trong cả nước để chia sẻ kho học liệu số này nhằm đưa hiệu quả sử dụng lên mức cao nhất;

- Cần áp dụng các phần mềm quản lý, đây cũng là hình thức được nhiều trường học, cơ sở áp dụng. Bên cạnh đó, các phần mềm tích hợp tính năng vượt trội cũng giúp nhà trường tăng cường nghiệp vụ, quản lý hồ sơ, giảng dạy với các thao tác linh hoạt, nhanh chóng. Tuy nhiên, phải lựa chọn các phần mềm phù hợp với đặc điểm của đơn vị để phát huy hiệu quả sử dụng phần mềm.

3.2. Nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ giáo viên, giảng viên

- Chuyển đổi số là bước chuyển mình mạnh mẽ, đòi hỏi sự thay đổi từ trong tư duy, nhận thức của mỗi người. Do vậy, việc đầu tiên là cần thực hiện các biện pháp nhằm nâng cao nhận thức, phổ cập tầm quan trọng cho giáo viên, giảng viên, cán bộ nhà trường. Từ đó mới phối hợp cùng nhau thực hiện công cuộc chuyển đổi số trong nhà trường;

- Tiến hành hướng dẫn, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ trong ứng dụng công nghệ số cho tất cả những người làm công tác giảng dạy, như kỹ năng công nghệ thông tin, an toàn thông tin,... trên môi trường số;

- Tổ chức tập huấn, đào tạo nâng cao kỹ năng giảng dạy trực tuyến và sử dụng công nghệ thông tin cho giảng viên;

- Khuyến khích giảng viên nghiên cứu, sáng tạo các bài giảng trực tuyến, tổ chức các cuộc thi giảng dạy trực tuyến hoặc các sáng kiến ứng dụng chuyển đổi số vào quá trình giảng dạy.

3.3. Đổi mới nội dung đào tạo và phương pháp giảng dạy

- Chương trình đào tạo cần cập nhật thường xuyên và đưa vào các nội dung về công nghệ thông tin và du lịch số;

- Tăng cường đào tạo kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cho học viên;

- Tích cực áp dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại, các bài giảng điện tử, áp dụng các công cụ và phần mềm hỗ trợ quá trình giảng dạy như Kahoot, Canvas,... vào quá trình dạy học;

- Khuyến khích giảng viên sử dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy, cải thiện và phát triển các giờ dạy tích hợp đặc biệt là trong giờ giảng dạy chuyên ngành bằng cách kết hợp dạy thực hành và chuyển đổi số.

3.4. Tăng cường hợp tác giữa nhà trường với doanh nghiệp

- Trong thời gian qua luôn có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường và các doanh nghiệp du lịch về mảng hợp tác đào tạo và phối hợp trong việc xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu thị trường lao động. Tuy nhiên, để thích nghi nhanh hơn trong thời đại công nghệ số đòi hỏi sự hợp tác chiến lược và mạnh mẽ hơn nữa giữa nhà trường và các doanh nghiệp du lịch trên tinh thần hợp tác và sẵn sàng chia sẻ tài nguyên. Sự phối hợp và chia sẻ của cả hai bên trên nền tảng công nghệ số có thể được thể hiện ngay trên trang web của từng đơn vị hoặc trên các diễn đàn, cũng như hợp tác để tạo ra cơ hội học hỏi và phát triển tốt hơn cho đội ngũ giáo viên cũng như học viên của nhà trường;

- Đẩy mạnh tìm kiếm hợp tác quốc tế với các doanh nghiệp nước ngoài tiến đến trao đổi chương trình, mời giảng trực tuyến từ các chuyên gia nước ngoài và tìm kiếm cơ hội trải nghiệm cho học viên của trường mình.

Tóm lại, chuyển đổi số trong các trường đào tạo nghề du lịch là một quá trình lâu dài và cần sự phối hợp của các bên liên quan bao gồm nhà trường, doanh nghiệp, chính phủ và các tổ chức quốc tế với những cải cách quyết liệt, triệt để trong giảng dạy, học tập, quản lý đào tạo. Trong quá trình thực hiện chuyển đổi số cần xác định rằng

bên cạnh yếu tố công nghệ thì sự quyết tâm cao độ của đội ngũ lãnh đạo cơ sở giáo dục, tư duy, nhận thức tiên bộ và sẵn sàng thay đổi của đội ngũ cán bộ giáo viên viên trong nhà trường sẽ mang tính quyết định đến việc triển khai có hiệu quả quá trình chuyển đổi số, từ đó sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng nhu cầu thị trường lao động và phát triển ngành du lịch Việt Nam, nâng tầm vị thế du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Đoàn Mạnh Cương (2022); *Chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch*; Cục Du lịch quốc gia Việt Nam.
2. TS. Nguyễn Thị Loan (2023); “Nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số trong các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam”; Tạp chí *Kinh tế và dự báo*.
3. Đặng Nguyên (2023); *Chuyển đổi số là cơ hội cho ngành du lịch có sự phát triển đột phá*; Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
4. TS. Đào Duy Tuấn, ThS Trần Thị Lan; (2022); *Nhân lực, đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong kỷ nguyên số*; Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục du lịch.
5. PGS.TS. Lê Anh Tuấn; (2023); “Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch giai đoạn hiện nay”; Tham luận tại Hội thảo *Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới – Thách thức và triển vọng*.
6. Phương Thảo (2021); *Bức tranh chuyển đổi số ngành Du lịch*; Trung tâm dữ liệu du lịch Việt Nam.
7. FSI (2024); “Chuyển đổi số ngành du lịch là xu thế tất yếu trong năm 2024”; <https://fsivietnam.com.vn/giai-phap-chuyen-doi-so-nganh-du-lich/> (18/02/2024).
8. Alexandrina Deaconu, Ramona S; (2018); *The Use of Information and Communications Technology in Vocational Education and Training- Premise of Sustainability, Sustainability*.
9. Jingjie Zhu, Mingming Cheng & Ying Wendy Wang (2021); *Digital Transformation in the Hospitality Industry*

CURRENT STATUS AND SOLUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF TEACHING ENGLISH FOR TOURISM STUDENTS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION CONTEXT: A CASE STUDY

ThS. Nguyễn Thị Xuyen¹

Abstract: Vietnamese tourism, under the impact of the national digital transformation context, is flourishing strongly with an annual growth in the number of international tourists. The quality of teaching English for tourism plays an extremely important role in improving the quality of tourism human resources in the digital technology revolution. However, the tourism sector is short of competent staff, particularly in the delivery of tour and travel services to international tourists due to a lack of proficiency in English, to satisfy the growing demands of the tourism industry in Viet Nam. A case study was conducted to investigate the quality of the teaching and learning of English in tourism training programs from the perspective of students at East Asia University of Technology. The research design was conducted using quantitative approaches. The major findings showed that the students' proficiency in English did not satisfy the expectations of the stakeholders. Therefore, some practical solutions are given to improve the students' level of use of English for tourism, including designing English tourism curriculum; building an e-learning system supports students' self-studying; students' opportunities to communicate in English, and the assessment processes; strengthen cooperation, learning and exchange with international enterprises.

Keywords: English for Tourism Purposes (ETP), quality of human resources, current status, solutions, Viet Nam's digital transformation context.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DẠY TIẾNG ANH CHO SINH VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ: MỘT NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP

Tóm tắt: Du lịch Việt Nam, dưới tác động của bối cảnh chuyển đổi số quốc gia, đang phát triển mạnh mẽ với lượng khách du lịch quốc tế tăng trưởng hàng tháng, hàng năm. Chất lượng giảng dạy tiếng Anh du lịch đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong cuộc cách mạng công nghệ số. Tuy nhiên, ngành Du lịch đang thiếu nhân lực có năng lực, đặc biệt trong việc cung cấp các dịch vụ du lịch, lễ hành cho khách du lịch quốc tế do trình

¹ Faculty of Tourism, East Asia University of Technology.

độ tiếng Anh chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của ngành Du lịch Việt Nam. Nghiên cứu trường hợp được thực hiện nhằm điều tra chất lượng dạy và học tiếng Anh trong các chương trình đào tạo du lịch dưới góc nhìn của sinh viên tại Đại học Công nghệ Đông Á. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp định lượng, dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ việc khảo sát đánh giá của sinh viên về năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành Du lịch và được xử lý trực tiếp bằng google forms. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng sinh viên tự đánh giá trình độ tiếng Anh của sinh viên chưa đáp ứng được yêu cầu của các bên liên quan. Từ kết quả nghiên cứu và nguyên nhân gốc rễ của vấn đề, một số giải pháp thiết thực được đưa ra nhằm nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh du lịch của sinh viên, bao gồm việc thiết kế chương trình giảng dạy tiếng Anh du lịch gắn liền chuẩn đầu ra, xây dựng hệ thống E-learning hỗ trợ sinh viên tự học, xây dựng các hoạt động học tập và đánh giá nhằm gia tăng cơ hội, môi trường cho sinh viên giao tiếp bằng tiếng Anh; tăng cường hợp tác, học tập và trao đổi với các doanh nghiệp quốc tế.

Từ khóa: Tiếng Anh Du lịch (ETP), chất lượng nguồn nhân lực, thực trạng, giải pháp, bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam.

1. INTRODUCTION

English ranks third in the world's language usage, behind Chinese and Spanish, and is the official language of over 53 nations and territories. It is also the official language of the European Union disparity in the population of the country. Since English is now widely spoken around the world, it is nearly a requirement for many professions and is seen as a passport that can help you obtain a stable work at a higher income. For many companies, English proficiency is the first requirement in the tourism business, particularly in service-oriented sectors like hotels and restaurants, where it is practically a given.

The quick development of the tourism and hospitality industry can straightly influence the English language which is the most widely used and spoken language in international tourism in the twenty-first century. English for tourism has a major role in the delivery of quality service. Employees who work in the tourism and hospitality industry are entirely and highly aware of its importance and they need to have a good command of English in their workplace. English for tourism and hospitality has been categorized under English for the specific purpose (ESP). Language proficiency is very important and essential in all professional fields specifically in the tourism and hospitality industry due to its specific nature and concepts.

Where are Viet Nam's tourism human resources in digital transformation context?

Currently, the proportion of workers with tourism expertise accounts for about 42% of the total number of workers in the entire Viet Nam Tourism industry, 38% are trained from other industries and about 20% have not received formal training. Of the total 42% of workers trained in tourism, only 10% of workers have university or postgraduate degrees (accounting for 3.5%); 50% of workers have elementary, intermediate and college degrees (accounting for 20%); The remaining 40% are workers trained through short-term classes. About 60% of workers in the field know and use different foreign languages. Among them, English accounts for the highest proportion with more than 50% of the entire industry's workforce.

According to the rankings of the World Economic Forum (WEF), in 2017, Viet Nam Tourism ranked 67/136 countries and territories evaluated, of which the human resources and labor market index ranked 37th. /136. In 2019, the overall ranking of Vietnam Tourism increased by 4 places (ranked 63/140), however the index of human resources and labor market decreased by 10 places, from position 37 to position 47. In In ASEAN, Viet Nam Tourism's human resource and labor market index ranked 6th, ahead of Laos (67th) and Cambodia (95th), behind Singapore (5th), Malaysia (15th), Thailand (ranked 27th), Philippines (ranked 37th) and Indonesia (ranked 44th). It is worth mentioning that the human resource and labor market indexes of most ASEAN countries increased, only Viet Nam and Laos decreased in rank on the rankings.

Several studies were undertaken to examine quality of teaching and studying studying English for tourism. There is a limited amount of research on students' assessment level of proficiency of using English for tourism, thus, the researchers were motivated to conduct the study. From what was presented earlier, The present study aimed at investigating the current states of students' level of English for tourism Simultaneously, the study centred on gaining an in-depth insight into finding out the roots and their needs.

Therefore, some practical solutions are given improve students' ability to use English for tourism as well as the quality of Viet Nam's tourism human resources to meet the requirements of society and international integration.

2. THEORETICAL BACKGROUND

2.1. English for Tourism Purposes (ETP)

For those working in the tourism and hospitality industries, proficiency in foreign languages is a need, according to Leslie and Russell (2006). It is a tool for communicating with international visitors and comprehending cultural differences, which is the reason. To be precise and proficient in a high level of professional service language is crucial for people looking for work in the tourist, hotel, and service industries. Cravatta (1990) believe that people must become fluent in English to pursue tourism. English for tourism is also seen as a subset of business English, combining academic and business English to facilitate communication in the workplace and in the classroom. This may contribute to more employment openings in the global sector (Cho, 2005).

Since most people will travel many times in their lifetime, English is seen as one of the more appealing subjects for tourism. Furthermore, learning English is essential for anyone working in the guest-host relationship industry, which includes lodging facilities, tour operators, restaurants, information centers, and tourist attractions. English has lately emerged as a core subject in industrial sectors, and training programs in hospitality assist staff in becoming proficient in the language so they can do their duties (Hsu, 2010; Chen, Chiu, & Lin, 2011; Kuppen, 2008).

English for tourism is similar to other languages, according to Buhler (1990), and can be analyzed using key characteristics including functions, structures, and tenses. It is a truth that English used in tourism is a structured language with set grammar norms. According to Dann (2001), the English language used for tourism has a unique vocabulary that uses a traditional system of symbols and codes to

transmit meaning. For example, the vocabulary used for hotel check-in, providing details about hotel amenities, dinner times, directions, asking for and providing tourist information, and other conversational tasks that might occur in any type of hospitality situation.

In the preface of the textbook, *English for International Tourism*, Strutt (2003) states that no specialized expertise is required because the material is “not technical or over-specialized in nature.” Actually, ESP textbooks resemble any normal English textbook quite a bit. For example, these texts employ language as a structural device. But unlike an ordinary ELT textbook, each case is used in the context of business, tourism, or medical (Brieger & Sweeney, 1994).

Actually, English for Tourism Purposes (ETP) is crucial for students because it gives them the tools they need to acquire specialized language knowledge and skills. Learning the specialized English language skills is therefore beneficial in using them correctly and appropriately in the respective disciplines, workplaces, and professions. As a result, a prerequisite for applying a successful language is having a specific language need in the given situation (Shieh, 2012).

2.2. Quality of human resources in tourism

The reality of labor resources in the tourism sector reveals that, prior to the COVID-19 pandemic, the sector employed roughly 4 million people, including 1.5 million direct workers, of whom 42% had a background in tourism, 35% in other specialized fields, and 20% had no training at all. Only 10% of workers with university or postgraduate degrees (3.5% of the total 42% of people trained in tourism) are employed. Approximately half of the workforce holds primary, secondary, and tertiary education degrees (20%), while the remaining 40% receive training through short-term programs. The percentage of workers in this area who speak and understand multiple foreign languages is about 60%. Of them, English makes up the largest percentage—more than 50% of all workers in the industry (Tuan and Quang, 2020).

There are currently about 200 tourism training institutions in Viet Nam, including 4 vocational training centers, 55 colleges, 71 intermediate schools, 62 universities with tourism departments, and others. These facilities provide training for human resource in the tourism industry. While the training of human resources in the tourist industry has progressed to meet regional and international requirements for knowledge and skills, it has fallen short of expectations. There is a limited capacity for training, despite the growth of tourism facilities (Man, 2023).

The fundamental shortcoming lies in the fact that Viet Nam's tourist sector still lacks many of the high-quality human resources found in many other countries in the South East Asia. This includes a shortage of labor, a lack of competence in foreign languages (including English), and a lack of administration and management skills, particularly in senior management. From there, it can be verified that there exist obstacles to digital transformation, aside from the fact that corporate resources are limited and important parties' information systems are not synchronized. The constraint on the number and quality of tourism human resources is deemed significant for tourist enterprises engaged in the digital transformation process (Cuong, 2023).

2.3. Situation of Digital Transformation in Viet Nam's tourism industry context

On June 3, 2020, the Prime Minister issued Decision No. 749/QĐ-TTg approving the National Digital Transformation Program to 2025 and orientation to 2030 is one of the 8 important industries that prioritize digital transformation first according to the provisions of Decision 749, but because of its development, the tourism industry is very active in participating in the Digital Transformation Program. To realize the goal of national digital transformation, develop the digital economy, improve productivity, quality, efficiency and economic competitiveness set out in the Resolution of the 13th Party Congress, the Ministry of Culture, Sports and Tourism has directed the Viet Nam National Administration of Tourism to deploy 5 contents on digital transformation: Promoting public application digital technology in tourism marketing; Smart tourism destination management

and development; Developing tourism digital information system and applications; Support businesses and start-up communities to create information technology applications in the field of tourism; Propaganda, training and awareness raising on the application of information technology in the tourism industry, in order to increase resilience and create a breakthrough in the coming time.

In line with the general trend, the tourism industry is proactively transforming digitally, strongly approaching and participating in all ongoing processes of the 4th Industrial Revolution. Both managers and employers working in the tourism industry are pushed to upgrade themselves, upgrade communication systems, equip themselves with necessary knowledge regarding digital technology to meet strategic, managerial and operational requirements, especially the requirements regarding the quality and high standard of so-called tourism service officers, being at the same time both enthusiastic, flexible, adventurous and increasingly demanding.

3. RESEARCH DESIGN AND METHODOLOGY

The participants in the study were second-year students at Faculty of Tourism, East Asia University of Technology. They are majoring in Travel and Tourism service management and they have taken basic English for Tourism. In this study, we surveyed 109 students by using a questionnaire from 26th of February to 3rd of March 2024. The QR code of this survey was provided to students to make it more convenient for users. Students can use their phones to scan codes and complete the survey easily within around 8 minutes. A total of 109 questionnaires were collected, including 96 (accounting for 88.1%) valid questionnaires used for data analysis of this study. After that, the data is automatically analyzed by google forms.

4. RESULTS AND DISCUSSION

4.1. Descriptive Analysis

The demographic and behavioral characteristics of the sample are presented in Table 1. The survey results obtained 96 responses

from second-year students who are majoring in travel and tourism service management, with 38.5% male and 61.5% female. It is clearly to see that most of students (more than 88%) were born in 2004, it means that they are around 20 years old. This result shows that over 70% of second-year students having a part-time job currently, which is considered as a high proportion of working students. However, the results also indicate that only 9.4% students use English frequently at the workplace, while more than 66% of students never or rarely using English at work.

Table 1. Sample population characteristics (n = 285).

Characteristics	Frequency (n)	Percentage (%)
Sex		
Male	37	38.5
Female	59	61.5
Other	0	0
Born year		
2004	85	88.5
2003	9	9.4
2002	2	2.1
Having a part–time job		
Yes	68	70.8
No	28	29.2
Frequency of using English at workplace		
Very Frequently	3	3.1
Frequently	6	6.3
Occasionally	23	23.9
Rarely	30	31.3
Never	34	35.4

(Source: Results from author's data analysis)

4.2. The current state of students' ability to use English for Tourism

Figure 1 shows the results of students' rating their ability of using daily English. There are only 9 students who believe that they are good at English (9.4%) whereas 41.7%, 30.2% and 18.8% of them think that their English is just acceptable, poor and even very poor respectively. Most of students have been studying English for around 10 years.

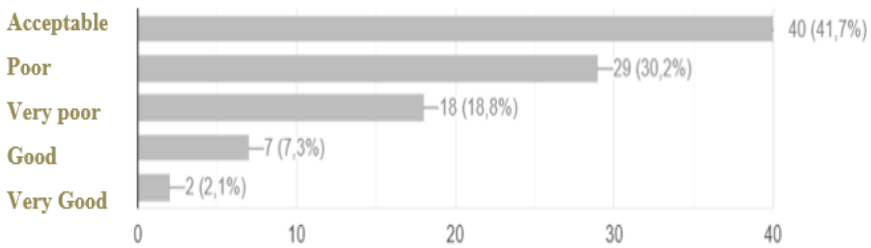


Figure 1. Students' ability of using common daily English

(Source: Results from author's data analysis)

Figure 2 indicates the results of students' ability to use English for Tourism. Surprisingly, there are also still 9 students who believe that they are good at English for Tourism (9.4%) while 37.5%, 34.4%, and 18.8% of them think that their English for Tourism is just acceptable, poor, and even very poor respectively since they just started studying English for Tourism.

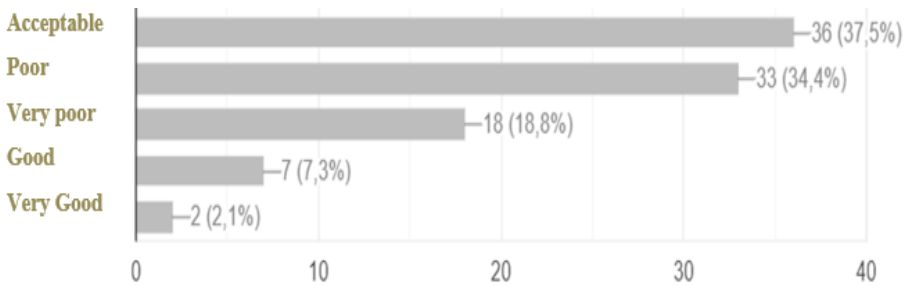


Figure 2. Students' level of using for Tourism daily English

(Source: Results from author's data analysis)

Figure 3 illustrates students' frequency of using English for Tourism. 13.5% of students use English for Tourism frequently at their workplace whereas half of them rarely use English for working purposes. In particular, 36.5% stated that they never use English at work which is the highest proportion. It can be seen that students are doing part-time jobs which do not require students to communicate in English.

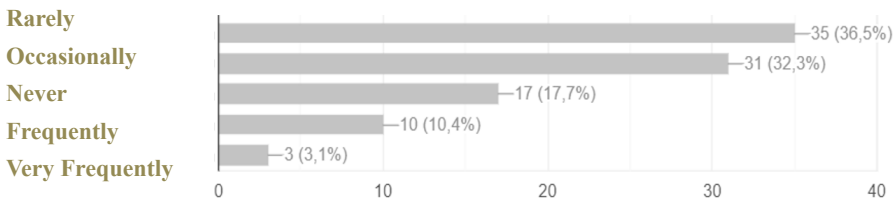


Figure 3. Students' frequency of using for Tourism English

(Source: Results from author's data analysis)

Figure 4 points out the results of students' needs for improving their English for Tourism. Among all four skills, students desired to improve their speaking skills which accounted for the highest percentage (67.7%). Besides that, vocabulary in English for Tourism (66.7%) is considered more important and needs more attention than grammar (51%) when studying English for Tourism.

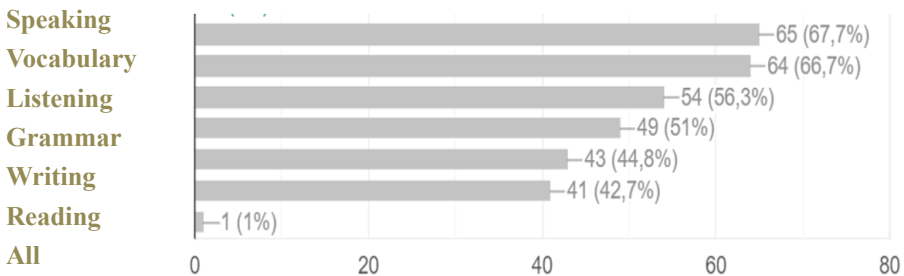


Figure 4. Students' needs for improving English for Tourism

(Source: Results from author's data analysis)

From the above results, it can be seen that one of the main reasons leading to the weakness of students' specialized English proficiency is that at lower levels of education, the education system mainly focuses on training to students participate in theoretical exams in the form of essays on vocabulary and grammar without focusing on communication skills in English, so students' basic communication skills such as listening, speaking, reading, and writing are very limited. Besides, English is still considered a subject by students, students study to pass the subject and learn passively. Most students have part-time jobs, but they work in environments that do not require

using English and do not have an environment where English for tourism is used at work. Therefore, the quality and ability of students to use English for tourism are still at a low level of proficiency.

5. SOLUTIONS TO IMPROVE STUDENTS' ABILITY TO USE ENGLISH FOR TOURISM

From the research results on the ability to use English for tourism and students' need along with practical requirements from the national digital transformation process, some practical recommendations are given for institutions. Department of higher education and tourism vocational education in implementing the application of the VTOS Standards in teaching to improve the ability to use specialized English as well as the quality of Viet Nam's tourism human resources to meet the requirements of society and international integration as follows:

Firstly, designing a specialized English training program based on output standards – the ability to use English for tourism linked to actual labor market requirements. Specifically, English for tourism training programs need to focus on building practical activities and communication skills to achieve communication goals associated with real-life situations.

Secondly, In order to integrate theory and practice, second, put together curricula, lectures, and textbooks for specialist English classes. Specifically, between seventy and seventy–five percent of the learning time is dedicated to practice, during which the majority of the time students are practicing communication in constructed real-world scenarios.

Third, adopting proactive and constructive changes to instructors' pedagogy and students' learning. Building an online self-study system, designing and giving online lectures that are intuitive and vivid through visuals, movies related to professional realities, linked to businesses. In order to enhance practice hours of conversation with classmates and lecturers in class, students must

combine self-study in the online system with theory, lectures, and completing theoretical tasks before class time.

Fourth, the three requirements – skills, knowledge, and attitudes – are part of the “capacity” assessment that informs testing and assessment methodologies. The “competency” units that students have studied are assessed at the conclusion of the semester by an oral and practical exam, rather than a written one. Prioritize the evaluation of foreign language communication and professional “capacity”. The estimate of the students’ learning capacities presented here is incredibly accurate. Oral exams should be used in place of multiple-choice tests that solely concentrate on grammar and vocabulary. This is one way to ensure that testing and student evaluation are in line with the starting standards of the students.

Finally, establishing connections between higher education and vocational training facilities for the tourism industry and tourism - related businesses, particularly those where employees utilize English on a daily basis for training, practice, and internships, will help close gap that exists between training and post-graduation employment, particularly with regard to the use of English for tourism at workplace.

5. LIMITATIONS

The first limitation is the convenient sampling method. Since the empirical survey was conducted with students who major in travel and tourism services management at East Asia University of Technology, the respondents were only second-year students. Therefore, future research should collect data on the third-year and final-year students, so we will not only have a big picture of students’ ability to use English for tourism but also see the changes in their level of use of English after completing the training program at university. The collected data is more or less subjective and depends on the students’ cognitive ability in assessing their ability to use English which is considered as the second limitation in this study.

REFERENCES

1. Brieger, N., & Sweeney, S. (1994). *Grammar & Functions*. Prentice Hall.
2. Bühler, K. (1990). "Theory of Language: the Representational Function of Language". Translated by D. F. Goodwin. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/fos.25>
3. Chen, P. C., Chiu, W. Y., & Lin, T. Y. (2011). "A study constructing holistic English for specific purposes (ESP) curriculum model for tourism and hospitality English". *Education Research Journal*, 1(5), 84–93.
4. Cho, B. (2005). "Usefulness and enjoyment of simulation activities for tourism major students". *Modern English Education*, 6(1), 3–17.
5. Cravotta, J. S. (1990). "English for Tourism Purposes. A new approach in the field of English for Specific Purposes". Retrieved from <http://www.esportourism.blogspot.my/2012/05/english-for-tourism-purposes.html>
6. Cường, V.M. (2023). "Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Du lịch Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0", *Tạp chí Công Thương*. Truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nang-cao-chat-luong-nguon-nhan-luc-cho-nganh-du-lich-viet-nam-trong-boi-canhh-cach-mang-cong-nghiep-40-102905.htm>.
7. Dann, G. (2001). *The Language of Tourism: a Sociolinguistic Perspective* (2nd ed.) Wallingford, UK: CAB International cop. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00007-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00007-4).
8. Hsu, L. W. (2010). "Learning gaming English by prospective casino dealers in Taiwan: An explorative study". *Journal of Foreign Language Instruction*, 4(1), 69–86. Retrieved July 31, 2012, from ProQuest database.
9. Kuppam, A. (2008). "An evaluation of an English course for hospitality management in a tertiary institution". *Dissertation Abstracts International*.
10. Leslie, D., & Russell, H. (2006). "The importance of foreign language skills in the tourism sector: A comparative study of student perceptions in the UK and continental Europe". *Tourism Management*, 27(6), 1397–1407. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.016>

11. Mẫn, H. (2022). Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Du lịch. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, Truy cập tại <https://dangcongsan.vn/kinh-te/dao-tao-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-cho-nganh-du-lich-616993.html>.
12. Shieh, W. (2012). "Hotel employees' perception on their workplace English use: An example from Taiwan". *US-China Foreign Language*, 10 (11), 1729–1733.
13. Tuấn. N. A., và Quang. L. D. (2020). "Phát triển nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghệ số", Tạp chí *Du lịch*, số 5.

Phần III
NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU ĐỂ QUẢNG NINH TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH KẾT NỐI KHU VỰC VÀ QUỐC TẾ

TS. Vũ Văn Viện¹

Tóm tắt: Nghị quyết số 30-NQ/TW, ngày 23/11/2022 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế – xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng đồng bằng sông Hồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, đã đưa ra mục tiêu phát triển tỉnh Quảng Ninh trở thành trung tâm du lịch kết nối với khu vực và thế giới, là trung tâm công nghiệp văn hóa với những khu nghỉ dưỡng cao cấp có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại, có sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, chất lượng cao, thương hiệu mạnh và sức hấp dẫn toàn cầu, có năng lực cạnh tranh cao, liên kết với các hãng hàng không, tàu biển, các tập đoàn du lịch hàng đầu quốc tế. Việc đào tạo và phát triển nhân lực du lịch để triển khai nội dung đề ra đang là một thách thức lớn đối với tỉnh Quảng Ninh trong việc thúc đẩy liên kết quốc tế và khu vực góp phần phát triển kinh tế – xã hội nói chung và du lịch nói riêng.

Từ khóa: nhân lực du lịch; trung tâm du lịch; kết nối quốc tế, Quảng Ninh.

DEVELOPING TOURISM HUMAN RESOURCES TO MEET THE REQUIREMENTS FOR QUANG NINH TO BECOME A TOURISM CENTER WITH REGIONAL AND INTERNATIONAL CONNECTION

Abstract: Resolution No. 30-NQ/TW, dated November 23, 2022 of the Political Bureau on socio-economic development and ensuring national defense and security in the Red River Delta until 2030, with a vision to 2045, has set the goal of developing Quang Ninh province to become a tourism center connecting with the region and the world, a cultural industry center with high-class resorts with synchronous and modern facilities, with modern, diverse, unique, high-quality tourism products, strong branding and global appeal, highly competitive, affiliated with airlines, cruise lines, and international leading tourism groups. Training and developing tourism human resources to implement the proposed content is a big challenge for Quang Ninh province in promoting international and regional links to contribute to socio-economic development in general and tourism in particular.

Keywords: Tourism human resources; tourist center; international connection, Quang Ninh.

¹ Trưởng khoa Du lịch, Trường Đại học Hạ Long – Phó chủ tịch Hiệp hội Du lịch Quảng Ninh.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cho đến nay, chưa thấy tài liệu nào nghiên cứu về “Trung tâm du lịch kết nối với khu vực và thế giới”, chỉ có một vài tài liệu liên quan nói về “Trung tâm du lịch quốc tế” (International tourism hub). Trung tâm du lịch quốc tế được hiểu là địa điểm trung gian hoặc cầu nối giữa thị trường nguồn và điểm đến, đồng thời phục vụ cả khách du lịch trong nước và quốc tế.

Trung tâm du lịch quốc tế cũng được hiểu là thuật ngữ dùng để mô tả một điểm đến thu hút một lượng lớn du khách từ các quốc gia và khu vực khác nhau; cung cấp nhiều điểm tham quan, dịch vụ, cơ sở vật chất và trải nghiệm phục vụ cho nhu cầu và sở thích đa dạng của khách du lịch.

Một số tài liệu thì cho rằng Trung tâm du lịch quốc tế là một địa điểm hoặc khu vực đóng vai trò là đầu mối cho các hoạt động du lịch quốc tế. Đây là nơi thu hút một lượng đáng kể khách du lịch trong nước và quốc tế và cung cấp nhiều dịch vụ, tiện nghi, điểm tham quan đa dạng để phục vụ nhu cầu và sở thích của khách du lịch. Các trung tâm du lịch quốc tế thường được biết đến với giao thông tốt, cơ sở hạ tầng du lịch đa dạng và có chất lượng, môi trường trong sạch, đảm bảo an toàn và an ninh cho khách du lịch.

Tổng hợp một số tài liệu cho thấy, ba chức năng chính của trung tâm du lịch quốc tế được xác định dựa trên chức năng của trung tâm giao thông và đặc điểm của Thành phố du lịch quốc tế: Đón và phân phối khách du lịch; Trung chuyển khách du lịch; Quản lý và dịch vụ tại điểm đến.

Hiện có nhiều điểm đến trên thế giới đã trở thành các trung tâm du lịch quốc tế nổi tiếng như các Thành phố Dubai, Singapore, London, Paris, New York, Hồng Kông,... Những trung tâm này đóng một vai trò quan trọng trong ngành Du lịch toàn cầu, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và trao đổi văn hóa, đồng thời mang lại những trải nghiệm đáng nhớ cho du khách từ khắp nơi trên thế giới.

2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA TỈNH QUẢNG NINH

Nằm ở phía Đông Bắc của Việt Nam với vị trí đặc địa về chính trị, kinh tế, quân sự và đối ngoại; nằm trong khu vực hợp tác “Hai hành lang, một vành đai” kinh tế Việt – Trung; hợp tác liên vùng vịnh Bắc Bộ mở rộng, cầu nối ASEAN – Trung Quốc, Hành lang kinh tế Nam Ninh – Singapore,... và được ví như “Hình ảnh đất nước Việt Nam thu nhỏ” bởi vị trí địa lý đặc biệt thuận lợi, cảnh quan đặc sắc, tài nguyên thiên nhiên phong phú và cũng là nơi hội tụ, giao thoa của nền văn minh Sông Hồng.

Quảng Ninh có diện tích tự nhiên trên 6.100 km² với dải bờ biển dài 250 km, trong đó có 40.000 ha bãi triều và trên 20.000 ha eo vịnh; là một trong 25 tỉnh, Thành phố có biên giới nhưng là tỉnh duy nhất có đường biên giới trên bộ và trên biển với Trung Quốc (đường biên giới trên bộ 118,8 km; đường phân định vịnh Bắc Bộ trên biển trên 191 km); 03 cửa khẩu tiếp giáp với Trung Quốc. Dân số khoảng 1,35 triệu người với 22 dân tộc; 13 đơn vị hành chính cấp huyện (4 thành phố, 2 thị xã, 7 huyện); 177 xã, phường, thị trấn; 1.543 thôn, bản, khu phố. Trong xu thế hội nhập quốc tế, Quảng Ninh có 03 Khu Kinh tế cửa khẩu: Móng Cái, Hoàn Mô – Đồng Văn, Bắc Phong Sinh; Khu Kinh tế ven biển Quảng Yên, Khu Kinh tế Vân Đồn là động lực phát triển của tỉnh và đóng vai trò quan trọng đối với Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ.

Quảng Ninh với nhiều cảnh quan đặc sắc, nổi trội, hội tụ đầy đủ các yếu tố tự nhiên: rừng, núi, nước non, biển đảo, sông hồ,...; là cơ hội lớn để phát triển các loại hình du lịch và hướng đến phát triển ngành công nghiệp văn hóa – giải trí cao cấp. Với hơn 600 danh lam, thắng cảnh, di tích lịch sử, đặc biệt có vịnh Hạ Long 2 lần được UNESCO công nhận Di sản thiên nhiên thế giới và năm 2011 được vinh danh là 1 trong 7 Kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới. Quần thể Vịnh Hạ Long, Bái Tử Long là nguồn tài nguyên du lịch nổi bật, độc đáo vào bậc nhất cả nước và thế giới, với hơn 2.077 hòn đảo (chiếm 2/3 số đảo của cả nước). Đồng thời, đây là nơi duy nhất có vị vua sau khi thắng giặc ngoại xâm đã từ bỏ ngai vàng đi tu hóa Phật, xây dựng thiền phái Trúc Lâm Yên Tử mang bản sắc riêng

của Phật giáo Việt Nam. Với tiềm năng thể mạnh về vị trí địa và tài nguyên du lịch nổi trội du lịch, ngành Du lịch của tỉnh có điều kiện để phát triển nhanh, bền vững, từng bước khẳng định thương hiệu, vị thế đưa Quảng Ninh trở thành một trong những trung tâm du lịch đẳng cấp quốc tế của cả nước.

Nhận diện được tiềm năng to lớn của Quảng Ninh trong phát triển du lịch, tỉnh đã luôn chú trọng trong công tác đầu tư, quy hoạch và xúc tiến các dự án nhằm hoàn thiện về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho du lịch, đặc biệt là du lịch trong thời đại mới, hiện đại hơn, đầy đủ hơn.

Tỉnh đã dành nguồn lực thỏa đáng để tập trung triển khai cụ thể hóa 07 quy hoạch chiến lược của tỉnh, trong đó tổng kinh phí dành cho các quy hoạch quan trọng cấp tỉnh giai đoạn 2012–2018 là 900 tỷ đồng, các ngân hàng thương mại hỗ trợ trên 110 tỷ đồng. Qua đó nâng cao chất lượng quy hoạch phân khu, quy hoạch chi tiết, nhất là tại các khu kinh tế, khu du lịch, đô thị, du lịch... hạn chế tình trạng thiếu đồng bộ, thống nhất gây lãng phí nguồn lực; đồng thời gắn kết chặt chẽ với công tác xúc tiến đầu tư.

Tỉnh Quảng Ninh đã mạnh dạn và sáng tạo trong thiết lập các mô hình mới nhằm quyết liệt trong cải cách thủ tục hành chính, giảm các đầu mối và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, nhà đầu tư khi đến tìm hiểu cơ hội đầu tư, kinh doanh: (1) Thành lập Ban Hỗ trợ và Xúc tiến đầu tư (IPA) trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh và hoạt động dưới sự chỉ đạo điều hành trực tiếp của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thay đổi quy trình giải quyết các thủ tục đầu tư “từ trên xuống thay vì từ dưới lên”, rút ngắn thời gian cấp giấy chứng nhận đầu tư (từ 25 ngày xuống còn 07 ngày, có trường hợp chỉ trong 01 ngày). (2) Thành lập Trung tâm phục vụ Hành chính công cấp tỉnh trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh và 13 Trung tâm phục vụ hành chính công cấp huyện trực thuộc Ủy ban nhân dân cấp huyện, là cơ quan đầu mối tập trung thực hiện việc hướng dẫn; tiếp nhận, giải quyết hồ sơ thủ tục hành chính cho cá nhân, tổ chức theo quy định.

Liên tục đổi mới, sáng tạo và chuyên nghiệp trong tổ chức Hội nghị về xúc tiến đầu tư (XTĐT) quy mô lớn, thu hút được sự quan

tâm của cộng đồng doanh nghiệp, và các nhà đầu tư lớn: Hội nghị Xúc tiến đầu tư năm 2012, Hội nghị đổi mới hoạt động XTĐT, nâng cao năng lực cạnh tranh; Hội nghị công bố các quy hoạch chiến lược và XTĐT năm 2014, Hội nghị XTĐT ứng dụng khoa học công nghệ phát triển dược liệu 2015; Hội nghị tăng cường đầu tư của doanh nghiệp vào lĩnh vực nông nghiệp 2016; Hội nghị Xúc tiến đầu tư các doanh nghiệp Hàn Quốc năm 2020 với chủ đề “Quảng Ninh 2020 – Điểm đến đầu tư”.

Thường xuyên cập nhật website về xúc tiến đầu tư của tỉnh với các ngôn ngữ tiếng Việt, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc được kết nối vào website các Văn phòng Đại sứ quán của Việt Nam tại nước ngoài, các văn phòng Đại sứ quán nước ngoài tại Việt Nam và các tổ chức xúc tiến đầu tư của nước ngoài tại Việt Nam.

Không ngừng cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh minh bạch, thông thoáng, thuận lợi

Hàng năm, tỉnh đều xây dựng Kế hoạch hành động triển khai Nghị quyết số 19-2018/NQ-CP ngày 15/5/2018 (từ năm 2019 là Nghị quyết số 02/NQ-CP) của Chính phủ, trong đó: phân công nhiệm vụ của từng đồng chí Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh phụ trách từng lĩnh vực; gắn nhiệm vụ cụ thể cho từng sở ngành và địa phương, nâng cao trách nhiệm của người đứng đầu trong việc thực hiện cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh của tỉnh.

Tỉnh đã tập trung chỉ đạo quyết liệt các giải pháp về cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, thường xuyên tổ chức kiểm đếm, đánh giá kết quả triển khai tại các cuộc họp định kỳ. Thành lập Tổ công tác thực hiện Kế hoạch nâng cao Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), trong đó: Tổ trưởng Tổ công tác là đồng chí Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh. Bên cạnh đó, tỉnh triển khai đánh giá, phân tích từng chỉ số thành phần của PCI bằng việc tổ chức Hội nghị phân tích chuyên sâu sau lễ công bố PCI; làm rõ từng chỉ số thành phần tăng giảm, đánh giá nguyên nhân; giao rõ trách nhiệm tới từng cơ quan đơn vị chủ trì các chỉ số thành phần.

Công tác thu hút đầu tư theo hình thức đối tác công – tư (PPP) cũng được quan tâm và chú trọng

Kiên trì thực hiện quan điểm phát triển “*dựa vào nguồn lực bên trong là quyết định, chiến lược, cơ bản lâu dài và nguồn lực bên ngoài là quan trọng, đột phá*”, từ đầu năm 2013, trong khi khung pháp lý về đầu tư theo hình thức đối tác công – tư chưa đầy đủ và đồng bộ, với mục tiêu đẩy mạnh huy động nguồn lực xã hội hóa để phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng trong bối cảnh ngân sách hạn hẹp, tỉnh Quảng Ninh đã mạnh dạn nghiên cứu một số mô hình đầu tư nhằm kết hợp và huy động nguồn lực từ khối tư nhân và thí điểm đầu tư theo phương châm “*lấy đầu tư công dẫn dắt đầu tư tư*”, với các hình thức: (1) Lãnh đạo công – quản trị tư: là hình thức Nhà nước định hướng, ban hành cơ chế chính sách; hướng dẫn, hỗ trợ và kiểm tra, giám sát,...; các nhiệm vụ đầu tư phát triển, quản lý, điều hành do tư nhân đảm nhiệm. (2) Đầu tư công – quản lý tư: Là hình thức các công trình, cơ sở vật chất do Nhà nước bỏ vốn đầu tư xây dựng, sau đó lựa chọn hoặc chỉ định giao lại cho tư nhân có đủ năng lực để quản lý khai thác kinh doanh theo mục đích sử dụng của công trình; chi phí vận hành, duy tu, bảo dưỡng,... do nhà đầu tư chi trả. (3) Đầu tư tư – sử dụng công: Là hình thức nhà đầu tư thuê đất, bỏ vốn đầu tư các công trình theo quy hoạch và yêu cầu sử dụng của Nhà nước. Sau khi hoàn thành, nhà nước có thể thuê lại một phần hoặc toàn bộ công trình để sử dụng hoặc phục vụ vào mục đích công ích.

Tỉnh luôn quan tâm đến công tác quản lý nhà nước, thúc đẩy đầu tư phát triển du lịch

Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch: Tỉnh Quảng Ninh đã tìm tòi, thực thi nhiều chủ trương, biện pháp, cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển đưa du lịch từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo đúng quy hoạch; không gian phát triển du lịch được mở rộng, có trọng tâm, trọng điểm gắn với bảo vệ môi trường, giữ gìn cảnh quan, bảo tồn, phát huy giá trị của các di sản. Đề xuất và tái lập Sở Du lịch vào năm 2016, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch. Ngày 24/5/2013, BCH Đảng bộ tỉnh

đã ban hành Nghị quyết số 07-NQ/TU về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013 – 2020, định hướng đến năm 2030; ngày 05/02/2016 tiếp tục ban hành Nghị quyết số 02-NQ/TU về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 – 2020, định hướng đến năm 2030. Tỉnh Quảng Ninh đã đặt ra mục tiêu xây dựng Quảng Ninh trở thành một trung tâm du lịch quốc tế, một trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia, có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, có chất lượng cao, thương hiệu mạnh, mang đậm bản sắc văn hóa các dân tộc trong tỉnh, có năng lực cạnh tranh với các nước trong khu vực và quốc tế; thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội nhanh, bền vững và bảo đảm quốc phòng – an ninh.

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 do Tập đoàn Tư vấn BCG (Hoa Kỳ) tư vấn đã đề xuất những ý tưởng mang tính đột phá nhằm giải quyết những mâu thuẫn, thách thức lớn nhất mà tỉnh đang phải đối mặt; Tập trung vào giải quyết 7 vấn đề để thúc đẩy phát triển du lịch Quảng Ninh, định hướng phát triển tại 4 vùng du lịch, đồng thời đã đề ra 8 nhóm giải pháp thực hiện quy hoạch với 56 giải pháp, dự án thành phần.

Tỉnh đã tăng cường ủy quyền cho UBND các địa phương thực hiện công tác quản lý hoạt động du lịch, môi trường kinh doanh du lịch, đồng thời gắn trách nhiệm của các địa phương, doanh nghiệp vào từng lĩnh vực cụ thể. Nhiều địa phương đã triển khai lập quy hoạch chi tiết các vùng, khu, điểm du lịch, đề án phát triển du lịch, như Hạ Long, Cô Tô, Móng Cái, Vân Đồn, Bình Liêu, Tiên Yên; tăng cường công tác quản lý Nhà nước về du lịch trên vịnh Hạ Long, công tác quản lý khách du lịch lữ hành qua cửa khẩu quốc tế Móng Cái, công tác quản lý cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch. Các ngành, địa phương chủ động nhiều giải pháp quản lý, đổi mới phương thức hoạt động; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý nghiêm các vi phạm trong hoạt động du lịch; tập trung giải quyết những vấn đề cấp bách trong hoạt động kinh doanh lữ hành, chất lượng dịch vụ cơ sở lưu trú, hướng dẫn viên du lịch.

Chú trọng nâng cao chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch

Số lượng cơ sở lưu trú du lịch tại Quảng Ninh trong giai đoạn 2013 – 2023 có sự tăng trưởng trung bình xấp xỉ 10%/năm, số lượng buồng tăng trung bình 17%/năm. Trong đó, chất lượng các cơ sở lưu trú có sự cải thiện rõ rệt, cụ thể số lượng cơ sở lưu trú được xếp hạng tăng trung bình năm trong giai đoạn này là 100%/năm (năm 2023 Quảng Ninh có 1.677 cơ sở lưu trú với 36.418 phòng đã xếp hạng). Số cơ sở lưu trú đạt hạng 5 sao tăng trưởng mạnh trung bình trên 50%/năm. Con số này cho thấy những nỗ lực rõ rệt của việc nâng cao chất lượng phục vụ tại các cơ sở lưu trú của tỉnh. Đây là yếu tố quan trọng để đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế cao cấp. Bên cạnh đó, số lượng các loại hình cơ sở lưu khác như homestay, các nhà nghỉ cũng tăng trưởng mạnh, góp phần đa dạng hóa các loại hình lưu trú và phục vụ được các đối tượng khách du lịch khác nhau.

Cùng với việc phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển kinh tế – xã hội nói chung, với các hạ tầng thiết chế văn hóa đặc sắc, nổi trội được đầu tư từ nguồn vốn ngân sách nhà nước như: Cụm công trình Bảo tàng – Thư viện tỉnh, Cung quy hoạch hội chợ và triển lãm tỉnh, Cụm thông tin cổ động biên giới Sa Vỹ – Thành phố Móng Cái, Đường bao biển Trần Quốc Nghiễn, Bãi tắm Hạ Long,... đã là những điểm đến không thể thiếu trong hành trình du khách đến với Quảng Ninh.

Mở rộng không gian phát triển du lịch. Không gian du lịch tiếp tục định hướng, mở rộng có trọng tâm, trọng điểm, phát triển theo 04 vùng: Hạ Long – Uông Bí, Đông Triều – Vân Đồn, Cô Tô và Móng Cái, gắn liền với 4 dòng sản phẩm chính gồm: du lịch biển đảo; du lịch văn hóa, tâm linh; du lịch cộng đồng sinh thái; du lịch biên giới. Đến nay có 12/13 địa phương được công nhận các tuyến, điểm du lịch, cụ thể có 33 tuyến và 91 điểm du lịch, 05 khu du lịch cấp tỉnh, 01 khu du lịch cấp quốc gia. Các địa phương đã chủ động phát triển các sản phẩm dựa theo lợi thế, điều kiện của từng khu vực, do đó đã phát huy được hiệu quả của từng sản phẩm du lịch.

Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến du lịch và phát triển thị trường

Công tác thông tin, truyền thông trên được đổi mới về hình thức và nội dung. Tỉnh thường xuyên hợp tác truyền thông với gần 40 cơ quan báo chí nhằm tập trung tuyên truyền quảng bá hình ảnh, sản phẩm du lịch và các ngành dịch vụ có lợi thế của tỉnh. Ngoài ra, nhiều cơ quan, đơn vị đã triển khai các trang website, trang mạng xã hội như: Twitter, Facebook,... để phục vụ công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh dịch vụ tỉnh Quảng Ninh đến đông đảo các tầng lớp nhân dân trong nước và du khách quốc tế. Một số phương thức tuyên truyền mới đã được áp dụng như: Tổ chức các đoàn Famtrip, presstrip cho các công ty lữ hành, cơ quan truyền thông, các chương trình Roadshow tại một số địa phương trọng điểm về du lịch; tổ chức xây dựng các ấn phẩm, cẩm nang về du lịch, quảng bá hình ảnh về Du lịch Quảng Ninh trên các phương tiện vận chuyển, nhà ga sân bay, các tạp chí đặt trên các chuyến bay trong và ngoài nước.

Nâng cao chất lượng đào tạo, phát triển nhân lực du lịch và đẩy mạnh hợp tác phát triển

Số lượng lao động trực tiếp ngành Du lịch của Quảng Ninh tăng ổn định trong giai đoạn 2011 – 2019, từ 25.000 người năm 2011 lên đến 60.000 người năm 2019, chiếm 7,3% lực lượng lao động du lịch cả nước, trung bình mỗi năm tăng 4.375 lao động và mức tăng trưởng kép hàng năm trong giai đoạn 2011 – 2019 đạt 11,6%/năm. Số lượng lao động gián tiếp ngành Du lịch của Quảng Ninh, chiếm khoảng 60% cơ cấu lao động. Đây cũng là thời điểm ngành Du lịch Quảng Ninh sử dụng nhiều lao động nhất, với tổng số 150.000 người.

Năm 2023, ngành Du lịch Quảng Ninh đã tạo ra khoảng 50.000 lao động, trong đó chủ yếu tập trung ở lĩnh vực ăn uống (chiếm 26%); mua sắm du lịch chiếm 23%; vận tải chiếm 20%; phục vụ tham quan chiếm 8%; lưu trú % và các lĩnh vực khác chiếm 13%.

Về chất lượng, chất lượng lao động trực tiếp ngành Du lịch Quảng Ninh đã có những chuyển biến tích cực, năm 2019 số lao động có trình độ đại học và trên đại học đạt gần 5.000. Tuy nhiên, so với tổng số lao động trực tiếp, số lượng lao động chất lượng cao và

được đào tạo đúng chuyên ngành mới chỉ chiếm tỷ lệ thấp (khoảng 22%); số lao động được đào tạo ở chuyên ngành khác và chưa qua đào tạo vẫn chiếm tỷ lệ cao (khoảng 46%); còn lại khoảng 32% số lao động chưa xác định được trình độ.

Các ngành, địa phương thường xuyên mở các lớp bồi dưỡng, tập huấn kỹ năng nghiệp vụ, cập nhật các kiến thức mới về du lịch, đảm bảo đáp ứng yêu cầu về nhân lực, đặc biệt nhân lực chất lượng cao trong tình hình mới¹. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ hướng dẫn viên (kiến thức, kỹ năng, trình độ ngoại ngữ) để nâng cao chất lượng phục vụ khách tham quan.

Nhằm phát triển nguồn nhân lực tại chỗ, Hội đồng nhân dân tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Nghị quyết số 187/2019/NQ-HĐND ngày 30/7/2019 chính sách thu hút và khuyến khích sinh viên học tập trong một số ngành đào tạo tại trường Đại học Hạ Long. Bên cạnh đó, Hội đồng nhân dân tỉnh đã thông qua Nghị quyết về chính sách thu hút, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao tại 3 cơ sở đào tạo lớn của tỉnh là Đại học Hạ Long, Cao đẳng Việt – Hàn, Cao đẳng Y tế Quảng Ninh, gắn với tăng quy mô và chất lượng dân số giai đoạn 2021 – 2025. Các nghị quyết trên là đòn bẩy để các cơ sở giáo dục đào tạo này thu hút, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, gắn với tăng nhanh quy mô và nâng cao chất lượng dân số trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU ĐỂ QUẢNG NINH TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH KẾT NỐI KHU VỰC VÀ QUỐC TẾ

Nhằm phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế khác biệt của tài nguyên du lịch gắn với phát triển công nghiệp dịch vụ, công nghiệp

¹ Thành phố Hạ Long đã phối hợp tổ chức các lớp bồi dưỡng cho 250 thuyết minh viên du lịch của các điểm du lịch trên địa bàn; 05 lớp tập huấn nghiệp vụ du lịch cho trên 1.200 người là lãnh đạo, công chức văn hóa – xã hội các phường và các chủ cơ sở lưu trú du lịch dưới 1 sao trên địa bàn; 5 lớp tập huấn tuyên truyền pháp luật về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng cho 1000 người; 05 lớp tập huấn thực hiện phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” cho 2150 người là lãnh đạo, công chức văn hóa, khu trưởng, Trưởng ban mặt trận Ủy ban nhân dân các phường, 10 lớp bồi dưỡng kỹ năng ứng xử và văn hóa công sở cho 1500 cán bộ, công chức, viên chức học tập.

văn hóa, công nghiệp giải trí dựa trên nền tảng công nghiệp sáng tạo được tổ chức sản xuất ở trình độ cao để phát triển du lịch, dịch vụ nhanh, bền vững ngày càng giữ vai trò chủ đạo, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu GRDP của tỉnh. Xây dựng tỉnh Quảng Ninh trở thành một trong những trung tâm du lịch quốc tế phát triển theo chiều sâu có trọng tâm, trọng điểm; trung tâm kinh tế biển, cửa ngõ giao thương quốc tế, điểm đến du lịch hàng đầu quốc gia, có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, có chất lượng cao, thương hiệu mạnh, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc trong tỉnh, có năng lực cạnh tranh với các nước trong khu vực và quốc tế; thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực thúc đẩy kinh tế – xã hội nhanh, bền vững và bảo đảm quốc phòng an ninh việc đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch tỉnh Quảng Ninh cần thực hiện một số giải pháp sau nhằm phát triển cho nguồn nhân lực du lịch, cụ thể:

Một là, quản lý các doanh nghiệp lữ hành cũng như các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh cần nâng cao nhận thức về phát triển nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao. Đứng trước những cơ hội thị trường, du lịch Quảng Ninh có phát triển được hay không hoàn toàn phụ thuộc vào nhận thức, trình độ và quyết tâm của những người lãnh đạo doanh nghiệp và bộ máy quản lý. Tuy nhiên, dù nhận ra được những cơ hội kinh doanh trên thị trường, nhưng nếu nguồn nhân lực trong doanh nghiệp không đủ trình độ đáp ứng yêu cầu công việc, của thị trường thì ngành Du lịch của tỉnh cũng không thể thành công. Theo xu hướng phát triển nguồn nhân lực hiện nay ở nhiều nước trên thế giới nói chung hay khu vực ASEAN nói riêng, người lao động được xem là tài sản của doanh nghiệp lữ hành. Vì thế, đào tạo phát triển nguồn nhân lực được các doanh nghiệp coi là hoạt động đầu tư chứ không phải là gánh nặng chi phí.

Hai là, tỉnh Quảng Ninh cần dự báo nhu cầu, quy hoạch phát triển nhân lực. Công tác dự báo và quy hoạch phát triển nhân lực trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh sẽ xác định rõ khoảng cách giữa hiện

tại và định hướng tương lai về nhu cầu nhân lực; chủ động thấy trước được khó khăn và tìm các biện pháp nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực. Đồng thời, quy hoạch nguồn nhân lực giúp cho các doanh nghiệp lữ hành cũng như ngành Du lịch của tỉnh nhận thấy rõ hơn những hạn chế và cơ hội của nguồn tài sản nhân lực hiện có. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong hoạch định các chiến lược kinh doanh dài hạn.

Ba là, đa dạng các hình thức đào tạo và phát triển nhân lực. Doanh nghiệp lữ hành và các cơ sở giáo dục đào tạo về du lịch trên địa bàn tỉnh cần có nhiều hình thức đào tạo và phát triển nhân lực thích ứng với quy mô và điều kiện thực tế như: Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc (cầm tay chỉ việc), Đào tạo theo kiểu học nghề, Kèm cặp và chỉ bảo – Những phương pháp này thường dùng để giúp cho các cán bộ quản lý và các nhân viên giám sát có thể học được các kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc trước mắt và công việc cho tương lai thông qua kèm cặp, chỉ bảo của những người quản lý giỏi hơn. Hơn nữa, trong quá trình đào tạo cần ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ nhằm cập nhật với khu vực và thế giới.

Bốn là, xây dựng chính sách đãi ngộ nhân lực. Đãi ngộ nhân lực là việc xây dựng và thực thi các chính sách trả công lao động nhằm mục đích khuyến khích người lao động chủ động, tích cực và sáng tạo để hoàn thành các công việc được giao, đồng thời khuyến khích họ duy trì và kéo dài sự gắn bó với nơi làm việc. Đãi ngộ nhân lực bao gồm đãi ngộ về vật chất và đãi ngộ về tinh thần. Hiện nay, ngoài các yếu tố về tiền lương, tiền thưởng, phụ cấp, phúc lợi, người lao động còn đặc biệt quan tâm đến các yếu tố về tinh thần như cơ hội thăng tiến, điều kiện làm việc, đồng viên bằng các danh hiệu, quan tâm đến đời sống tinh thần, biểu dương, khen ngợi, ghi công,... nhằm tạo sự hăng say làm việc, tạo động lực từ bên trong giúp nhân viên gắn bó hơn với doanh nghiệp.

Năm là, xây dựng các tiêu chí đánh giá nhân lực định kì theo tháng, quý và năm kế hoạch. Tiêu chí này được áp dụng trong tất cả các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn của tỉnh. Chính vì vậy, để đánh giá nhân lực một cách hiệu quả, chính xác thì đòi hỏi phải

có những tiêu chí đánh giá cụ thể, rõ ràng và quy định cho từng nhóm lao động cụ thể. Căn cứ vào các tiêu chí, các doanh nghiệp sẽ tiến hành đánh giá nhân lực của mình để từ đó có những giải pháp trong việc bồi dưỡng, đào tạo lại, đào tạo mới, tuyển dụng bổ sung nguồn nhân lực cho doanh nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Nguồn lực con người là yếu tố quyết định mọi hoạt động. Tuy nhiên, một thực tế cho thấy rằng khi phân bổ nguồn lực cho chiến lược, chính sách phát triển thường bao giờ cũng ưu tiên cho xây dựng cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và chi thường xuyên, còn nguồn lực cho đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thường xếp vào hàng thứ yếu. Vì vậy, phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch của tỉnh cần phải xác định là nhiệm vụ quan trọng, phải được xây dựng kế hoạch và lộ trình triển khai, áp dụng một cách đồng bộ từ cấp quản lý nhà nước đến địa phương, nhằm hình thành, phát triển đội ngũ nhân lực đủ về số lượng đảm bảo về chất lượng, đồng bộ về cơ cấu có chất lượng cao cho tỉnh nhà, cho ngành Du lịch Việt Nam, đáp ứng được nhu cầu khi hội nhập vào khu vực ASEAN nói riêng cũng như thị trường du lịch quốc tế nói chung và đặc biệt để du lịch tỉnh Quảng Ninh có thể trở thành trung tâm du lịch kết nối của khu vực và quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết số 07-NQ/TU về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013 – 2020, định hướng đến năm 2030.
2. Nghị quyết số 02-NQ/TU ngày 05/02/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 – 2020, định hướng đến năm 2030.
3. Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XIV trình Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XV, nhiệm kỳ 2020 – 2025.
4. Sở Du lịch Quảng Ninh, Đề án Phát triển Quảng Ninh trở thành trung tâm du lịch kết nối với khu vực và thế giới đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHUẨN QUỐC TẾ ĐÁP ỨNG SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THANH HÓA

PGS.TS. Nguyễn Thị Thục¹, ThS. Bùi Thị Hậu²

Tóm tắt: Với tiềm năng và lợi thế về mọi mặt, tỉnh Thanh Hóa có chủ trương lựa chọn và xây dựng du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và đã tập trung quy hoạch, đầu tư xây dựng các không gian, khu, điểm, tuyến du lịch. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, du lịch Thanh Hóa vẫn còn hạn chế, bất cập, chưa tạo ra sức hút mạnh mẽ so với nhiều địa phương khác. Một trong những nguyên nhân chính là do chất lượng nguồn nhân lực du lịch chưa đảm bảo, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc tế, trong khi hiện nay nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực đạt chuẩn quốc tế đang trở thành nhu cầu bức thiết để du lịch Thanh Hóa có thể cất cánh.

Từ khóa: du lịch Thanh Hóa, nguồn nhân lực, nguồn nhân lực đạt chuẩn quốc tế.

TRAINING INTERNATIONAL STANDARD TOURISM HUMAN RESOURCES TO MEETING THE DEVELOPMENT OF THANH HOA TOURISM

Abstract: With its potential and advantages in all aspects, Thanh Hoa province has a policy of choosing and building tourism to become a key economic sector and has focused on planning and investing in the construction of tourist spaces, zones, and destinations. However, in reality, Thanh Hoa tourism is still limited, inadequate, and has not created a strong attraction compared to many other localities. One of the main reasons is that the quality of tourism human resources is not guaranteed, especially the ones meet international standards. Meanwhile, this is an important and urgent factor to develop Thanh Hoa tourism.

Keywords: Thanh Hoa tourism, human resources, international standards, tourism human resource.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch không chỉ là ngành “công nghiệp không khói” mà còn được xem là ngành kinh tế đặc biệt có tính tổng hợp, liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao, mang giá trị văn hóa sâu sắc. Nhiều quốc

¹ Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, Email: nguyenthithuc.dvtdt@.edu.vn.

² Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, Email: buithihau.dvtdt@.edu.vn.

gia trên thế giới, khu vực và một số tỉnh, thành trong nước có ngành Du lịch phát triển đã chứng minh ngành Du lịch không chỉ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế đất nước, địa phương mà còn tạo động lực cho sự phát triển các ngành/ lĩnh vực khác. Hoạt động của ngành Du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu đi du lịch của người dân trên khắp thế giới đang có xu hướng tăng nhanh trong những thập niên trở lại đây mà còn đóng vai trò quan trọng “xuất khẩu tại chỗ” các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW “về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” thì ngành Du lịch thực sự “cắt cánh” vươn lên một “tầm cao mới”. Trên cơ sở Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị và từ thực tiễn tiềm năng du lịch của tỉnh, Nghị quyết Đại hội tỉnh Đảng bộ Thanh Hóa lần thứ XVIII (giai đoạn 2015 – 2020) và XIX (giai đoạn 2021 – 2025) đều xác định du lịch là một trong các nhiệm vụ trọng tâm với mục tiêu “phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”. Để cụ thể hóa Nghị quyết, Chiến lược phát triển du lịch của tỉnh đã ra đời, các mục tiêu trong chiến lược có tác động mạnh mẽ đến sự phát triển du lịch.

Thanh Hóa nằm trong vùng du lịch Bắc Trung Bộ cùng các tỉnh Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị và Thừa Thiên – Huế. Diện tích tự nhiên 11.060km²; dân số trên 3,7 triệu người, với 7 dân tộc cùng sinh sống (Kinh, Mường, Thái, Thổ, Mông, Dao, Khơ mú). Thanh Hóa có sự thuận lợi về địa tự nhiên, địa chính trị, địa kinh tế và được biết đến là một vùng đất giàu tiềm năng về cảnh quan sinh thái tự nhiên và văn hóa truyền thống. Tất cả những những lợi thế trên đã giúp cho Thanh Hóa có đủ điều kiện để lựa chọn và phát triển du lịch.

Du lịch Thanh Hóa trong những năm qua đã có những bước phát triển mạnh mẽ, thu hút được đông đảo khách du lịch quốc tế và trong nước. Tuy nhiên, sự phát triển hiện nay so với yêu cầu và tiềm năng của tỉnh, khu vực vẫn chưa xứng tầm. Phát triển du lịch trong tỉnh vẫn còn nhiều khó khăn, bất cập về số lượng, chất lượng các sản phẩm du lịch, đặc biệt là đảm bảo về nguồn nhân lực chất lượng cao. Bên cạnh đó, sự phát triển vượt bậc của công nghệ 4.0,

quá trình hội nhập đã làm thay đổi tư duy và du lịch truyền thống. Việc áp dụng công nghệ tạo thành các điểm du lịch thông minh hay công nghệ thực tế ảo,... đặt ra yêu cầu cần nâng cao trình độ nguồn nhân lực du lịch. Mặt khác, để cạnh tranh được với các tỉnh, các nước trong khu vực có thương hiệu về phát triển du lịch, việc đội ngũ nhân lực đạt chuẩn quốc tế là nhu cầu thực sự cần thiết.

2. SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH THANH HÓA VÀ NHU CẦU VỀ NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐẠT CHUẨN QUỐC TẾ HIỆN NAY

2.1. Nguồn nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc tế

Trong những năm qua, mặc dù Việt Nam liên tiếp được bình chọn là điểm đến hấp dẫn nhưng số liệu thống kê của ngành Du lịch hàng năm cho thấy, tỷ lệ khách du lịch quốc tế quay trở lại Việt Nam du lịch chỉ chiếm từ 10 đến 40%. Nếu so với nước láng giềng Thái Lan (80%) là khá khiêm tốn. Để có được thành công trên, trong Chiến lược phát triển du lịch giai đoạn 2017 – 2021, Thái Lan đã tập trung vào con người một cách có hệ thống, hợp tác cùng với các doanh nghiệp nước ngoài nhằm nâng cao tay nghề, tư duy của nhân lực du lịch. Có thể thấy, việc phát triển nguồn nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc tế là mục tiêu quan trọng đưa Thái Lan trở thành điểm đến chất lượng.

Nhìn lại năm 2015, khi Cộng đồng kinh tế ASEAN ra đời, trong nhiều nội dung được thống nhất có sự thừa nhận lẫn nhau về văn bằng của người lao động, trong đó có nghề du lịch. Chiến lược du lịch ASEAN (ATSP) giai đoạn 2016 – 2025 với mục tiêu đưa ASEAN trở thành điểm đến chất lượng, bền vững, trách nhiệm và phát triển toàn diện. Như vậy, người lao động Việt Nam có thể sang các nước ASEAN làm việc và ngược lại. Để đạt được những mục tiêu trên, ASEAN đã xây dựng các tiêu chuẩn nghề chung cho một số hoạt động du lịch gồm 6 nghiệp vụ lễ tân, buồng, bếp, dịch vụ ăn uống, đại lý du lịch và điều hành tour với tổng số 32 chức danh nghề.

Tại Việt Nam, chưa có một khái niệm rõ ràng về nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc tế nhưng chúng ta đã được Liên minh Châu

Âu tài trợ và đã cho xuất bản bộ Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (VTOS). Bộ tiêu chuẩn VTOS hiện được sử dụng rộng rãi, các tiêu chuẩn được chuẩn hóa, tiêu chuẩn ASEAN, chuẩn nghề quốc tế. Tiêu chuẩn VTOS là thước đo đánh giá kỹ năng nghề của nhân viên, người lao động thông qua các kỳ thẩm định VTOS được Hội đồng VTCB tiến hành, đây cũng là kênh tham chiếu trong việc điều chỉnh, chương trình /dạy nghề nguồn nhân lực du lịch. Tiêu chuẩn VTOS phiên bản mới (2013) đã cung cấp danh mục hơn 65 chứng chỉ đề xuất cho các đối tượng từ nhân viên tập sự bậc 1 đến quản lý cấp cao bậc 5. Các chứng chỉ này bao gồm cả lĩnh vực lữ hành và khách sạn, dựa trên 6 vị trí việc làm: 1. Lễ tân; 2. Phục vụ buồng; 3. Phục vụ nhà hàng; 4. Chế biến món ăn; 5. Điều hành du lịch và đại lý lữ hành; 6. Hướng dẫn du lịch. Ngoài ra, còn xây dựng mở rộng cho các hoạt động du lịch: thuyết minh du lịch; phục vụ trên tàu thủy du lịch; Quản lý khách sạn; Vận hành cơ sở lưu trú du lịch.

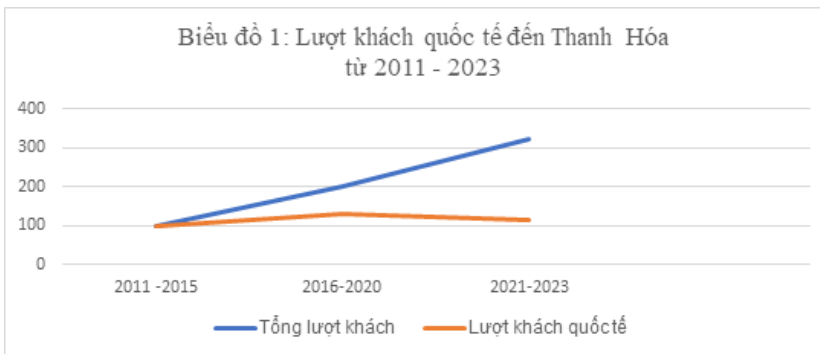
Tiêu chuẩn VTOS 2013 được thiết kế gồm 5 bậc, bao gồm 241 đơn vị năng lực, 45 chứng chỉ đề xuất. VTOS 2013 được tiêu chuẩn hóa dùng để đánh giá năng lực của người lao động với 3 cấu phần: kỹ năng, kiến thức, thái độ tương thích với tiêu chuẩn năng lực chung về nghề du lịch trong ASEAN. Đối tượng sử dụng Tiêu chuẩn VTOS 2013 gồm 4 nhóm: 1) Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; 2) Các cơ sở /dạy nghề về du lịch; 3) Doanh nghiệp du lịch và 4) Người lao động trực tiếp trong các doanh nghiệp du lịch.

Như vậy, nguồn nhân lực đạt chuẩn quốc tế trong lĩnh vực du lịch đề cập đến việc các nhân viên hoặc công nhân trong ngành Du lịch đáp ứng được các tiêu chuẩn và yêu cầu quốc tế về chất lượng, hiệu suất làm việc, kiến thức chuyên ngành về du lịch và văn hóa, kỹ năng chuyên môn, cũng như thái độ phục vụ và giao tiếp.

2.2. Nhu cầu về nguồn nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc tế ở Thanh Hóa hiện nay

Thanh Hóa là vùng đất có lợi thế về phát triển du lịch đa dạng ở cả ba vùng địa lý (đồng bằng, miền núi và biển đảo). Thanh Hóa có bờ biển dài với nhiều bãi cát đẹp, hoang sơ, hải sản phong phú, hấp dẫn. Từ thời Pháp thuộc, Sầm Sơn đã được khai thác và du

khách quốc tế đánh giá cao. Cho đến nay, vào mỗi mùa hè, đây vẫn là nơi thu hút được đông đảo du khách trong, ngoài nước tắm biển, tham quan và nghỉ dưỡng. Vùng đồng bằng cái nôi của người Việt cổ đã sản sinh ra hệ thống di sản văn hóa đậm đặc, hình thành nên các không gian văn hóa du lịch Hàm Rồng – sông Mã, Thành Nhà Hồ – Lam Kinh. Vùng núi với những cảnh sắc núi rừng hòa với văn hóa các dân tộc Thái, Mường, Mông, Dao, tạo nên những bức tranh thiên nhiên và con người an bình, thích hợp nghỉ dưỡng và du lịch mạo hiểm. Từ Nghị quyết của Đảng, Thanh Hóa xác định đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư đã làm cho bộ mặt cảnh quan các điểm du lịch thay đổi, nhiều dịch vụ du lịch, hệ thống khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi giải trí đạt chuẩn ra đời.



Về khách du lịch

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, 2023.

Giai đoạn 2016 – 2023, du lịch Thanh Hóa có sự phát triển vượt bậc ở đầu năm 2019¹. Toàn tỉnh ước đón được 42.583.000 lượt khách, vượt 0,7% so với kế hoạch, gấp 2,0 lần so với tổng lượt khách giai đoạn 2011 – 2015, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 15,6%/năm; trong đó, khách quốc tế ước đạt 1.276.950 lượt, vượt 1,3% so với kế hoạch, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 26%/năm. Ước phục vụ 79.325.500 ngày khách, vượt 0,6% so với kế hoạch, gấp 2,1 lần so

¹ Nguồn: Số liệu do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa cung cấp.

với tổng ngày khách giai đoạn 2011 – 2015, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 18,0%/năm; trong đó, ước phục vụ 3.776.800 ngày khách quốc tế, vượt 1,7% so với kế hoạch, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 30%/năm. Trong khi đó, giai đoạn 2021 – 2023 mặc dù có sự chững lại của toàn ngành do dịch bệnh COVID-19 nhưng Thanh Hóa có sự phục hồi khá nhanh và đạt những con số du lịch ấn tượng. Năm 2022, tổng lượt khách đến Thanh Hóa tăng gấp 3,23 lần so với năm 2021, đạt 110,4% kế hoạch năm 2022, trong đó khách quốc tế tăng gấp 11,47 lần so với năm 2021; Tổng thu du lịch đạt 20.060 tỷ đồng, tăng gấp 4,01 lần so với năm 2021, đạt 111,9% kế hoạch năm 2022, trong đó tổng thu từ khách du lịch quốc tế: 72.400.000 USD, năm 2023, Thanh Hóa đón 12,1 triệu lượt du khách du lịch (trong đó khách quốc tế: 49,800 lượt). Những số liệu trên cho thấy sức hút và tiềm năng du lịch lớn mạnh của tỉnh Thanh Hóa. Sau đại dịch COVID-19 đến nay, Thanh Hóa trong nhóm dẫn đầu trên bản đồ du lịch Việt Nam. Đứng thứ 4 cả nước về lượt khách và tổng thu du lịch, chỉ sau Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội và tỉnh Quảng Ninh. Số lượng khách du lịch qua các năm đến Thanh Hóa cũng tăng đều.

Thanh Hóa dự kiến, đến năm 2025: Đón 16.000.000 lượt khách du lịch, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021 – 2025 đạt 7,0%/năm, trong đó, khách quốc tế đạt 850.000 lượt khách; tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 16,1%/năm; Tổng thu từ du lịch 45.500 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021 – 2025 đạt 17,3%/năm, trong đó tổng thu quốc tế là 380.000.000 USD, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 23,7%/năm; Có 1.050 cơ sở lưu trú với tổng số 50.000 phòng.

*Về thị trường du khách quốc tế*¹: Khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa khá đa dạng từ các châu lục khác nhau, chiếm tỷ lệ lớn là khách du lịch châu Âu (Pháp, Anh, Úc, Hà Lan, Tây Ban Nha) 56,1%; tiếp đến là khách du lịch châu Á (Nhật, Hàn Quốc, Trung Quốc) 33,6%. Các hình thức du lịch thường đi theo nhóm bạn bè, gia đình hoặc kết hợp du lịch và công vụ.

¹ <https://tckh.dvtdt.edu.vn/index.php/tckh/article/view/26/24>

Biểu đồ 2: Mục đích của du khách quốc tế khi đến Thanh Hóa

**Biểu đồ 2: Mục đích của du khách quốc tế khi đến Thanh Hóa**

Nhu cầu du khách quốc tế: Khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa thường tránh đông, nghỉ mát tham quan, trải nghiệm và mua sắm nên các điểm du lịch được yêu thích là nghỉ dưỡng ở ven biển (Sầm Sơn, Hải Hòa, Tĩnh Gia) hoặc miền núi (Pù Luông) chiếm gần 38%. Mặc dù, Thành Nhà Hồ (di sản văn hóa thế giới) và Lam Kinh (di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt) nhưng lượng du khách quốc tế đến tham quan vẫn chiếm tỷ lệ thấp.

Về cơ sở lưu trú và kinh doanh du lịch: Giai đoạn 2016 – 2020, có 200 cơ sở lưu trú được đầu tư mới, nâng tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn toàn tỉnh lên 925 cơ sở với 41.300 phòng; chất lượng các cơ sở lưu trú du lịch cũng được cải thiện, số lượng khách sạn xếp hạng từ 3 – 5 sao tăng nhanh, năm 2016 mới có 10 khách sạn từ 3 – 5 sao với 1.400 phòng, đến năm 2020 đã nâng tổng lên 42 khách sạn, với trên 4.400 phòng.

Đến năm 2022, trên địa bàn tỉnh có 1.000 khách sạn, nhà nghỉ; hơn 350 căn hộ, biệt thự du lịch; 192 homestay, trong đó, có 213 khách sạn 1 – 5 sao (03 khách sạn 5 sao, 06 khách sạn 4 sao, 38 khách sạn 3 sao, 90 khách sạn 2 sao và 76 khách sạn 1 sao); 57 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành được cấp phép hoạt động (07 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, 50 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, 03 chi nhánh du lịch, 01 đại lý du lịch).

Riêng năm 2022, đã thẩm định và cấp 63 thẻ hướng dẫn viên du lịch (21 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 42 thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa) và 17 giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa.

Tính đến tháng 12/2022, toàn tỉnh có 71 khu, điểm được công nhận là Khu du lịch cấp tỉnh và điểm du lịch. Đây là những cơ hội việc làm rất lớn đối với nhân lực ngành Du lịch.

Về nguồn nhân lực du lịch:

Nguồn nhân lực, xét đến cùng chính là yếu tố quyết định sự thành bại của mọi hoạt động và là một loại hình sản phẩm du lịch đặc biệt. Đến năm 2020, toàn tỉnh có 40.600 lao động du lịch trực tiếp. Số lao động được, bồi dưỡng là 32.300 người, trong đó, lao động trình độ đại học trở lên là 4.000 người, lao động trình độ cao đẳng, trung cấp là 12.900 người, lao động được đào tạo nghề, bồi dưỡng là 15.400 người. Dự báo đến năm 2025, du lịch Thanh Hóa cần 62.000 lao động; trong đó số lao động qua đào tạo, bồi dưỡng chiếm 83,4% (Đại học trở lên chiếm 10,8%; trung cấp và cao đẳng chiếm 33,7%; đào tạo sơ cấp nghề và dạy nghề dưới 3 tháng chiếm 39,1%). Khảo sát ở nhiều khu, điểm du lịch, doanh nghiệp cho thấy nguồn nhân lực du lịch đang khá chắp vá, hướng dẫn viên du lịch – người tiếp xúc trực tiếp với du khách đang mang tính tình thế, được tuyển dụng theo mùa vụ, các tiêu chuẩn nghề nghiệp ít được tuân thủ. Sự phát triển của du lịch cũng làm nảy sinh tình trạng người người làm du lịch theo kiểu tự phát.

Sau đại dịch COVID-19, không chỉ Thanh Hóa mà nhiều địa phương phải chịu cảnh thiếu nhân lực đã đem đến những ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó, nhiều dự án du lịch được khởi động trở lại như Anh Phát (Nghị Sơn), Yên Trung (Yên Định),... với mô hình dịch vụ khép kín, đồng bộ, vận hành trong không gian rộng lớn nên cần một đội ngũ lao động lớn có kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ tốt. Ví dụ: Khu Anh Phát đã tuyển dụng 200 lao động ở các vị trí khác nhau. Sinh viên tại các cơ sở đào

tạo trong tỉnh gần như 100% bắt đầu tham gia thị trường lao động du lịch bằng hai hình thức: bán thời gian và toàn thời gian (dịp hè).

Được nhiều tập đoàn lớn đầu tư vào lĩnh vực du lịch, Thanh Hóa đang thực sự khát nguồn nhân lực chất lượng cao, vốn là “vũ khí” cạnh tranh quan trọng trong bối cảnh hội nhập. Đặc biệt, với những vị trí quản lý, yêu cầu cao nhất vẫn là trình độ quản lý, kỹ năng nghiệp vụ. Không chỉ là hệ thống khách sạn 4 – 5 sao như: Mường Thanh, Central, Vinpearl, Yên Trung, FLC Sầm Sơn, mà nhiều chuỗi nhà hàng, khu nghỉ dưỡng cao cấp khi tuyển dụng nhân lực vẫn gặp rất nhiều khó khăn, nhất là các vị trí quan trọng như quản lý, lễ tân, kỹ thuật bếp,... Đối với nhân lực sau tuyển dụng, phần lớn phải đào tạo lại theo đúng vị trí và yêu cầu riêng của từng doanh nghiệp, đơn vị sử dụng. Vì thế, nguồn lao động chất lượng được “sẵn đón” quyết liệt, đầu ra từ các trường đào tạo chuyên ngành Du lịch trên địa bàn tỉnh gần như không đủ cung cấp cho thị trường thời điểm này và cả những năm tới.

Như vậy, với định hướng đẩy mạnh đầu tư, xúc tiến đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, những năm tiếp theo ngành Du lịch Thanh Hóa cần nguồn nhân lực đã qua đào tạo khá lớn. Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng phục vụ, níu giữ du khách quốc tế, đáp ứng xu thế phát triển du lịch trong nước, trong khu vực và trên thế giới, những yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và thái độ của nguồn nhân lực cũng đạt chuẩn đào tạo quốc tế.

3. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THANH HÓA ĐẠT CHUẨN QUỐC TẾ ĐÁP ỨNG NHU CẦU PHÁT TRIỂN DU LỊCH, TỪNG BƯỚC HỘI NHẬP QUỐC TẾ

3.1. Về đào tạo nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa hiện nay

Nhận thức được tầm quan trọng của nguồn nhân lực du lịch, các cấp chính quyền Thanh Hóa đã phê duyệt và chỉ đạo triển khai các đề án, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch: Đề án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Thanh Hóa đến năm 2020; Đề án Nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa; Đề án Xây dựng chương trình đào tạo nâng cao

chất lượng quản trị doanh nghiệp du lịch theo mô hình chuẩn quốc tế giai đoạn 2017 – 2020; Kế hoạch đào tạo tiếng Anh cho lao động ngành Du lịch giai đoạn 2019 – 2023; phối hợp với Công ty Cổ phần Sài Gòn (Saigontourist) tổ chức đào tạo, bồi dưỡng lao động du lịch.

Cả tỉnh hiện có 06 cơ sở đào tạo về du lịch; trong đó, có 02 trường đào tạo bậc đại học về du lịch và định hướng du lịch; 02 trường đào tạo du lịch bậc cao đẳng và 02 trường đào tạo bậc trung cấp. Các trường đào tạo về du lịch trên địa bàn tỉnh hàng năm tuyển sinh khoảng 3.000 học sinh, sinh viên học chuyên ngành về du lịch. Về cơ bản, các cơ sở đào tạo đã có khu thực hành, tổ chức cho học sinh, sinh viên thực hành, kiến tập, thực tập, tham gia các hoạt động du lịch và các hoạt động xã hội theo định hướng nghề nghiệp; đổi mới phương pháp, ứng dụng khoa học công nghệ trong giảng dạy; tổ chức thực hiện hợp tác, trao đổi chuyên môn với các trường đào tạo du lịch trong và ngoài nước; thực hiện các đề tài nghiên cứu khoa học các cấp liên quan đến du lịch và ứng dụng trong giảng dạy; cử giảng viên tham gia đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ tại nước ngoài; việc xây dựng và công bố chuẩn đầu ra và thực hiện 3 công khai (Công khai chất lượng đào tạo; công khai điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo; và công khai về tài chính) có tiến bộ,... góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng đào tạo về du lịch của các trường, từng bước đáp ứng nhu cầu thực tiễn.

Hàng năm, Thanh Hóa cũng đã mở các lớp bồi dưỡng quản lý nhà nước về du lịch và các nghiệp vụ quản lý chuyên sâu cho cán bộ quản lý nhà nước về du lịch, cán bộ các ngành có liên quan như xuất nhập cảnh, cửa khẩu. Đồng thời, cử nhiều cán bộ công chức quản lý nhà nước về du lịch cấp tỉnh tham gia các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên sâu về du lịch do Tổng cục Du lịch, Ban Quản lý dự án EU tổ chức. Bồi dưỡng nâng cao năng lực quản trị, kỹ năng nghề du lịch và kiến thức pháp luật cho các đối tượng là quản lý, người lao động trong các doanh nghiệp du lịch, các hướng dẫn viên du lịch,... được thực hiện thường xuyên. Các cuộc thi nhằm nâng cao kỹ năng nghề

cho lao động du lịch cũng được ngành Du lịch, các trường, hiệp hội du lịch tổ chức và cử các doanh nghiệp tham gia các hội thi tay nghề do Hiệp hội Du lịch Việt Nam tổ chức, như: Hội thi Chiếc thìa vàng; Hội thi tay nghề du lịch Quốc gia; Hội thi tay nghề hướng dẫn viên du lịch, Hội thi hướng dẫn viên du lịch giỏi. Nhờ đó, chất lượng lao động trong ngành Du lịch Thanh Hóa đã có những cải thiện, tỷ lệ lao động du lịch qua đào tạo và bồi dưỡng ngày càng tăng.

Năm 2022 và những tháng đầu năm 2023, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng tập trung đẩy mạnh đào tạo, tập huấn nghiệp vụ cho đội ngũ làm du lịch, đặc biệt là tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng: dạy nấu ăn cho các hộ kinh doanh lưu trú tại các huyện Quan Hoá, Thường Xuân; bồi dưỡng du lịch cộng đồng tại các huyện Bá Thước, Như Xuân; Lang Chánh;...

Về hợp tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực với các nước trong khối ASEAN, khu vực châu Á và các nước phát triển khác. Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa đã có nhiều hoạt động hợp tác, phát triển nguồn nhân lực với các nước khác từ khi mới nâng cấp lên đại học với sự ưu tiên dành cho đào tạo du lịch: Hợp tác toàn diện với trường Đại học Mindoro (MinSU) của Philippines, trao đổi giảng viên, sinh viên du lịch; tổ chức chương trình trao đổi hướng nghiệp với đối tác quốc tế đến từ Singapore – Công ty SkillsSG Ventures, Singapore (SSGV); ký kết biên bản hợp tác với 3 đối tác Đài loan: Trường Đại học Quốc lập Đông Hoa, Đại học Văn hóa Trung Hoa và Trường Đại học Khoa học và Công nghệ Minh Tân: trao đổi giảng viên và cán bộ nghiên cứu; Trao đổi nhân sự hành chính và chuyên môn; Trao đổi sinh viên; Hợp tác giáo dục và đào tạo; Hợp tác đào tạo ngắn hạn, hội nghị chuyên đề và các cuộc họp học thuật khác; Trao đổi dữ liệu và thông tin học thuật (tạp chí, sách, chương trình giảng dạy,...),... Đây là nỗ lực và sự định hướng đúng đắn của một cơ sở đào tạo chuyên ngành Du lịch của tỉnh. Ngoài ra, nguồn nhân lực du lịch Thanh Hóa còn được đào tạo tại các cơ sở khác ở Vinh, Hà Nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh,... Tuy nhiên, nguồn nhân lực này về làm việc tại Thanh Hóa khá ít.

Bên cạnh đó, vẫn còn một số hạn chế:

– Nguồn nhân lực là đội ngũ giảng viên, giáo viên chuyên ngành cũng còn nhiều hạn chế. Du lịch là ngành học có sự kết hợp nhuần nhuyễn lý thuyết và kỹ năng; học đi đôi với thực hành thực tế, trải nghiệm. Điều này đòi hỏi người thầy phải là người thầy ở lý thuyết, người thợ tài ba ở kỹ năng thực hành chuyên ngành sâu. Khi đó, vẫn còn một số lượng không nhỏ giảng viên chỉ có thể dạy lý thuyết hoặc chỉ có thể dạy thực hành.

– Tỷ lệ nguồn nhân lực lao động du lịch ngay sau tốt nghiệp doanh nghiệp khi tiếp nhận phải đào tạo lại chiếm tỷ lệ cao: 34,4% cần được đào tạo thêm về kiến thức du lịch cộng đồng; 41,3% cần đào tạo thêm kỹ năng giao tiếp ứng xử, nắm bắt tâm lý khách du lịch,... 60% được đào tạo thêm ngoại ngữ¹.

3.2. Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch Thanh Hóa đạt chuẩn quốc tế

Trước hết các cơ sở đào tạo cần cải tiến chất lượng chương trình đào tạo vừa đảm bảo chuẩn đầu ra bám sát tiêu chuẩn Việt Nam VTOS 2013, đồng thời theo chuẩn khu vực và quốc tế, trước hết là khung chương trình đào tạo CATC. Chương trình du lịch chung ASEAN (CATC) là chương trình chung đã được phê duyệt cho Nghề Du lịch ASEAN theo thỏa thuận lẫn nhau của các Bộ trưởng Du lịch ASEAN. CATC được lập ra dựa trên 6 hình thức lao động (6 ngành): Front Office (bộ phận lễ tân), Housekeeping (bộ phận buồng phòng), bộ phận bếp (nấu nướng), bộ phận ăn uống, bộ phận đại lý và bộ phận tổ chức tour. Khung đào tạo CATC còn chia thành 3 loại: khung định hướng theo các ngành công nghiệp; khung linh hoạt; khung cấu trúc bền vững. Các cơ sở đào tạo nghề cần rà soát lại chương trình đào tạo và văn bằng được cấp để đảm bảo sự phù hợp và thừa nhận của các nước ASEAN.

¹ Theo nghiên cứu của ITDR về trình độ ngoại ngữ của nguồn nhân lực ngành Du lịch cho thấy, tiếng Anh hiện chiếm khoảng 42%, nhân lực toàn ngành, tiếng Trung, tiếng Pháp và các tiếng khác với tỷ lệ tương ứng là 5%, 4% và 9% nhân lực.

Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên, giáo viên tại các cơ sở đào tạo mà trước hết là trình độ ngoại ngữ, công nghệ thông tin để họ có khả năng giao tiếp, giao lưu và học hỏi kinh nghiệm của các nước phát triển du lịch khác.

Đầu tư hệ thống cơ sở vật chất hình thành các xưởng thực hành để cả thầy và trò được luyện tập. Nếu không thể đủ điều kiện để đầu tư xưởng thực hành cần tăng cường liên kết với các doanh nghiệp du lịch để sinh viên được thực hành, trải nghiệm, gắn với thực tiễn.

Cần tăng cường các chuẩn về ngoại ngữ và công nghệ đối với nhân lực du lịch, đặc biệt trong bối cảnh du lịch thông minh đang trở thành xu hướng phổ biến trên thế giới.

Bên cạnh đó, việc thường xuyên gắn với doanh nghiệp, nhà quản lý, chính quyền địa phương, cơ sở đào tạo,... sẽ giúp cho cơ sở đào tạo gắn với thực tiễn, nắm bắt xu hướng và yêu cầu của các vị trí việc làm nhằm xác định cụ thể, khoa học các chuẩn về kiến thức, kỹ năng, thái độ và đào tạo chuyên ngành. Việc liên kết thực tập, thực tế giữa các cơ sở kinh doanh du lịch với các cơ sở đào tạo vừa tạo nên sự gắn kết, đồng thời gắn thực tế với lý thuyết sẽ là cơ hội để sinh viên/học sinh có cơ hội thực tiễn nghề nghiệp tốt hơn.

Tăng cường liên kết, hợp tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực với các trường, doanh nghiệp tại các nước trong khối ASEAN, khu vực châu Á và các nước phát triển khác hơn nữa.

Đối với chính quyền địa phương, cơ quan quản lý khu/điểm du lịch. Hằng năm, cần bám sát thực tế, coi trọng việc đánh giá lại thực trạng du lịch, phối hợp chặt chẽ với cơ sở đào tạo xây dựng chương trình, kế hoạch dài hạn về phát triển nhân lực, đúng yêu cầu.

4. KẾT LUẬN

Chuẩn quốc tế là đáp ứng nhu cầu khách quốc tế, thỏa mãn về tinh thần và vật chất khi họ du lịch ở điểm đến. Tuy nhiên, việc xây dựng chuẩn quốc tế cũng cần có bộ đỡ trước hết là chuẩn của từng quốc gia (phù hợp về mặt luật pháp và văn hóa). Bên cạnh đó, sự phát triển vượt bậc của công nghệ đã đưa loài người đến kỷ nguyên số hóa. Giờ đây, công nghệ ảo, trí tuệ nhân tạo không còn xa lạ và

chúng đang trở thành đối thủ cạnh tranh với nguồn lao động là con người. Đây là thực tế đã được dự báo nhưng hầu hết các quốc gia đang phát triển như Việt Nam vẫn còn chưa thích ứng kịp. Sự cạnh tranh gay gắt giữa con người và công nghệ, mà con người sẽ yếu thế hơn về kiến thức và kỹ năng, thái độ; cạnh tranh với các nước láng giềng mạnh về du lịch: Trung Quốc, Thái Lan,... đặt ra yêu cầu bức thiết cần đổi mới, đa dạng hóa hình thức đào tạo nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách cả trong và ngoài nước. Bởi du khách trong nước cũng cần được thụ hưởng các dịch vụ chất lượng cao, nếu không thì chúng ta sẽ làm mất đi nguồn du khách nội địa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thanh Hà, “Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch cộng đồng tỉnh Thanh Hóa trong giai đoạn hiện nay”, Tạp chí *Khoa học Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*, Số 03 (12), tr.11 – 2021.
2. Nguyễn Hoàng Long, *Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu hội nhập quốc tế*, Đại học Nguyễn Tất Thành.
3. Truy cập điện tử: http://vap.ac.vn/Portals/0/TuyenTap/2020/10/29/943408aeb6844cc38ec4198f2eb76f3b/Bai%2051_Tour%208_82.pdf.
4. Nguyễn Thị Hồng Lê, Nguyễn Thị Thương Hiền, “Thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa (giai đoạn 2016 – 2020)”, Tạp chí *Khoa học Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*.
5. Truy cập điện tử: <https://tckh.dvtdt.edu.vn/index.php/tckh/article/view/26/24>.
6. Lê Thị Lệ, “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong xu thế hội nhập và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”.
7. Truy cập điện tử: https://www.researchgate.net/publication/338011523_Dao_tao_nguon_nhan_luc_du_lich_chat_luong_cao_trong_xu_the_hoi_nhap_va_cuoc_cach_mang_cong_nghiep_40.
8. Lê Văn Thông, “Đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN”, Tạp chí *Công thương*.
9. Truy cập điện tử: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/dao-tao-nguon-nhan-luc-nganh-du-lich-dap-ung-yeu-cau-hoi-nhap-cong-dong-kinh-te-asean-57162.htm>.

10. Đỗ Minh Thủy (NCS Đại học Thương mại), TS. Nguyễn Đức Việt, ThS Bùi Thị Ninh (Khoa Kinh tế – QTKD, Trường Đại học Hồng Đức), *Tiềm năng lợi thế và chiến lược phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2020 tầm nhìn 2030*.
11. Truy cập điện tử: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/tiem-nang-loi-the-va-chien-luoc-phat-trien-du-lich-thanh-hoa-den-nam-2020-tam-nhin-2030-55760.htm>.
12. <https://doanhnghieptiepthi.vn/thanh-hoa-tap-trung-nang-cao-chat-luong-nguon-nhan-luc-du-lich-161220803153815835.htm>.

THE STATUS OF TOURISM HUMAN RESOURCE IN THANH HOA PROVINCE AND RECOMMENDATIONS FOR ENHANCING TOURISM WORKFORCE TRAINING

PhD. Nguyen Viet Hoang¹, PhD. Duong Thi Hien²

Abstract: Human resources play a pivotal role in both the service sector overall and particularly in tourism, directly impacting tourists' perceptions of value and quality. Possessing a skilled team of human resources confers a competitive edge upon any organization or enterprise. With the aspiration of elevating tourism to a leading economic sector, the Thanh Hoa Provincial People's Committee has implemented various policies to foster destination brands and nurture the tourism economy. Among these initiatives, there is a particular focus on enhancing the caliber of tourism-related human resources. However, the unprecedented challenges posed by the COVID-19 pandemic, coupled with economic and social shifts, have significantly disrupted the province's tourism workforce. This paper endeavors to outline the current status of human resources, and identify associated challenges within Thanh Hoa province's tourism sector. Subsequently, we offer a series of recommendations and proposals to bolster the efficacy of tourism human resource development initiatives in the province. These suggestions also serve as valuable insights for other localities seeking to optimize their human resource training endeavors to meet the escalating demands of the tourist industry.

Keywords: tourism, Thanh Hoa, training, human Resource, recommendation.

THỰC TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CÔNG TÁC ĐÀO TẠO

Tóm tắt: Trong lĩnh vực dịch vụ nói chung và du lịch nói riêng, nguồn nhân lực giữ vai trò quan trọng nhất, ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng về giá trị, chất lượng sản phẩm. Việc sở hữu một đội ngũ nhân lực có chất lượng chính là lợi thế trong kinh doanh của mỗi tổ chức, doanh nghiệp. Tại Thanh Hóa, với mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, trong những năm qua, Đảng

¹ Thanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism, Email: hoangnv.svhttdl@gmail.com.

² Hong Duc University; Email: duongthihien@hdu.edu.vn.

ủy và Ủy ban nhân dân tỉnh đã đưa ra nhiều chính sách nhằm xây dựng thương hiệu điểm đến, thúc đẩy ngành kinh tế du lịch. Trong đó, việc nâng cao chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực du lịch rất được quan tâm, chú trọng. Tuy nhiên, đại dịch COVID-19 cùng những biến động về kinh tế, xã hội đã ảnh hưởng rất nhiều đến lực lượng lao động du lịch của tỉnh. Bài viết này sẽ khái quát thực trạng nguồn nhân lực, phân tích những khó khăn, rào cản liên quan đến vấn đề nhân lực du lịch tại tỉnh Thanh Hoá. Qua đó đưa ra một số kiến nghị, đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả công tác đào tạo nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh. Đây cũng là những gợi ý mà các địa phương khác có thể tham khảo cho công tác đào tạo nhân lực, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Từ khoá: du lịch Thanh Hoá, đào tạo, nhân lực, kiến nghị

1. OVERVIEW OF TOURISM INDUSTRY IN THANH HOA

Thanh Hoa occupies a vital strategic position, serving as the gateway to the North Central region, connecting with the provinces of the Red River Delta and the Northern midlands and mountains. Thanh Hoa, endowed with abundant tourism resources and varied landscapes, has cultivated and expanded its array of four-season tourism offerings imbued with distinctive local flavors, including spiritual cultural tourism, community eco-tourism, coastal – island tourism, rural agricultural tourism, adventure sports tourism, etc. From 2016 to 2020, Thanh Hoa emerged as a frontrunner among localities nationwide, boasting high visitor numbers and significant tourism revenue. Following the Covid-19 pandemic, Thanh Hoa remains steadfast in solidifying its standing on Vietnam's tourism landscape, consistently ranking among the top 5 destinations nationwide in terms of attracting tourists, boasting impressive figures. In 2023, the entire province is projected to welcome 12,420,000 visitors, marking a 12.5% rise from 2022 and surpassing the 2023 plan by 103.5%.

In line with the tourism indicators mentioned above, the number of tourism businesses in Thanh Hoa is steadily rising, accompanied by notable enhancements in service quality. By the end of 2023, there are 83 licensed travel enterprises in Thanh Hoa province, including 16 international travel operators, 63 domestic travel enterprises, and 4 travel branches (Thanh Hoa Department of Culture Sports and Tourism, 2023a). The network of tourist accommodation facilities is being systematically upgraded to cater

to various customer segments, boasting nearly 1,300 establishments and approximately 47,300 rooms, ensuring a well-rounded service experience.

In the coming period, Thanh Hoa aims to elevate tourism into a pivotal economic sector within the province, aspiring to become a prominent tourism hub nationally. In 2025, Thanh Hoa endeavors to attract over 16 million visitors, generating employment opportunities for 62,000 workers, with 83.6% of them receiving training in tourism operations and possessing qualifications, including proficiency in foreign languages, accounting for 20% (Thanh Hoa Department of Culture Sports and Tourism, 2023a).

2. THE STATUS OF TOURISM WORKFORCE IN THANH HOA AND THE IDENTIFIED CONCERNS

2.1. The quantity and quality of tourism human resources

According to the statistics of Thanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism, by December 2023, the tourism industry in Thanh Hoa province has employed approximately 51,800 individuals, comprising 280 state management personnel, over 37,000 employees in tourism enterprises, and more than 13,000 engaged in community tourism. 42,600 employees have received training certificates, comprising 82.2% of the total workforce. Among them, 5,420 people hold bachelor degrees or higher, while 17,050 have intermediate or diploma degrees. Around 65-70% of the workforce is employed in the hotel and restaurant sector, making it the largest contributor. Presently, the province boasts 289 active tour guides in total, comprising 176 domestic guides, 42 on-site guides, and the remaining as international guides (predominantly fluent in English, Chinese, Korean, French, and Laos). About 5% of the industry's workforce possesses fluency in foreign languages, with a predominant emphasis on English.

Within the province, approximately 30 vocational education institutions, including 2 universities (Hong Duc University, and Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism) are presently

engaged in training tourism profession. Since 2021, approximately 1,400 students (including around 200 part-time students) have been registered in training institutions. Additionally, there have been 4,350 intermediate students, 3,390 elementary-level vocational training students, and 4,950 regular trainees enrolled for durations less than three months. Tourism training institutions have advocated for a model that integrates tourism education with industry entities, placing significant emphasis on the excellence of instruction in professional competencies, languages, and interpersonal skills. Furthermore, these institutions prioritize enhancing the expertise of tourism educators by recruiting highly qualified lecturers, thereby elevating the standard of tourism education. This concerted effort aims to continually enhance the quality of tourism training, aligning with market demands and practical requirements.

Lately, the Provincial Party Committee and People's Committee of Thanh Hoa province have issued numerous decisions endorsing projects and plans aimed at developing human resources in tourism. These include Decision No. 1287/QD-UBND dated April 13th, 2014, which approves the Human Resource Development in Thanh Hoa province until 2020 project; Decision No. 290-QD/TU dated May 27th, 2016, promulgated by the Thanh Hoa Provincial Party Committee, outlining the Thanh Hoa tourism development program for 2016-2020; Decision No. 1358/QD-UBND dated April 27th, 2017, approving the project to establish a training program to enhance the quality of tourism business management according to international standards for the period 2017-2020; Plan No. 70/KH-UBND dated March 25th, 2019, focusing on English training for tourism industry workers in Thanh Hoa province from 2019 to 2023; Plan No. 114/KH-UBND dated May 3rd, 2019, initiated by the Provincial People's Committee to implement the project on restructuring the tourism industry to meet the requirements of becoming a key economic sector in Thanh Hoa province; Decision No. 623-QD/TU dated July 23rd, 2021, issued by Thanh Hoa Provincial Party Committee, which introduces the Thanh Hoa tourism development program for the

period 2021-2025; and Plan No. 233/KH-UBND dated July 3rd, 2021, devised by the Provincial People's Committee to execute the Thanh Hoa province tourism development program for the 2021 – 2025 term of the XIX Provincial Party Committee.

Moreover, the Thanh Hoa Provincial Party Committee and People's Committee consistently prioritize and allocate a specific portion of the budget towards the training and development of human resources. Over the past three years (2021 – 2023), the Provincial People's Committee has dedicated a total budget of 8,268 million VND from the Tourism Development Program towards enhancing the province's tourism workforce. This initiative focuses on key objectives including: providing professional training for tour guides; nurturing and enhancing the professional competencies of tourism management personnel across localities, regions, and tourist hubs; promoting community tourism through activities like cooking classes for homestay accommodations; enhancing fundamental skills and operations for employees in tourism enterprises; facilitating choreography, practice sessions, and organizing workshops to revive and impart various forms of folk culture in tourist areas; offering training on methods to safeguard and promote intangible cultural heritage linked to traditional crafts and the art of embroidering ethnic minority patterns on traditional costumes in Thanh Hoa province to support tourism development; conducting English language training for workers in the province's tourism sector; and refining management skills for individuals working in Thanh Hoa's tourism industry.

With the above efforts, human resources in the tourism sector of Thanh Hoa province have improved significantly compared to the previous period. However, the issues of quantity and quality of tourism human resources still remains many challenges for Thanh Hoa province. Issues like the shortage of skilled personnel, particularly in pivotal roles like tour guides and customer service representatives, continue to hinder progress. According to projections of Thanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism, Thanh

Hoa is expected to require 62,000 tourism labors by 2025, and by 2030, the demand is projected to rise to 87,000 workers. It means that an additional 35,200 workers will be required. Furthermore, bolstering proficiency in tourism management and marketing among employees poses a formidable challenge for the industry in Thanh Hoa. Addressing these concerns necessitates concerted efforts from various stakeholders, including local authorities, educational institutions, and tourism enterprises, to foster closer collaboration and implement effective solutions.

2.2. Difficulties and challenges for Thanh Hoa tourism human resources in the current context

Firstly, the prolonged Covid-19 epidemic, spanning over two years, has profoundly impacted various facets of economic and social spheres, with the tourism sector bearing a significant brunt. Consequently, this has triggered a notable trend in Thanh Hoa province, where tourism personnel are either resigning or transitioning to other occupations, resulting in shortages and diminished labor standards. Specifically, in 2021, the tourism industry experienced a substantial workforce decline, plummeting from 40,600 employees in 2020 to 18,400 in 2021 (Thanh Hoa Department of Culture Sports and Tourism, 2023b). However, with the industry's resurgence in 2022, there have been promising developments: tourist destinations have resumed operations, tourism enterprises have proactively invested in revamping their offerings and services, expanded recruitment efforts, and provided training for existing staff. Thus the quantity of the workforce in 2022 seems relatively stable. However, the quality of tourism human resources remains a concern, as a significant portion of employees lack proper training and are predominantly individuals transitioning from other professions.

Secondly, the global and local economic conditions remain unstable, with inflation on the rise, directly impacting the travel aspirations of tourists. This instability also influences career decisions and commitment to long-term engagement within the tourism sector, particularly among Generation Z employees, who constitute a significant portion of the workforce. Additionally, experienced

tourism professionals who have transitioned to more stable and lucrative occupations show no inclination to return to the tourism industry, despite their years of experience in the field.

Thirdly, the majority of tourism enterprises in the province, ranging from micro, small to medium-sized enterprises, lack sufficient awareness among their owners regarding the pivotal significance of workforce quality in enhancing business performance and bolstering the local tourism image. Additionally, the tourism service sector in Thanh Hoa remains significantly impacted by seasonality, leading to a lack of emphasis on consistent training and retraining programs for employees, particularly those transitioning from other professions to the tourism industry.

Fourthly, the evolving demand in the tourism market, along with the 4.0 industrial revolution and digital transformation, has become imperative for society, particularly amplified since the onset of the Covid-19 pandemic. This necessitates a proficient workforce. The tourism sector of Thanh Hoa, as well as the broader national industry, must swiftly adapt to these emerging market dynamics. This imposes significant pressure not only on operational personnel but also on management teams and tourism governmental bodies.

Fifthly, the notion of “trained labor” fails to capture the nuanced quality of labor within the tourism sector. Many employees and community members merely engage with academic and training courses superficially, attending sessions solely to fulfill attendance requirements and receive funding, without genuine interest in the content of the training program. In reality, training encompasses various forms such as refresher courses, internships, and comprehensive programs spanning from half-day awareness sessions to short-term vocational courses at different educational levels. This complexity applies equally to tourism workers in Thanh Hoa. In the current context, assessing labor quality, especially for those in managerial roles, cannot rely solely on reports of “trained labor.” Rather, it necessitates specific criteria including educational qualifications, experience, tenure, and job responsibilities within the tourism industry.

3. RECOMMENDATIONS FOR ENHANCING TOURISM WORKFORCE TRAINING

To transform Vietnamese tourism, especially in Thanh Hoa, into a pivotal economic sector that thrives sustainably and significantly contributes to socio-economic progress, it is imperative to implement pioneering policies and holistic solutions to promptly address challenges and obstacles. This entails fostering an environment conducive to tourism development, with a primary focus on enhancing the tourism workforce, which serves as the frontline for welcoming and accommodating visitors. Upholding and augmenting the competence of personnel trained and nurtured in tourism operations, particularly those of exceptional quality, pose a formidable challenge not only to Thanh Hoa province but also to the entire nation in meeting the demands of tourists in this new era. There are several recommendations and proposals for the advancement of tourism workforce training:

Firstly, it is imperative to enhance the awareness of tourism business proprietors regarding the significance of ongoing training and skill development for their workforce. This is crucial for elevating the quality of tourism services and cultivating a professional reputation, both for individual businesses and for the broader tourism sector in Thanh Hoa. This, in turn, fosters a sense of dedication and passion among employees towards their profession. Additionally, it is crucial to recognize that training and development should be viewed as a sustained, ongoing effort encompassing not only staff but also managerial personnel and business owners. Consequently, there is a pressing need for the implementation of supportive policies and incentives within the tourism industry to facilitate effective training, development, and the enhancement of human resources. This approach should prioritize genuine skill acquisition and professional growth over mere certification attainment.

Secondly, it is crucial to align training initiatives with the Vietnam Tourism Occupational Skills Standards (VTOS) while adapting to evolving market demands. This entails customizing training content to suit contemporary contexts, with a focus on

comprehensive skill development. Key areas for emphasis include service quality management, tourism business risk mitigation, modern marketing strategies, digital economy integration, customer service proficiency, value co-creation, leveraging local resources for product innovation, and specialized training in niche tourism sectors such as traditional medicine, creative tourism, and rural agricultural experiences.

Thirdly, it is essential to reinforce the connection between training initiatives and tourism employers to enhance training programs. Close collaboration among the three entities—government, educational institutions, and tourism enterprises—is vital in crafting training initiatives that enhance learners' skills and address the practical demands of society. By aligning closely with real-world dynamics, training institutions can enhance career prospects and competitiveness for their students. One effective approach is adopting the entrepreneurial lecturer model, where businesses collaborate with educational institutions. These educators leverage their practical expertise and professional acumen to enrich teaching methodologies. Concurrently, when facilitating on-site training sessions within enterprises, educational institutions may optimize resource utilization and cost-effectiveness.

Fourthly, the Ministry of Culture, Sports, and Tourism, the Ministry of Education and Training, and the Ministry of Labor, War Invalids, and Social Affairs need to collaborate and reach consensus on the establishment of titles, job descriptions, and professional standards in the tourism industry. This collaboration will enable businesses to provide informed feedback, assess, select, and deploy workers effectively. Simultaneously, it ensures the protection of rights and responsibilities for both employees and employers. Moreover, localities and tourism training institutions should take proactive measures to adjust professional skill standards to align with the unique characteristics of local tourism activities. This entails adapting the Vietnam Tourism Occupational Skills Standards (VTOS) framework and conducting annual assessments to gauge

labor quality within tourism enterprises, thus facilitating appropriate training and capacity-building initiatives.

Fifthly, there should be a greater focus from training institutions and businesses on refining training methods and enhancing the quality of training programs, rather than merely increasing the quantity of programs, as seen in recent local training initiatives. Despite regular revisions, these programs often lack genuine incorporation of feedback from stakeholders such as schools, employers, and tourism management agencies, failing to align with society's needs effectively. Furthermore, training institutions should tailor their training program content to suit the unique characteristics of each locality while also aligning with society's employment demands (Dao Thanh Thuy et al., 2021).

Sixthly, educational institution should integrate and implement industry 4.0 technologies into the training curriculum. Given the exponential growth of science and technology, conventional educational paradigms are inadequate for cultivating a workforce that aligns with industry demands. The swift evolution of technology and connectivity necessitates educational institutions to innovate methods for engaging students through emerging tech platforms. The curriculum must remain dynamic, continually adapting to societal transformations. By equipping tourism students with Industry 4.0 proficiency, they gain a competitive edge in the job market as adept professionals ready to assist tourism enterprises in navigating the complexities introduced by the fourth industrial revolution.

4. CONCLUSION

In striving to elevate Thanh Hoa tourism as a pivotal economic driver, alongside strategic planning and investment initiatives, fostering distinctive offerings, bolstering promotional efforts, embracing digital transformation, and prioritizing training and development of human resources emerge as crucial pillars. The cultivation of skilled personnel stands as a paramount catalyst for propelling rapid and sustainable tourism growth. It is increasingly

evident that the cultivation of high-caliber tourism professionals is imperative for securing a competitive edge in delivering top-tier tourism experiences. Indeed, experience demonstrates that nurturing tourism talent, particularly adept practitioners, with appropriate dedication and foresight, is indispensable for upholding brand integrity and service excellence amidst global integration.

REFERENCES

1. Dao Thanh Thuy, Duong Thi Hien, & Hoang Hong Anh. (2021). "Analyzing employer expectations of employee competency in the Vietnam tourism industry". Proceedings paper of international conference on *Culture, Education, and Tourism with Economic Development*, 279 – 285.
2. Thanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism. (2023a). *Annual tourism statistics*.
3. Thanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism. (2023b). "The demand to develop tourism human resources in Thanh Hoa province". Proceedings paper of conference on *Human Resource Training in the Tourism Industry*.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI TỈNH ĐẮK NÔNG TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

TS. Nguyễn Hữu Lành¹, ThS. Nguyễn Thị Thanh Thúy²,
CN. Nguyễn Đình Hoãn³

Tóm tắt: Trước sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường như hiện nay, nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng hàng đầu đến sự phát triển ngành Du lịch của một địa phương. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và hội nhập quốc tế đã và đang đem lại nhiều cơ hội nhưng đồng thời cũng đặt ra không ít thách thức đối với công tác đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam nói chung và tại tỉnh Đắk Nông nói riêng. Hiện nay, công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh còn nhiều hạn chế, khó khăn trước yêu cầu đổi mới và hội nhập theo chuẩn quốc tế. Trong bài, nhóm tác giả tập trung vào phân tích hiện trạng ngành Du lịch tỉnh, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế như hiện nay.

Từ khóa: Du lịch, đào tạo, nguồn nhân lực, cơ hội, thách thức, Đắk Nông.

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR TOURISM HUMAN RESOURCES TRAINING IN DAK NONG PROVINCE IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL INTEGRATION

Abstract: In the face of fierce competition in the market today, human resources play a leading role in the development of a local tourism industry. The 4.0 Industrial Revolution and international integration have been bringing many opportunities but at the same time also pose many challenges for the training and use of tourism human resources in Viet Nam in general and in Dak Nong province in particular. Currently, the training and development of tourism human resources in the province still has many limitations and difficulties facing the requirements of innovation and integration according to international standards. In the article, the authors focus on analyzing the current status of the province's tourism industry, and on that basis propose a number of solutions and recommendations to improve the quality of tourism human resource training in the context of international integration nowadays.

Keywords: Tourism, training, human resources, opportunities, challenges, Dak Nong.

¹ Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông

² Trưởng Khoa Nông Lâm – Du lịch.

³ Giảng viên Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đắk Nông là tỉnh có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển mạnh ngành Du lịch nhưng chưa được đầu tư, khai thác tương xứng với tiềm năng vốn có. Nhận thức được điều đó, trong thời gian qua, tỉnh Đắk Nông đã ban hành nhiều nghị quyết, chương trình hành động, đề án, kế hoạch phát triển du lịch tỉnh nhà nhằm *“Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế động lực, góp phần xóa đói, giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế – xã hội của tỉnh. Phát triển du lịch bền vững, theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả; đa dạng hóa sản phẩm du lịch;...”*

Để đạt được mục tiêu này, tỉnh đã đề ra một loạt các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm mang tính đột phá như: rà soát công tác quy hoạch du lịch, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông du lịch, tập trung đầu tư phát triển một số sản phẩm du lịch có tính đặc thù cao, ưu tiên chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch gắn với Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO Đắk Nông... Bên cạnh những nghị quyết nói trên, tỉnh cũng đặc biệt quan tâm đến công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch của tỉnh. Trong khuôn khổ của Hội thảo này, nhóm tác giả chúng tôi xin trình bày nội dung: *“Cơ hội và thách thức đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại tỉnh Đắk Nông trong bối cảnh hội nhập quốc tế”*.

2. THỰC TRẠNG NGÀNH DU LỊCH TỈNH ĐẮK NÔNG

2.1. Đánh giá chung tình hình hoạt động của ngành Du lịch thời gian qua

2.1.1. Về lượng khách du lịch

Tổng số lượt khách du lịch đến tỉnh Đắk Nông thời gian qua gia tăng đáng kể, từ 138.000 lượt khách năm 2010 tăng lên 512.500 lượt khách trong năm 2022, tốc độ tăng bình quân hàng năm trong giai đoạn 2011 – 2022 là 22,6%/năm, là khá cao so với mức tăng trưởng bình quân chung của cả nước. Tuy nhiên, con số tuyệt đối về lượng khách còn khá thấp và khách du lịch đến Đắk Nông chủ yếu là khách nội địa, khách quốc tế chỉ chiếm khoảng từ 2–5% trong tổng cơ cấu khách. Khách du lịch chủ yếu là đi tham quan trong ngày, khách lưu trú qua đêm còn thấp.

Bảng 1: Lượng khách du lịch tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2010 – 2022

(Đơn vị tính: 1.000 lượt khách)

Lượt khách/năm	2010	2015	2020	2021	2022
Tổng số lượt khách du lịch	138,0	197,8	225,7	126,1	512,5
– Khách du lịch nội địa	132,9	192,4	221,7	125,4	510,5
– Khách du lịch quốc tế	5,1	5,4	4,0	0,7	2,0

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông

2.1.2. Về doanh thu du lịch

Doanh thu du lịch tăng từ 17 tỷ đồng năm 2011 lên 65 tỷ đồng năm 2022, tốc độ tăng bình quân trong giai đoạn 2011 – 2022 là 22,67%/năm, cao hơn mức trung bình chung của cả nước nhưng chủ yếu là doanh thu về lưu trú và ăn uống, doanh thu về lữ hành và vận chuyển không đáng kể, điều này không phản ánh hết năng lực của toàn ngành. Tính đến nay, toàn tỉnh chỉ có 03 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, vẫn chưa có doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế nào. Như vậy, nguồn khách đến Đắk Nông chủ yếu do các doanh nghiệp lữ hành từ các địa phương khác khai thác và đưa về. Tổng doanh thu du lịch một tỉnh như nói trên là khá thấp, phản ánh sản phẩm, dịch vụ du lịch của địa phương còn sơ sài, nghèo nàn, không níu giữ chân du khách ở lại lâu, không tăng nguồn thu nhập cho địa phương.

2.1.3. Về cơ sở lưu trú

Tính đến tháng 12/2023, trên địa bàn toàn tỉnh có 306 cơ sở lưu trú du lịch với 3.607 phòng, trong đó có 40 khách sạn và 266 nhà nghỉ; có 2 khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao, 04 khách sạn đạt 2 sao. Các cơ sở lưu trú du lịch đa phần có quy mô nhỏ, chủ yếu dưới 3 sao, chất lượng chưa cao để phục vụ khách cao cấp. Một địa phương có tiềm năng du lịch to lớn như Đắk Nông mà đến nay vẫn chưa có khách sạn 4 sao là một trở ngại không nhỏ để tổ chức những sự kiện quy mô lớn cho tỉnh cũng như để phục vụ, đón các dòng khách có thu nhập cao hoặc khách quốc tế.

Bảng 2: Số lượng cơ sở lưu trú giai đoạn 2010–2022

(ĐVT: buồng/phòng)

Cơ sở lưu trú	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tổng cơ sở lưu trú	80	174	204	199	205	242	250	298	306
– Khách sạn	12	20	22	24	26	28	28	39	40
– Nhà nghỉ	68	154	182	195	208	220	222	259	266
– Số cơ sở được cấp hạng sao	3	3	10	10	11	12	19	20	21
– Tổng số lượng buồng (phòng)	–	1.970	2.139	2.221	2.275	3.271	3.450	3.530	3.607
– Phòng khách sạn	–	504	496	491	512	561	590	763	781
– Phòng nghỉ	–	1.466	1.643	1.730	1.763	2.710	2.860	2.767	2.826

(Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông)

2.1.4. Về các khu điểm du lịch, khu vui chơi giải trí

Hiện nay, toàn tỉnh có 04 khu, điểm du lịch đã đưa vào khai thác, phục vụ khách du lịch gồm: Khu du lịch sinh thái văn hóa cụm thác Dray Sáp – Gia Long, Điểm du lịch sinh thái Thác Đắk G'lun, Thiền viện Trúc Lâm Đạo Nguyên, Khu du lịch sinh thái Phước Sơn. Các khu, điểm còn lại đang hoàn thiện thủ tục đầu tư. Bên cạnh đó, có khoảng gần 50 điểm du lịch sinh thái nông nghiệp (homestay, farmstay, farmgarden) có “view” đẹp được đầu tư tự phát tại các trang trại, nương rẫy để phục vụ du khách.

Nhìn chung, các khu điểm du lịch, sản phẩm điểm đến trên địa bàn tỉnh vẫn còn nghèo nàn, sơ sài, chưa được đầu tư khai thác đúng tầm mức để hấp dẫn du khách. Những chỉ số nói trên đã phản ánh rõ nét hiện trạng và năng lực của toàn ngành Du lịch Đắk Nông là chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và lợi thế vốn có của du lịch tỉnh nhà. Điều này đặt ra cho ngành Du lịch cần phải có nhiều giải pháp quyết liệt, cấp bách hơn nữa để đưa du lịch tỉnh nhà bứt tốc, tận dụng khai thác tối đa thế mạnh của mình trong thời gian tới.

2.2. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch tỉnh**2.2.1. Đánh giá chung**

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông, hiện nay, lực lượng lao động toàn ngành có khoảng

1.500 người, trong đó, cơ quan quản lý nhà nước có 22 người (cấp tỉnh 14 người, cấp huyện 08 người); còn lại là lao động làm việc tại các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, nhà hàng... Tỷ lệ lao động có trình độ từ sơ cấp đến trung cấp và cao đẳng, đại học chiếm khoảng 30,5%, trong đó tỷ lệ lao động qua đào tạo chuyên môn về du lịch chỉ chiếm khoảng 20% trong tổng số lao động của ngành.

Phần lớn số lao động trong ngành Du lịch còn trẻ, tuy nhiên, vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của ngành Du lịch, số lao động có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch còn thấp, lao động trong các cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng không ổn định, thường xuyên “nhảy việc”, đây là một cản trở lớn đối với sự phát triển của ngành Du lịch Đắk Nông... Lao động du lịch trên địa bàn tỉnh Đắk Nông phần lớn tập trung tại các cơ sở kinh doanh lưu trú và một số khu, điểm du lịch, nhà hàng. Đội ngũ cán bộ phụ trách du lịch các huyện, thị còn thiếu về số lượng, kiêm nhiệm nhiều công việc nên công tác quản lý, nắm bắt tình hình, nhất là công tác báo cáo thống kê chưa đầy đủ, kịp thời.

Nhìn chung, nhân lực ngành Du lịch của tỉnh còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch khi hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng và yêu cầu phát triển nền kinh tế tri thức, kinh tế số. Số lượng nhân lực còn ít, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với bằng cấp. Nhân lực có trình độ, tay nghề cao chưa nhiều và ngày càng thiếu những cán bộ đầu ngành làm nòng cốt đào tạo cho nhân lực trẻ, mới vào nghề. Nguồn nhân lực phục vụ du lịch còn thiếu về số lượng, yếu về chuyên môn, chủ yếu là lao động phổ thông, chưa qua đào tạo; chủ doanh nghiệp chưa chú trọng đến công tác đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn, thái độ phục vụ của nhân viên. Kiến thức hội nhập, ngoại ngữ, tin học; năng lực sáng tạo, lãnh đạo, quản lý, quản trị và kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế chưa tương ứng với yêu cầu phát triển của ngành. Nhiều lĩnh vực chuyên môn sâu còn thiếu nhiều nhân lực chất lượng cao, hiện đang cần bổ sung ở một số vị trí như cán bộ quản lý nhà nước, chuyên gia hoạch định chính sách,

nghiên cứu chiến lược phát triển ngành; đặc biệt thiếu chuyên gia đầu ngành, quản trị doanh nghiệp giỏi, còn thiếu nghiêm trọng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch nội địa, quốc tế lẫn tại điểm.

2.2.2. Vai trò, ý nghĩa của nguồn nhân lực đối với sự phát triển ngành Du lịch tỉnh Đắk Nông hiện nay

Mục tiêu của du lịch tỉnh nhà là đến năm 2025, phấn đấu số lượng lao động qua đào tạo, tập huấn kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ du lịch đạt 60%/lao động trực tiếp trong ngành Du lịch, tạo ra khoảng 3.000 việc làm, trong đó khoảng 1.800 lao động trực tiếp.

Nhân lực du lịch là lực lượng lao động tham gia vào hoạt động trong ngành Du lịch, bao gồm nhân lực trực tiếp và nhân lực gián tiếp. Nhân lực du lịch trực tiếp là những lao động làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các đơn vị sự nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo du lịch, các cơ sở kinh doanh lưu trú, lữ hành, vận chuyển du lịch, cơ sở kinh doanh ăn uống, các khu điểm du lịch, điểm tham quan, khu vui chơi giải trí, trung tâm mua sắm, các dịch vụ du lịch khác,... Còn nhân lực du lịch gián tiếp là bộ phận nhân lực làm việc trong các ngành, nghề mà quá trình làm việc của họ có liên quan đến hoạt động du lịch như: ngành văn hóa, hải quan, giao thông, xuất nhập cảnh, y tế, nông nghiệp, thương mại, dịch vụ công cộng, môi trường, bưu chính viễn thông, cộng đồng dân cư,...

Theo cách tính của các chuyên gia, bình quân trong ngành Du lịch nếu tạo ra 01 lao động trực tiếp sẽ đồng thời tạo ra 03 lao động gián tiếp. Điều này cho thấy, nhân lực du lịch có độ bao phủ tương đối rộng và chất lượng của nó không chỉ tác động và đóng vai trò quyết định đối với sự phát triển du lịch mà còn góp phần rất lớn vào sự phát triển các ngành, các lĩnh vực khác. Như vậy, nguồn nhân lực có vai trò quyết định không chỉ đối với sự phát triển của ngành Du lịch, mà còn góp phần không nhỏ đối với sự phát triển của nền kinh tế – xã hội khác của địa phương. Người lao động có trình độ có thể cung cấp các dịch vụ chất lượng cao và đạt được lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp và điểm đến du lịch. Do đó, một trong những

yêu cầu căn bản để tạo đà cho sự phát triển du lịch Đắk Nông trong bối cảnh hội nhập quốc tế thời gian tới là phải có được đội ngũ nhân lực của ngành có chất lượng cao, được đào tạo, bồi dưỡng kịp thời, đáp ứng được các yêu cầu về kỹ năng, chuyên môn nghiệp vụ, khả năng giao tiếp, trình độ ngoại ngữ,...

2.3. Cơ hội và thách thức đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại tỉnh Đắk Nông trong bối cảnh hội nhập quốc tế như hiện nay

2.3.1. Cơ hội

Thứ nhất là, Đảng ta đã ban hành Nghị quyết số 08–NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trên cơ sở đó, Chính phủ cũng đã sớm ban hành Quyết định số 1685/QĐ–TTg ngày 05/12/2018 về việc “Cơ cấu lại ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn”. Trong Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 của Chính phủ đã đề ra mục tiêu tổng quát của ngành Du lịch, trong đó cũng chỉ rõ phát triển nguồn nhân lực du lịch là 01 trong 09 giải pháp ưu tiên hướng tới phát triển bền vững du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

Đắk Nông cũng là tỉnh có nhiều tiềm năng, lợi thế nhất định để phát triển mạnh ngành công nghiệp không khói và cũng xác định du lịch là một trong ba trụ cột của nền kinh tế tỉnh nhà. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Đắk Nông lần thứ XII, nhiệm kỳ 2020 – 2025 đã xác định: “Đến năm 2030, phát triển du lịch trở thành trung tâm của du lịch nghỉ dưỡng và sinh thái dựa trên lợi thế về khí hậu, cảnh quan ...”. Ngày 08/9/2020, Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Nông đã ban hành Kế hoạch số 476/KH-UBND, xác định: “Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế động lực, góp phần xóa đói, giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế – xã hội của tỉnh. Phát triển du lịch bền vững, theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả; đa dạng hóa sản phẩm...”.

Vì vậy, đối với công tác đào tạo về du lịch trên địa bàn tỉnh, Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông cũng nhận được sự quan tâm, hỗ trợ đặc biệt của các cấp, các ngành. Tại Quyết định số 1789/

QĐ-LĐTĐBXH ngày 25/11/2019 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội đã phê duyệt thì nghề Hướng dẫn du lịch, Quản trị khách sạn của Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông được chọn là nghề trọng điểm quốc gia. Đây vừa là vinh dự vừa là trách nhiệm to lớn của Nhà trường được trao nhiệm vụ đào tạo, cung ứng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của tỉnh nhà.

Thứ hai là, theo dự báo của các chuyên gia, sau khi đại dịch COVID-19 qua đi, hoạt động du lịch sẽ xuất hiện một số xu hướng mới như: xu hướng du lịch dịch chuyển từ nhu cầu du lịch quốc tế sang nhu cầu du lịch nội địa; xu hướng đi du lịch gần, ngắn ngày; theo nhóm nhỏ hoặc gia đình; xu hướng đi du lịch tới những vùng nông thôn, miền núi hẻo lánh, những miền đất còn xa lạ, hoang sơ,... Những xu hướng mới này Đắk Nông đều có cơ hội để phát triển vì tỉnh nhà có nhiều tiềm năng, lợi thế để hấp dẫn và thu hút một dòng khách du lịch nội địa khổng lồ đến từ các thị trường nguồn như: Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh Đông Nam Bộ và Duyên hải Nam Trung Bộ,... Đặc biệt, Đắk Nông còn là địa phương rất có thể mạnh phát triển đa dạng các loại hình, sản phẩm du lịch như: du lịch nông thôn, du lịch trải nghiệm, homestay, farmstay, du lịch sinh thái nông nghiệp, du lịch cộng đồng và đặc biệt là những lợi thế, loại hình du lịch gắn với Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO Đắk Nông,...

Thứ ba là, cuộc Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đã và đang tác động mạnh mẽ vào tất cả các ngành nghề, lĩnh vực đời sống kinh tế – xã hội, trong đó có ngành Du lịch. Bước vào CMCN 4.0, trong khi các ngành khác là thách thức thì ngành Du lịch được đánh giá là cơ hội để phát triển. Việc ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong lĩnh vực du lịch được coi là giải pháp đột phá để tạo lợi thế thu hút du khách, quảng bá du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và ngành Du lịch địa phương. Kết quả nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam cho thấy: xu hướng sử dụng dịch vụ trên Internet để ra quyết định cho chuyến đi và các hoạt động du lịch ngày càng gia tăng. Các ứng dụng trên điện thoại thông minh như: tìm địa điểm, đặt

phòng, đặt vé máy bay, đặt tour, đặt phương tiện đi lại, dịch vụ vui chơi giải trí, ẩm thực,... ngày càng phổ biến. Tại Quyết định số 1671/QĐ-TTg 2018 phê duyệt: “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 – 2020, định hướng đến năm 2025” của Thủ tướng Chính phủ nêu rõ: “Ứng dụng công nghệ thông tin nhằm phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, chủ động đáp ứng nhu cầu đặc thù, chuyên biệt của thị trường khách du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch kết nối hiệu quả với các chủ thể liên quan, tạo môi trường cho cộng đồng, các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo phù hợp với xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đáp ứng yêu cầu về đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước, góp phần thúc đẩy tăng trưởng và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam”.

2.3.2. Thách thức

Cơ hội luôn đi liền với thách thức. Ngành Du lịch Đắk Nông nói chung và công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch nói riêng cũng đang đối mặt với những thách thức không nhỏ trong bối cảnh hiện nay.

Thứ nhất là, việc phát triển du lịch hiện nay bị tác động rất lớn bởi đại dịch COVID-19. Nó đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển du lịch toàn cầu, Việt Nam nói chung và Đắk Nông nói riêng. Đại dịch COVID-19 đã tác động trực tiếp đến mọi mặt đời sống kinh tế – xã hội, đối với người lao động đó là sự thất nghiệp dài ngày, không có việc làm, không có thu nhập kéo dài và đang có hiện tượng bỏ việc, chuyển dịch lao động từ ngành Du lịch sang các lĩnh vực khác. Sự khủng hoảng này còn dẫn đến nhiều hệ lụy khác đối với ngành Du lịch Đắk Nông như việc thu hút, kêu gọi đầu tư vào các dự án du lịch trọng điểm, các khu vui chơi giải trí, khách sạn cao cấp,... sẽ khó khăn hơn trước đây rất nhiều. Điều này đã tác động không nhỏ đến công tác tuyển sinh trong mấy năm qua, đó là sự xuất hiện tâm lý e ngại của phụ huynh, học sinh, sinh viên khi đăng ký cho con em mình theo học các chuyên ngành Du lịch,...

Thứ hai là, cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 bên cạnh tạo ra những cơ hội to lớn nhưng cũng đã và đang có những tác động, thách thức không nhỏ đối với ngành Du lịch. Xu thế “số hóa” làm thay đổi sâu sắc phương thức đào tạo, quản lý, kinh doanh và tiêu dùng du lịch. Điều này đòi hỏi để không bị tụt hậu và đáp ứng nhu cầu phát triển, ngành Du lịch Đắk Nông rất cần đội ngũ nhân lực có tri thức phong phú và toàn diện hơn nữa, cả về kiến thức, kỹ năng, thái độ, tay nghề, ngoại ngữ,... Như trên đã đề cập, khách du lịch hiện nay sử dụng internet, các tiện ích thông minh của điện thoại, laptop để tìm kiếm thông tin trước khi ra quyết định đi du lịch, hoặc tham khảo điểm đến, so sánh và lựa chọn các dịch vụ du lịch hợp lý, thực hiện các giao dịch mua tour, đặt giữ chỗ phòng khách sạn, mua vé máy bay, thanh toán trực tuyến,... ngày càng có xu hướng gia tăng. Điều này chứng tỏ tầm quan trọng của ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý, kinh doanh du lịch. Vì vậy, đòi hỏi công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch cũng phải thay đổi về nội dung, chương trình đào tạo, cách thức đào tạo để thích ứng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin, chuyển đổi số,...

Thứ ba là, mặt bằng kinh tế nói chung và xuất phát điểm của ngành Du lịch Đắk Nông nói riêng còn thấp so với cả nước và khu vực Tây Nguyên. Du lịch tỉnh nhà chỉ mới ở giai đoạn khởi đầu, các chỉ tiêu về doanh thu, lượng khách, cơ sở vật chất kỹ thuật, sản phẩm du lịch, nguồn nhân lực như đã trình bày ở phần trên,... còn hết sức khiêm tốn, chưa đáng kể. Số lượng cơ sở lưu trú, các doanh nghiệp lữ hành, các khu điểm du lịch chưa phát triển, hiện tại trên địa bàn tỉnh vẫn chưa có điểm đến du lịch nào có quy mô lớn, có sức hút, vì vậy chưa tạo ra nhiều việc làm với mức thu nhập cao để hấp dẫn con em trên địa bàn theo học các ngành Du lịch.

Thứ tư là, tâm lý trọng bằng cấp tồn tại và ăn sâu vào nhận thức của phụ huynh học sinh, sinh viên, cả nhà tuyển dụng và người lao động. Tâm lý đó đã ảnh hưởng rất lớn đến xu thế chọn vào học đại học và chưa chú trọng đến việc học nghề nói chung và nghề du lịch nói riêng của đại bộ phận phụ huynh, học sinh. Điều đáng nói, việc nói lỏng các quy định tuyển sinh cho các trường đại học như bỏ

điểm sàn, xét học bạ thời gian qua,... vô hình trung mở toang cánh cửa đại học, đồng thời ở chiều ngược lại đóng cánh cửa vào các trường nghề. Trong khi đó, công tác phân luồng học sinh sau khi tốt nghiệp trung học phổ thông vào học giáo dục nghề nghiệp trên địa bàn tỉnh Đắk Nông hiện nay chưa thực sự hiệu quả.

Thứ năm là, tại khu vực Tây Nguyên có nhiều trường cao đẳng, đại học cùng đào tạo các chuyên ngành Du lịch tạo nên sự cạnh tranh không cân sức, thị phần tuyển sinh bị chia sẻ và thu hẹp đáng kể,... Bên cạnh đó, đối tượng người học hiện tại chủ yếu là học sinh vừa tốt nghiệp THCS và có một bộ phận đông đảo là con em đồng bào dân tộc thiểu số, ở vùng sâu, vùng xa nên ít nhiều gặp một số rào cản, khó khăn nhất định trong giao tiếp, trong việc tiếp thu kiến thức và thực hành một số kỹ năng chuyên ngành Du lịch.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGHỀ DU LỊCH TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG ĐỒNG ĐẮK NÔNG TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Để góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển đội ngũ nguồn nhân lực du lịch mang tính đặc thù, phù hợp với tình hình của địa phương và mang tính hội nhập quốc tế cao như hiện nay, chúng tôi xin nêu một số giải pháp cụ thể như sau:

– *Đổi mới nội dung, chương trình và phương pháp đào tạo* gắn với ứng dụng công nghệ thông tin, tiếp cận xu hướng của cuộc CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế. Những năm qua, Nhà trường luôn chú trọng công tác xây dựng chương trình đào tạo mang tính ứng dụng cao, vừa đảm bảo chương trình khung theo quy định của Tổng cục Giáo dục Nghề nghiệp, đồng thời vừa lồng ghép, vận dụng linh hoạt một số kiến thức, kỹ nghề nghiệp theo Tiêu chuẩn VTOS của Tổng cục Du lịch. Mục tiêu chung của chương trình đào tạo nhằm trang bị cho người học có kiến thức chuyên môn, kỹ năng thực hành nghề và thái độ nghề nghiệp tiệm cận với tiêu chuẩn quốc tế.

Trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình, thời gian qua, Nhà trường cũng đã có sự điều chỉnh Chương trình đào tạo các chuyên ngành Du lịch theo hướng giảm giờ lý thuyết, tăng giờ thực hành; điều chỉnh, bổ sung các môn học/mô-đun mang tính ứng

dụng gắn với công nghệ thông tin như đưa vào chương trình đào tạo các mô-đun: Tiếng Anh chuyên ngành, Tin học ứng dụng trong kinh doanh khách sạn, Nghiệp vụ thanh toán quốc tế, Kế toán trong du lịch và khách sạn,... Trong từng môn học, giảng viên tích cực cho bài tập, bài thực hành mang tính ứng dụng công nghệ vào việc tra cứu thông tin du lịch qua các thiết bị thoại thông minh, máy vi tính, tương tác thực tế với các nghiệp vụ cụ thể như: gửi email, xác nhận dịch vụ, đặt vé máy bay online, đặt tour, đặt phòng khách sạn qua các trang mạng như: Agoda.com, Booking.com,...

– Đẩy mạnh liên kết đào tạo với doanh nghiệp du lịch trên địa bàn trong và ngoài tỉnh. Để thực hiện tốt nhiệm vụ nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, những năm vừa qua, Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông đã chủ động tìm kiếm và kết nối với các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài tỉnh, thực hiện tốt phương châm học đi đôi với hành, lý luận gắn liền với thực tiễn, dự báo nhu cầu lao động, xây dựng chuẩn đầu ra đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch địa phương. Liên kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp là xu hướng có tính tất yếu trong công tác đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Du lịch. Nhà trường xác định liên kết với doanh nghiệp trong quá trình đào tạo để học sinh, sinh viên có được những trải nghiệm, độc tập làm việc trước khi trở thành nhân viên chính thức của ngành là điều hết sức cần thiết. Các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh cũng rất phấn khởi, hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi để học sinh, sinh viên thực hành, thực tập; sử dụng cơ sở vật chất, trang thiết bị,... của doanh nghiệp.

– Phối hợp với các cấp, các ngành trên địa bàn tỉnh đẩy mạnh công tác đào tạo ngắn hạn một số nghề du lịch nhằm góp phần chuẩn hóa và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch của tỉnh. Có một thực tế đáng lo ngại là hiện nay tại các cơ sở kinh doanh du lịch trên đại bàn tỉnh như: nhà hàng, khách sạn các khu điểm du lịch, nguồn nhân lực còn thiếu rất nghiêm trọng về số lượng và yếu về chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ,... Trong thời gian tới, bên cạnh công tác đào tạo chính quy, Nhà trường sẽ đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ ngắn hạn một số nghề mà doanh nghiệp và địa phương đang rất cần như: hướng dẫn viên du lịch nội địa, hướng

dẫn viên tại điểm, nhân viên lễ tân, phục vụ nhà hàng, nghiệp vụ buồng/phòng, chế biến món ăn,... Bên cạnh đó, Nhà trường sẽ phối hợp với các cấp chính quyền tổ chức bồi dưỡng nghiệp vụ, kỹ năng về giao tiếp, đón khách, phục vụ, ngoại ngữ,... cho cán bộ quản lý, nhân viên và cộng đồng dân cư tại các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh.

Ngoài việc học chuyên môn, Nhà trường còn chú trọng việc rèn luyện các kỹ năng mềm, kỹ năng sống, bồi dưỡng tin học, ngoại ngữ; tổ chức các hoạt động giao lưu trực tiếp và trực tuyến, tọa đàm với chuyên gia, tham quan thực tế, khảo sát các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh, công tác xã hội cho học sinh, sinh viên,... đảm bảo cho người học sau khi tốt nghiệp đáp ứng yêu cầu bậc 4 trong khung trình độ năng lực quốc gia, đủ khả năng làm việc tại các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở lưu trú, nhà hàng, khách sạn, các khu điểm du lịch, các công ty lữ hành,...

4. KIẾN NGHỊ

Bên cạnh các giải pháp mang tính cấp bách, chúng tôi có một số kiến nghị như sau:

– Các cấp, các ngành tiếp tục quan tâm đầu tư về cơ sở vật chất, trang thiết bị và đội ngũ nhà giáo cho Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông. Vì đây là cơ sở giáo dục nhà nước bậc cao đẳng, đại học duy nhất được giao nhiệm vụ đào tạo nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh nên rất cần có sự đầu tư ngang tầm với nhiệm vụ để Nhà trường có đủ năng lực đào tạo đáp ứng cho nhu cầu phát triển du lịch của tỉnh nhà.

– Về công tác tuyển sinh, đề nghị các cấp, các ngành, đặc biệt các cơ quan quản lý giáo dục của tỉnh xác định chỉ tiêu tuyển sinh THPT, THCS, THPT đảm bảo tỷ lệ phân luồng học sinh; các đơn vị quản lý giáo dục nghề nghiệp tổ chức hội nghị tư vấn hướng nghiệp, phân luồng học sinh hàng năm theo đúng quy định theo như Đề án của Chính phủ và Kế hoạch của Ủy ban nhân dân tỉnh tạo thuận lợi hơn nữa cho học sinh tham gia học nghề, trong đó có nghề du lịch tại các cơ sở giáo dục nghề nghiệp trên địa bàn tỉnh.

5. LỜI KẾT

Để du lịch Đắk Nông cất cánh và khai thác triệt để những tiềm năng, lợi thế vốn có; bên cạnh những nhiệm vụ, giải pháp mang tính đột phá, tỉnh cần có kế hoạch tổng thể phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế cho giai đoạn sắp tới.

Đặc biệt, từ nay đến năm 2030, tỉnh cần thu hút được một số dự án đầu tư du lịch tầm cỡ, có sức hấp dẫn du khách. Việc có được các sản phẩm, dịch vụ du lịch có quy mô lớn, chất lượng như vậy không chỉ tạo sức hút và điểm nhấn cho ngành Du lịch địa phương mà còn thu hút một lượng lớn nguồn nhân lực từ các tỉnh, thành khác về làm việc. Chính đội ngũ nguồn nhân lực có chất lượng này sẽ trở thành những nhân tố mới tham gia vào công tác đào tạo tại chỗ hết sức hiệu quả cho nhân viên tại địa phương, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đưa du lịch Đắk Nông trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, điểm đến hấp dẫn của du khách trong và ngoài nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ (2020). *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
2. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam (2019), *Kỹ yếu Hội thảo khoa học “Xu hướng phát triển của du lịch thế giới và tác động đối với du lịch Việt Nam”*.
3. Kế hoạch số 476/KH-UBND ngày 08/9/2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Nông về thực hiện Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Đắk Nông.
4. Kế hoạch số 24/KH-UBND ngày 16/01/2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Nông về Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2023 – 2027.
5. Quyết định số 1849/QĐ-UBND ngày 29/12/2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Nông về việc ban hành Đề án Phát triển du lịch tỉnh Đắk Nông đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.
6. Lê Thị Lệ (2021), “Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam thích ứng với tình hình mới”. Tạp chí *Khoa học – Đại học Thủ Dầu Một*.

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC PHỤC VỤ SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA CỦA THỦ ĐÔ HÀ NỘI THEO ĐỊNH HƯỚNG CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

TS. Nguyễn Thành Nam¹

Tóm tắt: Phát triển nguồn nhân lực là một trong những nhiệm vụ quan trọng của chiến lược phát triển kinh tế – xã hội Thủ đô Hà Nội đến năm 2030. Đối với ngành Du lịch, nhân lực được trang bị đầy đủ kiến thức, kỹ năng cần thiết đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng, nâng cao và hoàn thiện các sản phẩm và dịch vụ du lịch. Đây cũng được coi là một trong những yếu tố then chốt làm tăng khả năng cạnh tranh và sự sống còn trên thị trường du lịch cho từng doanh nghiệp, địa phương, rộng hơn là ngành Du lịch của cả quốc gia. Hà Nội cũng được đánh giá là một điểm đến có tài nguyên văn hóa độc đáo nổi bật trên các khía cạnh: di tích – di sản – làng nghề, văn hóa lễ hội, văn hóa ẩm thực và nghệ thuật dân gian, đây chính là nguồn lực lớn cho sự phát triển du lịch văn hóa, đặc biệt khi loại hình du lịch này được xác định là một trong những ngành công nghiệp văn hóa theo định hướng phát triển của quốc gia. Bài viết này bàn về bối cảnh phát triển du lịch văn hóa của Thủ đô Hà Nội, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp trong đào tạo nhân lực phục vụ sự phát triển du lịch văn hóa của Thủ đô theo định hướng phát triển công nghiệp văn hóa.

Từ khóa: đào tạo; nhân lực; du lịch văn hóa; thủ đô Hà Nội; công nghiệp văn hóa.

HUMAN RESOURCE TRAINING FOR CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT OF HANOI CAPITAL TOWARD CULTURAL INDUSTRY ORIENTATION

Abstract: Human resource development is one of the most important tasks of Hanoi capital's socio-economic development strategy until 2030. In the tourism industry, human resources fully equipped with the necessary knowledge and skills play an important role in building, enhancing and perfecting tourism products and services. This is also considered one of the key factors that increase competitiveness and survival in the tourism market for each business, locality and, more broadly, the entire country's tourism industry. Hanoi is also considered a destination with outstanding unique cultural resources in the following aspects such as relics – heritage – craft villages, festival culture, culinary culture and folk art. It is a great resource for the development

¹ Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.

of cultural tourism, especially when this type of tourism is identified as one of the country's development-oriented cultural industries. This article discusses the context of cultural tourism development in Hanoi capital, and on that basis proposes some solutions in human resource training to serve the development of cultural tourism toward cultural industry orientation.

Keywords: *training; human resources; cultural tourism; Ha Noi capital; cultural industry.*

1. TỔNG QUAN VỀ NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH

Nhân lực được hiểu là nguồn lực của mỗi con người mà nguồn lực này gồm có thể lực, trí lực và nhân cách. Nhân lực được hiểu là toàn bộ các khả năng về thể lực và trí lực của con người được vận dụng trong quá trình lao động sản xuất. Nó được xem là sức lao động của con người – một nguồn lực đáng giá nhất trong các yếu tố sản xuất của các ngành, địa phương.

Nhân lực ngành Du lịch bao gồm toàn bộ con người tham gia vào quá trình phục vụ khách du lịch. Trong đó nhân lực trực tiếp là những người trực tiếp phục vụ khách du lịch tại khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành, cửa hàng phục vụ khách du lịch, cơ quan quản lý du lịch,... Lao động gián tiếp là những lao động không trực tiếp phục vụ khách du lịch nhưng thực hiện các công việc mang tính quản lý, hỗ trợ cho các lao động trực tiếp. Nhân lực ngành Du lịch có tính chuyên môn hoá cao; tỷ lệ lao động trẻ, lao động nữ, lao động thời vụ trong ngành Du lịch cao hơn các ngành khác; thời gian làm việc của nhân lực ngành Du lịch phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng.

2. BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA THEO ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI

Ngày nay, phát triển công nghiệp văn hóa trở thành một trong những nhiệm vụ trọng tâm của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Quan điểm về phát triển công nghiệp văn hóa được Đảng ta khẳng định tại Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khoá XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước xác định: “Phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của

văn hóa Việt Nam; khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Có cơ chế khuyến khích đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm văn hóa. Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp văn hóa, văn nghệ, thể thao, du lịch thu hút các nguồn lực xã hội phát triển. Đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường văn hóa và công nghiệp văn hóa”.¹ Có thể nói, Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI đã thể hiện sự phát triển tư duy lý luận của Đảng về vai trò của văn hóa khi khẳng định sự cần thiết phải xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

Hà Nội, một Thành phố trung tâm vùng đồng bằng sông Hồng, đã sớm trở thành một trung tâm chính trị và tôn giáo ngay từ những buổi đầu của lịch sử Việt Nam. Bước vào cơ chế thị trường, sự phát triển kinh tế – xã hội của thủ đô nói chung và hoạt động văn hóa nói riêng có nhiều biến chuyển, tạo nên môi trường sống, môi trường kinh tế, môi trường sinh thái nhân văn, môi trường văn hóa hết sức đa dạng. Để thực hiện được yêu cầu phát triển bền vững, trước hết và quan trọng nhất là phát triển đồng bộ tất cả các thành tố quan trọng của sự phát triển, các lĩnh vực cơ bản của đời sống xã hội và biết xử lý biện chứng quan hệ giữa các thành tố, các lĩnh vực đó. Những năm gần đây, người ta bàn nhiều về các trụ cột của sự phát triển bền vững trong xã hội hiện đại, có nghĩa là, phải bảo đảm cho được sự phát triển hài hòa, coi trọng ngang nhau và làm cho các trụ cột đó thâm vào nhau để bảo đảm cho sự phát triển bền vững. Gần đây, giới nghiên cứu thông qua thảo luận ở Liên hợp quốc, từ thực tiễn kinh tế – xã hội của các quốc gia, đã chỉ ra 4 trụ cột của sự phát triển bền vững, đó là chính trị, kinh tế, văn hóa và môi trường. Do đó, văn hóa là một trong những yếu tố cấu thành của sự phát triển bền vững. Văn hóa chính là mục tiêu, là động lực, là hệ điều tiết cho sự phát triển.

Hà Nội có nhiều thế mạnh để phát triển công nghiệp văn hóa, như hệ thống di sản văn hóa phong phú, đa dạng, đặc sắc (Hà Nội

¹ Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI*, Văn phòng Trung ương Đảng, H. 2014, tr. 56,

dẫn đầu cả nước với gần 6.000 di tích văn hóa, lịch sử, trong đó có 16 di tích, cụm di tích quốc gia đặc biệt, gần 1.200 di tích được xếp hạng quốc gia, 1 di sản văn hóa thế giới); nguồn lực con người to lớn và vô cùng quý giá (trên 51,7% dân số trẻ, tập trung 65% tổng số các nhà khoa học trong cả nước; hội tụ nhiều nghệ nhân giỏi, thợ lành nghề, cộng đồng sáng tạo trên lĩnh vực văn hóa)¹. Hà Nội còn có thế mạnh là trung tâm lớn về khoa học – công nghệ, kinh tế và giao dịch quốc tế, có mối quan hệ hợp tác với hơn 100 thủ đô các nước, quan hệ thương mại với trên 200 quốc gia, vùng lãnh thổ,... Đây là điều kiện thuận lợi cho phát triển, là thị trường rộng mở để sản xuất, tiêu thụ các sản phẩm từ ngành công nghiệp văn hóa. Hà Nội đã tham gia Mạng lưới các Thành phố sáng tạo của UNESCO từ năm 2019. Phát triển công nghiệp văn hóa có quan hệ chặt chẽ với xây dựng Thành phố sáng tạo. Do đó, nhiều chuyên gia đề xuất Hà Nội đẩy mạnh hơn nữa việc xây dựng Thành phố sáng tạo, chú trọng hỗ trợ các không gian sáng tạo, chuyển đổi các di sản công nghiệp thành không gian sáng tạo để tái thiết đô thị bền vững. Công nghiệp văn hóa ở thủ đô Hà Nội hiện diện đủ 12 lĩnh vực là Quảng cáo; Kiến trúc; Phần mềm và các trò chơi giải trí; Thủ công mỹ nghệ; Thiết kế; Điện ảnh; Xuất bản; Thời trang; Nghệ thuật biểu diễn; Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; Truyền hình và phát thanh và Du lịch văn hóa. Theo Sở Du lịch Hà Nội, Thành phố đặc biệt coi trọng phát triển du lịch văn hóa, lấy du lịch văn hóa làm cơ sở, làm nền tảng để phát triển các loại hình du lịch khác. Thành phố đã chủ động ban hành kế hoạch, dự án, đề án cụ thể xây dựng và hoàn thiện các sản phẩm du lịch văn hóa, làng nghề bảo đảm các sản phẩm hoàn chỉnh, độc đáo, hấp dẫn, có tính chuyên nghiệp cao theo hướng phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội.²

¹ https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/826461/phan-trien-cong-nghiep-van-hoa%2C-gop-phan-tao-suc-manh-noi-sinh%2C-dong-luc-quan-trong-thuc-day-su-phan-trien-ben-vung-cua-thu-do-ha-noi.aspx

² <https://sodulich.hanoi.gov.vn/tin-tuc-su-kien/tin-tuc-du-lich-ha-noi/ha-noi-lay-van-hoa-lam-nen-tang-de-phan-trien-du-lich.html>

Nghị quyết số 09-NQ/TU, ngày 22/2/2022, của Thành ủy Hà Nội “Về phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” xác định một trong những nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm để đưa công nghiệp văn hóa Thủ đô trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, nhất là nhân lực có trình độ chuyên môn cao trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay. Để đạt mục tiêu đến năm 2025 công nghiệp văn hóa đóng góp 5% GDP của thành phố, đến năm 2030 đóng góp 8%; xây dựng nhiều sản phẩm công nghiệp văn hóa có thương hiệu trong nước và quốc tế mà Nghị quyết 09-NQ/TU đề ra, Hà Nội còn nhiều việc phải đẩy mạnh triển khai trong đó có nhu cầu về nguồn nhân lực về công nghiệp văn hóa. Nguồn nhân lực là một trong những yếu tố then chốt để bảo đảm và thúc đẩy sự phát triển hiệu quả và bền vững các ngành kinh tế, các lĩnh vực xã hội nói chung và các ngành công nghiệp văn hóa nói riêng. Nhân lực trong các ngành công nghiệp văn hóa có tính đặc thù cao, đòi hỏi sự chuyên nghiệp, đáp ứng đầy đủ các kỹ năng giao tiếp, ứng xử có văn hóa, có trình độ ngoại ngữ, năng lực tiếp thu và ứng dụng khoa học – công nghệ, nhất là có tư duy thẩm mỹ, sự đam mê sáng tạo.

3. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH VĂN HÓA Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI THEO ĐỊNH HƯỚNG CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến nhân lực phục vụ hoạt động du lịch văn hóa ở Thủ đô Hà Nội theo định hướng công nghiệp văn hóa

Nhà nước và các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của thủ đô Hà Nội: Nhà nước và các ban bộ ngành có liên đến lĩnh vực du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Cục Du lịch, Sở Du lịch Hà Nội) là các đơn vị chịu trách nhiệm xây dựng và quản lý triển khai các chiến lược, các chính sách, chương trình về du lịch quốc gia, vùng, địa phương nói chung và về phát triển nhân lực ngành Du lịch nói riêng.

Hệ thống giáo dục – đào tạo: Hệ thống giáo dục và đào tạo du lịch tại các trường đại học, cao đẳng ở thủ đô Hà Nội là yếu tố khách quan quyết định sự phát triển đội ngũ nhân lực ngành Du lịch.

Chất lượng ngành giáo dục và đào tạo sẽ quyết định chất lượng của đội ngũ nhân lực của thủ đô.

Yếu tố văn hóa – xã hội và địa lý: Những yếu tố về quan niệm, giá trị, niềm tin của xã hội và sự biến đổi trong xã hội, sự phát triển mạnh mẽ của đời sống văn hóa xã hội Thủ đô Hà Nội cũng tác động đến việc phát triển nhân lực ngành Du lịch.

Nhu cầu du khách và xu hướng phát triển ngành Du lịch thủ đô: Nhu cầu khách du lịch sẽ quyết định chất lượng dịch vụ mà ngành Du lịch cung cấp. Nhân lực ngành Du lịch sẽ tạo ra giá trị nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, do vậy nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng từ đó góp phần thỏa mãn nhu cầu của du khách.

Nhận thức và năng lực của người làm du lịch: Nhận thức của đội ngũ nhân lực ngành Du lịch giữ vai trò quan trọng trong việc phát triển về mặt chất lượng. Khi nhân lực ngành Du lịch xác định rõ được mục tiêu nghề nghiệp, yêu và đam mê nghề du lịch tại đơn vị kinh doanh về du lịch khi đó việc phát triển chất lượng đội ngũ này sẽ gặp nhiều thuận lợi.

3.2. Một số giải pháp trong đào tạo nhân lực phục vụ hoạt động du lịch văn hóa ở Thủ đô Hà Nội theo định hướng công nghiệp văn hóa

Để thực hiện mục tiêu phát triển nguồn nhân lực lĩnh vực văn hóa, trong Kế hoạch số 176/KH-UBND, ngày 30-7-2021, về thực hiện Chương trình số 06-CTr/TU của Thành ủy về “Phát triển văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng người Hà Nội thanh lịch văn minh giai đoạn 2021 – 2025”, Ủy ban nhân dân Thành phố yêu cầu sự vào cuộc mạnh mẽ của các cấp, các ngành nhằm huy động các nguồn lực đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng cho giáo dục theo hướng hiện đại hóa, ứng dụng khoa học, công nghệ cao vào đào tạo nguồn nhân lực; khuyến khích xã hội hóa, huy động sự tham gia đóng góp của cộng đồng xã hội, doanh nghiệp, các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn Thành phố cùng tham gia vào nhiệm vụ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trong đó có nguồn nhân lực trong các ngành công nghiệp văn hóa. Để xây dựng và phát triển nguồn nhân

lực phục vụ hoạt động du lịch văn hóa ở Thủ đô Hà Nội theo định hướng công nghiệp văn hóa cần quan tâm đến một số giải pháp:

Thứ nhất, cần xây dựng, hoàn thiện chương trình khung cho các bậc đào tạo ngành Du lịch (chuyên ngành Văn hóa du lịch/ Du lịch văn hóa). Trên cơ sở chương trình khung, các cơ sở đào tạo chủ động xây dựng, hoàn chỉnh chương trình đào tạo của mình theo hướng tập trung vào chất lượng chuyên môn, tiết kiệm quỹ thời gian đào tạo, mạnh dạn lược bỏ các nội dung không thực sự cần thiết để tập trung cho nâng cao chất lượng đào tạo chuyên môn. Để đáp ứng nhu cầu phát triển công nghiệp văn hóa, chương trình ngành Du lịch có thể bổ sung thêm một số học phần như: *Đại cương về công nghiệp văn hóa, Công nghiệp du lịch văn hóa, Thiết kế sáng tạo, Tổ chức sự kiện, Nghệ thuật thực cảnh, Xây dựng dự án du lịch văn hóa,...*

Thứ hai, cần xây dựng, phát triển đội ngũ giảng viên đáp ứng yêu cầu sự phát triển du lịch văn hóa gắn với công nghiệp văn hóa. Để thực hiện giải pháp có kết quả, trước hết, bản thân các cơ sở đào tạo cần chủ động xây dựng và thực hiện việc củng cố, phát triển đội ngũ giảng viên thông qua công tác tuyển dụng, sử dụng, đào tạo, bồi dưỡng

Thứ ba, đổi mới phương pháp giáo dục và đào tạo du lịch theo hướng gắn lý luận và thực tiễn: sử dụng đội ngũ giảng viên cơ hữu kết hợp mời chuyên gia về du lịch văn hóa và công nghiệp văn hóa, mời chuyên gia đào tạo cho người học chuyên sâu chuyên môn để có thể thiết kế các sản phẩm du lịch văn hóa cho Thủ đô Hà Nội gắn với công nghệ và thị trường.

Thứ tư, cần có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ với nhà trường và các điểm đến du lịch của thủ đô trong quá trình xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo. Các bảo tàng, khu di tích cần bố trí các chuyên gia, hướng dẫn viên phối hợp với giảng viên để xây dựng các chương trình giáo dục phù hợp với đối tượng sinh viên từng chuyên ngành, hỗ trợ, dẫn dắt sinh viên trong quá trình học tập, nhằm đem lại hiệu quả cao nhất. Ví dụ như Văn Miếu – Quốc Tử Giám gắn với nền giáo dục Nho học hàng ngàn năm của đất nước, là một di sản giá trị, là niềm tự hào của người dân Thủ đô và cả nước. Ngày nay, Văn Miếu – Quốc Tử Giám đã và đang được

ngiên cứu bảo vệ, phát huy giá trị với một tầm nhìn phát triển bền vững. Việc các trường đưa sinh viên đến tham quan, học tập tại Văn Miếu – Quốc Tử Giám sẽ giúp sinh viên nhận thức được về ý nghĩa từng khu vực trong di tích, về giá trị văn hóa của biểu tượng linh vật trong di tích, về giá trị di sản của 82 văn bia tiến sĩ đã được UNESCO công nhận là Di sản tư liệu thế giới hay trải nghiệm tour đêm để thấy được sự đa dạng hóa của sản phẩm du lịch.

KẾT LUẬN

Tóm lại, nhân lực đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát triển kinh tế, văn hóa – xã hội. Khi có một đội ngũ nhân lực chất lượng cao, các doanh nghiệp và tổ chức có thể tạo ra các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cao hơn, đưa ra các giải pháp sáng tạo và cải thiện chất lượng cuộc sống người dân. Đồng thời, nhân lực còn đóng vai trò quan trọng trong bảo tồn và phát triển các hệ giá trị văn hóa của một quốc gia, một địa phương. Hà Nội với bề dày truyền thống ngàn năm văn hiến, anh hùng, hòa bình, hữu nghị và sáng tạo, Đảng bộ và nhân dân Hà Nội luôn nhận thức sâu sắc trọng trách của mình trong xây dựng và phát huy sức mạnh văn hóa dân tộc trong tiến trình hội nhập, phát triển nhanh và bền vững đất nước. Những năm qua, nguồn nhân lực ngành Du lịch luôn được các cấp, các ngành quan tâm, chú trọng, nâng cao chất lượng, trình độ và năng lực chuyên môn, có nhiều đóng góp tích cực vào sự nghiệp phát triển của Thủ đô và đất nước. Đội ngũ nhân lực này nếu được định hướng tốt sẽ quyết định trực tiếp đến quá trình xây dựng thương hiệu, chất lượng và sức mạnh cho hoạt động du lịch văn hóa cũng như phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thúy Anh, Triệu Thế Việt, Nguyễn Thu Thủy, Phạm Thị Bích Thủy, Phan Quang Anh (2014), *Giáo trình Du lịch văn hóa – Những vấn đề lý luận và nghiệp vụ*, Nxb Giáo dục Việt Nam.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khoá XI*, Văn phòng Trung ương Đảng.

3. Vũ Minh Giang, “Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh mở cửa và hội nhập”, <https://vnu.edu.vn/ttsk/?C2091/N6485/dao-tao-nguon-nhan-lucchatluong-caotrong-boi-canh-mo-cua-va-hoi-nhap.htm>.
4. Nghị quyết số 09-NQ/TU, ngày 22/2/2022, của Thành ủy Hà Nội “Về phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”.
5. https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi//2018/826461/phat-trien-cong-nghiep-van-hoa%2C-gop-phan-tao-suc-manh-noi-sinh%2C-dong-luc-quan-trong-thuc-day-su-phat-trien-ben-vung-cua-thu-do-ha-noi.aspx
6. Thành ủy Hà Nội, Chương trình số 06-CTr/TU “Phát triển văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh giai đoạn 2021 – 2025”, 17/3/2021.
7. Ủy ban nhân dân Thành phố, Thành ủy Hà Nội, Kế hoạch số 176/KH-UBND “Phát triển văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh giai đoạn 2021 – 2025”, 30/7/2021.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG VIỆT NAM: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

ThS. Phạm Thị Thắm¹

Tóm tắt: Gần đây, Việt Nam đang thu hút sự chú ý như một điểm đến du lịch toàn cầu. Đà Nẵng là Thành phố du lịch hàng đầu Việt Nam. Nghiên cứu này tập trung Tóm tắt sự phát triển du lịch ở Việt Nam và phân tích thực trạng du lịch bền vững ở Đà Nẵng. Để đạt được mục tiêu này, trước tiên chúng ta sẽ xem xét các nguyên tắc phát triển du lịch của Việt Nam là gì, các tiêu chuẩn phát triển du lịch bền vững của hiệp hội du lịch toàn cầu là gì và du lịch bền vững ở Thành phố Đà Nẵng đã phát triển như thế nào từ năm 2015 đến năm 2020?

Từ khóa: du lịch Việt Nam, du lịch bền vững, du lịch tại Thành phố Đà Nẵng.

A STRATEGIC STUDY OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN VIETNAM: A CASE IN DA NANG CITY

Abstract: Recently, Vietnam is attracting attention as a global tourist destination. Da Nang is the leading tourist city in Vietnam. This study focuses on summarizing tourism development in Vietnam and analyzing the current state of sustainable tourism in Da Nang. To achieve this goal, we will first look at what Vietnam's tourism development principles are, what are the global tourism association's sustainable tourism development standards, and sustainable tourism How has Da Nang city developed from 2015 to 2020?

Keywords: Vietnam tourism, sustainable tourism, tourism in Da Nang city.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khi số lượng khách du lịch tiếp tục tăng, Chính phủ Việt Nam đang nỗ lực không ngừng để phát triển ngành du lịch thành một ngành kinh tế lớn và đưa Việt Nam trở thành trung tâm du lịch ở Đông Nam Á. Tuy nhiên, mặc dù ngành du lịch đóng góp tích cực cho nền kinh tế nhưng việc phát triển, sức lao động không được sử

¹ Khoa Du lịch và Ẩm thực, Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh.

dụng đúng cũng gây ra những thiệt hại rất lớn cho nền kinh tế, xã hội. Điều này tác động tiêu cực đến tài nguyên thiên nhiên của đất nước do mất cân bằng lợi ích giữa các bên liên quan đến du lịch, cản trở an ninh quốc gia và ô nhiễm môi trường.

Đặc biệt, khi du lịch trong nước và quốc tế bùng nổ sau đại dịch COVID 19, vấn đề trước mắt là bền vững. Nói cách khác, bài toán đặt ra cho ngành du lịch Việt Nam là phát triển du lịch một cách bền vững, tận dụng môi trường tự nhiên, văn hóa để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Đồng thời, nó phải góp phần mang lại lợi ích kinh tế lâu dài và cải thiện mức sống của cộng đồng địa phương.

Đà Nẵng là địa điểm du lịch hấp dẫn với nhiều điều kiện thuận lợi như bờ biển dài đẹp, môi trường tự nhiên tươi đẹp như cầu cống, cơ sở hạ tầng thuận lợi, nguồn nhân lực dồi dào và tài nguyên văn hóa phong phú, môi trường chính trị hòa bình, ổn định. Tuy nhiên, ngành du lịch Đà Nẵng chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn toàn cầu về phát triển du lịch bền vững. Du lịch bền vững không phải là hiện tượng nhất thời mà đã trở thành xu hướng tất yếu của thời đại. Vì vậy, du lịch bền vững ở Việt Nam là mục tiêu phát triển.

2. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG

Phát triển du lịch bền vững được quy định tại Luật Du lịch Việt Nam 2017 (có hiệu lực từ ngày 1/1/2018). Vì vậy, "*Phát triển du lịch bền vững là phát triển du lịch đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế – xã hội và môi trường, bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch mà không ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng nhu cầu du lịch trong tương lai*" (Điều 3, Luật Du lịch Việt Nam 2017). Nói một cách đơn giản nhất, nếu du lịch tốt ở hiện tại và bền vững trong tương lai thì được coi là phát triển bền vững.

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững:

Thứ nhất, ngành du lịch có thể phát triển vì chính sách tốt mang lại ổn định chính trị, trật tự, an toàn xã hội.

Thứ hai, các yếu tố như tính chuyên nghiệp của hoạt động du lịch, mạng lưới thông tin liên lạc và Internet, cơ sở vật chất du lịch, hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng là những yếu tố kinh tế ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững.

Thứ ba, yếu tố xã hội bao gồm việc bảo tồn, phục hồi tài nguyên du lịch của con người và sự tham gia của người dân địa phương vào hoạt động du lịch.

Cuối cùng, các yếu tố tổng hợp như tài nguyên du lịch và yếu tố xúc tác thông qua các sự kiện đặc biệt cũng là yếu tố phát triển du lịch.

3. THỰC TRẠNG VÀ ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐÀ NẴNG

3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững Thành phố Đà Nẵng

3.1.1. Quản lý nhà nước

Các yếu tố của chính sách

Đà Nẵng luôn đặc biệt quan tâm đến việc quảng bá ngành du lịch. Cụ thể, chính quyền Thành phố đã tách Sở Du lịch thành một phòng riêng với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Chính phủ luôn lắng nghe ý kiến của các hiệp hội du lịch Thành phố và tổ chức các hội thảo du lịch nhằm trao đổi thông tin, chia sẻ kinh nghiệm thu được tại Thành phố Đà Nẵng với các chuyên gia đầu ngành. Tại đây, các chuyên gia đã thảo luận nghiêm túc về việc thúc đẩy ngành du lịch phát triển. Các quản lý và làm du lịch của Thành phố Đà Nẵng là một trải nghiệm không giống bất kỳ tỉnh nào khác ở nước ta.

Chính trị hòa bình và ổn định

Nền chính trị Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng về cơ bản hòa bình, ổn định. Ở Đà Nẵng, thể chế hành chính minh bạch, kịp thời, gần gũi với người dân nên có thể nói chính quyền Đà Nẵng làm rất tốt và hỗ trợ đáng kể cho sự phát triển du lịch của thành phố.

3.1.2. Các yếu tố kinh tế

Ngay sau khi trở thành Thành phố trực thuộc trung ương vào năm 1997, Đà Nẵng đã tập trung nguồn lực xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế – xã hội và môi trường của thành phố, đặc biệt phát triển hạ tầng giao thông.

Có thể nói, giao thông của Thành phố Đà Nẵng đi trước các tỉnh, Thành phố khác ở Việt Nam. Các thành viên trong bộ máy quản lý của Ủy ban nhân dân Thành phố đưa ra quyết định với tư duy rất

tích cực. Thông thường, vỉa hè rộng và có từ 4 đến 6 làn xe. Hầu hết xe cứu thương và xe cứu hỏa cũng có thể tiếp cận nó. Đường phố rộng giúp người đi bộ tham quan dễ dàng hơn và làn đường rộng giúp giảm ùn tắc giao thông trong giờ cao điểm, tiết kiệm thời gian và tiền bạc cho người dân và khách du lịch. Quốc lộ 1A thuận tiện đi qua Huế và Quảng Ngãi. Sân bay ở Thành phố Đà Nẵng là sân bay quốc tế có khả năng phát triển đường bay đến các nước nơi du khách nhập cảnh.

Thời gian gần đây, khi lượng khách du lịch đến tham quan Thành phố Đà Nẵng ngày càng tăng, các cơ sở lưu trú cũng dần được cải thiện cả về số lượng và chất lượng, ngày càng theo tiêu chuẩn dịch vụ quốc tế. Cụ thể, tốc độ tăng trưởng cơ sở lưu trú năm 2019 là 20,13% so với năm 2018. Ngay cả với tác động của đại dịch COVID 19, tốc độ tăng trưởng chỗ ở vẫn tăng lên 31,38% vào năm 2020 so với năm 2019. Số phòng trung bình mỗi năm khoảng 4.500 phòng.

3.1.3. Các yếu tố xã hội

Vui chơi giải trí của người dân

Người dân Đà Nẵng nhìn chung có rất nhiều thời gian rảnh rỗi. Nhân viên văn phòng luôn có thời gian tham quan, tận hưởng các địa điểm du lịch của Thành phố sau giờ làm việc nên du lịch nội địa có lợi thế hơn so với các tỉnh, thành khác.

Khi thu nhập bình quân đầu người của người dân tăng lên, xu hướng chi tiêu du lịch cũng được cải thiện rõ rệt. Đà Nẵng là một trong những điểm du lịch nổi tiếng nhất và do đó được hưởng lợi từ sự phát triển kinh tế chung của Việt Nam.

Mức sống của người dân cao về vật chất và văn hóa

Mức sống chung ở Đà Nẵng được cho là ở mức trung bình. Mặc dù dân số ít nhưng hệ thống giáo dục rất tuyệt vời. Nhận thức của người dân khá cao và luôn có ý thức cộng đồng tốt trong các vấn đề chung.

3.1.4. Các yếu tố phổ biến khác

a) Tài nguyên thiên nhiên

Tài nguyên du lịch Đà Nẵng tuy còn nhiều hạn chế nhưng cũng có tiềm năng phát huy rất tốt. Đà Nẵng có các tài nguyên thiên

nhiên sau:

- Khu du lịch Bà Nà Hills

Khu du lịch Bà Nà Hills là một khu vực thuộc dãy Trường Sơn thuộc huyện Hòa Vang, huyện Hòa Vang, cách Đà Nẵng 25 km về phía Tây Nam. Trung tâm du lịch Bà Nà Hills nằm trên đỉnh Núi Chúa, ở độ cao 1.489m so với mực nước biển. Nhiều công trình mới được xây dựng, trải nghiệm du lịch của du khách đến Bà Nà Hills, nơi nổi tiếng với khu vui chơi giải trí trong nhà tại Công viên giải trí Fantasy Park rộng 21.000 m². Các tiện ích du lịch như tuyến cáp treo 4 chiều kỷ lục thế giới, tàu leo núi L'Indochine, làng Pháp đáp ứng nhu cầu tham quan, lưu trú của du khách trong và ngoài nước.

- Núi Ngũ Hành Sơn

Núi Ngũ Hành Sơn là tên gọi chung cho một danh lam thắng cảnh gồm 5 ngọn núi đá vôi nhô ra từ bãi cát ven biển với diện tích khoảng 2 km². Núi Ngũ Hành Sơn gồm có năm ngọn núi: Kimsan, Mok Shan, Thu Shan (ngọn núi lớn nhất, cao nhất và đẹp nhất), Huashan và Tu Shan nằm ngay trên tuyến đường Đà Nẵng Hội An, cách trung tâm Thành phố Đà Nẵng khoảng 8 km về phía Đông Nam.

b) Nguồn lực nhân văn

Mặc dù ngành du lịch Đà Nẵng đã phát triển vượt bậc nhưng Đà Nẵng vẫn giữ được những giá trị văn hóa truyền thống độc đáo. Điều này ảnh hưởng tới sự phát triển của các làng nghề truyền thống như làng nghề đá Non Nước, làng nghề làm nước mắm truyền thống Nam Ô, làng nghề chiếu Cẩm Nê. Ngoài ra, Đà Nẵng còn tổ chức lễ hội làng Hoa Mỹ và lễ hội làng An Hải hàng năm.

3.2. Thực trạng du lịch Thành phố Đà Nẵng

3.2.1. Số lượng khách du lịch tại Thành phố Đà Nẵng

Dù có biến động nhỏ nhưng lượng khách du lịch khắp Thành phố ngày càng tăng. Từ bảng sau, có thể thấy sự thay đổi trong tổng lượng khách du lịch đến Đà Nẵng phụ thuộc vào lượng khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm là 34,1% từ năm 2015 đến năm 2019. Hầu hết du khách

trong nước chỉ tham quan các điểm du lịch Núi Bà Nà và Cầu Rồng rồi khởi hành trong ngày nên có rất ít người ở lại Đà Nẵng.

Bảng 3.1. Lượng khách du lịch đến Đà Nẵng

(Đơn vị: người, %)

Năm	Tổng số du khách (người)	Số lượng khách du lịch quốc tế (người)	Số lượng khách du lịch nội địa (người)	Cơ cấu khách du lịch quốc tế (%)
2015	4,682,050	1,266,272	3,415,777	27.05
2016	5,545,789	1,677,297	3,868,492	30.24
2017	6,633,981	2,331,887	4,302,094	35.15
2018	7,660,000	2,875,000	4,785,000	37.53
2019	8,692,421	3,522,928	5,169,493	40.52
2020	2,670,000	703,000	1,967,000	26.32

Nguồn: Báo cáo du lịch của Sở Du lịch Đà Nẵng giai đoạn 2015 – 2020.

Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng năm 2015 tăng 27,05% so với năm 2014. Đây là con số rất ấn tượng đối với Đà Nẵng. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế năm 2016, 2017 và 2018 lần lượt là 30,24%, 35,15% và 37,53. Năm 2019, tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế cao nhất là 40,52%. Do hạn chế đi lại, khách quốc tế đến Đà Nẵng chỉ tập trung vào 3 tháng đầu năm 2020, chỉ chiếm 26,32% tăng trưởng khách du lịch quốc tế.

Có rất ít thay đổi từ năm 2015 đến năm 2020, nhưng tốc độ tăng trưởng vẫn tốt. Số lượng khách du lịch lưu trú tại Đà Nẵng tỷ lệ thuận với lượng khách du lịch nước ngoài đến thăm Việt Nam. Lượng du khách đến Đà Nẵng có nhiều biến động nên có thể tăng hoặc giảm tùy theo lượng du khách nước ngoài đến Việt Nam. Điều này chứng tỏ ngành du lịch Đà Nẵng chưa có quy hoạch cụ thể, rõ ràng và đúng đắn. Vì vậy, cần có những chính sách giải quyết quy hoạch để ngành du lịch hạn chế điểm yếu, phát huy điểm mạnh để du lịch Đà Nẵng tự chủ, độc lập với các yếu tố bên ngoài.

Theo Cục Thống kê Thành phố Đà Nẵng năm 2023, tính chung 11 tháng năm 2023, tổng số lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ ước đạt gần 6.853 nghìn lượt, tăng 102,6% so với cùng kỳ năm 2022.

Trong đó, khách quốc tế đạt 1.838 nghìn lượt, gấp 4,7 lần cùng kỳ; khách trong nước đạt hơn 5.015 nghìn lượt, tăng 67,5% so với cùng kỳ năm 2022. Tổng số lượt khách do cơ sở lữ hành phục vụ tính chung 11 tháng năm 2023, ước đạt gần 1.375 nghìn lượt, tăng 170,7% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, khách quốc tế ước đạt 447 nghìn lượt, cao gấp 8,4 lần so với cùng kỳ; khách trong nước đạt gần 869 nghìn lượt, cao gấp 2,0 lần so với cùng kỳ, khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài đạt 59,1 nghìn lượt, cao gấp 2,2% so với cùng kỳ.

Với nhiều hoạt động sự kiện, sản phẩm du lịch, dịch vụ tươi mới, chất lượng mang tầm quốc tế như loại hình du lịch cưới tại Đà Nẵng cũng đang thu hút khách trong nước và quốc tế đến Thành phố tổ chức đám cưới tại các khách sạn, khu nghỉ dưỡng 4 – 5 sao và kết hợp du lịch cùng gia đình. Nét mới trong thu hút khách du lịch đến Đà Nẵng thời gian qua là lượng khách đi bằng đường biển tăng mạnh, cùng với đó là du lịch MICE đang là sản phẩm du lịch hấp dẫn thu hút được phân khúc khách có khả năng chi trả cao.

3.2.2. Tổng doanh thu từ khách du lịch tại Thành phố Đà Nẵng

Bảng 3.2. Tổng doanh thu từ khách du lịch tại Thành phố Đà Nẵng

(Đơn vị: nghìn tỷ đồng, %)

Năm	Tổng lợi nhuận	Tăng tỷ lệ (%)
2015	12.7	28,7
2016	16	24,7
2017	19.403	20,6
2018	24.060	21
2019	30.973	16,7
2020	13.00	-38.8

Lưu ý: Tốc độ tăng trưởng được so sánh với năm trước.

Nguồn: Báo cáo Du lịch của Cục Du lịch Đà Nẵng 2015 – 2020.

Tốc độ tăng trưởng 24,7% trong năm 2016 chủ yếu nhờ tỷ trọng khách du lịch nội địa cao cũng như lượng khách quốc tế tăng đều. Tốc

độ tăng trưởng năm 2017 và 2018 lần lượt là 20,6% và 21%. Điều này là do nền kinh tế Việt Nam đã phát triển và các biện pháp xúc tiến du lịch để thu hút khách du lịch nước ngoài đã được ưu tiên.

Năm 2019, Thành phố Đà Nẵng đặt mục tiêu tổng doanh thu từ du lịch đạt khoảng 27,4 nghìn tỷ đồng (tăng gần 14% so với năm 2018), nhưng thực tế, tổng doanh thu từ du lịch Đà Nẵng năm 2019 là 30%, tăng tăng 16,7% so với năm trước, đạt 973 tỷ đồng. Điều này cho thấy sự phát triển nhanh chóng của du lịch Đà Nẵng.

Bảng 3.3. Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống, dịch vụ lữ hành tháng 11 và 11 tháng năm 2023

(Đơn vị: triệu đồng, %)

	Thực hiện tháng 10	Ước tính tháng 11	Ước thực hiện 11 tháng năm 2023	Tháng 11 năm 2023 so với tháng trước	Tháng 11 năm 2023 so với tháng cùng kỳ năm 2022	11 tháng năm 2023 so với cùng kỳ năm 2022
Dịch vụ lưu trú, ăn uống	1.834.105	1.747.549	20.825.718	95,28	117,00	134,94
Dịch vụ lưu trú	771.62	699.213	8.945.788	90.67	120.89	157,06
Dịch vụ ăn uống	1.062.943	1.048.381	11.879.930	98.63	114.54	122,00
Dịch vụ lữ hành	486.489	407.483	4.720.683	83.76	117.89	234,65

Nguồn: Cục Thống kê Thành phố Đà Nẵng.

Báo cáo tình hình kinh tế – xã hội Thành phố Đà Nẵng tháng 11 và 11 tháng năm 2023 của Cục thống kê Thành phố Đà Nẵng, tính chung 11 tháng năm 2023, doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống ước đạt 20.826 tỷ đồng, tăng 34,9% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, doanh thu dịch vụ lưu trú ước đạt 8.946 tỷ đồng, tăng 57,1%; doanh thu dịch vụ ăn uống ước đạt 11.880 tỷ đồng, tăng 22,0% so với cùng kỳ năm 2022.

Tính chung 11 tháng năm 2023, doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống ước đạt 20.826 tỷ đồng, tăng 34,9% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, doanh thu dịch vụ lưu trú ước đạt 8.946 tỷ đồng, tăng 57,1%; doanh thu dịch vụ ăn

uống ước đạt 11.880 tỷ đồng, tăng 22,0% so với cùng kỳ năm 2022.

Sở dĩ có được kết quả trên là nhờ việc ban hành những chính sách quan trọng kịp thời của Trung ương; chính quyền Thành phố Đà Nẵng luôn sát cánh, đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp và người dân vượt qua khó khăn, Đà Nẵng đã thực hiện được mục tiêu “giữ vững tăng trưởng kinh tế và đảm bảo an sinh xã hội”.

3.2.3. Thời gian lưu trú trung bình của khách du lịch

Bảng 3.4. Thời gian lưu trú của khách du lịch tại Đà Nẵng

(Đơn vị: 1 ngày, %)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Thời gian lưu trú trung bình của khách du lịch nội địa	2.6	2.5	2.9	3.0	2.10	2.54
Thời gian lưu trú trung bình của khách du lịch quốc tế	2.9	3.2	3.9	4.5	2.13	2.33
Tăng so với cùng kỳ năm trước (%)	11.54	28	34.48	50	*	*

Nguồn: Báo cáo du lịch của Tổng cục Du lịch Đà Nẵng giai đoạn 2015 – 2020

Trong giai đoạn 2015 – 2017, thời gian lưu trú của khách du lịch cũng bị ảnh hưởng rất lớn bởi sự thay đổi về lượng khách du lịch quốc tế. Năm 2015, số ngày lưu trú tăng nhẹ lên 11,54% và năm 2016, với việc quảng bá thương hiệu du lịch của chính quyền Đà Nẵng, số lượng du khách trong thời gian lưu trú du lịch đã tăng lên 28%. Năm 2017, tốc độ tăng trưởng là 34,48% và năm 2018 là 50%. Qua giai đoạn này, có thể thấy số ngày lưu trú tăng trưởng không ổn định, nhưng dần dần, với sự quan tâm của cơ quan chức năng, tình hình hiện nay đã được cải thiện và thời gian lưu trú ngày càng tăng lên.

Theo Cục Thống kê Thành phố Đà Nẵng, tính chung 11 tháng năm 2023, số ngày lưu trú bình quân của khách ngủ qua đêm tính chung 11 tháng là 1,76 ngày/lượt, trong đó khách quốc tế là 2,34 ngày/lượt; khách trong nước là 1,39 ngày/lượt (cùng kỳ năm 2022: 2,29 ngày/lượt đối với khách chung; 2,14 ngày/lượt đối với khách quốc tế và 2,31

ngày/lượt đối với khách trong nước). Ngành Du lịch Đà Nẵng đã kết hợp với các đơn vị, ngành liên quan tập trung phát triển các sản phẩm du lịch theo Đề án định hướng phát triển du lịch đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Nhóm sản phẩm du lịch biển, nghỉ dưỡng biển, đây là sản phẩm du lịch đặc biệt quan trọng của du lịch thành phố. Nhờ những sản phẩm du lịch phong phú này đã góp phần giữ chân du khách ở lại lâu hơn để sử dụng các dịch vụ tắm biển, vui chơi giải trí và lưu trú phần lớn tại các khu nghỉ dưỡng, khách sạn 4 – 5 sao ven biển.

4. KẾT LUẬN

Tại Thành phố Đà Nẵng, chính phủ quản lý và hỗ trợ chặt chẽ mọi lĩnh vực để phát triển du lịch bền vững. Kết quả cho thấy phát triển du lịch bền vững có hiệu quả. Chính quyền Thành phố Đà Nẵng đã nhận thức được tầm quan trọng của lợi ích lâu dài của du lịch bền vững so với các loại hình du lịch đòi hỏi chi phí đầu tư và quảng bá lớn. Nhờ lợi thế tuyệt vời về địa lý, dân số, cơ sở hạ tầng và mức độ hỗ trợ kinh doanh cao nên Đà Nẵng có thể thu hút các dự án quy mô lớn đến Đà Nẵng từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Du lịch Đà Nẵng sẽ phát triển mạnh mẽ trong tương lai. Ngoài ra, Đà Nẵng cần phát triển nhiều loại hình du lịch để thu hút thêm du khách dài hạn, trong đó có du lịch y tế, du lịch công nghệ, du lịch sự kiện. Loại hình du lịch này rất hấp dẫn du khách trẻ trong nước và quốc tế. Ngoài chi phí và giá thành thấp, nó còn mang lại nhiều lợi ích, cải thiện đời sống của cư dân.

Trong quá trình phát triển du lịch bền vững, chính quyền Đà Nẵng có thể phải đối mặt với nhiều thách thức nhưng lợi ích mang lại là rất to lớn. Ngành du lịch sẽ phát triển hơn nữa nếu chính quyền Thành phố Đà Nẵng thực hiện các chính sách phát huy truyền thống độc đáo của Thành phố và tận dụng các tiềm năng khác. Tuy nhiên, các chính sách hiện nay của chính quyền Thành phố Đà Nẵng chưa tận dụng được hết điều kiện của địa phương. Vì vậy, cần có những chính sách, dự án táo bạo, quy mô lớn để phát triển bền vững Đà Nẵng và du lịch bền vững ở Việt Nam, đặc biệt là sau đại dịch COVID 19.

Du lịch bền vững là mục tiêu phát triển du lịch và là xu hướng

tất yếu của thời đại, có ý nghĩa rất lớn đối với nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Trong những năm qua, ngành du lịch Việt Nam dần phát triển theo hướng bền vững. Mặc dù chi phí du lịch thấp, sản phẩm du lịch chất lượng thấp, khả năng cạnh tranh thấp, chính sách phát triển và quản lý tài nguyên du lịch còn chưa đầy đủ, nhất quán nhưng kết quả thực hiện du lịch bền vững của Đà Nẵng rất tích cực và tốt hơn bất kỳ cơ chế nào khác ở Việt Nam.

Chúng tôi hy vọng rằng sự chỉ đạo trong thời gian tới của lãnh đạo Thành phố Đà Nẵng, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch sẽ đưa vị thế kinh tế – xã hội nâng cao và du lịch sẽ trở thành ngành kinh tế trọng điểm của Đà Nẵng một cách bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đinh Trung Kiên (2004), *Những vấn đề về du lịch ở Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Nguyễn Đình Hòa, Vũ Văn Hiếu (2001), *Du lịch bền vững*, Hà Nội: Nxb Đại học Hà Nội.
3. Nguyễn Văn Định, Trần Thị Minh Hòa (2006), *Kinh tế du lịch*, Nxb Lao động và Xã hội.
4. Nguyễn Văn Mạnh (2006), *Sách giáo khoa Marketing du lịch*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân.
5. Trần Đức Thành (2003), *Nhập môn khoa học du lịch*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Hội đồng Du lịch Bền vững Toàn cầu (2016), “Tiêu chuẩn Du lịch Bền vững GSTC”, https://www.gstcouncil.org/wpcontent/uploads/VietNam-GSTC_Industry_Criteria-Dec2016-Tieng-Viet.pdf (Truy cập ngày 30 tháng 1 năm 2020).
7. Website Sở Du lịch Đà Nẵng (2019), “Báo cáo Du lịch Thành phố Đà Nẵng 2019”, <http://tourism.danang.gov.vn/> (ngày tra cứu: 17/01/2020).
8. Website Cục Thống kê Đà Nẵng (2019), <https://cucthongke.danang.gov.vn/> (ngày tra cứu: 15/01/2023).
9. Website <https://vneconomy.vn/nam-2023-du-lich-da-nang-tang-truong-manh.htm> (ngày tra cứu 15/01/2023).

POLICIES TO ATTRACT HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES OF HANOI IN THE CURRENT PERIOD

NCS. Dao Thi Nhung¹

Abstract: *We cannot deny the role of the tourism industry in contributing to the economic development of each country, and Vietnam is no exception. Since the Government issued Decision No. 1878/QĐ-TTg approving the General Planning on construction of Hanoi Capital up to 2030, and vision to 2050 with the set goal of: "Building Hanoi Capital into a "Green – Civilized – Modern City", the city develops dynamically, efficiently, is highly competitive domestically, regionally and internationally" and "is one of the economic, tourism, trade and service centers of the Asia-Pacific region", of the top areas of concern is the promulgation of guidelines, policies, programs and plans for tourism development, especially policies to attract high-quality human resources. This study focuses on clarifying the importance of policies to attract high-quality tourism human resources and the current status of policies to attract high-quality tourism human resources of Hanoi in the current period; thereby proposing several solutions to attract high-quality tourism human resources of Hanoi in the coming time. Therefore, this study hopes to contribute an overview of the process of developing and perfecting policies to attract high-quality tourism human resources of Hanoi, thereby providing several solutions to attract high-quality tourism human resources of Hanoi in the coming time.*

Keywords: *policy, attraction, high – quality human resources, tourism.*

1. THE IMPORTANCE OF POLICIES TO ATTRACT HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES OF HANOI IN THE CURRENT PERIOD

1.1. The importance of policies to attract high-quality tourism human resources from the perspective of exploiting the potential of the capital

With the attention of the Party, the State, and the City government in recent years, many guidelines and policies on attracting high-quality human resources in the tourism industry have been issued. This contributes to creating conditions for tourism

¹ Foreign Trade University, Email: nhungdt@ftu.edu.vn.

activities in the Hanoi capital Hanoi to develop and achieve several achievements: the tourism industry has developed following the Party's orientation and policy: Developing the capital sustainably and ensuring order and security. The physical infrastructure system is increasingly upgraded, focusing on investment and development. The tourism industry has a lot of economic contributions to the state budget. The number of international tourists coming to Vietnam and wanting to return is increasing. In recent years, however, we have not fully exploited the tourism potentials of Hanoi, policies to attract, respect, train, and treat high-quality human resources in this field only partially exploit the potential of the Capital. In other words, the economic benefits gained from exploiting the available tourism potential are not high. Therefore, the capital needs to continue to implement effectively and adopt policies to attract high-quality human resources in the tourism sector to fully exploit its potential, to bring higher economic efficiency.

1.2. The importance of policies to attract high-quality tourism human resources from the perspective in the current situation of tourism human resources

In the context of the Industrial Revolution 4.0, the demand for human resources is set for all industries, not just tourism. According to statistics from the Vietnam National Administration of Tourism, the tourism and hospitality industry needs 40,000 workers each year but only about 20,000 workers graduate from training institutions across the country. Of these, formally trained and usable personnel in the industry are also very few, only about 4000 people. Meanwhile, according to statistics from the Vietnam Tourism Development Research Institute, the labor demand in 2022 for the tourism industry is more than 4 million workers and more than 1.6 million direct jobs. According to Vingroup's statistics: "Currently, Vingroup has nearly 8,000 employees in the hotel and tourism sector, including employees who have graduated from universities, colleges and intermediate schools across the country. However, when looking at the reality of the business, this human resource has not met the needs of the market."

This shows that the demand for human resources, especially high-quality human resources is huge. Therefore, it is necessary to pose the problem of attracting high-quality human resources effectively, meeting the current shortage of human resources.

1.3. The importance of policies to attract high-quality tourism human resources from the perspective for the quality of tourism human resources today

In addition to attracting human resources to work, it is also necessary to be aware of the importance of improving the quality of this team. In fact, many businesses operating in the tourism sector lack highly qualified labor. Many businesses have to conduct training and retraining of this labor source. According to Mr. Nguyen Hai Linh, an investor in Elsa Restaurant Ship, businesses in the tourism industry are very “thirsty” for human resources, while most graduates have very weak working skills. They are very good at theory, but they do not have a practical understanding. This fact has led to a situation where many hospitality restaurants fail to recruit staff who have accepted untrained, experienced, and skilled workers.” Or as Hanoi Daewoo Hotel CEO Erwin R. Popw commented: “In fact, many of the employees we recruit, despite long-term training at universities and colleges, still have to retrain or train in additional skills and foreign languages.”

Thus, it can be seen that the demand for human resources in the tourism industry and the improvement of quality for this human resource is very necessary and urgent. Therefore, we need to have policies to attract, respect, and improve the quality of human resources in general and tourism human resources in particular in the current period.

2. SITUATION OF POLICIES TO ATTRACT HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES OF HANOI IN THE CURRENT PERIOD

2.1. Situation of formulation and implementation of policies to attract high-quality tourism human resources of Hanoi in the current period

Since the renovation, the policy of attracting and appreciating high-quality human resources in general and in the field of tourism,

in particular, has always been focused on developing both scale and quality, better meeting the requirements set by the Capital in new conditions.

Over the years, the city has issued and implemented many regulations and policies on attracting and creating sources of cadres, civil servants, and public employees from excellent valedictorian graduates, and people with high professional qualifications to work at agencies and units of the city in general and in the field of tourism in particular. policies include:

Decision No. 168/2002/QD-UB dated 05/12/2002 on the promulgation of temporary regulations on attraction, use, training, and fostering of young talents and high-quality human resources, including tourism human resources; Decision No. 93/2003/QD-UB dated 5/8/2003 on the establishment of the Hanoi Talent Incentive, Encouragement and Training Fund. These decisions demonstrate the superiority of the city's remuneration policy to attract high-quality human resources.

Implementing Decision No. 77/2005/QD-UB, dated May 26, 2005, on the promulgation of the Regulation on commendation, commendation and use of excellent valedictorian of universities in Hanoi, every year, the Party Committee, People's Council, People's Committee of Hanoi organized the Commendation Ceremony, Outstanding valedictorian was commended on the anniversary of the August Revolution and National Day 2/9. As of 2016, 1,553 valedictorians have been honored and received Certificates of Merit from the Hanoi People's Committee.

Decision No. 91/2009/QD-UB, dated 22/7/2009 on attracting, employing, training, and fostering young talents and high-quality human resources to uniformly apply in Hanoi after consolidation.

As a result, in the period 2003-2012, Hanoi city recruited and admitted 223 young talents to work at agencies and units in the city. Among them, there are 102 excellent valedictorians, 27 with doctoral and master's degrees. Out of a total of 223 young talents recruited, 37 civil servants and officials were appointed to senior leadership positions from the departmental level and above.

Resolution No. 06-NQ/TU, dated June 26, 2016, of the Standing Committee of the Hanoi City Committee on “Tourism development of Hanoi Capital in the period of 2016 – 2020 and subsequent years” identifies one of the key tasks to turn the capital’s tourism into a key economic sector is to promote the training and development of tourism human resources, especially high-quality human resources in the context of globalization and international integration today.

On April 17, 2017, the Hanoi People’s Committee issued Decision No. 2315/QĐ-UBND approving the Project on improving the quality of training and fostering the contingent of Hanoi cadres, civil servants and employees in the period of 2016 – 2020, including training and fostering cadres and civil servants, Tourism Management Officer.

Grasping the strong development trend of the industrial revolution 4.0, the Prime Minister issued Directive No. 16/CT-TTg dated May 4, 2017 on “Enhancing capacity to approach the Fourth Industrial Revolution” which clearly states the promotion of smart tourism. This is a premise for businesses to boldly invest in the field of tourism applying modern technology.

Plan No. 96/KH-UBND dated 8/4/2021 on propaganda and promotion of Hanoi tourist destinations in 2021. This plan includes 3 main contents, aiming to promote the beautiful image of the capital in terms of history, culture, cuisine and people in order to attract domestic and domestic tourists.

Program No. 06 – Ctr/TU of the XVII Hanoi Party Committee on “Cultural development, raising the amount of human resources, building civilized elegant Hanoians in the period of 2021-2025” has set out 14 tasks in which, identifying cultural construction and development as an important task regularly of the whole political system; to build elegant, civilized and comprehensively developed Hanoians.

Plan No. 191/KH-UBND on the implementation of the Vietnam Tourism Development Strategy to 2030 in Hanoi. According to this plan, the city will focus on implementing 6 solutions and 2 key and breakthrough tasks, striving to 2025, develop tourism basically to become a spearhead economic sector of the Capital.

Plan No. 43/KH-UBND dated February 10, 2022 on recovering and developing tourism activities in Hanoi Capital to adapt safely, flexibly and effectively control the COVID-19 epidemic in 2022 – 2023. The plan emphasizes that organizers of activities to welcome back tourists must absolutely ensure regulations on epidemic prevention; ensure benefits for all parties, and at the same time implement long-term policies that have an impact on promoting the tourism industry to develop again.

Plan No. 79 KH/People's Committee dated March 10, 2023, on tourism development of Hanoi City until 2023. The key task set out in the plan is to attract domestic and foreign people and tourists to visit and experience Hanoi, and at the same time improve the management responsibilities of State agencies in Hanoi towards the goal of Hanoi as a destination "Safe – Friendly – Quality – Attractive".

On March 15, 2023, Hanoi City proactively promulgated and implemented the Plan for the recovery and development of tourism activities in Hanoi Capital; Plan to implement the Government's Resolution No. 82/NQ-CP dated May 18, 2023, on major tasks and solutions to accelerate the recovery and accelerate effective and sustainable tourism development in Hanoi from 2023 to 2025.

Regarding training and fostering human resources working in the tourism sector, every year, the Capital still sends cadres, civil servants, and employees to train at home and abroad, to meet the requirements set for job positions. By the beginning of 2012, 609 civil servants and public employees had been sent to train at home and abroad, enjoying training funds from the City. In addition, the fostering of state management and professional management skills for staff working in the tourism sector is also focused. To accomplish this, the Hanoi Department of Tourism has coordinated with domestic and foreign training institutions to open short-term and long-term training courses for this team. In 2019, the Hanoi Department of Tourism organized nearly 40 training courses on tourism skills and skills for more than 5000 trainees who directly and indirectly operate tourism activities. In addition, districts and locali-

ties, especially areas with many tourist destinations, also conduct many training and retraining activities to improve the professional capacity of staff working in the field of tourism.

Regarding the connection between schools and tourism businesses: the Hanoi Department of Tourism also focuses on theoretical training associated with practice by organizing connection activities between schools and businesses, to improve the quality of tourism human resources. According to Resolution No. 19-NQ/TW (2017), strengthening the connection between education and training institutions in the field of tourism and businesses to meet the requirements of the labor market is an urgent and regular job. To accomplish this, both sides must develop the most favorable mechanisms and policies to realize the common goals. Adopting this Resolution, many universities and colleges have implemented many association models. In the period from 2012-2015, National University has implemented two joint models at two levels: school and institute affiliation; At the same time, comprehensive roofing agreements with large corporations such as Viettel, VinGroup, AIC, BRG ... On average, each year, more than 1,500 staff and nearly 1,500 students receive scholarships, participate in refresher courses, exchange courses at home and abroad, and participate in projects and projects ordered by enterprises. Hanoi College of Commerce and Tourism has cooperated with businesses in the field of restaurants and hotels such as Sheraton Hanoi Hotel, InterconLandmark72 Hotel, JW Marriott Hotel, Daewoo Hanoi Hotel to equip students with practical experience to best meet the requirements of the job position recruited in the future.

2.2. Some results achieved

After a period of implementing mechanisms and policies to meet the requirements of innovation, the tourism industry of the Capital has initially achieved certain achievements.

Hanoi continues to promote its strengths as a tourism center of the whole country, a transit place for tourists to the northern provinces. Since the expansion of administrative boundaries up to now, implementing guidelines, and policies on training and

using tourism human resources, Hanoi has more famous tourist destinations such as Huong Pagoda, Master Pagoda, Thuong Temple, And, Duong Lam Ancient Village, King Pond, Long Lagoon,... Currently, Hanoi's capital has more than 5,000 historical relics and landscapes, including 756 national relics such as Co Loa citadel, Temple of Literature – Quoc Tu Giam, Huong Pagoda, Tay Phuong Pagoda, Duong Lam ancient Vietnamese village,... along with hundreds of temples, pagodas, architectural works, famous landscapes, giving visitors the opportunity to explore the historical layers and unique cultural-architectural-artistic heritage of Thang Long – Hanoi for generations, during the process of building and holding water for thousands of years. Not only that, but Hanoi now also has a large and fertile suburb with intensive experience in cultivating many rare specialty seedlings, many long-standing traditional craft villages such as Bat Trang ceramics, Bell hats, Chuyen My mosaic station, Van Phuc silk, Te Tieu rattan, Saigon Son carving station,...

Tourism infrastructure is focused on investment and development. In 5 years (2008 – 2013), Hanoi has completed and put into operation about 2,500 hotel rooms; 500 tourism and travel enterprises, 737 hotels and motels with more than 24,500 rooms. Despite facing difficulties during the economic recession in the years 2008 – 2013, Hanoi's tourism industry still tends to grow well and stably, affirming that it is one of the high-quality service industries of Hanoi. Hanoi remains a destination for tourists and the center of the Red River Delta region. The number of tourists to Hanoi annually increased by an average of 6.3%, of which international visitors accounted for over 15% of the total number of visitors. Hanoi is currently one of the localities receiving the most tourists in the country and accounts for 1/3 of the total number of international visitors to Vietnam.

As a result, Hanoi is considered a major tourism center of the country with a large number of tourism human resources. Statistics of the Hanoi Department of Tourism show that from 2016 to 2019,

the number of direct workers in the Hanoi tourism industry is about 90,500 people, accounting for 11% of the labor force of the whole tourism industry in Vietnam. The number of directly trained employees in 2016 reached 62%, estimated to reach 90% in 2019. The quality of human resources in Hanoi tourism is gradually meeting the requirements of reality, about 80% of employees of international travel enterprises, hotels from 3 to 5 stars have university degrees or higher, can use foreign languages and modern information equipment, such as computers connected to the Internet, exchanging emails, using websites,... Some foreign joint venture enterprises have a team of highly qualified, professional and well-trained staff. Currently, Hanoi has more than 2,600 international tour guides who are issued cards and can use at least one foreign language when participating in guiding tourists.

In 2010, Hanoi was voted by the online travel magazine Smart Travel Asia as one of the 10 most attractive tourist destinations in Asia. Hanoi ranks 3rd in the 10 cities with the best cuisine in the world – according to the travel site of the famous website MSN. For five consecutive years, Hanoi has been voted by readers of Travel and Leisure magazine – America’s leading travel magazine as one of the ten most attractive cities in Asia based on the criteria of landscape, culture, people, art and services. Also in 2010, Hanoi was honored to have three tangible cultural heritages recognized by UNESCO as World Cultural Heritage including the Epitaph System in the Temple of Literature – Quoc Tu Giam, the central area of Thang Long Imperial Citadel, Giong Festival at Phu Dong Temple and Soc Temple, and singing ca tru recognized as intangible heritage of humanity. In 2022, Hanoi received the “Asia’s Leading City Tourism Destination 2022” award and the “World’s Leading City Tourism Destination 2022” award nominated and voted by the World Travel Organization 2022.

In 2023, Hanoi continues to receive 3 awards from the World Tourism Organization, namely: Asia’s Leading City Tourism Destination in 2023; Asia’s premier city travel destination for short holidays 2023 and Asia’s leading city tourism authority.

Tourism promotion and promotion activities have been focused on, which have intensified the survey of new routes in the country to build joint programs for tourism development in the region, inter-region, and inter-country. Over the years, Hanoi has successfully organized many big programs such as the National Tourism Year (2010); and Vietnam – Hanoi International Tourism (2013),... Many workshops were also organized and achieved good results.

3. SOME SOLUTIONS TO DEVELOP AND COMPLETE POLICIES TO ATTRACT HIGH-QUALITY TOURISM HUMAN RESOURCES OF HANOI IN THE CURRENT PERIOD

Firstly: Hanoi Capital needs to continue researching, formulating, and promulgating policies and decrees on attracting high-quality tourism human resources to meet innovation requirements. The formulation and promulgation of the Decree contribute to showing the right position and importance of attracting human resources to the city-wide economic development strategy and contributing to promoting tourism activities more and more. The contents of policies and decrees should be developed according to a unified process including many contents, from training (planning, training, programs, methods of refresher training, standards,...); to recruitment (remuneration policy, recruitment policy, objects, recruitment criteria,...); layout, use; remuneration regime (salary policy, housing allowance,...); regulations on examination, evaluation and supervision of the attraction of human resources; the responsibility of the attracted person for the results of his labor;...

Secondly: Hanoi Capital needs to focus on developing and perfecting the source generation policy. To meet the requirements set for the tourism industry in the coming time, the capital needs to issue investment policies and train on-site human resources in many different forms.

Thirdly: It is necessary to focus on improving the quality of the current human resources by innovating training methods, and learning programs, ensuring diversity, applying the digital transformation, and training associated with theory with practice,...

Finally: Promote and strengthen the linkage and training cooperation between schools, enterprises, and domestic and foreign employers, giving priority to the development of high-quality human resources.

CONCLUSION:

The Industrial Revolution 4.0 has had profound and strong impacts on the entire world economy, including Vietnam, and placed great requirements on attracting and improving the quality of human resources in general and high-quality tourism human resources in particular. Therefore, attracting and adopting policies to train and foster human resources in the right direction, effectively and meeting social needs is very necessary and urgent for the country in the context of current world economic integration. The situation of tourism human resources in Vietnam in general and Hanoi in particular has posed great opportunities as well as significant challenges, posing problems for the capital in implementing policies to attract high-quality human resources. Solving this problem will be the motivation to implement the strategy to turn tourism into a spearhead economic sector, making great contributions to the national economy.

REFERENCES:

1. Ministry of Planning and Investment – General report “*Vietnam Human Resource Development Plan 2BV011-2020*”, Hanoi July 2011.
2. Ministry of Culture, Sports and Tourism – General report “*Vietnam’s tourism human resource development planning to 2020*”, Hanoi November 2011.
3. Ministry of Culture, Sports and Tourism, Vietnam National Administration of Tourism (2016), *Vietnam Tourism Annual Report 2016*.
4. Ministry of Culture, Sports and Tourism, Vietnam National Administration of Tourism (2013), *Main summary Analysis of human resource needs and training of Vietnam’s tourism industry*.
5. Ministry of Culture, Sports and Tourism, Vietnam National Administration of Tourism (2012), *Vietnam Tourism Development Strategy to 2020 with vision to 2030*.
6. Hoang Van Thai, Nguyen Hai Yen (20114), “Renovating training in tourism”, *Travel magazine*, 5/2014 issue.

7. Nguyen Minh Duong (2018), "Human resource training to meet the requirements of Industrial Revolution 4.0", *Vietnam Journal of Educational Sciences*, No. 5 May 2018, Vietnam Academy of Educational Sciences, Hanoi.
8. Pham Trung Luong (2016), "Training and developing tourism human resources in the context of integration", Proceedings of the workshop "Brexit and the ASEAN Economic Community from the perspective of integration", Van Hien University.
9. Pham Duc Vinh (2018), "Industry 4.0 with tourism development", Proceedings of the scientific conference "Tourism development in the industrial revolution 4.0", Ba Ria – Vung Tau University.
10. Vu Khac Chuong (2015), "Vietnam tourism in the era of globalization: Opportunities and challenges", Proceedings of the international scientific conference "Global tourism and tourism localization", Ho Chi Minh City.

DEVELOPING A HIGH-QUALITY TOURISM WORKFORCE IN CAN THO CITY IN THE CURRENT CONTEXT

Postgraduate. Le Hoang Kiet¹, B.A. Tran Duc Thang²,
Assoc. Prof, PhD. Tran Xuan Hiep³

Abstract: High-quality human resources play a crucial role in the development of the tourism industry, especially in a tourism hub like Can Tho city. This study aims to assess the current state of human resources in the tourism sector in Can Tho city, identify existing challenges and difficulties, and propose solutions to develop high-quality human resources for the local tourism industry. The study employs a qualitative research method by surveying relevant secondary data related to the topic. The research results reveal limitations such as the inability to create an effective working environment, lack of expertise, poor foreign language skills, or other causes like the COVID-19 pandemic and ineffective tourism exploitation, which have affected the quality of human resources in the tourism sector in Can Tho. Based on these findings, the study proposes comprehensive solutions for training, developing, attracting, and retaining high-quality human resources for the tourism industry, contributing to the sustainable development of the Can Tho city tourism sector.

Keywords: human resources, high quality, tourism, Can Tho city.

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Tóm tắt: Nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của ngành Du lịch, đặc biệt là tại một Thành phố trọng điểm du lịch như Cần Thơ. Nghiên cứu này nhằm đánh giá thực trạng nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch tại Thành phố Cần Thơ, chỉ ra những khó khăn, thách thức hiện tại và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch tại địa phương. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua khảo sát các dữ liệu thứ cấp liên quan đến chủ đề bài viết. Kết quả nghiên cứu chỉ ra những hạn chế

¹ HVCH, Mekong Delta Development Research Institute, Can Tho University.
Email: kietnckh1999@gmail.com.

² Bachelor, Chau Thanh A district police, Hau Giang province.

³ Associate Professor, PhD, Dong A University, Da Nang.

như không tạo được môi trường làm việc hiệu quả, thiếu chuyên môn, kỹ năng ngoại ngữ kém,... hoặc các nguyên nhân khác như dịch COVID-19, du lịch chưa được khai thác hiệu quả đã ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch tại Cần Thơ. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp toàn diện về đào tạo, bồi dưỡng, thu hút và giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành Du lịch Thành phố Cần Thơ.

Từ khóa: nguồn nhân lực, chất lượng cao, du lịch, Thành phố Cần Thơ.

1. INTRODUCTION

In the current context of international integration and globalization, the tourism industry plays an important role in the socio-economic development of countries and territories. Tourism is a compulsory economic activity and is considered a driver of sustainable development in emerging economies (Rai et al., 2019). In countries where tourism has become a strongly developed service industry, it has profound economic and social impacts on national development because it “generates services, products, additional government tax revenues, foreign exchange, employment/poverty reduction, investment in facilities, infrastructure development and human resources” (Brida et al., 2016). Therefore, tourism not only generates large foreign exchange earnings but also contributes to promoting local economic development, creating jobs and increasing income for people. However, to achieve success in the tourism industry, the key factor is having a high-quality workforce, including both management personnel and staff directly serving tourists. In a study by Biagi et al. (2017), they argued that “a fact is that economic growth cannot be achieved if the workforce is not trained and tourism as an industry cannot be expanded and bring profits to the country”. Therefore, further study of the relationship between people and tourism to develop the tourism sector as a driver of national economic development is very important in the context of Vietnam’s increasingly deep international integration.

With its geographical advantages and rich tourism resources, Can Tho city is considered the capital of the Western Region, one of the key tourism centers of the Mekong Delta. However, to fully exploit tourism potential and develop tourism into a spearhead

economic sector of Can Tho city, the issue of developing a high-quality workforce for the tourism industry is one of the challenges that needs attention and resolution (Bui Van Sau et al., 2019). Continuous changes in technology, society and the emergence of the global economy have added pressure to develop a tourism workforce for countries (Johnson & Barlett, 2013). Therefore, for governments of developing economies like Vietnam, providing a skilled workforce to grow rapidly in the tourism sector is very important. A highly skilled workforce is not only a competitive factor but also creates a link between human development and the country's socio-economic progress (Khurana & Ataniyazova, 2024). Based on this reality, this study aims to assess the current state of human resources in the tourism sector in Can Tho city, point out existing difficulties and challenges, and propose comprehensive solutions to develop a high-quality workforce for Can Tho tourism, contributing to promoting sustainable local tourism development. The study will focus on clarifying the following research questions:

(1) What is the current state of human resources in the tourism industry in Can Tho city? What difficulties and challenges is Can Tho tourism facing in developing a high-quality workforce?

(2) What solutions can help train and retain a high-quality workforce for Can Tho tourism in the coming time?

2. RESULTS

2.1. Current State of Human Resources in Can Tho city's Tourism Sector

Can Tho is one of the five centrally-controlled cities, located in the center of the Mekong Delta. Can Tho has an area of about 1,440 km², with a total population of nearly 1.3 million people (Can Tho Department of Health, 2023). Known as the capital of the Western Region, Can Tho is an attractive tourist destination with many advantages in terms of unique, diverse and rich tourism resources. Can Tho is blessed by nature with a dense system of rivers and canals, vast green rice fields, and year-round fruit orchards. These natural landscapes have become attractive destinations for domestic and

foreign tourists to explore the beauty of the Southern countryside. Visitors can experience a leisurely life on waterway tours, visit fruit gardens, explore traditional craft villages, or enjoy the rich flavors of countryside dishes in the Mekong Delta region. In addition to natural tourism resources, Can Tho also possesses many historical, cultural and religious relics such as Ong Pagoda, Ba Dong Khoi Temple, Khmer Munir Ansay Pagoda, Truc Lam Phuong Nam Zen Monastery, Phat Hoc Pagoda, Binh Thuy Ancient House, etc. These relics are not only evidence of the region's rich history and culture, but also attractive tourist spots. Moreover, Can Tho has many traditional festivals such as the Can Tho Cake Festival, Ong Pagoda Festival, Tan Loc Western Fruit Festival, Cholchonam Thomay Festival, Binh Thuy Can Tho Communal House Festival, Can Tho Flower Lantern Festival, etc. These are unique cultural events that attract many domestic and foreign tourists to attend and experience.

With its great potential in tourism resources, Can Tho's tourism industry has made remarkable progress in recent years. In 2023, Can Tho welcomed nearly 5.99 million visitors, an increase of 17% compared to the same period in 2022; of which nearly 2.98 million were overnight visitors. International overnight visitors reached about 159,000. Total tourism revenue reached VND 5,420 billion, up 32% over the same period in 2022 (Can Tho city E-Portal, 2023). However, compared to the available potential, Can Tho's tourism remains untapped, with "tourism products being innovative and upgraded in quality but not yet creating distinctiveness and high competitiveness; the exploitation of air routes at Can Tho International Airport is still limited in capacity; the tourism workforce has not met the needs of international integration; the implementation of programs and projects is still slow,..." (Can Tho city E-Portal, 2023). Among these issues, the shortage of human resources serving the tourism industry after the COVID-19 pandemic has become the main cause of the setback in Can Tho's tourism sector. According to a report by the Ministry of Culture, Sports and Tourism: "The COVID-19 pandemic had a strong impact, causing fluctuations in

the human resources in the tourism sector. 44% of workers with 5-10 years of experience have changed careers, and up to 90% of post-graduate workers have changed jobs, causing a tourism personnel crisis in the post-pandemic recovery phase. In Can Tho city, tourism personnel are facing even greater difficulties due to the strong shift" (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2023a).

The COVID-19 pandemic during 2020-2021 had a severe impact on the human resources of the tourism industry in Can Tho city. During this difficult period, most of the tourism workforce had to switch to other occupations to seek more stable sources of income. This led to a severe shortage of personnel, especially high-quality and managerial workforce in Can Tho's tourism sector. According to travel companies in Can Tho, they are currently facing many difficulties in recruiting managerial personnel. One reason is that this workforce has changed careers during the pandemic, but a more important reason is their tendency to move to work in larger tourism centers with more attractive working environments and conditions (Ai Lam, 2023). The above situation shows the severe impact of the pandemic on the high-quality human resources of Can Tho's tourism industry. To restore and develop the tourism industry after the pandemic, attracting, retaining, and training a high-quality workforce is one of the major challenges that Can Tho city needs to address.

Currently, in terms of trained human resources, Can Tho city has 04 universities (Can Tho University, Tay Do University, Nam Can Tho University, FPT Can Tho University), 02 colleges (Can Tho Tourism College and College of Foreign Economic Relations), and 01 vocational school providing training for the tourism workforce (Bui Van Sau et al., 2019). According to a report by the Department of Culture, Sports and Tourism of Can Tho city, during the period 2013 – 2020, the direct tourism workforce increased sharply from 3,553 to 7,087 people, with an average annual increase of 15.91%. However, due to the COVID-19 outbreak in 2020 – 2021, the direct workforce did not meet the city's development plan targets, although the number increased (see Table 1). The accommodation sector accounts for 72.6% of the tourism workforce. This is a concerning issue regarding the quality of human resources in the local tourism sector.

Although the rate of trained labor at management units, training facilities, and travel agencies reached 100%, this figure is very low at only 26.1% at key tourism areas and attractions. The majority of employees working in gardens, homestays, and tourist areas have not received professional training or skills development in tourism. Even at famous destinations, most workers only participate in short-term training courses or share experiences, without going through formal training. The ratio of trained staff at these places is even less than 30%. There is also a significant disparity in qualifications and capabilities among the tourism workforce, especially in small private businesses or household businesses, where up to 90% of the staff have not received professional training.

Furthermore, according to travel agencies and hotels in Can Tho, the quality of the tourism workforce still has many other limitations: First, after recruitment, most new employees have to undergo retraining, especially in soft skills and specific job practice. This shows that the professional qualifications of the workforce do not meet the actual job requirements. Second, the proportion of department managers and supervisors with expertise in tourism and hotels is still quite modest at around 40%. This figure reflects the shortage of high-quality labor, especially at the managerial level. In addition, the foreign language skills of the tourism workforce are also a weakness that needs to be addressed. This factor will make it difficult to communicate and serve international tourists (Vietnam National Administration of Tourism, 2021). Overall, the quality of human resources still has many shortcomings in terms of professionalism, practical skills, foreign languages, and management capabilities, which are major challenges that the Can Tho tourism industry needs to overcome to improve its competitiveness.

Table 1: Tourism industry workers in Can Tho city period 2013 – 2020

Unit: person

Year	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2020
Total number of employees	3.353	3.483	4.120	5.366	5.420	5.600	7.087

Source: Can Tho Department of Culture, Sports and Tourism

According to Can Tho city's latest orientation for tourism development, by 2025, Can Tho aims to attract around 10,000 direct employees in the tourism industry, of which 75% will be trained in professional skills and foreign languages. The orientation for 2030 is to attract about 12,000 direct employees in the industry, with 80% being trained in professional skills and foreign languages (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2023a). However, in reality, the city's development orientation has been significantly adjusted as the 2020 target for human resource training in Can Tho city has not been met. Before the adjustment, Can Tho city aimed to have about 39,300 employees (including 13,100 direct and 26,200 indirect employees) in the tourism industry by 2020, with over 80% of the workforce being professionally trained (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2023b). But in reality, in 2020, only 68.3% of the workforce received professional training. Therefore, the situation of human resource training for the tourism sector in Can Tho city still has many limitations. To address this, Can Tho city issued "Resolution No. 10-NQ/TU on promoting tourism development in the new situation, a program for tourism human resource development and awareness raising for the period 2021-2025". Accordingly, the Department of Culture, Sports and Tourism must annually organize an average of 10-12 professional training classes with around 500-600 learners to improve the quality of human resources. Although the human resource situation has improved to over 70% by early 2024, the tourism workforce still does not meet local needs and is tending to shift to other key tourist areas (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2023b).

In terms of tourism training, Can Tho city has a significant advantage as the center of the Mekong Delta, gathering vocational, college, university, and postgraduate training institutions in the South Western region. Therefore, there are many reasons for the shortage of human resources compared to Can Tho city's orientation, among which the inability to create a working environment for personnel is the biggest reason leading to the trained tourism

workforce shifting to major tourist areas such as Ho Chi Minh City, Phu Quoc, etc. Mr. Truong Van Vinh, Director of IDO Can Tho Company, frankly pointed out that Phu Quoc, Ho Chi Minh City, and other major tourist destinations are attracting many talented personnel from Can Tho, causing the city to face a severe shortage of high-quality human resources. Many job postings have been posted for months, but it is still difficult to find suitable candidates (Ai Lam, 2023). This view is somewhat shared by Mrs. Nguyen Minh Tho, Principal of Can Tho Tourism College. Each year, the school trains hundreds of tourism students, and over 90% of them find jobs in their field of study. However, the more attractive working environment in Ho Chi Minh City and Phu Quoc still attracts most of the graduates. Hence, Principal Nguyen Minh Tho emphasized the need to assess the working environment for tourism personnel in Can Tho city itself, in order to propose solutions to retain talent (Ai Lam, 2023). These sharing has pointed out the alarming situation of high-quality human resources in Can Tho's tourism industry being severely drained to larger destinations.

The second important issue leading to a reduced tourism workforce in Can Tho city is the ineffective exploitation of tourism resources. Can Tho city has three prominent community-based tourism clusters, namely Con Son Community Tourism (in Bui Huu Nghia Ward, Binh Thuy District), Garden Home Community (in Phong Dien District), and Cu Lao Tan Loc (in Tan Loc Ward, Thot Not District). These community-based tourism models in Can Tho are fully exploiting local resources such as fruit orchards, fish ponds, river wharves, garden cuisine, and traditional folk culture forms like ca tai tu to attract tourists for sightseeing and experiencing. However, most community-based tourism destinations are still small in scale, fragmented, and lack substantial investment. In addition, tourism experts have pointed out several other reasons: (1) The division of responsibilities, product types, and coordination to create a closed tourism product chain is still loose, with many units arbitrarily overlapping products and raising prices; (2) The quality

of tourism services is still low, with garden tourism destinations mainly operating spontaneously and lacking professionalism; (3) Tourism destinations operate independently, without linkages, and tourism products and services are similar, unattractive, and lack distinctiveness; (4) Products from fruit trees are still limited, and tourism products have not been diversified; (5) The technical facilities serving tourism are still weak and unable to meet the needs of tourists; (6) Environmental protection investment has not been prioritized, and there is no waste and wastewater treatment system; (7) The tourism workforce is still limited, especially tour guides; (8) Tourism promotion and marketing activities are still low, mainly operating locally, so the effectiveness is not high. These limitations have reduced the attractiveness and competitiveness of community-based tourism products, directly affecting the ability to attract tourists and the need for a tourism workforce in Can Tho city (Anh Tuyet, 2021).

In general, the tourism industry in Can Tho city is currently facing a severe shortage of high-quality human resources, especially at the managerial level after the COVID-19 pandemic, as many workers have changed careers or moved to larger tourism centers. Additionally, the quality of human resources still has many shortcomings in terms of professionalism, practical skills, foreign languages, and management capabilities, as shared by travel agencies and tourism businesses in Can Tho. On the other hand, the proportion of professionally trained human resources is still low, reaching only 68.3% in 2020 and over 70% in 2024, which does not meet the local tourism development needs.

2.2. Some Solutions to Improve the Quality of High-Quality Human Resources in Can Tho city's Tourism Industry in the Coming Time

To propose solutions for developing high-quality human resources closely linked to the local tourism industry, this paper uses the SWOT analysis method to identify strengths, weaknesses, opportunities, and challenges regarding this issue:

**Table 2: SWOT analysis on developing high-quality human resources
in the tourism industry of Can Tho city**

Strength	Weaknesses
<p>S1: Can Tho has great tourism potential in terms of natural resources, cultural heritage, and traditional festivals.</p> <p>S2: Is the center for training tourism human resources in the Mekong Delta region.</p> <p>S3: The attention and direction of the city government in tourism and human resource development.</p>	<p>W1: Serious shortage of high-quality human resources, especially management-level human resources.</p> <p>W2: The quality of human resources still has many shortcomings in terms of expertise, practical skills, and foreign languages.</p> <p>W3: The rate of professionally trained human resources is still low and does not meet the demand.</p> <p>W4: The quality of community tourism models is limited and small scale.</p>
Opportunities	Threats
<p>O1: Tourism is a priority development industry for Can Tho and the Mekong Delta.</p> <p>O2: Demand for domestic and foreign tourism is increasing after the COVID-19 pandemic.</p> <p>O3: Opportunities for regional cooperation and linkage to develop tourism.</p>	<p>T1: Fierce competition with major tourism centers in attracting high-quality human resources.</p> <p>T2: Slow recovery of the tourism industry after the COVID-19 pandemic.</p> <p>T3: The working environment and remuneration policies are not really attractive to retain talented people.</p> <p>T4: Tourism investment and exploitation still have many limitations in terms of facilities, products, and promotion.</p>

From Table 2, it can be seen that Can Tho city has many inherent advantages for developing tourism and a high-quality workforce to serve this industry. However, Can Tho city is also facing significant challenges in attracting, training, and retaining talent. Therefore, it is necessary to have comprehensive solutions that combine strengths, seize opportunities, overcome weaknesses, and overcome challenges to sustainably develop a high-quality workforce for Can Tho's tourism. Based on Table 2, this paper proposes the following solutions:

First, take advantage of the regional training center advantage and strengthen the training of high-quality human resources. With the advantage of being a training center for tourism human resources in the Mekong Delta region, Can Tho city needs to maximize this advantage to enhance the training of high-quality human resources. First, tourism training schools and centers need to improve the quality of professional training, practical skills, and foreign language competencies to meet job requirements. At the same time, it is necessary to diversify training programs suitable for both grassroots and high-level management personnel to fully meet the human resource needs of tourism businesses. Additionally, strengthening cooperation between schools and businesses in training will help learners access real-world environments and improve their professional skills.

Second, build an attractive working environment with competitive remuneration policies. To retain and attract high-quality human resources for the tourism industry, Can Tho city needs to focus on building an attractive working environment with competitive remuneration policies. First, tourism businesses need to invest in modern facilities and equipment to create the best conditions for employees. A comfortable and pleasant working environment will help improve work efficiency and employee loyalty to the business. Moreover, businesses need to establish attractive and competitive salary and bonus policies compared to the market average. Appropriate salary and bonus policies will help attract and retain talented workers while creating effective work motivation for employees. In addition to material factors, businesses need to focus on providing fair career advancement opportunities to motivate employees. A professional and dynamic working environment will also contribute to enhancing employee engagement and work effectiveness.

Third, promote the development of community-based tourism models. To develop a high-quality workforce to serve the tourism industry, it is necessary to promote the development of community-

based tourism models in Can Tho city. First, it is essential to invest in upgrading infrastructure and strengthening linkages between community-based tourism destinations to build a diverse and attractive chain of tourism products. High-quality community-based tourist destinations will create demand for a high-quality workforce to operate and manage. Additionally, it is necessary to diversify community-based tourism products to fully exploit the local potential of natural and cultural resources. At the same time, the quality of services at community-based tourism destinations also needs to be improved to meet the increasingly high demands of tourists. Improving product and service quality will create a driving force for developing a high-quality workforce with solid professional qualifications and good practical skills. Furthermore, it is necessary to strengthen the promotion and marketing of community-based tourism models in Can Tho city to attract a large number of domestic and international tourists. A large number of tourists will drive the demand for recruitment and development of high-quality human resources in the fields of accommodation, food and beverage, transportation, guiding, etc., to serve tourism.

Fourth, take advantage of opportunities for domestic tourism development and regional linkages. To develop a high-quality workforce, Can Tho city needs to take advantage of opportunities from the recovery of the domestic tourism market after the COVID-19 pandemic and linkages with other localities in the region. First, it is necessary to fully exploit the rapidly recovering domestic tourism market, which is a driving force for developing many new tourism products and services, thereby increasing the demand for recruitment and training of a high-quality workforce. Additionally, Can Tho city needs to be proactive in linking with other localities in the Mekong Delta region to develop inter-regional tours and routes. Connectivity and linkages will help create more attractive and diverse tourism products, thereby increasing the number of tourists and the need for a high-quality workforce to serve them. At the same time, cooperation in joint tourism promotion and marketing among

localities is also an effective solution to attract tourists and promote the development of human resources for the tourism industry in Can Tho city.

Fifth, build a sustainable strategy for human resource development. To sustainably develop a high-quality workforce for the tourism industry, Can Tho city needs to build a comprehensive strategy. First, it is necessary to develop a long-term human resource development plan with a strategic vision, ensuring sufficient high-quality human resources to meet future tourism development needs. This plan should be developed based on research, assessment of the current situation, and forecasting of human resource needs in the industry. Additionally, Can Tho city should focus on investing in physical facilities for training and creating an attractive working environment to attract, train, and retain talented workers. Investing in infrastructure and modern training equipment at schools and centers will improve the quality of training. Furthermore, it is necessary to strengthen communication and raise awareness among the community and stakeholders about the importance of sustainable tourism development and building a high-quality workforce to serve this industry. The consensus and support of the community will create the strength to successfully implement the tourism human resource development strategy.

3. CONCLUSION

With its important role in the local socio-economic development, developing a high-quality workforce for the tourism industry in Can Tho city is an issue that needs special attention in the coming time. This study has highlighted the current situation of Can Tho's tourism human resources, which still has many limitations and a severe shortage of high-quality workforce, especially in management personnel after the COVID-19 pandemic. Additionally, the quality of the current human resources still has many shortcomings in terms of professionalism, practical skills, foreign languages, and management capabilities. The main reasons leading to this situation are the inability to create an effective working environment, the impact of

the COVID-19 pandemic, and the inefficient exploitation of tourism resources. In response to this situation, this study has proposed comprehensive solutions to develop a high-quality workforce for local tourism, such as strengthening in-depth training; building an attractive working environment with competitive remuneration policies; promoting the development of community-based tourism models; taking advantage of the opportunities from the domestic market and regional linkages; and building a sustainable human resource development strategy. The implementation of these solutions in a comprehensive manner will contribute to addressing the shortage, improving the quality of the tourism workforce in Can Tho city, thereby promoting the sustainable development of the tourism industry in line with the city's orientation.

REFERENCES

1. Anh Tuyet. (2021). "Community-based tourism in Can Tho: Potential not yet exploited". <https://www.vietnamplus.vn/du-lich-cong-dong-tai-can-tho-tiem-nang-chua-duoc-phat-huy-post704726.vnp>, accessed 12/3/2024.
2. Ai Lam. (2023). "Can Tho tourism focuses on developing high-quality human resources". <https://baocantho.com.vn/du-lich-can-tho-tap-trung-phat-trien-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-a162699.html>, accessed 12/3/2024.
3. Biagi, B., Ladu, M. G., & Royuela, V. (2017). "Human development and tourism specialization. Evidence from a panel of developed and developing countries". *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 160–178. <https://doi.org/10.1002/jtr.2094>.
4. Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2023a). "Can Tho tourism focuses on developing high-quality human resources". <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-can-tho-tap-trung-phat-trien-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-20230804102554321.htm>, accessed 11/3/2024.
5. Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2023b). "Can Tho tourism focuses on improving human resource quality". <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-can-tho-tap-trung-phat-trien-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-20230804102554321.htm>, accessed 12/3/2024.

6. Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2016). "Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature reviews". *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394–430. <https://doi.org/10.1080/13683500.20>.
7. Bui Van Sau, Tran Kieu Nga & Duong Thanh Xuan. (2019). "The necessity of improving the quality of tourism human resources in Can Tho city". *Journal of Scientific Research and Economic Development, Tay Do University*. Special Issue: 165-174.
8. Can Tho city E-Portal. (2023). "Can Tho expected to welcome 6.1 million visitors in 2024". <https://www.cantho.gov.vn/wps/portal/home/du-khach/chi-tiet/tin-tuc-du-lich/can+tho+du+kien+don+6+1+trieu+luot+khach+trong+nam+2024#:~:text=N%C4%83m%202023%2C%20du%20l%E1%BB%8Bch%20C%E1%BA%A7n,v%E1%BB%9Bi%20c%C3%B9ng%20k%E1%BB%B3%20n%C4%83m%202022.,> accessed 11/3/2024.
9. Vietnam National Administration of Tourism. (2021). "Can Tho: Challenges for tourism human resources". <https://vietnamtourism.gov.vn/post/35893>, accessed 13/3/2024.
10. Johnson, K. R., & Bartlett, K. R. (2013). "The role of tourism in national human resource development: a Jamaican perspective". *Human Resource Development International*, 16(2), 205–219.
11. Khurana, K., & Ataniyazova, Z. (2024). "Exploring the vital role of human resource management in the progress of Uzbekistan's tourism sector". *Cogent Arts & Humanities*, 11:1, DOI: 10.1080/23311983.2024.2311002.
12. Rai, S., & Nayak, J. K. (2019). "Hospitality branding in emerging economies: an Indian perspective". *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 22–34. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2018-0047>.
13. Can Tho city Department of Health. (2023). "Conference summarizing population work in 2023". <https://soytecantho.vn/Default.aspx?tabid=979&ndid=271415#:~:text=Theo%20s%E1%BB%91%20li%E1%BB%87u%20th%E1%BB%91ng%20k%C3%AA,11%2F2023%20l%C3%A0%2014.902%20tr%E1%BA%BB.,> accessed 11/3/2024.

NGHIÊN CỨU, ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TỈNH TRÀ VINH

ThS. Phạm Quang Kiệt¹

Tóm tắt: Mặc dù bị ảnh hưởng chung từ đại dịch COVID-19, nhìn chung, trong những năm qua, du lịch Trà Vinh đã có những sự thay đổi và có nhiều khởi sắc, thu hút được nhiều khách quốc tế, tạo ra việc làm và thu nhập cho người dân, nhất là tại các điểm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp, . . . Tuy nhiên, so với điều kiện thực tế và tình hình phát triển chung thì ngành du lịch Trà Vinh được đánh giá là chưa phát triển vượt bậc và tương xứng với những kỳ vọng, du lịch Trà Vinh còn gặp nhiều khó khăn trong tình hình hội nhập sau giai đoạn đại dịch COVID-19, nhất là những vấn đề liên quan đến nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Trà Vinh. Từ những vấn đề thực tiễn đã nêu, nghiên cứu góp phần hướng đến việc làm sáng tỏ một số nội dung liên quan đến chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao hiện nay. Ngoài ra, nghiên cứu còn nêu lên được một số thực trạng, cũng như nhu cầu cần thiết trong việc đào tạo và phát triển nguồn lực du lịch chất lượng cao trong giai đoạn mới, góp phần quan trọng đáp ứng được những yêu cầu cơ bản và cần thiết về nguồn nhân lực du lịch theo Đề án phát triển Quy hoạch tỉnh Trà Vinh giai đoạn 2021 – 2030 và tầm nhìn đến năm 2050 với chủ đề “Trà Vinh – khát vọng phát triển”.

Từ khóa: Nguồn lực, du lịch chất lượng cao, phát triển du lịch, du lịch tỉnh Trà Vinh.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sau giai đoạn đại dịch COVID-19, tỉnh Trà Vinh đã và đang nỗ lực triển khai nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy tăng trưởng ngành công nghiệp không khói theo hướng phát triển thêm nhiều sản phẩm dịch vụ mới, cũng như nâng cao về chuyên môn nghiệp vụ du lịch cho đội ngũ lao động phục vụ trong ngành du lịch trên địa bàn, đặc biệt chú trọng trong việc đào tạo, liên kết phát triển nguồn lực lao động du lịch theo hướng nâng cao về chất lượng chuyên

¹ Giảng viên Khoa Quản trị Du lịch – Nhà Hàng – Khách sạn, Trường Đại học Trà Vinh.

môn và nghiệp vụ. Tuy nhiên, thực tế cho thấy với tiềm năng và lợi thế về các giá trị văn hóa bản địa của cộng đồng 03 dân tộc anh em cùng sinh sống: Kinh – Hoa – Khmer, cũng như một số lợi thế về điều kiện tự nhiên trong du lịch, ngành Du lịch tỉnh Trà Vinh hiện phát triển vẫn chưa tương xứng với tiềm năng hiện có, mà nguyên nhân chủ yếu là do chưa đổi mới sản phẩm du lịch và nâng cấp các dịch vụ du lịch đi kèm, nên khả năng thu hút khách du lịch trong và ngoài nước chưa đủ mạnh, cũng như tạo dấu ấn riêng để cạnh tranh với các điểm du lịch của nhiều tỉnh thành trong cùng khu vực. Điều này dẫn đến việc chưa khai thác hết được nguồn thu từ lợi thế tiềm năng du lịch sẵn có, để góp phần gia tăng phát triển kinh tế của địa phương.

Ngoài ra, trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu và giai đoạn sau COVID-19, nhu cầu về nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt nhân lực chất lượng cao trong ngành du lịch ngày càng tăng, đang đòi hỏi cấp thiết hơn bao giờ hết để đáp ứng được những yêu cầu phát triển du lịch chung của toàn xã hội. Tuy nhiên, hiện nay trình độ và kinh nghiệm quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch còn gặp nhiều hạn chế, sức cạnh tranh của nhân lực du lịch theo đó cũng còn hạn chế nhiều mặt trong bối cảnh hiện nay. Chính vì vậy, nghiên cứu sẽ đề cập tới hoạt động liên kết đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, định hướng nhu cầu về nguồn nhân lực trong thời gian tới và đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trên địa bàn tỉnh, đưa ngành Du lịch tỉnh Trà Vinh phát triển theo hướng bền vững, nâng cao về chất lượng dịch vụ, cũng như tạo được dấu ấn và bản sắc riêng.

2. NHU CẦU VÀ TỔ CHỨC ĐÀO TẠO

Dịch bệnh COVID-19 diễn ra đã tác động nặng nề đến nền kinh tế, khiến mọi hoạt động du lịch trong nước gặp nhiều khó khăn, chuỗi cung ứng dịch vụ bị đứt gãy, số khách nội địa và quốc tế đều giảm mạnh. Sau khi dịch bệnh được kiểm soát, Chính phủ cho phép mở cửa lại hoạt động du lịch, ngành Du lịch đã và đang dần tái khởi động với sự nỗ lực không ngừng của các địa phương và các đơn vị trong ngành. Tuy nhiên, việc phục hồi vẫn còn gặp nhiều

khó khăn và vướng mắc cần được tháo gỡ, nhất là việc đảm bảo đủ về số lượng và chất lượng đối với đội ngũ nguồn nhân lực du lịch sau đại dịch.

Việc tổ chức đào tạo nguồn nhân lực trong thời gian tới cần xuất phát từ quan điểm và nhận thức đúng đắn về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, cũng như những tiêu chuẩn về nguồn nhân lực chất lượng cao góp phần quan trọng trong việc đáp ứng những yêu cầu thực tiễn phát triển của ngành, đòi hỏi chung của toàn xã hội và doanh nghiệp, xác định chuẩn đầu ra, xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với tình hình hiện tại, tổ chức quy trình đào tạo thích ứng trên cơ sở phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài tỉnh.

Về nhu cầu đào tạo, cần xem xét ở các góc độ khác nhau như sau:

Nhu cầu về đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao và cơ cấu ngành nghề du lịch: Xem xét về cơ cấu lao động trong du lịch, có thể phân loại theo *lao động gián tiếp (lao động quản lý)* và *lao động nghiệp vụ*. Lao động quản lý là đội ngũ lao động trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, đội ngũ lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch. Lao động nghiệp vụ là những lao động làm việc trực tiếp cung cấp các dịch vụ du lịch. Về cơ bản, cơ cấu lao động được phân chia theo 3 nhóm cơ bản dưới đây:

+ Nhóm thứ nhất, đội ngũ quản lý của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, bao gồm những người làm công tác quản lý về du lịch ở các cấp từ địa phương cho đến trung ương.

+ Nhóm thứ hai, nhóm lao động quản lý tại các doanh nghiệp (cấp trưởng, phó phòng trở lên), bao gồm đội ngũ các quản lý cấp cao và trung trong các doanh nghiệp du lịch.

+ Nhóm thứ ba, nhóm lao động nghiệp vụ. Đây là nhóm lao động có lực lượng đông nhất và đa dạng về chuyên môn nghiệp vụ. Cụ thể: Lao động trong các bộ phận như: lễ tân đón tiếp, phục vụ buồng, phục vụ nhà hàng, pha chế đồ uống, nhân viên nấu ăn, hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên du lịch tại điểm, nhân viên điều hành và kinh doanh đại lý du lịch, nhân viên phục vụ các ngành nghề bổ sung khác.

Nhu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ và phong cách phục vụ:

+ Đào tạo đủ về số lượng, đảm bảo cung cấp đầy đủ cho các cấp độ quản lý nhà nước và doanh nghiệp du lịch trong phục vụ khách du lịch. Việc đảm bảo về số lượng nguồn nhân lực, đáp ứng yêu cầu sử dụng lao động của các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp du lịch là cơ sở để đảm bảo việc cung cấp các dịch vụ theo yêu cầu, tiêu chuẩn đặt ra đối với chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

+ Đảm bảo về cơ cấu ngành nghề phù hợp với yêu cầu của các doanh nghiệp du lịch. Đây là nội dung có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Trong lĩnh vực du lịch, có rất nhiều lĩnh vực dịch vụ cung cấp các sản phẩm dịch vụ khác nhau, mỗi lĩnh vực đòi hỏi phải đảm bảo về số lượng để chất lượng dịch vụ đó được đảm bảo tốt nhất nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

+ Đảm bảo về chuyên môn nghiệp vụ, tính chuyên nghiệp trong quá trình cung cấp các dịch vụ. Đây là một trong những yếu tố quyết định đến chất lượng của tất cả công đoạn của hoạt động du lịch từ cấp quản lý nhà nước đến mọi hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch của các doanh nghiệp hoạt động trong ngành du lịch.

+ Đảm bảo khả năng về kiến thức ngoại ngữ trong giao tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế theo chuẩn các quốc gia ASEAN và thế giới.

+ Định hình phong cách, tận tụy và rèn luyện tính nhạy cảm trong cung cấp các dịch vụ du lịch. Dịch vụ và sản phẩm du lịch có tính đặc thù, không có hình thái cụ thể. Trong quá trình tiêu dùng dịch vụ, khách du lịch cần phải di chuyển, tiêu dùng từng phần, từng công đoạn của quá trình cung cấp và chuyển giao dịch vụ trực tiếp từ phía các nhân viên phục vụ và những lao động có liên quan. Nhân viên phục vụ ngoài các yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ cần rèn luyện tính nhạy cảm của ngành nghề, nắm bắt được phản ứng của khách hàng trong quá trình cung cấp các dịch vụ du lịch, từ đó định hình cho mình phong cách phục vụ riêng, phù hợp với yêu cầu khác nhau của khách hàng.

3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI TỈNH TRÀ VINH

3.1. Khái quát chung tình hình du lịch Trà Vinh trong những năm gần đây

Trong những năm qua, cùng với sự nỗ lực và quyết tâm từ nhiều cấp, du lịch Trà Vinh đã và đang có nhiều sự thay đổi khởi sắc và rất đáng được ghi nhận: Thu hút được nhiều khách quốc tế, tạo ra việc làm và thu nhập cho người dân, nhất là tại các điểm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp,..., đó là kết quả chung của toàn thể các cấp quản lý và doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Trà Vinh. Do vậy, so với điều kiện thực tế và tình hình phát triển chung thì du lịch Trà Vinh được đánh giá là chưa phát triển đúng với những kỳ vọng mà mục tiêu đã đề ra, cũng như tương xứng với tiềm năng phát triển du lịch mà tỉnh Trà Vinh hiện có.

Theo báo cáo từ Trung tâm Xúc tiến Du lịch tỉnh Trà Vinh, năm 2023, tổng lượt khách đến du lịch đạt gần 2,2 triệu lượt (đạt 133% kế hoạch năm, tăng 49,72% so cùng kỳ), có 50.300 lượt khách quốc tế. Khách lưu trú đạt 580.600 lượt (đạt 145% kế hoạch năm, tăng 67% so cùng kỳ), có trên 46.000 lượt khách quốc tế. Tổng doanh thu du lịch đạt trên 1.706 tỷ đồng.

Năm 2023, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp mới 15 thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa; 10 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế; công nhận 19 cơ sở kinh doanh ăn uống, vui chơi giải trí đạt chuẩn phục vụ khách du lịch; công nhận hạng 02 cơ sở lưu trú du lịch (2 sao), 01 cơ sở lưu trú du lịch (1 sao), 02 homestay; 01 công ty lữ hành nội địa. Đến nay, toàn tỉnh có 129 cơ sở lưu trú du lịch (03 nhà khách, 09 khách sạn 2 sao, 12 khách sạn 1 sao, 05 homestay và 100 cơ sở đạt chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch); 01 trung tâm thương mại và 33 nhà hàng ẩm thực kết hợp bán đặc sản, hàng lưu niệm, cơ sở kinh doanh ăn uống, vui chơi giải trí đạt chuẩn phục vụ khách du lịch; 01 công ty lữ hành quốc tế và 09 công ty lữ hành nội địa.



Nguyễn Thị Mỹ Linh, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến du lịch báo cáo tình hình năm 2023 và triển khai kế hoạch xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2024.

3.2. Khái quát chung nguồn nhân lực tỉnh Trà Vinh

Phần lớn lao động trực tiếp đang phục vụ trong ngành Du lịch đều là lao động phổ thông, lao động trong gia đình, chưa qua đào tạo nghề du lịch, đa số không biết ngoại ngữ, hoặc chỉ được đào tạo các lớp nghiệp vụ ngắn hạn do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức, tay nghề còn thấp... Trong thời gian qua, các thành phần kinh tế đã tham gia đầu tư tập trung nhiều vào lĩnh vực khách sạn, nhà hàng, nhà nghỉ, tốc độ đầu tư, nâng cấp mở rộng các loại hình kinh doanh du lịch phát triển nhanh do lượng khách du lịch đến Trà Vinh tăng ổn định qua các năm và môi trường kinh doanh du lịch ngày càng năng động hơn. Trong khi đó, thực tế ở địa phương có rất ít cơ sở đào tạo chuyên môn về ngành Du lịch hoặc có những cơ sở đào tạo thiếu điều kiện để sinh viên thực hành. Do nhu cầu cần lực lượng lao động để đáp ứng tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong khi nguồn lao động phần lớn là lao động phổ thông nên các doanh nghiệp và người sử dụng lao động phải chọn hình thức tuyển dụng lao động phổ thông, chưa qua đào tạo và tự đào tạo theo yêu cầu công việc của từng đơn vị nên chất lượng chuyên môn chưa cao, năng suất lao động thấp, ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nói riêng cũng như hiệu quả kinh doanh của ngành du lịch tỉnh nói chung. Chính sách ưu đãi và

thu hút nguồn nhân lực giỏi, có chuyên môn và điều kiện làm việc trong ngành Du lịch Trà Vinh chưa thật sự hấp dẫn đối với người lao động có trình độ, tay nghề cao. Phần lớn các đối tượng được đào tạo chuyên ngành du lịch với nhiều yếu tố nên không trở về địa phương hoặc xin làm việc ở những ngành nghề khác và làm việc ở những nơi có điều kiện tốt hơn về phát triển du lịch như: Thành phố Hồ Chí Minh, Phú Quốc, Vũng Tàu,..., gây lãng phí nguồn nhân lực.

STT	Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
1	Tổng số lao động ngành Du lịch	1.356	1.400	1.380	1.351	1.450
	Trực tiếp	949	980	920	925	1.000
	Gián tiếp	407	420	460	426	450
2	Lao động phân theo ngành dịch vụ					
	Lưu trú	650	691	686	678	710
	Lữ hành	150	159	115	125	155
	Hướng dẫn	88	105	94	86	96
	Dịch vụ khác	468	445	485	462	489
3	Lao động theo trình độ					
	Sau đại học	19	20	18	21	22
	Cao đẳng/Đại học	701	708	723	730	770
	Trung cấp/Đào tạo nghề	172	183	198	217	225
	THPT	464	489	441	383	433

Nguồn: Trung tâm Xúc tiến du lịch tỉnh Trà Vinh, năm 2022.

Về cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch, hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 01 cơ sở đào tạo nhân lực ngành Du lịch duy nhất; đó là Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, Trường Đại học Trà Vinh. Hằng năm, nhiều thế hệ sinh viên du lịch được đào tạo chính quy tốt nghiệp ra trường, đóng góp một lượng lớn nguồn lực lao động trong ngành du lịch. Tuy nhiên, một số sinh viên tốt nghiệp ra trường vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế về lao động du lịch của địa phương. Chưa kể nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp phải đào tạo lại vì ít được cọ xát thực tế trong các môi trường làm việc chuyên nghiệp trong tỉnh, do thiếu thốn về cơ sở vật chất phục vụ trong ngành Du

lịch, thiếu hệ thống khách sạn, nhà hàng đạt chuẩn để có thể cọ xát và thể hiện được năng lực bản thân sau khi ra trường. Thực tế nguồn nhân lực chính phục vụ cho ngành Du lịch trên địa bàn tỉnh Trà Vinh hiện nay còn yếu và thiếu, không đồng bộ về cơ cấu ngành nghề, cơ cấu tuổi, giới tính, cơ cấu về trình độ được đào tạo, cơ cấu về quản lý và phục vụ,... Phần lớn nguồn nhân lực được tuyển dụng lấy từ các ngành nghề khác nhau, nên chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển ngày càng cao và đa dạng của ngành Du lịch. Ngoài ra, về cấp độ quản lý, hiện chưa có những môn học chuyên sâu về quản lý, lãnh đạo, do vậy có một nghịch lý là các bạn trẻ tốt nghiệp ra trường nhưng vẫn thất nghiệp hoặc làm trái ngành, trong khi đó, các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh vẫn đang rất thiếu nguồn nhân lực, đặc biệt nguồn lực lao động chất lượng cao.

Trong thời gian tới, với mục tiêu đã đề ra tỉnh Trà Vinh phân đầu 100% nguồn nhân lực quản lý từ cấp tỉnh đến các cơ sở được đào tạo bài bản, có chuyên môn nghiệp vụ, luôn được bồi dưỡng thường xuyên về kiến thức ngành Du lịch; phân đầu đến năm 2025, nguồn nhân lực du lịch tỉnh có khoảng 1.000 lao động; năm 2030 có khoảng 1.900 lao động; trong đó có khoảng 90% được đào tạo kiến thức, kỹ năng cơ bản phục vụ công tác quản lý và phục vụ hoạt động du lịch. *(Theo Quyết định ban hành kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Trà Vinh)*

Theo các chuyên gia, để có được đội ngũ nguồn nhân lực dồi dào và chuyên nghiệp phục vụ cho ngành Du lịch, không chỉ cơ quan quản lý, mà bản thân các doanh nghiệp du lịch cũng cần chủ động hơn trong việc đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn và tay nghề thường xuyên cho người lao động. Việc phát triển nguồn nhân lực du lịch Trà Vinh cần liên kết phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp, bám sát vào định hướng phát triển du lịch chung của tỉnh.

4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO

Theo định hướng phát triển trong thời gian tới, ngành Du lịch Trà Vinh hướng đến việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nâng

cao chất lượng dịch vụ; tăng cường liên kết với các địa phương trong và ngoài tỉnh, phát huy các giá trị về di tích lịch sử văn hóa, đặc biệt du lịch gắn với yếu tố văn hóa Khmer, cùng với việc bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội. Dự kiến trong năm 2024, ngành du lịch tỉnh Trà Vinh phấn đấu tổng lượng khách phục vụ ước 2,424 triệu lượt (khách quốc tế 54.000 lượt), tăng 12% so với năm 2023; khách lưu trú đạt 668.000 lượt (48.600 lượt khách quốc tế), tăng 15% so với năm 2023; tổng thu ước đạt 1.894 tỷ đồng (tăng 11% so với năm 2023); xúc tiến mời gọi đầu tư lĩnh vực du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu, ứng dụng chuyển đổi số, quảng bá, xúc tiến du lịch trên các phương tiện truyền thông...

Để đạt được việc đáp ứng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cả về số lượng lẫn chất lượng trên địa bàn tỉnh, qua việc đánh giá và nghiên cứu, tác giả xin được đề xuất một số giải pháp như sau:

Giải pháp 1: Nâng cao nhận thức trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đảm bảo đủ về số lượng, cơ cấu ngành nghề, chất lượng chuyên môn nghiệp vụ và trình độ ngoại ngữ cơ bản đủ điều kiện để cạnh tranh trong xu hướng và bối cảnh hiện nay với việc liên kết, hỗ trợ đào tạo nguồn lực du lịch với các cơ sở đào tạo về chuyên môn du lịch.

Giải pháp 2: Cần có những nhận định đúng đắn, cũng như nhận thức về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong việc xác định các tiêu chí đánh giá về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, cùng với việc đưa ra những quy định về các tiêu chuẩn trong tổ chức đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Giải pháp 3: Chuẩn bị tốt các điều kiện cần thiết, hành lang pháp lý trong phát đào tạo, triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao: cần xác định rõ các chức danh nghề nghiệp trong ngành, xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá và chế định bằng các văn bản quản lý nhà nước để làm căn cứ cho tổ chức hoạt động đào tạo, kiểm định chất lượng đào tạo, đồng thời có những căn cứ cho việc đánh giá.

Giải pháp 4: Phối hợp với cơ sở đào tạo du lịch thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn về chuyên môn và nghiệp vụ du lịch cho

toàn thể cán bộ nhân viên đang phục vụ trong ngành Du lịch trên địa bàn tỉnh Trà Vinh.

Giải pháp 5: Tiếp cận với xu hướng tổ chức đào tạo hội nhập với quốc tế. Cụ thể là cần tiếp cận với việc định hướng phân ngành hoặc lĩnh vực trong việc nghiên cứu và đào tạo du lịch để triển khai đào tạo ở bậc đại học và sau đại học, bao gồm:

- *Chính sách và quy hoạch phát triển du lịch:* Chính sách phát triển du lịch, tài nguyên du lịch, quy hoạch và kế hoạch phát triển du lịch; Tổ chức phân vùng khu và vùng du lịch, môi trường và cảnh quan du lịch, các tác động của du lịch tới môi trường,...

- *Kinh doanh du lịch* tập trung các hướng như kinh tế du lịch, cung cầu trong du lịch, quản trị kinh doanh du lịch lũy hành, quản trị các doanh nghiệp du lịch khách sạn, quản trị các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống, quản trị khu du lịch, quản trị các ngành dịch vụ vui chơi giải trí, các vấn đề về tiếp thị, xúc tiến quảng bá du lịch, tác động của du lịch tới kinh tế, hiệu quả kinh tế, các lĩnh vực chuyên sâu trong kinh doanh như quản trị nguồn nhân lực, quản trị tài chính,...

- *Văn hóa và tâm lý du lịch,* tập trung vào các vấn đề như động cơ của hoạt động đi du lịch, tâm lý du lịch, các vấn đề liên quan đến văn hóa của hoạt động du lịch, tâm lý tiêu dùng của khách du lịch, du lịch văn hóa, các vấn đề xã hội trong du lịch,...

Giải pháp 6: Tăng cường phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền, doanh nghiệp và nhà trường trong việc triển khai xây dựng hành lang pháp lý cho công tác đào tạo, phối hợp chặt chẽ trong việc tổ chức quản lý chất lượng nguồn nhân lực từ đầu vào, đầu ra và giám sát chất lượng nguồn nhân lực trong suốt quá trình đào tạo và sử dụng. Cần có sự hỗ trợ liên kết 03 bên giữa Nhà nước – Nhà trường và Doanh nghiệp, trong đó nhà trường và doanh nghiệp cần được xác định vai trò quan trọng trong quá trình tổ chức đào tạo, cũng như các chương trình kế hoạch hội thảo về du lịch nhằm để đảm bảo chất lượng đào tạo phù hợp với yêu cầu của thực tiễn chung, cũng như có những ý kiến kịp thời trong việc nâng cao phát triển ngành du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh nói riêng.

5. KẾT LUẬN

Trong những năm qua, nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam nói chung và tỉnh Trà Vinh nói riêng đã có nhiều bước phát triển và đổi mới, từng bước đáp ứng được yêu cầu phát triển ngày càng cao của ngành Du lịch. Tuy nhiên, thực trạng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng và đào tạo chất lượng cao còn có những bất cập và hạn chế. Trong xu hướng hội nhập của nền kinh tế phát triển, việc định hướng đào tạo, phát triển nâng cao nguồn nhân lực du lịch cần được quan tâm hơn nữa từ các cấp chính quyền để góp phần ngày một âng cao hơn nữa về chất lượng nguồn nhân lực, nhằm đáp ứng tốt hơn với yêu cầu và xu hướng phát triển trong giai đoạn mới, tình hình mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS.TS. Nguyễn Văn Đính, *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nxb lao động – Xã hội.
2. Thủ tướng Chính phủ (2021). *Quyết định số 147/QĐ-TTg về việc phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
3. Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh (2022). *Quyết định số 1921/QĐ-UBND về kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Trà Vinh*.
4. Báo Nhân dân: “Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu và xu hướng phát triển du lịch mới”, Truy cập tại: <https://nhandan.vn/phat-trien-nguon-nhan-luc-dap-ung-nhu-cau-va-xu-huong-du-lich-moi-post779255.html>
5. Đinh Thị Vân Chi (2004), *Nhu cầu của du khách trong quá trình du lịch*. Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
6. Báo Trà Vinh online: Truy cập tại: <https://www.baotravinh.vn/xa-hoi/dau-nam-gap-go-cac-chu-the-lam-du-lich-35240.html>
7. Cổng thông tin điện tử tỉnh Trà Vinh (2020), “Tình hình kinh tế, xã hội Trà Vinh năm 2019”.
8. <https://www.dulichtravinh.com.vn/index.php/tin-tuc/tin-hoat-dong-trong-tinh/1088-da-dang-hoa-san-pham-du-lich-tu-van-hoa-khmer-nam-bo>

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA MIỀN NÚI PHÍA BẮC

ThS. Nguyễn Thị Minh Thúy¹

Tóm tắt: Vùng du lịch trung du miền núi phía Bắc được quy hoạch là một trong bảy vùng du lịch trong “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đã được Thủ tướng Chính phủ Việt Nam phê duyệt ngày 30/12/2011. Các địa phương trong vùng cũng đang nỗ lực triển khai các nội dung, chương trình, quyết tâm phát triển du lịch vùng núi phía Bắc trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo đúng tinh thần của Nghị quyết 08—NQ/TW của Bộ Chính trị. Cùng với việc đầu tư khai thác tiềm năng du lịch sẵn có đồng thời liên kết phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, hình thành các tuyến du lịch tạo dựng thương hiệu cho du lịch vùng; việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực chất lượng là yếu tố then chốt góp phần quan trọng trong sự phát triển của du lịch địa phương một cách bền vững hiệu quả. Bài viết đề cập đến thực trạng nguồn nhân lực du lịch các tỉnh vùng núi phía Bắc đồng thời đề xuất một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch địa phương.

Từ khóa: nhân lực, du lịch, đào tạo, phát triển.

TRAINING HUMAN RESOURCE FOR DEVELOPING CULTURAL TOURISM IN THE NORTHERN MOUNTAIN

Abstract: The North Central Highlands tourist area is planned as one of the seven tourist regions in the “Viet Nam tourism development strategy by 2020, vision to 2030” approved by the Prime Minister of Viet Nam on December 30, 2011. Localities in the region are also striving to implement the contents, programs, and determination to develop tourism in the Northern mountainous region into a spearhead economic sector in accordance with Resolution 08—NQ/TW of the Politburo. Along with investing in exploiting the existing tourism potential and linking the development of unique tourism products, forming tourist routes to build brands for the region’s tourism; training and developing quality human resources are key factors contributing significantly to the sustainable and effective development of local tourism. The article addresses the current situation of tourism human resources in the Northern mountainous provinces and proposes some solutions for training human resources to meet the needs of local tourism development.

Keywords: Human resources, tourism, training, developing.

¹ Giảng viên Khoa Du lịch, Đại học Văn hóa Hà Nội.

1. TIỀM NĂNG DU LỊCH CÁC TỈNH MIỀN NÚI PHÍA BẮC

Khu vực miền núi phía Bắc có những đặc trưng riêng không thấy ở nơi nào khác trên đất nước. Sự hấp dẫn của du lịch ở khu vực này đã được khẳng định trong nhiều năm qua và luôn nằm trong danh sách điểm đến không thể bỏ qua của những du khách ưa thích sự khoáng đạt, mạo hiểm muốn tìm đến thiên nhiên hùng vĩ, hoang sơ, trải nghiệm nguyên bản về văn hóa.

Với nhiều giá trị tài nguyên nổi bật như thiên nhiên hùng vĩ, địa hình địa chất độc đáo, văn hóa dân tộc thiểu số đặc sắc, các giá trị truyền thống lâu đời và quần thể di tích lịch sử cách mạng quan trọng, hoạt động du lịch ở các tỉnh miền núi phía Bắc trong những năm vừa qua đã có bước phát triển đáng kể, tạo dựng những sản phẩm du lịch đặc trưng, có thương hiệu trên bản đồ du lịch Việt Nam như du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa dân tộc thiểu số, du lịch sinh thái,... Chiến lược và Quy hoạch tổng thể du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030; Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn 2030 Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ đến năm 2020 và cụ thể hóa tại đề án Nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng miền núi phía Bắc đã chỉ rõ phát triển du lịch vùng phải dựa trên cơ sở khai thác tận dụng tối đa tiềm năng du lịch của vùng. Với đặc điểm địa hình có nhiều dãy núi cao hiểm trở như Sìn Hồ (Lai Châu), Sa Pa (Lào Cai), Đồng Văn (Hà Giang) với trọng tâm là dãy Hoàng Liên Sơn và cao nguyên đá Đồng Văn rất thích hợp để phát triển Du lịch Trải nghiệm các giá trị cảnh quan địa hình núi cao – địa hình karst; du lịch thể thao mạo hiểm, chinh phục các đỉnh núi cao,... Bên cạnh đó, vùng Tây Bắc còn phù hợp với việc phát triển loại hình du lịch nghiên cứu khám phá các giá trị địa hình – địa mạo (địa cảnh) bởi thiên nhiên đã ưu đãi ban tặng cho vùng Tây Bắc hệ thống các hang động được hình thành trong lịch sử hoạt động kiến tạo địa chất của vùng.

Sức hấp dẫn của du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc còn ở những tour du lịch đặc trưng như tour như ngắm hoa đào, hoa mận (Sơn La, Hà Giang); thu hoạch cam Cao Phong (Hòa Bình); hoa cải (Sơn

La), ngắm hoa Ban (Sơn La, Điện Biên, Lai Châu); ngắm ruộng bậc thang mùa lúa chín Hoàng Su Phì (Hà Giang), ruộng bậc thang Mù Cang Chải (Yên Bái); ngắm hoa Tam giác mạch (Hà Giang) hoa dã quỳ (Lai Châu); hoa anh đào (Sa Pa), hồ Pá Khoang (Điện Biên); thu hoạch cam canh, cam sành (Hà Giang; Hàm Yên, Tuyên Quang), quýt (Bắc Sơn, Lạng Sơn)

Là vùng có nhiều cộng đồng dân tộc như: Tày, Nùng, Thái, Mông, Dao, Mường, Khơ Mú, Lào, Lự, Hà Nhì,... cùng sinh sống, Tây Bắc là khu vực phù hợp nhất cho việc phát triển loại hình du lịch cộng đồng, lịch văn hóa các dân tộc thiểu số. Du khách sẽ có rất nhiều trải nghiệm thú vị khi được giao lưu cùng đồng bào, đặc biệt trong các hoạt động lễ hội hoặc tín ngưỡng truyền thống.

Hiện nay, các địa phương trong vùng đã và đang nỗ lực triển khai các nội dung, chương trình, quyết tâm phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo đúng tinh thần của Nghị quyết 08–NQ/TW của Bộ Chính trị. Vấn đề đặt ra hiện nay là phải đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, đồng thời liên kết hình thành các tuyến du lịch tạo dựng thương hiệu cho du lịch vùng. Bên cạnh đó, để phát triển du lịch vùng một cách hiệu quả bền vững, nhất định phải chú trọng đầu tư đào tạo nguồn nhân lực du lịch một cách chuyên nghiệp bài bản.

2. THỰC TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VĂN HÓA VÙNG NÚI PHÍA BẮC

Những năm gần đây, khách du lịch đến với các tỉnh vùng núi phía Bắc ngày một tăng, tập trung vào các lễ hội đầu năm. Khách nội địa đến từ các thị trường xa như các tỉnh phía Nam đang có xu hướng tăng. Tỷ trọng khách quốc tế chủ yếu đến từ châu Âu, Úc và Nhật Bản đến Điện Biên, Hòa Bình, Lào Cai; khách Trung Quốc qua các cửa khẩu Lào Cai là chủ yếu. Phương tiện tiếp cận các điểm đến Tây Bắc chủ yếu theo đường bộ.

Với lợi thế to lớn về nguồn lực phát triển du lịch cùng với sự tăng trưởng du lịch cao (thể hiện ở các chỉ tiêu số lượt khách quốc tế và nội địa, doanh thu, cơ sở vật chất kỹ thuật,...), công tác phát triển

nguồn nhân lực du lịch đã được các tỉnh trong khu vực quan tâm, cả trong đào tạo mới, đào tạo lại, bồi dưỡng, nhưng chưa theo kịp nhu cầu phát triển và gặp rất nhiều khó khăn.

Đối với đội ngũ lao động nghiệp vụ, đại đa số lao động trong ngành Du lịch của vùng chủ yếu là lao động phổ thông ở trình độ thấp, ngoài ra họ chủ yếu là lao động tự do không có tay nghề cơ bản nên hoạt động kinh doanh bị hạn chế và chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu đòi hỏi trong kinh doanh du lịch. Xét về trình độ đào tạo, đa số là lao động phổ thông, còn trình độ đại học và tương đương mặc dù có song chủ yếu lại tập trung ở cơ quan quản lý nhà nước.

Cơ cấu lao động chưa cân đối, chủ yếu tập trung vào lao động trong lĩnh vực khách sạn, nhà hàng; đội ngũ hướng dẫn viên và liên quan còn thiếu. Hầu hết lực lượng lao động trong ngành Du lịch của vùng được chuyển công tác từ các bộ phận và chuyên ngành khác nhau đến làm du lịch, kiến thức, nghiệp vụ chuyên môn về du lịch chủ yếu được tiếp thu qua các lớp tập huấn ngắn ngày, qua học tập kinh nghiệm,... nên hiện nay, số lao động chưa đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch, quản lý và kinh doanh hiệu quả chưa cao, chưa tương xứng với tiềm năng du lịch sẵn có.

Tình trạng trên cho thấy năng lực và trình độ của đội ngũ cán bộ hiện tại bất cập với yêu cầu chung của phát triển du lịch. Do đó, việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho sự nghiệp phát triển du lịch là đòi hỏi bức thiết.

Nếu như trước đây, đồng bào dân tộc thiểu số dệt vải, làm đồ thủ công, tăng gia sản xuất để phục vụ nhu cầu gia đình thì nay, dựa trên sự chất lọc kho tàng di sản văn hóa truyền thống đã có nhiều ngành nghề được đầu tư để trở thành sản phẩm du lịch hấp dẫn. Có thể kể đến như khôi phục nghề thủ công truyền thống ở Lào Cai, Yên Bái; khơi dậy dịch vụ tắm lá thuốc của người Dao; khai thác nhà ở thành nhà nghỉ cộng đồng ở Hà Giang; gắn kết nghệ thuật biểu diễn trở thành sản phẩm du lịch ở Mai Châu, Sa Pa (múa khèn của dân tộc H'Mông, múa chuông của dân tộc Dao, tính tẩu của dân

tộc Thá,...). Bên cạnh đó, nhiều hộ dân đã cải tạo, tu sửa ngôi nhà của mình thành nhà nghỉ cộng đồng phục vụ du khách (homestay). Ngoài việc giữ nguyên kiến trúc và khuôn viên của ngôi nhà truyền thống, người dân còn đầu tư trang trí nội thất và đảm bảo điều kiện vệ sinh. Nhờ vậy, loại hình lưu trú homestay đã trở nên hấp dẫn và thu hút đông du khách. Có thể kể đến Điểm du lịch cộng đồng xóm Pom Coọng (Xóm Pom Coọng, thị trấn Mai Châu, huyện Mai Châu, Hòa Bình), Cụm homestay Tả Van Giáy 1 (Làng Tả Van Giáy, xã Tả Van, huyện Sa Pa, Lào Cai), Cụm homestay xã Mai Hịch (Xóm Hịch 2, xã Mai Hịch, huyện Mai Châu, Hòa Bình).

Vì vậy, bên cạnh đào tạo, nâng cao nghiệp vụ cho nhân lực làm việc trực tiếp trong ngành Du lịch như hướng dẫn viên, thuyết minh viên,... thì điều quan trọng cần phải làm là nâng cao kiến thức của nhân dân ở những vùng di sản, ở vùng có điểm, trung tâm du lịch. Điều này cần phải làm hết sức quyết liệt vì nếu nhận thức của người dân ở nhiều vùng, điểm du lịch còn hạn chế thì chắc chắn việc triển khai các hoạt động du lịch, dịch vụ rất khó khăn. Cần có một chương trình để từng bước thực hiện việc đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng, tập huấn kiến thức cho những người tham gia vào các hoạt động dịch vụ và du lịch tại các khu, điểm du lịch.

3. GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA VÙNG NÚI PHÍA BẮC

Phát triển nguồn nhân lực du lịch luôn là một trong những yếu tố quyết định của quá trình phát triển du lịch, đặc biệt đối với các tỉnh miền núi, đây là một vấn đề then chốt do du lịch cộng đồng, tìm hiểu văn hóa được xem là một sản phẩm đặc thù và chủ lực.

Hiện nay, những cơ sở đào tạo chính trong hệ thống các trường thuộc các tỉnh miền núi phía Bắc bao gồm: Đại học Tây Bắc, Cao đẳng Sơn La, Cao đẳng Văn hóa, nghệ thuật Tây Bắc, Cao đẳng Văn hóa nghệ thuật và Du lịch Yên Bái, Cao đẳng nghề Yên Bái, Trung cấp Văn hóa nghệ thuật và Du lịch Lào Cai, Trung cấp Văn hóa nghệ thuật và Du lịch Lạng Sơn,... Ngoài ra còn có các cơ sở đào tạo,

bồi dưỡng nguồn nhân lực như các trung tâm dạy nghề, trung tâm giáo dục thường xuyên cũng tham gia tổ chức đào tạo, bồi dưỡng, tổ chức nhiều khóa học ngắn hạn tại chỗ đào tạo kỹ năng phục vụ du lịch, xây dựng ý thức bảo vệ môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm và an ninh, an toàn trong phục vụ du lịch, hướng dẫn tổ chức các loại dịch vụ phù hợp với đặc điểm sản xuất, sinh hoạt của cộng đồng dân tộc thiểu số trong vùng tạo nên nét sinh động phù hợp với xu thế mới của du lịch là được khám phá, hòa nhập cộng đồng tại các địa điểm tham quan du lịch.

Bên cạnh đó để có thể cung cấp cho ngành Du lịch nguồn nhân lực chất lượng đảm bảo đáp ứng được những yêu cầu của ngành trong giai đoạn hiện nay và đặc thù du lịch của địa phương thiết nghĩ cần thực hiện một số giải pháp sau:

a) Nhóm giải pháp đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

Các cơ quan quản lý địa phương cần xây dựng chương trình, đề án phát triển nguồn nhân lực cụ thể cho từng giai đoạn và điều phối, chỉ đạo, hướng dẫn việc thực hiện các hoạt động liên quan (lập kế hoạch phát triển, nghiên cứu thực trạng nguồn nhân lực, thực trạng đào tạo,...);

Tiến hành rà soát, cập nhật, xây dựng hệ thống thông tin về lao động và việc làm du lịch; thực hiện thu thập và cập nhật dữ liệu; thực hiện chế độ thông tin hai chiều giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước; trao đổi thông tin qua mạng, cung cấp các dịch vụ thông tin liên quan đến nguồn nhân lực du lịch (số lượng, cơ cấu nguồn nhân lực hiện có của từng doanh nghiệp, nhu cầu tuyển dụng, tiêu chuẩn tuyển dụng, nhu cầu đào tạo,...).

Xây dựng chức danh – tiêu chuẩn nghiệp vụ cho lao động trong ngành Du lịch, giúp các doanh nghiệp căn cứ vào đó để nhận xét, đánh giá, bố trí, tuyển chọn lao động vào làm việc trong hoạt động kinh doanh, ngăn chặn việc tuyển dụng và sử dụng lao động một cách tùy tiện, đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ cho người lao động và người sử dụng lao động. Xây dựng hoặc điều chỉnh các tiêu chuẩn về kỹ năng

ngành nghiệp phù hợp với đặc điểm hoạt động du lịch của địa phương trên cơ sở tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS) và các trường đào tạo du lịch để kiểm tra, đánh giá hằng năm về chất lượng nguồn nhân lực du lịch để có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng phù hợp.

Tăng cường nguồn vốn đầu tư cho hoạt động phát triển nguồn nhân lực ở cấp tỉnh như công tác nghiên cứu, xây dựng kế hoạch, gửi cán bộ đi đào tạo học tập nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp.

Tăng nguồn kinh phí đầu tư cho hoạt động đào tạo nhằm nâng cao chất lượng đào tạo. Cần tăng đầu tư từ nguồn ngân sách, các chương trình mục tiêu, các nguồn tài trợ cho việc nâng cấp và mở rộng cơ sở đào tạo, đầu tư cơ sở vật chất và kỹ thuật phục vụ thực hành của học sinh; đổi mới phương pháp giảng dạy và xây dựng chương trình, giáo trình; đào tạo lại đội ngũ giáo viên.

b) Nhóm giải pháp về đào tạo

Mở rộng quy mô đào tạo: Nâng cấp một số trường cao đẳng du lịch và khoa trực thuộc lên một bậc cao hơn đáp ứng đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho địa phương, bên cạnh đó, cần nghiên cứu bổ sung một số ngành nghề đào tạo mới phù hợp với nhu nhân lực địa phương hiện nay như hướng dẫn viên, marketing du lịch, quản trị khách sạn, nhà hàng...

Đổi mới chương trình đào tạo: Tăng mối liên kết giữa đào tạo và nhà sử dụng lao động: Các cơ sở đào tạo du lịch trên địa bàn cần thu thập ý kiến của các đơn vị kinh doanh, các tổ chức quản lý, hiệp hội,... để thiết kế các chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tiễn. Kết hợp một cách chặt chẽ giữa các bên liên quan trong quá trình đào tạo: Đơn vị quản lý Nhà nước, Nhà trường và doanh nghiệp du lịch.

Tăng cường tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo và đào tạo lại cho nguồn nhân lực du lịch nhằm trang bị kiến thức kỹ năng đặc biệt về ngoại ngữ và công nghệ, nâng cao năng lực sử dụng công nghệ thông tin trong công việc của người lao động.

Thường xuyên tổ chức đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng cán bộ quản lý nhà nước về du lịch, có thể triển khai thông qua các khoá đào tạo ngắn hạn với sự hỗ trợ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Du lịch, Dự án phát triển nguồn nhân lực du lịch do EU, Luxembourg tài trợ.

Các địa phương trong vùng có thể triển khai hình thức đào tạo tại chỗ mời giáo viên, liên kết với các cơ sở đào tạo hoặc tự tổ chức đào tạo tại cơ sở kinh doanh du lịch và tại các trung tâm dạy nghề của địa phương, trước mắt đáp ứng được một phần nhu cầu đào tạo tay nghề ở trình độ sơ cấp cho nhân viên phục vụ.

Phối hợp với các trường du lịch tổ chức đào tạo chính quy đồng thời đào tạo ngắn hạn thích ứng với hoạt động du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng ở các địa phương như đào tạo đội ngũ thuyết minh du lịch,... Ưu tiên tạo điều kiện thuận lợi cho con em các dân tộc thiểu số được đào tạo đồng bộ về cơ cấu ngành nghề du lịch với các trình độ từ sơ cấp nghề đến đại học và sau đại học; tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp tham gia tuyển dụng, sử dụng nhân lực du lịch là dân tộc thiểu số,...

Có thể tiến hành mở các lớp quản lý doanh nghiệp nhỏ và kinh tế gia đình cho chủ doanh nghiệp, chủ hộ có tham gia kinh doanh du lịch tại địa phương.

4. KẾT LUẬN

Do đặc điểm đặc biệt của du lịch là quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm các dịch vụ diễn ra đồng thời, thông qua đội ngũ lao động phục vụ trực tiếp, nên chất lượng của nguồn nhân lực ảnh hưởng trực tiếp, quyết định đến chất lượng của sản phẩm và dịch vụ du lịch. Để xây dựng thương hiệu du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc ngày càng bền vững, bên cạnh việc định hướng quy hoạch khai thác tốt các nguồn tài nguyên du lịch thì công tác đào tạo nguồn nhân lực cho ngành cũng cần được chú trọng: từ lực lượng lao động trực tiếp trong ngành cho đến lực lượng lao động gián tiếp tham gia vào hoạt động của địa phương. Vì suy cho cùng, yếu tố con người là

yếu tố quyết định cho sự thành công của ngành Du lịch của bất kỳ một địa phương nào.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Du Lịch Quốc gia Việt Nam, “Định hướng phát triển du lịch Tây Bắc”, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/20769>.
2. Lê Thúy Hằng, “Phát triển nguồn nhân lực vùng Tây Bắc- Thực trạng và giải pháp”, <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/thuc-tien/item/5352-phat-trien-nguon-nhan-luc-vung-tay-bac-thuc-trang-va-giai-phap.html>.
3. Nguyễn Mạnh Hùng (2019). *Phát triển nguồn nhân lực du lịch cho các tỉnh Trung du miền núi Bắc bộ*. Luận án tiến sỹ ngành Quản trị kinh doanh, Đại học Thương mại, Hà Nội.
4. Nguyễn Văn Lưu (Chủ biên) (2023), *Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực du lịch*. Nxb Tài chính.
5. Nguyễn Thị Thu Nhân (2010), *Phát triển du lịch gắn với cộng đồng dân tộc thiểu số ở Sa Pa theo hướng phát triển bền vững*. Luận văn Thạc sỹ ngành Du lịch học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
6. Nguyễn Minh Tuệ, Vũ Đình Hòa (Đồng chủ biên) (2017), *Địa lý du lịch và thực tiễn phát triển ở Việt Nam*, Nxb Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.

Phần IV
NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG

HỢP TÁC GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH MỚI: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (HUTECH)

PGS.TS. Nguyễn Quyết Thắng¹, TS. Nguyễn Thị Thu Hòa²

Tóm tắt: Hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp du lịch là nhu cầu khách quan, xuất phát từ lợi ích của cả hai phía. Ngành du lịch đang đóng vai trò quan trọng đối với việc phát triển kinh tế của đất nước, tuy nhiên, đại dịch COVID-19 đã có tác động nặng nề tới hoạt động của ngành du lịch. Nó mang tới thách thức vô cùng lớn đối với sự phát triển của nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt ảnh hưởng rất nhiều đến hoạt động của các doanh nghiệp du lịch và công tác đào tạo của nhà trường.

Bằng phương pháp tổng hợp, nghiên cứu tài liệu, thống kê phân tích và điều tra; nghiên cứu đã đi sâu vào xem xét thực trạng hợp tác giữa trường đại học mà trực tiếp là Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH) với các doanh nghiệp khối ngành du lịch để từ đó có giải pháp thúc đẩy việc hợp tác đào tạo nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp trong tình hình mới.

Từ khóa: hợp tác, liên kết đào tạo, trường đại học và doanh nghiệp, nguồn nhân lực.

1. GIỚI THIỆU

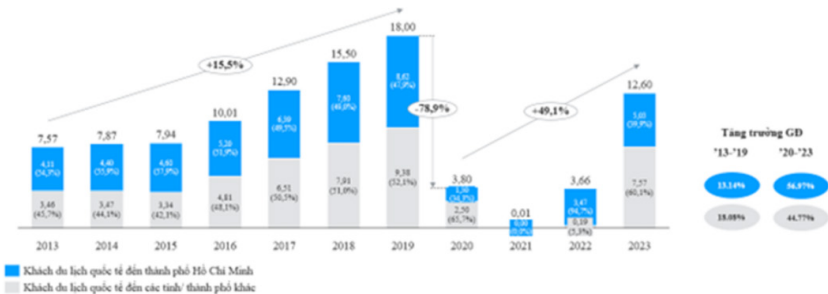
Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực luôn giữ vai trò quan trọng vì có tính quyết định đến sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của mọi tổ chức và quốc gia (Szivas & Riley, 1999; Marwan, 2014; UNWTO, 2021). Lĩnh vực du lịch – một lĩnh vực đang chịu ảnh hưởng rất lớn của dịch bệnh COVID-19 trên toàn cầu từ đầu năm

¹ Phó chủ tịch Liên chi Hội đào tạo du lịch Việt Nam (VITEA), Trưởng Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn; Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (Hutech) Email: nq.thang@hutech.edu.vn.

² Phó Trưởng Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn; Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (Hutech) Email: ntt.hoa@hutech.edu.vn.

2020 đến nay – công tác tuyển dụng và đảm bảo số lượng về nguồn nhân lực nhằm đáp ứng cho việc phục hồi và phát triển ngành du lịch trong bối cảnh mới hiện đang rất khó khăn (Hoa Đình Vu và cộng sự, 2021). Tuy nhiên, đây là hoạt động rất cần thiết đặc biệt đối với nhiều quốc gia đang từng bước mở cửa, khôi phục và thúc đẩy ngành du lịch phát triển sau COVID-19. Trong bối cảnh đất nước đang hội nhập nhanh với khu vực, thế giới và du lịch là một trong tám ngành nghề nằm trong thỏa thuận các ngành nghề được thừa nhận lẫn nhau trong khuôn khổ Cộng đồng Kinh tế ASEAN ra đời vào cuối năm 2015 (MRA-TP), thì việc đào tạo nhân lực cho lĩnh vực này càng được quan tâm, chú trọng (VITEA, 2022).

Sự hồi phục nhanh chóng của ngành du lịch sau dịch COVID-19 đòi hỏi nguồn nhân lực phải đáp ứng yêu cầu cao về số lượng và chất lượng ngày trở nên cấp bách. Thống kê sơ bộ thực trạng về số lượng nguồn nhân lực đáp ứng cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch sau giai đoạn phục hồi, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao đang trong giai đoạn đáng lo ngại vì hơn 80% người lao động bị mất việc hoặc chuyển sang làm nghề khác (Đào Thị Kim Biên, 2023). Theo Hiệp hội du lịch Việt Nam, ngành du lịch hiện cần khoảng 485 ngàn người, trong đó số lượng người quản lý khoảng 45 ngàn người. Dự báo đến năm 2025 Việt Nam cần khoảng 800.000 người trong cơ sở lưu trú, hơn 1 triệu người vào năm 2030 (Chính phủ, 2014).



Hình 1. Thống kê lượng khách du lịch đến TP.HCM giai đoạn 2013 – 2023

Nguồn: Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, 2024.

Riêng tại Thành phố Hồ Chí Minh, theo báo cáo sơ bộ từ Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh năm 2023 Thành phố đã gần 5 triệu

lượng khách quốc tế, gần 35 triệu lượt khách nội địa, tổng doanh thu du lịch ước đạt 160.000 tỉ đồng (tăng khoảng 25% so với năm 2019), điều này đã đưa Thành phố Hồ Chí Minh trở thành điểm đến có mức tăng trưởng doanh thu cao và đóng góp vào nguồn thu của Thành phố với tỷ lệ 11%. Đặc biệt trong 4 tháng đầu năm 2023 lượng khách quốc tế đến Thành phố Hồ Chí Minh tăng 1.106,7% so với cùng kỳ năm 2022, lượng khách du lịch nội địa tăng 54,7%. Tổng doanh thu đạt 51.147 tỷ đồng (tăng 75,5% so với năm 2022) (Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, 2024).



Hình 2. Đóng góp trực tiếp của du lịch TP.HCM vào GRDP thành phố

(Nguồn: Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, 2024)

Tương ứng với tình hình tăng của khách du lịch trong và ngoài nước sau dịch COVID-19 tại Thành phố Hồ Chí Minh, tình hình hoạt động của các đơn vị trong ngành đã có nhiều khởi sắc, điển hình: công suất phòng khách sạn đạt mức 85 – 90% (trong khi đầu năm 2022 chỉ đạt từ 10 – 20%); gần 70% doanh nghiệp lữ hành đã phục hồi và hoạt động trở lại, số lượng doanh nghiệp lữ hành đăng ký hoạt động tăng dần, tháng 5, 6/2022 doanh nghiệp xin rút giấy phép kinh doanh không có (Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, 2023).

Thống kê sơ bộ của Tổng cục Du lịch, (2022) cho biết sau khi kiểm soát được dịch bệnh COVID-19 du lịch đã mở cửa hoạt động trở lại nhưng đang gặp nhiều khó khăn về nguồn nhân lực do hơn 2 năm dịch nguồn nhân lực đã bỏ nghề để chuyển sang nghề khác, số lượng quay trở lại làm việc với ngành du lịch chiếm tỷ lệ nhỏ do họ đã ổn định với công việc mới, nguồn thu nhập ổn định và thời gian làm việc phù hợp hơn. Do đó, nguồn lao động đáp ứng nhu cầu phát triển cho

ngành du lịch trở nên cấp bách. Hơn thế nữa, số lượng người đăng ký tham gia học ngành du lịch các hệ đại học, cao đẳng, trung cấp giảm nhiều so với trước dịch COVID-19 đã làm cho tình hình thiếu hụt nguồn nhân lực của ngành du lịch ngày trở nên khan hiếm.

Trước sự khan hiếm về nguồn nhân lực du lịch sau dịch COVID-19 nên vấn đề này đã được trao đổi để cùng tìm phương pháp giải quyết thông qua các cuộc họp, hội thảo hay các phiên họp của ngành và các cơ quan quản lý. Bên cạnh đó, công tác phân tích và đánh giá chất lượng lao động của Việt Nam so với một số nước cũng được đề cập. Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, (2023) khi khảo sát và đánh giá năng suất và chất lượng nguồn nhân lực du lịch nói riêng và Việt Nam nói chung hiện nay đang ở mức thấp, điển hình: năng suất lao động tại khách sạn Việt Nam bằng 1/15 so với Singapore; 1/10 so với Nhật Bản; 1/5 so với Malaysia,... nguồn nhân lực đến từ các nước Thái Lan, Philippines, Malaysia, Singapore đang chiếm đa số trên thị trường Việt Nam, hầu như các khách sạn 4 – 5 sao của Việt Nam các vị trí lãnh đạo cao cấp đa số do người nước ngoài đảm nhiệm.

Để duy trì và phát triển tốt nguồn nhân lực du lịch cả về chất lượng và số lượng sau dịch, nhiều biện pháp được đề xuất thực hiện như: Về phía các cơ sở lưu trú: đưa ra các chính sách đãi ngộ tốt để giữ chân người lao động có kinh nghiệm, chất lượng cao; khuyến khích người lao động có kinh nghiệm trở lại làm việc; tăng cường đào tạo người lao động tại chỗ; chủ động kết nối với các cơ sở đào tạo du lịch để hợp tác và liên kết cùng đào tạo theo yêu cầu của doanh nghiệp,... Về phía cơ sở đào tạo: tăng cường liên kết với các doanh nghiệp để đào tạo theo đơn đặt hàng; đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng cũng như ứng dụng công nghệ mới vào trong đào tạo; khuyến khích người học chủ động trong học tập và rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp... một trong những biện pháp được áp dụng nhiều và đạt hiệu quả cao về đào tạo và nâng cao chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực đó là hoạt động hợp tác giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh mới (Tổng cục Du lịch, 2022).

Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH) được thành

lập vào tháng 8 năm 2014, trên cơ sở sát nhập Bộ môn du lịch được thành lập từ năm 2009 của Khoa Quản trị kinh doanh với 03 mã ngành đào tạo, gồm: Quản trị du lịch và lữ hành, Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống và Quản trị khách sạn; từ năm 2022 Khoa đào tạo thêm ngành Quản trị sự kiện. Kể từ ngày thành lập đến nay, Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn (HUTECH) đã không ngừng phát triển: số lượng sinh viên theo học ngày càng tăng, cơ sở vật chất được đầu tư hiện đại, đội ngũ giảng viên không ngừng nâng cao về mặt tri thức, kiến thức thực tiễn,... Bên cạnh đó, nhằm rút ngắn khoảng cách giữa lý thuyết và thực tiễn ngành nghề, trong thời gian qua Khoa đã không ngừng mở rộng quan hệ hợp tác với rất nhiều công ty du lịch, khách sạn, hệ thống nhà hàng lớn để làm nền tảng cho việc học tập, thực tập và nơi làm việc phù hợp cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Theo thống kê những năm vừa qua hơn 70% sinh viên của Khoa sau khi tốt nghiệp đã có việc làm tại các doanh nghiệp du lịch lớn, tỷ lệ còn lại (30%) tham gia các ngành nghề khác, hay học tiếp lên các bậc thạc sĩ, tiến sĩ; đi du học hoặc tự khởi nghiệp,... Đặc biệt, Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn (HUTECH) là đơn vị tiên phong tại Việt Nam triển khai chương trình Học kỳ doanh nghiệp (Sinh viên được học tập và làm việc tại doanh nghiệp gần 03 tháng), trở thành một điểm sáng trong đào tạo thực tế gắn với doanh nghiệp tại Việt Nam.

Nghiên cứu này nhóm tác giả tập trung bàn về thực trạng hợp tác giữa nhà trường mà trực tiếp là tại Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn (HUTECH) và doanh nghiệp du lịch trong công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

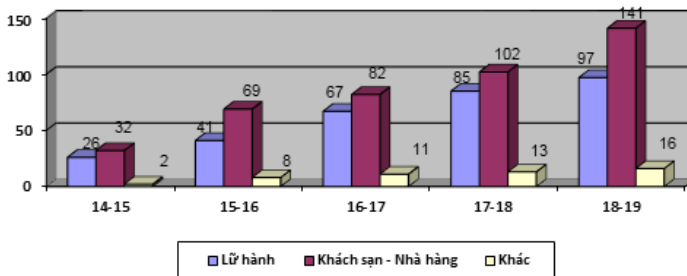
2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu trong bài viết là phương pháp thống kê, phân tích và nghiên cứu tài liệu kết hợp với phương pháp điều tra. Nguồn số liệu sơ cấp của nghiên cứu chủ yếu được lấy từ kết quả điều tra khảo sát sinh viên 2021 – 2023. Nguồn dữ liệu thứ cấp được lấy từ Báo cáo của nhà trường, của Khoa về hợp tác doanh nghiệp; Số liệu từ niên giám thống kê, Tổng cục Du lịch, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, số liệu từ các tạp chí, hội thảo khoa học,...

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp ngành du lịch tại Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

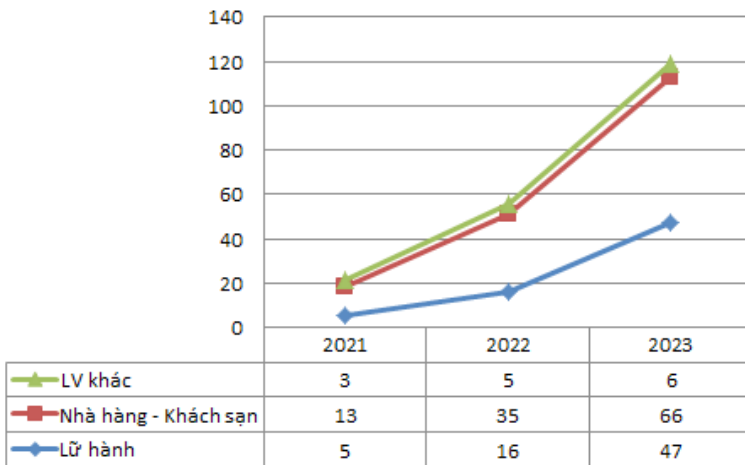
Trước dịch COVID-19 hoạt động hợp tác của Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn với các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch được chú trọng, số lượng các đơn vị hợp tác trong hoạt động đào tạo tăng dần theo thời gian. Khoa đã đặt mối quan hệ tích cực với nhiều Cơ quan quản lý nhà nước; các Doanh nghiệp trung ương và địa phương trong cả nước; các tổ chức, hiệp hội, lãnh sự quán các nước tại Việt Nam,... các công ty du lịch – dịch vụ như: Tổng công ty cụm hàng không miền Nam; Saigontourist; BenThanh Tourist; Vietravel; Tập đoàn Vingroup; Tập đoàn khách sạn quốc tế InterContinental; khách sạn Caravelle; khách sạn Majestic; khách sạn Sheraton; khách sạn Park Hyatt; Khách sạn Rex Sài Gòn; Hệ thống nhà hàng Metropole; Hệ thống Gem Center; nhà hàng White Palace,... Ngoài các Công ty lữ hành, khách sạn – nhà hàng, Khoa còn hợp tác với các đơn vị khác như các cơ quan quản lý nhà nước (Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch các tỉnh thành, Trung tâm xúc tiến du lịch,...), Công ty tổ chức sự kiện, Công ty phục vụ hàng không, Hiệp hội du lịch,... Việc hợp tác được tổ chức trên nhiều mặt như: Gửi sinh viên thực tập, học kỳ doanh nghiệp, mời doanh nghiệp tham gia giảng dạy, góp ý chương trình, giới thiệu việc làm cho doanh nghiệp, đào tạo cho nhân viên doanh nghiệp v.v...



Hình 3. Số lượng doanh nghiệp Khoa hợp tác qua các năm học

(Nguồn: Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, 2020)

Trong giai đoạn dịch COVID-19 tất cả các trường đại học tại Việt Nam đều chuyển sang hình thức học online, đặc biệt khi chính phủ áp dụng các chỉ thị 16 để giãn cách xã hội nhằm kiểm soát dịch bệnh, mọi hoạt động trực tiếp đều tạm ngưng; trong khi đó các doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực du lịch bị ảnh hưởng tiêu cực dẫn tới nhiều doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, ăn uống phải đóng cửa,... (Tổng cục Thống kê, 2022). Sau dịch COVID-19 sự biến động của ngành du lịch quá lớn về nhân sự nên hoạt động hợp tác với các đơn vị hầu như làm lại từ đầu, bên cạnh đó số lượng các đơn vị gặp khó khăn sau dịch vẫn còn, vì thế số lượng đơn vị tham gia hợp tác trong đào tạo giảm so với thời gian trước dịch.



Hình 4. Tình hình hợp tác các Doanh nghiệp du lịch từ năm 2021 – 2023

3.1.1. Công tác giới thiệu thực tập và phối hợp triển khai Học kỳ doanh nghiệp

Việc giới thiệu cho sinh viên thực tập tại doanh nghiệp là hoạt động thường xuyên của Khoa qua các năm học. Bên cạnh việc duy trì hợp tác với các đơn vị cũ, Khoa đều cố gắng mở rộng thêm các đơn vị mới nhằm tạo cơ hội thực tập cho sinh viên. Hàng năm trước mỗi đợt thực tập tốt nghiệp, Khoa đều cử cán bộ, giảng viên liên hệ mở rộng doanh nghiệp nhằm tạo cơ hội cho sinh viên thực tập. Đặc biệt, Khoa cũng thường xuyên có các hoạt động gắn kết doanh nghiệp, trao đổi thông tin với các doanh nghiệp đang có sinh viên thực tập, kịp thời điều chỉnh các sự cố và sự việc phát sinh trong quá

trình thực tập của sinh viên v.v.. Chính các hoạt động này đã làm cho chất lượng thực tập được nâng lên và nâng cao sự gắn kết chặt chẽ giữa Khoa và doanh nghiệp,...

Bảng 1. Thống kê các hoạt động hỗ trợ sinh viên năm 2023

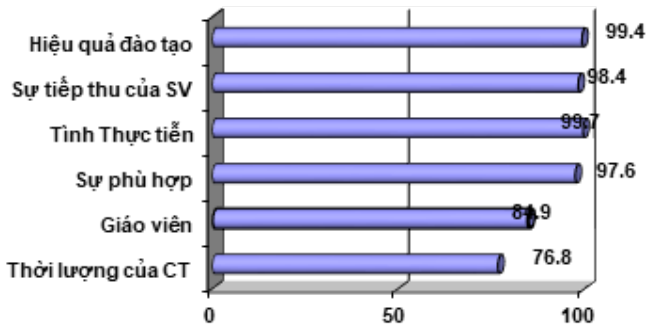
STT	Nội dung	Đơn vị tính	Thực hiện
1	Quan hệ doanh nghiệp Hợp tác thực tế Ký kết hợp tác	Doanh nghiệp MOU	26 05
2	Giới thiệu việc làm	Sinh viên	1057
3	Giới thiệu thực tập*	Sinh viên	150
4	Đăng tin việc làm đơn vị	Doanh nghiệp	239
5	Đăng tin giới thiệu thực tập	Doanh nghiệp	239
6	Hoạt động cựu sinh viên	Người	30

(*) Số lượng sinh viên trên do Khoa giới thiệu, chưa tính sinh viên tự xin nơi thực tập

Nguồn: Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, 2024.

Một trong những thành công và ghi nhận sự gắn kết hợp tác chặt chẽ của Khoa với doanh nghiệp đó là chương trình “Học kỳ doanh nghiệp”. Học kỳ doanh nghiệp được hiểu là đi học tại doanh nghiệp trong suốt một học kỳ, chứ không phải chỉ là những chuyến tham quan ngắn. Học kỳ doanh nghiệp được triển khai lần đầu tiên vào năm 2015 tại Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH) với thời gian 03 tháng (thường tổ chức định kỳ vào tháng 11 năm này đến hết tháng 01 năm sau). Sinh viên được cử về làm việc tại các doanh nghiệp du lịch, vừa học và làm việc như một nhân viên chính thức nhằm củng cố kỹ năng chuyên môn và tạo điều kiện cho sinh viên sớm tiếp xúc với môi trường làm việc thực tế. Tại Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH), sinh viên tham gia Học kỳ doanh nghiệp tại các khách sạn, resort, trung tâm hội nghị hàng đầu, đạt chuẩn cao quốc tế như: Tại Thành phố Hồ Chí Minh: Khách sạn Majestic, khách sạn Rex Sài Gòn, Khách sạn InterContinental, Gem Center, hệ thống The Adora, Shri Restaurant & Lounge,... Tại

Phú Quốc: tập đoàn Vinpearland; Sol Beach House hotel 4*; Shri Restaurant & Lounge,... dự kiến chương trình này sẽ được tiếp tục mở rộng đến các tỉnh như: Vũng, Tàu, Phan Thiết, Nha Trang,... Nhằm đánh giá hiệu quả của chương trình Học kỳ doanh nghiệp, nhóm nghiên cứu thực hiện khảo sát các chuyên gia cũng như giám sát viên tại doanh nghiệp du lịch. Kết quả được thể hiện ở hình dưới đây.



Hình 6. Đánh giá của chuyên gia và giám sát viên về hiệu quả của chương trình

Nguồn: Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, 2024.

Nhìn chung, mô hình này đã đem lại hiệu quả tích cực về mọi mặt, tạo sức lan tỏa đến các cơ sở đào tạo ngành du lịch, sau khi mô hình Học kỳ doanh nghiệp của HUTECH tổ chức thành công đã được các trường đào tạo ngành du lịch học hỏi và áp dụng tại đơn vị, chẳng hạn như: Trường Đại học Kinh tế – Tài chính; Trường Đại học Nguyễn Tất Thành; Trường Đại học Tôn Đức Thắng; Trường Đại học quốc tế Sài Gòn...

3.1.2. Công tác giới thiệu việc làm

Sau dịch COVID-19, những doanh nghiệp trong ngành du lịch có sự thay đổi lớn về nhân sự lẫn loại hình hoạt động, thậm chí có những doanh nghiệp giải thể. Do đó, Ban Lãnh đạo khoa trong năm 2023 đã nỗ lực không ngừng trong việc kết nối và tạo mối quan hệ với các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch. Ngoài việc giới thiệu việc làm cho sinh viên của Khoa nói riêng và sinh viên toàn trường nói chung qua đăng tin tuyển dụng của các đơn vị gửi đến, Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn phối

hợp cùng Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh; Hiệp hội Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh và Liên chi hội đào tạo du lịch Việt Nam (VITEA) tổ chức ngày hội Hutech Tourism Happy Day 2022 có sự đồng hành gần 50 doanh nghiệp giới thiệu và tuyển dụng hơn 2.000 đầu việc, thu hút số lượng sinh viên của Khoa và HUTECH tham gia. Tiếp nối sự thành công của ngày hội Hutech Tourism Happy Day năm 2022, năm 2023 Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn tiếp tục đồng hành với Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh; Hiệp hội du lịch Thành phố Hồ Chí Minh; Hiệp hội đào tạo du lịch Việt Nam và các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ. Ngày hội trở thành cầu nối giữa nhà tuyển dụng và người lao động có chất lượng (sinh viên đang theo học ngành du lịch); là cơ hội kết nối giữa nhà trường và doanh nghiệp trong công tác đào tạo và tuyển dụng, giới thiệu những sản phẩm dịch vụ mới hiện nay.



Hình 7. Hutech Tourism Happy Day 2022

Hình 8. Hutech Tourism Happy Day 2023

3.1.3. Tham gia vào các hoạt động đào tạo

Hợp tác đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp về công tác đào tạo thể hiện ở các hoạt động như: mời cán bộ doanh nghiệp tham gia giảng dạy các môn nghiệp vụ, diễn thuyết; mời tham gia góp ý chương trình đào tạo; đề tài khoa học, tập huấn cho nhân viên doanh nghiệp v.v.

Bảng 2. Các hình thức hợp tác trong hoạt động đào tạo

Stt	Hình thức	Đvt	Số lượng	Ghi chú
1.	Góp ý chương trình đào tạo	C/trình	04	Với 16 chuyên gia của DN
2.	Giảng dạy/diễn thuyết tại trường đại học	Người	35	-
3.	Ban giám khảo, hỗ trợ các cuộc thi của sinh viên	Người	09	05 cuộc thi
4.	Tổ chức lớp đào tạo cho nhân viên doanh nghiệp	Lớp	05	03 DN
5.	Phối hợp chấm điểm cho sinh viên đi Tour	Người	30	-
6.	Phối hợp chấm điểm sinh viên học thực hành	Người	12	-

(Nguồn: Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn, 2024)

Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng đào tạo, đẩy mạnh việc hội nhập quốc tế, Khoa cũng đã mở rộng việc liên kết hợp tác quốc tế và trao đổi chuyên gia. Hiện tại Khoa đang có các chương trình đào tạo theo chuẩn các nước có ngành du lịch phát triển như Liên kết đào tạo với đại học CYU Cergy Paris (Pháp), Hệ đào tạo chuẩn Nhật Bản, Hệ đào tạo chuẩn Hàn Quốc,... Điều này đã góp phần tạo điều kiện giao lưu, trao đổi học thuật, nâng cao chất lượng đào tạo đạt chuẩn quốc tế của sinh viên tại Khoa.



**Hình 9. MOU Jeju University
(Hàn Quốc)**



Hình 10. MOU CYU (Pháp)

3.1.4. Một số hoạt động khác

Ngoài việc triển khai các hoạt động hợp tác chính như: Học kỳ doanh nghiệp; Giới thiệu việc làm, thực tập cho sinh viên; mời doanh nghiệp tham gia góp ý vào các chương trình đào tạo,... Khoa còn triển khai thêm các hoạt động phối hợp những đơn vị ký MOU để tổ chức các chương trình học ngắn ngày tại đơn vị thông qua những môn học như: Kiến tập nhà hàng; Kiến tập khách sạn; Tổ chức các chương trình hotel tour; các tour miền Tây, miền Trung,... hơn thế nữa Khoa còn tổ chức mở các lớp đào tạo theo đơn đặt

hàng từ các doanh nghiệp, chẳng hạn như: Kỹ năng tổ chức sự kiện cho đội ngũ người lao động khách sạn Majestic Sài Gòn; đào tạo chương trình thạc sĩ ngành Quản trị dịch vụ Du lịch & Lữ hành cho Vietravel,...



Hình 11. Mr Martin Yan giao lưu và biểu diễn tại Đêm hội Văn hóa



Hình 12. Trao đổi văn hóa BU (Thái Lan)

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt đạt được cũng có những mặt tồn tại và vướng mắc trong quá trình hợp tác giữa hai bên. Một vài bài học kinh nghiệm rút ra để hoạt động hợp tác được tốt hơn, cụ thể:

- Bên cạnh việc mở rộng các doanh nghiệp du lịch, cần phải sàng lọc các doanh nghiệp thật sự có nhu cầu, lý do nhiều doanh nghiệp mặc dù hợp tác nhiều năm nhưng vẫn không triển khai nội dung đã ký kết;

- Thành công của hợp tác là chia sẻ thông tin giữa hai bên, vì vậy cần có sự kết nối, chia sẻ thông tin chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp. Nhà trường và doanh nghiệp nên cử người theo dõi và thường xuyên trao đổi thông tin trong quá trình thực hiện hoạt động hợp tác đào tạo.

- Trước các đợt thực tập hay Học kỳ doanh nghiệp cần làm tốt công tác truyền thông cho sinh viên về tính kỷ luật, tác phong nghề nghiệp và chuẩn bị tâm lý khi bước vào một môi trường mới v.v.. Bởi chỉ cần một vài sinh viên không chấp hành kỷ luật sẽ ảnh hưởng rất lớn đến chương trình hợp tác với doanh nghiệp.

- Một số chương trình hợp tác như Học kỳ doanh nghiệp, sinh viên đi về doanh nghiệp năm thứ 2, vì vậy cần bố trí chương trình đào tạo hoặc đào tạo bổ sung một số môn thực hành để chuẩn bị cho sinh viên tiếp cận thực tế. Bên cạnh đó, cơ sở đào tạo rất cần

một nguồn giáo viên đúng chuyên môn, cơ sở vật chất cho việc đào tạo thực hành tốt.

- Để các chương trình hợp tác thành công cần có sự linh động của cả hai bên. Đặc biệt những người tham gia vào chương trình này của cả doanh nghiệp và nhà trường cần có chuyên môn và sự cảm thông, hỗ trợ lẫn nhau.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao việc hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn trong đào tạo nguồn nhân lực

Từ thực trạng nêu trên, để nâng cao hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực cần phải tiến hành nhiều giải pháp đồng bộ. Đặc biệt là sự hỗ trợ từ phía nhà nước nhằm Xây dựng chính sách và tạo cơ chế cho việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch, cơ chế nhằm gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp v.v.. Tuy nhiên, đứng ở góc độ giữa nhà trường và doanh nghiệp, theo chúng tôi, trước mắt, cần tập trung vào một số giải pháp sau:

3.2.1. Đối với các cơ sở đào tạo ngành du lịch

3.2.1.1. Đứng ở góc độ Nhà trường

- Tiếp tục đẩy mạnh chính sách đã có về hỗ trợ hoạt động hợp tác giữa nhà trường (mà trực tiếp là Khoa) với doanh nghiệp. Cần tiếp tục nghiên cứu các chính sách cho người phụ trách và giảng viên phụ trách công tác hợp tác doanh nghiệp,...

- Hiện tại hệ thống phòng thực hành của nhà trường đã được đầu tư khá hiện đại, tuy nhiên cần tiếp tục đầu tư mở rộng phòng thực hành nhằm đáp ứng số lượng sinh viên ngày càng tăng,...

- Bên cạnh các nguồn hỗ trợ, Nhà trường nên bổ sung thêm các cơ chế khuyến khích và động viên trong công tác đào tạo nâng cao tay nghề của giảng viên, nên có chính sách cử các giảng viên trẻ về doanh nghiệp để tăng cường tính thực tiễn,... như một số trường đại học trên thế giới đã thực hiện.

- Mở rộng nội dung hợp tác đào tạo sau dịch COVID-19 như: tổ chức các lớp chia sẻ kinh nghiệm giữa đội ngũ lao động của Trường và Doanh nghiệp; tổ chức các chương trình nghỉ dưỡng kết hợp hội

hợp tại các doanh nghiệp du lịch đã ký kết với chính sách giá ưu đãi từ doanh nghiệp,... như vậy hợp tác giữa hai bên vẫn tiếp tục được duy trì, hỗ trợ và tạo điều kiện để cùng nhau phát triển sau dịch COVID-19.

3.2.1.2. *Đứng ở góc độ Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn*

- Cần có sự chủ động trong việc hợp tác với doanh nghiệp. Thành công của việc hợp tác là chia sẻ thông tin giữa hai bên, Khoa cần xây dựng cơ chế thông tin như cử người phụ trách tiếp nhận thông tin với doanh nghiệp, chia nhóm các doanh nghiệp và phân công giáo viên đảm nhiệm quan hệ doanh nghiệp, duy trì kênh liên lạc giữa lãnh đạo Khoa và lãnh đạo doanh nghiệp;...

- Tham mưu cho nhà trường trong việc xây dựng cơ chế hợp tác doanh nghiệp, đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho việc giảng dạy, thực hành, thực tập của sinh viên ngành du lịch v.v...

- Khuyến khích, hỗ trợ đội ngũ giảng viên nâng cao trình độ, kỹ năng về nghiệp vụ; Tham mưu và đề xuất với nhà trường cơ chế trong việc đào tạo, nâng cao trình độ của giảng viên đặc biệt là nâng cao tính thực tiễn;

- Định kỳ mời doanh nghiệp tham gia góp ý chương trình đào tạo nhằm điều chỉnh chương trình đào tạo sát với thực tế. Ngoài ra, nên tiếp tục phát huy sự gắn kết giữa Khoa với doanh nghiệp ở nhiều mặt công tác khác như mời chuyên gia doanh nghiệp tham gia góp ý đề tài nghiên cứu khoa học sinh viên, thành viên giám khảo các cuộc thi nghiệp vụ, hướng dẫn sinh viên,...

- Làm tốt công tác truyền thông cho sinh viên trong những đợt sinh viên tham gia Học kỳ doanh nghiệp; Thực tập tốt nghiệp,... Điều này có ý nghĩa rất quan trọng đối với quá trình đi học và thực tập của sinh viên cũng như chương trình hợp tác với doanh nghiệp;

- Cần tổ chức các buổi tổng kết rút kinh nghiệm sau mỗi đợt hợp tác giữa Khoa với doanh nghiệp định kỳ để có giải pháp phối hợp tốt hơn trong tương lai.

- Trong giai đoạn dịch COVID-19 khi mọi hoạt động của các doanh nghiệp du lịch tạm ngừng, Khoa có thể mời lãnh đạo các

công ty lữ hành, hệ thống nhà hàng – khách sạn cao cấp đã hợp tác để cùng tham gia giảng dạy online, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm thực tế liên quan đến ngành nghề,... Sau khi dịch bệnh được kiểm soát, Khoa cần đẩy mạnh phối hợp với các doanh nghiệp du lịch bàn bạc, điều chỉnh và bổ sung những nội dung hợp tác để đảm bảo quyền lợi của các bên tham gia, luôn thực hiện hợp tác trên nguyên tắc: hỗ trợ và đôi bên cùng có lợi.

3.2.2. Đối với Doanh nghiệp du lịch

- Doanh nghiệp cũng cần chủ động hơn trong việc hợp tác với Nhà trường. Kinh nghiệm từ việc hợp tác thành công với một số các đơn vị doanh nghiệp trong những năm qua đã cho thấy: Doanh nghiệp nào nhận thức rõ về lợi ích của việc hợp tác và có chương trình kế hoạch hợp tác cụ thể thì việc phối hợp với nhà trường sẽ thành công;

- Doanh nghiệp nên có cơ chế gắn kết với cơ sở đào tạo trong việc nhận sinh viên thực tập, thực hành... để chuẩn bị đội ngũ nguồn cho đơn vị trong tương lai. Trong bối cảnh nghề Du lịch – Nhà Hàng – Khách sạn đang phát triển nóng, nhiều doanh nghiệp đã tìm kiếm nguồn lao động bổ sung từ nguồn sinh viên rất sáng tạo như ký hợp đồng lao động dài hạn nhưng không cố định về thời gian hoặc lập các nhóm sinh viên làm việc bán thời gian khi có nhu cầu,...

- Doanh nghiệp cũng cần lưu ý đến các khía cạnh hợp tác khác có lợi cho doanh nghiệp như Hợp tác với các cơ sở đào tạo có uy tín để triển khai các công tác đào tạo cho nhân viên của đơn vị mình, nghiên cứu ứng dụng tại doanh nghiệp v.v;...

- Cần có cơ chế chia sẻ thông tin với nhà trường trong việc hợp tác giữa hai bên. Thiết lập kênh liên hệ chặt chẽ với Nhà trường trong hợp tác thông qua cử người đảm trách. Làm tốt công tác truyền thông với nhân viên tại đơn vị trong việc hợp tác.

- Đặc biệt trong giai đoạn dịch bệnh COVID-19 đã tác động không nhỏ đến tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là sự biến động nhân sự rất lớn trong những doanh nghiệp này: tỷ lệ người lao động nghỉ việc, chuyển đổi ngành nghề chiếm tỷ trọng cao,... như vậy, sau khi dịch bệnh được kiểm

soát và doanh nghiệp hoạt động trở lại, doanh nghiệp sẽ thiếu hụt một nguồn nhân lực làm việc rất lớn, vì thế hợp tác với các trường đại học là một giải pháp tốt nhất trong giai đoạn hiện nay.

4. KẾT LUẬN

Đẩy mạnh việc hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch sẽ góp phần tích cực trong việc nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Để thúc đẩy việc liên kết chặt chẽ giữa trường đại học và doanh nghiệp du lịch cần có sự phối hợp, gắn kết chặt chẽ từ ba nhà: Nhà nước – Nhà trường và nhà Doanh nghiệp. Tuy nhiên, đứng ở góc độ nhà trường và doanh nghiệp để hợp tác hiệu quả cần triển khai đồng bộ nhiều mặt công tác như: hoàn thiện khung chương trình đào tạo, phát triển cơ sở vật chất trong đào tạo, xây dựng cơ chế phối hợp v.v.. Có như vậy việc phát triển hoạt động hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch mới đảm bảo tính bền vững và đạt được những mục tiêu đề ra, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội địa phương và đất nước.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Chính phủ, (2014). *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*.
2. Đào Thị Kim Biên, (2023). "Khắc phục sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành du lịch Việt Nam hiện nay". *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, 19, 11 – 14.
3. Hoa Dinh Vu, Anh Thi Ngoc Nguyen, Nga Thi Phuong Nguyen và Duy Ba Tran, (2021). "Impacts and restoration strategy of the tourism industry post-COVID-19 pandemic: Evidence from Vietnam". *Journal of Tourism Futures*, 1 – 13.
4. Marwan, M. S., (2014). "The role of human resources management practices reprinted by employee's recruitment and training and motivation for realization of competitive advantage". *African Journal of Business Management*, 8(1), 35 – 47.
5. <https://sodulich.hochiminhcity.gov.vn/Home/moduleId/564/ma/TTCD/key/3131/controller/HanhChinhDuKhach/action/HoatDongSDL>, ngày truy cập 21/03/2024

6. Szivas, E. & Riley, M. (1999). "Tourism employment in conditions of economic transition: The case of Hungary". *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 747 – 771.
7. Tổng cục Thống kê (2021). "Doanh thu du lịch lữ hành giảm sâu do dịch Covid-19". <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/06/doanh-thu-du-lich-lu-hanh-giam-sau-do-dich-covid-19/12/09/2021>.
8. Tổng cục Du lịch (2022), *Tình hình kinh doanh du lịch năm 2021*. Hà Nội.
9. <https://vitea.vn/giai-phap-nang-cao-chat-luong-dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-tai-thanh-pho-ho-chi-minh-trong-thoi-ky-hoi-nhap-asean-a7043.html>, ngày truy cập 21/03/2024.
10. <https://vietnamtourism.gov.vn/>, ngày truy cập 21/03/2024.
11. <https://itdr.org.vn/>, ngày truy cập 21/03/2024.
12. UNWTO, (2021). *How COVID-19 is changing the world: A statistical perspective Volume III*. The Committee for the Coordination of Statistical Activities (CCSA).

NGHIÊN CỨU HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO GẮN VỚI THỰC TIỄN DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI SINH VIÊN NGÀNH KHÁCH SẠN: KHẢO SÁT TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHENIKAA

TS. Trần Đức Thành¹, ThS. Lê Quang Huy

Tóm tắt: Bài nghiên cứu này đánh giá tình hình triển khai cũng như hiệu quả của việc đào tạo gắn với vận hành thực tiễn đối với sinh viên ngành khách sạn tại trường đại học Phenikaa. Nghiên cứu này thu thập những hiểu biết sâu sắc từ các giảng viên, sinh viên và giám đốc nhân sự khách sạn thông qua các cuộc phỏng vấn sâu nhằm mục đích đánh giá tầm quan trọng của việc đào tạo ngành khách sạn gắn với thực tiễn vận hành. Kết quả nêu bật những kỹ năng và năng lực làm việc, bất chấp những thách thức như gánh nặng tài chính do thực tập không hưởng lương. Nghiên cứu này đóng góp những hiểu biết có giá trị vào việc tối ưu hóa giáo dục khách sạn bằng cách nêu bật những lợi ích của đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn và đề xuất giải pháp cho những thách thức của điều đó, từ đó hỗ trợ các cơ sở giáo dục và các nhà lãnh đạo trong doanh nghiệp ngành chuẩn bị tốt hơn cho sinh viên và cho sự nghiệp của họ. Nghiên cứu này không chỉ giúp cho Trường Đại học Phenikaa mà còn góp phần để các cơ sở đào tạo khác có được những góc nhìn đa chiều hơn về công tác đào tạo ngành khách sạn.

Từ khóa: đào tạo gắn thực tiễn, ngành Quản trị khách sạn, Phenikaa.

RESEARCH ON OPERATION – INTEGRATED TRAINING FOR HOTEL MANAGERMENT STUDENTS: A SURVEY AT PHENIKAA UNIVERSITY

Abstract: This research paper evaluates the deployment and effectiveness of operation practice-integrated training for hotel management students at Phenikaa university. The study collects profound insights from lecturers, students, and hotel human resource managers through in-depth interviews, aiming to assess the significance of embedding practical operations into hotel management training. The results highlight essential work skills and capabilities, despite challenges such as financial burden of unpaid internships. This study provides valuable insights into optimizing hotel management education by emphasizing the advantages of practical operation integration and suggesting solutions to its challenges. Thus, it supports educational institutions and industry leaders in better preparing students for their future careers. While focusing on Phenikaa university, this research also contributes broader perspectives on hotel management training for other educational institutions.

Keywords: Operation practice-integrated training, hotel management, Phenikaa.

¹ Khoa Du lịch, Trường Đại học Phenikaa, thanh.tranduc@phenikaa–uni.edu.vn.

1. GIỚI THIỆU CHUNG

Đặc trưng của ngành khách sạn được nhấn mạnh bởi tính chất năng động và vai trò quan trọng của dịch vụ khách hàng, đòi hỏi một lực lượng lớn lao động không chỉ am hiểu về mặt lý thuyết mà còn thành thạo trong các hoạt động thực tế. Lĩnh vực đang phát triển này, bao gồm nhiều dịch vụ khác nhau như lưu trú, ẩm thực, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe, đóng góp đáng kể cho nền kinh tế toàn cầu bằng cách cung cấp các dịch vụ đa dạng và tạo ra cơ hội việc làm đáng kể. Bản chất thành công của ngành nằm ở chất lượng tương tác giữa nhân viên và khách, cũng như tính độc đáo và hiệu quả của các dịch vụ được cung cấp. Nhận thức được tầm quan trọng tối cao của lực lượng lao động lành nghề trong việc đạt được sự hài lòng của khách hàng và thành công của tổ chức, việc tập trung giải quyết các thách thức về nguồn nhân lực trong khách sạn đã trở nên rõ ràng hơn bao giờ hết. Các nghiên cứu gần đây, bao gồm Dwesini (2019) đã nhấn mạnh những tác động bất lợi của tỷ lệ luân chuyển nhân viên cao đối với chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, nhấn mạnh hơn nữa sự cần thiết của các biện pháp quản lý nguồn nhân lực chiến lược. Trong bối cảnh này, việc tích hợp đào tạo vận hành thực tiễn vào trong chương trình giảng dạy nổi lên như một cách tiếp cận then chốt để chuẩn bị cho sinh viên những vai trò tương lai của họ trong ngành khách sạn.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan tình hình nhân sự trong ngành khách sạn

Ngành khách sạn, với nhiều lĩnh vực bao gồm dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu thông qua việc cung cấp dịch vụ phong phú và khả năng tạo ra các cơ hội việc làm đáng kể (Brotherton, 1999). Do đó, thành phần nguồn nhân lực của khách sạn có tầm quan trọng tối cao vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng, lòng trung thành của khách hàng và thành công chung của doanh nghiệp. Vấn đề nguồn nhân lực trong ngành khách sạn là không thể phủ nhận. Dwesini (2019) đã chỉ ra rằng tỷ lệ luân chuyển nhân

viên cao không chỉ phát sinh chi phí tuyển dụng và đào tạo đáng kể mà còn ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Hơn nữa, tính chất toàn cầu của ngành khách sạn đòi hỏi một lực lượng lao động lớn có năng lực về văn hóa và có khả năng tương tác với khách hàng từ nhiều nguồn gốc khác nhau. Yêu cầu này nhấn mạnh thêm vào các hoạt động tuyển dụng, đào tạo và phát triển trong ngành. Không những vậy, đặc điểm nhu cầu cao theo mùa của ngành thường dẫn đến sự phụ thuộc vào nhân viên bán thời gian hoặc tạm thời, làm phức tạp nỗ lực duy trì sự ổn định chất lượng cao của dịch vụ. Sự phát triển nhanh chóng về kỳ vọng của khách hàng, được thúc đẩy bởi sự phát triển công nghệ và xu hướng lối sống thay đổi, đòi hỏi một lực lượng lớn lao động sáng tạo, am hiểu công nghệ và có khả năng mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho khách hàng. Việc đáp ứng những nhu cầu về nguồn nhân lực này đặt ra những thách thức đáng kể cho các nhà quản lý khách sạn và nhấn mạnh sự cần thiết của các hoạt động quản lý chiến lược nguồn nhân lực. Điều này bao gồm các chiến lược tuyển dụng sáng tạo nhằm thu hút nhân tài phù hợp; kết hợp với các trường đại học, để tạo ra các chương trình đào tạo và phát triển toàn diện nhằm nâng cao kỹ năng và triển vọng nghề nghiệp của nhân viên hiện tại cũng như sinh viên đang theo học với đam mê theo ngành này (Green và Erdem, 2016). Việc tích hợp các chương trình đào tạo với các hoạt động vận hành thực tiễn không chỉ nâng cao kỹ năng của các nhân viên tương lai mà còn cải thiện chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp.

2.2. Tầm quan trọng của đào tạo ngành khách sạn trong các trường đại học

Đào tạo bậc đại học là một phần không thể thiếu trong việc trang bị cho sinh viên sự kết hợp phong phú giữa kiến thức lý thuyết và kỹ năng vận hành thực tiễn, phù hợp với nhu cầu và thách thức đặc biệt trong ngành (Jeffrey, 2018). Mô hình giáo dục này còn mở rộng ra ngoài việc truyền đạt năng lực vận hành, còn nhằm mục đích phát triển sự hiểu biết toàn diện về ngành, bao gồm quản lý chiến lược, tiếp thị, sự nhạy bén về thị trường, tài chính và nhiều điều khác nữa. Các kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm,

lãnh đạo và trí tuệ cảm xúc được nhấn mạnh, thừa nhận rằng chất lượng tương tác của con người đóng một vai trò quan trọng trong sự hài lòng và lòng trung thành của khách. Các chương trình này thường bao gồm mô phỏng, nghiên cứu trường hợp và bài tập nhập vai mô phỏng các tình huống thực tế, cho phép sinh viên rèn luyện các kỹ năng này trong môi trường chân thực và được kiểm soát. Những cơ hội như vậy cho phép sinh viên áp dụng việc học tập của mình vào môi trường thực tế, mang đến cái nhìn rõ hơn về sự phức tạp và thách thức trong hoạt động của ngành. Những kinh nghiệm này là vô giá trong việc củng cố kiến thức, điều này có thể nâng cao đáng kể cơ hội việc làm và triển vọng nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp. Bên cạnh đó, các chương trình đào tạo đại học thường duy trì mối liên quan chặt chẽ với các doanh nghiệp trong ngành, cho phép việc phát triển chương trình giảng dạy phù hợp hơn với các tiêu chuẩn ngành hiện tại và xu hướng trong tương lai (Link và các đồng nghiệp, 2015). Sự hợp tác này đảm bảo rằng nền giáo dục được cung cấp phù hợp, cập nhật và đáp ứng nhu cầu ngành khách sạn, từ đó thu hẹp khoảng cách giữa học tập lý thuyết và thực hành thực tế. Tóm lại, đào tạo ngành khách sạn tại các trường đại học không chỉ là con đường giáo dục, mà còn là khoản đầu tư quan trọng cho tương lai của chính ngành này. Bằng cách nuôi dưỡng một lực lượng lớn lao động vừa có kỹ năng kiến thức, vừa có tính đổi mới cũng như khả năng thích ứng và cam kết hướng tới sự xuất sắc, các trường đại học đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy lĩnh vực khách sạn. Khi ngành tiếp tục phát triển để đáp ứng các xu hướng, thách thức và nhu cầu toàn cầu, không thể đánh giá thấp tầm quan trọng của đào tạo đại học trong việc chuẩn bị cho thế hệ chuyên gia khách sạn tiếp theo, củng cố năng lực của ngành để phát triển trong thị trường ngày càng cạnh tranh và phức tạp.

2.3. Đào tạo gắn với thực tiễn vận hành khách sạn

Bonwell và Eison (1991) đã nhận định rằng đào tạo gắn với thực tiễn bắt nguồn từ các nguyên tắc học tập chủ động và học tập trải nghiệm, trong đó nhấn mạnh rằng người học tiến bộ từ việc

chuyển trạng thái quan sát và lắng nghe sang tích cực tham gia vào các vấn đề, bài học được dạy. Một cách để hiểu rõ ràng hơn là thông qua sự trình bày của Lave và Wenger (1991), trong đó cho thấy rằng việc học có hiệu quả nhất khi các cá nhân tham gia vào một cộng đồng thực hành thực tiễn thay vì học tập lý thuyết một cách đơn độc. Do đó, sinh viên phải có khả năng tương tác với bối cảnh công việc thực tế và thực hiện các hoạt động công việc đích thực như một phần của trải nghiệm đại học của mình. Tích hợp đào tạo với hoạt động vận hành thực tiễn cho sinh viên đại học, đặc biệt là những người theo đuổi sự nghiệp trong lĩnh vực khách sạn, thể hiện một phương pháp giáo dục đổi mới vượt qua ranh giới lớp học truyền thống. Phương pháp này có vai trò tối quan trọng trong việc chuẩn bị cho sinh viên không chỉ về mặt học thuật mà còn về mặt chuyên môn, bằng cách điều chỉnh chặt chẽ hành trình giáo dục của họ với nhu cầu và động lực thực tế của ngành khách sạn. Cách tiếp cận như vậy thừa nhận tầm quan trọng đặc biệt của học tập qua trải nghiệm, trong đó sinh viên tham gia trực tiếp vào các nhiệm vụ vận hành, trực tiếp đối mặt với các thách thức và áp dụng kiến thức lý thuyết để giải quyết các vấn đề thực tế (Billet, 2011). Sự tích hợp này thường thể hiện thông qua nhiều hình thức khác nhau, bao gồm thực tập tại các doanh nghiệp khách sạn hàng đầu, hội thảo thực tế do các chuyên gia trong ngành chủ trì và tham gia vào các buổi học trên lớp mô phỏng hoạt động thực tế tại các doanh nghiệp. Những kinh nghiệm này là vô giá khi giúp sinh viên hòa nhập vào thực tế của ngành khách sạn, từ quản lý mối quan hệ khách hàng đến xử lý các hoạt động của lễ tân, đến thực hiện các chiến lược tiếp thị và giám sát các dịch vụ ăn uống. Thông qua việc tiếp xúc này, sinh viên có được cái nhìn toàn diện hơn về ngành, bao gồm cả những thách thức và cơ hội, đây là công cụ để phát triển bộ kỹ năng linh hoạt và mạnh mẽ.

2.4. Lợi ích của đào tạo gắn với thực tiễn vận hành

Phương pháp giáo dục đổi mới này kết hợp kiến thức lý thuyết với kinh nghiệm thực tiễn mang lại nhiều lợi ích cho sinh viên ngành khách sạn. Thứ nhất, cách tiếp cận này nâng cao tính

phù hợp của việc học tập bằng cách liên kết trực tiếp kiến thức lý thuyết ứng với ứng dụng thực tế, từ đó phát triển năng lực làm việc của sinh viên (Harris-Reeves và Mahoney, 2017). Điều này cho phép sinh viên chứng kiến việc học tập của họ chuyển thành hoạt động thành công như thế nào. Sự tích hợp như vậy cũng tăng cường đáng kể khả năng có việc làm, khi sinh viên tốt nghiệp, họ không chỉ có bằng cấp học thuật mà còn có nền tảng kinh nghiệm và kỹ năng hữu hình được đánh giá cao trên thị trường việc làm. Hơn nữa, việc tham gia vào môi trường hoạt động thực tế sẽ phát triển các kỹ năng mềm thiết yếu, xây dựng sự tự tin, kiến thức cũng như đạt được khả năng tự phản ánh về năng suất của bản thân – rất quan trọng cho sự thành công sau này trong nghề (Abery và cộng sự, 2015). Phương pháp này thúc đẩy khả năng thích ứng đổi mới, chuẩn bị cho sinh viên định hướng và phát triển trong bối cảnh phát triển nhanh chóng, không ngừng lớn mạnh của ngành khách sạn. Ngoài ra, việc tích hợp này còn cung cấp một nền tảng mạng lưới các mối quan hệ, cung cấp cho sinh viên những kết nối có giá trị và cơ hội tiếp xúc các chuyên gia trong ngành, những người có thể đảm bảo việc làm sau khi tốt nghiệp cũng như định hướng nghề nghiệp sau này.

3. MẪU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để tiến hành nghiên cứu về việc đào tạo gắn với thực tiễn vận hành đối với sinh viên ngành khách sạn của Trường Đại học Phenikaa, tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, bao gồm 15 câu hỏi phỏng vấn được chia đều cho ba nhóm đối tượng: giảng viên, sinh viên ngành Quản trị khách sạn Khoa Du lịch của Trường Đại học Phenikaa và giám đốc nhân sự khách sạn với mục đích làm rõ Trường Đại học Phenikaa đã, đang và sẽ triển khai đào tạo gắn với thực tiễn vận hành đối với sinh viên ngành khách sạn như thế nào.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả nhân khẩu học

Kết quả phỏng vấn cho thấy sự phân bố giới tính đồng đều với 15 nam và 15 nữ, mỗi bên chiếm 50% số lượng người tham gia,

đảm bảo sự bình đẳng giới trong mẫu. Xét về độ tuổi, nhóm này rất đa dạng, những người trong độ tuổi 18 – 25 đều là sinh viên và đại diện cho một phần ba mẫu, cho thấy sự công bằng trong tiếp nhận ý kiến, nhận xét với thể hệ trẻ đang bước đi những chặng đường đầu tiên vào ngành khách sạn. Độ tuổi 26 – 34 chỉ bao gồm các giảng viên, cho thấy sự trẻ hóa nhân sự đào tạo, khẳng định sự năng động phù hợp với ngành trước khi bước vào con đường truyền đạt kiến thức. Các cá nhân ở độ tuổi 35 – 44 là sự kết hợp giữa giảng viên và giám đốc nhân sự khách sạn, trong đó giảng viên chiếm tỷ lệ cao hơn. Sự kết hợp này làm nổi bật một thời điểm quan trọng trong sự nghiệp, nơi các chuyên gia thường xác định rõ vai trò của họ, có ảnh hưởng đáng kể đến nội dung đào tạo hoặc chính sách, yêu cầu nhân sự trong ngành. Nhóm trên 44 tuổi chủ yếu bao gồm các giám đốc nhân sự, chỉ có một số ít giảng viên, biểu thị sự đại diện cao hơn của những người hành nghề cấp cao trong ngành với kinh nghiệm nghề nghiệp sâu rộng. Về nghề nghiệp, nhóm được chia đều thành các phần bao gồm giảng viên, sinh viên và giám đốc nhân sự khách sạn. Kết quả phỏng vấn phần thứ nhất được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1: Thống kê mẫu mô tả nhân khẩu học

Tiêu chí phân loại		Số lượng người	Phần trăm (%)
Giới tính	Nam	15	50%
	Nữ	15	50%
Độ tuổi	18 – 25 tuổi	10	33,33%
	26 – 34 tuổi	5	16,67%
	35 – 44 tuổi	5	16,67%
	Trên 44 tuổi	10	33,33%
Nghề nghiệp	Giảng viên	7	23,33%
	Sinh viên	10	33,33%
	Giám đốc nhân sự khách sạn	13	43,34%

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ cơ sở dữ liệu nghiên cứu, 2024

4.2. Phân tích kết quả phỏng vấn

4.2.1. Phỏng vấn chuyên gia trong lĩnh vực giáo dục

Dựa trên kết quả phỏng vấn, các giảng viên ngành quản trị khách sạn khoa Du lịch trường Đại học Phenikaa đã trình bày chi tiết phương pháp giảng dạy tích hợp vận hành thực tiễn các tình huống thực tế của khách sạn vào chương trình đào tạo, thu hẹp một cách hiệu quả khoảng cách giữa lý thuyết trên lớp và thực hành thực tế. Sự kết hợp có phương pháp này được thiết kế để chuyển tiếp sinh viên từ môi trường học thuật sang lĩnh vực khách sạn một cách dễ dàng và tự tin hơn. Các giảng viên nhấn mạnh hai lợi ích chính của việc đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn: giúp sinh viên nâng cao khả năng hiểu biết về thực tế hoạt động mà họ sẽ phải đối mặt sau khi tốt nghiệp và giúp sinh viên cải thiện các kỹ năng mềm và năng lực đặc thù của ngành, những điều không thể thiếu trong quá trình phát triển chuyên môn của họ. Bên cạnh đó, họ còn mô tả một chương trình toàn diện không chỉ đưa sinh viên tham gia các chuyến tham quan và học tập quan sát mà còn đưa các cơ hội thực tập đến trực tiếp sinh viên nơi họ có thể tham gia và đóng góp cho hoạt động của khách sạn. Sự tương tác với các tập đoàn khách sạn 5 sao ở Việt Nam, được tạo điều kiện thuận lợi thông qua quan hệ đối tác chiến lược giữa giáo dục và doanh nghiệp, thể hiện cam kết về đào tạo thực tế, chất lượng cao. Những liên minh này, được củng cố thông qua các biên bản ghi nhớ (MOU), có vai trò then chốt trong việc cung cấp cho sinh viên những trải nghiệm phong phú, tiêu biểu cho các tiêu chuẩn cao nhất của ngành. Hơn nữa, các giảng viên tiết lộ một chiến lược đánh giá sáng tạo giúp tránh các kỳ thi lý thuyết, dựa trên giấy thông thường mà ưu tiên đánh giá bắt nguồn từ các phương pháp chuyên sâu, thực tế. Sự thay đổi này không chỉ gắn kết các đánh giá thực tiễn của ngành mà còn nâng cao mức độ phù hợp và khả năng ứng dụng của nội dung đào tạo.

4.2.2. Kết quả phỏng vấn sinh viên ngành Quản trị khách sạn

Sinh viên ngành Quản trị khách sạn, khoa Du lịch, trường Đại học Phenikaa đưa ra quan điểm đánh giá về giá trị của trải nghiệm

đào tạo gắn liền vận hành thực tiễn của họ, vốn rất phong phú về sự gắn kết đích thực với ngành. Phản hồi của họ cho thấy sáng kiến của việc tích hợp trong chương trình giảng dạy đã củng cố đáng kể sự hiểu biết của họ về sự phức tạp trong hoạt động và các tiêu chuẩn chuyên môn ngành khách sạn. Sinh viên có thể hòa nhập vào môi trường thực tế của khách sạn, không chỉ với tư cách là người quan sát mà còn là người tham gia tích cực, học cách điều phối và ứng phó với các tình huống phức tạp với mức độ chuyên nghiệp được trau dồi qua các khóa học và tương tác với các giảng viên dày dặn kinh nghiệm và những chuyên gia trong ngành. Cái nhìn sâu sắc này có ý nghĩa then chốt, chuyển đổi nhận thức của họ từ định nghĩa dịch vụ đơn giản sang cách tiếp cận khách hàng toàn diện, coi trọng sự hài lòng và sự cộng hưởng cảm xúc trong trải nghiệm của khách. Chương trình đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn cũng được ghi nhận là đã mở rộng nhận thức của sinh viên về hệ sinh thái trong khách sạn, nêu bật sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các phòng ban và nhu cầu hợp tác hài hòa để thúc đẩy thành công trong kinh doanh. Nó dường như đã đánh giá cao sự phối hợp tinh tế cần thiết để cung cấp dịch vụ và quản lý hoạt động khách sạn thành công. Ở cấp độ cá nhân, sinh viên đã có được sự tự tin, đặc biệt trước đây họ cảm thấy không thoải mái khi tiếp xúc trực tiếp với người lạ. Sự chuyển đổi này nói lên tính hiệu quả trong phương pháp đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn trong việc phát triển các kỹ năng kỹ thuật mà còn cả các kỹ năng mềm – giao tiếp, sự đồng cảm và giải quyết phân nân – vốn rất cần thiết trong ngành. Chương trình đào tạo này tại trường Đại học Phenikaa đã đóng một vai trò quan trọng trong việc đào tạo những sinh viên này không chỉ trở thành những sinh viên tốt nghiệp mà còn trở thành những chuyên gia khách sạn với cách tiếp cận nghề thực tế, tinh tế và chuyên nghiệp. Sự sẵn sàng gia nhập ngành của họ được đánh dấu bằng sự kết hợp giữa các kỹ năng thực tế, kiến thức lý thuyết và sự tự tin nghề nghiệp mới có được. Điều này chắc chắn sẽ phục vụ tốt cho họ và cho ngành khách sạn nước nhà.

4.2.3. Kết quả phỏng vấn doanh nghiệp khách sạn

Các câu trả lời do giám đốc nhân sự khách sạn cung cấp mang lại cái nhìn sâu sắc về sức mạnh tổng hợp cả về chuyên môn lẫn giáo dục cần thiết để bồi dưỡng lực lượng lao động khách sạn có năng lực thông qua các chương trình đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn giống như trường Đại học Phenikaa đang cung cấp. Giám đốc nhân sự ưu tiên tập hợp các đặc điểm cốt lõi ở những nhân viên tương lai đã theo đuổi chương trình đào tạo chuyên ngành quản trị khách sạn như sự tự tin, tư duy nhạy bén, khả năng thích ứng với tính huống, áp lực công việc, tính chuyên nghiệp, đạo đức làm việc nghiêm ngặt, kiến thức nền tảng vững chắc và niềm đam mê mãnh liệt với lĩnh vực khách sạn. Những yếu tố này không chỉ được mong muốn mà còn được coi là quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả và chất lượng cung cấp dịch vụ trong hoạt động khách sạn. Khi trình bày chi tiết các kết quả mong đợi của việc đào tạo kết hợp vận hành thực tiễn đối với sinh viên, các giám đốc nhân sự nhấn mạnh việc tiếp thu các kỹ năng mềm, chẳng hạn như giao tiếp hiệu quả với khách hàng, duy trì sự bình tĩnh trong các tình huống nghề nghiệp và thể hiện thái độ chuyên nghiệp – những kỹ năng quan trọng không chỉ cho công việc hằng ngày mà còn để định hình trải nghiệm tổng thể của khách, năng lực chủ động trong công việc được nêu bật, ưu tiên dành cho những sinh viên tốt nghiệp có thể làm chủ công việc một cách độc lập, xác định các cơ hội nâng cao kinh nghiệm và đóng góp vào các mục tiêu của khách sạn mà không cần giám sát liên tục. Giám đốc nhân sự khách sạn cũng nêu ra những nỗ lực hợp tác giữa khách sạn và trường Đại học Phenikaa, trong đó có hàng loạt biên bản ghi nhớ mở đường cho sinh viên thực tập. Những đợt thực tập này mang lại lợi ích chung, mang lại cho sinh viên trải nghiệm thực tế đồng thời cung cấp cho khách sạn một nguồn nhân tài được đào tạo bài bản. Thông qua cuộc phỏng vấn này, cách tiếp cận toàn diện đối với giáo dục khách sạn và phát triển lực lượng lao động được nhấn mạnh, trong đó trường đại học và doanh nghiệp hợp tác chặt chẽ để tạo ra lực lượng lao động không chỉ am hiểu về mặt lý thuyết mà còn thành thạo về vận hành thực tiễn. Điều này phản ánh sự hiểu biết rằng

tương lai của ngành khách sạn phụ thuộc vào khả năng của các tổ chức giáo dục trong việc thích ứng với phản hồi và yêu cầu khắt khe của ngành.

5. THẢO LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

Mặc dù chương trình đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn được ba bên phỏng vấn khen ngợi và đề cao chất lượng, tuy nhiên đối với một ngành có sự thay đổi nhanh chóng để luôn đáp ứng nhu cầu và sự kỳ vọng của khách hàng, trường Đại học Phenikaa vẫn cần phát triển và cải tiến phương pháp này liên tục. *Thứ nhất*, mối quan tâm hàng đầu của sinh viên là sự lo lắng tài chính liên quan đến việc thực tập không lương. Trường đại học có thể chủ động hợp tác với các đối tác khách sạn trong ngành để thiết lập một hệ thống hỗ trợ tài chính như trợ cấp hoặc thực tập có lương. *Thứ hai*, xây dựng chương trình thực tập đa dạng hơn, sinh viên có thể được thực tập ở nhiều bộ phận khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định. Việc cải tiến này thúc đẩy sự hiểu biết linh hoạt và toàn diện về ngành khách sạn cho sinh viên. *Thứ ba*, việc phát triển các kỹ năng mềm cần được tăng cường thông qua các buổi hội thảo do các chuyên gia trong ngành chủ trì. Điều này sẽ cung cấp cho sinh viên những hiểu biết thực tế về dịch vụ khách hàng, làm việc nhóm, giao tiếp và các sắc thái văn hóa của ngành khách sạn. Điều này cũng có thể cung cấp một nền tảng để các chuyên gia trong ngành chia sẻ các phương pháp và xu hướng tốt nhất hiện nay, đảm bảo rằng các kỹ năng của sinh viên vẫn phù hợp với nhu cầu của ngành cũng như gắn kết sinh viên hơn với nhà trường cũng như doanh nghiệp. *Thứ tư*, ứng dụng công nghệ vào trong chương trình đào tạo cũng cần được cân nhắc. Tích hợp phần mềm quản lý khách sạn như “opera” hoặc “smile” trong giảng dạy sẽ mang lại cho sinh viên lợi thế cạnh tranh. Trường Đại học Phenikaa có thể kết hợp các hệ thống này vào các mô-đun giảng dạy, giúp sinh viên thành thạo hơn trong việc sử dụng các công cụ thiết yếu có mặt khắp nơi trong ngành. *Thứ năm*, để duy trì một chương trình giảng dạy đáp ứng và phù hợp, cần có sự đối thoại liên tục giữa phụ trách ngành quản trị khách sạn của nhà trường và doanh nghiệp khách sạn. Một vòng

phản hồi liên tục, thu thập những hiểu biết sâu sắc cả từ sinh viên và đối tác, có thể đưa ra những sửa đổi định kỳ về chương trình đào tạo, đảm bảo chương trình giáo dục vẫn phù hợp và tập trung vào tương lai. Thứ sáu, việc tăng cường các dịch vụ tư vấn hỗ trợ nghề nghiệp của nhà trường để hỗ trợ lập kế hoạch nghề nghiệp và khai thác mạng lưới cựu sinh viên để tham gia các chương trình cố vấn có thể mang lại cho sinh viên những hiểu biết vô giá về sự phát triển nghề nghiệp và kỳ vọng của ngành.

6. KẾT LUẬN

Tóm lại, nghiên cứu về chương trình đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn đối với sinh viên ngành khách sạn trường Đại học Phenikaa cho thấy một cách tiếp cận mạnh mẽ đối với giáo dục quản lý khách sạn, có khả năng kết hợp chặt chẽ giữa học thuật và vận hành thực tế của ngành. Những hiểu biết sâu sắc của ba bên từ giảng viên, sinh viên và các giám đốc khách sạn nhấn mạnh tính toàn diện của chương trình cũng như vai trò trong việc chuẩn bị cho những sinh viên tốt nghiệp sẵn sàng làm việc trong ngành. Mặc dù chương trình có nhiều vượt trội trong việc cung cấp kinh nghiệm thực tiễn có giá trị và phát triển kỹ năng mềm nhưng vẫn còn nhiều chỗ cần cải thiện và nâng cấp. Hỗ trợ tài chính cho sinh viên trong thời gian thực tập, tăng cường tích hợp công nghệ trong chương trình giảng dạy và cập nhật, lấy phản hồi liên tục của ngành là những lĩnh vực được xác định có tiềm năng cần tăng cường. Giải quyết những khía cạnh này là rất quan trọng để chương trình nối tiếp thành công và có khả năng tạo ra những sinh viên tốt nghiệp không chỉ có việc làm mà còn có khả năng đổi mới và dẫn đầu trong ngành khách sạn. Cuối cùng, cam kết của trường Đại học Phenikaa trong việc phát triển chương trình đào tạo tích hợp vận hành thực tiễn là chìa khóa để duy trì sự phát triển về mặt giáo dục trong lĩnh vực khách sạn có nhịp độ phát triển nhanh, đảm bảo sinh viên tốt nghiệp được chuẩn bị tốt để đóng góp một cách có ý nghĩa vào sự phát triển của ngành.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abery, E., Drummond, C., & Bevan, N. (2015). "Work integrated learning: What do the students want? A qualitative study of health sciences students' experiences of a non-competency-based placement". *Student Success*, 6(2), 87–91. Available at: <https://doi.org/10.5204/ssj.v6i2.288>
2. Al-Aomar, R. and Hussain, M. (2019). "Exploration and prioritization of lean techniques in a hotel supply chain", *International Journal of Lean Six Sigma*, 10(1), pp. 375–396. Available at: <https://doi.org/10.1108/IJLSS-10-2017-0119>.
3. Angelo, R. M. and Vladimир, A. (2004), "Hospitality Today. An Introduction", Tourism Press, Beijing.
4. Asimah, V. K. (2018). "Factors that influence labour turnover intentions in the hospitality industry in Ghana", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), pp. 1–11.
5. Billet, S. (2011). "Curriculum and pedagogical bases for effectively integrating practice-based experiences". Strawberry Hills, NSW: Australian Learning and Teaching Council (ALTC).
6. Bonwell, C., and J. Eison (1991). *Active Learning: Creating Excitement in the Classroom*. AEHE-ERIC Higher Education Report No.1. Washington, US: Jossey-Bass.
7. Brotherton, B. (1999) 'Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(4), pp. 165–173. Available at: <https://doi.org/10.1108/09596119910263568>.
8. Crebert, G., Bates, M., Bell, B., Patrick, C.-J., & Cragolini, V. (2004). "Developing generic skills at university, during work placement and in employment: graduates' perceptions". *Higher Education Research and Development*, 23(2), 147–165. Available at: <https://doi.org/10.1080/0729436042000206636>
9. Dwesini, N.F. (2019). "Causes and prevention of high employee turnover within the hospitality industry: A literature review", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), pp. 1–15.

HỢP TÁC ĐÀO TẠO GIỮA KHOA QUẢN TRỊ DU LỊCH – TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TRÃI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

NCS. ThS. Nguyễn Thị Trang¹

Tóm tắt: Trong quá trình đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch, Khoa Quản trị Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Trãi đã nhận thức được tầm quan trọng của việc hợp tác doanh nghiệp và đã sớm triển khai ngay từ khi mới thành lập khoa. Trong quá trình hợp tác này mở ra rất nhiều cơ hội cho cả hai bên, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số những vấn đề cần giải quyết. Qua bài viết này, tác giả chọn Khoa Quản trị Du lịch Trường Đại học Nguyễn Trãi là cơ sở đào tạo để nhìn nhận kinh nghiệm thực tiễn hợp tác đào tạo, những cơ hội mang lại cho hai bên hợp tác cũng như những thách thức tồn tại, qua đó để xuất một số giải pháp để hoàn thiện hơn quá trình hợp tác đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Từ khóa: du lịch, hợp tác doanh nghiệp, nhân lực du lịch, đào tạo du lịch.

TRAINING COOPERATION BETWEEN THE FACULTY OF TOURISM MANAGEMENT NGUYEN TRAI UNIVERSITY AND BUSINESSES: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Abstract: In the training personnel resources in the field of tourism, the Faculty of Tourism Management of Nguyen Trai University has been aware of the importance of business cooperation and has implemented it since its inception. During this cooperation process, besides many opportunities that have opened up for both sides, there are still some issues that need to be resolved. In this article, the Faculty of Tourism Management at Nguyen Trai University is chosen as a training facility to review practical experiences in training cooperation, the opportunities brought to both sides of cooperation, and existing challenges. Thereby, some solutions will be proposed to improve the training cooperation process between schools and businesses.

Thế giới của chúng ta đang thay đổi từng giờ, từng phút. Mọi người đang tương tác với nhau theo những cách thức mới. Chúng ta thu thập và chia sẻ thông tin một cách khác nhau, tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ theo nhiều cách hơn là chúng ta từng thấy trước đây.

¹ Khoa Quản trị Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Trãi.

Đào tạo và giảng dạy du lịch cũng là một lĩnh vực có sự dịch chuyển, thay đổi rất nhiều so với trước kia. Thay vì phương pháp học tập thụ động, im lặng lắng nghe ghi chép thì các bạn sinh viên ngày nay sẽ học tập và tìm hiểu chủ động nội dung bài học, cũng như sẽ chủ động chia sẻ các ý kiến cá nhân xoay quanh vấn đề bài học. Đối với giảng viên, các thầy cô lên lớp với phương pháp dân chủ hơn, và truyền tải bài học thông qua những gợi mở đường hướng, dẫn dắt chứ không còn sự áp đặt và nhồi nhét kiến thức. Các thầy cô đã sử dụng nhiều công cụ tiện ích hỗ trợ trong quá trình đào tạo nhờ sự chuyển đổi mạnh mẽ của công nghệ số. Thêm vào đó, những tác động nặng nề của 2 năm dịch COVID-19 cũng là yếu tố ảnh hưởng tới công tác đào tạo rất nhiều.

Trong bối cảnh du lịch vẫn được coi là một trong các ngành đào tạo mũi nhọn, là ngành được nhiều thí sinh lựa chọn. Theo Tổ chức Hội đồng Du lịch Thế giới WTTC, trung bình cứ 10 vị trí công việc thì có 1 vị trí việc làm trong ngành du lịch [3]. Nhu cầu du lịch lại đang có xu hướng ngày càng gia tăng và trở nên phổ biến tại tất cả các quốc gia. Nhu cầu nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực này vì thế cũng có xu hướng ngày càng tăng. Quá trình hợp tác đồng hành cùng các doanh nghiệp để đào tạo nguồn nhân lực phục vụ trong du lịch nói riêng và các ngành khác nói chung đã được Trường Đại học Nguyễn Trãi quan tâm chú trọng. Tuy nhiên việc hợp tác trong thời gian qua chưa mang lại những hiệu quả thiết thực và chưa sắc nét. Hợp tác rồi ký kết thỏa thuận xong kế hoạch cụ thể triển khai còn gặp nhiều bất cập,... Qua bài trao đổi này tác giả sẽ trình bày tham luận “Hợp tác đào tạo giữa Khoa Quản trị Du lịch Trường Đại học Nguyễn Trãi với các doanh nghiệp. Cơ hội và thách thức” với mong muốn chúng ta nhìn nhận một cách khách quan, cũng như có giải pháp để giải quyết được những vấn đề còn tồn tại trong quá trình hợp tác này.

Trường Đại học Nguyễn Trãi được thành lập từ năm 2008 đến nay đã hơn 16 năm. Với các ngành, chuyên ngành đào tạo như Quản trị kinh doanh; Quản trị Du lịch; Kế toán; Tài chính ngân hàng; Công nghệ thông tin; Kiến trúc; Thiết kế đồ họa; Quan hệ công chúng; Ngôn ngữ Nhật; Quốc tế,... Năm 2017, Trường Đại học

Nguyễn Trãi là trường đại học duy nhất của Việt Nam là thành viên Hiệp hội các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam (Korcham).

Khoa Quản trị Du lịch của trường với đội ngũ giảng viên nhiều năm kinh nghiệm thực chiến đào tạo giảng dạy, đã xác định được định hướng đào tạo của mình rất rõ. Đó là sự định hướng kết hợp đào tạo cả học thuật và đào tạo nghề nghiệp với thời gian đào tạo từ 3 đến 4 năm. Có sự quốc tế hóa trong chương trình đào tạo, đẩy mạnh liên kết với các cơ sở đào tạo uy tín ở nước ngoài để đào tạo các chương trình cử nhân hoặc các chương trình đào tạo các soft skills (kỹ năng mềm), hoặc đưa các học phần chuyên môn, nghiệp vụ được giảng dạy bằng ngoại ngữ. Sinh viên Nguyễn Trãi được lựa chọn học một trong năm ngoại ngữ gồm tiếng Anh, Nhật, Hàn, Đức và Trung Quốc. Thêm nữa, do đặc điểm tính nghề cao, việc trải nghiệm thực tập, thực tế tại các cơ sở doanh nghiệp, khách sạn hay tại các điểm đến du lịch đã khiến cho việc học nơi giảng đường không còn là địa điểm học duy nhất cho sinh viên.

Vào tháng 7/2023, Trường Đại học Nguyễn Trãi đã tổ chức Hội nghị khoa học với doanh nghiệp về đào tạo định hướng nghề nghiệp với sự tham gia của hơn 100 doanh nghiệp trong và ngoài nước. Tại Hội nghị này đã ghi nhận ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp cơ sở trong nước, và quốc tế trong đào tạo ứng dụng nghề nghiệp. Các đại diện doanh nghiệp của Tập đoàn Flamingo, Melia Hotel Hà Nội, JW Marriot, Lotte World (Hàn Quốc), RouteInn (Nhật Bản),... đều đã có những phản hồi về chương trình hợp tác với trường.

Đề cương chi tiết các học phần học tại doanh nghiệp đã được chỉnh sửa dựa trên các Phiếu phản hồi đánh giá Chương trình đào tạo. Các phương thức kiểm tra khi kết thúc học phần cũng đa dạng, phong phú, kiểm tra được tay nghề, kiến thức, kỹ năng của người học, giúp các sinh viên tránh được các thủ tục thi cử rườm rà, phức tạp. Có rất nhiều phương pháp được giảng viên, giảng viên doanh nghiệp áp dụng sử dụng để làm công cụ đánh giá kiểm tra sinh viên như: Bài kiểm tra thực tế, Bài kiểm tra dự án, Bài kiểm tra Blog, Bài kiểm tra trực tuyến, Bài Sáng tạo thực tế,...

Hiện nay, trong chương trình đào tạo cử nhân quản trị du lịch của trường, chưa kể các học phần có tích hợp thời gian thực tế trải nghiệm ngắn ngày từ 2 – 3 ngày hoặc từ 5 – 7 ngày tại các cơ sở, điểm đến du lịch thì có tới 2 học phần thực tập thực tế là Thực tập doanh nghiệp (từ 3 – 4 tháng) và Thực tập quản lý (Thực tập tốt nghiệp) với thời gian từ 6 tháng cho tới 12 tháng ở trong nước hoặc nước ngoài. Tính đến nay, đã có 16 doanh nghiệp trong nước, 02 doanh nghiệp nước ngoài, 06 cơ sở đào tạo nước ngoài về ngành Du lịch có ký kết thỏa thuận hợp tác đào tạo với nhà trường. Mô hình hợp tác đào tạo giữa Trường Đại học Nguyễn Trãi với doanh nghiệp đang được thực hiện theo các nội dung như sau.

Các nội dung của mô hình hoạt động hợp tác đào tạo

Trước hết là việc xác định mục tiêu của chương trình hợp tác đào tạo với doanh nghiệp. Nhà trường đã nhận thức và xác định rất rõ mục tiêu hợp tác đào tạo với doanh nghiệp là để nâng cao năng lực đào tạo, nâng cao tính ứng dụng thực tiễn của chương trình đào tạo, và nâng cao chất lượng sản phẩm đầu ra của nhà trường. Việc hợp tác đào tạo với các doanh nghiệp hay các cơ sở đào tạo khác ở trong nước và nước ngoài là giải pháp tốt nhất cho việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng chuẩn quốc tế hiện nay.

Thứ hai là việc lựa chọn những doanh nghiệp phù hợp để hợp tác. Đây được coi là một trong các nội dung rất quan trọng và có quyết định nhiều tới kết quả hợp tác đào tạo. Với lợi thế là thành viên của các tổ chức, hội, hiệp hội nghề nghiệp trong đó phải kể đến là thành viên của Hiệp hội các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam (Korcham), Trường Đại học Nguyễn Trãi đã phát huy khai thác các mối quan hệ với tổ chức, doanh nghiệp du lịch cả trong và ngoài nước. Có nhiều đơn vị doanh nghiệp muốn hợp tác đào tạo với nhà trường, song tiêu chí lựa chọn đối tượng hợp tác của Nhà trường phải là các cơ sở doanh nghiệp có uy tín, chất lượng, được xếp hạng tiêu chuẩn từ 4 – 5 sao chuẩn quốc tế. Việc lựa chọn các doanh nghiệp như vậy là để đảm bảo yếu tố chất lượng đào tạo. Thêm nữa những chứng nhận đào tạo hoặc chứng nhận thực tập ở tại các cơ sở đó sẽ là điểm cộng, điểm “sáng” hơn trong hồ sơ của các sinh viên.

Thứ ba là xây dựng kế hoạch hợp tác đào tạo. Nội dung này sẽ căn cứ theo đặc thù ngành/chuyên ngành đào tạo hoặc theo thỏa thuận hợp tác với cơ sở doanh nghiệp. Khoa chuyên môn sẽ xây dựng 2 loại là kế hoạch tổng thể hợp tác đào tạo theo năm học và kế hoạch hợp tác đào tạo chia theo loại hình doanh nghiệp. Đối với Trường Đại học Nguyễn Trãi, kế hoạch này còn cần bám sát vào Chiến lược phát triển của trường giai đoạn 2021 – 2030.

Kế tiếp là nội dung xác định ngân quỹ hợp tác. Để hợp tác đào tạo với doanh nghiệp trong và ngoài nước được tiến hành một cách thuận lợi, phải có nguồn ngân quỹ chi cho hoạt động. Với đặc thù của trường tư thục, không có bất cứ hỗ trợ tài chính nào cho công tác đào tạo ngoài vốn của chủ đầu tư, chính vì thế, bài toán chi phí cho chương trình hợp tác đào tạo cũng là một nội dung cần được nhắc đến. Căn cứ kế hoạch hợp tác đào tạo hàng năm mà trường có sự phân bổ ngân quỹ phù hợp theo mức chi tiêu nội bộ ban hành. Ban Tài chính của Nhà trường sẽ là đơn vị quản lý giám sát ngân quỹ này.

Nội dung tổ chức thực hiện hợp tác đào tạo với doanh nghiệp của Trường Đại học Nguyễn Trãi bao gồm các hoạt động có sự tham gia của doanh nghiệp như: tổ chức tham quan, kiến tập, thực tập; tổ chức chuyên đề seminar, talk show, tọa đàm, tư vấn; tổ chức thực tập nghề nghiệp; tổ chức thực tập quản lý; phát triển các dự án,...

Cuối cùng là đánh giá hiệu quả và điều chỉnh hợp tác đào tạo. Nội dung này sẽ làm hoàn thiện, hoàn chỉnh hơn hoạt động hợp tác đào tạo giữa doanh nghiệp với nhà trường. Nhiều chương trình hợp tác đào tạo khi đi vào thực hiện gặp những khó khăn hoặc phát sinh những vướng mắc cần được giải quyết, điều chỉnh cho phù hợp. Việc đánh giá tiến độ, kết quả, chất lượng, sự hài lòng của các bên trong quá trình hợp tác đào tạo rất quan trọng bởi mục đích của hợp tác là nâng cao hiệu quả đào tạo, nâng cao uy tín đào tạo và nâng cao sản phẩm đầu ra của nhà trường.

Như đã nói ở trên, việc hợp tác đào tạo nhân lực trong ngành du lịch giữa nhà trường và doanh nghiệp là một điều hết sức cần thiết và là xu hướng đào tạo tất yếu. Nó mở ra nhiều cơ hội cho và lợi ích thiết thực cho các bên. Đối với sinh viên Du lịch của trường Đại

học Nguyễn Trãi, tính đến tháng 12/2023, 100% sinh viên được trải nghiệm trong môi trường thực tế tại các cơ sở doanh nghiệp. Sinh viên của trường tham gia kỳ kiến tập, tham quan doanh nghiệp, cơ sở trong nước ngay từ học kỳ 1 của năm thứ nhất. Kỳ thực tập doanh nghiệp được thiết kế kéo dài từ 3-4 tháng trong năm thứ hai. Sinh viên có cơ hội học tập tại doanh nghiệp du lịch ở trong nước và nước ngoài. Các em được tiếp cận và nhận được rất nhiều những chia sẻ quý báu từ chính đội ngũ đào tạo viên của doanh nghiệp – những người có kinh nghiệm trong lĩnh vực. Sinh viên cũng có sự hài lòng và đánh giá rất cao về chương trình học tập cũng như thực tập thực tế tại các doanh nghiệp. Kết thúc thời gian học/thực tập tại doanh nghiệp, sinh viên đều nhận được những Chứng chỉ đánh giá học tập, Chứng chỉ đánh giá thực tập tốt. Đó là những chứng nhận từ các cơ sở doanh nghiệp uy tín, được xếp hạng quốc tế.

Đối với nhà trường, các học phần trong chương trình đào tạo cũng gắn sát với thực tiễn hơn rất nhiều. Nhờ cộng tác với doanh nghiệp, nhà trường có căn cứ để điều chỉnh và thay đổi chương trình đào tạo cũ các học phần, chuyên đề, trong đó điểm nhấn là các học phần nghiệp vụ nghề nghiệp và kỹ năng mềm được lồng ghép trong tổ hợp module với 3 hướng chính là Kinh doanh lý hành; Kinh doanh khách sạn, nhà hàng; và Tổ chức sự kiện. 24 tín chỉ trong 3 tổ hợp module gồm các học phần được trực tiếp các giảng viên đến từ doanh nghiệp du lịch giảng dạy và đào tạo ngay tại chính cơ sở. Bên cạnh đó, 4/10 kỹ năng mềm được thiết kế và giảng dạy hiện nay cho sinh viên trường Nguyễn Trãi đến từ nhóm chuyên gia của Hàn Quốc và Singapore. Điều này góp phần đem lại trải nghiệm giá trị thực tiễn và ứng dụng cao của chuẩn quốc tế cho sinh viên.

Đối với doanh nghiệp, việc tiếp cận và hợp tác với cơ sở đào tạo là trường đại học khiến cho quá trình nghiên cứu phát triển sản phẩm của doanh nghiệp sẽ có cơ hội được tiếp cận yếu tố học thuật hàn lâm hơn. Các quản lý lãnh đạo của doanh nghiệp có cơ hội được trực tiếp chia sẻ trao truyền kinh nghiệm, tạo động lực, nâng cao tinh thần hành động khởi nghiệp cho thế hệ tiếp sau. Thêm nữa, Doanh nghiệp được trực tiếp tham gia vào quá trình “đồng tạo

sản phẩm” là đội ngũ nhân sự tương lai, nên sẽ có lợi thế cạnh tranh trong quá trình tuyển chọn nhân lực.

Bên cạnh những cơ hội hợp tác, quá trình làm việc cộng tác giữa Nhà trường với các doanh nghiệp du lịch cũng gặp phải những khó khăn thách thức không nhỏ.

Đầu tiên phải nói đến là số lượng các doanh nghiệp liên kết đào tạo của khoa/nhà trường còn thiếu so với nhu cầu, tính đến nay, con số doanh nghiệp du lịch hợp tác đào tạo với nhà trường còn khá khiêm tốn (16 doanh nghiệp trong nước và 2 doanh nghiệp nước ngoài) [1]. Việc phối hợp xây dựng kế hoạch hợp tác đào tạo tại doanh nghiệp còn bị hạn chế, nguyên nhân ở đây do trường chưa có đủ nguồn lực để có những khảo sát chi tiết từng doanh nghiệp, nhất là những doanh nghiệp ở nước ngoài. Điều này ảnh hưởng đến kế hoạch chi tiết phân công sinh viên thực tập cho phù hợp với từng bộ phận nghiệp vụ cụ thể. Khi triển khai ở từng cơ sở doanh nghiệp, chương trình đào tạo các học phần có những thay đổi điều chỉnh khiến cho cách thức quản lý sinh viên khi học tập, thực tập tại cơ sở doanh nghiệp còn nhiều vấn đề cần khắc phục. Đối với chương trình thực tập tại nước ngoài còn hạn chế số lượng sinh viên do ngoại ngữ. Các tập đoàn doanh nghiệp lớn đều tuyển chọn thực tập sinh với các điều kiện, tiêu chuẩn ngoại ngữ cao. Ví dụ điều kiện về ngoại ngữ đầu vào Intership của tập đoàn RouteInn (Nhật Bản) là sinh viên phải có chứng chỉ năng lực tiếng Nhật ít nhất từ N3 trở lên. [2]. Với Lotte World của Hàn Quốc chỉ tiếp nhận sinh viên đạt năng lực tiếng Hàn từ Topik 3 trở lên. Sinh viên khi thực tập tại doanh nghiệp cơ sở nhưng lại chưa được tiếp cận trực tiếp nhiều với đối tượng khách hoặc bị giới hạn phạm vi hoạt động tại cơ sở. Điều này dẫn đến hạn chế cho sinh viên khi chưa thực sự phát huy các năng lực cần đạt được chuẩn đầu ra của học phần

Với mong muốn giải quyết phần nào những khó khăn thách thức trong quá trình hợp tác giữa cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp du lịch, sau đây tôi xin được trình bày một số các ý kiến đề xuất như sau.

Với cơ sở đào tạo du lịch cần tiếp tục mở rộng và đẩy mạnh liên kết hợp tác với các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài nước; tiếp

tục triển khai chương trình học tập thực tế, thực tập cho sinh viên tại các doanh nghiệp, cơ sở; tiếp tục điều chỉnh hoàn thiện mô hình hợp tác đào tạo với doanh nghiệp du lịch. Ở tại các cơ sở đào tạo cần thành lập và kiện toàn bộ phận chuyên trách hợp tác doanh nghiệp. Bộ phận này cần có kinh nghiệm trong lĩnh vực làm việc hợp tác quốc tế, nắm rõ về văn hóa của các tổ chức, doanh nghiệp quốc tế. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo tại trường đẩy mạnh tích cực hợp tác với các doanh nghiệp trong thẩm định, đánh giá chương trình đào tạo và đánh giá chất lượng đào tạo. Việc đánh giá này cần được làm thường kỳ để đảm bảo tiến trình hợp tác luôn luôn có sự đồng hành liên tục của cả hai bên. Các cơ sở đào tạo cần nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên dạy ngoại ngữ để chương trình học có sự cập nhật, đổi mới, tạo động lực khuyến khích sinh viên học tập đạt kết quả cao hơn. Có lộ trình cụ thể cũng như ngân quỹ tài chính “mạnh hơn” để tổ chức hoạt động hợp tác đào tạo chặt chẽ hơn với các doanh nghiệp ở các học phần đào tạo chuyên sâu và kỹ năng mềm.

Với các doanh nghiệp, hiện nay đang trong giai đoạn kinh tế thế giới nói chung còn biến động và khó khăn, song các doanh nghiệp cần tạo điều kiện hơn nữa để các cơ sở đào tạo có thể có thêm các cơ hội hợp tác đào tạo song hành. Hai bên cần phối hợp với nhau tổ chức nhiều hơn các chương trình, các hoạt động đào tạo ngắn hạn nhằm tư vấn, định hướng, đào tạo sinh viên hơn. Những học phần chuyên sâu hay kỹ năng mềm đã được thống nhất cần đảm bảo được chất lượng và tiến độ đào tạo.

Trên đây là một vài luận bàn nhỏ của tôi về vấn đề hợp tác đào tạo giữa các cơ sở đào tạo du lịch với các doanh nghiệp. Lấy trường Đại học Nguyễn Trãi là ví dụ để phân tích những cơ hội thách thức trong mô hình hợp tác đào tạo với doanh nghiệp, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho các cơ sở đào tạo khác. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và có biến đổi nhanh chóng như hiện nay, công tác đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch đòi hỏi cần có thêm những mô hình hợp tác đào tạo mới, bắt kịp được với xu hướng toàn cầu, thay đổi của công nghệ để tiến tới đáp ứng được nhu cầu của xã hội, đào tạo được nguồn nhân lực chất lượng chuẩn quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Đào tạo & Khoa học công nghệ (2023), “Báo cáo thực trạng hợp tác đào tạo với doanh nghiệp năm 2023, 2023”, Trường Đại học Nguyễn Trãi.
2. NTU Admission Department, “Why 10.000 students choose Nguyen Trãi University”, Hội nghị Khoa học với doanh nghiệp về đào tạo định hướng nghề nghiệp 2023.
3. Julia Simpson (2022), *Travel and Tourism Economic Impact*, 2022.

NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH – KHÁCH SẠN THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG CHUẨN QUỐC TẾ TẠI KHOA DU LỊCH – KHÁCH SẠN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (HUFLIT)

ThS. Đinh Thị Trà Nhi¹

***Tóm tắt:** Bài viết tổng quan về chương trình đào tạo theo định hướng ứng dụng tại Việt Nam, mô tả việc đào tạo ngành Du lịch – Khách sạn theo định hướng chuẩn quốc tế tại Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh, đồng thời phân tích những cơ hội, triển vọng cùng những thách thức mà khoa Du lịch – Khách sạn sẽ phải đối mặt dựa trên thực trạng hiện nay cũng như từ nhu cầu thực tế và những biến chuyển của tình hình kinh tế, quốc tế tác động tới nền giáo dục. Bài viết kết luận định hướng ứng dụng chuẩn quốc tế hoá của ngành Du lịch – Khách sạn hoàn toàn phù hợp và mang tính thực tiễn lớn.*

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN TRAINING THE TOURISM – HOSPITALITY FOLLOWING THE ORIENTATION OF INTERNATIONAL STANDARDS AT THE FACULTY OF TOURISM – HOSPITALITY; HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF FOREIGN LANGUAGES – INFORMATION TECHNOLOGY. (HUFLIT)

This article overviews Vietnam's application-oriented training program and describes the international standard tourism–hospitality training offered by Ho Chi Minh City University of Foreign Languages – Information Technology. Simultaneously analyze the opportunities, prospects, and challenges that the Tourism and Hospitality field will encounter based on the current situation as well as the practical needs and shifts in the economic and international landscape affecting the educational system. The concluding article asserts that the application of international standards in the Tourism and Hospitality industry is entirely appropriate and highly practical.

Toàn cầu hoá; hội nhập kinh tế quốc tế; thời đại 4.0, chuyển đổi số đều là những từ khoá mà bất cứ ngành nghề nào trong xã hội ngày

¹ Thạc sỹ, Giảng viên cơ hữu Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Tp. Hồ Chí Minh.

nay muốn chuyển mình trước những đòi hỏi của xã hội đều phải có những kế hoạch cụ thể, để những bước đi đó thích ứng với nhu cầu của xã hội đã và đang cần, đã và đang sánh kịp với các nước trên thế giới. Cùng với sự xuất hiện của những “công dân toàn cầu” khiến cho xu hướng giáo dục mở, mới, đa dạng, đặc biệt nhóm ngành Du lịch – Khách sạn hầu như là ngành buộc phải nắm bắt được những xu thế của thời đại rất nhanh, tránh lỗi thời. Ngành Du lịch – Khách sạn nói chung, tập trung chính đến yếu tố kinh tế dịch vụ, tiếp biến về văn hoá quốc tế, kiến thức luôn đi kèm với kỹ năng; khả năng ngoại ngữ; kỹ năng mềm cho người học, người nghiên cứu của một trong những ngành Kinh tế mũi nhọn của Quốc gia.

Qua hơn 30 năm hình thành và phát triển, tạo nên thương hiệu HUFLIT, ngành Du lịch – Khách sạn (DLKS) nổi gót hơn 20 năm qua trong việc định hình một sơ sở đào tạo ngành DLKS theo hướng ứng dụng kết hợp thực hành tại Việt Nam nói chung và khu vực phía Nam nói riêng. Trước sự chuyển mình của xã hội, trong tiến trình hội nhập, và thời đại số hoá, đòi hỏi cần có sự thích nghi và đi theo hướng gắn lí thuyết với thực tiễn bên cạnh những cơ hội được tạo ra là những thách thức phía trước đối với đào tạo ngành DLKS của HUFLIT cũng như sự thích ứng nhanh của người học khi bước chân ra khỏi giảng đường.

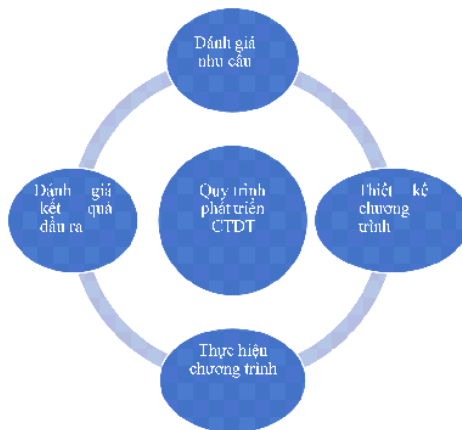
1. ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG KỸ NĂNG THỰC HÀNH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

*** Ứng dụng theo mô hình POHE**

Hiện nay, giáo dục đại học tại Việt Nam được phân rõ 3 loại: đào tạo theo hướng nghiên cứu, đào tạo theo định hướng ứng dụng và đào tạo theo định hướng thực hành nghề nghiệp. Trong đó, các chương trình đào tạo theo định hướng ứng dụng là chương trường đào tạo có mục tiêu và nội dung xây dựng theo hướng phát triển kết quả nghiên cứu cơ bản, ứng dụng các công nghệ nguồn thành các giải pháp công nghệ, quy trình quản lý, quy trình vận hành, quy trình dịch vụ, thiết kế các công cụ hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu đa

dạng của con người [1.27]. Căn cứ trên cơ sở này, các trường đại học theo định hướng ứng dụng chú trọng đào tạo đội ngũ nhân lực theo nhu cầu thực tế của thị trường lao động, của xã hội; tập trung hướng nghiên cứu vào việc phát triển các kết quả nghiên cứu cơ bản, ứng dụng các công nghệ nguồn thành các giải pháp công nghệ, quy trình quản lý, thiết kế các công cụ hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu đa dạng của con người nói chung, có năng lực chủ trì nghiên cứu, giải quyết được những nhiệm vụ của đề tài khoa học và công nghệ cấp quốc gia, đề tài khoa học công nghệ khu vực và quốc tế.

Như vậy, các ngành đào tạo theo định hướng ứng dụng của Việt Nam lấy thực tiễn làm quy chuẩn đo lường chất lượng đào tạo, là cầu nối giữa lý thuyết cơ bản với những sản phẩm có thể sử dụng được trong thực tiễn đời sống xã hội. Bên cạnh đó, một chương trình đào tạo định hướng ứng dụng hiệu quả thường lệ được khởi đầu bằng việc đánh giá nhu cầu lao động, từ đó xây dựng những tiêu chuẩn, năng lực cần có của người học để thiết kế chương trình phù hợp với nhu cầu đó [3.43].



Hình 1.1: Chu trình phát triển chương trình đào trong POHE

(Nguồn: Dẫn theo tài liệu “Phát triển chương trình đào tạo đại học theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng”)

Việc nghiên cứu khoa học đứng trên góc độ song hành với tiến trình thực hiện đào tạo. Tuy nhiên, nghiên cứu khoa học thiên về

nghiên cứu ứng dụng, tức là nghiên cứu để đưa ra những giải pháp thiết thực có thể áp dụng được ngay vào thực tiễn cuộc sống. Chính vì lẽ đó, đào tạo theo hướng ứng dụng không chỉ tạo ra những nhân lực làm việc đúng ngành nghề mà còn có cả nhiệm vụ nghiên cứu thực tiễn để tìm ra được những giải pháp tối ưu nhất cho thực tiễn.

Theo số liệu điều tra của Bộ GD và ĐT trong những năm gần đây, cả nước có đến hơn 60% sinh viên ra trường thất nghiệp vì thiếu những kỹ năng, thiếu sự tiếp cận thực tiễn đối với ngành nghề từ khi ngồi trên ghế nhà trường. Con số chưa dừng lại ở những báo cáo này, các trường Đại học còn có những thống kê về số lượng sinh viên sau khi tốt nghiệp, con số có việc làm là rất cao, nhưng phần lớn làm trái với ngành nghề đã được đào tạo. Đây là một sự lãng phí về chất xám và nhân lực cho xã hội.

Đi cùng với tiêu chuẩn đánh giá, đo lường chất lượng này trong những thời điểm hiện nay, giáo dục mang tính định hướng ứng dụng có những đặc trưng riêng biệt. Chương trình giáo dục Đại học theo định hướng ứng dụng (Profession-Oriented Higher Education – POHE) thuộc Dự án Giáo dục Đại học Việt Nam – Hà Lan được bắt đầu vào đầu năm 2005 với mục tiêu nâng cao năng lực nghề nghiệp của sinh viên bằng cách xây dựng các chương trình đào tạo lấy nhu cầu của thị trường lao động làm trung tâm. Dự án này có mục tiêu chính là thực hiện chính sách mang tính đột phá “đào tạo theo nhu cầu xã hội” của Bộ Giáo dục và Đào tạo (Bộ GD-ĐT) và hình thành chính sách về mô hình đào tạo theo định hướng ứng dụng. Với triết lý của mô hình này, một số trường đại học của Việt Nam đã và đang ứng dụng một cách có hiệu quả trong khâu thực hiện chương trình đào tạo và cung ứng ra thị trường lao động một lực lượng lao động đúng chuẩn với đặc điểm của chương trình, trong đó, thấy rõ nhất là ngành Du lịch – Khách sạn.

Mô hình POHE có những đặc điểm chính của chương trình đại học theo định hướng ứng dụng như là:

- Chương trình đào tạo POHE là chương trình đào tạo (CTĐT) mở và dựa vào năng lực: Được phát triển dựa trên hồ sơ nghề

nghiệp, hồ sơ năng lực, với sự tham gia của của bên sử dụng lao động, tham khảo tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế. Các chương trình (CTĐT) của POHE được tổ chức theo mục tiêu năng lực đáp ứng yêu cầu của một nghề nghiệp cụ thể. Chương trình đào tạo có sự tham gia chặt chẽ của WOW (World of Work) tạm dịch: Thế giới việc làm (thế giới nghề nghiệp) về các mặt như: Cố vấn/tư vấn xây dựng chương trình; Tham gia giảng dạy; Hướng dẫn thực tập; Hướng dẫn nghiệp vụ chuyên môn; Tuyển dụng sinh viên sau khi tốt nghiệp;...

- Xác định phẩm chất nghề nghiệp của sinh viên POHE được trang bị bao gồm:

(1) Tính thích ứng và phổ rộng kiến thức: Sinh viên có nền tảng kiến thức rộng, có khả năng thích ứng với sự thay đổi, với nhiều điều kiện môi trường nghề nghiệp khác nhau.

(2) Tính liên ngành: Sinh viên có khả năng tích hợp kiến thức, kỹ năng và thái độ để hoàn thành tốt công việc chuyên môn. Bên cạnh đó còn được trang bị thêm kỹ năng mềm để có thể xử lý các tình huống khó khăn trong công việc.

(3) Ứng dụng được khoa học kỹ thuật vào thực tiễn vào chuyên môn của mình.

(4) Chuyển giao công nghệ và khả năng giải quyết vấn đề: Chương trình của POHE giúp sinh viên có thể ứng dụng được kiến thức và kỹ năng từ trong những bài học để ứng dụng với thực tiễn.

(Đây là tiền đề cho phương pháp dạy học dựa trên vấn đề - Proplem – Based Learning: PBL hiện nay được áp dụng rộng rãi trong các tiết học ở các trường đi theo xu hướng này).

(5) Tính sáng tạo giúp sinh viên giải quyết được những tình huống nghề nghiệp khác nhau;

(6) Được đào tạo các kỹ năng mềm như: Kỹ năng lập kế hoạch; Kỹ năng quản lý; Kỹ năng giao tiếp xã hội...

(7) Có khả năng thể hiện tư duy phản biện và hành động

(8) Có tinh thần trách nhiệm với xã hội và sẵn sàng thay đổi khi cần thiết;

(9) Có khả năng học tập suốt đời, luôn biết cách cập nhật và mở mang hiểu biết vì sự tiến bộ của bản thân và xã hội.

Sự tham gia của bên sử dụng lao động: thông qua các hoạt động cố vấn/ tư vấn ở cấp độ chương trình, cung cấp các cơ hội học tập cho sinh viên, hướng nghiệp, hướng dẫn nghiệp vụ trong các đề án nhóm và đề án tốt nghiệp. Thông qua đối thoại thường xuyên với các doanh nghiệp sử dụng lao động, lấy ý kiến của các doanh nghiệp, doanh nghiệp có sử dụng lao động là sinh viên đã từng học tại trường, trên cơ sở đó để xem xét và cải tiến chương trình đào tạo.

Phương pháp học dựa vào năng lực bản thân: Từng năng lực được chia theo cấp độ từ đơn giản đến phức tạp với những tình huống nghề nghiệp cụ thể ở mỗi cấp độ.

Đánh giá kết học học tập của người học dựa vào năng lực: Để minh chứng thể hiện quá trình hình thành năng lực và kết quả cuối cùng mà sinh viên đạt được khi kết thúc modul học phần, học kỳ, năm học hay khi tốt nghiệp, người học được áp dụng các phương pháp đánh giá thể hiện quãng thời gian tiếp nhận kiến thức của mình.

Các tiếp cận “người học là trung tâm”: Chuyển từ cách tiếp cận giáo dục “định hướng đầu vào” sang giáo dục “định hướng đầu ra”, những sinh viên trở thành chủ thể học tập chính. Xem sinh viên người là “trung tâm học tập” chính là tập trung vào nhu cầu, khả năng, lợi ích và phong cách học tập của sinh viên, trong khi đó giảng viên được coi là người hướng dẫn, người thúc đẩy quá trình học tập. Các tiếp cận này đòi hỏi sinh viên phải chủ động, tự chịu trách nhiệm đối với việc học tập của mình. Dựa vào phong cách học tập và khả năng của sinh viên, các hoạt động giảng dạy và học tập cần được tổ chức phù hợp, đổi mới, sáng tạo, tạo hứng khởi, và hạn chế kiểu truyền thống đọc chép.

Với cách tiếp cận POHE khác hoàn toàn với cách tiếp cận truyền thống của giáo dục đại học tại Việt Nam những năm ở thập niên trước. Điểm nổi bật của chương trình định hướng ứng dụng là cách thiết kế chương trình đào tạo gắn liền với thực tiễn nghề nghiệp, có sự tham gia của doanh nghiệp trong đánh giá sản phẩm

đào tạo. Bên cạnh đó, giảng viên theo định hướng POHE đòi hỏi phải có kinh nghiệm thực hành nghề nghiệp thực tiễn, có kiến thức đầy đủ và cập nhật về lý thuyết cũng như kỹ năng nghề nghiệp, để có thể thực hiện những phương pháp giảng dạy sát thực tế, và đánh giá đúng theo năng lực của người học.

Bảng 1.1: So sánh những điểm khác biệt giữa phương pháp của POHE và phương pháp truyền thống trong đào tạo đại học tại Việt Nam.

Tiêu chí	Chương trình đào tạo POHE	Chương trình đào tạo truyền thống
Tiếp cận giáo dục	Định hướng đầu ra	Định hướng đầu vào
Phương pháp sư phạm	Tiếp cận năng lực	Tiếp cận nội dung
Trung tâm của quá trình dạy học	Sinh viên	Giảng viên
Sự tham gia của Thế giới nghề nghiệp vào quá trình đào tạo	Bắt buộc	Không bắt buộc
Xây dựng chương trình đào tạo	Dựa vào nhu cầu của thế giới nghề nghiệp, có sự tham gia của thế giới nghề nghiệp	Không dựa vào nhu cầu của thế giới nghề nghiệp, không kết nối với thế giới nghề nghiệp
Xác định mục tiêu học tập chuẩn đầu ra	Dựa vào hồ sơ năng lực là kết quả điều tra thế giới nghề nghiệp	Do nhà trường xây dựng, không dựa vào kết quả điều tra thế giới nghề nghiệp
Phương pháp dạy học và đánh giá kết quả học tập	Dựa vào năng lực, có sự tham gia thường xuyên của thế giới nghề nghiệp	Dựa vào truyền thụ kiến thức, không có sự tham gia thường xuyên của thế giới nghề nghiệp
Tổ chức đơn vị học tập trong chương trình đào tạo	Được tổ chức thành hệ thống modul có tính tích hợp cao, thích hợp cho hình thành năng lực	Được chia nhỏ thành học phần riêng biệt mang tính đơn ngành, ít kết nối với nhau.
Chương trình đào tạo	Tính mở, linh hoạt và luôn được cập nhật với thay đổi của thị trường lao động	Cứng nhắc, ít thay đổi, được chuẩn hoá thành khung chương trình cho cả nhóm ngành đào tạo

Nghiên cứu của giảng viên và sinh viên	Có tính ứng dụng cao, nhằm giải quyết các vấn đề của thế giới nghề nghiệp	Nghiên cứu ít gắn kết với nhu cầu của thế giới nghề nghiệp
Môi trường học tập	Đa dạng, cởi mở, thân thiện, chú trọng rèn luyện kỹ năng, trong điều kiện nhà trường và tại thế giới nghề nghiệp	Chủ yếu tổ chức dạy và học trong điều kiện nhà trường
Yêu cầu đối với giảng viên	Đóng nhiều vai trò cùng một lúc: người thầy; chuyên gia về chuyên môn, huấn luyện viên, tư vấn viên, giám sát viên...	Vai trò người thầy và nghiên cứu viên.

Nguồn: Bộ Giáo dục và Đào tạo (2016), “Phát triển chương trình đào tạo đại học theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng”, Dự án phát triển giáo dục đại học theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng (POHE) ở Việt Nam giai đoạn 2, Nxb Đại học Sư phạm [66;68]

Ngày nay, việc đào tạo mang tính mở, mang tính quốc tế hoá, để dễ dàng thừa nhận lẫn nhau trong các quốc gia lân cận, hay nói cách khác là thuận tiện trong trao đổi giáo dục.

Thuật ngữ “chuẩn quốc tế” ngày nay đều được các cơ sở đào tạo sử dụng trong thiết kế đào tạo, dựa trên những yêu cầu thực tế mà xã hội đang cần. Và cũng là tôn chỉ những kỹ năng, kiến thức mà thế giới đang vận dụng. Có thể nói rằng, chuẩn, hay tiêu chuẩn quốc tế là tiêu chuẩn do một tổ chức tiêu chuẩn quốc tế hoặc tổ chức quốc tế có hoạt động trong lĩnh vực tiêu chuẩn công bố. Với khả năng của tổ chức này có thể thiết lập các tiêu chuẩn chung, nó sẽ trở thành luật định thông qua các hiệp định hay các tiêu chuẩn quốc gia vì thế sẽ làm cho nó có nhiều sức mạnh hơn với sự liên kết chặt chẽ giữa các chính phủ. Quá trình xây dựng được đảm bảo nguyên tắc đồng thuận, phù hợp với nguyên tắc của hoạt động tiêu chuẩn quốc tế [3.52].

Đối với ngành giáo dục, hiện nay, hầu hết các trường đều có ban đối ngoại, ban hợp tác quốc tế, chủ động ký kết hợp tác, trao đổi văn

hoá giữa sinh viên và các trường, xu hướng tiếp cận các chương trình học tiên tiến, hiện đại của các quốc gia đang phát triển. Điều này đã góp phần cho việc du nhập các nền giáo dục tiên tiến, quốc tế, mang tính toàn cầu trở nên dễ dàng hơn rất nhiều. Tuy nhiên, việc tham khảo, hay áp chuẩn quốc tế vào các chương trình đào tạo đại học cũng phụ thuộc rất lớn giữa cách tiếp nhận lại của người học theo chuẩn yêu cầu quốc tế.

Các chương trình đào tạo quốc tế hiện nay ở các trường tại Việt Nam nói chung, hầu hết được “nhập khẩu” hoàn toàn, hoặc theo hình thức chuyển giao các modul trong chương trình đào tạo. Các chương trình đào tạo ứng dụng chuẩn quốc tế không chỉ tập trung vào việc cung cấp kiến thức chuyên môn cho người học; mà còn chú trọng nhiều đến việc rèn luyện và đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng cộng đồng thông qua các hoạt động tìm hiểu thực tế. Qua đó, chương trình ứng dụng chuẩn quốc tế chú trọng việc học phải đi đôi với hành [2.28]. Người học được khuyến khích nói lên ý kiến, thể hiện khả năng bản thân. Người học có khả năng quyết định, tự lập và được trang bị đầy đủ các kỹ năng để trở thành những công dân chính trực, có khả năng giao tiếp, tôn trọng nền văn hóa các quốc gia, làm việc vì lợi ích chung và sống có trách nhiệm với cộng đồng. Giúp người học phát triển toàn diện theo yêu cầu quốc tế trong thời kỳ hội nhập.

Tiếp cận với phương thức mới này, đào tạo ngành Du lịch – Khách sạn theo hướng ứng dụng kỹ năng thực hành theo mô thức chuẩn quốc tế tại khoa Du lịch – Khách sạn (HUFLIT) thực hiện đúng với tôn chỉ của đào tạo theo tính mở, mới, gắn liền song hành cùng doanh nghiệp, cùng thực tế.

Khoa Du lịch – Khách sạn (HUFLIT) (DLKS) bắt đầu đào tạo hai ngành: Quản trị Kinh doanh Lữ hành và Quản trị Khách sạn – Nhà hàng từ năm 2003. Qua hơn 20 năm xây dựng và phát triển, khoa DLKS đã có những thành công nhất định trong việc cung cấp nguồn nhân lực cho thị trường lao động khu vực phía Nam nói riêng, và các thị trường lao động ở các nước lân cận. Ngay từ khi được mở ngành đào tạo, khoa DLKS đã coi trọng và tập trung đầu tư trang thiết bị phục vụ thực hành chuẩn cho những môn có tính ứng dụng cao, trang bị thực hành nghề nghiệp đúng chuẩn quốc tế 5 sao. Phần lớn,

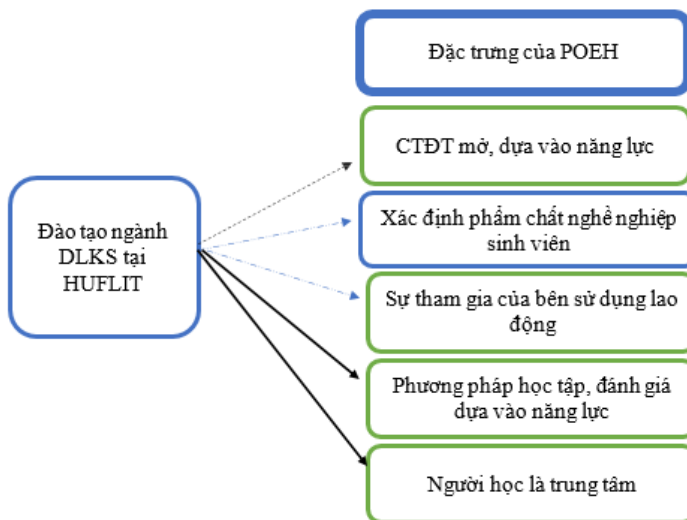
sinh viên học ngành học này, đều tìm được công việc ngay từ khi là năm thứ 3 đại học, những công việc casual (tạm dịch là bán thời gian; thời gian linh động) trước tiên là tại những đơn vị ký kết hợp tác, theo hình thức của WOW (thế giới nghề nghiệp), ở các lĩnh vực như: Phụ tour, Sale tour, điều hành, xây dựng hồ sơ khách hàng theo nhóm ngành nghề, thực tập sinh hướng dẫn du lịch; Làm việc theo ca tại các Khách sạn, Nhà hàng, Resorts, sân Golf.... tại thành phố.

Một đặc điểm làm nên tính khác biệt của HUFLIT trong việc đào tạo ngành DLKS, đó là việc giảng dạy những môn chuyên ngành hoàn toàn bằng tiếng Anh. Đây là một trong những thế mạnh, làm nên tên tuổi của HUFLIT cũng như của ngành DLKS của khoa. Và là một trong những cơ sở đứng vào hàng Top – Ten trong hệ thống các trường đại học khu vực phía Nam, đào tạo tiên phong, áp dụng những chuẩn đầu ra mang tính quốc tế cho người học. Bên cạnh đó, việc sử dụng tiếng Anh trong các môn học chuyên ngành và các hoạt động học tập như thuyết trình bằng tiếng Anh, tranh luận, đàm phán, phân tích.... cũng giúp cho sinh viên nâng cao được rất nhiều kỹ năng mềm theo tiêu chuẩn quốc tế. Kiến thức chuyên ngành, năng lực mềm và tiếng Anh chủ đạo là những tố chất mục tiêu mà sinh viên ngành DLKS (HUFLIT) dù ở bất kỳ nơi đâu cũng mong muốn đạt được. Việc trọng tâm vào yếu tố ứng dụng thực tiễn sát sao, đặc biệt là ngành du lịch, dịch vụ không thể ngồi để trình bày lý thuyết suông, mà cần phải áp dụng vào thực tế từng công việc từ nhỏ đến lớn, cũng như chú trọng trong đào tạo ngoại ngữ, các yếu tố đó cho thấy rằng, HUFLIT nói chung và khoa DLKS nói riêng đã có định hướng phù hợp với nhu cầu của thời đại.

Ở góc độ nền tảng của POHE, có thể thấy, HUFLIT hơn 10 năm trở lại đây đã đáp ứng được hầu hết những đặc trưng của mô hình đào tạo theo định hướng ứng dụng. Sinh viên đều được tạo điều kiện làm việc nhóm ở tất cả các môn học, được tiếp cận môi trường thực tế qua những buổi tham quan như Hotel Tour; Travel Company Tour có báo cáo, được phát triển kỹ năng làm việc thực tế thông qua những hoạt động mang tính bắt buộc của ngành, như học phần Sự kiện; Nhà hàng, Housekeeping, F.O, Điều hành Tour, Sale Tour, Nói trước

công chúng (Public Speaking).....Theo đó, phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá tại HUFLIT vẫn luôn dựa vào năng lực, và đáp ứng đúng trọng tâm chuẩn đầu ra của môn học và của ngành đào tạo. Hoạt động dạy và học vô cùng đa dạng, nhiều tình huống được mô phỏng, hoặc thu nhỏ của những tình huống nghề nghiệp thực tiễn. Mặc dù chưa xây dựng hoàn thiện bộ Hồ sơ nghề nghiệp, Hồ sơ năng lực như POHE được đề cập, nhưng HUFLIT vẫn luôn song hành với các chuẩn đầu ra của các chương trình đào tạo DLKS trong việc đánh giá năng lực của sinh viên qua các chương trình thực tập nhận thức, thực tế. Đồng thời, sinh viên ngành DLKS đặc biệt được chú trọng đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng hoạt náo. Sự năng động, thể mạnh ngoại ngữ, khả năng song ngữ cho những chương trình lớn được sinh viên lên kế hoạch tỉ mỉ.

Sơ đồ 1.2: Sự đáp ứng CTĐT của HUFLIT đối với các đặc trưng của CTĐT theo định hướng ứng dụng



**Chú giải:* Đường "... " thể hiện sự đáp ứng còn hạn chế Đường "---" thể hiện sự đáp ứng chưa đầy đủ

Giáo trình phục vụ giảng dạy và học tập: Hiện khoa DLKS luôn cập nhật và sử dụng những giáo trình tiên tiến của các nước, giáo trình

sử dụng cho mục đích học tập và nghiên cứu 100% bằng Tiếng Anh. Đây là một lợi thế của khoa so với các trường trong phân khúc trên địa bàn Tp.HCM nói chung, cùng giảng dạy ngành/ chuyên ngành DLKS.

Đội ngũ giảng viên là Tiến sĩ, Thạc sĩ thuộc ngành du lịch đều có kinh nghiệm giảng dạy thực tế, có trình độ chuyên môn phù hợp với năng lực giảng viên. 100% giảng viên của khoa đều có kỹ năng dạy chuyên ngành bằng Tiếng Anh.

Khoa chú trọng đến phương pháp giảng dạy tích cực “lấy người học làm trung tâm”, áp dụng phương pháp giảng dạy theo dự án, giảng dạy trên thực địa, khuyến khích người học tự chủ trong học tập, hình thành thói quen học tập, chuẩn bị kỹ năng và kiến thức được tiếp thu.

Tăng cường các hoạt động ứng dụng kỹ năng thực hành theo chuẩn quốc tế 5 sao, thực tập tại các doanh nghiệp. Đối với ngành Quản trị Du lịch - Lữ hành áp dụng chương trình học trên thực địa trong phạm vi xuyên Việt, hay tại các điểm du lịch chính tại Thành phố Hồ Chí Minh. Đối với ngành QT KS-NH áp dụng phương pháp học tập và giảng dạy tại phòng thực hành chuẩn quốc tế 5 sao, và thực tập tại kỳ thực tập doanh nghiệp cho 2-3 đợt trong mỗi khoá.

Tăng cường hoạt động ngoại khoá: gắn với chuyên môn nghề nghiệp, xem đây là một sân chơi bổ ích thiết thực cho cả người dạy lẫn người học. Khoa DLKS và sinh viên đã thành lập được các câu lạc bộ học thuật như: CLB Lữ Hành, cùng sinh hoạt học thuật trên những chuyến đi về nguồn tại Bến Tre; Hội trại kỹ năng Teambuilding tại Damb’ri – Lâm Đồng; Phan Thiết – Bình Thuận; Xuyên việt 21 ngày; 14 ngày; 7 ngày... CLB Nhà Hàng – Pha Chế, tổ chức kinh doanh trong một tuần theo từng nhóm sinh viên thiết kế món ăn và tự kinh doanh. Cuộc thi Master Chef HUFLIT được khoa và sinh viên lên kế hoạch và triển khai ấn tượng hàng năm, thu hút đông đảo sinh viên các khoa cùng tham gia sân chơi. Bên cạnh đó, các môn học gắn liền với các hoạt động như Tổ chức sự kiện, sinh viên vừa tự tổ chức và điều phối chương trình, như các chương trình: TOURISM PAGEANT; HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TOÀN THÀNH....

Giáo dục gắn với doanh nghiệp thực tế theo chuẩn quốc tế đã được khoa DLKS xác định trong quá trình đào tạo. Khoa đã ký kết hợp tác với những doanh nghiệp có tiếng trên địa bàn TpHCM như: khách sạn Intercontinental; Equatorial; Majestic; Rex; Lotte..., và những doanh nghiệp lữ hành hàng đầu tại Thành phố Hồ Chí Minh.

2. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRONG ĐÀO TẠO THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG CHUẨN QUỐC TẾ NGÀNH DU LỊCH – KHÁCH SẠN.

Qua những phân tích trên đều thấy được rằng, mọi vấn đề luôn luôn song hành cùng những cơ hội và không ít những thách thức được đặt ra

Với tất cả những đặc điểm đã phân tích về đào tạo ngành DLKS tại HUFLIT, cùng với xu hướng mới, mở, gắn với nhu cầu xã hội, gắn với thực tiễn, và theo chuẩn quốc tế và những chuyển biến của ngành giáo dục tại Việt nam, cơ hội, triển vọng cho xu hướng đào tạo ứng dụng, gắn với thực tiễn đối với ngành DLKS tại HUFLIT là một hướng đi đúng, nắm bắt được những cơ hội và những triển vọng:

Thứ nhất, hậu Covid 19 ít nhiều đã làm thay đổi cục diện thế giới, cũng như trong công tác đào tạo, nhất là đối với ngành DLKS, một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước và mang tính đặc thù, tính ứng dụng rất cao. Những bài học ở thời kỳ Covid cũng đã cho thấy rằng, việc thích ứng trong những tình huống khó khăn, và sự dịch chuyển lao động vào thời kỳ đó. Tuy nhiên, hậu Covid-19 đã thay đổi, sự hồi sinh trở lại mang tới một luồng khí mới, sự khát nhân lực có chất lượng cho ngành DLKS đòi hỏi nơi cung ứng nhân lực là trường học mở rộng liên kết hợp tác, nắm bắt cơ hội để điều chỉnh CTĐT ứng với từng thời điểm, và đang được xã hội yêu cầu.

Thứ hai, đào tạo ngành DLKS tại HUFLIT còn được cộng hưởng từ những chính sách giáo dục của Việt Nam. Tích cực tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế, Việt Nam đã nhận thức được thực trạng của nền giáo dục nước nhà, thế nên, ngay từ những năm đầu của thế kỷ 21 đã có chủ trương đổi mới toàn diện nền giáo dục, trong đó, định hướng giáo dục phải gắn liền với nhu cầu xã hội. Dự án PROFED với sự hỗ trợ của Chính phủ Hà Lan là một trong những nỗ lực tìm kiếm

giải pháp cho đổi mới giáo dục đại học Việt Nam theo hướng nghề nghiệp - ứng dụng, gắn đào tạo với thực tiễn, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao với nhu cầu của thị trường lao động. Cách tiếp cận POHE là một trong những chương trình thuộc PROFED, được nhân rộng tại Việt Nam. Với định hướng ứng dụng của mình, khoa DLKS - HUFLIT đã đi đúng theo chủ trương đường lối giáo dục đại học ở Việt Nam, hoà vào cùng dòng chảy chung của giáo dục đại học hiện đại. Đây là một trong những đặc điểm để khẳng định hướng triển của khoa DLKS - HUFLIT sẽ gặp rất nhiều thuận lợi. Thứ ba, cơ hội đào tạo ngành DLKS tại HUFLIT được khẳng định qua xu hướng chuộng những cơ sở đào tạo mang tính thực tế cao, đúng chuẩn quốc tế của người học. Trong bối cảnh hiện nay, xu hướng lựa chọn những cơ sở đào tạo theo định hướng ứng dụng, chuẩn quốc tế ngày một gia tăng. Sau rất nhiều thông tin về thực trạng thất nghiệp của người học ngay sau khi ra trường, nên cơ hội để mình chứng số người học tại khoa luôn tập trung việc đào tạo gắn với thực tế, chuẩn theo quốc tế, tập trung phát triển kỹ năng cho sinh viên trở thành vấn đề cần được quan tâm, đó là một lý do để chọn lựa của rất nhiều người học. Đặc biệt, cơ hội để các giảng viên, vừa làm tròn trách nhiệm đứng lớp, vừa có một môi trường để thể hiện bản thân, vừa có thể tư vấn những bộ phận nghiệp vụ tại các doanh nghiệp khởi nghiệp.

Thứ tư, với chương trình theo định hướng ứng dụng, cơ hội được cọ sát tỉ mỉ từ khâu lý thuyết ứng dụng đến thực tiễn, được tăng cường giờ thực hành để nắm vững ngành nghề chuyên môn. Điều này cho thấy thành quả thực sự của của HUFLIT trong việc hướng ngành DLKS đến tính “ứng dụng”, “chuẩn quốc tế”, để sinh viên khi ra trường có thể làm việc được ngay.

Bên cạnh những cơ hội có được, thì thách thức mà HUFLIT phải đối mặt chính là sự cạnh tranh giữa các cơ sở đào tạo. Hiện nay, có khá nhiều trường đại học tại Việt Nam có đào tạo ngành/ chuyên ngành DLKS, tất cả các cơ sở có đào tạo ngành này gần như đều đã định hình được bản sắc riêng trong đào tạo của mình, về định hướng ứng dụng, áp dụng chuẩn quốc tế mỗi trường tự chuyển giao, hoặc liên kết. Vì ngày này, cùng với chủ trương đổi mới giáo dục của Chính phủ, các trường đại học đều chủ động tự thay đổi,

đặc biệt là với một ngành học đầy tính năng động, đầy tính sát thực như ngành DLKS càng rõ nét. Đây chính là một thách thức không hề nhỏ đối với khoa DLKS (HUFLIT).

Để chủ động làm mới CTĐT theo hướng tích cực, ứng dụng kỹ năng thực hành cao, có tính chuẩn quốc tế, đi cùng với yêu cầu về số lượng tín chỉ sinh viên. phải hoàn thành trong 3,5 – 4 năm học tại trường, cũng như trong thiết kế CTĐT cần có sự góp mặt của các chuyên gia trong ngành DLKS cùng thẩm định. Nên các học phần kiến thức với học phần kỹ năng đang chưa thật sự cân đối với tính liên đới cho từng học phần ở những học kỳ với nhau. Mặt khác, tỷ lệ được tiếp nhận sinh viên thực tập nghề nghiệp cho từng học kỳ vẫn còn hạn chế, vì thời lượng còn bị áp đặt theo số lượng tín chỉ được học trong mỗi một học kỳ. Đó là một thách thức không hề nhỏ, trong khâu nghiên cứu, thiết kế CTĐT.

Vấn đề nội tại là đội ngũ giảng viên có trình độ cao, tuy nhiên để nắm bắt xu thế ứng dụng thực tiễn, thì ngoài việc truyền kiến thức cũng như mang vào trong từng modul giảng dạy, giảng viên cần giảng bằng ngôn ngữ quốc tế, tuy nhiên, nếu cùng cho doanh nghiệp vào tham gia trong khâu lý thuyết thì với yêu cầu của đổi mới, có nhiều doanh nghiệp e dè, chưa đủ tự tin. Ngược lại, giảng viên buộc phải đến doanh nghiệp để học tập thêm những công đoạn, cách thức triển khai của ngành nghề, đang còn là một bài toán chưa có lời giải tối ưu.

3. PHẦN KẾT LUẬN

Có thể thấy rằng, đào tạo ngành DLKS theo định hướng ứng dụng kỹ năng thực hành chuẩn quốc tế tại khoa DLKS – HUFLIT là một hướng đi phù hợp với chủ trương đổi mới của ngành giáo dục đại học tại Việt Nam. Những thành quả của hiện tại, cùng với diễn biến mới của tình hình kinh tế quốc tế và nhu cầu đi lại, nhu cầu du lịch, thúc đẩy cán cân kinh tế thông qua ngành Du lịch về môi trường đào tạo ứng dụng tại Việt Nam mở ra nhiều hướng đi tốt đẹp cho. Khoa DLKS – HUFLIT trong tương lai. Tuy nhiên, viễn cảnh không mãi tươi sáng, mà song hành cùng những cạnh tranh, có cơ hội nắm bắt, có thách thức để tìm ra hướng đi tốt nhất trong việc phân bổ thời lượng hợp lý, tích cực cải tiến nội dung đào tạo để theo

kịp xu thế thế giới đang cần./.



**Sinh viên khoa DLKS (HUFLIT) trong tiết thực hành
Pha Chế tại khu thực hành chuẩn 5 sao quốc tế**

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2020), “*Phát triển chương trình đào tạo theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng*”, Dự án phát triển giáo dục đại học theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng (POHE) ở Việt Nam giai đoạn 2, Nxb. Đại học Sư phạm, Hà Nội.
2. Bộ Văn hoá - Thể thao và Du lịch (2019) *Chiến lược phát triển nhân lực văn hoá thể thao và du lịch 2015 – 2030*.
3. *Declaration on professional oriented higher education. To the ministers of Higher Education, present in Bergen (Norway)*. Truy cập ngày 10 tháng 2. 2024
4. Nguyễn Thị Mai Phương, *Hợp tác trường Đại học và Doanh nghiệp trong giáo dục Đại học theo định hướng ứng dụng nghề nghiệp ở Việt Nam*, Báo cáo nghiên cứu số 11 - Dự án POHE.

COMMUNICATION SKILLS EDUCATION FOR STUDENTS OF THE FACULTY OF TOURISM – DONG A UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

MSc. Vi Van Thao¹

Abstract: Communication skills are one of the crucial and indispensable prerequisites for every individual in their professional activities, including the field of tourism. Communication skills help establish and maintain social relationships. The article has elucidated the assessment of the current situation of communication skills education for students in the Tourism Department – East Asia University through a survey of 193 students. Based on this, we propose solutions to enhance the quality of communication skills education for Tourism Department students, aiming to equip them with communication skills for their careers after graduation.

Keywords: Education, communication skills, students, Faculty of Tourism, East Asia University of Technology.

GIÁO DỤC KỸ NĂNG GIAO TIẾP CHO SINH KHOA DU LỊCH – TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ ĐÔNG Á

Tóm tắt: Kỹ năng giao tiếp là một trong những điều kiện quan trọng và không thể thiếu đối với mỗi con người trong hoạt động nghề nghiệp, trong đó có lĩnh vực du lịch. Kỹ năng giao tiếp giúp thiết lập và duy trì được mối quan hệ xã hội. Bài viết đã làm rõ đánh giá thực trạng giáo dục kỹ năng giao tiếp cho sinh viên Khoa Du lịch – Trường Đại học Công nghệ Đông Á thông qua điều tra, khảo sát đối với 193 sinh viên. Trên cơ sở đó, chúng tôi đưa ra giải pháp nhằm nâng cao chất lượng giáo dục kỹ năng giao tiếp cho sinh viên Khoa Du lịch, nhằm trang bị kỹ năng giao tiếp cho sinh viên trong công việc sau khi tốt nghiệp ra trường.

Từ khóa: Giáo dục, kỹ năng giao tiếp, sinh viên, Khoa Du lịch, Đại học Công nghệ Đông Á.

1. STATE THE PROBLEM

Tourism is a specialized field that demands high soft skills in general, and communication skills in particular. To succeed in this

¹ Faculty of Fundamentals, East Asia University of Technology, Email: vivanthaols@gmail.com.

field, students, in addition to the knowledge of their majors, need to equip themselves with essential communication skills to effectively address practical work issues. According to Ho Van Dung & Nguyen Thi Ngoc Be: "Communication skills play an extremely important role in real life, human labor activities, a means for people to cooperate towards equality and happiness" [1, p.186]. East Asia University operates on a business-integrated training model, emphasizing the development of soft skills for students. Soft skills have been incorporated into the curriculum as a formal course with 45 theory sessions, partly meeting the demand for equipping students with skills, including communication skills. For students in the Tourism Department at East Asia University, communication skills are crucial assets that can enable them to excel in their tourism-related careers.

Currently, the issue of educating communication skills for students has been extensively researched and published by many scholars such as Tran Thi Bich Tram (2015), who surveyed the communication skills of students at Da Nang College of Tourism with 525 students, through 10 communication skill groups [9]; Vu Thuy Hoan (2016), who studied the status of communication skills development for students in the preschool education sector at Hanoi Capital University [4]; Nguyen Thi Nga (2019), who suggested that to improve communication skills, it is necessary to study, grasp the nature, structure, and laws of the communication process [6]; Vu Kieu Hanh (2020), who conducted research on English communication skills of 350 final-year students at Thai Nguyen University [5]; Ho Van Dung & Nguyen Thi Ngoc Be (2020), who researched the status of communication skills of students at Hue University of Pedagogy, based on a survey of 442 students from the Faculty of Psychology – Education, Faculty of Primary Education, and Faculty of Preschool Education [1]; Ngo Phuong Thao & Bui Thi Phuong Anh (2022), who evaluated the status of communication skills in clinical practice of medical students at Can Tho University of Medicine through a survey of 346 students [8].

All of these studies affirm the importance of communication skills for students and provide solutions to enhance communication skills

for students within the scope of their research subjects. However, there has been no study specifically focusing on communication skills for students in the Tourism Department at East Asia University. Therefore, researching the communication skills of students in the Tourism Department at East Asia University is necessary to evaluate the status of communication skills education and propose solutions to enhance communication skills education, helping students to be equipped with communication skills for successful application in real-life work situations.

2. RESEARCH RESULTS

2.1. Theoretical basis

Psychologist AV Zaporôjet once asserted: "Communication is the most important source of human psychological development in the process of its individuality." Authors Nguyen Van Hien and Le Thu Hoa (2020) define: "*Communication is the act of transmitting and receiving information.*" [3, p.11]. "Communication is The specific ability of each person to apply the knowledge gained in the process of contact between people is the most important condition for the formation and development of an individual's personality" [7]. Thus, communication is a process of transmitting information from the speaker to the listener, the listener receives and processes it to recognize that information and respond to the listener through active interaction with each other.

Communication skills are "the ability to effectively apply knowledge about the communication process, about the factors participating in and affecting this process as well as effectively using and harmoniously coordinating means of communication." verbal and non-verbal communication and technical means to achieve intended goals in practice [2]. Thus, communication skills are the ability to use knowledge about the communication process, influence participation factors and be flexible in coordinating linguistic, non-verbal and technical means to achieve results goals in reality.

Communication skills play a very important role for students of the Faculty of Tourism, East Asia University of Technology. This can be considered one of the indispensable skills and a hard skill in training for students. "Communication skills are one of the indispensable conditions for people working in all professions. This skill is especially important for service staff in the tourism sector" [9, p.35]. Therefore, evaluate the current status of communication skills education and propose solutions to improve communication skills for students of the Faculty of Tourism in order to equip students with the necessary communication skills to serve the students training activities are enhanced.

2.2. Research Methods

We conducted an online investigation and survey using Google form for 193 students of the Department of Tourism of East Asia University of Technology to collect important information about the current status of communication skills education for students of the department tourism.

The content of the investigation and survey includes students' awareness of the importance of communication skills; communication skills education content for students; frequency of students' communication skills training; students' level of communication skills performance; Student satisfaction with educational content and communication skills teaching methods; Factors affecting the effectiveness of communication skills education for students.

We synthesize and process survey data on Microsoft Excel software, calculate percentages and use a 4-level scale to analyze survey results on the current status of communication skills education forward to students.

2.3. Current status of communication skills of students of the Faculty of Tourism, East Asia University of Technology

2.3.1. Students' awareness of the importance of communication skills

Chart 1. Students' awareness of the importance of communication skills

Through the survey results, surveying students' awareness of the importance of communication skills shows that most students

are aware of the importance of this issue, 42.49% think it is very important and 43.52% think it is important. This comes from experience in the learning environment in lecture halls as well as practice at professional establishments that students have access to during the training process. However, there is still a small number of students who are not properly aware of the importance of communication skills education, 11.40% think it is less important and 2.59% think it is not important, this comes from Students' learning awareness is not high, and students' self-improvement of knowledge and soft skills is still limited.

2.3.2. Frequency of students' communication skills training

Table 1. Frequency of students practicing communication skills

Communication skills	Implementation level (%)			
	Very often	Frequent	Sometimes	Never
Awareness of communication skills	17.06	29.03	29.27	24.64
Listening Skills	29.42	46.27	22.91	1.4
Speaking skill	30.4	43.32	12.21	5.16
Writing skill	25.35	38.18	24.36	12.11
Non-verbal communication	17.98	11.32	42.73	27.97
Social communication	3.42	9.28	25.52	61.78
Cross-cultural communication	3.89	11.25	29.54	55.32
Conflict management skills	13.53	14.18	25.23	47.06
Self-awareness	32.76	25.66	21.52	20.06

Training to raise awareness about, the position and importance of communication skills for students of the Faculty of Tourism is quite limited, specifically: Only 17.06% of students practice very regularly, 29.03% of students practice very often. Students practice regularly, this is a very low rate compared to students' correct awareness of the importance of communication skills which is relatively high. At the same time, 29.27% of students occasionally practice and 24.64% of students never practice and improve their awareness of communication skills.

Students' listening skills are trained regularly, specifically as follows: Very often accounts for 29.42%, frequently accounts for 46.27%, this comes from during the training process, students regularly practice Listening skills through lecturers' lectures as well as the internship process at professional establishments are mainly about learning and listening to experts and managers sharing about the trained professional practice process create. The percentage of students who practice occasionally accounts for 22.91% and who does not practice accounts for 1.4%.

Speaking and writing skills are practiced by students more often. The proportion of students who practice speaking skills very often accounts for 30.4% and regularly accounts for 43.32%. The percentage of students who practice writing skills very often accounts for 25.35%, regularly accounts for 38.18%, this comes from the characteristics of the tourism training program in general, students need to be trained in speaking skills and write regularly, especially in practical internship activities, practical experiences have many necessary skills that require students to receive and comprehend, so students need to take notes for archiving ask. But there is still a large number of students who practice speaking and writing skills infrequently, specifically: The proportion of students who practice speaking skills occasionally accounts for 21.12% and never accounts for 5.16%; The proportion of students who practice writing skills occasionally accounts for 24.36% and never accounts for 12.11%. Nonverbal communication is a complex form of communication that requires students to combine many different senses during the training process, so the frequency of regular training is very limited. The percentage of students who practice non-verbal communication skills very often is only 17.98%, regularly accounts for 11.32%, this is a very low percentage. Meanwhile, the percentage of students who practice this skill occasionally is very high at 42.73% and never at 27.97%.

Social communication and conflict management are extremely important skills to establish and maintain relationships in life, but students practice them infrequently. The percentage of students

who do not practice social communication skills is up to 61.78%, conflict resolution skills are up to 47.06%, this greatly affects the ability to cooperate and exchange information during the learning process and future work of students.

Cross-cultural communication helps students access a variety of knowledge from traveling to many countries around the world, but the frequency of practice is also very limited. The percentage of students who do not practice is 55.32%, sometimes 29.54%.

More positive is that self-awareness skills are regularly practiced by most students. The proportion of students who practice very often accounts for 32.76%, and regularly accounts for 25.66%. However, the proportion of students with limited training is not small, with occasional training accounting for 21.52% and no training accounting for 20.06%.

2.3.3. Content of communication skills education for students

Table 2. Content of communication skills education for students

Communication skills	Quantity (SV)	Ratio %
Listening Skills	153	79.27
Speaking skill	95	49.22
Writing skill	17	8.81
Non-verbal communication	thirty first	16.06
Social communication	forty six	23.83
Cross-cultural communication	72	37.31
Conflict management skills	37	19.17
Self-awareness	59	30.57

From the results in Table 2, it can be seen that there is quite a lot of education content on communication skills for students. The skill that students are trained and educated the most is the listening skill, because this is a skill in the Soft Skills module that is compulsorily applied in the school's training program. Next is speaking skill (accounting for 49.22), because this is a required skill for students coming from specialized majors that require high requirements for

communication through language. However, other skill content used in communication skills education for students is quite limited, such as writing skills accounting for only 8.81%, conflict resolution skills accounting for 19.17%, non-verbal skills accounting for only 8.81%. Language accounts for 16.06%, this comes from the fact that there are no detailed topics on these skills, students mainly practice through self-study. Therefore, the quality of communication skills education for students of the Faculty of Tourism is limited.

2.3.4. Students' level of communication skills performance

Table 3. Students' level of communication skills performance

Communication skills	Implementation level (%)			
	Good	Rather	Medium	Bad
Listening Skills	19.42	36.79	32.91	10.88
Speaking skill	25.7	35.61	29.52	9.17
Writing skill	30.32	25.89	37.81	5.98
Non-verbal communication	11.72	13.79	38.52	35.97
Social communication	27.89	21.78	25.52	24.81
Cross-cultural communication	7.92	13.74	29.56	48.78
Conflict management skills	6.39	21.32	35.23	37.06
Self-awareness	21.89	41.32	23.82	12.97

Performed at a Good level are writing skills accounting for 30.32%, speaking skills accounting for 25.7%, social skills accounting for 27.89%, listening skills accounting for 19.42%. Also performing well in other skills such as non-verbal communication, cross-cultural communication, conflict management,... accounts for a very low percentage such as cross-cultural communication skills accounting for 7.92%, conflict management skills Conflict accounts for 6.39%, non-verbal communication accounts for 11.72%. Implementing communication skills at a Good level accounts for a high percentage, mainly in listening skills accounting for 36.79%, speaking skills accounting for 35.61%, self-awareness skills accounting for 41.32%. The above skills students perform at a fairly high level of Good and Fair, because these are skills that students practice regularly in class through different subjects, including the Soft Skills module.

The skills that students perform at the Average level account for a high percentage including non-verbal skills accounting for 38.52%, writing skills accounting for 37.81%, conflict management skills accounting for 35.23%, listening skills accounting for 32.91%, multicultural communication accounts for 29.56%. Performing at a Weak/Poor level includes cross-cultural communication skills accounting for 48.78%, conflict management skills accounting for 37.06%, non-verbal communication skills accounting for 35.97%. Most students perform the above skills at an Average and Weak/Poor level, because during the process of teaching Soft Skills, lecturers do not have enough time to convey, in addition to awareness and self-awareness student learning is limited.

2.3.5. Student satisfaction with educational content and communication skills teaching methods



Figure 2. Student satisfaction with educational content and teaching methods communication skills

From the results in chart 2, it shows:

- Student satisfaction with the content of communication skills education for students is very satisfied accounting for 21.38%, satisfied accounting for 22.8%, less satisfied accounting for 32.5%, dissatisfied accounting for 23.32%. Thus, the education content of communication skills for students in the Tourism Department is not truly suitable.

- Student satisfaction with the method of teaching communication skills is only 11.78% very satisfied, 36.27% satisfied, 32.91% less satisfied and 19.04% dissatisfied. The data shows that the proportion of students who are satisfied with the method of teaching communication skills to students is less than the proportion of students who are less satisfied and dissatisfied. This indicates that the teaching methods used by instructors are not truly effective.

2.3.6. Factors affecting the effectiveness of communication skills education for students

Table 4. Factors affecting the effectiveness of communication skills education for students

Impact factors	Degree of agreement (%)			
	Very agree	Agree	Somewhat agree	Disagree
Cultural diversity	42.18	32.38	12.13	12.32
Information technology factor	38.91	36.17	20.88	4.04
Learning and working environment	52.28	29.44	11.12	7.16
Consciousness and will	60.12	28.38	8.32	3.18
Perseverance and patience	50.92	32.48	12.72	3.88
Creative thinking	40.26	37.44	15.24	7.06
Self-awareness	52.88	35.64	6.42	5.06

From the results in Table 4, it shows that there are many factors that affect the effectiveness of communication skills education for students, which students chose at a very high level of agreement and agreement. At the level of strong agreement, consciousness and willpower account for the highest rate of 60.12%, learning and working environment accounts for 52.28%, self-awareness accounts for 52.88%, perseverance and patience accounts for 50.92%, cultural diversity accounts for 42.18% and creative thinking accounts for 40.26%. At the level of agreement, the influencing factors are selected by students at a high rate. At the level of somewhat agree and disagree, the percentage of students choosing is low, only

the information technology factor students choose at the level of somewhat agreeing is 20.88%. Although the percentage of students choosing the level of strongly agree and agree is very high, the level of students' implementation of communication skills is at a low level, this shows that the improvement of communication skills of students is very important. Students through self-study, self-research through practical experience, through information sources on the internet are necessary and important, especially in cross-cultural communication.

2.4. Solution to improve the effectiveness of communication skills of students of the Faculty of Tourism

Enhancing students' awareness of the significance and importance of communication skills: Communication skills are among the crucial skills for students in the Tourism Department. However, there is still a small portion of students who do not fully grasp the importance of these skills in equipping themselves to meet societal demands, especially in the field of tourism development. To enhance students' awareness of the importance of communication skills, the following solutions can be applied: instructors can employ teaching methods that emphasize collaboration and knowledge sharing such as group discussions, project-based learning, etc.; incorporate real-life examples of communication skills into lectures to illustrate their importance more clearly; create a positive and mandatory learning environment for students outside the regular curriculum, such as through clubs, volunteer organizations, supplementary skill-building courses with writing assignments.

Developing communication skills education content suitable for Tourism Department students: According to survey results, the current communication skills education program still has limitations in meeting students' requirements for equipping communication skills. Firstly, for the General Soft Skills course offered to all departments, it is necessary to restructure and include a comprehensive range of communication skills to enable students to fully practice various skills, especially non-verbal communication, conflict resolution, and intercultural communication. Secondly, the Tourism Department needs

to develop more specialized, detailed, and specific modules tailored to the field, such as multilingual communication skills, conflict resolution, and non-verbal skills in tourism. Thirdly, creating electronic learning materials on communication skills to enable students to study anytime, anywhere. Lastly, integrating the communication skills education program with real-world professional environments, providing direct practical experiences for students within the classroom.

Revolutionize the teaching methods of communication skills towards positivity and modernity: Currently, the teaching methods for communication skills fail to meet requirements. Therefore, innovating teaching methods for communication skills is essential to unleash positivity, creativity, and motivation for students' learning. Firstly, instructors should primarily organize activities for students to work on. Secondly, utilize information technology and multimedia communication in life skills education activities for students. Leveraging technology to design instructional videos, communication scenario videos, images, audio content, and e-learning materials creates an engaging learning environment and enhances interaction between students and instructors. Thirdly, create a positive, experiential, and creative learning environment for students in communication skills education. Fourthly, integrate traditional teaching methods with modern approaches such as combining reading materials, internet sources, smart games, group exercises, and project-based learning to maximize interaction, application, and practice of communication skills in real-life situations.

Maximize positive factors influencing communication skills education for students: Positive factors contributing to enhancing students' communication skills need to be leveraged in the teaching process. Firstly, instructors should utilize multicultural and cultural customs of students from different ethnic backgrounds to cultivate sensitivity in communication, helping students recognize the necessity of using appropriate speaking skills and language in communication with different cultural backgrounds. Secondly, harness information technology to stimulate students' creativity,

encouraging them to explore new technologies to improve and enhance their communication skills. Thirdly, actively build a positive, friendly learning environment to provide the best conditions for students to develop communication skills. Fourthly, instill in students a high level of consciousness and willpower in learning communication skills. Fifthly, foster perseverance and patience in learning communication skills. Developing soft skills in general, and communication skills in particular, requires time, gradual accumulation, perseverance, patience, continuous and steadfast learning. Sixthly, encourage students to develop creative thinking skills in solving daily communication problems. Seventhly, cultivate self-awareness in students, enabling them to find solutions to improve their communication skills on their own.

3. CONCLUSION

Communication skills are one of the important soft skills of students of the Faculty of Tourism. “Employees’ communication skills are an important factor in improving the quality of tourism products, creating a difference that is difficult to replace in tourism products” [9, p.35]. Communication skills education for students of the Faculty of Tourism – East Asia University of Technology has been given attention, equipping students with many elements of necessary communication skills, helping students have the ability to practice their profession career in the future. However, through the investigation and survey process, it still shows that communication skills education for students of the Faculty still has certain limitations leading to the effectiveness of communication skills education being not high as there is still a small portion of students. Students are not properly aware of the importance of communication skills, educational content and communication skills education methods do not meet the requirements, and the level of students’ implementation of communication skills is still low. Therefore, providing solutions to improve communication skills education for students of the Faculty of Tourism is really necessary to equip students with the necessary communication skills to serve careers in the field tourism. The proposed solutions include raising awareness for students

about the meaning and importance of communication skills; Build appropriate communication skills educational content for students; innovate methods of teaching communication skills in a positive and modern direction; Maximize factors that have a positive impact on communication skills education for students. Solutions need to be implemented synchronously and consistently to achieve the highest efficiency.

REFERENCES

- [1] Ho Van Dung, Nguyen Thi Ngoc Be (2020), "Current status of communication skills of students at the University of Education", Hue University, *Hnue Journal of science*, Volume 65, issue 4C, p.186-193.
- [2] Nguyen Van Dong (2010), *Communication psychology*, Politics – Administration Publishing House.
- [3] Nguyen Van Hien (editor), Le Thu Hoa (2020), *Communication skills textbook (for medical staff)*, Hanoi Medical Publishing House, p.11.
- [4] Vu Thuy Hoan (2016), "Developing pedagogical communication skills for students majoring in Early Childhood Education at Hanoi Capital University", *Science Magazine – Hanoi Capital University*, No. 11/2016, p.135-141.
- [5] Kieu Hanh (2020), "Research on English communication skills of final year students at Thai Nguyen University: Current status and solutions", *Journal of Science & Technology – Thai Nguyen University*, No. 225(15), p.186 .
- [6] "Current status of communication ability of students at Da Nang University of Medical and Pharmaceutical Technology", *Science Magazine*, No. 38 (June 2019), p.25.
- [7] Vietnam National Administration of Tourism (2005), *Communication skills*, Hanoi Publishing house.
- [8] Ngo Phuong Thao & Bui Thi Phuong Anh (2022), "Survey on the current status of communication skills in clinical practice of medical students at Can Tho University of Medicine and Pharmacy", *Can Tho Journal of Medicine and Pharmacy*, No. 55/2022, international conference thematic issue, p.57.
- [9] Tran Thi Bich Tram (2015), "Solutions to improve communication skills of students at Da Nang Tourism Vocational College", *Journal of Science and Technology of Danang University*, No. 4 (89), p.39.

PHẦN V
NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH LỮ HÀNH - HƯỚNG DẪN

ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

TS. Đỗ Thanh Hương¹, TS. Nguyễn Hoài Nam²

Tóm tắt: Ngày nay, trong xã hội hiện đại, du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu – một hiện tượng phổ biến trong xã hội. Du lịch Việt Nam đang có những bước chuyển biến rõ rệt, lượng khách du lịch trong nước và nước ngoài ngày càng gia tăng. Du lịch đã dần trở thành một ngành “công nghiệp không khói” đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện đời sống người dân, trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội của đất nước và là con đường để nước ta hội nhập thế giới. Tuy nhiên, du lịch Việt Nam cũng đang bị đánh giá “đất nước giàu tài nguyên, nhưng nghèo sản phẩm cho khách du lịch”, sự phát triển du lịch sinh thái tại Việt Nam vẫn chưa tận dụng hết những tiềm năng vốn có. Một trong những nguyên nhân dẫn đến thách thức này là sự thiếu hụt nguồn nhân lực có chuyên môn, trong đó không thể không kể đến đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, những người được coi là linh hồn, sự sống còn, sự chuyển tải thông điệp về tính hấp dẫn của sản phẩm du lịch cho khách du lịch. Bài viết trình bày quan điểm về nhu cầu đào tạo, các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo hướng dẫn viên du lịch và phát triển du lịch trong bối cảnh hội nhập hiện nay ở Việt Nam.

Từ khóa: hướng dẫn viên du lịch, đào tạo, hội nhập.

TOUR GUIDE TRAINING IN THE CURRENT CONTEXT OF INTERNATIONAL INTEGRATION

Abstract: Nowadays, tourism has become an indispensable need of modern society – a common phenomenon in society. Viet Nam’s tourism industry is undergoing significant changes, with an increasing number of domestic and foreign tourists. Tourism has gradually become a “smoke-free industry” that improves people’s lives, plays an important role in the country’s socio-economic development strategy, and is our country’s path into the world. However, Viet Nam’s tourism industry has also been evaluated as “a country rich in resources but lacking in tourist products”, the development of ecotourism in Viet

¹ Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh;
Email: huongdo@hcmuc.edu.vn.

² Phó trưởng khoa Khoa khoa học xã hội - Luật, Giám đốc chương trình Luật Kinh tế Đại học Hoa Sen.

Nam has not yet fully utilized its inherent potential. One of the reasons for this challenge is the lack of professional human resources, including a team of tour guides, who are considered the soul, survival and transformation of the world to convey the message of tourism product attractiveness to tourists. This article presents perspectives on training needs and solutions to improve the quality of tour guide training and tourism development in the current context of Viet Nam's integration.

Keywords: Tour guide, training, integration.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bối cảnh hội nhập sâu rộng cùng với sự phát triển như vũ bão của khoa học và công nghệ, nền kinh tế thế giới đang chuyển sang giai đoạn “hậu công nghiệp”, phát triển theo hướng tăng nhanh tỉ trọng của nhóm ngành dịch vụ. Trong đó, du lịch là một trong những ngành có vị trí quan trọng nhất.

Ngành Du lịch Việt Nam ra đời muộn hơn so với nhiều nước trên thế giới nhưng đến nay vai trò của nó đã được khẳng định trong nền kinh tế đất nước và có tên trên bản đồ du lịch thế giới. Du lịch được xem là ngành “công nghiệp không khói”, mang lại thu nhập đáng kể cho nền kinh tế, góp phần giải quyết nhiều việc làm cho người lao động, đồng thời là kênh quảng bá quan trọng cho hình ảnh đất nước và con người Việt Nam ra các nước trong khu vực và trên thế giới. Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam tiếp tục đạt được thành tựu mang tính đột phá. Năm 2019, khách quốc tế đến Việt Nam ước đạt hơn 18 triệu lượt (tăng 16,2% so với năm 2018); phục vụ 85 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt 726 nghìn tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 – 2019 đạt khoảng 22,7%/năm. Việt Nam được đánh giá là một trong 10 nước tăng trưởng du lịch nhanh nhất thế giới¹.

Sự ra đời của Nghị quyết 08/NQ-TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về “*Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*” đã trở thành đòn bẩy quan trọng thúc đẩy ngành Du lịch phát triển mạnh mẽ trên tất cả các lĩnh vực, từ đa dạng hóa các ngành nghề kinh doanh dịch vụ du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, chú

¹ Quang Đông (2020), “Nhìn lại năm 2019, năm đột phá của Du lịch Việt Nam”, Báo Nhân nhân điện tử.

trọng nguồn nhân lực chất lượng cao, đến mở rộng hội nhập quốc tế, tạo đà cho sự phát triển nhanh, bền vững hơn theo cả chiều rộng và chiều sâu của ngành Du lịch trong những năm tới. Trên tinh thần thể chế hóa Nghị quyết của Đảng vào cuộc sống thông qua việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật để điều chỉnh hoạt động du lịch, Quốc hội khóa XIV kỳ họp thứ 3 ngày 19 tháng 6 năm 2017 đã thông qua Luật Du lịch năm 2017, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2018 và nhiều văn bản pháp luật liên quan nhằm tạo điều kiện cho ngành Du lịch phát triển, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước vào năm 2030. Trong các chỉ tiêu phát triển ngành thì chỉ tiêu việc làm trong lĩnh vực ngành nghề du lịch được nêu cụ thể cho các giai đoạn như sau: Năm 2020 tạo ra việc làm cho 2,9 triệu lao động trong đó có 870 ngàn lao động trực tiếp; Năm 2025 tạo ra việc làm cho 3,5 triệu lao động, trong đó có 1,05 triệu lao động trực tiếp; Năm 2030 tạo ra việc làm cho 4,7 triệu lao động, trong đó có 1,4 triệu lao động trực tiếp. Các chỉ tiêu này đòi hỏi du lịch Việt Nam phải có nguồn nhân lực nói chung và nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch nói riêng đáp ứng cả về số lượng lẫn chất lượng.¹ Trong xu thế đó, việc nhận thức về vai trò, tầm quan trọng của hướng dẫn viên du lịch để từ đó nhận thức, cũng như việc bổ sung vào hành lang mang tính pháp lý cho hoạt động đào tạo nghề hướng dẫn viên và đề xuất các giải pháp hợp lý nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch sẽ góp phần vô cùng quan trọng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, góp phần đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn mà Nghị quyết 08 đã đề ra.

¹ “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030” với mục tiêu tổng quát: Phấn đấu đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, có sức cạnh tranh; mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, thân thiện với môi trường; đưa Việt Nam trở thành điểm đến có đẳng cấp trong khu vực. Đến năm 2030, đưa Việt Nam thành một trong những điểm đến du lịch ưu chuộng, có đẳng cấp trên thế giới

1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HƯỚNG DẪN DU LỊCH VÀ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

Để làm rõ tầm quan trọng của người hướng dẫn viên đối với việc tạo ra sản phẩm du lịch cần nghiên cứu tính chất lao động và hoạt động hướng dẫn du lịch của người được cho là hướng dẫn viên du lịch

Hướng dẫn du lịch là một loại dịch vụ du lịch, được các doanh nghiệp lữ hành tổ chức phục vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan du lịch của du khách. Thông qua dịch vụ hướng dẫn, hướng dẫn viên du lịch làm thỏa mãn nhu cầu tham quan của khách du lịch.

Hoạt động hướng dẫn du lịch là một hoạt động phức tạp, bao gồm các mặt như: cung cấp thông tin cho quản cáo, tiếp thị du lịch, đón tiếp khách và phục vụ khách, giới thiệu các đối tượng tham quan du lịch trong chuyến du lịch (cả trên lộ trình và ở điểm du lịch), phục vụ khách về các dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển, mua sắm, giải trí, y tế,... Những vấn đề phát sinh trước, trong và sau chuyến đi của du khách, cũng có sự tham gia của hoạt động hướng dẫn. Do đó, hoạt động hướng dẫn du lịch là một loại dịch vụ đặc trưng của hoạt động du lịch nói chung và do các tổ chức cung cấp dịch vụ du lịch tiến hành. Đó là các doanh nghiệp lữ hành, đại lý lữ hành, các văn phòng đại diện,...

Bằng hoạt động hướng dẫn các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch sau khi đã có hợp đồng thỏa thuận đảm bảo phục vụ quý khách du lịch, thỏa mãn nhu cầu khách đòi hỏi theo chương trình nhất định. Hoạt động này cuốn hút các bộ phận chức năng, nghiệp vụ có liên quan tới các mặt công tác khác, song chủ yếu vẫn là thông qua các hướng dẫn viên du lịch. Phần lớn các hoạt động hướng dẫn du lịch được thực hiện bởi các hướng dẫn viên du lịch. Do vậy, hướng dẫn viên du lịch không phải là chủ thể duy nhất thực hiện hoạt động du lịch nhưng là chủ thể chủ yếu, quan trọng, không thể thiếu thực hiện hoạt động hướng dẫn du lịch. Theo quy định tại khoản 11 điều 3 Luật Du lịch năm 2017 quy định: Hướng dẫn viên du lịch là người được cấp thẻ để hành nghề hướng dẫn du lịch.

Hướng dẫn viên du lịch là người hoạt động trong ngành dịch vụ du lịch, thực hiện hoạt động hướng dẫn du lịch bằng việc cung cấp thông tin, kết nối dịch vụ phục vụ khách du lịch, hướng dẫn và hỗ trợ khách du lịch bằng cách sử dụng ngôn ngữ đã lựa chọn để trình bày, giới thiệu và giải thích những thông tin chính xác nhất về những địa điểm, những điển tích, điển cố, di sản văn hóa và thiên nhiên của một vùng, một khu vực liên quan đến mục đích du lịch của du khách. Thông qua hướng dẫn viên du lịch doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành tổ chức thực hiện và đảm bảo các điều khoản nội dung được ký kết, thỏa thuận trong hợp đồng cung ứng dịch vụ du lịch lữ hành, mang lại doanh thu cho doanh nghiệp lữ hành, đồng thời cung cấp những thông tin liên quan đến các điểm đến, điểm tham quan du lịch trong suốt chuyến hành trình. Tính đến ngày 31/12/2018, cả nước có 23.792 hướng dẫn viên, trong đó có 15.080 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 8.450 hướng dẫn viên du lịch nội địa, 262 hướng dẫn viên du lịch tại điểm. Tính đến giữa tháng 8/2019, số lượng hướng dẫn viên tiếp tục tăng, đạt trên 25.500 hướng dẫn viên¹.

– *Tiêu chuẩn hướng dẫn viên du lịch*

+ Trình độ chuyên môn nghiệp vụ: Mỗi lao động làm việc trong các khâu, các bộ phận của các lĩnh vực kinh doanh du lịch đều cần có chuyên môn, nghiệp vụ, sự am hiểu kiến thức về pháp luật không chỉ nước sở tại mà còn là các quy định pháp luật quốc tế và luật quốc gia – nơi khách du lịch đến tham quan. Vì du lịch là một nhu cầu cao cấp của con người, khi đi du lịch, du khách mong muốn được sử dụng những dịch vụ có chất lượng cao trong khi đó chất lượng dịch vụ lại phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của nhân lực trong các ngành nghề cung cấp dịch vụ du lịch, trong đó có đội ngũ hướng dẫn viên du lịch. Để phục vụ tốt khách du lịch, hướng dẫn viên cần được trang bị kiến thức về lĩnh

¹ Nguồn: Website Tổng cục Du lịch – Vụ Lữ hành: *Đào tạo hướng dẫn viên để đáp ứng cung – cầu trong du lịch.*

vực hoạt động, thành thạo các kỹ năng, tay nghề, nghiệp vụ chuyên môn, kiến thức pháp luật. Từ đó, tránh được những sai sót trong quá trình phục vụ. Sự tăng trưởng của khách du lịch, doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, điểm đến du lịch đã tạo áp lực không nhỏ cho nhu cầu về hướng dẫn viên du lịch, nhất là trong mùa cao điểm.

Ở Việt Nam, căn cứ vào trình độ chuyên môn được đào tạo, hướng dẫn viên du lịch theo quy định của pháp luật hiện hành được phân thành ba loại bao gồm như sau: Hướng dẫn viên du lịch quốc tế, hướng dẫn viên du lịch nội địa và hướng dẫn viên du lịch tại điểm. (i) *Hướng dẫn viên du lịch quốc tế* được hướng dẫn cho khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong phạm vi toàn quốc và đưa khách du lịch ra nước ngoài. Tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành hướng dẫn du lịch; trường hợp tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch quốc tế. (ii) *Hướng dẫn viên du lịch nội địa* được hướng dẫn cho khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam trong phạm vi toàn quốc. Tốt nghiệp trung cấp trở lên chuyên ngành hướng dẫn du lịch; trường hợp tốt nghiệp trung cấp trở lên chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch nội địa. (iii) *Hướng dẫn viên du lịch tại điểm* được hướng dẫn cho khách du lịch trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch. Họ là người làm công việc thuyết minh, hướng dẫn du khách trong phạm vi khu du lịch, điểm du lịch bao gồm các di tích, khu phong cảnh, khu bảo tồn thiên nhiên, bảo tàng, cửa hàng lưu niệm, khu lưu niệm danh nhân, các công trình kiến trúc nổi tiếng,... Hướng dẫn viên du lịch tại điểm thực chất là lực lượng thuyết minh viên du lịch được xác định tên mới, phù hợp với thông lệ quốc tế, để tránh trùng lặp với lực lượng thuyết minh viên bảo tàng, đồng thời thể hiện rõ được vai trò và bản chất công việc của người hành nghề hướng dẫn du lịch tại khu du lịch, điểm du lịch. Đối với hướng dẫn viên du lịch tại điểm không quy định yêu cầu về trình độ đối với hướng dẫn viên du lịch tại điểm. Tuy nhiên, để được cấp thẻ, người đề nghị phải đạt yêu cầu kiểm tra về nghiệp vụ hướng dẫn du lịch tại điểm do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức và cấp thẻ.

+ Trình độ ngoại ngữ: Ngoại ngữ được xem là công cụ quan trọng trong giao tiếp với khách du lịch quốc tế. Việc thông thạo ngoại ngữ giúp hướng dẫn viên giao tiếp dễ dàng với khách, hiểu được những yêu cầu, sở thích, gây được thiện cảm cho khách hàng, từ đó tăng chất lượng dịch vụ. Hướng dẫn viên du lịch nói chung và hướng dẫn viên du lịch quốc tế càng cần phải có kiến thức ngoại ngữ tốt không chỉ để giao tiếp, giới thiệu mà còn là phương tiện để học hỏi, đọc tài liệu, kiểm tra các văn bản trực tiếp hay gián tiếp liên quan đến hướng du lịch. Không có ngoại ngữ hay không có khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ, hướng dẫn viên không thể truyền đạt những tri thức về du lịch theo yêu cầu khách đòi hỏi. Sự yếu kém về ngoại ngữ sẽ dẫn tới làm hỏng nội dung và nghiệp vụ hướng dẫn du lịch của hướng dẫn viên. Các kiến thức cơ bản của hướng dẫn viên sẽ chỉ là kiến thức khô cứng nếu cần hướng dẫn cho khách du lịch quốc tế. Thông thường, hướng dẫn viên du lịch quốc tế phải thông thạo ít nhất một ngoại ngữ và biết ở mức độ giao tiếp thông thường một ngoại ngữ nữa. Với hướng dẫn viên du lịch quốc tế tại Việt Nam, những ngoại ngữ thường được sử dụng là: Tiếng Anh, Pháp, Đức, Nga, Trung Quốc,...

Theo quy định, hướng dẫn viên du lịch quốc tế phải là người sử dụng thành thạo ngoại ngữ để đăng ký hành nghề. Người thông thạo ngoại ngữ đáp ứng một trong các tiêu chuẩn sau: (i) Có bằng tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành ngoại ngữ; (ii) Có bằng tốt nghiệp cao đẳng trở lên theo chương trình đào tạo bằng tiếng nước ngoài; (iii) Có bằng tốt nghiệp cao đẳng trở lên ở nước ngoài theo chương trình đào tạo bằng ngôn ngữ chính thức của nước sở tại. Trường hợp được đào tạo bằng ngôn ngữ khác với ngôn ngữ chính thức của nước sở tại, cần bổ sung giấy tờ chứng minh ngôn ngữ được sử dụng để đào tạo; (iv) Có chứng chỉ ngoại ngữ bậc 4 trở lên theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam hoặc có chứng chỉ ngoại ngữ đạt mức yêu cầu theo quy định, còn thời hạn, do tổ chức, cơ quan có thẩm quyền cấp.

+ Một số yêu cầu khác: Ngoài các yêu cầu trên, hướng dẫn viên du lịch cần đảm bảo một số yêu cầu khác như yêu cầu về ngoại hình,

sức khỏe tốt, có khả năng giao tiếp tốt, hiểu biết tâm lý, có kiến thức chung về các lĩnh vực kinh tế, văn hóa xã hội, âm nhạc, hội họa, nghệ thuật, thể thao, am hiểu về tài nguyên du lịch tại các điểm đến; có đạo đức nghề nghiệp, nhạy bén trong việc xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình phục vụ; được đào tạo về nghiệp vụ hướng dẫn du lịch,... Tất nhiên, mỗi lao động trong các vị trí chuyên môn khác nhau thì mức độ đòi hỏi của các yêu cầu cũng khác nhau.

2. THỰC TRẠNG HƯỚNG DẪN VIÊN DẪN VIÊN DU LỊCH VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA HIỆN NAY

Một là, hiện nay, quá trình hành nghề nhiều hướng dẫn viên hành vượt quá các quy định của pháp luật, bao trọn các dịch vụ đoàn khách. Thiếu về số lượng và yếu về chất lượng là vấn đề nan giải. Một bộ phận hướng dẫn viên có trình độ nghiệp vụ, kỹ năng nghề chưa đáp ứng được nhu cầu phục vụ khách du lịch, nhất là khách du lịch quốc tế. Hướng dẫn viên du lịch của Việt Nam còn yếu về năng lực ngoại ngữ và thiếu về số lượng. Chủ yếu lực lượng hướng dẫn viên hiện nay sử dụng ngoại ngữ tiếng Anh, trong khi đó với sự đa dạng của thị trường du lịch, đội ngũ hướng dẫn viên tiếng Hàn Quốc, Thái Lan, Nhật Bản, Ý, Tây Ban Nha,... chưa đáp ứng đủ số lượng. Đội ngũ hướng dẫn viên tiếng Pháp, Đức, Tây Ban Nha còn thiếu và hầu hết đã lớn tuổi. Sự phát triển nóng về thị trường khách Trung Quốc, Hàn Quốc cũng dẫn đến việc thiếu hướng dẫn viên về các ngoại ngữ này trong những năm gần đây. Điều đó làm cho hướng dẫn viên mất tự tin trong giao tiếp, không hiểu rõ ý khách hàng ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ hoặc có những hiểu nhầm trong quá trình phục vụ khách quốc tế.

Hai là, nằm ở vùng nhiệt đới, nơi có nhiều cảnh quan đặc sắc và các hệ sinh thái điển hình, với nền văn hóa đa dạng, giàu bản sắc văn hóa dân tộc, Việt Nam có tiềm năng rất lớn về du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng. Tính đến năm 2013, cả nước đã có 156 khu rừng đặc dụng, trong đó có 30 vườn quốc gia, 59 khu bảo tồn thiên nhiên, 13 khu bảo tồn loài và 54 khu bảo vệ cảnh quan (rừng văn hóa – lịch sử – môi trường) với tổng diện tích là

2.092.466 ha triển du lịch sinh thái ở các khu rừng đặc dụng¹, trong thời kỳ hội nhập, nước ta với tiềm năng thị trường khách du lịch sinh thái ở nước ngoài là rất lớn. Theo Quy chế “Quản lý các hoạt động du lịch sinh thái tại các Vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên (Ban hành kèm theo Quyết định số 104/2007/QĐ–BNN, ngày 27/12/2007 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên có hoạt động du lịch sinh thái có trách nhiệm bố trí cán bộ chuyên trách làm công tác hướng dẫn viên, thuyết minh du lịch sinh thái. Thực tế, hướng dẫn viên ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên thường là các cán bộ kiêm nhiệm vừa làm công tác quản lý rừng vừa làm công tác hướng dẫn viên với số lượng rất ít, chưa được đào tạo nghiệp vụ và số lượng không ổn định tùy theo yêu cầu của khách du lịch và có tính mùa vụ. Theo các đánh giá của các nhà nghiên cứu về du lịch sinh thái ở Việt Nam, sự phát triển du lịch sinh thái ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên hiện còn chưa tương xứng với tiềm năng. Một trong số các nguyên nhân đó là thiếu hụt nguồn nhân lực có chuyên môn, cụ thể là hướng dẫn viên du lịch sinh thái. Đây là nội dung chưa được quan tâm nghiên cứu, giải quyết của các bên có liên quan từ trước đến nay. Do đó, việc đánh giá thực trạng hướng dẫn viên du lịch sinh thái ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên làm cơ sở để đề xuất các giải pháp đào tạo hướng dẫn viên du lịch sinh thái là rất cần thiết nhằm góp phần đẩy mạnh việc phát triển du lịch. Khung đào tạo hướng dẫn viên du lịch ở các trường hầu hết tương tự nhau với nội dung tổng thể cũng như ở các môn học. Sinh viên sau khi tốt nghiệp chuyên ngành Hướng dẫn du lịch là những hướng dẫn viên du lịch với kiến thức cho tất cả các loại hình du lịch, không có chương trình đào tạo riêng biệt, chuyên sâu cho một loại hình du lịch. Chính vì lý do đó, hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam còn nhiều hạn chế khi thuyết minh về từng chuyên đề cụ thể, điển hình nhất là kiến thức về các tài nguyên du lịch sinh thái.

¹ Thái Đắc Tùng (2014), Nhật ký tập huấn “Đào tạo hướng dẫn viên du lịch sinh thái Okinawa”, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Kiên Giang.

Ba là, Điều 59 Luật Du lịch hiện hành 2017 quy định về điều kiện cấp thẻ hướng dẫn viên xác định có 03 loại thẻ và phân định chức năng của từng loại thẻ. Trong đó, hướng dẫn viên nội địa không được hành nghề hướng dẫn du lịch cho người nước ngoài chủ yếu dựa vào một số tiêu chí như ngoại ngữ, có bằng cao đẳng, đại học hay không. Thực tế hiện nay, có rất nhiều người được cấp hướng dẫn viên nội địa tuy không có bằng đại học nhưng họ có trình độ ngoại ngữ giỏi vẫn có thể hoàn thành hướng dẫn nếu họ kiến thức, hiểu biết về tài nguyên du lịch. Trên thế giới có rất nhiều ngôn ngữ khác nhau, hiện nay, người Việt Nam chỉ biết một số ngoại ngữ chính (hoặc là hướng dẫn viên chỉ biết một số ngoại ngữ nhất định) nếu có đoàn khách lạ, các hướng dẫn viên không có trình độ ngoại ngữ thì theo quy định không được hướng dẫn hoặc dẫn đến không tổ chức đón khách. Bên cạnh đó, quy định về người nước ngoài hiện nay thì rất rộng, trong đó có cả người Việt Nam hoặc người nước ngoài biết tiếng Việt, như vậy không chỉ bản thân người hướng dẫn viên đang hành nghề phải đặt mình vào việc tự đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn, bên cạnh đó cũng là vấn đề đặt ra đối với cơ sở giáo dục nói chung, cơ sở giáo dục đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch nói riêng cũng phải chuyển mình xây dựng các chương trình bồi dưỡng, chương trình liên thông trình độ từ trung cấp, cao đẳng lên đại học phù hợp, linh hoạt để đáp ứng yêu cầu thực tiễn đặt ra.

Cũng theo Điều 59 Luật Du lịch hiện hành 2017, trình độ chuyên môn của người được cấp thẻ hướng dẫn viên như sau: Hướng dẫn viên du lịch quốc tế phải tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành hướng dẫn du lịch, trường hợp tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch quốc tế. Hướng dẫn viên du lịch nội địa tốt nghiệp trung cấp trở lên chuyên ngành hướng dẫn du lịch, trường hợp tốt nghiệp trung cấp trở lên chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch nội địa. Theo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Tháng 8/2010, cả nước có 284 cơ sở tham gia đào tạo du lịch, gồm: 62 trường đại học; 80 trường cao đẳng (trong đó có 8 trường cao đẳng nghề);

117 trường trung cấp (trong đó có 12 trường trung cấp nghề); 02 công ty đào tạo và 23 trung tâm, lớp đào tạo nghề. Tính đến tháng 2/2019, cả nước có 346 cơ sở đào tạo tham gia đào tạo du lịch các cấp đào tạo từ dưới sơ cấp đến sau đại học. Trong đó, 115 cơ sở tham gia đào tạo đại học và cao đẳng du lịch, 144 cơ sở đào tạo trung cấp chuyên nghiệp và 87 cơ sở đào tạo nghề du lịch (trường cao đẳng nghề, trường trung cấp nghề, trung tâm dạy nghề)¹.

Với mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trình độ cao đẳng, đại học trở lên trong lĩnh vực du lịch, các trường đại học trong cả nước đang tham gia vào việc đào tạo nhân lực trong ngành Du lịch, trong đó có hướng dẫn viên du lịch. Trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh có 15 đơn vị gồm các trường từ trung cấp đến đại học, tổ chức đào tạo các chuyên ngành Hướng dẫn du lịch và cung ứng ra các thị trường lao động trong cả nước nói chung và Thành phố nói riêng với số lượng hướng dẫn viên du lịch khá lớn. Tuy nhiên, theo nhận định của các chủ doanh nghiệp, nhà tuyển dụng, hay đánh giá trực tiếp của khách du lịch thì nhóm tham gia trực tiếp trong hoạt động hướng dẫn du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu của ngành, vừa thiếu về số lượng, vừa còn yếu về chất lượng², còn gây lãng phí xã hội trong việc đào tạo hướng dẫn du lịch. Có thể kể đến như hiện nay là Thông tư số 09/2022/TT-BGDĐT ngày 06 tháng 06 năm 2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định Danh mục thống kê ngành đào tạo của giáo dục đại học, trong đó mã ngành 781 về đào tạo Du lịch, khách sạn, Thể thao và dịch vụ cá nhân không quy định về mã ngành hướng dẫn du lịch trình độ đại học. Trong khi đó, Thông tư số 2626/2020/TT-BLĐTBXH ngày 30 tháng 12 năm 2020 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội ban hành danh mục

¹ Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2019. Số liệu thống kê giáo dục đại học năm học 2017 – 2018; <https://moet.gov.vn/thong-ke/Pages/thong-ko-giao-duc-dai-hoc.aspx?ItemID=5877>.

² Nguyễn Tấn Trung (2015), “Từ kinh nghiệm đào tạo hướng dẫn du lịch sinh thái của Nhật Bản – xây dựng chương trình kế hoạch đào tạo nghiệp vụ du lịch sinh thái tại khoa du lịch”, Trường Đại học Văn Hiến. Tạp chí *Nghiên cứu Khoa học Đại học Văn Hiến*, Số 07 – Tháng 05/2015

ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng quy định mã ngành 581 về đào tạo Du lịch, khách sạn, Thể thao và dịch vụ cá nhân có ghi nhận mã ngành hướng dẫn du lịch (Tour guide) trình độ trung cấp mã số 5810103, trình độ cao đẳng mã số 68101.

Điều này dẫn đến một thực trạng hiện nay là sinh viên tốt nghiệp đại học các ngành Du lịch được cấp mã 7810101-Du lịch; mã 7810103 – Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành nếu muốn hành nghề hướng dẫn viên du lịch thì đều phải thi chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch nội địa nếu là hướng dẫn viên nội địa hoặc chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch quốc tế đối với hướng dẫn viên quốc tế. Còn người học bậc cao đẳng, trung cấp vì đã có mã ngành nên sau khi tốt nghiệp chuyên ngành hướng dẫn du lịch thì không phải thi chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch. Đối chiếu với quy định trong: (i) nội dung bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch nội địa gồm: Kiến thức cơ sở ngành: địa lý Việt Nam, lịch sử Việt Nam, văn hóa Việt Nam, hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản pháp luật liên quan đến du lịch; Kiến thức chuyên ngành và nghiệp vụ: tổng quan du lịch, khu du lịch, điểm du lịch Việt Nam, tâm lý khách du lịch, nghệ thuật giao tiếp và ứng xử trong hướng dẫn du lịch, kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn, y tế du lịch; Thực hành kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn và Thực tế nghề nghiệp cuối khóa; (ii) nội dung bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch quốc tế gồm: Kiến thức cơ sở ngành: địa lý Việt Nam, lịch sử Việt Nam, văn hóa Việt Nam, hệ thống chính trị Việt Nam và các văn bản pháp luật liên quan đến du lịch; Kiến thức chuyên ngành và nghiệp vụ: tổng quan du lịch, khu du lịch, điểm du lịch Việt Nam, tâm lý khách du lịch, giao lưu văn hóa quốc tế, nghệ thuật giao tiếp và ứng xử trong hướng dẫn du lịch quốc tế, kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn, y tế du lịch; xuất nhập cảnh, hàng không và lưu trú, lễ tân ngoại giao; Thực hành kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn và Thực tế nghề nghiệp cuối khóa¹.

¹ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Thông tư 06/2017-TT-BVHTTDL*, ngày 15 tháng 12 năm 2017 Quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch, Điều 14.

Đây là những nội dung mà sinh viên ngành Du lịch khi theo học ở cơ sở giáo dục bậc đại học đều đã được trang bị trong chương trình đào tạo. Điều mà các cơ sở giáo dục đại học còn thiếu buộc sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành Du lịch phải đi học chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch như hiện nay là mã ngành đào tạo hướng dẫn du lịch hiện Bộ Giáo dục và Đào tạo chưa cập nhật, chưa có trong quy định, trong khi đó xét cả về cơ sở vật chất, nguồn học liệu, đội ngũ giảng viên giảng dạy, trình độ chuyên môn và như cầu xã hội tạo thì bậc đại học ở các cơ sở giáo dục có đào tạo chuyên ngành đào tạo về ngành Du lịch cơ bản đều đáp ứng được.

Nguyên nhân của những bất cập, tồn tại:

+ Chất lượng hướng dẫn viên du lịch chưa đồng đều giữa các vùng, miền, giữa các công ty lữ hành.

+ Một số công ty lữ hành chưa nhận thức được vai trò quan trọng của đội ngũ hướng dẫn, công tác quản lý đội ngũ hướng dẫn viên du lịch còn lỏng lẻo, chưa nhận thức được mối quan hệ giữa chất lượng sản phẩm với vai trò của người hướng dẫn viên.

+ Cơ sở đào tạo hướng dẫn viên chưa theo kịp tình hình phát triển du lịch và nhu cầu của khách du lịch. Một số hướng dẫn viên chạy theo cơ chế thị trường, tha hóa biến chất,... ngoài yếu tố chủ quan của hướng dẫn viên, công ty, cơ sở đào tạo, còn có một phần nguyên nhân từ các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trong việc ban hành văn bản pháp quy điều chỉnh hoạt động trong lĩnh vực du lịch còn chưa có tầm nhìn dài hơi, văn bản nhà nước hay phải sửa đổi, bổ sung, quá trình áp dụng chế tài trong xử lý vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm của hướng dẫn viên du lịch còn chưa kịp thời, nghiêm minh, làm giảm tính răn đe trong việc yêu cầu chấp hành nghiêm các quy định pháp luật điều chỉnh trong lĩnh vực du lịch nói chung và nghề hướng dẫn viên du lịch nói riêng.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH VIỆC ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM

Thứ nhất, Chương trình đào tạo ngành Du lịch phải là chương

trình liên ngành cung cấp kiến thức toàn diện cho người học bao gồm cả các mặt phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và ổn định xã hội. Trong kiến thức và kỹ năng về phát triển bền vững chương trình đào tạo cần có chuẩn đầu ra về bảo vệ nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường thời lượng chiếm 3 – 4% và cần tích hợp chuyên đề bảo vệ tài nguyên môi trường vào các môn học chuyên ngành.

Hoàn thiện chương trình ngành Du lịch theo hướng ứng dụng, quốc tế hóa theo định hướng chuẩn quốc gia và khu vực, kiểm định chương trình đào tạo ngành Du lịch theo khung trình độ quốc gia về đào tạo du lịch cũng như tham khảo MRA-TP để công bố chương trình đào tạo ngành Du lịch hoàn thiện nhất. Mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế trong việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thông qua hợp tác đào tạo, nghiên cứu học tập trao đổi kinh nghiệm và phối hợp hiệu quả với các dự án đào tạo của nước ngoài, các tổ chức quốc tế như WWF, IUCN, JICA,... về đào tạo du lịch. Song song đó cần thành lập các câu lạc bộ hướng dẫn viên du lịch trong cơ sở giáo dục đại học để tạo cơ hội không chỉ cho sinh viên, hướng dẫn viên du lịch có thể tham gia trao đổi, học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau nhằm nâng cao sự hiểu biết kiến thức và kỹ năng của ngành nghề.

Thứ hai, mở mã ngành hướng dẫn du lịch cho các cơ sở giáo dục đại học đào tạo ngành Du lịch để sinh viên chương trình đào tạo đại học ngành có cơ hội được đào tạo chuyên ngành hướng dẫn du lịch, xây dựng chương trình đào tạo du lịch sinh thái để có nguồn nhân lực phục vụ mảng dịch vụ du lịch tự nhiên. Đề xuất chương trình đào tạo chứng chỉ nghiệp vụ chuyên về hướng dẫn du lịch sinh thái với mục tiêu, đối tượng và thời gian đào tạo cụ thể như sau:

– Mục tiêu đào tạo:

+ Trang bị cho học viên khối kiến thức cơ bản về địa lý, sinh thái, lịch sử, văn hóa, kinh tế – xã hội. Rèn luyện các kỹ năng hướng dẫn du lịch sinh thái cho học viên tác nghiệp tại các khu bảo tồn, rừng quốc gia, khu du lịch sinh thái, các chương trình du lịch sinh

thái, du lịch hướng về thiên nhiên trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

+ Trang bị cho học viên những kiến thức, nghiệp vụ cơ bản và chuyên biệt về du lịch, du lịch sinh thái.

+ Bổ sung điều kiện về chứng chỉ cho học viên để được cấp thẻ hành nghề hướng dẫn du lịch.

+ Thỏa mãn các quy định về công tác hướng dẫn viên du lịch với loại hình du lịch sinh thái.

– Đối tượng đào tạo

+ Người có bằng cao đẳng, cử nhân các ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, ngành Việt Nam học, ngành Quản trị du lịch và Khách sạn – Nhà hàng, ngành Văn hóa du lịch không phải là chuyên ngành Hướng dẫn du lịch; người đang cần bổ sung điều kiện để được cấp thẻ hướng dẫn du lịch theo quy định của Thông tư 06/2017–TT–BVHTTDL ngày 15 tháng 12 năm 2017 quy định chi tiết một số điều của luật Du lịch.

+ Người học đã đáp ứng được điều kiện trên nhưng bắt buộc phải có chứng chỉ hướng dẫn du lịch sinh thái tại các vườn quốc gia, khu bảo tồn, khu du lịch sinh thái theo quy định của các cơ quan quản lý và các đơn vị kinh doanh loại hình du lịch sinh thái.

– Văn bằng được cấp: Chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch chuyên về du lịch sinh thái.

– Chương trình đào tạo: Khối lượng kiến thức và thời gian đào tạo: 135 tiết (45 tiết kiến thức cơ sở; 90 tiết kiến thức ngành và nghiệp vụ), thực tập cuối khóa: 86 tiết (tương đương 2 tuần).

– Cấu trúc chương trình

+ Kiến thức cơ sở: Địa lý Việt Nam và tình hình kinh tế xã hội Việt Nam, Lịch sử và Văn hóa Việt Nam, Hệ thống chính trị và các văn bản pháp luật liên quan đến du lịch.

+ Kiến thức ngành và nghiệp vụ: Du lịch sinh thái, Tuyển điểm du lịch sinh thái Việt Nam, Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch sinh thái,

Thực hành hướng dẫn du lịch sinh thái.

+ Thực tập cuối khóa: Thực tập hướng dẫn du lịch sinh thái tại một điểm du lịch sinh thái cụ thể.

Thứ ba, các bên liên quan cần chung tay cùng với các trường trong việc đào tạo nguồn nhân lực như tham gia xây dựng chương trình đào tạo ngay từ đầu và có trách nhiệm, đặt hàng cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực cụ thể cho đơn vị mình, cung cấp tài nguyên cho các trường tạo điều kiện đào tạo có chất lượng theo yêu cầu. Xây dựng chương trình bồi dưỡng kiến thức liên thông bậc trung cấp, cao đẳng lên đại học theo hướng tinh gọn, linh hoạt (kết hợp giảng dạy trực tuyến và trực tiếp), lược bỏ các nội dung đã giảng dạy, trùng lặp ở bậc học dưới trong chương trình đào tạo, bồi dưỡng để hoàn chỉnh kiến thức đáp ứng chuẩn đầu ra trình độ cao đẳng trở lên đối với đội ngũ hướng dẫn viên nội địa hiện nay, nhằm vừa sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu ngoại ngữ, vừa đảm bảo chất lượng đào tạo chuyên môn, phù hợp với quy định của luật Du lịch.

Đối với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong việc ban hành văn bản điều chỉnh hoạt động trong lĩnh vực du lịch cần xây dựng văn bản có thời gian áp dụng tương đối ổn định, quá trình áp dụng chế tài trong xử lý vi phạm hành chính đối với hành vi vi phạm của hướng dẫn viên du lịch cần kịp thời, nghiêm minh, có tác dụng răn đe trong việc yêu cầu chấp hành nghiêm các quy định pháp luật điều chỉnh trong lĩnh vực du lịch nói chung và nghề hướng dẫn viên du lịch nói riêng.

Thứ tư, các cơ sở đào tạo kết nối với các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp trong việc đào tạo các chương trình dài hạn, có bằng cấp cũng như các chương trình ngắn hạn thực hiện nhiệm vụ cụ thể của đơn vị. Bên cạnh việc các cơ sở đào tạo xây dựng chương trình mang tính liên ngành, cần có sự liên kết, có sự góp sức từ đầu đến cuối và có trách nhiệm của các bên có liên quan cả về chính sách, kinh nghiệm lẫn cơ sở vật chất.

KẾT LUẬN

Cùng với sự nỗ lực của Nhà nước nhằm đẩy mạnh các hoạt động du lịch với mục tiêu hàng đầu là bảo tồn, gắn kết cộng đồng và phát triển bền vững du lịch. Việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch nói chung, đào tạo hướng dẫn viên du lịch nói riêng đáp ứng yêu cầu trong bối cảnh hội nhập quốc tế vừa có tính cấp bách, vừa mang ý nghĩa chiến lược. Tuy nhiên, để có một chương trình đào tạo hướng dẫn viên du lịch đảm bảo chất lượng cần phải có mô hình định hướng đào tạo lý thuyết gắn liền tính đặc thù, chú trọng phát triển kỹ năng và thực hành đặt trong chiến lược phát triển dài hạn. Sự phối kết hợp giữa Nhà nước, nhà trường và nhà quản lý trong quá trình tiến hành đào tạo nguồn nhân lực du lịch nhằm khắc phục những khiếm khuyết, đáp ứng ngày càng tốt hơn cho việc cung cấp nguồn nhân lực có kỹ năng nghiệp vụ, phục vụ cho sự phát triển bền vững ngành Du lịch, để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo đúng tinh thần Nghị quyết 08-NQ/TW.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội, *Luật Du lịch năm 2017*.
2. Thủ tướng Chính Phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Chiến lược phát triển nhân lực văn hóa, thể thao và du lịch 2011 – 2020*.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch giai đoạn 2011 – 2020*.
5. Bộ Giáo dục và Đào tạo, *Thông tư số 09/2022/TT-BGDĐT ngày 06 tháng 06 năm 2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định Danh mục thống kê ngành đào tạo của giáo dục đại học*.
6. Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, *Thông tư số 2626/2020/TT-BLĐTBXH ngày 30 tháng 12 năm 2020 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội ban hành danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung*

cấp, trình độ cao đẳng.

7. Nguyễn Văn Cần (2016), “Nâng cao chất lượng đào tạo hướng dẫn viên du lịch tại Khoa Du lịch và Việt Nam học”. *Kỷ yếu Hội thảo toàn quốc về đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao*. Nha Trang 11/10/2016.
8. Chương trình đào tạo ngắn hạn nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, Trường Đại học Văn Hiến, 2009.
9. Phạm Trung Lương (2002), *Du lịch sinh thái những vấn đề về lý luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam*. Nxb Giáo dục, Hà Nội.
10. Đỗ Thanh Hương, Mai Hà Phương (2021), *Giáo trình Luật Du lịch*.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO THỰC TẾ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TS. Đỗ Trần Phương, TS. Phạm Thị Hải Yến¹

Tóm tắt: Hướng dẫn viên là mắt xích quan trọng trong quá trình tổ chức một chương trình du lịch. Họ là cầu nối giữa khách du lịch, nhà cung ứng và công ty du lịch, . . . Không những thế, hướng dẫn viên còn được xem như “đại sứ hình ảnh” của quốc gia khi mang những giá trị độc đáo của dân tộc đến với du khách quốc tế. Trong bối cảnh hiện nay, khi công nghệ bùng nổ làm thay đổi hành vi tiêu dùng du lịch thì buộc những người làm du lịch trong đó có hướng dẫn viên du lịch cũng phải thay đổi theo. Để làm được điều này thì việc đầu tiên và cần thiết nhất chính là đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo đặc biệt là công tác đào tạo thực tế để đáp ứng được nhu cầu và yêu cầu của xã hội. Trong bài viết này, chúng tôi sẽ phân tích thực trạng, từ đó đưa ra các giải pháp để đổi mới, nâng cao chất lượng đào tạo hướng dẫn viên du lịch hiện nay.

Từ khóa: chất lượng, hướng dẫn viên du lịch, đào tạo thực tế, cách mạng công nghiệp 4.0

ENHANCING THE QUALITY OF PRACTICAL TRAINING FOR TOUR GUIDES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

Abstract: A tour guide plays a crucial role in organizing a tourism program. They serve as the link between tourists, suppliers, and travel companies. Furthermore, TGs are often regarded as the “image ambassadors” of a nation, showcasing the unique cultural values to international visitors. In the current context, with the explosive growth of technology reshaping consumer behaviors in tourism, those involved in the tourism industry, including tour guides, must adapt accordingly. The first and most essential step in achieving this is innovation and enhancing the quality of training, particularly practical training, to meet the needs and demands of society. In this article, we will analyze the current situation and propose solutions to innovate and improve the quality of tour guide training today.

Keywords: quality, tour guide, practical training, 4th industrial revolution.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong giai đoạn cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển như hiện nay, sự xuất hiện của Internet kết nối vạn vật (IoT), trí tuệ

¹ Trường Đại học Văn hoá Hà Nội.

nhân tạo (AI) kéo theo sự thay đổi trong tất cả mọi lĩnh vực của đời sống trong đó có du lịch. Sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng du lịch, trong cách thức tiếp cận với các sản phẩm du lịch, hình thức đi du lịch cũng như các nhu cầu đa dạng về sản phẩm, dịch vụ du lịch, thay đổi trong cách thức kinh doanh của các doanh nghiệp lữ hành.

- Đầu tiên, phải kể đến sự thay đổi cách thức tiếp cận thông tin của khách hàng. Trước đây, khách hàng hầu như không có thông tin gì nhiều trước mỗi chuyến đi, mọi thông tin về chuyến đi cung cấp cho khách hàng chỉ được thực hiện bởi công ty lữ hành. Hiện nay, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đã làm thay đổi hoàn toàn điều này. Khách hàng có xu hướng tra cứu thông tin trên nền tảng số đặc biệt là trên các website và các trang mạng xã hội, vì vậy, doanh nghiệp lữ hành cần lưu ý đến sự thay đổi hành vi tiêu dùng này để tập trung đầu tư cung cấp thông tin trên các website của công ty, tạo ra các app để đăng ký, tìm kiếm thông tin cho khách hàng, quảng cáo, marketing trên các trang mạng xã hội như: Facebook, Youtube,...

- Cơ cấu chi tiêu của khách hàng thay đổi, nếu như trước đây họ thường dành phần lớn kinh phí chi cho các dịch vụ cơ bản: Ăn uống, nghỉ ngơi, vận chuyển thì nay cơ cấu tiêu dùng đã bắt đầu có sự dịch chuyển, khách du lịch bắt đầu tiêu nhiều tiền hơn cho các dịch vụ bổ sung, vui chơi, giải trí.

- Hành vi mua thay đổi: Thay vì mua tour du lịch trọn gói như trước đây thì hiện nay khách du lịch có xu hướng mua từng dịch vụ đơn lẻ, chủ yếu là 2 dịch vụ chính: Vận chuyển và lưu trú.

- Thời gian đi du lịch cũng có sự chuyển biến đáng kể khi mà giờ đây các tour du lịch ngắn ngày, du lịch cuối tuần được chú trọng hơn.

Nhu cầu, thị hiếu của khách hàng cũng cao hơn, đa dạng hơn do sự tiếp cận với nhiều nguồn thông tin một cách dễ dàng nên họ hầu như nắm bắt được các thông tin trước chuyến đi, do vậy đòi hỏi những người làm du lịch phải chuyên nghiệp hơn, thông thái hơn và đòi hỏi các sản phẩm du lịch phải đa dạng, độc đáo, mới mẻ hơn.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 dẫn đến nhiều sản phẩm du lịch gắn với công nghệ số, AI, VR, AR ra đời. Ví dụ tại Hà Nội, nhiều sản

phẩm du lịch đem ra đời gắn với công nghệ như tại Văn Miếu, Đền Ngọc Sơn, Hoàng Thành, nhà tù Hoả Lò hay tại các Bảo tàng đã có các thiết bị I. Museum thuyết minh tự động, dẫn đến đòi hỏi công tác đào tạo hướng dẫn viên phải theo kịp được công nghệ.

Những điều này đòi hỏi những hướng dẫn viên phải thay đổi để có thể đáp ứng những nhu cầu, thị hiếu mới mẻ, độc đáo, đa dạng của khách hàng.

Thực tế hiện nay cho thấy, để nâng cao chất lượng hướng dẫn viên trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 thì công tác đào tạo thực tế đóng vai trò quan trọng và cần thiết. Bài viết sẽ đưa ra một số yêu cầu đối với hướng dẫn viên du lịch đồng thời gợi ý một số giải pháp để đổi mới chất lượng đào tạo thực tế hướng dẫn viên tại các cơ sở đào tạo du lịch ở nước ta hiện nay. Đây cũng chính là những điểm mới và đóng góp của nghiên cứu cho lĩnh vực du lịch nói chung và cho các cơ sở đào tạo du lịch nói riêng.

2. YÊU CẦU ĐỐI VỚI HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Để hướng dẫn viên du lịch hoàn thành được những vai trò của mình, hướng dẫn viên cần phải đạt được một yêu cầu dưới đây:

- *Chất lượng trong công tác tổ chức, sắp xếp dịch vụ và đoàn khách*

Dựa vào dịch vụ đã được đặt đặt trước của công ty, hướng dẫn viên phải tổ chức, sắp xếp các dịch vụ về lưu trú, ăn uống, phương tiện vận chuyển trong tour sao cho hợp lý khoa học nhất. Bên cạnh đó, trong quá trình tác nghiệp, rất có thể có một số nhân tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng tới lịch trình tour, hướng dẫn viên cũng phải là người sắp xếp lại lịch trình tour trong quyền hạn của mình trên cơ sở sự đồng thuận của khách hàng và công ty để có một lịch trình tốt đẹp nhất. Nếu công tác tổ chức sắp xếp không hợp lý, logic và vận hành một cách trơn tru thì khả năng “vỡ tour” sẽ rất cao và dẫn tới ảnh hưởng nghiêm trọng tới chất lượng của chuyến đi.

- *Chất lượng thuyết minh*

Linh hồn của một chuyến đi du lịch là thẩm nhận các giá trị văn hoá độc đáo, đặc sắc, khác lạ khác với nơi cư trú thường xuyên của du

khách do vậy, chất lượng thuyết minh của hướng dẫn viên là yếu tố rất quan trọng tạo nên thành công của chuyến tour. Hướng dẫn viên phải thuyết minh được những vấn đề về lịch sử văn hóa trên tuyến và tại điểm du lịch. Những thông tin này phải chính xác, cô đọng làm nền tảng cho du khách để khám phá những giá trị văn hoá.

- *Chất lượng phục vụ*

Vai trò của hướng dẫn viên được ca ngợi bởi rất nhiều mỹ từ như “đại sứ văn hoá”, “Bách khoa toàn thư biết đi”,... để ca ngợi vai trò tri thức của hướng dẫn viên, tuy nhiên, về cơ bản, trong chuyến hành trình tour, hướng dẫn viên phải đóng vai trò là người phục vụ đoàn khách. Chất lượng của chuyến tour, được xác định bởi chất lượng phục vụ của hướng dẫn viên. Hướng dẫn viên phải có văn hoá phục vụ tận tâm, hết lòng vì du khách, luôn luôn đặt quyền lợi của du khách ở mức độ cao nhất và cố gắng thỏa mãn tốt nhất những nhu cầu chính đáng của du khách trong khả năng, quyền hạn của mình.

- *Chất lượng xử lý tình huống*

Trong một chuyến có thể có rất nhiều tình huống bất khả kháng xảy ra như lạc khách, tai nạn, mất hộ chiếu, mất cấp,... thậm chí cả tử vong. Khi có những tình huống xảy ra như vậy, vai trò của hướng dẫn viên rất quan trọng, chất lượng trong công tác xử lý tình huống ảnh hưởng sống còn đến sự thành bại của chương trình tour. Những cách xử lý tình huống tốt sẽ giảm thiểu được những thiệt hại cho công ty và du khách.

- *Sự tuân thủ pháp luật, nội quy của công ty*

Hướng dẫn viên du lịch phải biết được chức năng, quyền hạn của mình, phải biết được những gì mình được làm và những gì mình không được làm để đảm bảo mọi hành vi trong quá trình tác nghiệp không vi phạm pháp luật.

Mỗi công ty có một văn hoá doanh nghiệp khác nhau dẫn tới những quy định của công ty đối với hướng dẫn viên du lịch cũng khác nhau. Nếu hướng dẫn viên là cộng tác viên, cộng tác với nhiều công ty khác nhau thì mỗi khi cộng tác với công ty nào, hướng dẫn viên phải tuân thủ những quy định trong cách thức tổ chức các tour du lịch của công ty đó.

3. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO THỰC TẾ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH HIỆN NAY

Theo thống kê của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, hiện nay trên cả nước có tổng số 192 cơ sở đào tạo du lịch, trong đó hầu như tất cả các cơ sở đào tạo đều đào tạo hướng dẫn viên. Đây có thể coi là nơi cung cấp đội ngũ hướng dẫn viên đông đảo, đa dạng cho thị trường du lịch. Tính đến tháng 12/2023, trên cả nước 34.874 hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ trong đó có 20387 hướng dẫn viên quốc tế, 12.963 hướng dẫn viên nội địa và 1.524 hướng dẫn viên tại điểm. Đội ngũ hướng dẫn viên này chủ yếu được đào tạo từ các cơ sở đào tạo về du lịch, một phần từ các trường ngoại ngữ. Công tác đào tạo hướng dẫn viên du lịch hiện nay đã được đổi mới, nâng cao cả về quy mô và chất lượng. Tuy nhiên, cùng với những kết quả đạt được thì quá trình đào tạo cũng còn tồn tại nhiều bất cập, đặc biệt là công tác đào tạo thực tế:

- Mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp chưa được quan tâm và thực hiện tốt. Do đó, sinh viên chưa có nhiều cơ hội tiếp cận với những kiến thức thực tế từ các chuyên gia, những người giỏi nghề từ các doanh nghiệp.

- Số giờ học thực tế trên đường tour của sinh viên còn hạn chế do các quy định và ràng buộc trong học tín chỉ, do đó sinh viên chủ yếu chỉ được học lý thuyết trên giảng đường.

- Đội ngũ giảng viên còn thiếu những trải nghiệm thực tế về nghề nghiệp để có thể cung cấp cho sinh viên những bài giảng sinh động, sát với thực tế đặc biệt là những kỹ năng về công nghệ để có thể tiếp cận với phương pháp giảng dạy hiện đại

- Cơ sở vật chất của nhà trường chưa đáp ứng được yêu cầu của quá trình đổi mới giáo dục trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 như hiện nay.

- Chưa thường xuyên mời các chuyên gia du lịch, giám đốc doanh nghiệp du lịch, những hướng dẫn viên giỏi nghề đến để chia sẻ kinh nghiệm cho sinh viên.

- Trong thời kỳ hội nhập như hiện nay thì yêu cầu về ngoại ngữ là yêu cầu bắt buộc đối với sinh viên du lịch và đặc biệt là đối với các

hướng dẫn viên du lịch. Tuy nhiên, ngoại ngữ dường như đang là điểm yếu của các sinh viên, đặc biệt là ngoại ngữ hiếm. Trên thị trường hiện nay, 85% hướng dẫn viên quốc tế là sử dụng ngoại ngữ tiếng Anh, Trung; còn các hướng dẫn viên sử dụng ngoại ngữ hiếm là rất ít.

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO THỰC TẾ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

Thúc đẩy quan hệ hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp du lịch trong mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực hướng dẫn du lịch chất lượng cao

Liên kết giữa Nhà trường và các doanh nghiệp du lịch nhằm tạo nên sự gắn kết, tương thích giữa chương trình đào tạo và nhu cầu của doanh nghiệp du lịch, để chất lượng đào tạo của Nhà trường đáp ứng được các tiêu chí yêu cầu nhân lực của doanh nghiệp du lịch. Quan hệ này đảm bảo lợi ích cho tất cả các bên tham gia: Nhà trường, doanh nghiệp du lịch, ngành Du lịch, xã hội và trên hết là lợi ích của người học. Để phát huy quan hệ hữu cơ giữa các doanh nghiệp du lịch với Nhà trường, cần thực hiện đồng bộ các nội dung hợp tác sau:

Thành lập Ban chỉ đạo về hợp tác giữa Nhà trường với các doanh nghiệp du lịch, trong đó có thành viên Ban chỉ đạo là đại diện của các doanh nghiệp du lịch nhằm tạo nên sự hợp tác toàn diện, sâu sắc, lâu dài giữa Nhà trường và doanh nghiệp du lịch.

Hướng dẫn viên du lịch từ doanh nghiệp du lịch cung cấp định kỳ hàng năm và cho Nhà trường sử dụng các tài liệu thực tế của doanh nghiệp du lịch làm tài liệu giảng dạy tại trường: Hợp đồng du lịch, phụ lục hợp đồng du lịch; chương trình đào tạo; các mẫu như lệnh điều động hướng dẫn viên, lệnh điều xe, hóa đơn chứng từ thanh toán, danh sách đoàn khách,... Doanh nghiệp du lịch cung cấp thông tin về tình hình thị trường khách du lịch, về nhu cầu đào tạo, sử dụng và tuyển dụng hướng dẫn viên du lịch cho Nhà trường; phản hồi về chất lượng hướng dẫn viên du lịch do Nhà trường đào tạo đang công tác tại doanh nghiệp du lịch. Các doanh nghiệp du lịch cần phối hợp với các cơ sở đào tạo, tạo điều kiện cho sinh viên chuyên ngành hướng dẫn viên du lịch thực tập theo tour để học hỏi kinh nghiệm thực tế từ những hướng dẫn viên kỳ cựu đã có nhiều kinh nghiệm trong nghề.

Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý và giáo viên chuyên ngành

Trong bối cảnh mới hiện nay, đội ngũ cán bộ giảng viên dạy các môn nghiệp vụ hướng dẫn du lịch cần có những năng lực mới, khả năng sáng tạo và do đó đòi hỏi phải có những phẩm chất mới trên cơ sở chuẩn hóa, đảm bảo kiến thức chuyên môn vững vàng, kỹ năng nghề thành thạo, kỹ năng sư phạm và những kỹ năng mềm thời kỳ 4.0.

Đối với giảng viên dạy thực hành nghề hướng dẫn du lịch (Áp dụng hệ trung cấp, cao đẳng nghề): Quy định hiện hành là phải có chứng chỉ kỹ năng nghề quốc gia Bậc 3 hoặc điều kiện khác tương đương.

Triển khai giảng dạy nghiệp vụ hướng dẫn du lịch theo xu thế công nghệ số và nhu cầu xã hội

Với ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ VR và AI hiện nay, trên thế giới đã xây dựng nhiều phòng học thông minh để dạy các môn chuyên ngành về du lịch. Từ đó giảm thiểu sức khỏe và thời gian đi lại cho sinh viên nhờ việc tạo ra các phòng học thực hành tại chỗ mà vẫn đảm bảo chất lượng chuyên môn ngành và khoa học. Khi công nghệ số và việc truy cập các thông tin liên quan đến ngành, nghề đã trở nên nhanh và phổ biến với mỗi cá nhân, việc dạy học của giảng viên cần hướng tới các phương pháp mở giảm lượng kiến thức chủ quan trong sách vở mà cần truyền đạt cho sinh viên cách khai thác tài liệu trực tuyến, cách tổ chức và thực hiện các kỹ năng nghề chính; cách thức ứng dụng công nghệ vào nghề nghiệp...

Triển khai nội dung đào tạo theo chuyên đề và kỹ năng

Kỹ năng sơ cấp cứu: Hướng dẫn viên du lịch biết tới kỹ năng sơ cấp cứu cho khách du lịch và bản thân sẽ hạn chế được rủi ro cho các hành khách trong chương trình du lịch khi xảy ra sự cố ngoài dự kiến.

Khả năng hoạt náo, tổ chức gala dinner, team building: Du khách trong quá trình đi du lịch ngoài mục tiêu là thẩm nhận giá trị văn hoá vật thể và phi vật thể đặc sắc họ còn mong muốn được nghỉ ngơi giải trí. Bởi vậy, khả năng hoạt náo, tổ chức Team Building và gala dinner của hướng dẫn viên dành cho du khách góp phần không nhỏ vào sự thành công của chuyến tour.

Kỹ năng thuyết trình: Vấn đề quan trọng nhất cần chú ý rèn luyện khi thuyết trình/ hướng dẫn là: Nói cái gì? (Nội dung thuyết trình); Nói cho ai? (Đối tượng người nghe); Nói như thế nào? (Cách thức truyền tải).

Kĩ năng sử dụng Hán Nôm trong di tích: Trong các chương trình du lịch nội địa, ngoài các tháng hè sôi động từ khoảng tháng 6 – tháng 9 cho các tour du lịch biển. Những tháng còn lại, các chương trình du lịch lại tập trung nhiều vào các chương trình du lịch văn hoá đi tham quan các di tích lịch sử văn hóa với đình, chùa, đền, miếu, lăng tẩm. Hầu hết các di tích này đều có hệ thống hoành phi câu đối bằng chữ Hán Nôm (chủ yếu là chữ Hán). Do đó, Hán Nôm là một trong những kỹ năng cần thiết và lợi thế của các hướng dẫn viên trong giai đoạn hiện nay.

KẾT LUẬN

Có thể nói, đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo hướng dẫn viên là một trong những đòi hỏi cấp bách nhất hiện nay để sinh viên sau khi ra trường có thể nhanh chóng đáp ứng được yêu cầu của công việc tại các doanh nghiệp. Với những phân tích và một số giải pháp ở trên, chúng ta hi vọng sẽ đóng góp một phần vào việc nâng cao chất lượng đào tạo thực tế hướng dẫn viên du lịch ở các cơ sở đào tạo về du lịch, từ đó có thể cung cấp cho thị trường du lịch đội ngũ hướng dẫn viên chất lượng, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách, thích ứng với xu hướng chuyển đổi số hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Lưu (2023), *Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực du lịch*, Nxb Tài chính.
2. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
3. Nguyễn Văn Lành (2021), “Bàn giải pháp khôi phục ngành Du lịch trước tác động của đại dịch COVID-19”, Tạp chí *Kinh tế và Dự báo*, số 13, tháng 5.
4. Báo cáo tổng kết ngành Du lịch của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam qua các năm 2020, 2021, 2022.

BỒI DƯỠNG TRI THỨC LỊCH SỬ, VĂN HÓA CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI DI SẢN VĂN HÓA THẾ GIỚI HỘI AN TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TS. Đào Vĩnh Hợp¹

Tóm tắt: Di sản văn hóa thế giới Hội An là vùng đất có bề dày lịch sử, văn hóa; giàu tiềm năng tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên du lịch văn hóa. Hội An đã và đang trở thành địa chỉ du lịch nổi tiếng của Việt Nam và thế giới. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư hứa hẹn sẽ tạo ra nhiều thời cơ cũng thách thức đối với sự phát triển toàn diện mọi mặt đời sống kinh tế, xã hội của Việt Nam, trong đó có lĩnh vực văn hóa, du lịch. Trên cơ sở lý luận; thực trạng du lịch, hướng dẫn viên du lịch bài viết nhấn mạnh tầm quan trọng của việc nâng cao tri thức lịch sử, văn hóa cho đội ngũ hướng dẫn viên du lịch dẫn khách tham quan Thành phố Hội An. Từ đó, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, nhất là trong bối cảnh tri thức lịch sử, văn hóa. Tất cả nhằm mục tiêu bảo tồn và phát huy giá trị các di sản, để du lịch Hội An phát triển bền vững đáp ứng yêu cầu của cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: cách mạng công nghiệp 4.0, hướng dẫn viên du lịch, lịch sử, Hội An, văn hóa.

1. TỔNG QUAN VỀ DI SẢN VĂN HÓA THẾ GIỚI HỘI AN VÀ CÁC KHÁI NIỆM, LÝ LUẬN LIÊN QUAN

1.1. Về di sản văn hóa thế giới Hội An và các nguồn tài nguyên du lịch

Thành phố Hội An hiện nay trực thuộc tỉnh Quảng Nam. Hội An có diện tích 6.068km², tọa độ địa lý: vĩ độ Bắc: 15°15'26" đến 15°55'15", kinh độ Đông: 108°17'08" đến 108°23'10". Theo kết quả điều tra của Tổng cục Thống kê ngày 01/04/2019, dân số Hội An là 98.599 người, hành chính chia thành 9 phường: Cẩm An, Cẩm Châu, Cẩm Nam, Cẩm Phô, Cửa Đại, Minh An, Sơn Phong, Tân An, Thanh Hà và 4 xã: Cẩm Hà, Cẩm Kim, Cẩm Thanh, Tân Hiệp (xã đảo nằm trên Cù Lao Chàm) (Tổng cục Thống kê, 2020, 26).

¹ Giảng viên Trường Đại học Sài Gòn. Email: daovinhhop.dhsg@gmail.com/dvhop@sgu.edu.vn.

Hội An có hệ thống di sản văn hóa phong phú và đa dạng. Thành phố này vẫn bảo tồn gần như nguyên trạng quần thể kiến trúc đô thị cổ quý báu với hầu hết các loại hình kiến trúc cổ của Việt Nam. Theo số liệu thống kê, tính đến 31/12/2014, Hội An có 1.429 di tích, trong đó có 1.328 di tích kiến trúc nghệ thuật thuộc các công trình dân dụng (nhà ở, cầu, giếng, chợ), công trình tín ngưỡng (đình, chùa, lăng miếu, hội quán, nhà thờ tộc) và công trình đặc thù (mộ) (Ủy ban nhân dân Thành phố Hội An, 2015, tr. 173). Bên cạnh đó, Hội An còn lưu giữ một nền tảng văn hóa phi vật thể vô cùng độc đáo, đã trải qua quá trình gạn lọc, tiếp biến, và định hình nên những sắc thái rất riêng, đúng như Trần Quốc Vượng đã từng nhận xét “Hội An – Đó là một sự hội, hội nhân và hội tụ văn hóa vô cùng đa dạng” (Trần Quốc Vượng, 1991, tr. 52).

1.2. Lý luận về tài nguyên du lịch văn hóa

Theo Luật Du lịch năm 2017: *Tài nguyên du lịch* là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch. Tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa. *Tài nguyên du lịch văn hóa* bao gồm di tích lịch sử – văn hóa, di tích cách mạng, khảo cổ, kiến trúc; giá trị văn hóa truyền thống, lễ hội, văn nghệ dân gian và các giá trị văn hóa khác; công trình lao động sáng tạo của con người có thể được sử dụng cho mục đích du lịch (Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2017, tr.1, 6).

Du lịch văn hóa (Cultural tourism) trở thành loại hình du lịch mới và khá phổ biến. Đây là khái niệm được đặt ra và sử dụng rộng rãi từ giữa thế kỷ XX. Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống. Hình thức du lịch văn hóa được xem như là một sự thay thế thích hợp nhất để các hoạt động du lịch đại trà. Theo định nghĩa của Tổ chức Du lịch thế giới WTO (World Tourism Organization): Du lịch văn hóa là những chuyến đi mà mục đích chính hoặc mục đích bao gồm trong đó là

thăm các địa điểm, sự kiện mà giá trị văn hóa, lịch sử của chúng khiến chúng trở thành một phần trong di sản văn hóa của một cộng đồng. Du lịch văn hóa thực chất chính là hình thức du lịch đi ra khỏi nơi cư trú của mình đến một nơi khác để khám phá và tham gia những hoạt động văn hóa bao gồm các hoạt động âm nhạc, hội chợ và lễ hội, cưới hỏi và các nghi lễ, tham quan các nơi ở và công trình di tích, tìm hiểu tự nhiên, văn hóa nghệ thuật dân gian,... (Alexis Papathanassis, 2011, tr. 191).

Du lịch di sản (Heritage tourism) là một phần của du lịch văn hóa. Loại hình du lịch này cung cấp một trải nghiệm xác thực về giao tiếp với đời sống, sự kiện hay những thành tựu của các dân tộc trong quá khứ. Ở một nghĩa rộng, điều đó bao gồm đi đến các địa điểm khảo cổ và lịch sử, vườn quốc gia, bảo tàng hay những nơi mang ý nghĩa truyền thống và dân tộc để trải nghiệm những nền văn hóa khác và khám phá nguồn gốc tiền sử và lịch sử của họ, những giá trị di sản cả vật thể và phi vật thể (x. David Leslie, Marianna Sigala, 2005, tr. 5 – 7).

Có thể thấy, tất cả tài nguyên du lịch văn hóa (vật thể và cả phi vật thể) độc đáo riêng có đã tạo tiềm năng để Hội An hoàn toàn có thể kết hợp khai thác cả di sản vật thể, di sản phi vật thể và các lợi thế địa phương để đa dạng hóa hoạt động du lịch. Trong đó, ưu tiên các loại hình du lịch đặc thù: *du lịch di sản văn hóa, du lịch di sản.*

1.3. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và thời cơ, thách thức đối với văn hóa, du lịch

Thế giới đã trải qua bốn cuộc cách mạng công nghiệp với cách gọi theo thứ tự từ 1.0 đến 4.0. Hiện nay, cả thế giới đã bắt đầu bước chuyển mình sang cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (hay còn gọi là cách mạng công nghiệp 4.0) với nội dung cơ bản là tạo ra cấu trúc và sự vận hành mới cho nền sản xuất dựa trên 4 lĩnh vực chính: Lĩnh vực kỹ thuật, bao gồm: trí tuệ nhân tạo, Internet vạn vật, Lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn; Lĩnh vực vật lý, bao gồm: In 3D, Vật liệu mới, Robot cao cấp, xe tự lái; Lĩnh vực công nghệ sinh học và Lĩnh vực năng lượng tái tạo. Cách mạng công nghiệp 4.0 đang là xu thế lớn có

tác động đến phát triển kinh tế – xã hội của tất cả các quốc gia. Trong cách mạng công nghiệp 4.0, chúng ta sẽ đến với sự kết hợp giữa thế giới thực, thế giới ảo và thế giới sinh vật. Những công nghệ mới này sẽ gây ảnh hưởng to lớn đến mọi luật lệ, mọi nền kinh tế, mọi ngành công nghiệp, đồng thời cũng thách thức ý niệm của chúng ta về vai trò thực sự của con người (Viện Khoa học Pháp lý, 2018).

Việt Nam đang cùng thế giới đón nhận những thời cơ và thách thức của cách mạng công nghiệp 4.0. Cách mạng công nghiệp 4.0 thực tế đã ảnh hưởng sâu rộng đến mọi lĩnh vực, trong đó có du lịch. Trước nhất, ứng dụng công nghệ cách mạng công nghiệp 4.0 giúp cho ngành Du lịch tạo ra nhiều sản phẩm mới hấp dẫn, kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững. Công nghệ được ứng dụng để tạo ra các phương tiện, công cụ thông minh hỗ trợ cho các hoạt động du lịch, như: tiện ích thuyết minh tự động, phần mềm quản lý hành chính điện tử, phần mềm quản lý hướng dẫn viên du lịch, phần mềm đặt vé trực tuyến, tiện ích chỉ đường và tìm kiếm khách sạn, khu vui chơi giải trí,... Từ đó giúp dần hình thành hệ sinh thái du lịch phong phú, tiết kiệm thời gian, nhân lực lao động, chi phí sản xuất, giảm giá thành các dịch vụ du lịch. Tuy nhiên, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng cho thấy những hạn chế của ngành Du lịch như: hạ tầng công nghệ, vấn đề nhận thức, trình độ nhân lực,... cần được quan tâm có hướng từng bước giải quyết trong thời gian tới để du lịch Việt Nam đang từng bước bắt kịp với đà phát triển của thế giới.

2. TẦM QUAN TRỌNG CỦA CÔNG TÁC BỒI DƯỠNG TRI THỨC LỊCH SỬ, VĂN HÓA CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI HỘI AN TRƯỚC BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Hội An đã và đang trở thành là Thành phố di sản và du lịch, lượng du khách quốc tế chiếm tỷ lệ cao

Trong 5 năm (2016 – 2019), ngành Du lịch Hội An tiếp tục giữ vai trò chủ đạo trong cơ cấu kinh tế. Bình quân giai đoạn, tổng lượng khách đến Hội An tăng 26,5%/năm, tổng lượt khách lưu trú tăng trên 20%/năm, tổng ngày khách lưu trú tăng trên 19%/năm.

Theo thống kê từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2024), tổng lượt khách đến Hội An trong năm 2023 là 4.000.000 lượt, (tăng 99,79% so với

cùng kỳ); trong đó, khách quốc tế 3.000.000 lượt (tăng 327,63% so với cùng kỳ). Riêng tổng lượng khách lưu trú tại Hội An trong năm 2023 là 1.553.000 lượt (tăng 100,47% so với cùng kỳ), trong đó khách quốc tế 1.276.000 lượt (tăng 267,96% so với cùng kỳ); khách Việt Nam 277.000 lượt (đạt 64,73% so với cùng kỳ). Điều đặc biệt là khách quốc tế chiếm tỷ trọng trên 70%, với lượng khách dẫn đầu đến từ Hàn Quốc (hơn 215 ngàn lượt, chiếm 20,65%); tiếp đến là Đài Loan (Trung Quốc) và Australia thị trường đứng thứ 2 và thứ 3 (với lần lượt là hơn 137 ngàn lượt, chiếm 13,21% và hơn 83 ngàn lượt, chiếm 8,05%). Trong khi đó, khách châu Âu đi theo đoàn có sự gia tăng vào những tháng cuối năm 2023 với thị trường khách đến từ Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha chiếm thị phần cao (trong danh sách top 10 nước đưa khách đến Hội An lưu trú nhiều nhất). Ngoài ra, năm 2023, Hội An cũng ghi nhận sự tăng nhanh của khách đến từ thị trường các nước thuộc khối ASEAN như Malaysia, Thái Lan, Singapore, Indonesia; đặc biệt là khách Malaysia đứng vị trí thứ 5 trong danh sách những nước đưa khách đến Hội An nhiều nhất với hơn 59 ngàn lượt khách, chiếm 5,72%.

Hàng năm, Hội An đều được các tổ chức du lịch quốc tế vinh danh với nhiều danh hiệu, giải thưởng uy tín. Ngày 31/10/2023, Hội An đã chính thức được ghi danh vào Mạng lưới các Thành phố sáng tạo toàn cầu của UNESCO.

Thống kê gần đây nhất cho thấy dịp Tết Giáp Thìn vừa qua, tổng lượng khách tham quan và lưu trú tại Thành phố Hội An khoảng 300 nghìn lượt (tăng 35% so với cùng kỳ năm 2023). Khách du lịch lưu trú đạt 45 nghìn lượt (tăng 48% so với cùng kỳ năm trước), trong đó khách quốc tế đạt 37 nghìn lượt.

2.2. Hội An là di sản văn hóa thế giới, nhiều tuyến điểm gắn di sản và lượng khách đến bảo tàng, di tích chiếm tỷ lệ cao

Với giá trị di sản nổi trội toàn cầu, ngày 4/12/1999, Tổ chức Văn hóa – Khoa học – Giáo dục Liên hợp quốc UNESCO đã ghi tên Hội An vào danh mục các di sản Văn hóa thế giới (Cục Di sản Văn hóa, 2019). Hơn 20 năm qua, Thành phố di sản này đã phát triển đa dạng các loại hình du lịch, trong đó thể mạnh lớn nhất về du lịch di sản

văn hóa. Hiện nay, Hội An là một trong những điểm đến thu hút sự quan tâm của du khách toàn cầu.

Trong khu phố cổ Hội An, hệ thống các di tích đã và đang là những điểm thu hút nhiều lượt khách trong nước và quốc tế đến tham quan, tìm hiểu về lịch sử – văn hóa Hội An.

Danh sách các điểm tham quan có bán vé Hội An

TT	Loại hình	Tên di tích
1	Công trình văn hóa	Miếu Quan Công
		Chùa Cầu
		Đình Cẩm Phô
		Tuy Tiên Đường Minh Hương
2	Nhà cổ	Nhà cổ Phùng Hưng
		Nhà cổ Đức An
		Nhà cổ Quân Thắng
3	Nhà thờ	Nhà thờ Tộc Trần
		Nhà thờ Tộc Nguyễn
4	Hội quán	Triều Châu,
		Phúc Kiến
		Quảng Triệu
		Hải Nam
5	Bảo tàng	Bảo tàng Văn hóa dân gian
		Bảo tàng Văn hóa Sa Huỳnh
		Bảo tàng Gốm sứ mậu dịch Hội An
6	Lăng mộ thương nhân Nhật Bản	Gu Sokukun
		Tani Yajirobei
		Banjiro
7	Xứ Đàng Trong và xem biểu diễn nghệ thuật cổ truyền (vào lúc 10h15 và 15h15 hằng ngày)	

(Nguồn tác giả tổng hợp từ <https://hoianheritage.net>)

Kết quả thống kê cho thấy lượng khách đến tham quan những điểm bảo tàng, di tích chiếm số lượng lớn và tăng đều qua các năm. Trong 6 tháng đầu năm 2023, các điểm bảo tàng, di tích trong Khu phố cổ Hội An do Trung tâm Quản lý Bảo tồn Di sản Văn hóa Hội An trực tiếp quản lý đã đón 661.003 lượt khách tham quan, trong đó có 592.499 lượt khách quốc tế, khách Việt Nam có 68.504 lượt, tăng 411,91% so với cùng kỳ năm ngoái (Phòng Bảo tàng, 2023).

2.3. Trên thế giới hiện nay, có nhiều nước thành công trong khai thác du lịch từ di sản văn hóa

Trên thế giới hiện nay, có nhiều nước thành công trong khai thác du lịch từ di sản văn hóa. Hàn Quốc và Thái Lan là những quốc gia có công nghiệp du lịch văn hóa phát triển rất mạnh. Thông qua khai thác du lịch di sản văn hóa, các quốc gia này đã rất thành công trong việc thu hút du khách quốc tế. Năm 2019, Hàn Quốc có khoảng 17,5 triệu lượt khách quốc tế. Theo Tổ chức Du lịch Hàn Quốc, số lượng khách du lịch nước ngoài đến thăm Hàn Quốc năm 2023 là 11,03 triệu người, tăng 245,0% so với năm trước đó (Hoàng Phương Ly, 2024). Còn tại Thái Lan, trước khi bùng phát đại dịch COVID-19, năm 2019, ngành Du lịch Thái Lan đóng góp 3.000 tỷ baht cho nền kinh tế Thái Lan, chiếm 18% GDP của cả nước, trong đó 2.000 tỷ baht đến từ khách du lịch nước ngoài (chiếm 12% GDP) và 1.000 tỷ baht từ du lịch nội địa (chiếm 6% GDP) (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2022). Đến năm 2023, Thái Lan đón hơn 27 triệu lượt khách quốc tế.

Vùng đất Hội An có bề dày lịch sử, lợi thế về tự nhiên, di sản,... nên hoàn toàn có thể khai thác tốt cho phát triển các loại hình du lịch gắn liền với di sản, văn hóa.

2.4. Trong phát triển du lịch bền vững, nguồn lực con người, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch giữ vai trò quan trọng

Trong hoạt động du lịch nói chung, hướng dẫn viên du lịch có vai trò đặc biệt quan trọng. Dưới góc nhìn của du khách trong, ngoài nước, đó chính là những “sứ giả văn hóa”. Hoạt động của hướng dẫn viên du lịch trong các tour du lịch có ảnh hưởng rất lớn, nếu không muốn nói là trực tiếp đến hình ảnh về con người, phong tục, tập quán và văn hóa địa phương, đất nước.

Hiện nay, vấn đề nguồn lực phát triển của một quốc gia, dân tộc đang được đặc biệt chú ý nghiên cứu. “Nguồn lực con người là dân và chất lượng con người, bao gồm cả thể chất và tinh thần, sức khỏe, trí tuệ, năng lực và phẩm chất” (Phạm Minh Hạc và cộng sự, 1996: tr. 328), “Nguồn lực con người là sự kết hợp thể lực và trí lực, cho thấy khả năng sáng tạo, chất lượng hiệu quả hoạt động và triển

vọng mới phát triển của con người” (Hoàng Chí Bảo, 1993: tr. 14). Nguồn nhân lực khoa học xã hội được xem là một trong những vốn cơ bản nhất cho sự phát triển bền vững của đất nước, góp phần đưa quan điểm, chủ trương phát triển bền vững vào thực tiễn cuộc sống (Phạm Văn Đức, 2015: tr. 17). Để hoạt động du lịch của Thành phố Hội An đáp ứng được yêu cầu của cách mạng công nghiệp 4.0, đồng thời phát triển bền vững và bảo tồn, phát huy được bản sắc văn hóa, truyền thống vốn có của mình, thiết nghĩ, yếu tố con người – đội ngũ làm công tác văn hóa, du lịch cần được đặt lên hàng đầu.

Hơn nữa, Hội An là điểm đến du lịch nổi tiếng, lượng khách quốc tế chiếm 2/3 tổng lượng khách đến Hội An. Hướng dẫn viên du lịch đóng vai trò quan trọng và góp phần quảng bá hình ảnh của Thành phố Hội An nói riêng và đất nước, con người Việt Nam nói chung đến bạn bè trong nước và quốc tế,

Tóm lại, với mục tiêu nhằm tiếp tục đưa du lịch Thành phố phát triển bền vững gắn với bảo tồn các di sản văn hóa, vấn đề nâng cao hiệu quả đào tạo, bồi dưỡng tri thức lịch sử – văn hóa, bảo tồn di sản của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Thành phố đóng vai trò hết sức quan trọng. Năm 2021, Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam ban hành kế hoạch phát triển du lịch xanh Quảng Nam đến năm 2025 với mục tiêu đưa du lịch Quảng Nam phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, cảnh quan thiên nhiên; bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử địa phương. Thuyết minh tại các điểm di tích, di sản, trong đó di sản văn hóa thế giới Hội An, hướng dẫn viên di sản không chỉ là người giới thiệu về di sản một cách đơn thuần mà phải là người kết nối du khách với di sản. Hướng dẫn viên du lịch được xem như những “đại sứ văn hóa”, góp phần gắn kết các giá trị văn hóa, lịch sử từ quá khứ tới hiện tại, tạo sức hấp dẫn cho du khách, du khách cùng giữ gìn và bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa.

3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

Một là, cần xác định hướng dẫn viên du lịch chính là một nghề. Trong bối cảnh phát triển du lịch cả nước nói chung và Thành

phố Hội An nói riêng hiện nay, hướng dẫn viên du lịch trở thành một nghề thịnh hành, thu hút nhiều bạn trẻ. Bên cạnh việc đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, các kiến thức cơ bản gắn với nghề mà hướng dẫn viên du lịch được trang bị như: giao tiếp, ứng xử, tâm lý khách du lịch, văn hóa dân tộc,... thì đội ngũ hướng dẫn viên du lịch cần trang bị kiến thức bao quát trên tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là tích lũy, trau dồi những tri thức về lịch sử, văn hóa và bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa.

Đối với Thành phố di sản, có bề dày lịch sử – văn hóa và gắn với hệ thống di sản vật chất và tinh thần độc đáo như Thành phố Hội An, để nhằm giới thiệu trọn vẹn và chuẩn xác các giá trị lịch sử, văn hóa của Thành phố đến với du khách, đặc biệt là bạn bè quốc tế, đòi hỏi các hướng dẫn viên du lịch phải có kiến thức chuyên sâu về lịch sử – văn hóa. Do đó, Thành phố Hội An cần đặc biệt quan tâm đến đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Trong phát triển tổng hợp kinh tế – văn hóa – xã hội của Thành phố Hội An, cần đặc biệt quan tâm đến đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Riêng đối với các hướng dẫn viên du lịch, cần quan tâm hơn nữa đến bồi dưỡng, nâng cao trình độ, nhất là các kiến thức hiểu biết về khảo cổ, kiến trúc, lịch sử,... để nghiên cứu, giới thiệu, quảng bá và xử lý (bảo tồn, phát huy) kịp thời đối với các di tích văn hóa, lịch sử của thành phố. Xây dựng kế hoạch và tổ chức các chương trình đào tạo ngắn ngày, các lớp tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ, các chương trình đào tạo chuyên sâu,... cho đội ngũ cán bộ quản lý, nhân viên nhà hàng khách sạn,... đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch.

Ngoài ra, cũng cần đào tạo đội ngũ nhân lực chất lượng, có trình độ chuyên môn hóa, tính nghiệp vụ cao và chuyên nghiệp để tham gia hoạt động du lịch: các quản trị doanh nghiệp du lịch, hướng dẫn viên, lễ tân,... Có kế hoạch đào tạo ở nước ngoài đối với các cán bộ chuyên môn và cán bộ quản lý. Nếu được đào tạo bài bản và hoạt động có hiệu quả thì đây sẽ là nguồn tài nguyên quý giá trong quảng bá, bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên du lịch của thành phố.

Hai là, trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay,

với sức trẻ, sự nhiệt tình, lòng đam mê với nghề nghiệp, hướng dẫn viên du lịch có thể dễ dàng trang bị những kiến thức này thông qua sách vở, phương tiện thông tin đại chúng như báo đài, website,...; trao đổi kinh nghiệm với chuyên gia, những người đi trước, tham gia các hoạt động chuyên ngành, các lớp học chuyên đề, hoạt động thực tế... Song song với trình độ, tính chuyên nghiệp, tâm với nghề thì những phẩm chất của hướng dẫn viên du lịch về lòng yêu quê hương, đất nước, tự hào dân tộc,... được thể hiện thông qua việc giới thiệu một cách sinh động về lịch sử của dân tộc, phong cảnh tự nhiên đặc thù độc đáo và xinh đẹp; về các giá trị văn hóa, sự phong phú về phong tục tập quán của các cộng đồng dân cư, dân tộc thiểu số, lễ hội văn hóa và ẩm thực,... cũng là một trong những yếu tố cần có của người hướng dẫn viên du lịch (Nguyễn Văn Quảng, 2006).

Đặc biệt, cũng với xu thế lan tỏa cuộc CMCN 4.0, với sự phổ biến rộng rãi của Internet, ngành Du lịch đang phát triển theo hướng kết hợp chặt chẽ với các yếu tố công nghệ như theo hướng “du lịch thông minh” (Smart Tourism),... Các hướng dẫn viên du lịch hiện đang tiếp cận mạnh mẽ với công nghệ kỹ thuật số như: các sản phẩm, ứng dụng trên thiết bị di động; ứng dụng công nghệ thông tin phát triển du lịch; phần mềm quản lý hướng dẫn viên du lịch; thuyết minh tự động, ứng dụng hỗ trợ kết nối khách du lịch, hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch;... Điều này đã giúp các hướng dẫn viên du lịch có nhiều cơ hội phát triển ngành nghề. Tuy nhiên, các hướng dẫn viên du lịch cũng cần hết sức chú trọng đến tính hai mặt của sự phát triển trên, trong đó, yếu tố con người vẫn là nhân tố quan trọng. Con người – phần “hồn” của Đô thị cổ Hội An mới chính là những người tạo nên “cảm xúc du lịch” thật sự. Đặc biệt là trong giới thiệu về hình ảnh của đất nước, con người Việt Nam đến với bạn bè quốc tế.

Cuối cùng, để phát triển du lịch Hội An theo hướng vừa chủ động tiếp cận cách mạng công nghiệp 4.0, thực hiện chuyển đổi số, phát triển du lịch thông minh, đồng thời kết hợp với bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, thực chất cần sự hợp tác từ nhiều phía: Nhà nước, các cấp chính quyền, cộng đồng, nhà nghiên cứu,

khách du lịch,... và cả đội ngũ hướng dẫn viên du lịch.

Thành phố Hội An cần gắn phát triển du lịch với những giải pháp vĩ mô và vi mô khác như: đầu tư tối đa cho việc nâng cao hơn nữa các yếu tố hạ tầng đô thị, môi trường cảnh quan, đào tạo nguồn nhân lực. Tận dụng cơ hội từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, có chiến lược đầu tư cho lĩnh vực khoa học công nghệ để ngành Du lịch gắn kết với chuyển dịch số hóa, xây dựng các chương trình quảng bá du lịch, học tập kinh nghiệm của các nước trong khu vực,... Đặc biệt, trong suốt trong quá trình hoạch định, quản lý và phát triển du lịch, cần phải chú ý đến các vấn đề khác như: Luật Du lịch, Luật Bảo tồn văn hóa, Luật Môi trường và các quy định, điều lệ về cảnh quan đô thị,...

Song song với đó, Hội An cũng cần chủ động xây dựng các chính sách quảng bá du lịch lâu dài, kích cầu, phục hồi du lịch, đảm bảo môi trường kinh doanh lành mạnh. Cần học tập kinh nghiệm của các nước trong xây dựng các chương trình quảng bá du lịch (dự án, trưng bày, triển lãm,...). Qua đó, vừa nhằm giới thiệu du lịch Hội An, vừa đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá về hình ảnh Hội An với bạn bè trong nước và quốc tế; nâng cao ý thức trách nhiệm của cộng đồng vì sự nghiệp bảo tồn di sản văn hóa, phát triển du lịch xanh, bền vững. Phối hợp với UNESCO để làm tốt hơn công tác bảo tồn, phát huy, quảng bá Thành phố Hội An ra thế giới.

Để tận dụng cơ hội từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Thành phố Hội An nói chung và ngành di sản, văn hóa nói riêng cần được đầu tư về khoa học công nghệ để hoạt động du lịch gắn kết với chuyển đổi số. Có thể tận dụng ưu thế của công nghệ thông tin thông qua các Website, Facebook, Youtube, Tik Tok, Instagram; các sản phẩm, ứng dụng trên thiết bị di động (phần mềm quản lý hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh tự động); ứng dụng hỗ trợ kết nối khách du lịch, hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch,... trong giới thiệu, tuyên truyền, quảng bá các thông tin về du lịch, di sản nhanh chóng và chính xác nhất đến người dân và du khách,...

Cần nâng cao nhận thức về nội dung, ý nghĩa và tầm quan trọng của việc bảo tồn, phát huy giá trị di sản đối với các nhà quản lý ngành

Du lịch của thành phố, các nhà quản trị doanh nghiệp ngành Du lịch, người dân và cả cộng đồng. Đối với hệ thống di sản văn hóa đa dạng và phong phú của vùng đất Hội An, cần phải có một số ngành nghiên cứu đặc thù để tiếp cận, như: *ngành khảo cổ học đô thị, nhân học ứng dụng, văn hóa du lịch,...* Đồng thời, cũng cần đưa hệ thống và giá trị di sản của Hội An thành chủ đề trong giáo dục địa phương, đào tạo, bồi dưỡng cho sinh viên, nhất là sinh viên ngành văn hóa du lịch. Cần khuyến khích các công trình nghiên cứu khoa học, đề tài, luận văn, luận án,... nghiên cứu về Thành phố nói chung, đặc biệt là các di sản văn hóa. Hỗ trợ hơn nữa cho các dự án, trưng bày, triển lãm về các giá trị di sản của Thành phố nhằm giới thiệu, quảng bá hình ảnh đến người dân, thế hệ trẻ và cả du khách xa gần,...

KẾT LUẬN

Có thể thấy, tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên du lịch văn hóa của Hội An rất phong phú, đa dạng. Với tiềm năng, lợi thế vốn có, kinh nghiệm phát triển của một Thành phố di sản, cộng với chiến lược phát triển Thành phố Hội An cho thấy Hội An hoàn toàn có thể phát triển bền vững. Với những phân tích, nhận định và gợi ý giải pháp đưa ra trong bài, hy vọng rằng vấn đề nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch sẽ được nâng cao. Từ đó góp phần để Hội An sẽ thực hiện mục tiêu xây dựng Thành phố “sinh thái – văn hóa – du lịch” và phát triển bền vững toàn diện hơn nữa kinh tế – văn hóa – xã hội. Hội An chẳng những mãi là điểm đến ấn tượng trong lòng du khách trong và ngoài nước mà còn góp phần bảo tồn, phát huy giá trị của di sản văn hóa thế giới tại Việt Nam. Vấn đề bồi dưỡng tri thức lịch sử, văn hóa cho hướng dẫn viên du lịch hướng dẫn khách đến Hội An trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 chính là một phần quan trọng của chiến lược đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch chuẩn quốc tế trong giai đoạn hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alexis Papathanassis (2010), *The Long Tail of Tourism*, GableVerlag.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022, 2024). Từ <https://bvhttdl>.

- gov.vn. Truy cập ngày 10/02/2024.
3. Cục Di sản Văn hóa (2019). “Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới”. Từ <http://dsvh.gov.vn>, ngày 6/3/2023.
 4. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2024). Từ <https://huongdanvien.vn/>. Truy cập ngày 10/02/2024.
 5. Hoàng Chí Bảo (1993), “Ảnh hưởng của văn hóa đối với việc phát huy nguồn lực con người”, Tạp chí *Triết học* (1), tr. 13 – 17.
 6. Hoàng Phương Ly (2024). “Hàn Quốc đón 11 triệu lượt du khách quốc tế trong năm 2023”. Từ <https://vietnam.ajunews.com> (Kinh tế AJU). Truy cập ngày 15/3/2024.
 7. Nguyễn Văn Quảng (2006), *Để trở thành hướng dẫn viên du lịch giỏi*, Nxb Trẻ, Hồ Chí Minh, 23, tr. 22 – 24.
 8. Phạm Minh Hạc (Chủ biên) (1996), *Vấn đề con người trong sự nghiệp CNH, HĐH*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
 9. Phạm Văn Đức (2015), “Phát triển bền vững và vai trò của khoa học xã hội đối với phát triển bền vững ở Việt Nam”, Tạp chí *Khoa học xã hội Việt Nam*, số 2(87), tr. 9 – 18.
 10. Phòng Bảo tàng (2023). Tình hình khách tham quan các điểm bảo tàng, di tích do Trung tâm Quản lý Bảo tồn Di sản Văn hóa Hội An quản lý trong 6 tháng đầu năm 2023. Từ <https://hoianheritage.net> (Trung tâm Quản lý Bảo tồn Di sản Văn hóa Hội An).
 11. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017). *Luật Du lịch*, Luật số: 09/2017/QH14, Hà Nội, ngày 19/6/2017.
 12. Tổng cục Du lịch. Từ <https://vietnamtourism.gov.vn>. Truy cập ngày 15/3/2024.
 13. Tổng cục Thống kê. (2020). *Kết quả toàn bộ Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019*. Hà Nội: Nxb Thống kê.
 14. Trần Quốc Vượng (1991). “Vị thế địa lịch sử và bản sắc địa – văn hóa của Hội An”. *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế về Đô thị cổ Hội An*. Hà Nội: Nxb Khoa học xã hội, 51–62.
 15. Trần Văn Thông (2003), *Quy hoạch du lịch: những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Trường Đại học dân lập Văn Lang, Khoa Du lịch, Tài liệu

lưu hành nội bộ.

16. Trung tâm Văn hóa – Thể thao & Truyền thanh – Truyền hình Thành phố Hội An (2021). “Chương trình du lịch hấp dẫn, an toàn tại Hội An từ ngày 20/3 – 01/5/2021”. Từ <http://www.hoianworldheritage.org.vn>, ngày 8/3/2023.
17. Ủy ban nhân dân Thành phố Hội An. (2015). *Di tích – danh thắng Hội An*. Đà Nẵng: Nxb Đà Nẵng.
18. Viện Khoa học Pháp lý (2018). “Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 là gì?”. Từ <http://khpl.moj.gov.vn> (Trang tin điện tử của Viện Khoa học Pháp lý). Truy cập ngày 10/02/2024.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

ThS. Nguyễn Văn Hợp¹

Tóm tắt: Việt Nam là quốc gia có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển ngành Du lịch, với hệ thống tài nguyên du lịch phong phú và có giá trị, nếu có các chiến lược khai thác phù hợp thì ngành Du lịch sẽ trở thành ngành kinh tế quan trọng hàng đầu tại nước ta. Để phát triển ngành Du lịch phải thực hiện nhiều công việc khác nhau từ việc xây dựng chính sách, hoạch định chiến lược phát triển, khai thác, quản lý, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, ... Bên cạnh đó, yếu tố có tác động rất lớn đến sự phát triển du lịch Việt Nam liên quan mật thiết đến chất lượng nguồn nhân lực. Trong hệ thống nhân sự của ngành Du lịch, hướng dẫn viên có tác động lớn đến chất lượng chuyến du lịch và sự thỏa mãn của du khách. Do đó, yêu cầu có một nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch có năng lực đáp ứng được trình độ quốc tế đang là yêu cầu cấp thiết ở nước ta hiện nay. Bài viết sẽ nêu ra một số khía cạnh để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn viên, hướng tới đáp ứng nhu cầu phát triển của xã hội nói chung và sự phát triển của ngành Du lịch Việt Nam nói riêng trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay.

Từ khóa: hướng dẫn viên du lịch, nhân lực du lịch trình độ quốc tế, đào tạo hướng dẫn viên du lịch.

IMPROVE THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES FOR TOUR GUIDES IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL INTEGRATION

Abstract: Viet Nam possesses favorable conditions for the development of the tourism industry, with a rich and valuable tourism resource system if appropriate exploitation strategies are implemented, the tourism sector has the potential to become a leading and crucial economic contributor in our country. To foster the development of the tourism industry, various tasks must be undertaken, ranging from formulating policies, setting development directions, exploiting resources, managing operations, to creating valuable tourism products. Additionally, a critical factor influencing the quality of Viet Nam's tourism is closely tied to the quality of its human resources. In the human resources system of the tourism industry, tour guides significantly impact the quality of tours and the satisfaction of travelers. Therefore, the requirement for a competent pool of tour guides capable of meeting international standards is always essential. This article will outline some aspects to enhance the quality of tour guide human resources, aiming to meeting the

¹ Khoa Văn hóa và Du lịch, Trường Đại học Sài Gòn, Email: nvhop@sgu.edu.vn.

developmental needs of society in general and the specific development of the Vietnamese tourism industry amidst the current international integration.

Keywords: *tour guide, international tourism workforce, tour guide training.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hướng dẫn viên du lịch là lực lượng tuyến đầu có vai trò quan trọng trong việc tổ chức thực hiện chương trình du lịch và có ảnh hưởng lớn đến chất lượng một chương trình du lịch của một công ty lữ hành. Hướng dẫn viên du lịch là người đại diện cho các hãng lữ hành để thực hiện các dịch vụ đã thỏa thuận với du khách và giải quyết các vấn đề phát sinh trong chuyến đi. Trong một chuyến du lịch, du khách được chăm sóc chu đáo hơn, chuyến đi vui vẻ hơn đồng thời cũng giúp cho họ yên tâm hơn nhờ có sự đồng hành của hướng dẫn viên. Qua chuyến đi, du khách cũng nâng cao được sự hiểu biết nhờ việc cung cấp thông tin trong suốt hành trình của hướng dẫn viên. Vai trò của hướng dẫn viên trong kinh doanh lữ hành là rất quan trọng. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều tồn đọng đối với lực lượng nhân sự này, trong đó chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch ở nước ta hiện nay là vấn đề cần phải được quan tâm hơn. Đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay đòi hỏi nguồn nhân lực hướng dẫn viên phải đáp ứng được những yêu cầu ngày càng cao của thị trường du lịch. Vậy làm thế nào để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam hiện nay là vấn đề sẽ được trình bày trong bài viết này.

2. NHỮNG YÊU CẦU VỚI NGUỒN NHÂN LỰC HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Ngày nay có rất nhiều tổ chức và nhà nghiên cứu đưa ra các cách giải thích khác nhau về hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, một cách hiểu chung thì hội nhập quốc tế là quá trình các nước tiến hành các hoạt động gắn kết, hợp tác với nhau dựa trên sự chia sẻ về lợi ích, mục tiêu, giá trị, nguồn lực, quyền lực (thẩm quyền định đoạt chính sách) và tuân thủ các luật chơi chung trong khuôn khổ các định chế hoặc tổ chức quốc tế. Hội nhập quốc tế hiện nay chủ yếu trên ba lĩnh vực chính đó là: Hội nhập kinh tế quốc tế; hội nhập quốc tế về chính trị,

quốc phòng, an ninh; hội nhập quốc tế về văn hóa – xã hội, giáo dục, khoa học – công nghệ và các lĩnh vực khác. Trong đó hội nhập về kinh tế là quan trọng nhất. Du lịch là một ngành kinh tế quan trọng của nhiều quốc gia trên thế giới. Do đó, các quốc gia luôn cố gắng tạo mọi điều kiện thuận lợi cho sự phát triển ngành kinh tế này. Ở Việt Nam theo Quyết định 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, “Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại”. Sự nỗ lực của các quốc gia nhằm nâng tầm du lịch của mình cũng là lý do thúc đẩy sự cạnh tranh gay gắt của các điểm đến trên thế giới hiện nay. Một trong những yếu tố quan trọng để cải thiện chất lượng du lịch là việc cải thiện chất lượng nguồn nhân lực. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, nguồn nhân lực phải đáp ứng được nhiều yêu cầu khác nhau. Cách riêng, để có đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao, cần đáp ứng được các yêu cầu sau:

Một là yêu cầu về ngoại ngữ, đây được xem là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc phục vụ du khách quốc tế. Sẽ rất khó khăn để phát triển ngành Du lịch nếu nguồn lao động trong ngành Du lịch nói chung và nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch nói riêng không sử dụng được ngoại ngữ. Theo số liệu thống kê tính đến ngày 11/3/2024, số lượng hướng dẫn viên được cấp thẻ tại Việt Nam là 37.627 người, trong đó có 13.912 hướng dẫn viên du lịch nội địa, 1.875 hướng dẫn viên du lịch tại điểm, 21.840 hướng dẫn viên du lịch quốc tế. Trong số hướng dẫn viên du lịch quốc tế, phần lớn là hướng dẫn viên tiếng Anh với 12.153 người, chiếm hơn 50%; tiếng Trung Quốc là 5.561 người; tiếng Hàn Quốc là 1.009 người; tiếng Nhật 792 người, số còn lại là các nhóm ngoại ngữ khác. So sánh giữa số lượng hướng dẫn viên quốc tế và số lượt khách những năm gần đây thì có thể dễ dàng nhận thấy lực lượng hướng dẫn viên có thể sử dụng thành thạo các ngoại ngữ còn rất thiếu. Ví dụ như trường hợp của thị trường khách Hàn Quốc là điển hình, trong khi năm 2023 có 3.595.062 lượt khách Hàn Quốc tới Việt Nam nhưng số lượng hướng dẫn viên tiếng Hàn

chỉ có 1.009 người. Điều này đồng nghĩa là trung bình 01 hướng dẫn viên tiếng Hàn phải phục vụ 3.563 lượt khách trong năm 2023. Tình trạng thiếu hụt nghiêm trọng hướng dẫn viên cũng xảy ra với các nhóm thị trường ngôn ngữ khác.

Bảng: Tổng hợp số lượt khách và số lượng hướng dẫn viên quốc tế tại Việt Nam

Năm	2018	2019	2020	2022	2023	3 tháng đầu năm 2024	HDV sử dụng ngoại ngữ (người)
Thị trường	(Đv: lượt khách)	(Đv: lượt khách)	(Đv: lượt khách)	(Đv: lượt khách)	(Đv: lượt khách)	(Đv: lượt khách)	
Hàn Quốc	3.485.406	4.290.802	819.089	965.366	3.595.062	844.082	1.009
Trung Quốc	4.966.468	5.806.425	871.819	124.896	1.743.204	537.661	5.561
Đài Loan	714.112	926.744	192.216	126.211	851.024	198.328	
Hoa Kỳ	687.226	746.171	172.706	318.171	717.073	155.780	12.153
Các nước khác	5.644.579	6.238.449	1.630.949	2.126.578	5.692.782	1.307.873	3.117
Tổng cộng	15.497.791	18.008.591	3.686.779	3.661.222	12.599.145	3.043.724	21.840

Nguồn: Tổng cục Du lịch Việt Nam.

Do đó, việc tăng cường khả năng ngoại ngữ, đặc biệt là các ngôn ngữ ít phổ biến là đòi hỏi quan trọng cần phải giải quyết trong giai đoạn hiện nay. Chỉ khi nguồn nhân sự có khả năng giao tiếp tốt bằng ngoại ngữ mới có thể mở ra các cơ hội hợp tác và làm việc trong môi trường quốc tế.

Hai là nguồn nhân lực hướng dẫn viên phải có kiến thức sâu rộng về văn hóa, xã hội, kinh tế, chính trị, luật pháp của các quốc gia trên thế giới. Một trong những công việc quan trọng nhất của hướng dẫn viên là giới thiệu về điểm đến cho du khách trong suốt hành trình. Khách du lịch đến từ nhiều quốc gia, có nhiều nền văn hóa khác nhau, trình độ dân trí cũng rất đa dạng, nhưng phần lớn khách quốc tế là những người có thu nhập và trình độ cao. Do đó, hướng dẫn viên không thể giới thiệu một cách hời hợt hoặc không chính xác về các nội dung liên quan đến hành trình. Công tác hướng dẫn du lịch vừa là công việc tay chân vừa là công việc trí óc, nhưng tỷ lệ lao động trí óc chiếm phần lớn trong công việc của họ. Tri thức làm nên giá trị và sự khác biệt cho từng hướng dẫn viên, chính sự hiểu biết của hướng

dẫn viên được truyền tải qua các bài thuyết minh là phương tiện để chinh phục du khách.

Ba là nguồn nhân lực hướng dẫn viên cần có nhiều kỹ năng làm việc trong môi trường quốc tế, cách riêng là kỹ năng ứng dụng các thành tựu về công nghệ thông tin để phục vụ cho công việc. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, hướng dẫn viên phải làm việc không phải chỉ với du khách quốc tế mà còn phải làm việc với các đồng nghiệp, các cộng sự, các đối tác quốc tế. Do đó, họ phải có kỹ năng hợp tác, đàm phán, làm việc nhóm với các cộng sự và đối tác nước ngoài. Thời đại công nghệ thông tin phát triển như ngày nay đòi hỏi hướng dẫn viên phải có khả năng sử dụng thành thạo các công cụ và ứng dụng công nghệ để trao đổi, làm việc. Đồng thời, việc sử dụng các ứng dụng công nghệ cũng giúp cho công việc của hướng dẫn viên được thực hiện hiệu quả hơn.

Bốn là nguồn nhân lực hướng dẫn viên cần có năng lực tự học, tự nghiên cứu. Kiến thức luôn là vô tận và sự hiểu biết của con người thì có giới hạn. Trên thực tế, lượng kiến thức được cung cấp từ phía các cơ sở đào tạo mới chỉ tạo dựng được nền tảng cho người lao động. Nhưng để phát triển sự nghiệp của mình họ cần phải tự đào sâu nghiên cứu và học hỏi. Công tác hướng dẫn đòi hỏi nhiều kiến thức liên quan đến nhiều lĩnh vực, vì vậy người hướng dẫn viên cần phải có năng lực tự học, tự nghiên cứu. Đây cũng là cách để họ nâng cao trình độ, năng lực chuyên môn của mình.

Năm là nguồn nhân lực hướng dẫn viên cần có lòng yêu nước, yêu dân tộc, tinh thần trách nhiệm với công việc. Hội nhập quốc tế và hòa nhập với thế giới không có nghĩa là hòa tan mình vào trong một thế giới chung. Người làm công tác hướng dẫn cần luôn nêu cao ý thức trách nhiệm chính trị, tinh thần yêu nước, lòng tự tôn dân tộc. Trong công việc, hướng dẫn viên cần phải biết tận tụy, sẵn sàng phục vụ du khách nhưng cũng phải có tinh thần bảo vệ cho lợi ích, uy tín và các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc; không vì lợi ích vật chất hay để làm hài lòng du khách mà làm phương hại đến chủ quyền, an ninh và lợi ích của quốc gia, dân tộc. Bên cạnh đó, khi hướng dẫn viên phục vụ du khách với lòng tự hào dân tộc, tình yêu đất nước và tinh

thần trách nhiệm thì đây cũng là cách để du khách quốc tế thêm phần tôn trọng, yêu mến và đánh giá cao về đất nước, con người Việt Nam.

3. CÁC GIẢI PHÁP ĐỂ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC HƯỚNG DẪN VIÊN ĐỂ ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch thì trách nhiệm không chỉ thuộc về các cơ sở đào tạo mà còn cần có sự chung tay thực hiện một cách có trách nhiệm của các bên liên quan. Đầu tiên là các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, các tổ chức nghề nghiệp hướng dẫn viên và cả chính bản thân các hướng dẫn viên cũng phải có ý thức rèn luyện để nâng tầm chất lượng làm việc của mình.

Đối với các cơ sở đào tạo: Để đào tạo nguồn nhân lực hướng dẫn viên có chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu hội nhập quốc tế, các cơ sở đào tạo cần thường xuyên cập nhật xu hướng chung của thế giới. Chương trình đào tạo cần được đánh giá và cập nhật thường xuyên để phù hợp hơn với nhu cầu của xã hội. Trong nội dung các môn học chuyên ngành, cần phân bổ thời gian thực hành hợp lý để người học có thể bắt đầu tập làm và rèn luyện kỹ năng ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

Yêu cầu về ngoại ngữ là hết sức cần thiết cho việc nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch. Do đó, cần tăng thời lượng học ngoại ngữ đồng thời áp dụng các mức chuẩn đầu ra ngoại ngữ cao hơn để người học có thể làm việc được trong môi trường quốc tế sau khi ra trường. Một bất cập hiện nay trong việc đào tạo là các cơ sở đào tạo chính quy ngành Du lịch hoặc chuyên ngành hướng dẫn viên du lịch thì làm tốt ở việc đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ, còn về ngoại ngữ, đặc biệt là các ngôn ngữ khác ngoài tiếng Anh thì chưa hiệu quả. Do đó, hướng dẫn viên sử dụng ngoại ngữ ít phổ biến thì thường ít qua các trường lớp về du lịch chính quy mà thường từ các trường chuyên ngữ, sau đó thì học lớp nghiệp vụ hướng dẫn du lịch ngắn hạn. Điều này ít nhiều cũng ảnh hưởng tới năng lực chuyên môn của hướng dẫn viên khi tác nghiệp. Vì vậy, các cơ sở đào tạo ngành Du lịch hoặc chuyên ngành hướng dẫn viên du lịch nên chú trọng đào tạo cả chuyên môn lẫn ngoại ngữ. Ngoài việc đưa vào

chương trình đào tạo ngoại ngữ chủ yếu là tiếng Anh, các cơ sở đào tạo cũng nên xem xét việc đa dạng hơn các ngoại ngữ vào chương trình giảng dạy. Đồng thời có thể để cho người học lựa chọn một ngôn ngữ mà họ mong muốn học. Điều này có thể giúp bổ sung lực lượng cho nhóm hướng dẫn viên ngôn ngữ hiếm, nhằm đáp ứng được nhu cầu của thị trường ngày càng đa dạng.

Nhà trường cũng cần có sự liên kết hợp tác với các doanh nghiệp du lịch quốc tế để tạo điều kiện cho sinh viên có môi trường thực hành chuyên nghiệp. Việc hợp tác đào tạo có ý nghĩa to lớn trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Những kỹ năng làm việc chỉ có được khi có môi trường rèn luyện và thực hành thường xuyên; tăng cường hợp tác với doanh nghiệp trong công tác đào tạo giúp người học có được môi trường tốt để thực hành. Đồng thời, các nội dung mang tính thực tế sẽ được đào tạo hiệu quả hơn khi có sự cộng tác của các doanh nghiệp.

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành: Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành là đơn vị sử dụng nguồn nhân lực hướng dẫn viên, họ thụ hưởng các giá trị về tri thức và sức lao động của hướng dẫn viên làm ra. Vì vậy, việc thoái thác hoàn toàn công tác đào tạo cho các cơ sở đào tạo là không thỏa đáng. Trong công tác quản trị nguồn nhân lực, một trong những công việc quan trọng cần thực hiện là đào tạo, huấn luyện người lao động. Vì vậy, để có nguồn nhân lực hướng dẫn viên tinh nhuệ, các công ty lữ hành cũng cần phải có các chương trình đào tạo nghiêm túc. Tuy nhiên đây là việc không dễ ở Việt Nam, vì để giảm chi phí tiền lương trong kinh doanh đa phần các doanh nghiệp lữ hành đều có xu hướng sử dụng hướng dẫn viên thời vụ. Vì vậy, việc yêu cầu hay huy động hướng dẫn viên thời vụ tham gia các chương trình đào tạo do doanh nghiệp tổ chức không thể thực hiện được bằng các quy định của doanh nghiệp, mà chỉ có thể nhờ vào tính tự giác của hướng dẫn viên. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành tại Việt Nam đa phần có quy mô vừa và nhỏ nên đội ngũ nhân sự, cách riêng là lực lượng hướng dẫn viên không nhiều. Đây cũng là một vấn đề khó trong công tác tổ chức huấn luyện, đào tạo.

Để nâng cao chất lượng hướng dẫn viên, các công ty lữ hành lớn cần phải thường xuyên tổ chức các lớp huấn luyện; đồng thời có những chính sách để khuyến khích hướng dẫn viên tham gia các lớp đào tạo. Ví dụ như nâng lương hoặc bố trí công việc tốt hơn nếu hướng dẫn viên tham gia các lớp bồi dưỡng và có thành tích tốt trong học tập. Đối với các công ty vừa và nhỏ, việc tự tổ chức đào tạo cho hướng dẫn viên tương đối khó khăn vì lý do kinh phí và cả lý do số lượng nhân sự mỏng. Do đó, các công ty vừa và nhỏ có thể hợp tác với nhau để cùng đào tạo.

Chương trình huấn luyện, đào tạo không phải thực hiện theo kiểu chiếu lệ cho có mà cần phải thực hiện nghiêm túc, bài bản và có tính thường xuyên. Các doanh nghiệp nên coi hoạt động này là một công việc mang tính định kỳ. Trong công tác huấn luyện đào tạo hướng dẫn viên, các doanh nghiệp có thể liên kết với các chuyên gia hoặc sử dụng các nhân sự có trình độ cao trong chính doanh nghiệp để tham gia đào tạo. Điều này vừa thuận tiện vừa giảm chi phí đào tạo cho doanh nghiệp.

Để nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cũng cần phải thường xuyên theo dõi, đánh giá hướng dẫn viên qua quá trình công tác. Việc theo dõi đánh giá vừa giúp hướng dẫn viên có ý thức, trách nhiệm hơn trong công việc, đồng thời cũng giúp doanh nghiệp thấy được thế mạnh và điểm yếu của từng hướng dẫn viên để có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cho phù hợp với từng người.

Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cũng nên chú ý đến việc tăng cường các chế độ phúc lợi nhằm thu hút và thúc đẩy tinh thần làm việc và học tập của hướng dẫn viên. Xây dựng lộ trình đào tạo và cơ hội thăng tiến rõ ràng cũng là cách hiệu quả để tạo động lực cho hướng dẫn viên ý thức hơn trong việc học tập nâng cao trình độ.

Đối với các tổ chức xã hội nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch: Theo Điều 3 của Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ngày 19/6/2017 của Quốc hội, hướng dẫn viên phải đáp ứng các điều kiện sau mới được phép hành nghề: Có thể hướng dẫn viên du lịch; Có hợp đồng lao động với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, doanh nghiệp

cung cấp dịch vụ hướng dẫn du lịch hoặc là hội viên của tổ chức xã hội – nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế và hướng dẫn viên du lịch nội địa; Có hợp đồng hướng dẫn với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành hoặc văn bản phân công hướng dẫn theo chương trình du lịch, đối với hướng dẫn viên du lịch tại điểm, phải có phân công của tổ chức, cá nhân quản lý khu du lịch, điểm du lịch.

Như vậy, để đảm bảo đủ điều kiện hành nghề, ngoài việc phải có thể hướng dẫn du lịch, hướng dẫn viên phải là người có hợp đồng lao động với một doanh nghiệp kinh doanh lữ hành hoặc phải là hội viên của tổ chức xã hội – nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch. Mục đích hoạt động của hội là tạo môi trường để giao lưu, liên kết, hợp tác phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch; bồi dưỡng cập nhật kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng hành nghề hướng dẫn cho các hội viên để nâng cao trình độ nghiệp vụ và chất lượng dịch vụ hướng dẫn du lịch; bảo vệ quyền, lợi ích, nghề nghiệp hợp pháp của hội viên. Do đó, có thể thấy rằng các tổ chức xã hội nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch có vai trò rất lớn trong việc đào tạo, huấn luyện hướng dẫn viên.

Tuy nhiên, việc tổ chức hoạt động và hiệu quả hoạt động của các chi hội Hướng dẫn viên Du lịch các địa phương không đồng đều. Tại các Thành phố lớn, nơi tập trung đông đảo hướng dẫn viên như: Hà Nội, Đà Nẵng, Hồ Chí Minh thì công tác tổ chức và triển khai hoạt động có sự đầu tư bài bản hơn, do đó cũng mang lại một số hiệu quả nhất định. Tuy nhiên, tại các địa phương khác, do số lượng hướng dẫn viên không nhiều và tồn tại nhiều khó khăn nên hiệu quả hoạt động cũng chưa cao. Xác định rõ vai trò của mình, các tổ chức xã hội nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch tại các địa phương cần phải thống nhất về quy chế hoạt động, điều lệ và cả nội dung hoạt động để đảm bảo có sự đồng bộ trong cả nước, để góp phần nâng cao nguồn nhân lực hướng dẫn viên. Để làm được điều này, các chi hội hướng dẫn viên du lịch cần phải xây dựng các chương trình huấn luyện, đào tạo định kỳ. Có sự đầu tư kỹ lưỡng về nội dung đào tạo và cần phải được đánh giá hiệu quả công tác đào tạo

một cách nghiêm túc, từ đó có phương hướng để điều chỉnh cho phù hợp và hiệu quả hơn.

Đối với cá nhân hướng dẫn viên: Công việc hướng dẫn du lịch đòi hỏi cần có nhiều kiến thức và kỹ năng khác nhau. Do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan nên khối lượng kiến thức được cung cấp bởi nhà trường cũng có giới hạn. Kiến thức được học ở nhà trường được xem là nền tảng, nhưng để hoàn thiện đòi hỏi hướng dẫn viên trong quá trình làm việc cần dành nhiều thời gian để tự học, tự nghiên cứu để bổ sung thêm các kiến thức chuyên môn phục vụ công việc của mình. Để có được kỹ năng làm việc tốt, hướng dẫn viên phải thường xuyên rèn luyện. Các kỹ năng luôn cần cho công việc hướng dẫn như là: kỹ năng thuyết minh, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng chăm sóc khách hàng, kỹ năng giao tiếp,... Do việc tự học phụ thuộc hoàn toàn vào ý thức của người học, ít bị quản lý hoặc đánh giá bởi người khác nên thường dẫn đến tâm lý chây lười hoặc thiếu nghiêm túc. Xác định được tầm quan trọng của việc tự học, hướng dẫn viên du lịch cần nêu cao tinh thần ý thức trách nhiệm với công việc, không ngừng nỗ lực học tập và rèn luyện về cả kiến thức chuyên môn và cả đạo đức, tác phong. Việc này không những mang lại lợi ích cho cá nhân hướng dẫn viên mà còn có ý nghĩa cho cả ngành Du lịch.

Để việc tự học đạt hiệu quả cao, hướng dẫn viên cần phải đặt các mục tiêu cụ thể, phù hợp với điều kiện của cá nhân. Việc cần làm tiếp theo là lên kế hoạch thực hiện, sau đó tiến hành thực hiện một cách nghiêm túc. Trong quá trình thực hiện, hướng dẫn viên cần thiết lập cơ chế tự giám sát, tự đánh, tự khen thưởng hay kỷ luật. Chỉ khi thực hiện được như vậy hiệu quả của việc tự học mới được nâng cao.

Với đặc điểm công việc thường phải đi nhiều và thời gian làm việc không cố định, nên việc để có nhiều thời gian rảnh rỗi và ổn định gần như là điều không thể. Do đặc tính công việc, người làm công tác hướng dẫn phải biết sử dụng các thời gian trống của mình cho việc đọc các tài liệu chuyên môn và học tập nâng cao trình độ. Chỉ khi biết ý thức trong việc học tập, ý thức rèn luyện thì hướng dẫn viên mới nỗ lực sắp xếp thời gian và công sức để học tập.

KẾT LUẬN

Nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao là nhu cầu cần thiết trong xã hội phát triển; đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế và sự cạnh tranh trên thị trường quốc tế ngày càng gay gắt hơn. Ngành Du lịch nước ta đã có nhiều thành tựu trong những năm gần đây nhưng cũng gặp phải rất nhiều thách thức, trong đó sự thiếu thốn về nguồn nhân lực chất lượng cao, có năng lực trình độ quốc tế đang là trở ngại để phát triển ngành. Hướng dẫn viên du lịch là bộ phận nhân sự quan trọng của ngành Du lịch, là đại diện của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành để phục vụ du khách. Họ có trách nhiệm phục vụ và quảng bá hình ảnh đất nước con người Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Tuy nhiên, số lượng và chất lượng của đội ngũ nhân sự này vẫn chưa đảm bảo để đáp ứng nhu cầu của thị trường. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch là yêu cầu cần thiết. Công việc này không những chỉ là công việc của các cơ sở đào tạo mà cũng là trách nhiệm của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hướng dẫn. Đây cũng là nhiệm vụ của các tổ chức xã hội nghề nghiệp về hướng dẫn du lịch, đồng thời cũng là công việc cần phải làm của chính các hướng dẫn viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2024). “Cơ sở dữ liệu về khách du lịch”, Truy cập ngày 10/3/2024: <https://thongke.tourism.vn/index.php/statistic/cat/15>.
2. Thủ tướng chính phủ (2020). Quyết định 147/QĐ–TTg ngày 22/01/2020 về Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030. Hà Nội.
3. Tổng cục Du lịch (2024). “Cơ sở dữ liệu trực tuyến hướng dẫn viên du lịch”, Truy cập ngày 11/3/2024. <https://huongdanvien.vn/index.php/guide/cat/05>.
4. Thư viện Pháp luật (2017). “Luật Du lịch.” Truy cập ngày 28/2/2024. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Luat-du-lich-2017-322936.aspx>.

NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH THÔNG QUA PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG SỐ CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

ThS. Đỗ Quốc Giang¹

Tóm tắt: Trong thời đại 4.0, ngành Du lịch đang chứng kiến sự thay đổi đáng kể, từ cách tiếp thị và quảng bá đến trải nghiệm của du khách. Trong bối cảnh này, vai trò của hướng dẫn viên du lịch trở nên vô cùng quan trọng. Họ không chỉ đóng vai trò là gương mặt đại diện cho điểm đến du lịch mà còn là người giữ vai trò chủ chốt trong việc cung cấp trải nghiệm độc đáo và tạo ra sự hài lòng cho du khách. Bài viết này tập trung đánh giá về tầm quan trọng của việc phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch, nhằm nâng cao dự hài lòng đối với du khách và sự thích ứng của ngành với xu hướng sự chuyển đổi số.

Từ khóa: hướng dẫn viên du lịch, kỹ năng số, chuyển đổi số, sự hài lòng của du khách.

ENHANCE TOUR SATISFACTION THROUGH DIGITAL SKILLS DEVELOPING FOR TOUR GUIDES

Abstract: In the era of Industry 4.0, the tourism sector is witnessing significant changes, from marketing and promotion to the experiences of tourists. In this context, the role of tour guides becomes immensely important. They not only act as the face of the tourist destination but also play a crucial role in providing unique experiences and creating satisfaction for tourists. This article focuses on evaluating the importance of developing digital skills for tour guides, aimed at enhancing tourist satisfaction and the industry's adaptability to digital transformation trends.

Keywords: tour guide, digital skills, digital transformation, tourist satisfaction.

1. GIỚI THIỆU

Trong Quyết định số 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” có nêu rõ: Hằng năm tuyển sinh đào tạo, bổ sung cử nhân, kỹ sư chuyên ngành công nghệ thông tin. Điều chỉnh, bổ sung chương trình đào tạo ở bậc sau đại học, đại học và dạy nghề gắn với công nghệ số như trí tuệ nhân tạo (AI), khoa học dữ liệu, dữ liệu lớn

¹ Đại học Văn Hiến.

(Big Data), điện toán đám mây (Cloud Computing), Internet vạn vật (IoT), thực tế ảo/ thực tế tăng cường (VR/AR), chuỗi khối (Blockchain), in ba chiều (3D Printing).

Ngành Du lịch đang chứng kiến sự thay đổi mạnh mẽ do công nghệ mới và kỳ vọng ngày càng cao của du khách. Sự hài lòng của du khách không chỉ phụ thuộc vào cảnh đẹp hay dịch vụ chất lượng mà còn dựa trên trải nghiệm tương tác và cá nhân hóa mà họ nhận được trong suốt chuyến đi. Trong bối cảnh này, hướng dẫn viên du lịch – những người trực tiếp tương tác với du khách – đóng một vai trò quan trọng trong việc tạo ra và nâng cao trải nghiệm du lịch đó. Điều này dẫn đến nhu cầu cấp thiết trong việc phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch nhằm tận dụng công nghệ mới, từ đó cung cấp thông tin chính xác và cập nhật, tạo điều kiện cho sự tương tác cá nhân hóa và cuối cùng là nâng cao sự hài lòng của du khách.

2. TẦM QUAN TRỌNG CỦA PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG SỐ CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

2.1. Kỹ năng số (Digital skills)

Theo Đại học Cornell được xác định là “khả năng tìm kiếm, đánh giá, sử dụng, chia sẻ và tạo ra thông tin bằng cách sử dụng công nghệ thông tin và Internet”. Điều này thể hiện tầm quan trọng của việc làm chủ công nghệ số trong thời đại số hóa.

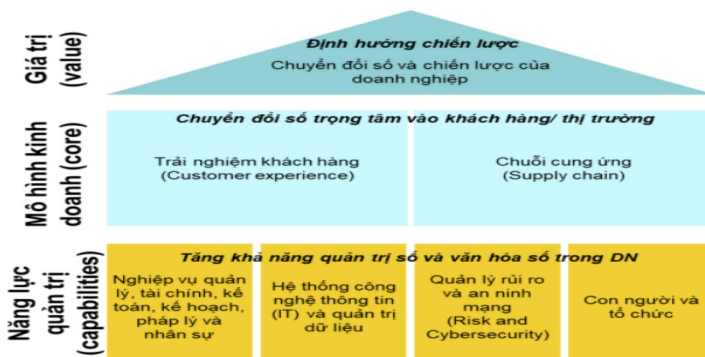
Cũng theo nghiên cứu từ World Skills UK, 60% doanh nghiệp tin rằng sự phụ thuộc vào kỹ năng kỹ thuật số sẽ tăng trong 5 năm tới. Đồng thời, 76% nhận thấy sự thiếu hụt nhân sự có kỹ năng số sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận. Ngoài ra, nhiều chuyên gia cho rằng việc phát triển kỹ năng số sẽ tạo động lực tăng năng suất và thúc đẩy môi trường làm việc sáng tạo hơn. Đồng thời, kỹ năng này giúp doanh nghiệp du lịch nói riêng và các doanh nghiệp nói chung tiết kiệm thời gian, tối ưu hóa chi phí và tăng cường khả năng cạnh tranh.

2.2. Vai trò phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch

Sự hiểu biết về các công nghệ truyền thông sẽ giúp hướng dẫn viên du lịch tương tác hiệu quả với khách hàng thông qua các kênh trực tuyến như email, tin nhắn, và mạng xã hội và nền tảng trực

tyến. Việc này giúp cải thiện khả năng tiếp cận, tạo ra các kênh giao tiếp đa dạng và tiện lợi hơn. Không những thế, kỹ năng số giúp hướng dẫn viên du lịch phân tích dữ liệu khách hàng, từ đó cá nhân hóa giao tiếp và dịch vụ dựa trên sở thích và nhu cầu riêng của từng du khách. Ngoài ra, kỹ năng số giúp hướng dẫn viên du lịch giao tiếp một cách nhanh chóng và kịp thời, đặc biệt là trong việc giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin cần thiết và xử lý các tình huống phát sinh. Điều này quan trọng không chỉ trong việc duy trì mức độ hài lòng và niềm tin của khách hàng mà góp phần nâng cao hình ảnh doanh nghiệp du lịch.

Thông qua các ứng dụng còn giúp hướng dẫn viên và tổ chức du lịch tối ưu hóa quản lý thông tin, đặt chỗ, và lịch trình, điều này giúp tối ưu hóa công tác quản lý và tổ chức của doanh nghiệp. Công nghệ giúp tự động hóa và tổ chức dữ liệu một cách hiệu quả, giảm thiểu sai sót và tiết kiệm thời gian. Kỹ năng số cũng cần thiết cho việc phối hợp giữa hướng dẫn viên du lịch với các bên liên quan như khách sạn, nhà hàng và các dịch vụ du lịch khác. Công nghệ giúp cải thiện giao tiếp và hợp tác, đảm bảo trải nghiệm du lịch mượt mà và liền mạch cho du khách. (Hình 1)



Hình 1: Mô hình kinh doanh gắn với chuyển đổi số

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2024).

Trong thời đại số, kỹ năng số cũng bao gồm việc sử dụng công nghệ để tăng cường an toàn và bảo mật thông tin cho du khách. Hướng dẫn viên có thể sử dụng các ứng dụng và nền tảng đảm

bảo thông tin cá nhân và giao dịch tài chính an toàn, tạo lòng tin và sự yên tâm cho du khách. Không những thế hướng dẫn viên có thể sử dụng các nền tảng như Facebook, Twitter, Instagram,... để nắm bắt thông tin mới nhất về điểm đến, sự kiện địa phương và các thông tin hữu ích khác để chia sẻ với khách hàng bằng cách sử dụng internet và các nguồn trực tuyến khác để nhanh chóng truy cập vào thông tin mới nhất về điểm đến, sự kiện địa phương, điều kiện thời tiết và các thông tin hữu ích khác.

3. CÁCH THỰC HIỆN PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG SỐ CHO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

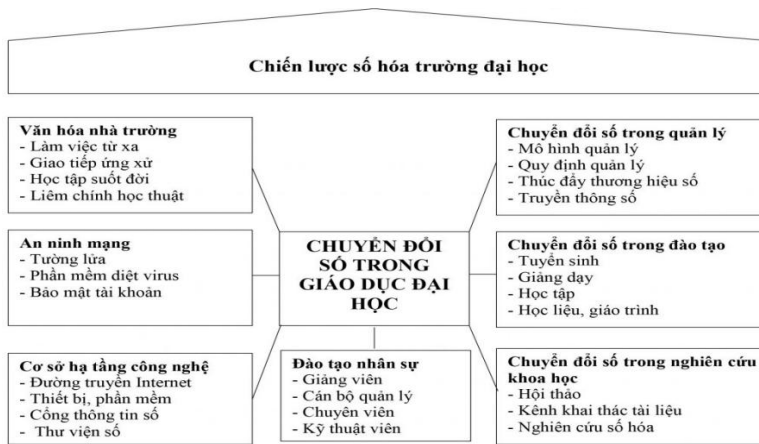
Để thực hiện phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch, các trường và tổ chức đào tạo cần xây dựng và thiết kế chương trình đào tạo một cách đồng bộ và khoa học. Dưới đây là một số khuyến nghị về cách thiết kế và thực hiện các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kỹ năng số cho hướng dẫn viên:

Xác định nhu cầu và mục tiêu đào tạo: Đầu tiên, cần xác định rõ nhu cầu đào tạo và mục tiêu kỹ năng số cần phát triển cho hướng dẫn viên du lịch. Điều này bao gồm việc hiểu biết về công cụ số mới nhất, ứng dụng di động, mạng xã hội, thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) có liên quan đến ngành Du lịch.

Tích hợp công nghệ vào chương trình giảng dạy: Tích hợp các công nghệ số và phương tiện truyền thông mới vào trong quá trình giảng dạy và học tập. Điều này có thể bao gồm việc sử dụng phần mềm quản lý tour du lịch, ứng dụng tương tác với khách hàng, hay công cụ thiết kế trải nghiệm du lịch ảo.

Phát triển kỹ năng sử dụng mạng xã hội và marketing online: Dạy hướng dẫn viên cách sử dụng mạng xã hội và các công cụ marketing online một cách hiệu quả để quảng bá điểm đến, tương tác với khách hàng, và xây dựng thương hiệu cá nhân.

Đào tạo về an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu: Nhấn mạnh tầm quan trọng của an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu trong môi trường số. Hướng dẫn viên cần biết cách bảo vệ thông tin cá nhân của mình và của khách hàng trước các mối đe dọa từ mạng.



Hình 2: Mô hình chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2024)

Để thực hiện được các hoạt động nêu trên, các cơ sở đào tạo du lịch có thể tham khảo mô hình (Hình 2), cập nhật chương trình đào tạo thường xuyên, hợp tác với các tổ chức đào tạo và doanh nghiệp công nghệ để phát triển các chương trình đào tạo phù hợp và tiên bộ. Công nghệ số phát triển rất nhanh, do đó chương trình đào tạo cần được cập nhật thường xuyên để phản ánh những thay đổi và công nghệ mới. Ngoài ra, việc hợp tác với doanh nghiệp và chuyên gia công nghệ bằng cách mời chuyên gia từ các công ty công nghệ và doanh nghiệp du lịch tham gia giảng dạy hoặc tư vấn cho chương trình cũng là việc cần chú trọng.

Ngoài ra, nhà trường cần cung cấp cho học viên cơ hội để áp dụng lý thuyết vào thực tế thông qua các bài tập, dự án, hoặc thực tập. Ví dụ, tạo ra một chiến dịch quảng cáo trực tuyến hoặc thiết kế một tour du lịch ảo. Đối với doanh nghiệp du lịch cần hỗ trợ cho hướng dẫn viên du lịch các công cụ và tài nguyên công nghệ, bao gồm cả việc cung cấp điện thoại thông minh, máy tính bảng và các ứng dụng hữu ích.

5. KẾT LUẬN

Phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch không chỉ là một yếu tố quan trọng để tạo ra trải nghiệm du lịch tốt hơn mà còn là

một cơ hội để nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo ra sự hài lòng cho khách hàng. Việc đầu tư vào việc phát triển kỹ năng số cho hướng dẫn viên du lịch không chỉ là một cách để cải thiện trải nghiệm và dịch vụ cho khách hàng mà còn là một chiến lược quan trọng để đảm bảo sự phát triển lâu dài và bền vững của ngành Du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. <https://chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&doid=200163>.
2. Hướng dẫn Chuyển đổi số trong ngành Du lịch “Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động”. <https://bvhttdl.gov.vn/chuyen-doi-so-du-lich-chuyen-doi-nhan-thuc-va-thong-nhat-hanh-dong-20230224093632371.htm>.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022), *Đề án ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ban hành ngày 21/12/2022.
4. <https://mphr.com.vn/vi/ky-nang-so-la-gi/>
5. <https://www.worldskillsuk.org/skills/international-skills-partnerships/>

TOUR THỰC TẾ VỚI SINH VIÊN – LIÊN KẾT GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ ĐƠN VỊ DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

ThS. Nguyễn Thị Xuyên Thoại¹, ThS. Đặng Khánh Như¹

Tóm tắt: Mỗi chương trình tour thực tế đều có tầm quan trọng nhất định đối với sinh viên ngành du lịch và tour nhập môn cũng thế. Bởi tour thực tế, nhằm giúp sinh viên có cơ hội tiếp cận ban đầu đối với ngành nghề của mình trong tương lai một cách chân thực nhất.

Đơn vị đào tạo và doanh nghiệp lữ hành cần làm gì để định hướng sinh viên theo quỹ đạo chương trình đào tạo và thực tiễn xã hội. Giải pháp cải thiện và phát triển chương trình thực tế là điều rất quan trọng, nhất là trong giai đoạn mới hiện nay. Điển hình như xây dựng chương trình phù hợp và sát với thực tiễn xã hội nhiều biến động do dịch bệnh, điều chỉnh giá cả hợp lý với nội dung chương trình thực tế, sáng tạo những giá trị mới phù hợp với thời đại 4.0 hiện nay,... Từ đó, chất lượng và hiệu quả của chương trình tour thực tế sẽ phát triển đúng với định hướng của đơn vị đào tạo, khả năng đáp ứng của doanh nghiệp và nhu cầu thực tiễn của sinh viên ngành du lịch.

Từ khóa: tour thực tế, tour nhập môn, du lịch.

ACTUAL TOUR WITH STUDENTS – BETWEEN THE SCHOOL AND THE TRAVEL BUSINESS

Abstract: Each practical tour program has its own importance for tourism students and the same goes for introductory tours. Because of the nature of this practical tour, it is intended to help students have an initial opportunity to approach their future profession in the most authentic way.

What will training units and operating businesses do to orient students to the trajectory of training programs and social practices? Therefore, solutions to improve and develop practical programs are very important, especially in the current new period. Typically, building a program that is appropriate and close to the changing social reality due to the epidemic, adjusting reasonable prices with actual program content, creating new values suitable for the current 4.0 now. . . . From there, the quality and effectiveness of the practical tour program will develop in accordance with the orientation of the training unit, the responsiveness of the business and the practical needs of tourism students.

Keywords: actual tour, introductory tour, travel.

¹ Trường Đại học Văn hóa Tp. Hồ Chí Minh.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tour nhập môn là một trong các tour thực tế được tổ chức trong chương trình đào tạo của các ngành thuộc Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh. Vì thế, tour nhập môn được đánh giá có tầm quan trọng nhất định đối với sinh viên ngành du lịch của khoa nói chung và sinh viên năm nhất nói riêng. Bởi qua tour thực tế này, sinh viên sẽ có những nhận định rõ ràng đối với sự lựa chọn nghề nghiệp của mình từ những ngày đầu, từ đó sẽ có những định hướng phù hợp. Vậy sinh viên năm nhất sẽ có những nhu cầu và nguyện vọng thực tế gì đối với tour nhập môn? Đồng thời, đơn vị đào tạo và các doanh nghiệp lữ hành sẽ có những động thái gì để cải thiện và phát triển chương trình tour nhập môn phù hợp với giai đoạn mới hiện nay?

Để tổ chức một chuyến tour hiệu quả, cần phải xét đến nhu cầu thực tế của sinh viên đối với chuyến tour này. Chẳng hạn, sinh viên đã có những hiểu biết gì về tour thực tế, họ đặt kỳ vọng gì trong chuyến tour này, giá cả dịch vụ có phải là điều họ quan tâm và họ thực sự cần điều gì khi tham gia trải nghiệm chuyến đi thực tế đầu tiên trong hành trình 4 năm đại học của mình? Ở đây tác giả chọn nghiên cứu tour thực tế nhập môn.

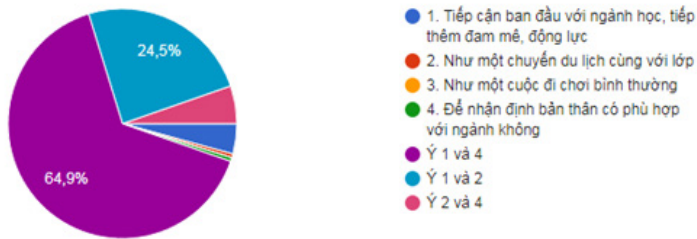
2. NHU CẦU THỰC TIỄN CỦA SINH VIÊN

Thực tế đào tạo các ngành Du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay, các đơn vị đào tạo hầu như đều thực hiện tổ chức cho sinh viên tham gia học tập ở các chương trình học tập thực tế. Hiện nay, các đơn vị đào tạo các ngành liên quan đến Du lịch ở Thành phố Hồ Chí Minh có các trường như: Trường Đại học Tôn Đức Thắng, trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Hoa Sen, Trường Đại học Sài Gòn, Trường Đại học Hùng Vương, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh, trường Đại học Văn Hiến, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Ngoại ngữ – Tin học Thành phố Hồ Chí Minh,... cùng nhiều trường cao đẳng, trung cấp và các đơn vị đào tạo nghề.

Hiện nay, tour nhập môn là một trong bốn tour quan trọng được tổ chức học tập trong chương trình đào tạo của khoa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh. Tương ứng với mỗi năm, sinh viên sẽ được triển khai tham gia học tập trải nghiệm ở một tour. Cụ thể, đối với năm nhất sẽ có tour thực tế nhập môn, năm hai sẽ có tour thực tế Đồng bằng Sông Cửu Long, năm ba sẽ có tour thực tế Tây Nguyên, năm thứ tư sẽ có tour thực tế Xuyên Việt. Mỗi tour sẽ được tổ chức từng tự theo quá trình học tập tích lũy của sinh viên trong 4 năm đại học với tính chất và yêu cầu chuyên môn khác nhau, chung quy độ khó và yêu cầu thực hành nghề nghiệp sẽ nâng dần qua các năm. Tour nhập môn là tour thực tế đầu tiên trong chương trình đào tạo các ngành Du lịch của Khoa Du lịch Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, vì vậy tính chất và yêu cầu của tour này đối với sinh viên chủ yếu là quan sát, học hỏi, trải nghiệm trực quan tổng thể quá trình tổ chức tour, quá trình cung ứng dịch vụ và cảm nhận về thực tế ngành nghề.

Thông qua số liệu khảo sát gần 200 sinh viên năm nhất, tác giả đã nhận được những thông tin cơ bản về những mong đợi, nguyện vọng cũng như hiểu biết ban đầu của họ đối với tour nhập môn cụ thể như sau:

Khoảng 65% sinh viên có ý kiến tổng hợp với nhận định rằng tour nhập môn có ý nghĩa “Tiếp cận ban đầu với ngành học, tiếp thêm đam mê, động lực” và “Để nhận định bản thân có phù hợp với ngành du lịch hay không?”; 25% lựa chọn riêng đáp án “Tiếp cận ban đầu với ngành học, tiếp thêm đam mê, động lực”. Với kết quả này, rõ ràng đa số sinh viên đã có những hiểu biết nhất định về ý nghĩa của tour nhập môn. Kết quả này cũng cho thấy nhu cầu thực tiễn của sinh viên đối với chuyến đi thực tế này là vô cùng cần thiết và rõ ràng nó cực kỳ quan trọng đối với sinh viên, nhất là những sinh viên chưa định hình được ý nguyện và khả năng nghề nghiệp của mình.



Hình 1: Khảo sát về ý nghĩa của tour nhập môn

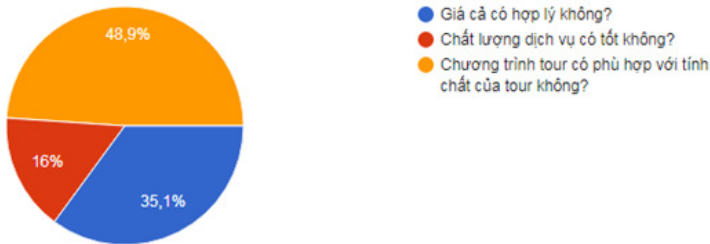
Thông qua cứ liệu ban đầu từ nhận định của sinh viên về tour nhập môn kết hợp với số liệu thu thập được ở Hình 2, tác giả nhận thấy rằng sinh viên luôn đặt khá nhiều kỳ vọng và mong đợi đối với chuyến tour thực tế này, bằng chứng cụ thể nhất là gần 90% có ý kiến “Tour nhập môn mở ra những trải nghiệm thực tế ban đầu của nghề nghiệp.”.



Hình 2: Cảm quan về tour nhập môn

Khi chúng ta đã đặt kỳ vọng, mong đợi vào điều gì đó thì sẽ nảy sinh sự quan tâm vấn đề đó như thế nào, kết quả ra sao. Đối với tour nhập môn, khi sinh viên đã đặt kỳ vọng vào chuyến tour thực tế này thì họ sẽ quan tâm đến tất cả vấn đề liên quan. Điểm hình trong cuộc khảo sát điều mà sinh viên quan tâm nhiều nhất là: “Chương trình tour có phù hợp với tính chất của tour hay không?” với gần 50% ý kiến. Vấn đề khác cần kể đến chính là “Giá cả có phù hợp không?” với 35%. Từ những số liệu trên rõ ràng những vấn đề này phụ thuộc khá lớn vào đơn vị đào tạo và các doanh nghiệp lý hành. Bởi dựa trên yêu cầu của chương trình đào tạo về mặt lý thuyết và sự đáp ứng của doanh nghiệp về mặt thực tiễn khi thực

hiện chương trình tour sẽ tạo nên những giá trị cốt lõi mà sinh viên nhận được sau chuyến tour. Do đó, đây là một trong những nội dung quan trọng để đơn vị đào tạo và doanh nghiệp lưu ý khi thực hiện tour nhập môn.



Hình 3: Điều sinh viên quan tâm nhất ở tour nhập môn

Củng cố cho nhận định phía trên, số liệu khảo sát chi tiết các nhu cầu của sinh viên đối với đơn vị tổ chức tour khi tham gia tour nhập môn thì có đến gần 92% ý kiến tổng hợp về các mặt như sau: Dịch vụ tốt, chất lượng, hướng dẫn viên kinh nghiệm, lành nghề, phương tiện vận chuyển đời mới, xây dựng chương trình tour có phù hợp với tính chất tour hay không? Với những ý kiến trên trong giai đoạn bình thường mới hiện nay, vấn đề cốt lõi được đẩy lên hàng đầu chính là việc vừa bảo đảm an toàn phòng chống dịch bệnh của chuyến tour mà vẫn đạt chất lượng hiệu quả như kỳ vọng đề ra.



Hình 4: Nhu cầu của sinh viên đối với đơn vị tổ chức tour

3. GIẢI PHÁP CẢI THIỆN VÀ PHÁT TRIỂN TOUR NHẬP MÔN TRONG GIAI ĐOẠN MỚI

Tour nhập môn là một trong bốn tour quan trọng trong chương trình đào tạo các ngành Du lịch của Khoa Du lịch - Trường Đại học

Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh. Đây là tour đầu tiên sinh viên tham gia ở năm nhất đại học, mục đích quan trọng của tour thực tế này nhằm giúp cho sinh viên có cái nhìn tổng quan về ngành nghề của mình trong tương lai, nhận diện trực quan nhất các hoạt động lý hành, quá trình cung ứng dịch vụ, thao tác nghiệp vụ chuyên môn như thế nào. Từ đây, sinh viên sẽ hiểu rõ những khó khăn thử thách, những mặt tích cực của nghề để vững vàng tâm thế cho hành trình 4 năm đại học sắp tới. Việc kết hợp tổ chức giữa đơn vị đào tạo và doanh nghiệp lý hành sẽ giúp đem lại những trải nghiệm trọn vẹn hơn, cái nhìn đa chiều hơn từ nhiều góc độ, tăng tính tương tác và kết nối tốt hơn giữa các bên. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện tổ chức tour mỗi năm với tour nhập môn vẫn luôn cần cải thiện, đổi mới và phát triển hơn. Đây là nhu cầu thiết yếu để nâng cao quá trình trải nghiệm học tập, đồng thời cũng nâng cao chất lượng đào tạo của nhà trường và khả năng ứng dụng dịch vụ của đơn vị lý hành. Từ đây có những giải pháp như sau:

Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa đơn vị đào tạo và doanh nghiệp lý hành. Trong giai đoạn mới, chắc chắn, mọi thứ phải chuyển động mới phù hợp với thực tiễn xã hội, do đó đơn vị đào tạo và các doanh nghiệp phải thật sự kết hợp đồng bộ và thống nhất với nhau ở các mặt: Nhân lực, vật lực, cơ sở pháp lý,... để phù hợp với tính chất chương trình tour.

Đơn vị đào tạo cần thực hiện các cuộc khảo sát về nhu cầu, nguyện vọng của người học để có cách nhìn trực diện, đúng trọng tâm vấn đề còn tồn tại và sáng tạo cái mới. Sự phát triển của thời đại đòi hỏi tất cả phải vận động liên tục và thay đổi để phù hợp, nhất là các chiến lược phát triển con người cho ngành Du lịch. Đồng thời, đơn vị đào tạo cần tham khảo cũng như học tập các mô hình ứng dụng tiên tiến được nhiều trường đại học, các trung tâm nghiên cứu,... áp dụng cho ngành du lịch. Điển hình là các khóa đào tạo phải có cuộc khảo sát người học sau khi ra trường để cải tiến chương trình đào tạo, sau các hoạt động học tập thực tế cũng phải khảo sát với người học,... từ đó căn cứ để phát triển và đổi mới hoạt động đào tạo phù hợp với nhu cầu người học và thực tiễn xã hội.

Đối với các doanh nghiệp lữ hành, cần chú ý và quan tâm đến những kết quả khảo sát người học của đơn vị đào tạo để nhận định về nhu cầu của từng đối tượng khách hàng mà có giải pháp thực hiện chương trình tour đúng với tính chất thực tiễn mà đơn vị đào tạo và người học kỳ vọng. Đúng như tinh thần đó, phát biểu tại tọa đàm “Nhà trường và doanh nghiệp du lịch hợp tác đào tạo trong giai đoạn bình thường mới”, ông Huỳnh Đăng Nhật Tâm – đại diện công ty Thương hiệu Việt cho rằng: “Công ty đã thành lập 18 năm, luôn gắn liền với các hoạt động của sinh viên ngành Du lịch. Công ty tổ chức nhiều tour lớn nhỏ trong hoạt động du lịch, trong môi trường thực tập sẽ có nhiều loại hình, cách thức để thực tập. Vấn đề là chúng ta phải thực hành nghề hướng dẫn trên đường tour để có kinh nghiệm, vững nghề,... sau đó mới có thể ngồi các vị trí khác thì sẽ hiệu quả hơn.”.

Đồng thời, ở giai đoạn bình thường mới vấn đề đặt ra ở đây chính là làm cách nào để có thể tổ chức một chuyến tour an toàn. Trước hết, vấn đề này phải quán triệt trong nhận thức của tất cả mọi người, ý thức tuân thủ pháp luật, quy tắc, nội quy đi tour. Khi đi trên đường tour, cần phải thực nghiệm nghiêm túc các nguyên tắc đã thống nhất, các cá nhân vi phạm thì xử lý theo quy định và triệt để. Vậy vấn đề ở đây, là đơn vị đào tạo và các doanh nghiệp phải cùng nhau xây dựng một bộ nguyên tắc ứng xử để thực hiện trên chuyến tour cho từng đối tượng.

KẾT LUẬN

Nhu cầu thực tiễn của sinh viên đối với tour thực tế vẫn luôn xoay quanh vấn đề chất lượng và đặc biệt trong giai đoạn mới sự kỳ vọng về một chuyến tour an toàn, hấp dẫn và thực học là một nhu cầu rất được quan tâm. Vì thế, những giải pháp cần thiết phải được đặt ra từ chính nhu cầu thực tiễn của người học, định hướng đào tạo của đơn vị đào tạo cùng với khả năng đáp ứng của các doanh nghiệp lữ hành.

Du lịch là một trong những hoạt động không thể thiếu trong đời sống hiện đại của con người, là nhu cầu tất yếu của xã hội. Do đó, không chỉ sinh viên ngành Du lịch cần nhận được những giá

trị cốt lõi ở mỗi chuyến tour thực tế mà cả xã hội đều mong muốn nhận được những giá trị ấy thông qua sự sáng tạo của con người ở lĩnh vực này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Việt Anh, 2023, “Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu và xu hướng du lịch mới”, Báo *Nhân dân*.
2. Nguyễn Hoàng Phương, 2023, “Phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch Thành phố Hồ Chí Minh trong bối cảnh mới hiện nay”, Tạp chí *Cộng Sản*.
3. Số liệu khảo sát “Nhu cầu thực tiễn của sinh viên với tour nhập môn”, 2023.
4. Quy trình đào tạo tour nhập môn – Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, 2023.
5. Thủ tướng Chính phủ (2020), Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.

NÂNG CAO DỊCH VỤ HỖ TRỢ CHĂM SÓC SỨC KHỎE CHO KHÁCH DU LỊCH LÀ NGƯỜI CAO TUỔI, NGƯỜI MẮC BỆNH MÃN TÍNH TRONG NHỮNG CHUYẾN DU LỊCH NGẮN HẠN VÀ DÀI HẠN

TS. Lê Thị Hoàng Liễu¹, Lê Văn Gát², Tô Thị Kim Phụng³

Tóm tắt: Nhu cầu du lịch là một trong những nhu cầu thiết yếu trong đời sống xã hội, nhiều nghiên cứu chỉ ra dịch vụ du lịch tạo cho sức khỏe thể chất, sức khỏe tâm thần cho du khách, tạo năng lượng tích cực sau mỗi chuyến du lịch. Việt Nam đang trong giai đoạn già hóa dân số, số lượng người cao tuổi đang chiếm từ 13 đến 15%, trong đó bệnh mãn tính không lây cũng đang gắn liền với người cao tuổi, mỗi người cao tuổi trên 60 tuổi đang mắc hai bệnh mãn tính trở lên. Cuộc sống và nhu cầu luôn gắn chặt với đời sống xã hội, trong đó nhu cầu được tham gia các chuyến du lịch ngắn hạn, dài hạn luôn là ước mơ và mong đợi. Người cao tuổi mong đợi được tham gia những chuyến du lịch chất lượng, an toàn, nâng cao sức khỏe thể chất và tinh thần. Đáp ứng nhu cầu mong đợi của khách hàng, đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch cần bổ sung vào chương trình đào tạo, các khóa tập huấn về sử dụng một số trang thiết bị y tế thông thường. Kỹ năng chăm sóc, nhận biết những dấu hiệu bất thường liên quan đến sức khỏe. Nâng cao kiến thức kỹ năng cho nhân viên du lịch, đáp ứng cho đa số khách du lịch là người cao tuổi, người đang bước vào giai đoạn cao tuổi mắc bệnh mãn tính không lây.

Từ khóa: người cao tuổi, bệnh mãn tính, du lịch.

IMPROVE HEALTH CARE SUPPORT SERVICES FOR ELDERLY TOURISTS AND PEOPLE WITH CHRONIC DISEASES ON SHORT AND LONG TERM TRIPS

Abstract: The need for tourism is one of the essential needs in social life. Many studies show that tourism services provide physical health and mental health for tourists, creating positive energy after each trip. Viet Nam is in the phase of population aging, the number of elderly people accounts for 13 to 15%, of which chronic non-communicable diseases are also associated with the elderly, each elderly person > 60 years old is suffering from 2 diseases chronic disease or more. Life and needs are always closely linked to social life, in which the need to participate in short-term and

¹ Giảng viên Đại học Văn Hiến.

² Bác sĩ chuyên khoa 2, Giảng viên Đại học Quốc tế Hồng Bàng.

³ Bác sĩ chuyên khoa 2, Bệnh viện huyện Bình Chánh.

long-term trips is always a dream and expectation. Elderly people want to participate in quality, safe trips to improve their physical and mental health. To meet customer expectations, tourism human resource training needs to be added to the training program, with training courses on the use of some common medical equipment. The skills care and recognition know the unusual signs related to health. Improve knowledge and skills for tourism staff, meeting the needs of the majority of customers who are the elderly and people entering the elderly stage with chronic non-communicable diseases.

Keywords: elderly people, chronic diseases.

1. DẪN NHẬP

Việt Nam đang trong giai đoạn già hóa dân số, số lượng người cao tuổi đang chiếm từ 13 đến 15% dân số, trong đó, theo thống kê Bộ Y tế, bệnh mãn tính không lây cũng đang gắn liền với người cao tuổi, mỗi người cao tuổi bằng và trên 60 tuổi đang mắc hai bệnh mãn tính trở lên [1]. Theo Luật Người cao tuổi tại Việt Nam, người bằng hoặc trên 60 tuổi thuộc nhóm người cao tuổi trong dân số [2]. Tuổi thọ của người Việt Nam trung bình là 73,6 tuổi, đáng lưu ý khi phụ nữ Việt Nam có tuổi thọ cao hơn nam giới. Điều đáng nói, trung bình người cao tuổi ở Việt Nam mắc 3 – 4 bệnh. Người dân Việt Nam có tuổi thọ tương đối cao nếu so với các quốc gia có cùng mức sống, nhưng lại có số năm sống với bệnh tật nhiều, trong đó bệnh mãn tính không lây thì hầu như người cao tuổi đều mắc, bệnh phổ biến nhất là tăng huyết áp [3]. Nhu cầu du lịch là một trong những nhu cầu thiết yếu trong đời sống xã hội, dịch vụ du lịch tạo cho sức khỏe thể chất, sức khỏe tâm thần cho du khách, tạo năng lượng tích cực sau mỗi chuyến du lịch [4]. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra, tham gia du lịch là một trong những hoạt động giải trí giúp cho người cao tuổi nâng cao hoạt động thể lực và hoạt động trí lực qua các hình thức giao lưu với bạn đồng hành, đồng thời tham gia các trò chơi trong suốt chuyến đi được tổ chức dưới các hình thức khác nhau. Với người cao tuổi mắc bệnh mãn tính, lo lắng về bệnh, sức khỏe, rất cần thư giãn qua các chuyến du lịch mang tính chất tâm linh, giải trí, giảm bớt những sự khó chịu nếu có trong khuôn khổ gia đình, sự chịu đựng bệnh tật. Những mô hình du lịch chữa lành thuần túy kèm tâm linh luôn là tâm điểm của người cao tuổi mắc bệnh mãn tính tìm kiếm. Tuy nhiên, những tour du lịch trong

ngày hoặc vài ngày đang được chào mời trên thị trường đều nhắm vào dân số chung, điều này sẽ làm người cao tuổi ngần ngại tham gia, vì chính bản thân họ tìm kiếm tour du lịch tham gia, nhưng vấn đề chăm sóc sức khỏe cần được liên tục không gián đoạn, thực tế tour du lịch đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe kèm với tâm linh cho người cao tuổi là có nhưng rất ít. Nghiên cứu của tác giả Nguyễn Văn Đỉnh [5] đã chỉ ra Dịch vụ du lịch chăm sóc sức khỏe thuần túy là những hoạt động du lịch hướng tới việc cải thiện và cân bằng những vấn đề chính của cuộc sống con người bao gồm thể chất, tinh thần, tình cảm, trí tuệ. Động lực chính cho khách du lịch sử dụng các dịch vụ chăm sóc sức khỏe là tham gia vào các hoạt động phòng ngừa, chủ động, nâng cao lối sống như thể dục, ăn uống lành mạnh, thư giãn, chăm sóc và trong đó việc điều trị bệnh mãn tính của người cao tuổi không bị gián đoạn trong thời gian du lịch. Bệnh và biến chứng của bệnh mãn tính luôn biểu hiện vây quanh người cao tuổi, kèm với ảnh hưởng của thuốc điều trị, có thể làm cho người cao tuổi căng thẳng, nên việc giảm stress căng thẳng cũng là nhu cầu của người cao tuổi bệnh mãn tính tìm kiếm những tour du lịch ngắn ngày hoặc dài ngày để giải tỏa áp lực của bệnh tật và những lo lắng luôn hiện hữu. Hiện nay có rất nhiều dịch vụ du lịch tổ chức thường xuyên các tour du lịch ngắn hạn và dài hạn, người cao tuổi mắc bệnh mãn tính sẽ không tham gia được những hoạt động trải nghiệm trong tour vì thể lực và bệnh lý không cho họ mạo hiểm, hoặc họ có thể gây trở ngại cho chuyến du lịch của những du khách khác vì không đủ sức lực. Du lịch chữa lành hay còn gọi là du lịch chăm sóc sức khỏe được cho là một hiện tượng nhằm nâng cao sức khỏe cá nhân cho khách du lịch đến các điểm đến cung cấp các dịch vụ và trải nghiệm để trẻ hóa cơ thể, tâm trí và tinh thần, theo khái niệm thì phù hợp với tuổi, thể lực, tình trạng sức khỏe của người cao tuổi bệnh mãn tính. Đó cũng chính là lý do chúng tôi thực hiện tham luận “Nâng cao dịch vụ hỗ trợ chăm sóc sức khỏe cho khách du lịch là người cao tuổi, người mắc bệnh mãn tính trong những chuyến du lịch ngắn hạn và dài hạn” với mục đích tìm hiểu nhu cầu, mong đợi của bệnh nhân cao tuổi đang điều trị bệnh mãn tính về nhu cầu du lịch dành cho bệnh nhân cao tuổi

mắc bệnh mãn tính, nâng cao dịch vụ du lịch dành cho người cao tuổi bệnh mãn tính.

2. MONG ĐỢI CỦA NGƯỜI CAO TUỔI VỀ TOUR DU LỊCH

Theo kết quả nghiên cứu của Ting Jiang, du lịch là một loại hình giải trí, giúp cho người cao tuổi có một trái tim khỏe mạnh và tinh thần lạc quan, ứng dụng loại hình du lịch sức khỏe, phù hợp với người cao tuổi, là loại hình được ưa chuộng và đang phổ biến tại Trung Quốc [6]. Với 130 người cao tuổi trong các hộ gia đình tại Thành phố Hồ Chí Minh tham gia vào nghiên cứu khảo sát, thì có đến 87% có nhu cầu được giải trình bằng du lịch, được đi tham quan các danh lam thắng cảnh, được thăm viếng các nơi thờ tự, tín ngưỡng tôn giáo, để giải tỏa căng thẳng trong cuộc sống người cao tuổi và quên đi những khó chịu của bệnh tật. Đặc biệt đối với người cao tuổi đang điều trị bệnh mãn tính thì hầu như đa phần họ đều có vấn đề về sức khỏe tâm thần như căng thẳng, stress, rối loạn lo âu,...

Tổng số tham gia nghiên cứu 130 người, trong đó nam chiếm 47,69%, nữ 52,31%. Trong đó nhóm tuổi từ 60 đến 70 tuổi chiếm 54,62%; 71 tuổi đến 80 tuổi chiếm 45,38%. 100% dân tộc Kinh, thờ cúng ông bà; Trình độ văn hóa có 1,27% mù chữ; 38,41% trình độ tiểu học, 36,98% trung học cơ sở; 16,67% trình độ cao đẳng và trình độ đại học 6,35%. Trong đó người cao tuổi có thu nhập chiếm 73,97%, người cao tuổi có lương hưu hàng tháng chiếm 24,25%, còn lại là người làm nghề buôn bán hoặc làm công, số ít 5,12% có thu nhập từ tiền gửi ngân hàng hoặc nhà trọ cho thuê; không có thu nhập, sống dựa vào con, cháu, người thân là 26,03%. Có 82% người cao tuổi trong tình trạng hôn nhân; góa vợ, góa chồng chiếm 8%; ly hôn chiếm 5,55%; đơn thân chiếm 4,45%. Toàn bộ người cao tuổi trong mẫu nghiên cứu đều sống chung với các thành viên trong gia đình như con cháu, vợ chồng. Có 13% người cao tuổi trong mẫu nghiên cứu không có nhu cầu du lịch vì họ đều có biến chứng của bệnh mãn tính hạn chế vận động và liên quan đến sức khỏe tâm thần.

Về mong đợi mô hình du lịch, hầu như 87% người có nhu cầu du lịch thì có đến 76,28% đều cho rằng: “*Du lịch ngắn ngày phù hợp*

với tình trạng sức khỏe của chúng tôi, có thể từ 3 ngày đến 5 ngày những điểm xa, những điểm gần thì nên đi trong ngày, tối đa 2 ngày” (nam 68 tuổi, nữ 71 tuổi, trong mẫu nghiên cứu). Các hoạt động trong du lịch hạn chế điểm đi bộ quá xa hoặc quá nhiều điểm tham quan trong một tour vì sẽ dễ làm cho họ mệt hoặc khó chịu do phải ngồi chịu đựng trong suốt thời gian đến điểm tham quan mà họ không đủ sức khỏe tham gia. 100% ý kiến cho rằng, nên có điểm tham quan tín ngưỡng, tâm linh, vì đó là đức tin mà người cao tuổi luôn hướng đến.

Mong đợi về phục vụ trong tour du lịch, có đến 97,85%, đa số đều có ý kiến: “muốn đi lắm, nhưng ngại vì muốn đo huyết áp, đo đường huyết, phải tìm đến nhà thuốc, hoặc phòng mạch bác sĩ, phòng khám trên đường đi hoặc điểm đến của nơi du lịch” (nữ 64 tuổi, trong mẫu nghiên cứu). 86,51% đề nghị trong chuyến du lịch nhân viên phụ trách nên có những trang bị y tế thiết yếu thông dụng như máy đo huyết áp tự động, máy thử đường huyết, máy đo SPO2, để khi cần có sẵn không phải ghé các cơ sở y tế, phòng khám, nhà thuốc. 87% cho rằng nhân viên phụ trách tour, hướng dẫn viên phải có kỹ năng sử dụng thuần thục, biết đọc hiểu các thông số của trang thiết bị y tế thông dụng. 92% mong đợi thực phẩm ăn uống, chú trọng hàng đầu vệ sinh an toàn thực phẩm, thức ăn phù hợp với tình trạng sức khỏe của người cao tuổi. 86,50% cho rằng phương tiện di chuyển nên đáp ứng yêu cầu an toàn trong giao thông, hiện đại, tiện nghi và thoải mái. 91% ý kiến về khách sạn, nơi lưu trú, cần chú ý phòng, giường, nhà vệ sinh, tránh trơn trượt, ẩm ướt, thiếu tiện nghi, tất cả phải đáp ứng được nhu cầu và thực tế sử dụng an toàn, vệ sinh và chất lượng cho người cao tuổi. 98,50% ý kiến về kỹ năng giao tiếp của nhân viên phục vụ, hướng dẫn viên chuyên nghiệp, thấu cảm với thực trạng của khách du lịch là người cao tuổi, luôn có những nhu cầu khác biệt so với nhóm tuổi trẻ, trung niên.

Trong 130 mẫu tham gia nghiên cứu, có đến 87% cho rằng, việc họ được tham gia du lịch và mô hình du lịch phù hợp sẽ giúp họ rất nhiều trong cải thiện sức khỏe và tình trạng lão hóa.

3. DU LỊCH CHỮA LÀNH, CẢI THIỆN TÌNH TRẠNG LÃO HÓA

Báo cáo nghiên cứu của Tổng cục Du lịch – Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch trong kỷ yếu hội thảo *Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe ở Việt Nam* đã trình bày những kết quả nghiên cứu và đưa ra các khái niệm về du lịch kết hợp chăm sóc sức khỏe, đó là những tiền đề thực hiện trong thực tiễn nhằm đưa dịch vụ du lịch đa dạng [6]. Nghiên cứu của nhóm tác giả Guanghui Qiao, Liu Ding, Keheng Xiang, Bruce Prideaux đã đưa ra sự tích cực mang lại của du lịch cho nhóm người cao tuổi và cải thiện tình trạng y tế công cộng [7], trong đó khách du lịch cao tuổi là tiềm năng lớn cho dịch vụ du lịch, vì dịch vụ mang lại sự hồi phục sức khỏe thể chất và tinh thần cho người cao tuổi, kết quả nghiên cứu này phù hợp với xu hướng mong đợi của nhóm người cao tuổi trong mẫu nghiên cứu, nhu cầu của họ được đáp ứng trong các chuyến du lịch sẽ làm cho sự phấn khích trong cuộc sống, giúp họ tự tin hơn, lạc quan trước tình hình diễn biến bệnh tật và sự lão hóa thể chất, tinh thần. Có mối liên hệ nhóm tuổi với nhu cầu du lịch $P < 0,05$, người có tuổi $= < 70$ tuổi, nhu cầu càng cao, người có tuổi > 70 tuổi $= < 80$ có nhu cầu ít hơn, thậm chí không có, trong đó rào cản chính là sức khỏe và biến chứng của bệnh mãn tính kèm với các bệnh liên quan đến già hóa. Thu nhập có mối liên quan đến du lịch ngắn hạn (trong ngày hoặc 2 ngày) $P < 0,05$ đối với người không có thu nhập, phụ thuộc vào người thân trong gia đình; người có thu nhập ổn định thích những chuyến hoặc tour du lịch vài ngày (từ 3 đến 5 ngày). Người cao tuổi có thu nhập có nhu cầu tour, chuyến du lịch chất lượng cao hơn là người không có thu nhập. Tuy nhiên về sự mong đợi, nhu cầu được đi du lịch không có mối liên hệ về thu nhập, người có hoặc không có thu nhập đều có mong đợi như nhau. Nghiên cứu của nhóm tác giả Linghan Zhang và Junyi Zhang đưa ra kết quả sự hài lòng, sự trân quý cuộc sống của người cao tuổi, qua mỗi chuyến du lịch người cao tuổi tham gia, trong đó quan trọng người cao tuổi không còn nghĩ đến những bệnh tật, tuổi già, thay vào đó là niềm tin, sự vượt qua trở ngại về sức khỏe thể chất và nâng cao sức khỏe tinh thần cho người cao tuổi bằng sự thoải mái, lạc quan. Đối với người cao tuổi

bệnh mãn tính du lịch là cơ hội chữa lành những lo âu, khó chịu của tuổi tác, bệnh tật. [9]

4. NÂNG CAO NGUỒN LỰC TRONG CHĂM SÓC SỨC KHỎE CHO NGƯỜI CAO TUỔI BỆNH MÃN TÍNH TRONG CÁC TOUR DU LỊCH

Với nhu cầu mong đợi về dịch vụ du lịch dành cho người cao tuổi bệnh mãn tính, ngành Du lịch rất cần sự cải tiến về chất lượng dịch vụ, phân khúc thị phần Du lịch theo nhóm tuổi, để cải thiện từ các hoạt động trong dịch vụ du lịch như: hoạt động vận chuyển, khách sạn, nhà hàng, quán ăn, thực phẩm, các trang bị y tế cần thiết cho nhóm khách du lịch dựa vào nhóm tuổi, tình trạng sức khỏe.

Thiết kế các hoạt động trong chuyến du lịch, tour cho người cao tuổi bệnh mãn tính, có sự lựa chọn, giảm bớt những nơi không cần thiết, chú ý đến các trạm dừng chân, đảm bảo nơi đó đủ điều kiện để phục vụ người cao tuổi, tránh thiết kế quá nhiều điểm tham quan, dễ gây mệt, sự buồn chán, do không đủ sức khỏe phải ngồi tại một điểm nào đó để đợi nhóm người đi chung quay trở lại.

Cần có những khóa đào tạo bài bản về chăm sóc sức khỏe khách hàng cho nhân viên phục vụ tour du lịch, hướng dẫn viên, kỹ năng sử dụng các trang bị y tế thông thường như: cách đọc các thông số trên máy đo huyết áp điện tử, nhiệt kế, SP02; kỹ năng xử lý các trường hợp cấp cứu, sự linh hoạt trong kết nối với cấp cứu lưu động từng vùng miền, tỉnh thành phố; luyện tập sự nhạy bén, băng cao kiến thức, kỹ năng nhận định tình trạng sức khỏe hiện tại của khách qua quan sát, dấu hiệu sinh tồn; kỹ năng giao tiếp thăm hỏi thường quy trong ngày để nhận biết thực trạng sức khỏe của khách; phản ứng nhanh khi có tình trạng bất ngờ xảy ra sự cố sức khỏe của khách trong tour hoặc chuyến đi.

Có 87% người tham gia nghiên cứu có nhu cầu mong đợi được tham gia dịch vụ du lịch, có mối quan hệ tuổi, thu nhập với mong đợi được tham gia du lịch, có mối liên quan nhóm tuổi, thu nhập với mong đợi tiếp cận dịch vụ du lịch.

KẾT LUẬN

Nhu cầu du lịch luôn là nhu cầu mong đợi của người cao tuổi bệnh mãn tính. Du lịch dành cho người cao tuổi bệnh mãn tính là loại

hình du lịch chữa lành, giúp người cao tuổi nâng cao thể lực, giảm bớt sự lão hóa trí lực, áp lực cuộc sống do bệnh tật. Cần có những phân khúc, mô hình dành cho khách du lịch là người cao tuổi, bệnh mãn tính. Thay đổi hình thức, chất lượng dịch vụ du lịch dành cho người cao tuổi cần sự thay đổi, bổ sung trong chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch, các chương trình đào tạo kỹ năng liên quan đến chăm sóc sức khỏe, nâng cao chất lượng dịch vụ tour du lịch, để đáp ứng nhu cầu du lịch của người cao tuổi bệnh mãn tính.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Y tế (2021), *Báo cáo công tác y tế năm 2020; Các nhiệm vụ giải pháp năm 2021*.
2. Quốc hội (2009), Luật số 39/2009/QH12 của Quốc hội: *Luật Người cao tuổi*.
3. Ủy ban quốc gia về người cao tuổi (2016), *Báo cáo tình hình và kết quả thực hiện công tác người cao tuổi năm 2016 và phương hướng nhiệm vụ năm 2017*; Báo cáo số 17/BC-UBQGVNCA, ngày 30/12/ 2016.
4. Phan Như Nguyên (2015), “Phát triển du lịch khám chữa bệnh tại Thành phố Đà Nẵng”, Luận văn Thạc sĩ; Đại học Đà Nẵng.
5. Nguyễn Văn Đính (2021), “Bàn về du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch y tế ở Việt Nam”, Kỷ yếu hội thảo *Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe ở Việt Nam*.
6. Tổng cục Du lịch – Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch (2021), Kỷ yếu hội thảo *Phát triển Du lịch Chăm sóc sức khỏe ở Việt Nam*.
7. Guanghui Qiao, Liu Ding, Keheng Xiang, Bruce Prideaux (2022), “Understanding the Value of Tourism to Seniors’ Health and Positive Aging”, *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2022, 19, 1476.
8. Ting Jiang (2018), “An Analysis of the Development of Elderly Wellness Tourism Market”, *Advances in Economics, Business and Management Research*, Volume 56.
9. Linghan Zhang and Junyi Zhang (2018), “Impacts of Leisure and Tourism on the Elderly’s Quality of Life in Intimacy: A Comparative Study in Japan”, *Mobilities and Urban Policy Lab, Graduate School for International Development and Cooperation, Hiroshima University, Higashi Hiroshima 739–8529, Japan*.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CAO CHO MÔ HÌNH DU LỊCH SỨC KHỎE

Phan Cao Bình¹, Nguyễn Thị Ngọc Yến²

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong giai đoạn hiện nay, các cơ sở và dịch vụ chăm sóc sức khỏe ngắn hạn cho người dân ngày càng nhiều và phát triển mạnh do điều kiện kinh tế xã hội ngày càng phát triển cao nên nhu cầu về trị liệu và chăm sóc sức khỏe ngày càng tăng.

Để đáp ứng nhu cầu đó thì đội ngũ kỹ thuật viên đủ trình độ, chuyên môn cao là một tiêu chí hết sức quan trọng. Do đó, phải có giải pháp và tầm nhìn xa để thực hiện và đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe.

Như vậy có 3 vấn đề được đặt ra như sau:

- Làm thế nào để đào tạo đội ngũ kỹ thuật viên đảm bảo chất lượng chuyên môn, trình độ đồng đều.
- Làm thế nào để đảm bảo nguồn cung nhân lực ổn định và lâu dài cho mô hình du lịch sức khỏe.
- Làm thế nào để tạo những chuyên đề và Tour mẫu điển hình cho học viên tiếp cận, học tập thường xuyên.

2. THỰC TRẠNG

Hiện nay, dịch vụ chăm sóc sức khỏe không chỉ trong nước và ngoài nước, đặc biệt là Việt Nam đang thiếu hụt nghiêm trọng nguồn nhân lực kỹ thuật viên về số lượng và chất lượng. Điều đó

¹ Tổng giám đốc Trị Liệu Việt, UV.BCH Liên Chi hội Đào tạo Du lịch Việt Nam, Email: dongphuongcotruyen@gmail.com

² Giám đốc Trung tâm Spa Trị liệu Việt, Email: yenbi1989@gmail.com

ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng, chăm sóc sức khỏe cho khách du lịch. Điều này dẫn đến việc một kỹ thuật viên phải phục vụ nhiều khách hàng, làm giảm năng suất và chất lượng phục vụ.

Hơn nữa, kỹ thuật viên không được đào tạo chuyên nghiệp, bài bản sẽ ảnh hưởng đến quy trình và chất lượng chuyên môn. Vì vậy, việc đưa ra các giải pháp để giải quyết hai vấn đề trên là hết sức cấp bách và cần thiết trong thời gian tới.

Để khắc phục tình trạng trên, bằng kinh nghiệm thực tế qua nhiều năm nghiên cứu và thực hành, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp sau đây:

2.1. Đào tạo đội ngũ kỹ thuật viên đảm bảo chất lượng về chuyên môn, trình độ đồng đều

Thứ nhất, kỹ thuật viên phải được đào tạo ở các trường, lớp có chất lượng và uy tín. Đảm bảo cho kỹ thuật viên có đủ kiến thức về y khoa và kỹ năng lâm sàng tốt để chăm sóc và phục vụ cho khách hàng.

Thứ hai, trước khi được hành nghề độc lập, các kỹ thuật viên phải trải qua giai đoạn tập sự và đánh giá về kỹ thuật chuyên môn cụ thể để hành nghề. Đáp ứng được các tiêu chí sau:

- Thực hiện đúng và đủ quy trình kỹ thuật chuyên môn theo giáo trình tiêu chuẩn được đào tạo bởi đội ngũ chuyên gia tay nghề cao và giàu kinh nghiệm.

- Nhuận nhuyễn kỹ thuật chuyên môn để đạt được hiệu quả cao trong chăm sóc sức khỏe.

- Kỹ thuật viên được đào tạo, tập huấn liên tục để nâng cao tay nghề phục vụ chăm sóc sức khỏe.

- Kỹ thuật viên cũng cần được tập huấn về kỹ năng giao tiếp và tâm lý khi tiếp xúc khách hàng, đây cũng là một kỹ năng quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả chăm sóc.

VD: KTV trị liệu day ấn huyệt phải qua giai đoạn tập sự 2 tháng thì sẽ được chuyên gia về day ấn huyệt huấn luyện về kỹ thuật chuyên môn nghiệp vụ, thực hành dưới sự hướng dẫn của chuyên gia và được huấn luyện kỹ năng giao tiếp và tâm lý tiếp xúc khách hàng.

2.2. Đảm bảo nguồn cung nhân lực ổn định và lâu dài cho loại hình chăm sóc sức khỏe ngắn hạn

Để thực hiện được vấn đề đảm bảo nguồn nhân lực ổn định cần phải có những giải pháp thực hiện trước mắt và tầm nhìn xa như sau:

- Phải tiên lượng được nhu cầu, số lượng và đối tượng cần được chăm sóc sức khỏe trong thời gian tới để có kế hoạch tuyển dụng và đào tạo kỹ thuật chuyên môn đáp ứng kịp thời.

- Xây dựng mô hình đào tạo kết hợp Cơ sở – Trường (Các Cơ sở, Trường đào tạo kỹ thuật viên cần có đủ nguồn lực và uy tín nhất định), trong mô hình này học viên vừa được đào tạo kỹ năng, kiến thức và kỹ thuật chuyên môn, đủ khả năng đáp ứng nhu cầu cấp bách về nguồn kỹ thuật viên để phục vụ chăm sóc sức khỏe cho khách hàng.

- Có kế hoạch tuyển dụng, đào tạo và bồi dưỡng kỹ thuật chuyên môn chất lượng cao, đảm bảo đủ nguồn kỹ thuật viên phục vụ ổn định và lâu dài

- Đào tạo kỹ thuật viên tại Trung tâm từ lớp ngắn hạn 30 – 45 – 200 tiết theo tiêu chuẩn sơ cấp nghề. Các bộ môn: Xoa bóp - Ấn huyệt, Khí công, Ẩm thực – dinh dưỡng, Thảo dược cơ bản...

- Liên kết các Trường có bộ môn Y học cổ truyền nhằm tuyển chọn các học viên yêu thích mô hình DU LỊCH SỨC KHỎE và có nhu cầu bổ sung nâng cao kiến thức theo quy trình của Trị liệu Việt và kiến thức về du lịch.

- Các lớp nâng cao ngắn hạn do giảng viên Y học hoặc Du lịch phụ trách.

- + Lớp dành cho học viên đã có trình độ Y học (bổ sung về Du lịch)

- + Lớp dành cho học viên đã có trình độ Du lịch (bổ sung về Y học)

3. Xây dựng những chuyên đề và Tour mẫu điển hình cho học viên tiếp cận, học tập thường xuyên

- Mục đích tạo kỹ năng và thực hành, phối hợp các kỹ thuật của ngành Du lịch, ngành Y học, các ngành khác như: Ngoại ngữ, vv...

- Giới thiệu các chương trình thực hành mẫu tại Trung tâm Di sản Văn hóa Trị liệu Dưỡng tâm dưới đây:

CÁC CHƯƠNG TRÌNH THỰC HÀNH MẪU:

Chương Trình Talshow & Workshop (90 phút)

1. Mục đích

(*) Phát triển các loại hình dịch vụ, sản phẩm y dược cổ truyền phục vụ khách du lịch đến năm 2030.

- Xây dựng chương trình Sức Khỏe – Du Lịch - Ẩm Thực Sức khỏe, Sản phẩm dinh dưỡng

- Tư vấn, hướng dẫn tự chăm sóc các vấn đề sức khỏe và tinh thần

- Giới thiệu các mô hình về sản phẩm, dịch vụ và cơ hội đầu tư lĩnh vực du lịch sức khỏe.

2. Yêu cầu

- Đối tượng tham gia cần chăm chỉ chuyên cần

- Thực hiện đúng và đầy đủ nội quy của Hội Quán Sức Khỏe Và Du Lịch

- Khởi đầu chương trình (15p): Hướng dẫn tập thể bài khí công và xoa ấn huyết Head Massage.

3. Nội dung

- Nội dung chính chuyên đề (30p): “Tăng cường sức khỏe và tuổi thọ.”

- Kết thúc chương trình (40p): ý kiến, thảo luận, phổ biến hoạt động sắp tới, tổng kết.

4. Đối tượng khách hàng

- Mọi đối tượng yêu thích Du Lịch/ Sức Khỏe/ Quản Trị Kinh Doanh/ Marketing/...

- Khách có nhu cầu trải nghiệm Sức Khỏe – Du Lịch - Ẩm Thực Sức Khỏe, Sản Phẩm Dinh Dưỡng

- Khách có nhu cầu tư vấn, hướng dẫn tự chăm sóc sức khỏe

- Du khách trong và ngoài nước có nhu cầu tham quan qua tour du lịch Di Sản – Nghỉ Dưỡng – Tâm Linh.

- Khởi đầu chương trình (15p): Hướng dẫn tập thể bài khí công và xoa ấn huyết Head Massage

- Nội dung chính chuyên đề (30p): “Tăng cường sức khỏe và tuổi thọ.”

- Kết thúc chương trình (40p): ý kiến, thảo luận, phổ biến hoạt động sắp tới, tổng kết

CHƯƠNG TRÌNH TRỊ LIỆU

1. NHIỆM VỤ:

- Tổ chức, chịu trách nhiệm vận hành chương trình
- Trình bày các chuyên đề, giới thiệu về du lịch, ẩm thực, sức khỏe
- Liên hệ, tìm kiếm và giới thiệu đến khách hàng, tìm đối tượng liên kết trên các phương tiện.

2. NỘI DUNG KỸ THUẬT Y HỌC CỔ TRUYỀN:

a. Head healing (Xoa ngũ bộ đầu)

- Khách hàng tham dự được chăm sóc ấn huyết bằng kỹ thuật đặc biệt ở vùng đầu.

- Kích thích các huyết đặc trị, chữa các vấn đề mất ngủ, đau đầu, chóng mặt, buồn nôn, các chứng đau cổ vai gáy và các bệnh thần kinh chi phối bởi vùng đầu.

- Cải thiện các chứng hậu Covid như mệt mỏi, khó thở, phổi trắng, giảm trí nhớ, đột quỵ, thận suy.

- Thực hiện bởi các chuyên gia Y Học Cổ Truyền.

b. Khí công: Đại chu thiên, Ngọa công Thái Cực

- Hướng dẫn khách hàng tham dự bài tập Khí Công khi đứng và ngồi.

- Thực hành tập khí công.

- Đặt câu hỏi và giải đáp thắc mắc về các vấn đề tinh thần, thể chất.

3. CÁC KHÓA HỌC

a. SPA TRỊ LIỆU VIỆT CĂN BẢN (6 buổi)

- Xoa Ngũ Bộ Đầu: vùng 1 đến vùng 5

- Ấn huyệt Ngũ Bộ Đầu: vùng 1 đến vùng 5
- Kỹ thuật Ấn - Miết - Chà
- Kỹ thuật Gõ – Véo – Áp đỉnh
- Kỹ thuật Miết – Xoa Tai, Cổ Gáy – Lăn sâu chuỗi – Vỗ khí
- Hỏa Nhân Minh Mục – Xoa Khí – Điểm Tinh Dầu
- Bài khí công nằm “Ngọa Thái Cực” 6 động tác
- Thi kết thúc Spa căn bản.

b. SPA TRỊ LIỆU VIỆT NÂNG CAO (6 buổi)

- Học thuyết Âm Dương – Ngũ Hành – Thiên Nhân Hợp Nhất
- Nguyên nhân sinh bệnh theo Y Học Cổ Truyền
- Phương pháp chẩn đoán và chữa bệnh theo Y Học Cổ Truyền (Phần 1)
- Phương pháp chẩn đoán và chữa bệnh theo Y Học Cổ Truyền (Phần 2)
- Các chứng bệnh Thần Kinh Đầu
- Các chứng bệnh thường gặp
- Bài khí công đứng “Đại Chu Thiên” 6 động tác
- Thi kết thúc Spa nâng cao.

IV. KẾT LUẬN

– Trung tâm đào tạo đảm bảo đủ ba tiêu chí, chất lượng chuyên môn và số lượng kỹ thuật viên nhằm phục vụ tốt cho khách hàng tại không chỉ tại Trung tâm mà còn cho các cơ sở cần liên kết. Cam kết đào tạo nguồn kỹ thuật viên, cung ứng cơ sở vật chất và thiết bị đầy đủ tùy nhu cầu của các đơn vị liên kết.

– Để có đủ nguồn nhân lực, kỹ thuật viên đảm bảo chất lượng về chuyên môn, trình độ đồng đều và ổn định thì cần áp dụng đồng bộ nhiều giải pháp, sự phối hợp của nhiều lĩnh vực khác nhau. Không chỉ là nhiệm vụ của ngành Y tế, đặc biệt là Y học cổ truyền mà còn cần sự kết hợp nhiều ban ngành như Sở Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Lao động Thương binh Xã hội, Trung tâm Đào tạo

nghe... để thích ứng với nhu cầu chăm sóc sức khoẻ cho khách du lịch trong từng thời điểm, có kế hoạch cụ thể về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cao trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Sở Du lịch, Hội Di sản Văn hóa, Saigon Tourist thành phố Hồ Chí Minh, *Tham luận tổng hợp của “Hội thảo Du lịch Văn hóa, nghỉ dưỡng, spa trị liệu, sức khỏe”*. (25/06/2016);
2. Phan Cao Bình, *Thái cực khí công – Thập nhị liên hoa* (2017). Nxb Trẻ, tái bản lần I.
3. Phan Cao Bình (2021), *“Day ấn huyết Trảo chỉ pháp và Spa trị liệu Việt Head Massage”*. Tài liệu nội bộ Group Trị liệu Việt.
4. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, <https://dangcongsan.vn/tu-tuong-van-hoa/nhieu-tiem-nang-phat-trien-du-lich-cham-soc-suc-khoe-593222.htm>. (6/10/2021).

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH BẾN THÀNH

ThS. Huỳnh Chí Công¹, ThS. Phạm Thị Hồng Cúc²

Tóm tắt: Ngành du lịch Việt Nam đã phát triển khá mạnh mẽ, thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế. Các quốc gia đưa ra nhiều chính sách phát triển du lịch như đổi mới các chương trình du lịch, chính sách quảng bá sản phẩm, khuyến mãi, hậu mãi và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Trong đó không thể không kể đến đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, những người được coi là linh hồn của sản phẩm du lịch. Bài nghiên cứu phân tích thực trạng về việc phát triển đội ngũ hướng dẫn viên tại Công ty Cổ phần Du lịch Bến Thành, từ đó chúng tôi đưa ra những giải pháp hợp lý nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch góp phần vô cùng quan trọng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, đồng thời có thể góp phần giúp các doanh nghiệp lữ hành trên cả nước có những đánh giá chính xác về đội ngũ hướng dẫn viên du lịch của mình.

Từ khóa: Hướng dẫn viên du lịch, Công ty Du lịch Bến Thành, đào tạo nhân lực.

Vietnam's tourism industry has developed quite strongly, attracting many domestic and international tourists. Countries have introduced many tourism development policies such as innovating tourism programs, product promotion policies, after-sales promotions and improving the quality of tourism products. Among them, it is impossible not to mention the team of tour guides, who are considered the soul of the tourism product. This study analyzes the current situation of developing a team of tour guides at BenThanh tourist, from which we propose reasonable solutions to improve the quality of the tour guide team and make an extremely important contribution to improving the quality of tourism products.

Keywords: Tour guide, Ben Thanh tourist, human resource training.

1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ TỔNG QUAN

Thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Chính phủ về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Để thực hiện mục tiêu đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát

¹ Phó Giám đốc Phòng hướng dẫn, Công ty Cổ phần du lịch Bến Thành, Email: huynhcong.benthanhtourist@gmail.com.

² Giảng viên khoa Du lịch, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Email: phamthihongcuc@hcmussh.edu.vn.

triển bền vững và đóng góp xứng đáng vào sự phát triển kinh tế – xã hội đòi hỏi cần phải có những chính sách đột phá, các giải pháp tổng thể nhằm xử lý ngay những khó khăn, vướng mắc, tạo điều kiện cho phát triển du lịch, trong đó không thể không nhắc đến vấn đề phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch

1.1. Cơ sở lý luận

Có nhiều khái niệm về hướng dẫn viên du lịch trên thế giới và ở Việt Nam, gắn liền với thực tiễn hoạt động và dần trở thành thuật ngữ trong các luật du lịch hiện hành phù hợp với tính chất của ngành nghề.

Trên thế giới, Liên đoàn Thế giới về Hiệp hội hướng dẫn viên du lịch (World Federation of Tourist Guide Associations WFTGA – 2003): ¹“Hướng dẫn viên du lịch là người hướng dẫn du khách và thông dịch sang ngôn ngữ của họ nhằm giới thiệu các di sản thế giới về văn hoá và tự nhiên. Hướng dẫn viên du lịch là người có kiến thức, phẩm chất tốt, được chứng nhận bởi cơ quan chủ quản”. Theo Khoa Du lịch, Trường Đại học Nam Phi thì “Hướng dẫn viên du lịch là người chỉ đường và dẫn dắt người khác trong một chuyến đi hoặc chuyến tham quan. Thông thường, hướng dẫn viên du lịch sẽ làm việc tại một địa điểm, Thành phố hoặc tỉnh cụ thể. Trong một số trường hợp, hướng dẫn viên đủ điều kiện để hướng dẫn trên toàn quốc.”²

Tại Việt Nam, Luật Du lịch 2017 đã đưa ra khái niệm hướng dẫn du lịch là: “hoạt động cung cấp thông tin, kết nối dịch vụ, dẫn khách du lịch, hỗ trợ khách du lịch sử dụng các dịch vụ theo chương trình du lịch”.

Có thể nói, hướng dẫn viên là người cung cấp các điểm du lịch trên tuyến du lịch và kết nối, hướng dẫn các dịch vụ cung ứng của điểm du lịch cho du khách và được công nhận bởi cơ quan chủ

¹ <https://ictp.travel/world-federation-of-tourist-guide-associations-wftga/>.

² <https://tkp.tourism.gov.za/touristguide/Pages/What-is-Tourist-Guiding.aspx>.

quản của quốc gia tùy thuộc vào phạm vi hoạt động và quy định của quốc gia đó.

Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch: việc phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch phù hợp vào nhiều yếu tố khác nhau, nhóm nghiên cứu tìm hiểu chia làm môi trường vĩ mô và môi trường vi mô.

Đối với môi trường vĩ mô: đây là các môi trường bên ngoài doanh nghiệp bao gồm (1) *Môi trường kinh tế*: Đây là một trong những môi trường quan trọng nhất đến sự phát triển nguồn nhân lực du lịch; (2) *Môi trường chính trị – luật pháp*: Bao gồm chính sách việc làm, chính sách tiền lương, các chính sách có liên quan đến phúc lợi xã hội; chính sách đào tạo nguồn nhân lực du lịch; chính sách thu hút và sử dụng nguồn nhân lực du lịch; (3) *Môi trường văn hóa – xã hội*: Sự phát triển văn hóa – xã hội cũng giúp cho hoạt động kinh doanh du lịch như trình độ học vấn, cơ hội giao lưu văn hóa cũng phát triển du lịch theo chiều hướng tích cực và ngược lại; (4) *Môi trường công nghệ*: Công nghệ làm cho quá trình giao tiếp, chuyển giao thông tin nhanh hơn,

Đối với môi trường vi mô: đây là môi trường doanh nghiệp bao gồm (1) *Công tác đào tạo, tuyển dụng hướng dẫn viên*: Hướng dẫn viên sẽ có cơ hội nâng cao chuyên môn, kỹ năng làm việc linh hoạt để phục vụ cho công việc của mình; (2) *Cơ chế, chính sách đối với hướng dẫn viên*: Mức lương không chỉ là mục đích mà còn là động lực phấn đấu của cả hướng dẫn viên và doanh nghiệp, cũng là cơ sở duy trì đội ngũ có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu: thu thập các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp từ các báo cáo, kế hoạch của phòng, ban chuyên môn tại Công ty Du lịch Bến Thành và số liệu từ các nguồn thông tin, tài liệu, các công trình nghiên cứu đã được công bố, tạp chí, sách, mạng internet.

Phương pháp điều tra bảng hỏi và phỏng vấn sâu: Đối tượng điều tra bảng hỏi là các nhân viên hướng dẫn viên tại công ty và phỏng vấn sâu các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch.

Phương pháp so sánh đối chiếu: đối chiếu với các công ty lữ hành có các hoạt động đào tạo hướng dẫn viên du lịch về sự phát triển thành công đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại một số công ty lữ hành khác của Việt Nam. Ngoài ra, trong quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả đã tiến hành tham vấn các nhà quản lý và các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch để hoàn thiện kết quả nghiên cứu.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Công ty Du lịch Bến Thành được thành lập vào tháng 12/1989, doanh nghiệp được thị trường biết tới với vị thế là công ty du lịch quốc tế hàng đầu tại Việt Nam. Năm 2005, Công ty chuyển sang hoạt động theo hình thức Công ty TNHH MTV với tên gọi là Công ty TNHH MTV Dịch vụ lữ hành Bến Thành. Ngày 27/10/2014, Chủ tịch UBND TP Hồ Chí Minh ban hành Quyết định chuyển Công ty TNHH MTV Dịch vụ lữ hành Bến Thành trực thuộc Tổng Công ty Bến Thành – TNHH MTV thành Công ty cổ phần.

2.1. Thực trạng phát triển đội ngũ hướng dẫn viên tại Công ty Du lịch Bến Thành

Số lượng hướng dẫn viên tại công ty có nhiều biến động nhất là sau tình hình dịch Covid, do đặc thù ngành nghề nên ngoài hướng dẫn viên cơ hữu thì công ty cũng đã xây dựng lực lượng công tác viên ở các địa bàn nội địa, inbound (khách quốc tế đến Việt Nam) và outbound (khách Việt Nam ra quốc tế). Chính vì thế, trong những năm hoạt động trong lĩnh vực du lịch, nguồn nhân lực hướng dẫn viên tại công ty không thiếu ngay cả vào những mùa cao điểm du lịch.

Bảng 1: Số lượng hướng dẫn viên tại công ty Công ty Du lịch Bến Thành năm 2019 – 2023

Năm	Hướng dẫn viên cơ hữu		Công tác viên		Tổng cộng
	Quốc tế	Nội địa	Quốc tế	Nội địa	
2019	15	7	85	158	265
2020	15	5	82	155	257
2021	15	5	58	89	167
2022	14	4	60	92	180
2023	14	4	62	94	182

(Nguồn: Phòng Điều hành – Hướng dẫn, công ty Công ty Du lịch Bến Thành, 2023)

Năm 2020, do dịch COVID-19 xuất hiện nên số lượng hướng dẫn viên cơ hữu và cộng tác viên có sụt giảm. Đặc biệt năm 2021, dịch bệnh COVID-19 phức tạp, rất nhiều tour bị hủy vì vậy số lượng hướng dẫn viên giảm đáng kể, đặc biệt là các hướng dẫn viên là cộng tác viên. Trong suốt thời gian năm 2020 – 2021 dịch COVID-19 diễn biến phức tạp dẫn đến tình trạng hủy tour, hủy dịch vụ tại các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch nói chung và tại công ty Công ty Du lịch Bến Thành rất nhiều. Từ năm 2022 đến 2023, ngành du lịch Việt Nam phát triển trở lại sau dịch nên số lượng hướng dẫn viên có thay đổi so với năm 2021.

Về trình độ: Hướng dẫn viên của công ty phần lớn có trình độ Đại học chiếm 55.56%, n Số lượng còn lại phân bố ở Cao đẳng, Trung cấp. Một số ít hướng dẫn viên có trình độ trên đại học. Số lượng hướng dẫn viên có trình độ trên Đại học chủ yếu phục vụ cho công tác quản lý. Công ty đang cố gắng nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên, khuyến khích và tạo điều kiện cho hướng dẫn viên đi học tập, nâng cao trình độ.

Tuy nhiên, với tình hình phát triển du lịch hiện nay, nguồn lực hướng dẫn viên tại công ty nhất là cơ hữu còn ít so với tốc độ tăng trưởng du lịch tại công ty, nhất là mùa cao điểm công ty sẽ bị động trong việc phân bố hướng dẫn viên cho hoạt động nghiệp vụ thực hiện chương trình du lịch.

2.2. Công tác đào tạo hướng dẫn viên du lịch tại Công ty Du lịch Bến Thành

Việc đào tạo với mục đích nâng cao thái độ, kỹ năng và kiến thức là nhiệm vụ được phân công và kế hoạch, định hướng phát triển của công ty. Đào tạo hội nhập được công ty chú trọng khi hướng dẫn viên mới bắt đầu làm việc tại công ty. Việc đào tạo hội nhập giúp nhân viên mới làm quen với môi trường làm việc bao gồm các chương trình tổng quát nhằm giới thiệu tổng quan về công ty, các quy định chung, chính sách nhân sự và chương trình chuyên môn giúp hướng dẫn viên hiểu được chức năng, nhiệm vụ, trách nhiệm, quy trình làm việc, kiến thức cần thiết.

Đào tạo theo kế hoạch hằng năm: là các chương trình đào tạo nhằm trang bị cho hướng dẫn viên kiến thức và kỹ năng thực hiện công việc được

giao, đáp ứng với mục tiêu phát triển của công ty. Hướng dẫn viên tham gia các khóa đào tạo phải tuân thủ các quy định về đào tạo của công ty. Do ảnh hưởng nặng nề của dịch COVID-19, hoạt động du lịch bị đình trệ trong đó có Công ty Du lịch Bến Thành, tận dụng thời gian nghỉ dịch, Công ty Du lịch Bến Thành đã tổ chức các lớp tập huấn nội bộ cho bộ phận hướng dẫn viên. Một số cấp quản lý của công ty cũng được cho đi đào tạo tập trung để phát triển kỹ năng quản lý, để đáp ứng nhu cầu công việc sau khi dịch kết thúc.

Công ty Công ty Du lịch Bến Thành luôn chú trọng đến công tác bồi dưỡng, huấn luyện về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng và ngoại ngữ cho hướng dẫn viên trong công ty. Trong giai đoạn 2021 – 2023, công ty đã tổ chức rất nhiều các buổi tập huấn chuyên môn, nghiệp vụ, cụ thể:

Bảng 2: Danh sách các chương trình tập huấn hướng dẫn viên du lịch tại Công ty Du lịch Bến Thành giai đoạn 2021 – 2023

Năm	Số lượng tập huấn	Nội dung tập huấn
2021	4	Tập huấn chuyên để tuyển điểm du lịch nước ngoài: Nam Mỹ; Singapore; Ả Rập. Tập huấn nghiệp vụ đi tour dành cho hướng dẫn viên trong “tình hình mới”
2022		Tập trung tập huấn cho các hướng dẫn viên tham gia kì thi Hướng dẫn viên giỏi do Sở Du lịch của Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức về các điểm, tuyến du lịch, kiến thức văn hóa – lịch sử.
2023	8	Tập huấn kiến thức, nghiệp vụ tuyển điểm: Nha Trang – Đà Lạt; Đà Nẵng – Huế – Quảng Bình, tuyến điểm, du lịch miền Bắc. Tập huấn kỹ năng: sơ cấp cứu dành cho hướng dẫn viên, thống nhất quy trình, nghiệp vụ đi đoàn dành cho hướng dẫn viên, cộng tác viên, Chương trình huấn luyện thực tế tuyển Tây Nguyên.

(Nguồn: Phòng Điều hành – Hướng dẫn, công ty Công ty Du lịch Bến Thành, 2023)

Từ năm 2023 đến nay công ty tập trung công tác đào tạo hướng dẫn viên về kiến thức và nghiệp vụ các tuyến điểm chính, các kỹ năng và kết hợp tập huấn thực tế tuyển điểm mới. Đội ngũ tập huấn là cán bộ

quản lý và các hướng dẫn viên có kinh nghiệm của công ty. Những buổi tập huấn trên đã góp phần nâng cao chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ hướng dẫn viên. Đối với tuyến điểm trong nước, thường xuyên tổ chức các buổi thảo luận, chia sẻ kinh nghiệm và nâng cao kiến thức các tuyến như: Nha Trang, Đà Lạt, con đường di sản miền Trung, Hà Giang. Đối với tuyến điểm du lịch nước ngoài, tổ chức các buổi thuyết trình về các quốc gia như: Malaysia, Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản, châu Âu, Maroc, góp phần giúp cho hướng dẫn viên mới được học hỏi và chuẩn bị cho tương lai. Bên cạnh đó, hướng dẫn viên còn được tập huấn các kỹ năng khác để hỗ trợ trong quá trình tác nghiệp như: kỹ năng hoạt náo, MC, kỹ năng sơ cấp cứu, giao tiếp với khách hàng. Ngoài ra hàng năm còn có chương trình huấn luyện thực tế tại Tây Nguyên, góp phần vào việc nâng cao đội ngũ hướng dẫn viên ngày càng chuyên nghiệp.

Công ty cũng khuyến khích và hỗ trợ hướng dẫn viên tham gia các kỳ thi hướng dẫn viên cấp Thành phố như năm 2019 tham gia Hội thi hướng dẫn viên giỏi Thành phố Hồ Chí Minh mở rộng và năm 2022 Hội thi hướng dẫn viên giỏi Thành phố Hồ Chí Minh. Hướng dẫn viên trong công ty đề được giao mục tiêu công việc thông qua các chỉ tiêu đánh giá (KPIs) và thực hiện đánh giá kết quả công việc định kỳ hàng tháng/quý/năm theo quy trình do phòng Nhân sự hướng dẫn. Kết quả đánh giá là yếu tố quan trọng để xem xét việc tăng lương, thưởng của hướng dẫn viên.

Ngoài ra, công ty cũng chú trọng hoạt động tiếp nhận thực tập sinh tại các trường đại học, cao đẳng có đào tạo du lịch và cho đội ngũ này tham gia vào các đợt tập huấn của công ty. Đây là một trong những hoạt động hỗ trợ tìm nguồn nhân lực kế thừa có chất lượng vừa gắn kết với cơ sở đào tạo trong việc phát triển lực lượng hướng dẫn viên có trình độ và chuyên môn cho công ty nói riêng cũng như ngành du lịch nói chung.

2.3. Chính sách hỗ trợ hướng dẫn viên du lịch

a) Chính sách lương

Tiền lương của hướng dẫn viên được xác định dựa trên cơ sở đánh giá vị trí công việc, kết quả hoàn thành công việc của cá nhân,

kết quả hoàn thành công việc của Phòng Điều hành và hướng dẫn và quỹ lương của công ty theo từng năm. Việc chi trả lương cho hướng dẫn viên được thực hiện theo quy chế phân phối tiền lương, tiền thưởng của công ty và tuân thủ theo quy định của pháp luật. Công ty đảm bảo mức lương trả cho hướng dẫn viên không thấp hơn mức lương tối thiểu của quy định trong thỏa ước lao động tập thể.

b) Chính sách thưởng

Công ty thưởng thêm cho cá nhân, tập thể có nhiều thành tích đóng góp trong việc thực hiện các mục tiêu của công ty như: Có sáng kiến cải tiến kỹ thuật, sáng kiến tiết kiệm chi phí, tăng doanh thu,... Hằng năm, công ty có chính sách thưởng cho các cá nhân, tập thể có thành tích xuất sắc trong năm.

c) Chính sách bảo hiểm và phúc lợi

Việc trích nộp các khoản bảo hiểm bắt buộc được công ty trích nộp theo đúng quy định của pháp luật. Các khoản chi phúc lợi đối với người lao động nói chung và hướng dẫn viên nói riêng được công ty thực hiện theo đúng quy định của pháp luật và của thỏa ước lao động tập thể.

Nhìn chung, việc nâng cao đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại Công ty Du lịch Bến Thành có nhiều thuận lợi và khó khăn. Về thuận lợi: Số lượng và chất lượng hướng dẫn viên ổn định hằng năm. Đội ngũ hướng dẫn viên đã được bổ sung những hướng dẫn viên trẻ có tâm huyết, trình độ, năng lực chuyên môn nghiệp vụ, trách nhiệm với nghề,... phần nào đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch. Công tác quản lý đối với đội ngũ hướng dẫn viên ngày càng được củng cố và bám sát thực tiễn: Hệ thống văn bản về hướng dẫn viên được kiện toàn và phổ biến rộng rãi tới hướng dẫn viên và đối tượng có liên quan. Điều này giúp hạn chế tình trạng hướng dẫn viên có những hành động không phù hợp, ảnh hưởng xấu đến quyền lợi của khách du lịch và hình ảnh công ty. Công tác đào tạo hướng dẫn viên tại công ty từng bước được cải thiện cả số lượng chất lượng chương trình đào tạo. Công ty đã chủ động hơn trong việc đặt hàng những hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao. Bên cạnh đó, việc đào tạo này cũng có những khó khăn nhất định như: Thứ nhất, đội ngũ hướng dẫn viên của công ty tuy đã tăng lên (trừ thời điểm đặc biệt, dịch bệnh

COVID-19 bùng phát) nhưng vẫn chưa đáp ứng được thực tế phát triển thị trường khách du lịch, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển nhanh và bền vững. Thứ hai, công tác quản lý của công ty về phát triển đội ngũ hướng dẫn viên còn nhiều bất cập, thiếu các văn bản hướng dẫn cụ thể. Thứ ba, công ty chưa phát huy được vai trò chủ đạo của mình trong công tác phát triển hướng dẫn viên, công ty chủ yếu vẫn phó thác vào cơ quan quản lý nhà nước, các trường học. Thứ tư, nguồn kinh phí còn hạn chế, hiện tại công ty chưa có nguồn kinh phí dành cho công tác phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch.

3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

Về chính sách tuyển dụng hướng dẫn viên du lịch: Một trong những nội dung quan trọng đối với nguồn lực hướng dẫn viên là công tác tuyển dụng. Chính sách tuyển dụng có ảnh hưởng rất nhất đến chất lượng hướng dẫn viên du lịch trong các doanh nghiệp du lịch. yêu cầu tuyển dụng hướng dẫn viên du lịch của Ben Thanh Tourist phải được rà soát lại sao cho sát với yêu cầu thực tế. Công ty cần xây dựng các yêu cầu về chất lượng và tiêu chuẩn của đội ngũ này dựa vào nhu cầu thực tiễn kinh doanh các loại hình du lịch của công ty và xu hướng, tình hình phát triển du lịch thực tế tại Việt Nam và trên thế giới. Hoàn thiện các tiêu chuẩn, chức danh đối với vị trí công việc nhằm tạo bộ khung tiêu chuẩn áp dụng thống nhất.

Đặc thù về nghề nghiệp và tính mùa trong kinh doanh du lịch, bên cạnh nguồn hướng dẫn viên du lịch cơ hữu cần có chính sách tuyển dụng và chế độ đối với hướng dẫn viên cộng tác thường xuyên để chủ động trong các mùa cao điểm và kiểm soát được chất lượng của nguồn lực này.

Về đào tạo, nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch: Trong quá trình xây dựng và thực hiện chương trình du lịch, hướng dẫn viên là những người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách trong quá trình thực hiện chương trình, là một trong những nhân tố quyết định đến tính hấp dẫn của du lịch. Họ là những “đại sứ” trực tiếp làm công tác hiệu quả và thiết thực nhất nhằm quảng bá hình ảnh về công ty ngoài việc quảng cáo trên các phương tiện thông tin.

Ngoài các tập huấn các tuyến du lịch cơ bản, chủ đạo của công ty, cần xây dựng thêm các chuyên đề sâu. Công ty cần thường xuyên tổ chức các buổi học ngoài giờ, các buổi ngoại khoá để hướng dẫn viên có thể trao đổi kinh nghiệm, học hỏi lẫn nhau, tích lũy cho mình những kiến thức cần thiết. Vận động hướng dẫn viên tham gia các lớp học ngắn hạn vào trái mùa du lịch để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

Bên cạnh đó, cần có phương pháp đánh giá năng lực của hướng dẫn viên thông qua những kỳ thi nội bộ, cấp thành phố, quốc gia để tạo môi trường phát triển và nhìn nhận năng lực chuyên môn, nghiệp vụ đối với các công ty lữ hành khác. Từ đó, có những chính sách nâng cao đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại công ty.

Về chính sách lương, thưởng, phúc lợi để giữ chân hướng dẫn viên giỏi.

Hướng dẫn viên du lịch là nghề đặc thù, về thời gian lao động, khối lượng, tính chất công việc và cường độ lao động đòi hỏi hướng dẫn viên phải có sự chịu đựng cao về tâm lý. Trả lương cho hướng dẫn viên từng tháng theo đúng quy định và phải rõ ràng (lương cứng hàng tháng và lương đi dẫn tour từng ngày) để họ có thể trang trải cho cuộc sống. Công ty cần có những chính sách thông thoáng hơn về chế độ tiền lương cho hướng dẫn viên. Về tiền thưởng từ đoàn khách, các doanh nghiệp cần có sự tính toán phù hợp để đưa chi phí này vào chi phí tour, giúp hướng dẫn viên không có sự phân biệt khi phục vụ những đoàn có tiền tip và không có tiền tip. Ngoài mức lương tối thiểu và phúc lợi theo quy định của công ty, hướng dẫn viên cơ hữu cần được nâng lương để tăng động lực làm việc cũng như ghi nhận sự cống hiến lâu dài của họ. Bảng công tác phí cần được thay đổi mới hơn để phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội theo từng năm.

Liên kết các cơ sở đào tạo trong việc phối hợp xây dựng đội ngũ kế thừa có trình độ chuyên môn và nghiệp vụ: trong thực tiễn hiện nay việc ký kết hợp tác giữa doanh nghiệp và Nhà trường là điều cần thiết để có lực lượng kế thừa vừa có trình độ chuyên môn nghiệp vụ vừa giúp có các cơ sở đào tạo xây dựng chương trình

đào tạo, các môn học gắn liền với thực tiễn cũng là giúp rút ngắn thời gian tập huấn cho đối tượng chưa có kinh nghiệm thực tế. Xây dựng chính sách tiếp nhận thực tập sinh – là đội ngũ kế thừa hiệu quả đối với công ty.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, môi trường lao động mang tính toàn cầu hoá đòi hỏi người lao động có trình độ chuyên môn và khả năng thích ứng với thị trường lao động. Du lịch là một ngành kinh tế quan trọng của Việt Nam, có nhiều đóng góp vào GDP quốc gia một cách đáng kể; hỗ trợ ra nhiều việc làm, góp phần xoá đói giảm nghèo ở các vùng sâu, vùng xa. Du lịch là ngành xuất khẩu tại chỗ, vừa góp phần làm tăng nguồn thu ngoại tệ cho đất nước, vừa thúc đẩy nhiều ngành kinh tế khác phát triển. Lượng khách trong nước và quốc tế ngày càng tăng nên việc chuẩn bị đội ngũ nhân lực để phục vụ cho du khách đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên ngày càng quan trọng. Nhu cầu nguồn lao động hướng dẫn viên du lịch có chất lượng về chuyên môn xuất và nghiệp vụ là điều quan trọng trong lĩnh vực du lịch. Vì vậy, việc phát triển và nâng cao năng lực hướng dẫn viên du lịch là cần thiết đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với thị trường lao động và nhu cầu xã hội trong bối cảnh hội nhập khu vực và thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. BenThanh Tourist, Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2016 – 2020. Tài liệu lưu hành nội bộ.
2. Bùi Thanh Thuý (2009), *Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch*, Tái bản lần thứ 2, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
3. Dự án phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam (2007), Tiêu chuẩn kỹ năng nghề VTOS – Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch.
4. Huỳnh Chí Công (2022), *Phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành – Ben Thanh Tourist*, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.

5. Phạm Xuân Hậu, Nguyễn Văn Sỹ (2015). “Bổ sung nhân lực chất lượng cao và chuyên nghiệp: nhiệm vụ then chốt trong phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long”. Tạp chí *Khoa học Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*. 4(69):129-136.
6. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch*, Nxb Chính trị Quốc gia.
7. Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh (2019). “Đổi mới Đào tạo Nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam để phát triển ngành kinh tế mũi nhọn”. Diễn đàn Nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam năm 2019.

THUYẾT MINH VIÊN TẠI ĐIỂM TRONG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

NCS. Huỳnh Thị Thúy Diễm¹, Nguyễn Hưng Vương²

Tóm tắt: *Thuyết minh viên tại điểm là nguồn nhân lực quan trọng trong ngành du lịch nói chung và du lịch tại đồng bằng sông Cửu Long nói riêng. Bên cạnh những kiến thức về nghiệp vụ hướng dẫn, thuyết minh viên tại điểm cần phải biết cách khai thác các kiến thức về lịch sử, văn hóa, phong tục tập quán của địa phương để kích thích sự chú ý, thu hút và “chạm tới cảm xúc” của du khách. Tuy nhiên, thực tế hiện nay chương trình đào tạo thuyết minh viên tại điểm ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long chưa đáp ứng được nhu cầu về số lượng và chất lượng từ thực tế đặt ra. Bên cạnh đó, đại dịch Covid - 19 vừa qua đã tác động rất lớn đến ngành du lịch nói chung và du lịch đồng bằng sông Cửu Long nói riêng. Tuy nhiên, du lịch nông nghiệp được dự báo sẽ có nhiều thuận lợi trong xu hướng du lịch nội địa thời kỳ hậu Covid. Thuyết minh viên tại điểm du lịch nông nghiệp sẽ góp phần “thổi hồn” cho sản phẩm du lịch đồng bằng sông Cửu Long. Bài viết tập trung phân tích vai trò và thực trạng nguồn hướng dẫn viên du lịch tại điểm ở đồng bằng sông Cửu Long. Từ đó, đề xuất một số khuyến nghị trong đào tạo nguồn hướng dẫn viên du lịch tại điểm đáp ứng xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp cho đồng bằng.*

Từ khóa: *Thuyết minh viên tại điểm, phát triển du lịch nông nghiệp, Đồng bằng sông Cửu Long.*

TRAINING FARM PRESENTERS IN AGRITOURISM DEVELOPMENT PROGRESS OF THE MEKONG DELTA

Abstract: Farm presenters are important for tourism industry in especially in the Mekong Delta. In addition, to the knowledge of professional guidance, tourist guides at the destination need to know how to exploit the knowledge of local history, culture, customs, and habits to stimulate attention and attract tourists. and “touch the emotions” of visitors. However, the current training program for tour guides at sites in the Mekong Delta has not met the demand for quantity and quality from

¹ Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn TPHCM

Email: huynhdiem0190@gmail.com

² Học viên cao học khoa Nhân học Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn TPHCM, Email: vuongnh.fw@gmail.com

reality. In addition, the recent Covid-19 pandemic has had a significant impact on the tourism industry in general, and specifically on tourism in the Mekong Delta. However, agricultural tourism is forecasted to have many advantages in the trend of domestic tourism in the post-Covid period. Farm presenters will contribute to "Give Soul" for agricultural tourism products. The article focuses on analyzing the role and current situation of farm presenters in the Mekong Delta. From there, propose some recommendations in training the source of farm presenters to meet the development trend of agricultural tourism for the delta.

Keywords: Farm presenters, agricultural tourism development, Mekong Delta,...

ĐẶT VẤN ĐỀ

Vào những năm 40 của thế kỷ XIX, một số người sử dụng lao động ở Anh bắt đầu nhận ra tầm quan trọng của quản lý nguồn lao động. Hiện nay, vốn con người (Human capital) là một trong bốn loại tài sản được quản lý trong các tổ chức bên cạnh những tài sản khác như tài sản hữu hình (đất đai, nhà cửa, thiết bị,...); tài sản vô hình (thiết kế, bằng sáng chế,..); tài chính (cổ phiếu, chứng khoán,...). [Omotayo và Anthonia, 2012]. Điều quan trọng là vốn con người về cơ bản không phải là các cá nhân trong các tổ chức; đúng hơn đó là những gì họ đóng góp trong việc đạt được các mục tiêu của tổ chức đó. "Vốn con người là giá trị tập hợp của năng lực, kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm sống và động lực của lực lượng lao động trong tổ chức." [Mathis và Jackson, 2006]. Như vậy, để nguồn nhân lực đáp ứng tốt nhu cầu của tổ chức thì bên cạnh năng lực, kiến thức, thì kỹ năng và kinh nghiệm sống cũng cần phải được chú trọng. Đối với ngành du lịch thì quan điểm này hoàn toàn phù hợp bởi du lịch là loại hình dịch vụ có tính đặc thù cao. Các sản phẩm du lịch vừa chịu tác động của tính khách quan, vừa có tính chủ quan từ người cung cấp dịch vụ. Do đó, chất lượng của nguồn nhân lực có ý nghĩa vô cùng quan trọng, có phần quyết định chất lượng của dịch vụ này và qua đó quyết định đến thương hiệu và sản phẩm.

Đồng bằng sông Cửu Long là một trong bảy vùng du lịch trọng điểm của Việt Nam. Trước khi đại dịch Covid - 19 bùng nổ, hoạt động du lịch của khu vực này rất phát triển, trong đó du lịch nông nghiệp là thế mạnh. Năm 2019, đồng bằng sông Cửu Long thu hút 47 triệu lượt khách với tổng doanh thu ước tính đạt 30 nghìn tỷ đồng, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo mục tiêu chiến lược của các tỉnh

trong khu vực. Để đáp ứng nhu cầu cũng như theo kịp các xu thế phát triển mới của ngành du lịch, đòi hỏi nguồn nhân lực cần phải đảm bảo cả về số lượng và chất lượng. Thuyết minh viên tại điểm là nguồn nhân lực quan trọng trong ngành du lịch nói chung cũng như du lịch đồng bằng sông Cửu Long nói riêng. Đối với loại hình hướng dẫn trên thì nghiệp vụ hướng dẫn là điều kiện cần thiết. Bên cạnh đó, điều kiện đủ để “chạm đến cảm xúc” của khách và thu hút sự quay trở lại của họ là tình yêu quê hương và sự tự hào của người hướng dẫn khi người dân địa phương trình bày những hiểu biết sâu sắc về về lịch sử, văn hóa, phong tục tập quán,... của quê hương mình. Tuy nhiên, nguồn thuyết minh viên tại điểm hiện nay vẫn chưa đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch của khu vực. Thực tế nhiều tỉnh trong khu vực vẫn chưa mở được các lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm chuyên nghiệp. Một số tỉnh khác trong khu vực có mở lớp Bồi dưỡng nghiệp vụ thuyết minh viên tại điểm và cấp giấy chứng nhận, tuy nhiên thời gian đào tạo ngắn dẫn đến những hạn chế nhất định về chất lượng. Các đơn vị thực hiện đào tạo nguồn hướng dẫn viên này chủ yếu là các trường đại học, cao đẳng tại Thành phố Hồ Chí Minh và Thành phố Cần Thơ do các Sở văn hóa, thể thao và du lịch của các tỉnh trong khu vực liên kết. Trong khi đó, hệ thống các trường Đại học, Cao đẳng tại chỗ có nhiều lợi thế để đào tạo và cung cấp nguồn thuyết minh viên tại điểm có chất lượng, song vai trò của hệ thống đào tạo này còn mờ nhạt.

Xuất phát từ những vấn đề trên, bài viết đặt ra câu hỏi về vai trò và thực trạng nguồn thuyết minh viên tại điểm trong xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp vùng đồng bằng sông Cửu Long. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết hàm ý đề xuất một số khuyến nghị để đáp ứng tốt hơn nhu cầu thuyết minh viên tại điểm cho khu vực này.

1. THỰC TRẠNG VỀ NGUỒN NHÂN LỰC THUYẾT MINH VIÊN TẠI ĐIỂM

1.1. Thực trạng về nhu cầu

Theo khảo sát của chúng tôi từ một số chủ cơ sở du lịch thì nhu cầu về thuyết minh viên tại điểm ở đồng bằng sông Cửu Long là rất lớn, đặc biệt là du lịch nông nghiệp, các trang trại, nhà vườn. Những

điểm du lịch này thường gắn liền với những đặc trưng vùng miền, sinh thái nông nghiệp, văn hóa, phong tục tập quán của địa phương. Theo Nghị quyết số 120/NQ-CP đã xác định tầm nhìn cho vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2100 là: Đồng bằng sông Cửu Long phát triển bền vững, an toàn, thịnh vượng, trên cơ sở phát triển phù hợp nông nghiệp hàng hóa chất lượng cao, kết hợp với dịch vụ, du lịch sinh thái, (...) đa dạng sinh học và truyền thống văn hóa lịch sử được duy trì và tôn tạo, đời sống vật chất, tinh thần của người dân được nâng cao. Ngành du lịch ở đồng bằng sông Cửu Long cũng luôn duy trì tăng trưởng ở mức cao (15%). Dự báo đến năm 2030 số lượng du khách là 52 triệu người hàng năm, chi tiêu hàng năm là 4 tỷ đô la, 19 triệu lượt khách lưu trú qua đêm và tỷ trọng của ngành du lịch trong GDP vùng là 7%. Hiện nay Việt nam đang triển khai xây dựng sản phẩm OCOP (One commune one product - mỗi xã/phường một sản phẩm). Chương trình OCOP sẽ thúc đẩy các sản phẩm truyền thống, có lợi thế ở khu vực nông thôn, phát triển du lịch nông nghiệp và sẽ có ngày càng nhiều các sản phẩm du lịch nông nghiệp ra đời. Các sản phẩm du lịch nông nghiệp muốn thu hút khách du lịch thì cần có người kể câu chuyện về sản phẩm để sản phẩm trở nên “có hồn” và mang đến cảm xúc cho du khách. Vì vậy, nhu cầu thuyết minh viên tại điểm ở đồng bằng sông Cửu Long là bức thiết.

Thêm vào đó, đại dịch Covid - 19 đã tác động rất lớn đến ngành du lịch thế giới và du lịch Việt Nam. Nhiều nhà nghiên cứu đã nhận định rằng các loại hình du lịch gắn gũi với thiên nhiên sẽ là điểm chọn của du khách trong bối cảnh đại dịch. Du lịch Đồng bằng sông Cửu Long có nhiều lợi thế đón khách trong và sau đại dịch. Đào tạo nguồn thuyết minh viên tại điểm đủ số lượng và chất lượng sẽ góp phần nâng cao và quảng bá chất lượng sản phẩm du lịch sẽ nằm trong tổng thể về mặt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam gắn với văn hóa từng khu vực thời kỳ hậu Covid-19.

1.2. Thực trạng về đào tạo

Theo kết quả khảo sát thực tế từ các Sở Văn hóa, thể thao và du lịch các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, phần lớn các địa phương vẫn chưa mở được các lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm chuyên nghiệp.

“Toàn tỉnh hiện nay có 275 hướng dẫn viên bao gồm hướng dẫn viên nội địa và hướng dẫn viên quốc tế. Trong tỉnh có thuyết minh viên tại điểm du lịch nông nghiệp được đào tạo chuyên nghiệp ...”. (Chuyên viên phụ trách lĩnh vực du lịch của Sở Văn hóa, Thể thao, Tiền Giang)

Một số tỉnh chưa mở được lớp đào tạo do số lượng người học chưa đủ để mở lớp theo yêu cầu của các cơ sở đào tạo ở Thành phố Hồ Chí Minh. Một số Sở du lịch định hướng kết nối giữa các tỉnh lân cận để đủ số lượng mở lớp đào tạo – mục đích là chuẩn hóa đội ngũ hướng dẫn viên tại điểm của địa phương. Và dự kiến là sẽ liên kết với các cơ sở đào tạo từ Thành phố Hồ Chí Minh vì tin tưởng chất lượng đào tạo của họ. Bên cạnh đó, một số Sở du lịch trong khu vực đã thực hiện mở lớp Bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch tại điểm, tiêu biểu như Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Cần Thơ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bến Tre. Đối với các tỉnh đã có lớp đào tạo, thì thời gian đào tạo của lớp học này là 03 ngày, có kiểm tra, đánh giá và cấp giấy chứng nhận. Với thời gian đào tạo ngắn nên lớp học chỉ chia sẻ ở kiến thức cơ bản và lý thuyết. Đào tạo kỹ năng và đặc biệt là các kiến thức, kỹ năng thực hành còn rất hạn chế.

“Thời gian học là ba ngày, thời gian ít nên thầy cô chủ yếu chia sẻ kiến thức cơ bản, bí quyết. Kết thúc khóa học có tổ chức kiểm tra lý thuyết và thực hành nhưng không thực hành thực tế mà chỉ thuyết trình tại chỗ, học viên đề xuất thực hành thực tế nhưng phía cơ sở đào tạo không thực hiện được.”(Ông T - hướng dẫn viên du lịch tại điểm đã qua lớp đào tạo có giấy chứng nhận)

Đối với những thuyết minh viên tại điểm chưa qua khóa đào tạo nào thì họ chủ yếu dựa vào kiến thức và kỹ năng của cá nhân tích lũy qua công việc, qua thời gian sinh sống tại địa phương hoặc được chủ các điểm du lịch đào tạo.

“Anh không tham gia lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm được vì trùng lớp tập huấn trên trường. Kiến thức và kỹ năng hướng dẫn do anh tự tìm hiểu vì là người địa phương có sự hiểu biết vốn có, cộng thêm tự tìm hiểu... Ngoài ra, cô chủ gửi nội dung cơ bản từng hướng dẫn viên cộng tác viên trước, sau đó anh soạn chương trình và nội dung tour gửi cô chủ đóng

góp, trong thời gian đầu hướng dẫn cô chủ dự giờ, cô chủ đóng góp, khi anh làm tốt rồi cô mới buông anh tự hướng dẫn.”(Ông K - một thuyết minh viên tại điểm của một cơ sở du lịch nông nghiệp ở tỉnh Bến Tre và chưa tham gia lớp đào tạo)

“Em không có được học lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm, em là người từ nhỏ sống ở trên cồn này, khi tỉnh phát triển du lịch có các thầy xuống dạy em những kiến thức cơ bản về đón khách và hướng dẫn khách, từ đó em làm hướng dẫn viên luôn ở đây”(Ông H – thuyết minh viên tại điểm của một cơ sở du lịch nông nghiệp ở tỉnh Trà Vinh và chưa tham gia lớp đào tạo).

Bên cạnh đó, theo đánh giá của một số chuyên gia và nhà quản lý du lịch địa phương cho rằng thuyết minh viên tại điểm đã qua lớp đào tạo hoặc tự học thì chất lượng chuyên môn của đội ngũ này chưa được chuẩn hóa, dẫn đến thông tin truyền đạt tới du khách không đồng nhất hoặc chưa chính xác, làm giảm chất lượng của sản phẩm du lịch.

“Nguồn hướng dẫn viên tại điểm ở Đồng bằng Sông Cửu Long hiện tại chưa chuyển tải được đến khách đầy đủ và hấp dẫn, làm giảm chất lượng sản phẩm...Họ thuyết minh một cách ngẫu hứng, không đúng quy trình (phần đầu - cao trào – phần cuối...), không rõ nghiệp vụ, không có kinh nghiệm xử lý tình huống...”(Ông H- Chuyên gia tư vấn và đào tạo du lịch đồng bằng sông Cửu Long).

Việc đào tạo nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch tại điểm hiện nay có thể nói đang gặp nhiều hạn chế cả về số lượng lẫn chất lượng, để cải thiện vấn đề này có lẽ rất cần có sự vào cuộc của các cơ sở đào tạo, đặc biệt là các trường cao đẳng, đại học. Nhưng vai trò của các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn khá mờ nhạt.

Ngành du lịch tại trường đã mở đào tạo được ba năm, nhưng chưa có chương trình đào tạo hướng dẫn viên tại điểm trên tỉnh. Theo kinh nghiệm của chị (từ kinh nghiệm làm sở văn hóa tỉnh) trước đây không có đào tạo hướng dẫn tại điểm mà có lớp bồi dưỡng thuyết minh viên... Và đa số các trường trên địa bàn đồng bằng sông Cửu Long cũng chưa đào tạo hướng dẫn viên tại điểm như vậy. (Bà P. Giảng viên bộ môn du lịch, Vĩnh Long)

Nhìn chung, nguồn thuyết minh viên tại điểm ở đồng bằng sông Cửu Long hiện nay vẫn còn những hạn chế nhất định về số lượng và chất lượng. Các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ thuyết minh viên tại điểm có thời gian đào tạo quá ngắn dẫn đến những hạn chế nhất định về chất lượng. Các trường đại học và cao đẳng ở đồng bằng sông Cửu Long vẫn chưa đóng vai trò chủ chốt trong đào tạo nguồn nhân lực quan trọng này. Sự hạn chế của lực lượng thuyết minh viên tại điểm chưa phát huy được thế mạnh cho du lịch nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long. Thậm chí có một số trường hợp làm suy giảm chất lượng sản phẩm du lịch nông nghiệp của địa phương. Vì vậy, giải pháp đào tạo và phát triển nguồn thuyết minh viên tại điểm là vô cùng cần thiết và cấp bách.

“Các lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm đã triển khai nhưng chỉ ở một số tỉnh. Thời gian đào tạo là 3 ngày nên chủ yếu là đào tạo lý thuyết, không có thực hành, đề xuất tăng thêm thời gian đào tạo lên 7 – 10 ngày, cho hướng dẫn viên thực tập thuyết minh nhiều lần: 5 - 7 lần . Đào tạo hướng dẫn viên cách khai thác kiến thức hướng dẫn để kích thích và thu hút khách.” (Ông H – chuyên gia tư vấn và đào tạo phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long)

1.3. Một số gợi ý về giải pháp

Thực trạng số lượng lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm rất ít và thời gian đào tạo ngắn (03 ngày) dẫn đến hạn chế về số lượng và chất lượng nguồn hướng dẫn viên này ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Để khắc phục về chất lượng, Tổng cục du lịch và các Sở văn hóa, thể thao và du lịch các tỉnh cần có sự thảo luận và thống nhất về khung chương trình đào tạo và thời gian đào tạo đối với lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm. Trong khung chương trình đào tạo cần tăng cường nội dung thực hành vì đặc điểm của nguồn thuyết minh viên tại điểm phần lớn là cộng tác viên của các điểm đến, người địa phương, người lớn tuổi,... nên nội dung chương trình đào tạo cần dành nhiều thời gian cho thực hành, đi sâu vào nội dung thuyết minh, kỹ năng thuyết minh tại điểm đến mà họ đang làm việc, khơi dậy tri thức và văn hóa bản địa để giúp hướng dẫn viên tìm tòi, khám phá và truyền đạt hấp dẫn đến khách du

lịch. Để đáp ứng điều này, khung chương trình đào tạo và thời gian đào tạo phải phù hợp với nhau, đồng nghĩa thời gian đào tạo phải tăng thêm so với thực trạng đào tạo hiện nay.

Tuy nhiên, du lịch là một hoạt động không chỉ có tính kinh tế mà còn có tính văn hóa rất cao. Vì vậy, hướng dẫn viên du lịch nói chung và thuyết minh viên tại điểm nói riêng không chỉ cần có nghiệp vụ hướng dẫn mà còn đòi hỏi phải có kiến thức văn hóa – xã hội phong phú và kỹ năng xử lý tình huống thông minh, sáng tạo. Để xây dựng được khóa đào tạo phù hợp với từng địa phương, từng sản phẩm du lịch đòi hỏi cần có sự nghiên cứu, khảo sát đặc điểm của từng địa phương. Có sự tham gia thảo luận, đóng góp của các cơ sở dịch vụ du lịch, các sở, ban ngành, đặc biệt là sở du lịch để có thể thống nhất nội dung đào tạo, thời gian đào tạo, đi đến sự chuẩn hóa cho chất lượng nhân lực.

Nguồn thuyết minh viên tại điểm phần lớn là cộng tác viên. Họ thường làm hai công việc song song hoặc là những người đã về hưu nên đội ngũ lao động này có những biến động nhất định. Vì vậy, việc mở lớp đào tạo thuyết minh viên tại điểm ở các địa phương phải tổ chức thường xuyên.

Theo thống kê năm 2015, mạng lưới các trường đại học và cao đẳng ở đồng bằng sông Cửu Long bao gồm 45 trường phân bố tương đối đồng đều trong vùng, trong đó có 17 trường đại học và 28 trường cao đẳng. Riêng Thành phố Cần Thơ có 5 trường đại học và 5 trường cao đẳng. Ít nhất mỗi tỉnh có một trường đại học hoặc một trường cao đẳng. Phần lớn các trường này đều có đào tạo ngành du lịch hoặc các ngành liên quan đến du lịch. Với mạng lưới đào tạo phủ rộng trên khắp địa bàn, các địa phương hoàn toàn có khả năng chủ động trong việc đào tạo nhân lực đáp ứng nhu cầu trong ngành du lịch. Trong đó, đào tạo nguồn thuyết minh viên tại điểm tại các cơ sở giáo dục địa phương ở đồng bằng sông Cửu Long có nhiều thuận lợi nhất định: phát huy vai trò đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ của các trường đại học và cao đẳng địa phương, tiết kiệm chi phí đi lại, linh hoạt thời gian học tập phù hợp với công việc của người học... và đặc biệt người dạy là người công tác tại địa phương sẽ có

những hiểu biết sâu sắc về lịch sử, văn hóa – xã hội địa phương. Đây là một yếu tố rất quan trọng trong đào tạo hướng dẫn viên du lịch tại điểm khai thác chuyên sâu văn hóa địa phương. Ngoài ra, các cơ sở giáo dục địa phương sẽ thuận lợi cho hoạt động thực hành trong chương trình đào tạo.

Thuyết minh viên tại điểm là người góp phần trực tiếp vào công tác giữ gìn và truyền bá truyền thống lịch sử, văn hóa địa phương đến với du khách. Vì vậy, chính quyền địa phương cần có những chính sách quan tâm, động viên tinh thần và vật chất đối với đội ngũ lao động này để giúp họ thêm yêu nghề và gắn bó với nghề. Đây cũng là một hình thức bảo tồn và phát huy bản sắc dân tộc thiết thực.

3. KẾT LUẬN

Nghiên cứu của chúng tôi về thực trạng nguồn thuyết minh viên tại điểm trong xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long. Trên cơ sở quan sát và phân tích dữ liệu từ phỏng vấn sâu, chúng tôi có một số kết luận như sau:

1. Thuyết minh viên tại điểm có vai trò rất quan trọng trong việc truyền đạt thông tin sản phẩm du lịch, và “thổi hồn” cho sản phẩm du lịch trong xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long, đặc biệt trong bối cảnh hậu đại dịch Covid - 19.

2. Thực trạng nguồn thuyết minh viên tại điểm ở đồng bằng sông Cửu Long hiện nay còn nhiều hạn chế về chất lượng và số lượng. Công tác đào tạo chưa được chú trọng, đối phó, chưa đầu tư cho chất lượng.

3. Giải pháp để có nguồn thuyết minh viên tại điểm chuyên nghiệp cần đánh giá đúng vai trò của đội ngũ lao động này. Từ đó, các cơ quan quản lý nhà nước cần có thống nhất chương trình đào tạo, thời gian đào tạo, chú trọng thực hành, khai thác văn hóa địa phương. Các trường Đại học, Cao đẳng khu vực đồng bằng sông Cửu Long là các đơn vị có nhiều lợi thế trong đào tạo lực lượng lao động. Vì vậy, các cơ sở đào tạo địa phương cần vào cuộc và đóng vai trò theo chốt trong nhiệm vụ cung cấp nguồn hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao cho địa phương, góp phần thúc đẩy du lịch

sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn mà mục tiêu của nhiều tỉnh thành trong khu vực đã đặt ra.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Omotayo Adewale Osibanjo và Anthonia Adeniji (2012), *Human Resource Management: Theory and Practice*, Pumark Nigeria.
2. Robert L. Mathis (2006), *John H. Jackson, Human Resource Management*, Thomson South-Western.
3. Đoàn Thị Mỹ Hạnh (2021), *Tạo niềm tin cho du khách về an toàn sức khỏe tại điểm đến Đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam*.
4. Tổng cục Thống kê (2021), *Du lịch năm 2020 lao đao vì Covid -19*. <https://www.gso.gov.vn/dulieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/du-lich-nam-2020-lao-dao-vi-Covid-19/>.
5. Tổng cục du lịch (2020), *Số liệu thống kê*.
6. Tổng cục du lịch (2021), *Số liệu thống kê*.
7. Tổng cục du lịch (2022), *Số liệu thống kê*.
8. Tổng cục Du lịch (2019), *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2019*, Nhà xuất bản Lao Động.

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH DỰA TRÊN NGUỒN NHÂN LỰC: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI

ThS. Nguyễn Thị Thúy Hằng¹

Tóm tắt: Nhận thức được vai trò của nguồn nhân lực đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp du lịch nói riêng trong cơ chế thị trường, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập, nghiên cứu đã tập trung làm rõ một số vấn đề lý luận về vai trò của nguồn nhân lực trong cạnh tranh, đặc biệt là đánh giá năng lực nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch.

Dựa trên những vấn đề lý luận và mô hình đánh giá tổng hợp năng lực nguồn nhân lực của doanh nghiệp, nghiên cứu đã thực hiện việc đánh giá thực trạng năng lực nguồn nhân lực của Tổng công ty Du lịch Hà Nội, một trong những doanh nghiệp du lịch hàng đầu của Du lịch Việt Nam.

Thông qua kết quả đánh giá, bước đầu đã xác định được những hạn chế về năng lực cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực. Đây chính là cơ sở thực tiễn để tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực của Tổng công ty Du lịch Hà Nội.

Kết quả nghiên cứu là tài liệu hữu ích không chỉ có ý nghĩa về lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn để các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp du lịch tham khảo trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên năng lực nguồn nhân lực.

Từ khóa: cạnh tranh, nguồn nhân lực, năng lực nguồn nhân lực, doanh nghiệp du lịch.

1. SỰ CẦN THIẾT CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

Cạnh tranh luôn song hành với phát triển doanh nghiệp trong cơ chế thị trường, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập. Có nhiều yếu tố cấu thành nên năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, tuy nhiên nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng nguồn nhân lực luôn được xem là yếu tố nền tảng và quan trọng nhất mang ý nghĩa quyết định. Chính vì vậy cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực luôn là phương thức mang tính chiến lược và bền vững được nhiều doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp du lịch ưu tiên lựa chọn.

¹ Trường Đại học Thủ đô Hà Nội.

Cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực là khả năng vượt trội của doanh nghiệp trong việc giành lợi thế chiếm lĩnh thị trường được quyết định bởi năng lực của đội ngũ lao động về trí lực, tâm lực và thể lực thể hiện qua sự sáng tạo, khả năng thích ứng, năng suất và hiệu quả lao động.

Cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch cũng không phải là ngoại lệ. Với tư cách là ngành kinh tế dịch vụ – ngành kinh tế được ưu tiên phát triển ở nhiều quốc gia trong quá trình cơ cấu lại nền kinh tế, việc nghiên cứu nâng cao năng lực cạnh của doanh nghiệp du lịch luôn thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, các nhà quản lý và của chính các doanh nghiệp du lịch. Tuy nhiên, nghiên cứu nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực là một trong những hướng nghiên cứu còn mới, vì vậy, việc thực hiện nghiên cứu đối với các doanh nghiệp du lịch hàng đầu như Tổng công ty du lịch Hà Nội – một trong những doanh nghiệp du lịch có bề dày lịch sử và luôn nằm trong nhóm các doanh nghiệp Du lịch hàng đầu ở Việt Nam có ý nghĩa quan trọng không chỉ về lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn.

2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ LÝ LUẬN

2.1. Vai trò nguồn nhân lực trong cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch

Cạnh tranh là một phần tất yếu đối với sự phát triển của mỗi doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh vận hành theo cơ chế thị trường, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập với khu vực và quốc tế. Các doanh nghiệp Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội mở rộng thị trường khi Việt Nam hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, đặc biệt là Việt Nam tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, việc nâng cao năng lực cạnh tranh trở thành vấn đề sống còn của doanh nghiệp.

Cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực của các doanh nghiệp du lịch, trong đó có Tổng công ty Du lịch Hà Nội (Hanoitourist) cũng không phải là ngoại lệ.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng doanh nghiệp tạo ra được lợi thế cạnh tranh, có khả năng tạo ra năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thỏa mãn tốt hơn các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam cũng được hiểu theo quan niệm này.

Sức cạnh tranh của doanh nghiệp phụ thuộc vào nhiều yếu tố như nguồn lực vật chất (tài chính, cơ sở vật chất kỹ thuật), công nghệ, nhân lực, sản phẩm, thị trường (nghiên cứu, định vị) và marketing (truyền thông, xúc tiến quảng bá, phân phối, giá) trong đó năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp du lịch nói riêng đóng vai trò nền tảng bởi:

- *Thứ nhất*, nguồn nhân lực là nguồn lực chủ yếu tạo lợi nhuận cho doanh nghiệp, theo đó nguồn nhân lực không chỉ là yếu tố quyết định hoạt động của doanh nghiệp mà còn là yếu tố sáng tạo để tạo ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường và các giá trị gia tăng, qua đó tạo doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp.

- *Thứ hai*, nguồn nhân lực là nguồn lực quan trọng mang tính chiến lược, theo đó trong điều kiện xã hội đang chuyển từ kinh tế sản xuất hàng hóa, dịch vụ truyền thống sang nền kinh tế tri thức, thì các nhân tố sáng tạo, đổi mới ngày càng chiếm vị trí quan trọng. Chính vì vậy, trong xu thế phát triển này, nguồn nhân lực sẽ ngày càng trở nên quan trọng trong chiến lược phát triển của mỗi doanh nghiệp.

- *Thứ ba*, trong các nguồn lực, nguồn nhân lực được coi là nguồn lực phát triển với ưu thế nổi bật là không có "giới hạn" nếu nguồn nhân lực được chú trọng, sử dụng có hiệu quả, qua đó góp phần đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Như vậy, có thể thấy cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực xét cho cùng chính là năng lực nguồn nhân lực bởi nguồn nhân lực luôn đóng vai trò quyết định và bao trùm đối với sự phát triển cũng như năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vận hành trong cơ chế

thị trường. Trong nhiều trường hợp, vốn và công nghệ có thể huy động và thực hiện, nhưng để xây dựng được một đội ngũ nhân sự có trình độ, nhiệt tâm, có khả năng thích ứng và làm việc có hiệu quả thì sẽ rất khó khăn, tốn kém, cần nhiều thời gian. Vì thế, để có thể phát triển một cách bền vững với năng lực cạnh tranh cao, một doanh nghiệp, bất luận lớn hay nhỏ, cần phải tập trung xây dựng năng lực nguồn nhân lực, đồng thời phát huy được năng lực đó qua các giai đoạn của chu kỳ phát triển doanh nghiệp. Chất lượng nguồn nhân lực sẽ quyết định sự thành bại trong cạnh tranh.

Theo Giáo sư Letter C. Thurow – nhà kinh tế và quản trị học thuộc Học viện Công nghệ Kỹ thuật Massachusetts (MIT), một doanh nghiệp chỉ có thể tồn tại và phát triển nếu doanh nghiệp đó sở hữu nguồn nhân sự chất lượng cao, có đạo đức, văn hóa và được trang bị kỹ năng làm việc hiệu quả. Hơn thế nữa, với việc chú trọng phát triển vào công tác nhân sự và đào tạo, các nhà quản trị doanh nghiệp có thể dự báo và ứng phó kịp thời trước những sự thay đổi ngày càng nhanh chóng từ môi trường bên ngoài để đảm bảo tính cạnh tranh của doanh nghiệp mình.

Nhận thức về cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực đối với phát triển doanh nghiệp du lịch vận hành theo cơ chế thị trường trong bối cảnh hội nhập và tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng không phải là ngoại lệ, theo đó *“Năng lực cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực là khả năng vượt trội của doanh nghiệp trong việc dành lợi thế chiếm lĩnh thị trường được quyết định bởi năng lực của chính đội ngũ lao động thể hiện qua năng suất và hiệu quả lao động”*.

Như vậy có thể thấy năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp là đối tượng cần nghiên cứu và đánh giá khi đề cập đến năng lực cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực của doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp du lịch nói riêng.

2.2. Đánh giá năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp du lịch

Thực tế cho thấy, mỗi ngành nghề đều có tính đặc thù riêng tạo nên đặc điểm nhân lực của ngành. Nhân lực trong lĩnh vực du lịch về cơ bản có một số đặc điểm nổi bật sau:

- *Có tính chuyên môn hóa cao:* Du lịch bao gồm nhiều lĩnh vực kinh doanh như dịch vụ lữ hành, lưu trú, vận chuyển khách du lịch, điểm khu du lịch,... Mỗi lĩnh vực lại có sự phân chia sâu hơn nữa. Tại mỗi lĩnh vực kinh doanh có những vị trí, chức danh công việc khác nhau.

Để thực hiện tốt mỗi vị trí công việc đòi hỏi người lao động phải được đáp ứng được chuyên môn đặc thù. Chính vì vậy, trong hoạt động du lịch có tính chuyên môn hóa cao.

- *Không cố định về thời gian làm việc:* Với đặc thù của ngành dịch vụ, thời gian làm việc của người lao động trong ngành Du lịch là không cố định về thời gian trong ngày cũng như các ngày trong tuần. Do tính chất của công việc phục vụ, để đảm bảo dịch vụ cung ứng được gần như 24/7, do đó, phần lớn lao động làm việc trong các doanh nghiệp du lịch làm việc theo ca và cả những ngày cuối tuần, các dịp lễ, tết.

Ngoài ra đối với người lao động trong các doanh nghiệp lữ hành mà tiêu biểu là hướng dẫn viên, việc định lượng được thời gian làm việc trong ngày là rất khó khăn không giống như lao động khối hành chính.

- *Có khả năng giao tiếp tốt:* Với đặc thù của ngành dịch vụ, lao động làm việc trong ngành du lịch cũng sẽ có cơ hội gặp gỡ với nhiều người, tiếp xúc với cả khách du lịch trong và ngoài nước, sử dụng nhiều loại ngôn ngữ khác nhau và đến từ rất nhiều nền văn hóa đa dạng. Do đó, để có thể thành công trong công việc đòi hỏi người lao động phải có khả năng giao tiếp tốt.

- *Công việc có tính chất lặp lại:* Xét trong chừng mực nào đó, công việc có tính chất lặp lại cũng có thể coi là một đặc điểm của nghề. Điều này càng trở nên đúng hơn với đặc thù công việc của hoạt động lữ hành. Người hướng dẫn viên hay đội ngũ thuyết minh viên du lịch sẽ cung cấp bài thuyết minh cho khách nhiều lần về cùng một đối tượng tham quan. Chính vì đặc điểm này, để công việc của mình tránh khỏi sự đơn điệu, nhàm chán, những người làm nghề cần có lòng yêu nghề, luôn trau dồi kiến thức và kỹ năng.

Đặc điểm công việc trong lĩnh vực du lịch đòi hỏi người lao động phải đáp ứng được những yêu cầu cơ bản của nghề gồm: kiến thức, kỹ năng nghề và hành vi, thái độ; kỹ năng giao tiếp và sức khỏe.

– *Yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và hành vi, thái độ*: Khách du lịch thực hiện chuyến du lịch với nhiều mục đích nhưng một trong những mục đích phổ biến là trải nghiệm và nâng cao hiểu biết.

Để đáp ứng được yêu cầu này của khách du lịch, những người trực tiếp phục vụ du khách như hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch, nhân viên trong các cơ sở dịch vụ cần phải có kiến thức sâu rộng về các lĩnh vực khác nhau như địa lí, lịch sử văn hóa, phong tục tập quán cộng đồng địa phương,...

– *Yêu cầu về kỹ năng giao tiếp*: Trong quá trình du lịch, khách du lịch sẽ không chấp nhận những hành vi, thái độ không phù hợp của nhân viên phục vụ. Chính vì vậy, một trong số những kỹ năng đặc thù của nhân viên du lịch là kỹ năng giao tiếp để đảm bảo sự hài lòng của khách trong quá trình tương tác. Do đó, một trong những yêu cầu quan trọng đối với đội ngũ lao động ngành Du lịch là phải có kỹ năng giao tiếp tốt bằng các hình thức ngôn từ và phi ngôn từ.

– *Yêu cầu về sức khỏe*: Đây là một trong những yêu cầu cần thiết, đặc biệt đối với lao động trong lĩnh vực lữ hành. Với tính chất công việc thường xuyên phải di chuyển trên các loại phương tiện vận chuyển khác nhau nên đòi hỏi người lao động phải đáp ứng được yêu cầu về sức khỏe. Việc làm việc theo ca, đảm bảo dịch vụ được cung cấp 24/7 cũng bị quyết định bởi yếu tố sức khỏe của người lao động.

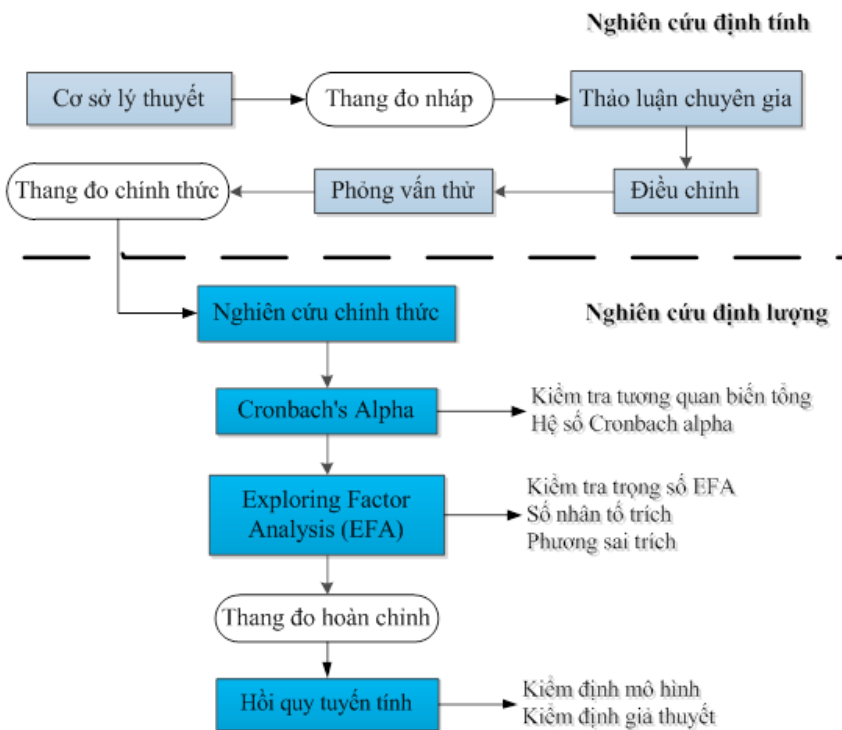
Dựa trên những yêu cầu cơ bản trên đối với người lao động trong các doanh nghiệp du lịch, kết hợp với những yêu cầu chung của nhân lực trong các doanh nghiệp, các yếu tố chính tham gia mô hình đánh giá năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp du lịch sẽ bao gồm: nhận thức và thái độ, trình độ hiểu biết, kỹ năng và hành vi, kinh nghiệm, khả năng sáng tạo, khả năng thích ứng với thay đổi và văn hóa doanh nghiệp.

Phụ thuộc vào đặc điểm yêu cầu đối với người lao động thuộc nhóm nhân lực khác nhau của doanh nghiệp gồm: 1) lãnh đạo

doanh nghiệp, 2) quản lý các phòng/ban hoặc các bộ phận kinh doanh và 3) lao động trực tiếp, những yếu tố cụ thể với các biến đo lường tương ứng có thể có sự khác nhau.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Việc đánh giá năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp đối với từng nhóm nhân lực cụ thể của doanh nghiệp dựa trên việc xử lý các số liệu sơ cấp có được thông qua phỏng vấn chuyên gia và điều tra xã hội học bằng mô hình sau (Hình 1). Đây là mô hình nghiên cứu phổ biến trong các nghiên cứu mang tính định lượng hiện nay trong lĩnh vực khoa học xã hội, trong đó có du lịch.



Hình 1: Mô hình đánh giá năng lực nguồn nhân lực doanh nghiệp

Năng lực nguồn nhân lực chung của doanh nghiệp sẽ là tổng hợp năng lực riêng của từng nhóm nhân lực trong doanh

nghiệp được xác định bằng phương pháp đánh giá tổng hợp theo công thức:

$$NLC = \sum^n [(NL_1 = R_1 \times K_1) + (NL_2 = R_2 \times K_2) + \dots + (NL_n = R_n \times K_n)] / n$$

Trong đó:

NLC là năng lực chung nguồn nhân lực của doanh nghiệp

NL₁, NL₂, ... NL_n: năng lực của từng nhóm nhân lực trong doanh nghiệp

R: trọng số chỉ vai trò của từng nhóm trong năng lực chung có giá trị nguyên từ 1- n

K: số điểm thực trạng năng lực theo thang điểm từ 1 - 5

Đây là phương pháp đánh giá tổng hợp các nhân tố được sử dụng khá phổ biến trong các nghiên cứu thuộc lĩnh vực khoa học xã hội. Ưu điểm của phương pháp là đơn giản, dễ áp dụng tuy nhiên nhược điểm chính của phương pháp là độ chính xác của kết quả đánh giá phụ thuộc vào ý kiến của chuyên gia và số lượng mẫu được lựa chọn.

Việc sử dụng mô hình và phương pháp đánh giá tổng hợp năng lực nguồn nhân lực sẽ làm rõ được thực trạng năng lực nguồn nhân lực của doanh nghiệp cũng như qua đó xác định rõ được những vấn đề đặt ra để từ đó làm căn cứ đề xuất các giải pháp phù hợp để nâng cao năng lực nguồn nhân lực, qua đó góp phần tích cực để tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

4. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC NGUỒN NHÂN LỰC CỦA TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI (HANOITOURIST)

Nhận thức về cạnh tranh dựa trên nguồn nhân lực và tiếp cận nghiên cứu với việc sử dụng mô hình đánh giá định lượng đã được áp dụng nghiên cứu thực trạng nguồn nhân lực của Tổng công ty Du lịch Hà Nội (Hanoitourist) với mục đích làm sáng tỏ những vấn đề đặt ra hiện nay đối với nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch, qua đó đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực nguồn nhân lực, qua đó góp phần tăng cường sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập của du lịch Việt Nam.

Hanoitourist, tiền thân là Công ty Du lịch Hà Nội được thành lập ngày 25/3/1963, trực thuộc Công ty Du lịch Việt Nam và sau đó

là Tổng cục Du lịch. Từ năm 1995, Công ty trực thuộc Sở Du lịch, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội.

Ngày 12/7/2004, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội đã ban hành Quyết định số 106/2004/QĐ-UB về việc thành lập Hanoitourist hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - Công ty con, trên cơ sở sắp xếp, sáp nhập một số doanh nghiệp có cùng ngành kinh doanh chính là du lịch trên địa bàn Thành phố.

Thực hiện Nghị định số 25/2010/NĐ-CP ngày 19/3/2010 của Thủ tướng Chính phủ về chuyển đổi Công ty Nhà nước thành Công ty TNHH một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu, Hanoitourist đã chuyển đổi sang mô hình Công ty TNHH một thành viên theo Quyết định số 3460/QĐ-UBND ngày 13/7/2010 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội.

Lĩnh vực sản xuất kinh doanh chính của Hanoitourist là kinh doanh lữ hành quốc tế và nội địa; kinh doanh khách sạn, nhà hàng; cho thuê văn phòng; kinh doanh thương mại; vui chơi giải trí và các dịch vụ về du lịch.

Với những thành tích xuất sắc đã đạt được, Tổng công ty Du lịch Hà Nội đã vinh dự được Đảng, Nhà nước tặng thưởng Huân chương Lao động hạng Ba (năm 2010), Huân chương Lao động hạng Nhì (năm 2014), Công ty mẹ - Tổng công ty Du lịch Hà Nội được tặng thưởng Huân chương Độc lập hạng Ba (năm 2010), nhiều tập thể, cá nhân được tặng Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ và của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội.

Tổng số lao động của Hanoitourist là 5.200 người, trong đó số nhân lực tại Công ty mẹ là 420 người gồm: 06 lãnh đạo, 42 quản lý và 378 lao động trực tiếp. Đây chính là nguồn nhân lực quan trọng, có ý nghĩa quyết định đến năng lực cạnh tranh của Hanoitourist trong quá trình hoạt động phát triển. Nghiên cứu được thực hiện trên tổng số 420 lao động thuộc Công ty “mẹ” của Hanoitourist

Kết quả xử lý số liệu điều tra xã hội học đối với năng lực nguồn nhân lực tại Tổng công ty Du lịch Hà Nội bằng mô hình và phương pháp đánh giá tổng hợp đã đề cập ở trên cho thấy:

- Đối với nhóm nhân lực là lãnh đạo, yếu tố “Trình độ chuyên môn” và “Kinh nghiệm quản lý điều hành” được đánh giá cao với số điểm gần tuyệt đối (4,92 và 4,86/5,0), tuy nhiên yếu tố “Tổ chức điều hành” trong đó có biên quan sát: “Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực” và “Xây dựng văn hóa doanh nghiệp” có điểm đánh giá chưa được như kỳ vọng với số điểm là 4,57/5,0.

- Đối với nhóm nhân lực là quản lý, yếu tố được đánh giá cao nhất là “Khả năng quản lý, điều hành” với số điểm 4,81/5,0. Tiếp đến là các yếu tố: “Kinh nghiệm” (4,74), “Trình độ” (4,62), “Nhận thức và thái độ” (4,51), “Tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp” (4,34), “Khả năng sáng tạo” (4,23).

- Đối với nhóm nhân lực là lao động trực tiếp, yếu tố “Kỹ năng và hành vi” được đánh giá cao nhất với số điểm 4,82/5,0. Tiếp đến là các yếu tố: “Thực hiện văn hóa doanh nghiệp” (4,75), “Nhận thức và thái độ” (4,62), “Kiến thức chuyên ngành” (4,54), “Khả năng sáng tạo” (4,32) và “Kinh nghiệm” (4,19).

Năng lực chung nguồn nhân lực của Tổng công ty Du lịch Hà Nội là tổng hợp năng lực của các 03 nhóm nhân lực thành phần được xác định theo phương pháp đánh giá tổng hợp. Kết quả cho thấy thực hiện nay năng lực chung nguồn nhân lực của Tổng công ty Du lịch Hà Nội đạt mức “Cao”, tuy nhiên điểm số đánh giá 67/100 (nằm trong khoảng 66 – 85/100 thuộc mức “Cao”) là rất gần với điểm số mức “Trung bình” (51– 65/100 điểm). Vì vậy kết quả đánh giá này cho thấy Hanoitourist cần quan tâm hơn đến việc nâng cao năng lực nguồn nhân lực, qua đó tăng được sức cạnh tranh với các “đối thủ” trong hoạt động kinh doanh và phát triển doanh nghiệp.

Tình trạng trên về năng lực nguồn nhân lực của Hanoitourist được xem là điển hình cho doanh nghiệp du lịch bởi Hanoitourist luôn được xem là một trong những doanh nghiệp du lịch không chỉ tiêu biểu cho Hà Nội và còn trong cả nước.

Dựa trên phân tích các thông tin và số liệu thứ cấp có liên quan, nguyên nhân của tình trạng trên bao gồm:

- Nhận thức của lãnh đạo doanh nghiệp về vai trò nguồn nhân lực trong việc tạo lợi thế cạnh tranh còn hạn chế, vì vậy, ảnh hưởng đến 02 yếu tố quan trọng đối với cạnh tranh là xây dựng Chiến lược phát triển nguồn nhân lực và xây dựng văn hóa doanh nghiệp của Hanoitourist.

- Trình độ chuyên môn và kỹ năng nghề của đội ngũ, đặc biệt là nhóm nhân viên trực tiếp còn hạn chế. Đối với đội ngũ quản lý, đó là khả năng tổ chức điều hành, khả năng thuyết phục sự đồng thuận của nhân viên. Đối với đội ngũ lao động trực tiếp, đó là kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

- Thiếu chính sách khuyến khích và tạo môi trường sáng tạo, theo đó số lượng các sáng kiến nâng cao hiệu quả công việc còn hạn chế.

- Chưa chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Đây được xem là nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng đến môi trường làm việc, quan hệ với các đối tác và khách hàng của công ty thời gian qua.

- Thiếu chính sách trọng dụng và giữ chân nhân sự chất lượng cao, theo đó tay Hanoitourist đã có những chính sách nhất định, những chính sách đó chưa thực sự đủ “mạnh” để thực hiện vấn đề này trong thực tiễn.

- Chưa thực sự chú trọng quy trình tuyển chọn nhân sự, theo đó ít có sự thay đổi quy trình tuyển chọn nhân sự của công ty.

- Chưa chú trọng việc quản lý, đánh giá kiến thức, kỹ năng, theo đó việc đánh giá năng lực nguồn nhân lực của công ty chưa được thực hiện thương xuyên.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH DỰA TRÊN NGUỒN NHÂN LỰC CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH TỪ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỚI HANOITOURIST

Trên cơ sở phân tích kết quả đánh giá thực trạng năng lực nguồn nhân lực của Hanoitourist như một nghiên cứu trường hợp điển hình, một số giải pháp cụ thể sau cần được chú trọng nhằm nâng cao năng lực nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh mới gồm:

- *Xây dựng chiến lược phát triển nhân lực:*

Đây là một giải pháp quan trọng, theo đó, doanh nghiệp du lịch cần chú trọng đến xây dựng chiến lược phát triển nhân lực của doanh nghiệp và xem đây như một cấu thành đặc biệt của chiến lược phát triển doanh nghiệp mà mỗi doanh nghiệp du lịch, dù ở quy mô hoặc loại hình nào cần được quan tâm thực hiện. Chiến lược về phát triển nguồn nhân lực cần dựa trên mục tiêu phát triển của doanh nghiệp có tham khảo Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam và Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Nội dung của Chiến lược đào tạo phát triển nhân lực cần chú ý đối với một số vấn đề sau:

- Cần đặt trong tổng thể chiến lược nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch các vấn đề trọng tâm: thu hút, động viên, đánh giá, đào tạo và phát triển sự nghiệp,...
- Cần chuyển chú trọng từ hoạt động đào tạo, huấn luyện (training) sang việc chú trọng vào việc học tập (learning) thường xuyên liên tục của người lao động.
- Bên cạnh các kỹ năng nghiệp vụ, cần chú trọng phát triển các kỹ năng của người lao động hiện đại: sáng tạo, truyền đạt, đàm phán, quản lý xung đột, làm việc theo nhóm,...
- Đổi mới các hoạt động quản lý việc thực hiện nhiệm vụ qua đó khuyến khích áp dụng những điều học được vào công việc, tạo môi trường thuận lợi để áp dụng những điều đã học vào công việc.
- Tạo môi trường thuận lợi với các chính sách cụ thể khuyến khích người lao động không chỉ thực hiện tốt công việc của mình mà còn phát huy đầy đủ năng lực và khả năng sáng tạo của mình.

Dựa trên chiến lược phát triển nhân lực, cần xác định yêu cầu “đặt hàng” đối với các cơ sở đào tạo du lịch thông qua liên kết đào tạo, theo đó doanh nghiệp du lịch cũng sẽ tạo điều kiện để sinh viên của các cơ sở liên kết đào tạo được thực hiện chương trình thực tập tại doanh nghiệp.

- Tạo môi trường thuận lợi mà trước hết là xây dựng văn hóa doanh nghiệp để mỗi người lao động phát huy tốt nhất năng lực cá nhân

Tạo dựng sức cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch thông qua xây dựng môi trường văn hóa tích cực, lành mạnh, dân chủ, hình thành văn hoá đối thoại; hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp lao động trên cơ sở thương lượng tập thể để phát huy hiệu quả năng lực của từng tập thể, cá nhân trong mỗi doanh nghiệp du lịch. Văn hoá doanh nghiệp thể hiện qua năng lực, phẩm chất, trình độ tổ chức sản xuất kinh doanh tạo ra chất lượng sản phẩm và truyền thông giao tiếp, ứng xử thống nhất của mỗi người lao động đối với tập thể doanh nghiệp, đối với khách hàng trong mọi hoạt động kinh doanh du lịch. Việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp có thể tiến hành theo các bước là: i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp trong tương lai; ii) Xác định giá trị cốt lõi tạo nên thành công của doanh nghiệp; iii) Đánh giá môi trường văn hóa hiện tại, xác định các yếu tố văn hóa doanh nghiệp cần thay đổi, iv) Đề ra các biện pháp thu hẹp khoảng cách giữa những giá trị hiện có và các giá trị doanh nghiệp mong muốn theo các tiêu chí như: phong cách làm việc, ra quyết định, giao tiếp, ứng xử,...; v) Xác định vai trò của lãnh đạo trong việc dẫn dắt thay đổi môi trường văn hóa doanh nghiệp; vi) Soạn thảo kế hoạch hành động xây dựng văn hóa doanh nghiệp bao gồm mục tiêu, các hoạt động, thời gian, các thời điểm bắt đầu và kết thúc, các trách nhiệm cụ thể; vii) Phổ biến nhu cầu thay đổi, kế hoạch hành động và động viên tinh thần, tạo động lực, môi trường cho người lao động thực hiện các thay đổi; viii) Nhận biết các trở ngại, nguyên nhân từ chối thay đổi và xây dựng các biện pháp/giải pháp đối phó, khắc phục; ix) Thể chế hóa, mô hình hóa và củng cố sự thay đổi các giá trị văn hóa của doanh nghiệp, trong đó cần khuyến khích, động viên các hành vi theo mẫu hình lý tưởng, thiết kế hệ thống khen thưởng phù hợp với mô hình xây dựng văn hóa doanh nghiệp; x) Tiếp tục đánh giá văn hóa doanh nghiệp và thiết lập các chuẩn mực mới cần thiết, truyền bá các chuẩn mực mới của văn hóa doanh nghiệp cho nhân viên.

Tăng cường hiệu quả công tác quản trị nguồn nhân lực với việc ứng dụng công nghệ thông tin với tư cách công cụ hỗ trợ tối ưu. Một trong những công cụ hỗ trợ đắc lực theo hướng này là phần mềm quản lý nhân sự.

- Tăng cường hoạt động tự đào tạo đội ngũ với những ưu tiên sau:

- Đào tạo kỹ năng cơ bản cho các cấp quản lý của doanh nghiệp: phỏng vấn, đánh giá, bồi dưỡng và phát triển người lao động trực tiếp quản lý.

- Bồi dưỡng nâng cao “nhân quan” chiến lược cho đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp để hoàn chỉnh xây dựng và quản trị thực hiện Tầm nhìn, Sứ mạng, Văn hóa, và các chiến lược phát triển của doanh nghiệp trong bối cảnh phát triển mới.

- Bồi dưỡng kiến thức cho cấp quản lý nhân sự, chú trọng kiến thức hiện đại về quản lý tài năng (Talent Management) và quản lý vốn con người (Human Capital Management).

- Bồi dưỡng cho đội ngũ quản lý đào tạo và phát triển nhân lực tại doanh nghiệp kiến thức về xác định nhu cầu đào tạo, xây dựng chương trình đào tạo, quản lý đào tạo, đánh giá hiệu quả đào tạo,...

- Sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực:

Một trong những phản ứng tự nhiên của các doanh nghiệp để tăng tính cạnh tranh của mình là tinh giản (Downsizing), tái cơ cấu hay tái tổ chức (Restructuring/ Reorganization) với hy vọng rằng số lượng nhân viên ít hơn sẽ tiết giảm chi phí, qua đó doanh nghiệp sẽ gọn nhẹ hơn, có thể quản lý chặt chẽ hơn và hoạt động có hiệu quả hơn. Thực tế cho thấy sự giảm số lượng nhân sự không ảnh hưởng mấy đến khả năng tăng cường tính cạnh tranh doanh nghiệp. Ngược lại, trong nhiều trường hợp, doanh nghiệp có thể sẽ bị mất dần tiềm năng nhân sự quan trọng do hậu quả sự thay đổi không có mục tiêu.

Kinh nghiệm quản lý cho thấy một doanh nghiệp chỉ có thể tạo được ưu thế cạnh tranh khi có giải pháp sử dụng nguồn nhân lực một cách hiệu quả trên cơ sở yêu cầu của từng vị trí công việc với hai

nguồn nhân lực chính: nhân sự nòng cốt (Core Employees) và nhân sự thời vụ (Temporary Employees) hay nhân sự phụ (Outsourcing).

Bên cạnh đó, nhận thức được rằng việc xây dựng một bộ máy đủ gọn với những con người tinh thông nghề nghiệp chính là nhân tố để mang đến thành công, việc có được đội ngũ cán bộ nhân viên chuyên nghiệp là yếu tố rất quan trọng để đem đến sự khác biệt và tạo ra sức mạnh điều hành của doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh nguồn nhân lực đang diễn ra ngày càng gay gắt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. *“Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch giai đoạn 2011 - 2020”*. Hà Nội, 2010.
2. Nguyễn Sinh Cúc. “Nguồn nhân lực và phát triển nguồn nhân lực”. Tạp chí *Lý luận chính trị*, số 2/2014.
3. Nguyễn Văn Lưu. *Phát triển nguồn nhân lực du lịch - Yếu tố quyết định phát triển du lịch bền vững*. Nxb Văn hóa – Thông tin, Hà Nội, 2013.
4. Phạm Trung Lương. “Văn hóa doanh nghiệp trong hoạt động phát triển du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ: Thực trạng và giải pháp”. Tạp chí *Du lịch*, số 3/2020.
5. Phạm Trung Lương. “Phát triển nguồn nhân lực quản trị cấp cao trong lĩnh vực khách sạn tại khu vực Duyên hải miền Trung”. Kỷ yếu Hội thảo *Phát triển nguồn nhân lực quản trị cấp cao trong lĩnh vực khách sạn*. Nha Trang, ngày 28/8/2020.
6. Tổng cục Du lịch. *Giáo trình bồi dưỡng nghiệp vụ thuyết minh viên du lịch*. Hà Nội, 2016.
7. Vũ Thị Ngọc Phùng. *Giáo trình Kinh tế phát triển*. Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội, 2006.
8. Lê Anh Tuấn. “Giải pháp trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển ngành du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ 4”. Kỷ yếu Hội thảo quốc gia *Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0*. Nha Trang, 2019.

HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ HIỆU QUẢ LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI MỘT SỐ CÔNG TY LỮ HÀNH

NCS. Vũ Thị Nhung¹

Tóm tắt: Ngành Du lịch là một ngành dịch vụ với sản phẩm chủ yếu là dịch vụ du lịch. Một tổ chức sở hữu lực lượng lao động có chất lượng sẽ được kiểm chứng thông qua hiệu quả công việc của người lao động. Do đó, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng đủ các yêu cầu, điều kiện đặt ra từ thực tế là hết sức quan trọng và mang tính quyết định đến chất lượng du lịch và hiệu quả của các tổ chức du lịch. Tuy nhiên, các tác động đến hiệu quả công việc của người lao động trong các công ty lữ hành (tác giả nghiên cứu điển hình một số doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hà Nội) vẫn chưa được nghiên cứu và xem xét một cách khoa học. Mục tiêu của nghiên cứu là các yếu tố tác động của công tác đào tạo nguồn nhân lực đến hiệu quả công việc của nhân viên tại một số công ty lữ hành, từ đó khuyến nghị một số giải pháp trong đào tạo nhằm nâng cao hiệu quả công việc của nhân viên tại các công ty lữ hành này.

Từ khóa: Đào tạo; nguồn nhân lực; lữ hành; hiệu quả làm việc.

TRAINING ACTIVITIES FOR TOURISM HUMAN RESOURCES AND EMPLOYEE PERFORMANCE EFFECTIVENESS AT SOME TRAVEL COMPANIES

Abstract: Tourism is a service industry that mainly provides tourism services. An employer with high-quality workforce will be demonstrated by its employees' performance. Therefore, a training of tourism workforce to meet actual requirements and conditions is crucial and decisive for quality of tourism services as well as effectiveness of tourism employers. However, the impacts on employee performance of travel companies in Hanoi have not been scientifically researched and assessed. This study aims to study the influencing factors of human resources development on employees' performance in some travel companies in Hanoi, thus making recommendations to enhance their performance.

Keyword: Training; human resources; tourism; employees' performance.

¹ Khoa Du lịch, Đại học Công nghệ Đông Á.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nguồn nhân lực hay lực lượng lao động trong một tổ chức luôn được coi là yếu tố đóng vai trò cốt lõi trong bất cứ tổ chức nào, và ngày càng nhiều tổ chức ở mọi lĩnh vực đang đầu tư vào nguồn lực này để gia tăng khả năng cạnh tranh và sự thành công của tổ chức. Phát triển nguồn nhân lực (human resource development) được xem như là một quá trình có tính hệ thống nhằm hướng đến việc cải thiện các năng lực của cá nhân hay một nhóm người lao động thông qua việc đào tạo và phát triển, phát triển nghề nghiệp chuyên môn, và các thực tiễn phát triển tổ chức để đạt được những hiệu quả vượt trội.

Ngành Du lịch là một ngành dịch vụ với sản phẩm chủ yếu là dịch vụ du lịch. Nhân lực ngành Du lịch, bao gồm toàn bộ các nhân lực trực tiếp và gián tiếp tham gia vào quá trình phục vụ khách du lịch, đóng vai trò trực tiếp trong quá trình cung ứng sản phẩm du lịch. Việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng đủ các yêu cầu, điều kiện đặt ra từ thực tế là hết sức quan trọng và mang tính quyết định đến chất lượng du lịch và hiệu quả của các tổ chức du lịch.

Hiện nay, trải nghiệm du lịch của khách hàng tại một điểm đến thường xuất phát từ sự hài lòng ban đầu thông qua các hoạt động dịch vụ lý hành. Một dịch vụ lý hành tốt sẽ góp phần tạo ra một điểm đến tốt. Tuy nhiên, hiện nay, người lao động tại các công ty lý hành chưa thực sự được đào tạo bài bản, chất lượng hoặc ít khi được các công ty lý hành du lịch chú trọng quan tâm. Do đó, các tác động của hoạt động đào tạo đến hiệu quả công việc của người lao động trong các công ty lý hành vẫn chưa được nghiên cứu và xem xét một cách khoa học. Vì vậy, chúng tôi lựa chọn chủ đề tham luận: “Hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch và hiệu quả làm việc của nhân viên tại một số công ty lý hành” với mong muốn kết quả nghiên cứu sẽ góp phần đưa ra một bức tranh tổng thể về thực trạng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng tại các cơ sở đào tạo tác động đến hiệu quả làm việc của nhân viên tại các công ty đồng thời tác động đến hiệu quả công việc của người lao động, từ đó đề xuất

những giải pháp tích cực trong đào tạo nhằm nâng cao hiệu quả công việc của nhân viên và góp phần nâng cao cảm xúc của khách hàng tại mỗi điểm đến.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.1. Nguồn nhân lực trong ngành Du lịch

Nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng trong hoạt động kinh doanh du lịch bởi tính đặc thù của sản phẩm dịch vụ du lịch. Theo Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2008), nguồn nhân lực du lịch là lao động trực tiếp và gián tiếp tác động vào ngành Du lịch và của mỗi doanh nghiệp kinh doanh trên lĩnh vực du lịch [1].

Theo *Đinh Thị Hải Hậu (2014)*, nguồn nhân lực du lịch có thể được hiểu là lực lượng lao động trong ngành Du lịch bao gồm lao động trực tiếp và lao động gián tiếp thể hiện thông qua số lượng, chất lượng và cơ cấu lao động [3].

Trong phạm vi nghiên cứu này, nguồn nhân lực du lịch được hiểu: *“Nguồn nhân lực du lịch là toàn bộ lao động tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào các hoạt động du lịch thể hiện thông qua số lượng, chất lượng và cơ cấu lao động”*. Hoạt động du lịch ở đây là hoạt động của các bên tham gia cung ứng sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch hoặc các hoạt động của các cơ quan liên quan nhằm quản lý nhà nước về du lịch. Trong đó, nguồn nhân lực du lịch trực tiếp trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành là nguồn nhân lực trực tiếp tham gia quá trình xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch. Bao gồm nguồn nhân lực du lịch thuộc các nhóm chính như nghiệp vụ lữ hành, điều hành chương trình du lịch (điều hành tour), hướng dẫn du lịch.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu và xây dựng thang đo

Trong phạm vi nghiên cứu này, sự tác động của đào tạo nguồn nhân lực du lịch đến hiệu quả công việc trong ngành Du lịch được xác định là sự tác động của ba yếu tố, đó là đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển nghề nghiệp cho nhân viên, và phát triển tổ chức.

Thứ nhất, theo Zumrah và cộng sự (2013), những nhân viên tham gia chương trình đào tạo và phát triển sẽ áp dụng các kỹ năng, kiến thức và khả năng mới vào công việc của họ, từ đó dẫn đến thái độ và năng lực tốt hơn trong việc thực hiện công việc của họ [7]. Đầu tư của doanh nghiệp vào đào tạo, giáo dục và học tập của tổ chức có tiềm năng nâng cao hiệu quả đối mới. Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết rằng: “Đào tạo nhân viên trong ngành Du lịch, cụ thể ở đây là các công ty lữ hành, có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả công việc” tác giả đặt tên là DT (H1).

Thứ hai, theo Zumrah và cộng sự (2013) việc nâng cao chuyên môn nghề nghiệp cho nhân viên là hoạt động có mối quan hệ trực tiếp đối tới việc cải thiện hiệu quả công việc [7], từ đó đảm bảo và nâng cao hiệu quả của tổ chức. Dựa trên những đóng góp trên, giả thuyết thứ hai có thể được rút ra như sau: “Nâng cao chuyên môn nghề nghiệp cho nhân viên trong ngành Du lịch, cụ thể ở đây là các công ty lữ hành, có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả công việc” tác giả đặt tên là NCCM (H2).

Thứ ba, theo Trần Sơn Hải (2010), hoạt động phát triển tổ chức đã được nghiên cứu về mối quan hệ với hiệu quả công việc [2]. Phát triển tổ chức nhằm cải thiện hiệu quả hoạt động của các cá nhân, nhóm và toàn bộ tổ chức. Cụ thể, phát triển tổ chức là một quá trình toàn hệ thống và nỗ lực có kế hoạch được quản lý từ cấp cao nhất, với mục tiêu nâng cao hiệu quả của tổ chức thông qua các hoạt động can thiệp và kinh nghiệm đào tạo có kế hoạch. Dựa trên các nghiên cứu trước đây về đào tạo nguồn nhân lực, nghiên cứu đưa ra giả thuyết thứ ba, đó là “Phát triển tổ chức có sự ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả công việc trong ngành Du lịch, cụ thể là trong nghiên cứu này là các công ty lữ hành” tác giả đặt tên là PTTC (H3).

Dựa trên mô hình nghiên cứu trên, tác giả tiến hành xây dựng bảng hỏi điều tra nhằm đánh giá sự tác động của các nhân tố độc lập H1, H2, H3 tác động đến biến phụ thuộc là hiệu quả công việc của nhân viên các công ty lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội như thế nào. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong mục 3 dưới đây.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Khái quát về mẫu điều tra, khảo sát

Bảng 1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Đặc điểm	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	169	100,0
Nam	58	34,3
Nữ	111	65,7
Độ tuổi	169	100,0
Từ 18 đến 22	11	6,5
Từ 23 đến 30	129	73,9
Từ 31 đến 40	23	13,6
Từ 41 đến 50	6	6,0
Trình độ đào tạo	169	100,0
Trung cấp	16	9,5
Cao đẳng, Đại học	143	84,6
Sau đại học	10	5,9
Kinh nghiệm làm việc	169	100,0
Dưới 5 năm	96	56,8
Từ 6 đến 10 năm	41	24,3
Từ 11 đến 15 năm	19	11,2
Từ 16 đến 20 năm	7	4,1
Từ 21 đến 25 năm	6	3,6

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Mẫu khảo sát của nghiên cứu được phân loại theo bốn đặc điểm là giới tính, độ tuổi, trình độ đào tạo, kinh nghiệm làm việc và được mô tả tại Bảng 1 cho thấy. Về giới tính, tỷ lệ nhân viên nam (34,3%) tham gia trả lời thấp hơn so với tỷ lệ nhân viên nữ (65,7%). Về độ tuổi, phần lớn nhân viên tham gia khảo sát nằm trong độ tuổi từ 23 đến 39 với 73,9%. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên tại các công ty/lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội tham gia khảo sát là những người lao động trẻ, tuy nhiên, cũng đã có kinh nghiệm hoạt

động du lịch lữ hành. Về trình độ đào tạo, chiếm phần lớn nhân viên có trình độ Cao đẳng và Đại học (84,6%), thấp nhất là trình độ Sau đại học với chỉ 5,9%. Về kinh nghiệm làm việc trong ngành Du lịch của những người tham gia khảo sát, tương ứng với tỷ lệ lớn người tham gia trả lời nằm trong độ tuổi trẻ, kinh nghiệm làm việc dưới 5 năm chiếm hơn một nửa (56,8%), kế tiếp là những người có kinh nghiệm từ 6 đến 10 năm (24,3%), kinh nghiệm từ 16 đến 15 năm chiếm 11,2%, và những người có kinh nghiệm từ 16 đến 20 năm chiếm 4,1%, từ 21 đến 25 năm có tỷ lệ thấp nhất là 3,6%.

3.1.2. Phân tích nhân tố khám phá và xây dựng mô hình hồi quy

Tác giả tiến hành các bước phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan Pearson. Cuối cùng, tác giả đã thu được kết quả mô hình hồi quy bên dưới đây:

Bảng 2. Kết quả hệ số hồi quy

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Beta	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Thống kê đa cộng tuyến	
	Mô hình B	Std. Error				Sig. Độ chấp nhận (Tolerance)	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
1	(Constant)	0,614	0,249		3,667	0,000	
	DT	0,021	0,084	0,064	0,730	0,466	0,441
	PTTC	0,342	0,093	0,301	3,656	0,000	0,444
	NCCM	0,343	0,085	0,342	4,097	0,000	0,457

a. Dependent Variable: HQCV

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Dựa các hệ số hồi quy chuẩn hóa, mô hình hồi quy được hiểu diễn như sau:

$$HQCV = 0,319 \times PTTC + 0,352 \times NCCM$$

Mô hình hồi quy cho biết hai yếu tố có tác động cùng chiều đối với yếu tố Hiệu quả công việc (HQC.V), trong đó yếu tố *Phát triển tổ chức (PTTC)* ($\beta = .301$, Sig. < .001) giải thích được 31,9% sự biến thiên của HQC.V, yếu tố *Nâng cao chuyên môn nghề nghiệp cho nhân viên (NCCM)* ($\beta = .342$, Sig. < .001) giải thích được 35,2% sự biến thiên của HQC.V. Như vậy, yếu tố về Phát triển nghề nghiệp cho nhân viên có tác động mạnh nhất đến Hiệu quả công việc của nhân viên ngành Du lịch tại một số công ty lữ hành.

3.2. Thảo luận và giải đáp

Kết quả phân tích các hệ số hồi quy tuyến tính cho thấy để nâng cao hiệu quả công việc cho nhân viên các công ty du lịch lữ hành cần tập trung 03 nhóm giải pháp chính đó chính là: Nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo tại các cơ sở đào tạo Đại học, Cao đẳng trong khối ngành Du lịch; Nâng cao chuyên môn cho nhân viên và Phát triển các tổ chức dịch vụ lữ hành. Từ đó tác giả đưa ra 03 nhóm giải pháp sau:

(1) Nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo tại các cơ sở đào tạo, chủ yếu là Đại học, Cao đẳng khối ngành Du lịch

Thứ nhất, cần đổi mới chương trình đào tạo và học liệu. Các cơ sở đào tạo cần liên tục cập nhật và điều chỉnh chương trình đào tạo theo xu hướng mới của ngành Du lịch và yêu cầu của thị trường lao động. Việc tích hợp các môn học về kỹ năng mềm, công nghệ thông tin, và quản lý chất lượng dịch vụ vào chương trình sẽ giúp sinh viên nắm vững kiến thức và kỹ năng cần thiết.

Thứ hai, cần cải tiến phương pháp giảng dạy. Các cơ sở đào tạo cần tạo điều kiện cho giảng viên áp dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại, linh hoạt và tương tác. Sử dụng các công nghệ giáo dục mới, phát triển các hoạt động thực hành, dự án và học tập đồng nghiệp sẽ giúp sinh viên học tập hiệu quả hơn và áp dụng kiến thức vào thực tế.

Thứ ba, phải đảm bảo chất lượng giảng viên. Các cơ sở đào tạo cần đầu tư vào việc tuyển chọn và đào tạo giảng viên có chuyên

môn cao, có kinh nghiệm thực tế trong ngành Du lịch. Đồng thời, cần tạo điều kiện để giảng viên tiếp tục nâng cao trình độ chuyên môn và sự nghiệp giảng dạy thông qua các khóa đào tạo, hội thảo chuyên ngành.

Thứ tư, thiết lập được chuẩn đầu ra đáp ứng yêu cầu doanh nghiệp lý hành: Các cơ sở đào tạo cần phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp trong ngành Du lịch để xác định và đảm bảo rằng chương trình đào tạo đáp ứng đúng nhu cầu và yêu cầu của thị trường lao động. Việc thiết lập các tiêu chuẩn đầu ra và tiêu chí đánh giá cụ thể sẽ giúp đảm bảo sinh viên có đủ kỹ năng và kiến thức để sẵn sàng tham gia vào ngành làm việc sau khi tốt nghiệp.

Thứ năm, tăng cường thực hành, thực tế, thực tập cho sinh viên khối ngành Du lịch. Các cơ sở đào tạo cần tạo điều kiện để sinh viên có cơ hội thực hành và áp dụng kiến thức được học trong môi trường thực tế. Việc hợp tác với các doanh nghiệp du lịch để tổ chức thực tập, tạo cơ hội cho sinh viên tiếp xúc và làm việc trực tiếp trong lĩnh vực du lịch sẽ giúp họ phát triển kỹ năng và kinh nghiệm thực tế, cũng như xây dựng mối quan hệ và kết nối trong ngành.

(2) Tăng cường tổ chức tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo nguồn nhân lực cho các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch

Ngành Du lịch Thành phố Hà Nội cần tập trung phát triển chương trình đào tạo theo năng lực thực hiện cho nguồn nhân lực trực tiếp trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lý hành cho du khách. Cụ thể, chương trình đào tạo cần bao gồm các nội dung sau:

– Về nghiệp vụ lý hành và điều hành tour: (1) Áp dụng hiệu quả đặc điểm về lịch sử, văn hóa, di tích kiến trúc nghệ thuật, và các điểm du lịch cơ bản của Việt Nam và Thành phố Hà Nội để phát triển sản phẩm du lịch; (2) Tư vấn và bán sản phẩm dịch vụ du lịch, cũng như tổ chức và điều hành chương trình du lịch; (3) Phát triển sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của khách hàng và thiết lập mối quan hệ với đối tác; (4) Điều hành tổ chức chương trình du lịch theo quy trình và xử lý tình huống hiệu quả;

– Về nghiệp vụ hướng dẫn du lịch: (1) Sử dụng hiệu quả đặc điểm về lịch sử, văn hóa, di tích kiến trúc nghệ thuật, và các điểm du lịch cơ bản của Việt Nam và Thành phố Hà Nội trong tổ chức tham quan; (2) Xây dựng bài thuyết minh phù hợp với chương trình du lịch và nhu cầu của khách hàng; (3) Thực hiện hướng dẫn tham quan tại các điểm du lịch cơ bản và tổ chức các dịch vụ liên quan như lưu trú, ăn uống, và các sự kiện trong du lịch;

(3) Nhóm giải pháp về phát triển tổ chức

Để đánh giá hay đo lường được hiệu quả công việc tại các công ty lữ hành, các doanh nghiệp này cần xây dựng một hệ thống tiêu chuẩn đối với từng vị trí công việc cụ thể. Hệ thống các tiêu chí này cần rõ ràng, cụ thể có thể đo lường được xoay quanh các trụ cột: (1) Kết quả hoàn thành công việc; (2) Đóng góp cho sự phát triển của công ty; và (3) Mức độ hài lòng với công việc.

Thứ nhất, hiệu quả công việc của nhân viên được đánh giá chủ yếu thông qua kết quả công việc, là tiêu chí quan trọng và cơ bản nhất. Điều này bao gồm việc đánh giá mức độ hoàn thành, chất lượng, và hiệu quả của công việc mà nhân viên thực hiện. Để thực hiện đánh giá này, quan trọng là xác định các chỉ tiêu cụ thể, đo lường được, có thời hạn và phù hợp với vai trò, trách nhiệm và mục tiêu của từng đội nhóm/phòng ban.

Thứ hai, đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp là tiêu chí dựa trên sự gắn kết, định hướng và tác động của nhân viên đối với sứ mệnh, tầm nhìn, chiến lược và mục tiêu của doanh nghiệp. Đánh giá này thể hiện mức độ hiểu biết, ủng hộ và tham gia của nhân viên vào các hoạt động và dự án của doanh nghiệp. Để thực hiện đánh giá này, cần xác định mục tiêu và kế hoạch chiến lược của doanh nghiệp, và liên kết chúng với mục tiêu và kế hoạch cá nhân của nhân viên.

Thứ ba, mức độ hài lòng với công việc là tiêu chí dựa trên cảm xúc, ý kiến và mong muốn của nhân viên về công việc hiện tại và tương lai. Đánh giá này thể hiện mức độ thỏa mãn, hạnh phúc và trung thành của nhân viên với công ty. Để đánh giá mức độ hài

lòng với công việc, cần xác định các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của nhân viên, như môi trường làm việc, văn hóa công ty, lương thưởng, cơ hội thăng tiến, sự công nhận và phản hồi, cân bằng giữa công việc và cuộc sống. Khảo sát, lắng nghe và hiểu được cảm nhận, ý kiến và mong muốn của nhân viên về các yếu tố này cũng là một phần quan trọng của quá trình đánh giá.

Việc tạo ra các tiêu chí đánh giá chính xác, phù hợp, có thể tạo động lực thúc đẩy nhân viên nâng cao hiệu quả làm việc, các doanh nghiệp cần chú ý đến các yếu tố sau:

– Xác định các tiêu chí đánh giá phù hợp với từng vị trí công việc, phòng ban để có thể sự đánh giá chính xác, khách quan nhất đối với mỗi nhân viên khác nhau.

– Khảo sát lấy ý kiến và trao đổi với nhân viên để có những thông tin đa chiều hơn, coi việc đánh giá năng lực nhân viên như một cuộc đối thoại để giúp nhân viên tốt hơn thay vì biến nó trở thành một cuộc đối đầu, chỉ trích, phán xét nhân viên. Điều này sẽ giúp mỗi nhân viên cảm thấy được tôn trọng từ phía công ty, lắng nghe ý kiến của cá nhân họ, từ đó tạo mối liên kết giữa công ty và nhân viên giúp cho họ làm việc tốt hơn, đạt hiệu quả công việc cao hơn.

4. KẾT LUẬN

Bằng việc làm rõ cơ sở lý luận về nguồn nhân lực trong ngành Du lịch, vấn đề đào tạo nguồn nhân lực du lịch và hiệu quả công việc trong ngành Du lịch, nghiên cứu đã xác định các yếu tố về đào tạo nguồn nhân lực du lịch đến hiệu quả công việc của nhân viên trong ngành này, cụ thể ở nghiên cứu này là nhân viên tại các công ty lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Mô hình nghiên cứu được phát triển với 04 biến, trong đó có 03 biến độc lập là Đào tạo và phát triển nhân viên, Phát triển tổ chức, Nâng cao chuyên môn nghề nghiệp cho nhân viên. Và kết quả là 02 nhân tố tác động và cần các giải pháp thay đổi để Nâng cao hiệu quả nhân viên là Nâng cao chuyên môn và Phát triển tổ chức các doanh nghiệp dịch vụ lữ hành. Từ đó tác giả đề xuất 03 nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công việc.

5. Ý NGHĨA VÀ ĐÓNG GÓP MỚI CỦA NGHIÊN CỨU

Thông qua nghiên cứu này, tác giả hy vọng trong tương lai. Đây sẽ là tài liệu góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực trong các cơ sở đào tạo đại học, cao đẳng khối Du lịch nói chung và có cái nhìn tổng quan hơn về hiệu quả công việc của khối lao động dịch vụ lữ hành. Từ đó có thể xây dựng hoặc thiết kế các chương trình dạy học thiết thực hơn nữa, với mục tiêu tạo ra đội ngũ nhân sự chất lượng phục vụ trong ngành Du lịch và góp phần nâng cao giá trị và cảm xúc của khách hàng khi đến tham quan tại một điểm đến du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*. Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
2. Trần Sơn Hải (2010), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch khu vực duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên*. Luận án Tiến sĩ kinh tế, Học viện Hành chính Quốc gia, Hà Nội.
3. Đinh Thị Hải Hậu (2014), *Huy động vốn đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*. Luận án Tiến sĩ kinh tế, Học viện Tài chính.
4. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2012), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành*. Nxb Đại học kinh tế quốc dân.
5. Chu Tiến Quang (2005), *Huy động và sử dụng các nguồn lực trong phát triển kinh tế nông thôn – thực trạng và giải pháp*. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
6. Ford J. K., Baldwin T.T. và Prasad J. (2018), Transfer of training: The known and the unknown. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 201–225.
7. Zumrah A. R., Boyle, S. và Fein E.C. (2013), The consequences of transfer of training for service quality and job satisfaction: an empirical study in the Malaysian public sector. *International Journal of Training and Development*, 17(4), 279–29.

Phần VI
NGUỒN NHÂN LỰC
DU LỊCH KHÁCH SẠN - NHÀ HÀNG

SHORTEN THE GAP OF BACHELOR OF HOTEL MANAGEMENT TRAINING AT UNIVERSITIES FOR HOTEL BUSINESS ENTERPRISES IN VIET NAM

Dr. Tran Duc Thanh¹, B.A. Le Thi Hien², Stu. Nguyen Minh Tu³

***Abstract:** Training and updating actual situations in business operations at universities majoring in Hotel Management is the goal of shortening the gap in training needs between universities and employer units. To carry out this research topic, the author used 30 samples (n=30) including teaching experts in the hotel industry and officer managers working in the industry. Research content has shown significant gaps in hotel industry training with actual needs. The author interviewed a group of professionals and analyzed the existing concerns and proposed some solutions to narrow the gap in hotel human resource training between schools and employer units in the future hotel industry.*

1. INTRODUCTION

The tourism industry of Viet Nam is encountering rapid development in all aspects, the number of tourists is increasing over time after the pandemic. According to statistics from the Department of Tourism, in 2023 Viet Nam has attracted 12,6 million international visitors, and the number of domestic tourists is also increasing rapidly. Projects to develop tourist areas and large hotel complexes are built in places rich in tourism resources. The growth of the industry is a positive condition in raising the need for hotel human resources, specifically workers with better skills, expertise, more knowledge, and more multi-skills. More and more individuals are obtaining management and supervisory positions in their workplaces. This creates a requirement for trained professionals and experts with vocational education skills.

¹ Faculty of Tourism, Phenikaa University, Email: thanh.tranduc@phenikaa-uni.edu.vn.

² Center for Tourism Services and Arts Practice, Ha Long University.

³ Faculty of Hospitality – Tourism, University of Commerce.

To soon have human resources working in high-quality hotels, training based on practical operations is a significant condition in shortening the training gap between universities with majors in Hotel Management and hotel businesses nationwide. The goal of this article is to listen to the shared views of experts on human resource training in the hotel industry, from which to have better orientations for developing training programs with consistency and cohesion link to more sustainable connections in human resource development training.

2. THEORETICAL BASIS AND RESEARCH OVERVIEW

2.1. Demand for university-level training in Hotel Management

According to statistics from the Hotel Department – Viet Nam Tourism Administration in 2022, the country has about 38,000 tourist accommodation establishments, and the estimated labor demand for an average room occupancy of 70% or more is 507,037 people. However, in reality, human resources in the hotel industry only meet 70% of the demand. Therefore, expanding human resource training with university degrees in Hotel Management is an essential need for the community. According to Circular No. 02/2022/TT-BGDĐT, the conditions for opening a university training major must have guaranteed standards such as faculty, material facilities for teaching, learning, and education programs are developed together with the issuance of a decision by the Ministry of Education and Training. The above conditions are very important and mandatory in organizing training to meet the needs of learners in general. Especially for Hotel Management, the training to serve the needs of learners is largely oriented towards the ability to manage, supervise, and organize the practical operation of accommodation establishments in the context of deepening professional international integration. Most of the desired learners after graduation will have the opportunity to find a favorite job in accommodation establishments, hotels, and job positions in the operation block as staff, supervisor, or manager of the Front Office, Food and Beverage department,

and the Housekeeping department. In the operational support department, there are usually employees, managers of human resources, revenue, sales and marketing, and assistants to the board of directors. The working needs of students are often very diverse and rich, towards high positions, ensuring a certain solemnity. This is the reason for any outcome standards of Hotel Management at universities to pay attention to the goal of meeting the aspirations of trainees and satisfying the needs of using human resources of accommodation businesses. Therefore, when developing a training program in Hotel Management, training organizers often base on the mission, vision, and core values of the university as the foundation, followed by asking for opinions of experts in the field of training, research, and more experts in the field of operational management of classy, branded and prestigious hotels. With practical experience in the process of teaching Hotel Management at universities and doing executive work in hotel enterprises, on the other hand, through interviews with hotel human resource management experts, the demand for training at the undergraduate level in Hotel Management is towards meeting the outcome standards of the training program provided by the university. Learning to build and commit, however, the training needs of hotel businesses are towards the entry standards that hotel organizations expect, so training at universities will not universalize all the knowledge, skills, or job positions that hotel organizations want. This is the training gap between the university and the hotel business.

2.2. The training needs of hotel businesses

According to the author (Dinah Gould et al., 2023), training needs is a cyclical analytical process that contributes to the overall training and education strategy of employees in an organization or a professional group. The cycle begins with systematic consultation to determine the learning needs of the subject under consideration, followed by course planning, delivery and evaluation. Training needs analysis (TNA) has been applied in many professions and many different fields, including human resources, author sphinx

management (Bee and Bee, 1994), industrial (Boydell, 1976), business (Pearson, 1987) and general training (Walklin, 1991). For large hotel groups, training needs are based on their construction strategies and human resource development plans. The training programs aim to provide communication and situational skills, foreign language communication ability, skills to handle guest's complaints, and knowledge of the hotel's internal affairs such as vision, mission, and core values. Knowledge of customer source characteristics, preferential values for customers, and benefits that loyal customers of the Group enjoy. Knowledge of information technology, and the application of digital technology in hotel operation and management to serve the needs of guests staying. The training programs update customer information knowledge, knowledge related to cuisine, smart housekeeping, and especially related to the traditions of the corporation. There are also several training programs aimed at developing resource staff, talent development teams, or training programs aimed at internal evaluation of employees, training programs according to the content shared by customers through social networking sites. Training forms are also very popular, such as intranet training courses, training new employees on rules and regimes, mentoring training, and training to develop middle management capacity. Training needs of hotel enterprises are training programs that hotel enterprises need to provide training for their employees to meet the development and maintenance of human resources in customer service. The training in hotel enterprises is internal and different for different hotel enterprises and especially heterogeneous for the training activities of Hotel Management at universities. This difference will be the training gap between any business or hotel group to the Hotel Management industry of universities.

2.3. Shorten the training gap between the hotel business unit and the Hotel Management major at the university

According to Johnstone (1994), there is a significant difference between hospitality management training in general and the needs

of employers in the hospitality industry. He said that the issue of hotel education is directly related to the training needs of hotel staff. Hospitality training programs should address the necessary skills that graduates must have. However, employers have to support these job offerings, as they feel their recruits are not adequately prepared for a job start. They found that some recruits lacked the skills needed for the job, which is the training gap between the school and the employer. To bridge the training gap between the hotel business unit and the hospitality training school, according to Goodman & Sprague (1991), hospitality education programs must constantly change to meet changing needs in the hospitality industry because it operates in a very competitive environment, taking into account constantly and rapidly changing consumer trends. Therefore, hospitality training programs must pay special attention to adapting to these changes, responding to them with educational content and curricula that have practical meaning for graduates so that they have the desired competencies for the job market in which they participate. Bridging the gap between hospitality education and training and the hospitality industry requires collaboration between educators and hospitality businesses. This shows the need to build closer links between the tourism industry and training institutions. In addition, bridging the gap between hospitality education and training and the hospitality industry includes; field trips for teachers and students, longer internship periods, more practical lessons, modern equipment for practical lessons, and regular participation in practical classes. Training services for teachers, regular assessment of the curriculum, competency-based training, heavy attention to language training, and strengthening of communication courses. This finding confirms research by some researchers that the use of field trips in hospitality education can enhance the learning abilities of students and staff through experiential learning (Ritchie, 2003) (Goh, 2011).

Some universities take entirely new approaches, such as the Cornell University School of Administration, which offers a “freshman–level management principles” course. In this course,

new students are required to make a “practical” business plan and then implement that plan alongside lab work where they research, plan and implement business plans. They are also required to attend lectures by instructors called consultants. This course helps students learn through “real world” experience (Fitzgerald and Cullen, 1991). Cornell University is calling their Business Team Experience an experimental learning course. The University of Wisconsin-Stout (UW-Stout) has developed innovative projects, which sets UW-Stout apart from others in the field, including a comprehensive laboratory management program. Students are required to work and manage two on-campus dining establishments. According to Darrell VanLoenen, director of the Hotel, Restaurant, and Tourism Management program at UW-Stout, “this real-life environment allows them to test their skills and knowledge, learn from their mistakes, and celebrate their accomplishments”.

3. SAMPLES AND RESEARCH METHODS

To carry out this research, the author uses a qualitative research method, with 15 interview questions for 30 experts, including the field of training and higher education in Hotel Management with 10 lecturers; The field of hotel human resource management and hotel management with 20 people. The interview content is conducted in an appropriate environment and ensures objectivity. In-person or virtual interview methods. The interview results are carefully recorded by the author, and the recording contents are peeled off to serve the research purpose of the article. The scale of the research form is representative of the Northern, Central, and Southern regions.

The content of the interview questionnaire design is separated into two parts, with the first part including demographic information to show the reliability and feasibility of the sample. The second segment is questions that provoke the views of experts on research content. The interview results are carefully synthesized, honestly reflecting the exact content of the research.

4. RESEARCH OUTCOMES

4.1. Results of demographic analysis

Interviewees include lecturers and managers who are operating and managing human resources at hotels. The information about the interviewees is equally statistical; Gender is evenly expressed between the proportion of men and women, each accounting for 50%. The age of the expert group was recorded 17% of the experts were between 25 and 30 years old; 33% of experts were aged 31 – 35 years old, and 50% of experts were older than 35 years old. Most of the professionals are in their golden age and have good health and working spirit. Regarding professional characteristics; the proportion of teachers and hotel operation managers accounted for 33% and 67%, respectively. In terms of professional qualifications, 43% have bachelor's degrees; 40% have master's degrees; 17% have doctoral degrees. The results of the interview of the first part are presented in table 1.

Table 1: Demographic description sample statistics

Classification criteria		Number of people	Percent (%)
Gender	Male	15	50%
	Female	15	50%
Age	25 – 30 years old	5	17%
	31 – 35 years old	10	33%
	Trên 35 years old	15	50%
Occupation	Lectures	10	33%
	Operations Officer	20	67%
Qualifications	Bachelor	13	43%
	Master	12	40%
	PhD	5	17%

Source: Self-compiled author from database, 2024

4.2. Results of analysis of interview content

To shorten the gap between Hotel Management training at universities and the training needs of hotel enterprises, the authors

interviewed two groups of experts in hotel training and operation, the interview results showed as follows:

For the group of experts training in Hotel Management, most opinions said that bachelor's degree training in Hotel Management aims at high competency including strengthening knowledge, skills and capacity for autonomy and responsibility. Teaching activities include theoretical lectures, practical class activities, group activities, seminars and learner assessment exercises, presentation lessons, computational lessons, and interview simulations. In addition, students also had the opportunity to visit the hotel business unit (Gaurav Bathla et al., 2019). Through the content shared by experts, the authors found that training activities at school are often predetermined training programs with a general orientation for learners, not specific to a specific hotel business.

Students only visit hotel business units that have practical programs in some hotels and especially final internship programs. Most experts said that the training program mainly focuses on the direct operation block in the hotel business and the professional knowledge of the operation support block is not much. This is also something that needs to be aware to apply to the training program in the future.

For the group of hotel operation management experts, through the interview results, we said that the training needs of hotel businesses often focus on knowledge, professional skills and attitude awareness, namely; appearance and personal hygiene standards for hotel staff, customer service knowledge, management and customer relationship knowledge, knowledge of hotel products, marketing skills, guest service techniques and practical skills, hotel operation software knowledge, hotel operator skills. Based on the interview results of hotel operation experts, the authors found that the training needs of hotel businesses are specialized knowledge, operations associated with hotel business operation practices, corporate cultural knowledge, mission, vision and core values that the business aims for. Thus, the training needs of hotel businesses are associated with the

specific characteristics of each hotel in different periods, professional standards are also different, depending on the strategy as well as the recruitment of new personnel or gaps in customer service through evaluation tests as well as customer testimonials.

5. DISCUSSION ABOUT RESEARCH FINDINGS AND COME UP WITH SOLUTIONS

Based on the interview results, the authors found that there is a difference between the outcome standards of undergraduate bachelor's programs in Hotel Management and the training needs of hotel businesses. A gap in training needs has appeared, such as the theoretical training time is quite a lot, students have little exposure to practical work, some training institutions do not have enough professional tools to practice, the training program has not updated the practical operation, Personal management skills and communication ability are not high.

To close the gap in training needs mentioned above, the author would like to make some recommendations are; It is necessary to have close coordination between the hotel operator and the training institution to develop the most up-to-date and appropriate training program such as increasing the internship time of students during semesters; invest in building practice facilities at the school professionally and methodically; inviting hotel management experts and industry experts to teach; Develop a teaching staff who not only have academic knowledge but also practical operational knowledge at hotel enterprises. Intensive foreign language training and expansion of other foreign languages.

There should be a combination of regular and regular on-campus teaching and internships in the hotel facility to foster students' habits and love of the profession. There should be innovative and creative development projects for students to stimulate learners to create new programs and products in the industry. Always show the spirit of a teacher who is a pioneer in the expertise of his field and adds practical evidence to professional lessons.

6. CONCLUSION

Hospitality is an industry that requires very high flexibility, innovation and creativity, especially in today's digital and smart tourism landscape. Therefore, bridging the gap in training needs between schools and businesses is a very important job, requiring close participation in building and developing the expertise of schools and hospitality enterprises. The professional standards of hotel enterprises are the work that needs to be thoroughly done in school training. Communityization in hospitality training is the policy of the Party and the Government in developing training programs specific to the tourism industry in general.

REFERENCES

- [1]. Bee, F., Bee, R., 1994. *Identifying training needs*. Institute of Personnel Development, London.
- [2]. Boydell, T.H., 1976. *The Identification of Training Needs*. British Association for Commercial and Industrial Education. Grosvenor Press, Portsmouth.
- [3]. Dinah Gould, Daniel Kelly, Isabel White, Jayne Chidgey (2023), "Training needs analysis. A literature review and reappraisal", *International Journal of Nursing Studies* 41 (2004) 471–486.
- [4]. Fitzgerald, Michael J., Cullen, Thomas P. (1991). "Learning through a "real world" experience". *The Cornell H. R. A. Quarterly*, Aug 1991, 85–88.46.
- [5]. Goodman, R. J., & Sprague, L. G. (1991). "The future of hospitality education; meeting the industry's needs". *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(2), 66–69.
- [6]. Gaurav Bathla, Varinder Singh Rana And Dr. Amrik Singh (2019). "Exploring the gaps between hotel management education and industry expectations". *Journal of Management Research and Analysis*, ISSN: 2394–2770, Impact Factor: 6.303, Volume 06 Issue 1(2), March 2019, Pages: 250–252.
- [7]. Johnstone, D. (1994). "College at work: partnerships and rebuilding of American competence". *Journal of Higher Education*, 65(2), 168 –181.

- [8]. Pearson, G.A., 1987. "Business ethics: implications for continuing education/staff development practice". *Journal of Continuing Education in Nursing* 18 (1), 20–24.
- [9]. Walklin, L., 1991. *The Assessment of Performance and Competence: A Handbook for Teachers and Trainers*. Stanley Thornes, London.

ĐÀO TẠO VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CHO CÁC KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG KHU VỰC MIỀN TRUNG VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Trọng Đạt¹, PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng²

Tóm tắt: Nghiên cứu này tập trung vào việc khám phá hoạt động đào tạo và ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực khách sạn – nhà hàng ở miền Trung Việt Nam. Bằng cách tiến hành phỏng vấn, khảo sát các cấp quản lý từ 151 khách sạn – nhà hàng trên địa bàn miền Trung Việt Nam, nhóm tác giả đã nắm bắt được thực trạng của hoạt động đào tạo hiện tại và các giải pháp để phát triển nguồn nhân lực sẵn sàng sử dụng công nghệ số trong quản lý kinh doanh, đặc biệt trong bối cảnh du lịch thông minh và nhu cầu ngày càng cao của du khách. Cuối cùng, nghiên cứu này đề xuất một số biện pháp nhằm áp dụng việc phát triển quản lý đào tạo và triển khai các công nghệ nhằm giảm thiểu chi phí và tăng cường hiệu quả trong hoạt động kinh doanh. Với sự thúc đẩy việc sử dụng công nghệ trong hoạt động đào tạo đội ngũ nhân sự, các khách sạn – nhà hàng có thể tối ưu hóa quy trình vận hành, cải thiện trải nghiệm của khách hàng và tăng cường cạnh tranh trên thị trường du lịch phát triển mạnh mẽ như hiện nay.

Từ khóa: đào tạo, ứng dụng công nghệ, khách sạn – nhà hàng.

TRAINING AND TECHNOLOGY IMPLEMENTATION FOR HOTELS AND RESTAURANTS IN THE CENTRAL REGION OF VIET NAM

Abstract: This research focuses on exploring training activities and technology applications in the hotel and restaurant sector in central Viet Nam. By interviewing management levels from 151 hotels and restaurants spanning from Thanh Hoa to Binh Thuan, the authors captured the current state of training activities and proposed solutions to develop a workforce ready to utilize digital technology in business management, especially in the context of smart tourism and the increasing demands of tourists. Ultimately, this research suggests several measures to implement management training development and deploy technologies to minimize costs and enhance efficiency in business operations. By promoting the use of technology in workforce training, hotels and restaurants can optimize operational processes, improve customer experiences, and enhance competitiveness in the rapidly growing tourism market.

Keywords: training, technology application, hotel – restaurant.

¹ Khoa Du lịch, Đại học Phenikaa.

² Khoa Du lịch, Đại học Công nghệ Đông Á.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, ngành Du lịch ở Việt Nam, đặc biệt là ở khu vực miền Trung, đã có sự phát triển rất vượt bậc so với mặt bằng du lịch trong cả nước. Để đảm bảo sự phát triển bền vững và tập trung vào đào tạo và áp dụng công nghệ trong các khách sạn – nhà hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, hiệu quả vận hành, sự hài lòng của khách hàng. Hiểu rõ bức tranh hiện tại về các phương pháp đào tạo và sử dụng công nghệ là rất quan trọng đối với các doanh nghiệp trong ngành này để duy trì sự cạnh tranh trong thị trường du lịch đang phát triển. Nghiên cứu này sẽ đề cập đến các hoạt động đào tạo và ứng dụng công nghệ trong các khách sạn – nhà hàng trên khắp khu vực miền Trung của Việt Nam. Bằng cách tiến hành phỏng vấn với các giám đốc, phó giám đốc và quản lý của nhiều cơ sở khác nhau, ở các tỉnh miền Trung Việt Nam, nhóm tác giả tập trung thu thập thông tin về các phương pháp đào tạo hiện tại và xác định các giải pháp để phát triển một lực lượng lao động thông thạo trong việc sử dụng các công nghệ số.

Trong bối cảnh du lịch thông minh, khi kỳ vọng của du khách liên tục thay đổi, việc tích hợp công nghệ vào các hoạt động nhà hàng và khách sạn trở nên cấp bách. Do đó, nghiên cứu này không chỉ đặt mục tiêu phân tích tình hình hiện tại mà còn đề xuất các khuyến nghị để tận dụng tiềm năng của đào tạo, quản lý và các tiến bộ công nghệ để giảm thiểu chi phí và tăng cường hiệu quả vận hành kinh doanh. Thông qua nghiên cứu này, nhóm tác giả hướng tới mục đích đóng góp thông tin quý báu cho ngành Du lịch ở Việt Nam, hỗ trợ các nhà đào tạo và các bên liên quan trong việc đưa ra các quyết định có căn cứ để thích nghi với yêu cầu của du lịch hiện đại và đảm bảo sự phát triển bền vững và cạnh tranh.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Đào tạo trong khách sạn – nhà hàng

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn – nhà hàng, nhu cầu của khách hàng ngày càng gia tăng cả về số lượng lẫn nhu cầu về chất lượng của những sản phẩm/ dịch vụ mà họ sử dụng. Do đó, việc

đáp ứng sự kỳ vọng hay thậm chí là làm vượt sự mong đợi của khách hàng là điều mà tất cả người làm dịch vụ đều mong muốn. Để làm được điều này thì chất lượng dịch vụ phải luôn được đặt lên hàng đầu, và điều kiện tiên quyết cho việc giữ chất lượng dịch vụ ổn định, tăng trưởng là đào tạo nhân sự một cách bài bản theo hệ thống và phải được thực hiện liên tục (Tom Baum, 2006). Việc đào tạo không chỉ đơn thuần là yếu tố quan trọng hay một nhu cầu thiết yếu của mọi doanh nghiệp, mà nó cần được coi là một công cụ cực kỳ quan trọng để đạt được sự phát triển hiệu quả. Chương trình đào tạo mang lại sự tự tin và nâng cao vai trò của từng nhân viên và đội ngũ quản lý trong doanh nghiệp khách sạn – nhà hàng với tầm nhìn và sứ mệnh rõ ràng. (Sharma, 2020)

Vì vậy, đào tạo nhân sự đòi hỏi sự cam kết của cả ngành khách sạn – nhà hàng đối với việc phát triển nhân sự có kỹ năng, nghiên cứu về những chủ đề đào tạo cơ bản và chuyên sâu. Để làm được những điều này, các nhà quản trị cần phân tích được mức độ sẵn sàng của ngành nói chung và của từng cá thể doanh nghiệp nói riêng trong việc áp dụng các chiến lược, tiến trình đào tạo mới dựa trên nền tảng công nghệ đáp ứng những thách thức một cách hiệu quả.

2.2. Các cách thức đào tạo trong khách sạn – nhà hàng

Theo một số chuyên gia đào tạo và quản lý, có ba cách thức đào tạo chính thường xuyên được sử dụng trong khách sạn – nhà hàng:

Thứ nhất là phương pháp đào tạo trong lúc làm việc hay còn được hiểu là sự chỉ dẫn trực của những người đã có kinh nghiệm hoặc cấp trên trực tiếp quản lý cho những người mới.

Thứ hai đó là đào tạo tập trung theo chương trình lý thuyết được xây dựng sẵn nhằm cung cấp thông tin ở nhiều khía cạnh một cách tổng quát hơn cho học viên tham gia.

Thứ ba là cách thức đào tạo mô phỏng các tình huống thực tế mang lại cho nhân viên những kinh nghiệm xử lý các tình huống hoặc sự cố phát sinh trong quá trình làm việc, đồng thời cách đào tạo này còn giúp những nhà quản lý xây dựng được các tư duy ứng xử cho nhân viên của mình, nhưng điều làm các nhà quản lý lo lắng là

sự rập khuôn, thiếu sự linh hoạt của các nhân viên sau khi được đào tạo theo phương pháp này (Don M. Paulson, Lynne E. Baltzer, 1989).

Một cách thức đào tạo nữa cũng khá phổ biến trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn – nhà hàng là đào tạo chéo, phương pháp này cho phép người được đào tạo trải nghiệm các kỹ năng của các bộ phận khác nhau trong khách sạn – nhà hàng. Ngoài ra, việc đào tạo không chỉ nhắm đến đối tượng nhân viên trong khách sạn – nhà hàng, những người chịu trách nhiệm quản lý còn phải có các phương án đào tạo dành cho những sinh viên trong ngành học quản trị khách sạn – nhà hàng. Các hoạt động như chia sẻ về công việc, tư duy ngành dịch vụ tại những hội thảo của các trường là một trong những điểm nhấn để thu hút sự chú ý của các học viên.

Theo các giám đốc đào tạo, các định dạng truyền thống thiếu đi sự tương tác từ người học với người đào tạo, do đó hiệu quả của việc đào tạo cũng bị hạn chế (ví dụ như bài giảng cho nhóm, xem băng video và đào tạo tại nơi làm việc thường chỉ là việc nhớ ghi nhớ các nhiệm vụ), không kích thích hoặc cho phép sự tham gia ý kiến cá nhân của người tham gia (Harris và Cannon, 1995). Chính vì những vấn đề đó, loại hình học hoặc đào tạo hiệu quả nhất trong thời đại mới là phương pháp có tính tương tác theo xu hướng tự nhiên và kết hợp với các công nghệ mới. Cộng với việc bùng nổ các ứng dụng công nghệ hiện đại trong tất cả các lĩnh vực, việc triển khai các cách thức đào tạo mới gắn liền với thực tiễn vận hành công việc đang dần trở thành điều kiện bắt buộc với các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn – nhà hàng.

2.3. Đào tạo ứng dụng công nghệ trong vận hành khách sạn – nhà hàng

Các công nghệ đang nhanh chóng chiếm lĩnh sự tin tưởng của các nhà kinh doanh khách sạn – nhà hàng, các phần mềm quản lý khách sạn ở các bộ phận tiền sảnh, bộ phận nhà hàng, khối văn phòng vận hành,... đang cho thấy sự hiệu quả rõ rệt từ việc sử dụng các công nghệ đổi mới (Ham, Kim và Jeong, 2005). Và để có thể sử dụng các công nghệ này một cách thành thạo thì việc đào tạo cũng cần phải cập nhật ứng dụng những công nghệ vào trong phương pháp đào

tạo của mình giúp cho học viên có những trải nghiệm mới chân thực, một minh chứng cụ thể cho việc thay đổi các phương pháp đào tạo ứng dụng công nghệ là sử dụng thiết bị di động. Với cách thức này, những người làm đào tạo có thể tập trung vào cung cấp cho học viên các tài nguyên phục vụ việc học dễ dàng, kết hợp khả năng tìm kiếm mạnh mẽ và khả năng tương tác bất kỳ lúc nào và ở đâu. So với việc trước đây, khi các nhân viên mới gia nhập vào tổ chức thường rất mất thời gian để đọc các hồ sơ hoặc truy cập vào trang mạng của doanh nghiệp để nghiên cứu các sản phẩm, thì nay, với công nghệ, các nhân viên mới hoàn toàn có khả năng tra cứu và xem những thông tin qua các đoạn phim ngắn hoặc sử dụng công nghệ quét mã để nghiên cứu chuyên sâu về các sản phẩm hay kỹ năng cần được đào tạo. Tuy nhiên, điều này cũng còn một số ảnh hưởng như cơ sở hạ tầng kỹ thuật công nghệ, việc đầu nối các thông tin trên các nền tảng cần được mượt mà và thống nhất để tránh gây hiểu lầm cho người học (Jungsun (Sunny) Kim Murat Kizildag, 2011).

2.4. Vai trò của vận hành công nghệ vào khách sạn – nhà hàng trong bối cảnh du lịch thông minh

Có thể thấy được vai trò của vận hành công nghệ vào khách sạn – nhà hàng trong bối cảnh du lịch thông minh là điều hết sức quan trọng, chính vì thế, việc thay đổi các cách thức đào tạo kết hợp ứng dụng các công nghệ mới cũng luôn đòi hỏi sự tìm tòi nghiên cứu kỹ lưỡng của những người làm đào tạo. Trong những phần tiếp theo, nhóm tác giả sẽ tiếp tục khám phá mối quan hệ tương hỗ giữa công nghệ và lĩnh vực đào tạo nhân sự, cung cấp cái nhìn toàn diện về cách tiến bộ công nghệ đóng góp vào việc tạo đội ngũ nhân sự chất lượng mang đến những trải nghiệm vượt qua sự mong đợi cho khách hàng tại khu vực miền Trung Việt Nam.

Khu vực miền Trung Việt Nam với những địa phương như Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Huế, Nha Trang – Khánh Hòa... đang có những dấu hiệu phát triển rất tích cực. Có thể thấy tiềm năng phát triển của ngành Du lịch tại khu vực này còn rất lớn, tuy nhiên, theo báo điện tử VOV (2023), nguồn nhân lực cho ngành Du lịch còn rất thấp, cụ thể hiện nay, số lượng nhân sự trong

các cơ sở lưu trú chỉ khoảng 350.000 người đáp ứng 70% nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp. Chưa kể đến việc chất lượng nhân sự chưa được đào tạo một cách bài bản, các hoạt động đào tạo tại các cơ sở còn lạc hậu và chưa mang lại kết quả tốt. Do đó, việc đưa các ứng dụng công nghệ thông minh và thay đổi các cách thức đào tạo mới đang là nhiệm vụ cấp thiết cho không chỉ các doanh nghiệp mà cho cả xã hội để xây dựng phát triển ngành kinh tế mũi nhọn này.

Trong bài nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ tập trung đi sâu khai thác vào những ứng dụng công nghệ hiệu quả được các doanh nghiệp đưa trong đào tạo, tìm ra các hạn chế, những vướng mắc khó khăn trong khi đào tạo ứng dụng công nghệ vào vận hành thực tiễn và đưa ra một số giải pháp cho việc phát triển đội ngũ chất lượng cao của các khách sạn – nhà hàng khu vực miền Trung Việt Nam.

3. MẪU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện nghiên cứu đào tạo và ứng dụng công nghệ cho các khách sạn – nhà hàng khu vực miền Trung Việt Nam, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp định tính với 11 câu hỏi để phỏng vấn những người làm đào tạo và quản lý chung của các khách sạn – nhà hàng khu vực miền trung. Nội dung các câu hỏi xoay quanh vấn đề các tổ chức đang thực hiện trong quá trình kinh doanh, mục đích chính là tìm ra thực trạng đào tạo ứng dụng công nghệ, từ đó tìm kiếm các giải pháp hiệu quả cho các doanh nghiệp dịch vụ tại khu vực. Với việc ứng dụng các công nghệ thông minh, cách thức đào tạo của nhóm đối tượng này đã thích nghi như thế nào và kết quả thực tế còn điều gì cần cải thiện. Thêm vào đó, các câu hỏi cũng đi sâu vào vấn đề tìm ra các phương án mà các doanh nghiệp đã sử dụng để giải quyết những thách thức đặt ra trong công việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, từ đó đưa ra các đề xuất hiệu quả hơn khi xây dựng các chiến lược đào tạo ứng dụng công nghệ một cách hài hòa cho các doanh nghiệp vận hành khối ngành dịch vụ.

Nhóm tác giả đã liên hệ và phỏng vấn 151 nhân sự của các khách sạn – nhà hàng từ Thanh Hóa cho đến Bình Thuận trong khu vực miền Trung Việt Nam. Đó là những giám đốc khách sạn, phó

giám đốc phụ trách ẩm thực, phó giám đốc phụ trách kinh doanh, quản lý bộ phận nhân sự, quản lý bộ phận kỹ thuật. Thời gian thực hiện phỏng vấn diễn ra trong hơn 4 tuần, thông qua sự hỗ trợ của các ứng dụng công nghệ số như phần mềm họp trực tuyến.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả nhân khẩu học

Để thuận tiện cho việc thu thập dữ liệu nhóm tác giả đã chia các khách sạn theo 3 tiểu vùng dựa trên vị trí địa lý thực tế là Bắc Trung Bộ bao gồm: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế. Khu vực miền Trung Tây Nguyên bao gồm: Kom Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng. Khu vực Nam Trung Bộ bao gồm: Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận và Bình Thuận. Các khách sạn – nhà hàng tại khu vực Bắc Trung Bộ có 38 cơ sở chiếm 25%, khu vực miền trung Tây Nguyên có 20 cơ sở chiếm 13% và khu vực Nam Trung Bộ có 93 cơ sở chiếm 62% cơ sở tham gia phỏng vấn. Các con số trên cũng thể hiện thực trạng phát triển du lịch của các địa phương ở khu vực miền Trung, đa phần các cơ sở khách sạn – nhà hàng đều nằm ở những địa danh có nhiều lợi thế hoặc đã có nhiều năm phát triển du lịch như Thanh Hóa, Huế, Lâm Đồng (Đà Lạt), Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa (Nha Trang), Bình Thuận, chủ yếu tập trung nhiều ở Nam Trung Bộ. Về quy mô của các doanh nghiệp, có 19 doanh nghiệp thuộc những cơ sở kinh doanh nhỏ tương đương với số lượng nhân viên từ 1 – 49 người, chiếm 12%. Số lượng khách sạn – nhà hàng có từ 50 – 249 người là 119, tương đương 79%. Có 13 cơ sở có số lượng nhân viên trên 250 người; chiếm 9%. Từ những con số trên, ta có thể thấy số lượng khách sạn – nhà hàng tầm trung và cận cao cấp đang chiếm số lượng lớn tại khu vực miền Trung Việt Nam. Về số năm hoạt động của các doanh nghiệp, có 21 cơ sở, chiếm 14% cơ sở tham gia phỏng vấn là hoạt động từ 1 – 5 năm; số lượng doanh nghiệp hoạt động 6 – 10 năm là 96, tương ứng 64%; số lượng khách sạn – nhà hàng hoạt động từ 11 – 20 năm là 16, chiếm 10%, và số lượng cơ sở hoạt động trên 20 năm là 18 cơ sở,

chiếm 12%. Có đến hơn 86% là các doanh nghiệp đã tồn tại trên 6 năm, điều này mang lại giá trị hữu ích cho việc so sánh các cách thức đào tạo từ xưa cho đến nay của những doanh nghiệp này.

Trong 151 người tham gia phỏng vấn, có 105 người là nam giới, chiếm 70%; số lượng nữ giới có 46 người, chiếm 30%. Về các vị trí tham gia phỏng vấn thì đa phần là giám đốc các khách sạn với 139 người chiếm 92% số lượng người tham gia, điều này cho thấy các nhà lãnh đạo cao nhất trong khách sạn rất quan tâm đến việc đào tạo và ứng dụng công nghệ để phát triển đội ngũ nhân sự chất lượng cao cho doanh nghiệp của mình. Về phần kinh nghiệm làm việc, hầu hết các vị trí giám đốc hay quản lý đều có kinh nghiệm rất lâu năm trong nghề, cụ thể là chỉ có 18 người là kinh nghiệm dưới 5 năm, chiếm 12%; tỷ lệ người có 6 – 10 năm kinh nghiệm là 60 người, chiếm 40%; tỷ lệ người có 11 – 20 năm kinh nghiệm là 58, tương đương 39% và số người có hơn 21 năm kinh nghiệm là 15, chiếm 9%, số liệu này cho ta thấy những người giữ chức vụ quản lý tại các khách sạn đều có rất nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực mình đang phụ trách. Do đó họ có đủ khả năng để chia sẻ những thông tin quan trọng trong việc đào tạo và ứng dụng công nghệ vào phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao (Bảng 1).

Bảng 1: Thống kê mô tả của mẫu nghiên cứu

Tiêu chí phân loại		Số lượng người	Phần trăm (%)
Vị trí khách sạn	Bắc Trung Bộ	38	25%
	Miền Trung Tây Nguyên	20	13%
	Nam Trung Bộ	93	62%
Quy mô khách sạn – nhà hàng	1 – 49 người	19	12%
	50 – 249 người	119	79%
	Trên 250 người	13	9%
Số năm doanh nghiệp kinh doanh	1 – 5 năm	21	14%
	6 – 10 năm	96	64%
	11 – 20 năm	16	10%
	Trên 20 năm	18	12%
Giới tính	Nam	105	70%
	Nữ	46	30%

Tiêu chí phân loại		Số lượng người	Phần trăm (%)
Kinh nghiệm làm việc	Ít hơn 5 năm	18	12%
	6 đến 10 năm	60	40%
	11 đến 20 năm	58	39%
	Trên 20 năm	15	9%
Vị trí làm việc	Giám đốc	139	92%
	Quản lý	12	8%

Nguồn: Thông tin nhóm tác giả thu thập, 2024.

4.2. Kết quả phỏng vấn mẫu

Qua kết quả phỏng vấn đội ngũ giám đốc, phó giám đốc, quản lý các bộ phận tại khách sạn tại khu vực miền Trung Việt Nam kéo dài từ Thanh Hóa vào đến Bình Thuận, nhóm tác giả đã tạo ra các câu hỏi để tìm hiểu về thực trạng đào tạo và cách ứng dụng công nghệ trong việc phát triển năng lực đội ngũ nhân viên. Hơn 50% các nhà quản lý cho biết, cơ sở của họ đang sử dụng các nền tảng trực tuyến cho việc đào tạo, ví dụ như các phần mềm học trực tuyến qua các đoạn phim ngắn (Youtube, Tiktok,...), thêm vào đó hầu hết các khách sạn – nhà hàng cũng sử dụng các nền tảng học trực tuyến như Zoom, Google meet, để có thể kết nối tới các học viên thuận tiện, nhanh chóng hơn. Ngoài ra, việc xây dựng các bài giảng trực tuyến trên các kho lưu trữ đám mây cũng giúp việc đào tạo trở nên dễ dàng, học viên có thể truy cập vào tài liệu bài học hay nội dung của buổi học mọi lúc mọi nơi. Việc đánh giá kết quả của học viên cũng có thể được hoàn tất trên môi trường trực tuyến. Tuy nhiên, các nhà quản lý thừa nhận họ mới chỉ bắt tay vào nghiên cứu và chưa tận dụng được hết những lợi ích của phương pháp này mang lại. Ngược lại, vẫn còn khoảng 40% các khách sạn – nhà hàng vẫn đang thực hiện đào tạo theo các phương pháp truyền thống như đào tạo trực tiếp trong lúc làm việc, hoặc đào tạo tập trung đan xen các buổi chia sẻ kinh nghiệm xử lý các tình huống hay gặp phải. Trong số 151 khách sạn – nhà hàng tham gia phỏng vấn, vẫn còn khoảng 10% số lượng các cơ sở được hỏi cho biết, việc đào tạo của họ chưa có kế hoạch rõ ràng, công việc đào tạo chỉ xuất phát từ việc nhân viên cũ hướng dẫn cho nhân viên mới thời điểm mới vào doanh nghiệp. Nhóm này đa phần là các cơ sở kinh doanh có

quy mô nhỏ và nằm tại các khu vực xa xôi, các nhân viên kiêm nhiều nhiệm vụ trong một ca làm việc.

Tiếp theo, nhóm tác giả đưa ra các câu hỏi nhằm khai thác nội dung về chất lượng đào tạo của các khách sạn – nhà hàng, điều đáng ngạc nhiên là có 65% các quản lý hài lòng với các phương pháp mà cơ sở đang áp dụng, tuy nhiên, khi được hỏi về chất lượng phục vụ của nhân viên thì lại có đến 70% các nhà quản trị khách sạn đánh giá chưa đạt yêu cầu, tiêu chuẩn của doanh nghiệp. Như vậy có thể thấy chất lượng đào tạo của các doanh nghiệp này đang gặp vấn đề trong khâu truyền tải và đánh giá kiểm tra. Khi đặt tiếp các câu hỏi sâu hơn về việc ứng dụng các giải pháp công nghệ vào trong đào tạo, đội ngũ quản lý cho rằng việc triển khai đòi hỏi sự cam kết mạnh mẽ, kiên trì từ phía công ty. Hơn nữa, nó còn trở thành một thách thức về mặt tài chính do cần đầu tư hàng loạt các hệ thống đồng bộ, đối với các khách sạn – nhà hàng có quy mô nhỏ việc sử dụng các phần mềm, ứng dụng bản quyền là điều xa xỉ, lãng phí. Do vậy, các doanh nghiệp này chưa tận dụng hết được tiềm năng cũng như lợi thế của việc ứng dụng các công nghệ vào việc đào tạo phát triển con người.

Trong những câu hỏi tiếp theo, nhóm tác giả đưa ra những câu hỏi về những giải pháp mà các doanh nghiệp dự tính thực hiện để nâng cao chất lượng đào tạo trong thời gian tới, những người tham gia phỏng vấn đưa ra phương án tuyển dụng đội ngũ nhân viên trẻ thích ứng nhanh với công nghệ và có thể sử dụng các công cụ một cách dễ dàng. So với việc đào tạo những nhân viên ở thế hệ cũ có kinh nghiệm nhưng yếu về năng lực công nghệ thì giải pháp tuyển dụng mới có vẻ hợp lý, tuy nhiên cũng dễ dàng nhận ra vấn đề của các thế hệ sau này là thái độ trong công việc, sự tập trung và lòng trung thành. Chỉ có khoảng 30% các giám đốc, quản lý nói đến việc thay đổi các cách thức đào tạo họ đang thực hiện bằng việc ứng dụng thêm các công nghệ đào tạo tiên tiến vào hoạt động kinh doanh của họ. Điều này cho thấy, các doanh nghiệp vẫn chưa thật sự dồn nhiều nguồn lực cho việc ứng dụng các công nghệ mới cho việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

5. THẢO LUẬN, GIẢI PHÁP VÀ KẾT LUẬN

Khu vực miền Trung Việt Nam được xem là một trong điểm sáng trong lĩnh vực du lịch, với điều kiện tự nhiên đặc biệt thuận lợi và sự đa dạng về tài nguyên, cùng với nguồn nhân lực đa dạng và tiềm năng. Tuy nhiên, dù có những lợi thế vượt trội này, tiềm năng của khu vực vẫn chưa được khai thác hết do nhiều nguyên nhân khác nhau, từ những vấn đề khách quan đến những thách thức mà các doanh nghiệp phải đối mặt. Thông qua việc nghiên cứu và phỏng vấn các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng, nhóm tác giả đã nhận thấy rằng việc đào tạo nhân sự của các doanh nghiệp trong khu vực vẫn còn nhiều hạn chế. Chỉ có một số ít các doanh nghiệp lớn mới có đủ tài nguyên, sự quan tâm để đầu tư vào việc đào tạo và ứng dụng công nghệ để phát triển đội ngũ nhân sự. Tuy nhiên, đội ngũ thực hiện bài nghiên cứu tin rằng việc ứng dụng công nghệ vào đào tạo là một giải pháp hiệu quả để giải quyết vấn đề này. Công nghệ không chỉ giúp tối ưu hóa quá trình đào tạo mà còn tạo ra những trải nghiệm học tập hiện đại và linh hoạt cho nhân viên. Đồng thời, việc áp dụng công nghệ cũng giúp tăng cường sự tương tác và giao tiếp trong quá trình học, từ đó nâng cao chất lượng hiệu quả của quá trình đào tạo. Các tác giả khuyến khích những doanh nghiệp trong khu vực miền Trung nên đầu tư hơn nữa vào việc áp dụng công nghệ vào quá trình đào tạo nhân sự, từ đó tạo ra một nguồn lực lao động chất lượng và đáp ứng được với những thách thức của thị trường và phát triển bền vững trong tương lai.

Các giải pháp đề xuất nhằm phát triển đào tạo nguồn lao động chất lượng cao thông qua ứng dụng các phương pháp công nghệ bao gồm: *Thứ nhất*, việc áp dụng các nền tảng trực tuyến cho đào tạo nhân viên sẽ tạo ra sự linh hoạt và tiện lợi cho việc học. Các phần mềm học trực tuyến, như các đoạn phim ngắn trên Youtube hay Tiktok, có thể cung cấp kiến thức một cách trực quan và dễ tiếp cận. Các nền tảng học trực tuyến như Zoom hay Google meet cũng cho phép việc tương tác và kết nối giữa giảng viên và học viên một cách thuận tiện. Thêm vào đó, việc xây dựng các bài giảng trực tuyến trên các kho lưu trữ đám mây sẽ giúp nhân viên có thể tiếp cận tài

liệu học mọi lúc, mọi nơi. *Thứ hai*, việc sử dụng các công nghệ đánh giá kết quả học tập cũng đóng vai trò quan trọng trong quá trình đào tạo. Công nghệ cho phép việc đánh giá một cách tự động và khách quan, giúp đánh giá hiệu quả và tiến độ học tập của nhân viên một cách chính xác. Ngoài ra, việc phát triển các ứng dụng di động dành cho đào tạo cũng là một giải pháp tiềm năng. Các ứng dụng di động có thể cung cấp tài liệu học, bài giảng, và các hoạt động thực hành một cách tiện lợi và linh hoạt cho nhân viên, giúp họ có thể học tập và nâng cao kỹ năng mọi lúc, mọi nơi. *Thứ ba*, là sử dụng các nền tảng mạng xã hội tạo lập thành những nhóm, cộng đồng về nghề khách sạn – nhà hàng nhằm giúp đỡ không chỉ các nhân viên trong khách sạn mà còn hướng tới việc chia sẻ các kiến thức, trải nghiệm đến với nhiều người hơn. Từ đó lan tỏa giá trị của việc đào tạo và giúp ích cho việc xây dựng chuỗi cung ứng lao động cho ngành, hơn nữa phương án này không mất quá nhiều chi phí đầu tư ban đầu.

6. KẾT LUẬN

Cuối cùng, việc đầu tư vào phát triển các hệ thống quản lý đào tạo thông minh cũng là một giải pháp quan trọng. Các hệ thống này có thể tự động hóa quy trình đào tạo, quản lý thông tin học viên, và theo dõi tiến trình đào tạo một cách hiệu quả, giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và công sức trong quản lý đào tạo. Việc nghiên cứu và phân tích về hoạt động đào tạo và ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực khách sạn – nhà hàng tại miền Trung Việt Nam đã làm sáng tỏ những thách thức và cơ hội mà ngành Du lịch đang đối diện. Việc ứng dụng công nghệ trong đào tạo không chỉ giúp cải thiện chất lượng và hiệu quả của nguồn lao động trong ngành Du lịch mà còn giúp thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành này trong tương lai. Đồng thời, việc nghiên cứu này cũng mở ra những hướng đi mới và đề xuất các giải pháp cụ thể để cải thiện việc đào tạo và ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Anoop Patiar, Sandie Kensbock, E.M.& R.C. (2017), "Information and Communication Technology-Enabled Innovation: Application of the Virtual Field Trip in Hospitality Education.pdf", pp. 129-140.
- [2] Baochinhphu (2023), "Lượng khách du lịch đến miền trung tăng cao". Available at: <https://baochinhphu.vn/luong-khach-du-lich-den-mien-trung-tang-cao-102230405164833444.htm>.
- [3] Don M. Paulson, Lynne E. Baltzer, and R.S.C. (1989), "Methods of educating cashiers in a restaurant teaching laboratory. pdf".
- [4] Fatih Ercan (2019), "Smart Tourism Technologies: Applications in Hotel Business Fatih.pdf", pp. 528-546.
- [5] Fevzi Okumus, Anil Bilgihan, Ahmet Bulent Ozturk, X. (Roy) Z. (2017), "Identifying and overcoming barriers to deployment of information technology projects in hotels.pdf", pp. 744-766.
- [6] Ham, S., Kim, W.G. and Jeong, S. (2005), "Effect of information technology on performance in upscale hotels", *International Journal of Hospitality Management*, pp. 281-294. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.06.010>.
- [7] Harris, K.J. and Cannon, D.F. (1995), "Opinions of training methods used in the hospitality industry: A call for review", *International Journal of Hospitality Management*, pp. 79-96. Available at: [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00008-Z](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00008-Z).
- [8] Islam El-Bayoumi Salem, M.K.A. (2017), "Implementation of employee cross-training during perilous conditions in hotels. pdf", pp. 68-74.
- [9] Jungsun (Sunny) Kim Murat Kizildag (2011), "M-learning: next generation hotel training system.pdf", pp. 6-33.
- [10] Kimberly J. Harris Mark A. Bonn (2000), "Training techniques and tools: evidence from the foodservice industry Kimberly.pdf", pp. 320-335.
- [11] Li, Y. et al. (2017), "The concept of smart tourism in the context of tourism information services", *Tourism Management*, 58, pp. 293-300. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>.

- [12] Oronsky, C. R. and Chathoth, P. K. (2007), "An exploratory study examining information technology adoption and implementation in full-service restaurant firms", *International Journal of Hospitality Management*, pp. 941–956. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.04.001>.
- [13] Sharma, K. (2020), "Training and Development of the Employees in the Hotel Industry", *SSRN Electronic Journal* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3676859>.

HUMAN RESOURCE TRAINING SOLUTIONS IN THE HOTEL INDUSTRY IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

MA. Nguyễn Thị Minh Thu¹

Abstract: *The human resources in the hotel industry play a crucial role in the overall accommodation sector in particular and the tourism industry in Vietnam in general. The Fourth Industrial Revolution brings many opportunities as well as significant challenges for the tourism sector and especially for the hotel industry in Vietnam. This also has a profound impact on the training of human resources for this sector in the context of digital transformation. Currently, after the effects of the COVID-19 pandemic, the human resources in Vietnam's hotel industry are not only lacking in quantity but also limited in quality, especially in terms of foreign language proficiency, soft skills, practical experience, and management capabilities, particularly in high-level management. Although the training of hotel personnel has reached the knowledge and skills according to the standards agreed upon in the region and expanded globally, it has not yet met expectations. This article presents the current state of human resources in the hotel industry in Vietnam. At the same time, the article also focuses on analyzing the impacts of the Fourth Industrial Revolution, especially the digital transformation context in our country on the training of human resources in the hotel industry. From there, it proposes several solutions for training high-quality hotel personnel to meet the requirements of educational innovation in the national digital transformation context.*

Keywords: *hotel human resources, human resource training, digital transformation.*

GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC NGÀNH KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

Tóm tắt: *Nguồn nhân lực ngành khách sạn đóng vai trò quan trọng trong tổng thể nguồn nhân lực ngành lưu trú nói riêng và nguồn nhân lực ngành du lịch tại Việt Nam nói chung. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại nhiều thời cơ cũng như thách thức lớn đối với ngành du lịch và đặc biệt*

¹ Faculty of Culture and Tourism, Saigon University.

là ngành khách sạn tại Việt Nam. Điều này cũng tạo ra những tác động to lớn đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho ngành này trong bối cảnh chuyển đổi số. Hiện nay, sau ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, nguồn nhân lực của ngành khách sạn Việt Nam không chỉ thiếu về số lượng mà chất lượng cũng còn hạn chế, nhất là về trình độ ngoại ngữ, kỹ năng mềm, kinh nghiệm thực tế, khả năng quản trị, quản lý, nhất là quản trị cấp cao; Công tác đào tạo nhân lực khách sạn dù đạt tới kiến thức, kỹ năng theo các tiêu chuẩn đã được thỏa thuận trong khu vực và mở rộng ra phạm vi toàn cầu nhưng chưa đạt kỳ vọng. Bài viết nêu lên thực trạng nguồn nhân lực ngành khách sạn tại Việt Nam hiện nay. Đồng thời, bài viết cũng tập trung vào phân tích những tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, đặc biệt là bối cảnh chuyển đổi số tại nước ta đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực ngành khách sạn. Từ đó, đề xuất một số giải pháp đào tạo nhân lực khách sạn chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu đổi mới giáo dục trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia.

***Từ khóa:** nguồn nhân lực khách sạn, đào tạo nguồn nhân lực, chuyển đổi số.*

1. INTRODUCTION

It can be said that human resources are one of the most important factors for the development of an industry or profession. Human resources are considered the most crucial factor affecting the success and failure of tourism businesses in general and hotel enterprises in particular. Therefore, the training of human resources in hotels is of great concern and emphasis. The Covid-19 pandemic has caused many difficulties and challenges for the tourism industry, including the hotel industry experiencing unprecedented changes in personnel. According to the statistics from the Ministry of Culture, Sports, and Tourism, in 2020, businesses in the tourism sector had to reduce their staff by 70-80%. In 2021, the number of employees working full-time accounted for only 25% compared to 2020, employees resigning or terminating their employment contracts accounted for about 30%, employees temporarily leaving their jobs about 35%, and 10% of employees were working at a reduced capacity (Vietnam News Agency, 2022). Specifically for the accommodation sector, the situation was no more optimistic as hotels and lodging facilities across the country were facing a severe labor shortage. According to the management of some major hotel businesses, during the two years of 2020 – 2021 when the COVID-19

outbreak was at its peak, 50% of the personnel from some businesses requested to leave their jobs, including room service, kitchen, and reception staff; the human resources in this sector were almost completely disrupted after COVID-19. Not only lacking in quantity, but the quality of human resources in the hotel industry was also limited, especially in terms of foreign languages, soft skills, and practical experience. Therefore, recovering the quantity and quality of hotel human resources has become an urgent requirement today.

Today, the Fourth Industrial Revolution brings many opportunities as well as challenges for the tourism human resources in Vietnam in general and hotel human resources in particular. The fierce competition from the global tourism labor market with increasingly high demands, along with the Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA-TP), requires hotel human resources to develop both in quantity and quality to meet the conditions and requirements of international integration in the context of digital transformation.

Starting from these requirements, hotel businesses in Vietnam are striving to ensure they have the necessary quantity and quality of human resources in order to survive; otherwise, they will be eliminated in this new context. This article will present some current situations related to the human resources in the hotel industry in Vietnam. In addition, the article also addresses the advantages and difficulties in training human resources in the hotel industry in the context of the national digital transformation. From there, it proposes some solutions to improve the effectiveness of training human resources in the hotel industry in Vietnam in this new context.

2. LITERATURE REVIEW AND METHODS

2.1. Literature Review

To date, around the world and in Vietnam, there have been many studies related to the issue of training human resources in the hotel industry. Among them, some documents related to the research problem that the author has referenced. Firstly, it is essential to men-

tion Ushakov et al. (2020) as well as suggestions for their elimination and minimization. The study has shown that the main issues include the large gap between the practical and theoretical aspects of the training process, in addition to the insufficient amount of practice during the whole course of studying in the field of "Hotel industry", which makes it impossible to adequately prepare graduates for competition on the labor market in the area of hotel service. Other issues include the lack of language teaching in higher education institutions that specialize in training hospitality business professionals, which undermines the entire education system aimed at communication with foreign guests. In the article, the authors analyze the problems of Russian higher education related to training professionals for the hospitality industry. These problems lead to the loss of competitiveness on the European and global market of educational services. The authors identify the key elements in the training of specialists that require improvements to engage in competition. After the study in this field was conducted, the ways of solving the identified problems were proposed. The solutions involved the principles of creating a competitive school of hotel management in Russia as a factor in the development of the resource potential of hotels. As a result, the prestige of studying in such higher education institutions rises.", "author": (Ushakov et al., 2020 with the article *"Efficiency of Hotel Management. Training of Specialists in Hotel Industry Field"* to discuss key challenges currently affecting the hospitality industry and proposes solutions to address and minimize them. Then, K.Ghazy, A.Fedorova (2021) did research *"Industry 4.0 And Human Resource Management In The Hotel Business"* to explore the transformations within human resources brought about by Industry 4.0 and 5.0, emphasizing the significance of emerging technologies for the hospitality sector. Finally, Kakaroukas & Papageorgakis (2023) with the research *"Evaluating the Effectiveness of Training Methods on the Performance of Human Resources in Greek Hotel Businesses"* to investigate the effectiveness of training methods with regard to the improvement of human resources performance in hotel businesses.

In Vietnam, the author has studied several articles, such as Nguyen Thi Lan Hanh, Do Ngoc Hao, Nguyen Xuan Quyet (2022); Dao Duy Tuan, Tran Thi Lan (2022) and Vu Manh Cuong (2022). Their article discuss the current state of tourism human resource training in Vietnam, while also analyzing the impact of the Fourth Industrial Revolution on tourism human resources. It then proposes solutions for training high-quality human resources for the Tourism industry. Studying and researching these documents helps the author to compare and analyze issues related to the training of tourism and hotel human resources from the past to the present, thereby gaining a more comprehensive view of the research issue.

2.2. Methods

The article employs a document analysis method with tools including the collection, comparison, and analysis of information. The author has conducted a comprehensive search of academic journals, reports, and online resources to gather relevant information on the potential of technology to support tourism activities. We focus on peer-reviewed published articles and reports from reputable organizations, such as the United Nations World Tourism Organization (UN Tourism) and the Vietnam National Administration of Tourism (VNAT), as well as reputable journals both domestically and internationally. By analyzing the collected documents to identify the advantages and difficulties in training human resources in the hotel industry in the context of the Fourth Industrial Revolution.

3. FINDINGS

3.1. The Current State of Human Resources in the Hotel Industry in Vietnam

In 2023, the Vietnamese tourism industry concluded with welcoming over 12.5 million international visitors and serving over 108 million domestic tourist turns, with total tourism revenue reaching over 672 trillion VND, surpassing the target set at the beginning of the year. Vietnam's tourism ranks sixth globally in terms of growth

in searches from international markets. (Tourism Information Center, 2023). By February 2024, the number of international visitors reached over 1.53 million turns. The total number of international tourists in the first two months of the year reached more than 3 million turns, an increase of 68.7% compared to the same period in 2023. The number of domestic tourists in February 2024 reached 14 million turns, of which about 4.9 million turns included stays. Total tourism revenue in February 2024 is estimated at 136.1 trillion VND. (Tourism Information Center, 2024). This number is equivalent to the number of international visitors to Vietnam in January 2019, before the COVID-19 pandemic. This marks a very promising start for Vietnam's tourism industry in 2024 with the goal of welcoming 17 – 18 million international visitors. With this significant recovery, accommodation facilities, including the hotel industry, are also rapidly developing again to meet the demand for guest accommodation. By the end of 2023, our country had 38,000 tourist accommodation facilities with over 780,000 rooms. Among these, there are 247 five-star tourist accommodation facilities with 80,896 Rooms (an increase of 26 facilities with 6,579 rooms) and 368 four-star tourist accommodation facilities with 50,716 rooms (an increase of 28 facilities with 5,014 rooms).

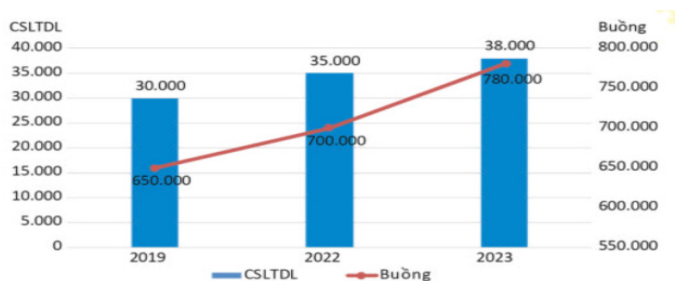


Figure 1: Accommodation Facilities and Their Flow in 2023

(Note: CSLTDL means Tourist accommodations; Bồng means Rooms)

(Source: Tourism Information Center, Vietnam National Administration of Tourism)

The types of accommodation in Vietnam include hotels, tourist apartments, tourist villas, guesthouses, homestays, tourist cruise ships, and camping sites. Among these, hotels are the most numerous and play a very important role in the development of the lodging sector in particular and tourism in general. As of 2023, our country has 7,696 hotels ranging from 1 to 5 stars and are qualified for business, with a total of 329,592 rooms, accounting for 42.3% of the total number of accommodation facilities nationwide. Therefore, the demand for human resources serving this industry is also very important and always receives significant attention from related parties.

Table 1: Demand for Labor in Vietnamese Hotels

No.	Hotel Rating	Number of Rooms	Number of Hotel	Trend	Labor Demand (Capacity over 70%)	Average Labor/Room (Capacity over 70%)
1	5 stars	68,171	204	Increase	122,708	1.8
2	4 stars	42,230	312	Increase	54,899	1.3
3	3 stars	38,588	511	Decrease	38,588	1
4	2 stars	43,642	1,284	Decrease	34,914	0.8
5	1 star	42,070	2,106	Decrease	21,035	0.5
6	Qualified	94,891	3,279	Increase	47,446	0.5
	Total	329,592	7,696		319,590	

(Source: Department of Tourism Accommodation Management, Vietnam National Administration of Tourism)

The data shows that the group of 4-5 star hotels has increased compared to the previous year with 516 facilities and over 110,000 rooms. The labor demand in 4-5 star hotels is 177,607 if the room capacity exceeds 70%. The group of 1-3 star hotels has a decreasing trend with over 3,900 facilities and 124,300 rooms. The labor demand in 1-3 star hotels is 91,537 if the room capacity exceeds 70%. Thus, with the current number of facilities, if a room capacity of over 70% is achieved, the hotel industry would need about 319,590 workers. According to the report by the Department of Tourism Accommodation Management, Vietnam National Administration of Tourism, currently, the staffing level in accommodation facilities only meets 70% of the demand. Furthermore, according to this report, the quality of human

resources in the hotel industry still does not fully meet the requirements for deep, broad, and comprehensive international integration. Integration knowledge, foreign languages, computer skills; creativity, leadership, management, administration abilities, and practical experience are limited and not yet commensurate with the industry's development requirements. In many places, employees have not yet been trained and do not meet the requirements for professional skills, soft skills, foreign languages, and especially computer skills to meet the requirements for digital transformation access in the future. (Department of Tourism Accommodation Management, 2023).

3.2. Advantages and Challenges for Human Resources and Training in the Hotel Industry in the Digital Economy Era

3.2.1. About Advantages

Firstly, the State is paying great attention to the training of tourism human resources, especially in accommodation facilities, including hotels. This has been demonstrated in the *"Tourism Development Strategy up to 2030"* approved by the Prime Minister in Decision No. 147/QĐ-TTg on 22/01/2020, which clearly states the policy of focusing on the development of high-quality human resources in the future. In addition, the Ministry of Education and Training issued Official Letter No. 4929/BGDĐT-GDĐH on 20/10/2017 guiding the special mechanism for training tourism human resources at the university level for the period 2017-2020 in a way that better meets the demands of the labor market and international integration. It emphasizes the close collaboration between higher education institutions and enterprises in training as a mandatory condition for implementing this special mechanism. The Decision 4030/QĐ-BVHTTDL by the Ministry of Culture, Sports and Tourism on approving the project *"Strengthening the Capacity of Human Resources in the Tourism and Hotel Industry of Vietnam VIE/031"* is also worth mentioning.

Following the government's policies, provincial and city management agencies have also approved and implemented local tourism human resources development projects. Notably, Ho Chi

Minh City with the “*Comprehensive Human Resources Training Project at International Level (08 industries, including Tourism)*”; Kien Giang with the “*Tourism Human Resources Development Project of Kien Giang Province for 2015-2020, vision towards 2030*”; Ba Ria – Vung Tau with the “*Tourism Human Resources Development Project of the Province up to 2025, orientation towards 2030*”; the “*Tourism Human Resources Development Project of Binh Dinh Province up to 2025, orientation towards 2030*”; the “*Tourism Human Resources Development Project of Ha Nam Province for the period 2019 – 2025*”, among others. This shows that the issue of training and developing high-quality tourism human resources has been and is being deeply concerned by state management agencies from central to local levels.

Secondly, the digital transformation in tourism is of great concern to the Party and State, as evidenced by the issuance of many timely policies that update the development trends of technology in the digital economy era. The Prime Minister issued Decision No. 1671/QĐ-TTg on 30/11/2018 approving the “*Comprehensive Project on Information Technology Application in the Tourism Field for the period 2018 – 2020, with orientation towards 2025*”, and Decision No. 749/QĐ-TTg on approving the “*National Digital Transformation Program up to 2025, with an orientation towards 2030*”. Additionally, Decision No. 172/QĐ-BVHTTDL dated 25/01/2022 by the Minister of Culture, Sports and Tourism issued the “*Digital Tourism Development Plan for the period 2021 – 2025*”. There is also the “*Project on the application of Industry 4.0 technology to develop smart tourism, promoting tourism as a key economic sector*” issued according to Decision No. 3570/QĐ-BVHTTDL dated 21/12/2022 by the Minister of Culture, Sports, and Tourism. Most recently, the “*Digital Transformation Plan of the Ministry of Culture, Sports, and Tourism for the year 2023*” was issued according to Decision No. 405/QĐ-BVHTTDL dated 24/2/2023 by the Minister of Culture, Sports, and Tourism.

Additionally, the digital transformation in the field of education and training is also receiving significant attention from the state and various levels of governance. Decision No. 117/QĐ-TTg by the Prime Minister issued on January 25, 2017, regarding the approval

of the project “*Strengthening the application of information technology in management and supporting teaching-learning, scientific research activities to improve the quality of education and training for the period 2016 – 2020, with orientation to 2025*”. Furthermore, Decision No. 131/QĐ-TTg dated January 25, 2022, by the Prime Minister: Approves the project “*Enhancing the application of information technology and digital transformation in education and training for the period 2022 – 2025, with orientation to 2030*”. From these general policies of the Party and the State, localities are also very actively implementing the application of digital technology in education and training such as Hanoi, Ho Chi Minh City, Da Nang, Quang Ngai,... This demonstrates the importance of digital transformation for both the tourism and education sectors, requiring close cooperation between these two sectors and related parties to meet the current demand for human resources in the digital economy era.

Thirdly, the recovery after Covid-19 and the rapid development of the Vietnam Tourism industry currently present opportunities for the human resources of the Tourism industry in general and the hotel industry in particular. Instead of during the pandemic period, when the industry’s human resources rapidly declined, they have now been restored as hotels have resumed operations after a long period of closure. A large number of hotel industry personnel who had to leave their jobs or switch to other professions to make a living when the industry was locked down can now return to work in their field of expertise.

Finally, education and training in tourism and hotel management are actively developing, with the number of educational institutions offering tourism and hotel management training increasing rapidly in recent years, almost present in all provinces and cities. The network of tourism and hotel training institutions at various levels, from vocational, secondary, college, university, to postgraduate, has been formed and expanded. As of December 2022, the country has 278 tourism training institutions, including 98 universities with tourism faculties, 113 colleges, and 67 vocational schools. With this network,

the annual enrollment size is estimated at about 51,000 students in tourism and hotel management, including approximately 22,500 university students, 19,500 college students, and 9,000 vocational students, in addition to about 5,000 trainees receiving short-term vocational training in tourism under 3 months (Vietnam National Administration of Tourism, 2023). Postgraduate research work has also seen significant development, with Ho Chi Minh City having the first university in the Southern region to offer a PhD in Tourism. This is one of the promising trends for the training work in the tourism sector in general and hotel management in particular. Furthermore, training institutions are also very active in applying information technology to their management and teaching systems to keep up with the digital technology trends in the future.

3.2.2. About Challenges

The foremost challenge to mention is the current quality of hotel human resources. Although the training of hotel human resources is gradually aiming to meet the knowledge and skill requirements according to regional standards, it generally still does not meet societal needs and remains distant from regional and global standards. Vietnam lacks high-skilled labor, lacks experience working in international environments, is limited in soft skills, and the greatest barrier is the level of foreign language proficiency and the application of technology in the hotel sector.

The next challenge comes from the deep and broad integration into the international economic market. The Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA-TP) signed among ASEAN countries has set a common occupational standard in tourism, recognizing the skills and qualifications of tourism workers from other member countries within ASEAN, while also allowing workers to freely move jobs within the region. This creates many employment expansion opportunities for talented personnel; however, it also poses a significant challenge if Vietnamese labor cannot improve in quality to compete with the labor forces of other countries, especially in the current context of the Fourth Industrial Revolution.

Subsequently, the infrastructure for digital transformation and the data system of the industry are not yet sufficient, accurate, and lack connectivity for comprehensive transformation. During the digital transformation process, digital infrastructure plays a crucial role as an indispensable foundation, considered the most advanced and necessary measure to promote the country's digital transformation process. Although the government has focused on its development, the technological infrastructure in Vietnam has not yet achieved synchronous development. Differences in the deployment and use of digital technology across localities lead to a lack of unity, synchronization, and linkage. Advances in science and technology are mainly concentrated in large cities and carried out by large technology corporations. Localities with remote geographical locations still face many limitations in adopting information technology. This also poses no small obstacle for training institutions and the hotel industry today in the issue of human resource development.

Moreover, the issues of competition and technological lag are also concerns of note. In the context of increasing globalization, the digital transformation process is rapid, and technology continuously evolves over time. The competition in adopting modern technological advancements becomes fierce, while Vietnam's competitiveness compared to countries in the region and the world remains inferior. Simultaneously, the adaptability of domestic enterprises to the international integration process is still not high. Currently, Vietnam is in a development phase and digital transition, where digital technology is oriented and planned for investment and application. However, the investment budget and experience for the development of science and technology in Vietnam are still limited. This represents a significant challenge and a gap that is difficult to narrow in the short term. Training institutions, despite actively applying technology in teaching and learning, also face difficulties in updating new technologies, such as when the application of Technology A is still being implemented, more advanced technology has already emerged worldwide. This creates a reluctance to change in the digital transformation process.

Lastly, cybersecurity is also a matter of great concern today. As almost all management and operational activities are performed on digital platforms, security issues are of paramount importance. Personal and training institution confidential information may be leaked if not strictly controlled. Additionally, issues related to high-tech fraud are becoming a hot topic in today's digital economy era.

3.3. Some Recommendations and Solutions for Training High-Quality Hotel Personnel in the Context of National Digital Transformation

- **Awareness Solutions:** It is necessary to raise awareness about the Fourth Industrial Revolution and the national digital transformation process among all stakeholders, from central to local authorities and including businesses and workers, so they can be more proactive in applying digital technology to their personal development and the organization of hotel businesses.

- **For State Management Agencies:** There must be tight cooperation among relevant parties, especially between the hotel industry and the education sector. Develop a common standard set suitable for each hotel profession based on the ASEAN tourism training competency framework. Enhance the role of the Advisory Council on Hotel Human Resource Training to provide necessary and useful guidance and advice to help training institutions in the hotel and restaurant sector align with state policies and directions.

- **For Training Institutions:** Institutions need to enhance their training capacity by strengthening quality assurance conditions, promoting quality accreditation in education to standardize training programs, helping institutions train personnel with equivalent levels and meeting common standards. To achieve this, training institutions need to diversify training programs, establish exit standards according to international frameworks, enhance management and develop advanced training models to improve workers' skills. Develop intelligent school management models, develop training programs, select teaching methods suitable for the new situation, invest in infrastructure, apply technology in teaching and learning, and cooperate with hotel businesses for more effective training. Additionally, it is essential to enhance the capacity of faculty and trainers through

welfare regimes, caring for their material and spiritual life, enhancing professional training for faculty and trainers, attracting excellent foreign lecturers, especially from countries with advanced hotel training. Simultaneously, hotel human resource training institutions should build a shared database, based on mechanisms and policies for forming a shared university, to help training institutions access necessary and reliable data during the training process.

- **For Human Resource Subjects:** Hotel staff or students still in school must be eager to learn, not afraid of change, actively adapt to new contexts, take control of technology, specialize in knowledge, be solid in skills, especially professional skills, foreign languages, and computer skills, and have a sense of autonomy and responsibility. Only then can the training of human resources for the industry be effective.

- **For hotel businesses:** There needs to be support and close cooperation with schools to train human resources sufficient in quantity and meeting quality requirements for the industry. Collaborate with training institutions in facilitating students to practice and intern, teaching them professional skills and soft skills if these have not been thoroughly trained or there was insufficient training time at the school. Hotel managers should also pay attention to labor policies, treatment, and especially policies on training and developing human resources to maximize each employee's abilities and capacities.

4. CONCLUSION

Training human resources for the hotel industry in the context of national digital transformation is an urgent requirement and indispensable in developing Vietnam's tourism industry in general and the hotel sector in particular for the future. Therefore, it is necessary to propose suitable solutions at the state management level, local level, especially at training institutions or businesses, to enhance the training capacity of hotel human resources to meet the requirements of international integration in the digital age.

From the research results, the article has proposed 5 groups of specific solutions and recommendations as follows: (1) Awareness solutions about the importance of the national digital transformation campaign in training and developing human resources for the hotel industry; (2) Several recommendations for state regulatory bodies;

(3) Some recommendations for training institutions; (4) Some recommendations for workers; (5) Some recommendations for hotel businesses. This shows that there must be very close cooperation among all relevant parties in training human resources for the hotel industry to ensure the demands for quantity and quality requirements in the current digital era.

REFERENCES

1. Dao Duy Tuan, Tran Thi Lan (2022). *Human Resources, Training of Tourism Human Resources in the Digital Era*. Tourism Development Research Institute. Vietnam National Administration of Tourism.
2. Department of Tourism Accommodation Management (2023). *The Situation of Human Resources in Tourism Accommodation Facilities*. Conference Materials on Tourism Human Resource Training. Vietnam National Administration of Tourism, December 2023.
3. Kakaroukas, C., & Papageorgakis, E. (2023). "Evaluating the Effectiveness of Training Methods on the Performance of Human Resources in Greek Hotel Businesses". *Journal of Advances in Humanities Research*. <https://doi.org/10.56868/jadhur.v2i1.102>.
4. K. Ghazy, A. Fedorova (2021). *Industry 4.0 And Human Resource Management In The Hotel Business*.
5. Nguyen Thi Lan Hanh, Do Ngoc Hao, Nguyen Xuan Quyet (2022). *The Current Situation and Solutions for Training Tourism Human Resources in Vietnam in the Context of the Industrial Revolution 4.0*. Industry and Trade Magazine – Scientific Research and Technology Application Results, Issue 1, January 2022.
6. Tourism Information Center (2023, 2024). *Tourism Information December 2023, February 2024*. Vietnam National Administration of Tourism.
7. Ushakov, R. N., Kryukova, E. M., Khetagurova, V. S., Mukhomorova, I. V., & Zelenov, V. V. (2020). "Efficiency of hotel management". Training of specialists in hotel industry field. *Journal of Environmental Management and Tourism*. [https://doi.org/10.14505/jemt.11.2\(42\).17](https://doi.org/10.14505/jemt.11.2(42).17)
8. Vu Manh Cuong (2022). *Improving the Quality of Human Resources for Vietnam's Tourism Industry in the Context of the Industrial Revolution 4.0*. Industry and Trade Magazine – Scientific Research and Technology Application Results, Issue 14, June 2022.

NGHIÊN CỨU QUY TRÌNH QUẢN TRỊ RỦI RO VỀ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI KHÁCH SẠN

TS. Nguyễn Quang Anh, Nguyễn Bảo Yến¹

Tóm tắt: Quản trị rủi ro nhân sự trong doanh nghiệp ngày nay đóng vai trò hết sức quan trọng trong mục tiêu cải thiện chất lượng của một tổ chức nói chung và nâng cao công tác quản trị nhân sự nói riêng, đặc biệt là lĩnh vực kinh doanh khách sạn. Trên cơ sở tổng hợp một số vấn đề cơ bản về rủi ro trong hoạt động kinh doanh, bài viết tập trung nêu rõ tầm quan trọng của quản trị rủi ro nhân sự trong khách sạn thông qua hệ thống hóa cơ sở lý luận về rủi ro, quản trị nhân lực, tổng hợp, đưa ra phương pháp đo lường và quản trị rủi ro đối với khách sạn tại Việt Nam hiện nay. Từ đó tạo cơ sở để các nhà quản trị cùng khách sạn tham khảo để xây dựng những kỹ thuật hay phương pháp nhận diện rủi ro phù hợp, phục vụ cho công tác quản lý và sự vận hành của khách sạn.

Từ khóa: quản trị rủi ro, nguồn nhân lực, khách sạn.

RISK MANAGEMENT PROCESS OF HUMAN RESOURCES IN HOTELS

Abstracts: Risk management of human resources in today's business plays a crucial role in improving the quality of an organization in general and enhancing human resource management in particular, especially in the hotel business. Based on the synthesis of some basic issues on risks in business operations, the article focuses on highlighting the importance of human resource risk management in hotels through systematizing the theoretical basis of risk, human resource management, synthesizing and proposing effective risk measurement methods for hotels in Vietnam nowadays. From there, create a foundation for managers and hotels to refer to in order to develop appropriate risk identification techniques or methods to serve the management and operation of the hotel.

Keywords: Risk management, human resource, hotel.

¹ Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Rủi ro hiện hữu ở khắp mọi nơi, mọi lĩnh vực và không loại trừ bất kì đối tượng nào. Trong kinh doanh nói chung và khối ngành dịch vụ nói riêng, rủi ro lại được quan tâm nhiều hơn bao giờ hết bởi ta không thể loại bỏ hoàn toàn chúng mà chỉ có thể nhận diện, đưa ra các phương pháp giảm thiểu và đôi khi buộc phải chấp nhận rủi ro. Do vậy, việc xác định được tổn thất gây ra bởi rủi ro là rất cần thiết. Theo Viện Quản trị rủi ro IRM (*Information Risk Management*), rủi ro là sự kết hợp khả năng của một sự việc và hậu quả của nó. Kết quả không mong muốn này có thể là tích cực hoặc tiêu cực. Đây là một cách tiếp cận rộng rãi, phổ biến và thiết thực mà có thể dễ dàng áp dụng. Rủi ro trong kinh doanh thường dễ nhận diện và cụ thể hơn rủi ro nói chung. Bên cạnh đó, rủi ro trong kinh doanh mang tính chất phức tạp bởi nó chịu sự tác động đồng thời của nhiều yếu tố khách quan và từ chính nội bộ doanh nghiệp.

Hoạt động chính của kinh doanh khách sạn là cung cấp nơi lưu trú, dịch vụ ăn uống và vui chơi giải trí, đây đồng thời là điều kiện tiên quyết hỗ trợ duy trì – phát triển du lịch. Nhân tố con người luôn đóng vai trò thiết yếu trong kinh doanh khách sạn bởi họ đem đến những dịch vụ trực tiếp ảnh hưởng tới trải nghiệm khách hàng thông qua thái độ, kỹ năng, sự chu đáo mà không gì thay thế được. Chính vì vậy, công tác quản lý nhân sự khách sạn cần đặt lên hàng đầu, đào tạo kỹ lưỡng và chuyên nghiệp từ lễ tân, nhân viên bảo vệ, bellman, phục vụ, nhân viên vệ sinh,... Sự phát triển của ngành công nghiệp không khói này đã kéo theo tỷ lệ lao động theo đuổi ngành khách sạn ngày càng nhiều, điều này như một thách thức đối với các nhà quản trị nhân sự nói riêng và toàn ngành nói chung. Một số vấn đề về nguồn nhân lực phổ biến: nhân sự có tính thời vụ cao; ca làm việc phức tạp; khó xây dựng lộ trình đào tạo và phát triển; số lượng lao động lớn; quy mô lao động trải dài trên nhiều vùng địa lý.

Có nhiều cách tiếp cận về quản trị nguồn nhân lực, song về cơ bản, quản trị nguồn nhân lực là cách thức, biện pháp, phương pháp của một tổ chức tác động vào các mối quan hệ của người lao động, tập thể người lao động với các yếu tố vật chất của tự nhiên nhằm tạo

nên hoạt động nhịp nhàng của một tổ chức nhất định để khai thác mọi tiềm năng to lớn của con người trong quá trình tạo ra của cải vật chất và tinh thần cho con người và cho sự tiến bộ xã hội.

Quản trị rủi ro nhân lực được hiểu là quá trình nhận dạng, phân tích (bao gồm đo lường và đánh giá) những rủi ro nhân lực và thiết lập các biện pháp kiểm soát và tài trợ khắc phục các hậu quả của rủi ro nhân lực nhằm sử dụng tối ưu nguồn nhân lực của tổ chức.

Thực tế cho thấy sau đại dịch COVID-19, “khoảng trống” nhân sự trong khối ngành Du lịch Việt Nam có xu hướng mở rộng. Theo Cục Du lịch Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng hiện nay, mỗi năm ngành Du lịch cần khoảng 40.000 lao động mới và 25.000 lao động cần tái đào tạo. Tuy nhiên, các cơ sở đào tạo về nhân sự ngành Du lịch mỗi năm chỉ đào tạo được khoảng 20.000 lao động, trong đó 43% là nhân sự chuyên nghiệp, số còn lại đa số là chưa thành thạo ngoại ngữ. Bên cạnh đó, các cơ sở lưu trú 4, 5 sao tại Việt Nam hiện nay đang phải sử dụng nhân lực nước ngoài, đặc biệt là những vị trí quản lý cấp cao, điều này cho thấy nguy cơ cạnh tranh và thách thức mà nhân lực ngành Du lịch Việt Nam cần đối mặt. Vì vậy, quản trị rủi ro nhân sự, đặc biệt là công tác đào tạo cần được quan tâm và chú trọng để giảm thiểu cũng như khắc phục những khó khăn nói trên, đồng thời đảm bảo chất lượng dịch vụ và hiệu suất hoạt động của khách sạn.

Từ những luận điểm nêu trên, có thể thấy rằng quản trị rủi ro nhân lực là một phần quan trọng không thể bỏ qua, đặc biệt là đối với kinh doanh khách sạn – nơi mà người lao động chịu sự áp lực lớn từ công việc phục vụ và tương tác trực tiếp với khách hàng với tần suất cao. Đây không chỉ là vấn đề nội bộ của khách sạn mà còn liên quan mật thiết đến chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng và sự thành công toàn diện của doanh nghiệp.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu về quản trị nhân lực không mới và nghiên cứu về quản trị rủi ro nhân lực trong doanh nghiệp đã và đang nhận được nhiều sự quan tâm của các học giả. Bên cạnh đó, các nghiên cứu về

đề tài quản trị rủi ro về nhân lực trong kinh doanh khách sạn cũng đã xuất hiện và ngày càng được chú ý hơn trong các công bố quốc tế. Như Nicholas Z. Sha (2015) nghiên cứu về việc xác định và phân loại các rủi ro về nhân lực trong ngành lữ hành và đề xuất các biện pháp quản trị để giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu quả nhân lực. Trong khi đó, Goncharuk, Anastasia và các cộng sự. (2016) trình bày một khung công việc tích hợp để quản lý rủi ro nhân lực trong ngành khách sạn. Khung này được thiết kế để xác định, đánh giá và quản lý rủi ro nhân lực dựa trên các yếu tố như tuyển dụng, đào tạo, phát triển và giữ chân nhân viên. Nghiên cứu của Awais (2020) đưa ra các phương pháp quản trị nhân lực đang được sử dụng trong ngành khách sạn để giảm thiểu rủi ro và tăng cường hiệu suất nhân sự. Nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn tổng quan về tình hình quản trị nhân lực trong ngành và đề xuất các giải pháp để nâng cao quản trị rủi ro nhân sự.

Ngược lại, các nghiên cứu trong nước lại thường chỉ tiếp cận đến quản trị rủi ro trong kinh doanh khách sạn nói chung (Tuyền, 2009) hoặc nghiên cứu các giải pháp đào tạo và phát triển nguồn nhân lực (Thương, 2018) chứ chưa thực sự tiếp cận đến quản trị rủi ro trong nhân lực khách sạn.

Mặc dù đã có một số nghiên cứu lý thuyết về quản trị rủi ro nhân lực trong kinh doanh khách sạn nhưng các nghiên cứu trên cũng chỉ ra tính đặc thù của các yếu tố bên ngoài như môi trường kinh tế xã hội văn hóa mà các đặc tính rủi ro trong nhân sự khách sạn có nhiều khác biệt. Đặc biệt ở Việt Nam hiện nay, dưới góc độ lý thuyết lẫn thực tiễn, vấn đề quản trị rủi ro về nhân lực tại khách sạn vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Các nghiên cứu vẫn thường chỉ coi nguồn nhân lực như một loại rủi ro trong kinh doanh khách sạn mà ít đi sâu phân tích đầy đủ các khía cạnh cũng như đưa ra một qui trình quản trị rủi ro đầy đủ về nguồn nhân lực tại khách sạn.

3. QUY TRÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng các phương pháp so sánh, tổng hợp tài liệu và phân tích các nguồn thứ cấp để hiểu rõ hơn về quá trình quản lý rủi ro nhân sự. Các nghiên cứu so sánh cho phép xem xét

các hoạt động quản lý rủi ro giữa các tổ chức hoặc ngành khác nhau, giúp xác định các phương pháp hay nhất và các lĩnh vực tiềm năng để cải thiện (Sha, 2015). Tổng hợp các tài liệu nghiên cứu và nguồn thứ cấp cung cấp một cái nhìn tổng quan toàn diện về kiến thức hiện có, tạo điều kiện thuận lợi cho việc xác định các chủ đề chung và xu hướng mới nổi trong lĩnh vực này (Jamil và Jose, 2020). Trong đó quy trình nghiên cứu được thực hiện như sau:

Bước 1	Nhận dạng rủi ro	Giám sát, phân tích, đánh giá và điều chỉnh liên tục
Bước 2	Phân tích rủi ro nhân lực dựa trên tổng hợp các rủi ro định hình và phân loại yếu tố ảnh hưởng, xây dựng thang đo.	
Bước 3	Quyết định xử lý rủi ro tối ưu: né tránh, giảm thiểu, ngăn ngừa, chuyển giao.	
Bước 4	Đánh giá hoạt động quản trị rủi ro nhân lực.	
Bước 5	Cải thiện hệ thống quản trị rủi ro nhân lực.	

a) Xác định rủi ro: Bước đầu tiên liên quan đến việc xác định toàn diện tất cả các rủi ro nhân sự tiềm ẩn. Điều này đòi hỏi phải xem xét kỹ lưỡng các yếu tố bên trong và bên ngoài có thể ảnh hưởng tiêu cực đến vốn nhân lực của tổ chức, chẳng hạn như tỷ lệ nhân viên nghỉ việc, thiếu hụt kỹ năng, tranh chấp lao động, an toàn nơi làm việc và các vấn đề tuân thủ quy định (Sha, 2015).

b) Phân tích rủi ro: Sau khi các rủi ro tiềm ẩn được xác định, chúng sẽ được phân tích cẩn thận để xác định khả năng xảy ra và tác động tiềm ẩn của chúng đối với tổ chức. Phân tích này có thể liên quan đến các phương pháp định tính như ma trận rủi ro hoặc các kỹ thuật định lượng như phân tích kịch bản (Jamil và Jose, 2020).

c) Phát triển phương án ứng phó với rủi ro: Dựa trên phân tích rủi ro, các chiến lược giảm thiểu phù hợp sẽ được phát triển. Chúng có thể bao gồm phòng tránh rủi ro (loại bỏ nguồn gốc rủi ro), giảm thiểu rủi ro (thực hiện các biện pháp để giảm khả năng xảy ra hoặc tác động của rủi ro), chuyển giao rủi ro (chuyển gánh nặng rủi ro sang bên thứ ba, chẳng hạn như thông qua bảo hiểm), hoặc chấp nhận rủi ro (thừa nhận rủi ro và hậu quả tiềm ẩn của nó) (Flouris và Yilmaz, 2010).

d) Giám sát và đánh giá rủi ro: Quản lý rủi ro là một quá trình liên tục. Việc giám sát liên tục các rủi ro đã xác định là rất quan trọng

để phát hiện những thay đổi về mức độ hoặc tác động tiềm ẩn của chúng. Việc đánh giá thường xuyên các chiến lược quản lý rủi ro là cần thiết để đảm bảo hiệu quả liên tục của chúng và điều chỉnh chúng khi cần thiết (Goncharuk và các cộng sự, 2016).

e) Cải tiến hệ thống: Các kết quả từ hoạt động giám sát và đánh giá rủi ro được sử dụng để nâng cao và tinh chỉnh hệ thống quản lý rủi ro nhân sự tổng thể của tổ chức, đảm bảo hệ thống này vẫn mạnh mẽ và thích ứng với các điều kiện nội bộ và bên ngoài thay đổi (Flouris và Yilmaz, 2010).

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Nhận dạng rủi ro

Các phương pháp nhận diện rủi ro:

Thông qua việc áp dụng các mô hình và công cụ phân tích rủi ro khoa học, bao gồm SWOT, PESTLE, FMEA và HAZOP để xác định được các nhóm rủi ro nhân sự chủ yếu đối với khách sạn:

1. Rủi ro trong tuyển dụng, sử dụng và sa thải nhân sự

Việc tồn tại lỗ hổng từ công tác tuyển dụng có thể dẫn đến vô số những hậu quả trầm trọng về sau cho doanh nghiệp. Trong quá trình sử dụng lao động, khách sạn sẽ tốn thời gian, công sức và tiền bạc để đào tạo cũng như phát triển những hạn chế mà người lao động đang mắc phải, hay thậm chí là sa thải. Bên cạnh đó, sa thải cũng cần có “nghệ thuật” bởi không ít trường hợp lao động cũ bôi nhọ danh tiếng của khách sạn sau khi bị sa thải một cách thiếu minh bạch. Cụ thể các rủi ro này có thể kể đến như:

Tuyển dụng nhầm người, không phù hợp với yêu cầu công việc, dẫn đến tổn thất về hiệu suất và chi phí (Sha, 2015).

Vi phạm các quy định về luật lao động trong quy trình tuyển dụng và sa thải, có thể dẫn đến các tranh chấp pháp lý tốn kém (Goncharuk và các cộng sự, 2016).

Thực hiện sa thải không đúng cách, ảnh hưởng đến tâm lý của những người còn lại, tác động xấu đến tinh thần và năng suất chung của doanh nghiệp (Jamil và Jose, 2020).

2. *Rủi ro ảnh hưởng đến sức khỏe và an toàn của nhân viên*

Sức khỏe và an toàn tại nơi làm việc là vấn đề được đề cập nhiều lần trong quản trị nguồn nhân lực và nó càng cấp thiết hơn trong quản trị nhân lực tại khách sạn. Đây là những nguy cơ hoặc tác động tiêu cực đối với sức khỏe và phúc lợi của nhân viên trong môi trường làm việc. Các rủi ro này có thể xuất phát từ nhiều nguồn khác nhau và ảnh hưởng đến cả về mặt thể chất và tinh thần

Tai nạn lao động xảy ra do môi trường làm việc thiếu an toàn, có thể dẫn đến thương tích, kiện tụng và giảm sút uy tín của khách sạn (Rausand, 2011).

Không cung cấp đầy đủ kiến thức, kỹ năng, và trang bị an toàn lao động cho nhân viên, gây nguy hại đến sức khỏe của họ (Cobanoglu và Uysal, 2011).

Các vấn đề về sức khỏe nghề nghiệp phát sinh do tính chất công việc trong ngành (ví dụ: nhân viên dọn phòng phải tiếp xúc với hóa chất độc hại) (Andersen và các cộng sự, 2012).

3. *Rủi ro trong đào tạo*

Chi phí đào tạo nhân sự cao nhưng hiệu quả thấp do thiết kế chương trình không phù hợp hoặc nhân viên không nắm bắt tốt kiến thức (Sha, 2015).

Đội ngũ giảng viên đào tạo thiếu kinh nghiệm sư phạm hoặc không có chuyên môn sâu về lĩnh vực khách sạn, ảnh hưởng đến chất lượng đào tạo (Cobanoglu và Uysal, 2011).

Đào tạo không bám sát các yêu cầu công việc thực tế, dẫn đến tình trạng nhân viên thiếu kỹ năng cần thiết khi bắt tay vào công việc (Jamil và Jose, 2020).

4. *Rủi ro ảnh hưởng đến tỷ lệ biến động nhân sự*

Bên cạnh vấn đề sức khỏe và phúc lợi của người lao động thì các rủi ro tác động đến biến động nhân sự cũng liên quan đến nguồn lực của tổ chức. Khi trình độ lao động của tổ chức yếu kém, người lao động khó khăn trong thích nghi với những biến đổi và phương pháp quản trị tiên tiến, ý thức kỷ luật hạn chế, nhận thức về pháp luật và các quy định thấp,... khách sạn không thể thu hút nhân tài, người lao

động có chuyên môn cao sẽ gây ảnh hưởng đến năng suất và những biến động về nhân sự của mình. Khách sạn cần chủ động kiểm soát, ngăn chặn để giảm thiểu những kết quả không mong muốn, cụ thể:

Mức lương, đãi ngộ thấp hoặc thiếu tính cạnh tranh, làm tăng khả năng nghỉ việc của nhân sự giỏi (Faulkner và Campbell, 2004).

Môi trường làm việc thiếu công bằng, văn minh hoặc có quá nhiều áp lực, gây bất mãn và giảm sự gắn bó của nhân viên (Goncharuk và các cộng sự, 2016).

Cơ hội phát triển nghề nghiệp hạn chế khiến nhân viên cảm thấy thiếu triển vọng, dẫn đến ý định tìm việc ở nơi khác (Andersen và các cộng sự, 2012).

5. Các rủi ro khác

Rủi ro trong quan hệ lao động: Tranh chấp tập thể, đình công, hoặc các vấn đề nội bộ khác, có khả năng phá vỡ sự ổn định của khách sạn (Faulkner và Campbell, 2004)

Rủi ro liên quan đến pháp lý: Thiếu hiểu biết về luật lao động, hoặc vận hành không tuân thủ các quy định pháp lý dẫn đến các rắc rối về pháp lý cho doanh nghiệp (Donohoe và Needham, 2009).

Rủi ro liên quan đến sáng tạo: Khách sạn chậm thích nghi với những thay đổi về công nghệ hoặc chậm dịch chuyển trong nhu cầu khách hàng, đánh mất sức cạnh tranh (Piccoli và Kitchin, 2018).

4.2. Phân tích rủi ro

Để đo lường rủi ro, các doanh nghiệp có thể sử dụng kết hợp các phương pháp đo lường định lượng và phương pháp đánh giá định tính. Từng phương pháp định lượng và định tính đều có các ưu nhược điểm riêng, tuy nhiên trong quy trình này, nghiên cứu đề xuất sử dụng phương pháp Delphi và phỏng vấn chuyên gia như một phương pháp kết hợp định lượng và định tính tương đối phù hợp để phân tích rủi ro trong quản trị khách sạn:

i) Lựa chọn đối tượng tham gia nghiên cứu

Theo như nghiên cứu của Hsu và Sandford (2007), việc lựa chọn đối tượng phù hợp cho một nghiên cứu Delphi là bước quan

trọng nhất trong toàn bộ quá trình bởi vì nó liên quan trực tiếp đến chất lượng của kết quả nghiên cứu. Trên thực tế, hiện nay không có tiêu chí chính xác nào được liệt kê trong các tài liệu liên quan đến việc lựa chọn người tham gia Delphi (Kaplan, 1971), đối tượng Delphi nói chung phụ thuộc vào các lĩnh vực cụ thể và chuyên môn theo vấn đề cụ thể.

Để tiến hành lựa chọn chuyên gia mang tính đại diện cho công tác quản trị nhân sự tại khách sạn, cần tiến hành khảo sát cán bộ quản trị là trưởng/phó các phòng ban chức năng – những người đang trực tiếp tham gia quản trị người lao động tại đơn vị mình, đồng thời nhóm chuyên gia này có trình độ học thuật, kinh nghiệm quản trị. Ngoài ra, cần tiến hành lựa chọn các cán bộ công nhân viên khác. Như vậy, nhận thấy việc lựa chọn đối tượng và số lượng người tham gia nghiên cứu là cần thiết cho việc nghiên cứu này.

ii) Thiết kế công cụ, cách thức thu thập số liệu và phân tích số liệu nghiên cứu

Nội dung khảo sát sẽ được thực hiện qua 3 vòng khảo sát bỏ phiếu kín:

+ Thực hiện khảo sát vòng thứ nhất: Với mục đích các đối tượng được lựa chọn được lấy đa dạng nhất, cần tiến hành khảo sát các cán bộ, nhân viên đã và đang làm việc ở các phòng, ban, khác nhau tại khách sạn. Vòng này tập trung vào việc nhận dạng của người được khảo sát về các rủi ro trong công tác quản trị nhân sự mà khách sạn đang gặp phải. Và để định hướng trọng tâm, tại vòng này, người khảo sát nên tập trung vào 5 vấn đề mở cần xin ý kiến xung quanh các vấn đề đó bao gồm các vấn đề như sau:

- Mô hình quản trị nhân sự
- Tuyển dụng, đào tạo, quản trị, lương thưởng...
- Việc sử dụng công nghệ trong quản trị nhân sự
- Công tác nhân sự phục vụ đổi mới
- Lĩnh vực khác liên quan đến quản trị nhân sự.

Sau khi thu thập ý kiến của những từ khảo sát về nhận dạng các rủi ro nhân sự mà khách sạn đang gặp phải, cần phân tích tổng

hợp số liệu. Những nội dung được tổng hợp và nhóm thành những rủi ro liên quan đến công tác nhân sự của khách sạn cần phải được xem xét, giải quyết và đưa vào để khảo sát tại vòng 2. Bảng tổng hợp những rủi ro này được sử dụng như công cụ cuộc điều tra cho vòng thứ hai.

+ Thực hiện khảo sát vòng 2: Cần tập trung vào việc khảo sát ý kiến đánh giá của mỗi người tham gia nghiên cứu về xác suất có thể xảy ra (khả năng) và mức độ tác động của những rủi ro đã được Tóm tắt bởi người điều tra dựa trên những thông tin được cung cấp trong vòng đầu tiên. Tại vòng này, cách thức để đánh giá xác suất xảy ra (khả năng) và mức độ tác động của một rủi ro như sau:

Thang đánh giá xác suất có thể xảy ra (khả năng) từ 1 đến 5, tại mỗi rủi ro được nhận diện, người được khảo sát sẽ phải nhận diện xác suất xảy ra với mỗi loại rủi ro đó:

Bảng Thang đo đánh giá khả năng xảy ra rủi ro:

Xác suất xảy ra rủi ro	Hiếm khi xảy ra (hầu như không)	Ít khả năng xảy ra (1 lần/nhiều năm)	Có khả năng xảy ra (1 lần/năm)	Nhiều khả năng xảy ra (Nhiều lần/năm)	Chắc chắn xảy ra (đã xảy ra thường xuyên)
Điểm số tương ứng (A)	1	2	3	4	5

Thang đánh giá mức độ tác động của rủi ro nếu xảy ra được chia thành 5 mức: Rất lớn (RL), Lớn (L), Trung bình (TB), Nhỏ (N), Rất nhỏ (RN) được mô tả trong bảng đính kèm:

Bảng Thang đánh giá mức độ tác động của rủi ro

Mức độ rủi ro	Các yêu cầu kiểm soát	Điểm số tương ứng (B)
Nhỏ, tầm thường	Rủi ro không đáng kể, liên quan đến những hoạt động đã có thủ tục kiểm soát	1
Có thể chấp nhận được	Rủi ro gây tổn thất nhỏ, có thể chấp nhận và trong tầm kiểm soát	2
Vừa phải, trung bình	Rủi ro yêu cầu phải có phương pháp kiểm soát, cần điều chỉnh thêm và có yêu cầu giám sát định kỳ	3

Mức độ rủi ro	Các yêu cầu kiểm soát	Điểm số tương ứng (B)
Nghiêm trọng	Rủi ro gây tổn thất nghiêm trọng trong hoạt động, được thực hiện dưới sự giám sát và quản lý đặc biệt	4
Rất nghiêm trọng	Rủi ro dẫn tới thất bại ở một hoặc nhiều lĩnh vực ở doanh nghiệp, đe dọa đến sự sống còn	5

Sau khi nhận ý kiến từ khảo sát về việc đánh giá thang đo xác suất xảy ra (khả năng) và mức độ tác động, cần tính toán và sử dụng phương pháp ma trận để tìm ra các rủi ro có xác suất xảy ra trung bình cao và mức độ tác động trung bình lớn để xác nhận cần xem xét xử lý với rủi ro nào, rủi ro nào cần theo dõi và xem xét, rủi ro nào cần phải có biện pháp kiểm soát để giảm thiểu mức độ rủi ro hoặc phải giải quyết ngay. Cách thức để tính toán xác suất xảy ra (khả năng) trung bình và mức độ tác động trung bình của một mức độ rủi ro được tính như sau: Xác suất xảy ra (khả năng) trung bình của một rủi ro bằng tổng xác suất của tất cả những mẫu đánh giá thang đo xác suất của rủi ro đó chia cho tổng số mẫu đánh giá xác suất xảy ra (khả năng) của rủi ro đó. Tại vòng này, sự đồng thuận bắt đầu hình thành và kết quả thực tế được trình bày qua phân tích của người điều tra, các rủi ro đã được phân tích và sắp xếp theo thứ tự từ cao đến thấp với các rủi ro có xác suất xảy ra (khả năng) trung bình cao và mức độ tác động trung bình lớn.

Bảng Tổng hợp tần suất – biên độ rủi ro:

STT	Các rủi ro	Định mức rủi ro			
		Khả năng xảy ra trung bình ()	Tỷ lệ phần trăm (%)	Mức độ tác động trung bình ()	Tỷ lệ phần trăm (%)
1	Tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp	$A \text{ của xác suất xảy ra} = \frac{\sum \text{số xác suất xảy ra}}{\text{xảy ra}}$	$\sum \frac{\bar{P}}{5} \times 100\%$	$B \text{ của tổn thất xảy ra} = \frac{\sum \text{số tổn thất xảy ra}}{\text{xảy ra}}$	$\sum \frac{\bar{S}}{5} \times 100\%$
2	Tuyển dụng nguồn nhân sự				
...	...				

iii) Tính toán rủi ro

Rủi ro được tính toán qua công thức

Trong đó: P là khả năng xảy ra rủi ro trung bình

S là mức độ tác động trung bình của rủi ro

$01 < R < 10$: Rủi ro thấp

$11 < R < 15$: Rủi ro cao

$16 < R < 25$: Rủi ro rất cao

4.3. Quyết định xử lý rủi ro tối ưu

i) Né tránh rủi ro

Các nhà quản trị rủi ro có thể dừng những hoạt động, dừng cung cấp dịch vụ làm phát sinh tổn thất tới con người hay tài sản của khách sạn. Thông thường trong trường hợp này, những rủi ro đã được xác định trước sẽ được nhà quản trị quyết định chấp nhận mất đi một phần lợi ích có được từ hoạt động đó. Đây là biện pháp đơn giản nhất và chi phí thấp. Trong một vài tình huống sẽ không thể né tránh được rủi ro bởi có thể nguyên nhân của nó gắn với bản chất hoạt động của doanh nghiệp.

ii) Phòng ngừa, giảm thiểu rủi ro

Giảm thiểu rủi ro liên quan đến các cách tiếp cận làm giảm khả năng kích hoạt những lỗ hổng hoặc giảm hệ quả xấu khi lỗ hổng của doanh nghiệp bị kích hoạt.

Một số biện pháp giảm thiểu rủi ro:

- Biện pháp về kỹ thuật – công nghệ: Cải thiện kỹ thuật, đổi mới công nghệ.
- Biện pháp về phòng hộ cá nhân: Nâng cao an toàn cho người lao động trong sản xuất và phòng ngừa các bệnh nghề nghiệp.
- Hoạch định nhân lực hợp lý: Xây dựng bảng đánh giá hoặc phiếu chấm điểm để đánh giá đúng năng lực của từng nhân viên.
- Biện pháp về y tế: Tổ chức kiểm tra sức khỏe định kỳ người lao động. Khám trong quá trình tuyển dụng để không chọn những nhân viên mắc bệnh hay không đủ tiêu chuẩn cho công việc.
- Về vệ sinh chung nơi làm việc: Cải thiện hệ thống thông gió, hệ thống ánh sáng,...

- Hoàn thiện chế độ lương bổng và đãi ngộ.

iii) Chuyển giao rủi ro

Chuyển giao rủi ro có nghĩa là chuyển rủi ro cho một (hoặc nhiều) bên khác sẵn sàng chấp nhận rủi ro, thường việc chuyển giao sẽ thông qua hợp đồng hoặc một số phương thức phòng ngừa rủi ro.

Ví dụ: Khách sạn ký kết hợp đồng với đơn vị cung cấp vận chuyển, khi xảy ra tai nạn trên đường thì bên công ty vận chuyển sẽ phải chịu trách nhiệm.

iv) Tài trợ rủi ro

Tài trợ rủi ro là tập hợp những hoạt động được tạo ra nhằm cung cấp phương tiện (hay nguồn lực) để khắc phục hậu quả hay bù đắp những tổn thất khi rủi ro xảy ra, xây dựng quỹ dự phòng để giảm bớt rủi ro và gia tăng khả năng ứng phó. Một số biện pháp tài trợ rủi ro nhân lực:

Thiết lập quỹ dự phòng tài trợ rủi ro nhân lực: Trích lập dự phòng rủi ro, quỹ dự phòng rủi ro được chi cho các hoạt động như đầu tư nâng cấp điều kiện làm việc, trợ cấp mất việc, công tác đào tạo nhân lực,...

Bảo hiểm: Khách sạn bắt buộc 100% lao động phải tham gia bảo hiểm đồng thời khách sạn cần phải có chính sách hỗ trợ người nhân viên trong mua bảo hiểm lao động.

a) Đánh giá hoạt động quản trị rủi ro nhân sự

Sau khi lựa chọn các biện pháp can thiệp phù hợp cho từng nhóm rủi ro, việc đánh giá tính hiệu quả của các biện pháp này là điều cần thiết. Các phương pháp đánh giá và ra quyết định khoa học đóng vai trò quan trọng trong giai đoạn này.

Phân tích chi phí – lợi ích (CBA): Phương pháp này giúp so sánh chi phí đầu tư thực hiện các biện pháp giảm thiểu rủi ro với những lợi ích tiềm năng về mặt tài chính mà chúng mang lại. Bằng cách tính toán giá trị hiện tại ròng (NPV) và tỷ lệ hoàn vốn (IRR) của các biện pháp can thiệp, các nhà quản lý có thể đưa ra những quyết định đầu tư sáng suốt, lựa chọn các biện pháp có tỷ lệ lợi nhuận trên chi phí cao nhất (Atkinson et al., 2019).

Phân tích quyết định đa tiêu chí (MCDM): Trong nhiều trường hợp, việc ra quyết định giảm thiểu rủi ro không chỉ phụ thuộc vào yếu tố chi phí, mà còn cần cân nhắc đến các tiêu chí khác nhau như mức độ nghiêm trọng của rủi ro, khả năng xảy ra, tính tuân thủ pháp lý, và tác động đến văn hóa doanh nghiệp. Phương pháp MCDM, chẳng hạn như kỹ thuật đánh giá và xếp hạng theo cặp (Analytic Hierarchy Process – AHP) hoặc phương pháp Topsis, hỗ trợ các nhà quản lý đưa ra những quyết định sáng suốt trong bối cảnh đa tiêu chí (Chowdhury, 2020).

Tái đánh giá hiệu quả hệ thống Quản trị rủi ro nhân sự

Việc quản trị rủi ro là một quá trình lặp đi lặp lại, đòi hỏi sự theo dõi và đánh giá liên tục. Sau một khoảng thời gian nhất định, cần tiến hành tái đánh giá tính hiệu quả của hệ thống quản trị rủi ro nhân sự để kịp thời phát hiện những lỗ hổng hoặc bất cập có thể tồn tại trong hệ thống.

Đánh giá hiệu quả thực tế: So sánh kết quả thực tế với các mục tiêu đã đề ra ban đầu là một phương pháp hữu ích để đánh giá hiệu quả của hệ thống quản trị rủi ro nhân sự.

Đánh giá hiệu quả theo nhận thức: Bên cạnh đánh giá hiệu quả thực tế, việc thu thập ý kiến của nhân viên về hệ thống quản trị rủi ro nhân sự cũng rất quan trọng.

b) Cải tiến hệ thống Quản trị rủi ro nhân sự

Dựa trên kết quả đánh giá hiệu quả của hệ thống Quản trị rủi ro nhân sự, các nhà quản lý có thể tiến hành cải tiến hệ thống để nâng cao khả năng phòng ngừa, ứng phó và giảm thiểu rủi ro nhân sự.

Cập nhật các biện pháp giảm thiểu rủi ro: Nếu các biện pháp can thiệp hiện tại không đạt hiệu quả mong đợi, cần tiến hành điều chỉnh hoặc thay thế bằng các biện pháp mới phù hợp hơn. Ví dụ, nếu chương trình đào tạo an toàn lao động hiện tại không hiệu quả, có thể cần cập nhật nội dung chương trình, thay đổi phương pháp giảng dạy, hoặc đầu tư thêm các trang thiết bị huấn luyện.

Nâng cao năng lực nhận biết rủi ro của nhân viên: Thực hiện các chương trình đào tạo, tuyên truyền giúp nâng cao nhận thức về rủi ro của nhân viên. Điều này khuyến khích nhân viên chủ động tham gia.

THẢO LUẬN

Nghiên cứu đã đưa ra một quy trình quản lý rủi ro nhân sự trong khách sạn khả thi và hữu ích. Trong đó chỉ ra đầy đủ các nhóm rủi ro dựa trên yếu tố con người có thể xảy ra trong quản trị nhân sự tại khách sạn. Thông qua cách thức nhận dạng và đo lường rủi ro, các nhà quản trị có thể tính toán, đánh giá xác suất – tác động rủi ro mang lại thông qua phương pháp Delphi và kỹ thuật tính điểm/phân loại rủi ro đã được đề xuất ở trên.

Nghiên cứu được thực hiện nhằm góp phần quản lý rủi ro trong khách sạn về yếu tố nhân sự và quản lý nguồn nhân lực. Tuy các quy trình của phương pháp trên khá mới trong việc xác định rủi ro liên quan đến con người trong kinh doanh khách sạn nhưng nhìn chung phương pháp đo lường này khả thi và hữu hiệu. Mô hình này giải quyết được sự phức tạp của yếu tố con người đồng thời cung cấp những hiểu biết cần thiết để quản trị rủi ro dựa trên yếu tố con người từ đó hỗ trợ các biện pháp ra giảm thiểu rủi ro và gia quyết định của doanh nghiệp. Nghiên cứu vẫn cần bổ sung thêm các nguồn tư liệu thực tế để hoàn thiện thang đo và các nhân tố phù hợp để quy trình hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andersen, L. B., Rosdahl, A., & Mikkelsen, K. L., 2012. "Work-related stress and health in the hotel and restaurant industry: A systematic review", *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 418-430.
2. Awais M., and Aman M. T., 2016, "Post-Pandemic Business Scenario: Outlining HR Challenges in the Tourism Sector", *Apple Academic Press*, 25.
3. Flouris, T., & Yilmaz, A. K. 2010. "The risk management framework to strategic human resource management", *International Research Journal of Finance and Economics – Issue 26*.
4. Faulkner, B., & Campbell, D., 2004. "A tourism risk management framework: The case for a systems approach", *Tourism Management*, 25(4), 413-428.
5. Goncharuk, A., Vinogradova, O., & Kovalenko, O., 2016. "An Integrated Framework for Human Resource Risk Management in the Hotel Industry", *Actual Problems of Economics*, (180), 347-356.

6. Hsu, C. and Sandford, B., 2007. "The Delphi Technique: Making Sense of Consensus", *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 12, 1-8.
7. Jamil, S., & Jose, A., 2020. "Human resource management practices and its role in risk management", *International Journal of Advanced Research*, 8(8), 1013-1016.
8. Piccoli, G., & Kitchin, P., 2018. "Data analytics in the hospitality industry". Routledge.
9. Sha, N. Z. (2015). "Human Resource Risk Management in the Hospitality Industry". *International Journal of Hospitality Management*, 46, 107-116.
10. Trần Kim Dung, *Quản trị nguồn Nhân lực*, Nxb Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2015.
11. Nguyễn Thị Liên Diệp và cộng sự, *Quản trị rủi ro doanh nghiệp tiếp cận theo khung tích hợp của COSO*, Nxb Hồng Đức, 2018.
12. Trần Doanh Tuyên, *Quản trị rủi ro trong kinh doanh Khách sạn, nghiên cứu trường hợp Khách sạn Nikko Hà Nội*, Luận văn Thạc sĩ Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, 2009.

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC KHÁCH SẠN ĐẾN ĐỘ TIN CẬY CỦA TỔ CHỨC VÀ HIỆU QUẢ CÔNG VIỆC

ThS. Phạm Xuân An¹

Tóm tắt: Khi sự cạnh tranh trên thị trường kinh doanh lưu trú trong nước và quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp khách sạn ngày càng cần có sự thay đổi và tổ chức hiệu quả. Đồng thời, khi các doanh nghiệp khách sạn được tổ chức trên quy mô ngày càng lớn mạnh và hiện đại, giá trị của các thành viên trong tổ chức ngày càng được quan tâm, công nhận. Do đó, nhu cầu về một hệ thống quản lý và phối hợp hiệu quả giữa các thành viên trong tổ chức đã bắt đầu được chú trọng. Các doanh nghiệp khách sạn đang tìm kiếm các phương pháp đa diện để tìm ra khả năng cạnh tranh mới, xác định việc tối đa hóa và phục hồi hiệu quả các chính sách quản lý nguồn nhân lực của khách sạn. Các biến được sử dụng là tuyển dụng, phát triển nghề nghiệp, đánh giá, lương thưởng, niềm tin của tổ chức, hiệu suất công việc.

Từ khóa: nhân lực, nhân lực khách sạn, độ tin cậy tổ chức, hiệu quả công việc.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Kinh doanh khách sạn phụ thuộc rất nhiều vào nguồn nhân lực nên việc quản lý nguồn nhân lực hiệu quả là chìa khóa quan trọng quyết định hiệu quả kinh doanh. Nói cách khác, các yếu tố quản lý nguồn nhân lực được các thành viên trong tổ chức khách sạn công nhận, cảm nhận và sự tin tưởng vào tổ chức là những yếu tố thiết yếu của hiệu quả quản lý và là biến số quan trọng trong hiệu quả công việc của các thành viên trong tổ chức, vì vậy, việc nghiên cứu về những yếu tố này là cần thiết.

Nghiên cứu này nhằm đạt được mục đích nghiên cứu bằng cách sử dụng tam đoạn luận suy diễn, bắt đầu từ hệ thống lý thuyết hiện có, thiết lập một giả thuyết dựa trên chủ nghĩa thực chứng

¹ Khoa Du lịch & Ẩm thực, Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, Email: phaman30@gmail.com.

logic, kiểm tra giả thuyết đã được thiết lập thông qua các phương pháp như quan sát, thử nghiệm và phân tích dữ liệu, sau đó rút ra một kết luận.

Nghiên cứu lý thuyết về cơ bản được thực hiện thông qua việc thu thập dữ liệu và xem xét các nghiên cứu trước đây được thực hiện trong và ngoài nước, trọng tâm là hình thành khung thực nghiệm để sử dụng dữ liệu thu thập được, ngoài ra, các giả thuyết được phát triển dựa trên nghiên cứu thăm dò. Phương pháp thu thập để xác minh giả thuyết đã được thiết lập, phương pháp bảng câu hỏi được sử dụng để thu thập thông tin một cách có hệ thống từ người trả lời nhằm mục đích hiểu hoặc đo lường mẫu mà nhà nghiên cứu quan tâm.

Thời gian khảo sát từ ngày 10/9 đến ngày 10/12/2023, các khách sạn 5 sao tại Thành phố Hồ Chí Minh đã được chọn ra tổng cộng 5 khách sạn.

Số phiếu thu được là 352. Tỷ lệ thu hồi là 97,7%. Các câu hỏi hợp lệ cuối cùng được xác định trong nghiên cứu này là 336, ngoại trừ 16 câu trả lời không trung thực, sau đó, phân tích được thực hiện bằng chương trình gói thống kê SPSS WIN 16.0.

2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM

2.1. Quản lý nhân sự khách sạn

Quản lý nguồn nhân lực đề cập đến tiềm năng phục vụ của các thành viên được tuyển dụng trong tổ chức như một nguồn lực kinh tế, là một trong những yếu tố cơ bản quyết định năng suất (Hye-ryong Ku, 2012).

Quản lý nguồn nhân lực là một hệ thống các hệ thống và kỹ thuật trong đó các thành viên của tổ chức đóng góp tích cực vào việc đạt được các mục tiêu của tổ chức một cách tự nguyện và thúc đẩy sự phát triển của cá nhân cùng với sự phát triển của tổ chức. (Tsetsegmaa, 2001)

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp khách sạn thay đổi tùy thuộc vào hiệu quả quản lý nguồn nhân lực và họ đang hướng

tới việc đạt được cả mục tiêu cá nhân của các thành viên tổ chức và mục tiêu của tổ chức thông qua quản lý nguồn nhân lực. Nói cách khác, cần tôn trọng ý kiến của các thành viên trong tổ chức, đồng thời khuyến khích phát triển năng lực và động lực, từ đó phát triển tổ chức theo hướng thỏa mãn đồng thời sự hài lòng và năng suất của các thành viên.

Đặc biệt, công tác quản lý nhân sự khách sạn phải được thực hiện phù hợp bằng cách xem xét đặc điểm của từng vị trí, bộ phận, chuyên môn để đảm bảo mối quan hệ thông suốt giữa đồng nghiệp với cấp trên và cấp dưới. Ngoài ra, để một cá nhân có thể thực hiện thành công công việc của tổ chức mà mình trực thuộc, các nhiệm vụ và hoạt động cần thiết phải được đặt ra phù hợp với năng khiếu và sở thích.

Quản lý nguồn nhân lực khách sạn là một hệ thống trong đó các thành phần con người có liên quan đến chức năng được kết hợp một cách có hệ thống để đạt được một mục tiêu định trước nhất định, đồng thời các mục tiêu rõ ràng mà tổ chức tìm cách theo đuổi và các thành phần quản lý nguồn nhân lực được tổ chức một cách hữu cơ.

Đổi mới tổ chức trong quản lý nguồn nhân lực khách sạn liên quan đến sự phản kháng và bảo vệ của các thành viên, xảy ra trong quá trình lập kế hoạch và thực hiện đổi mới. Đặc biệt, vị trí của các thành viên tổ chức khách sạn, đối tượng trực tiếp của quản lý nhân sự, có thể là một vấn đề quan trọng.

2.2. Độ tin cậy của tổ chức

Tan & Tan (2000) cho rằng sự tin cậy trong tổ chức là niềm tin khách quan trong mối quan hệ lao động giữa tổ chức và các thành viên, là sự đánh giá và sự tin cậy tổng thể của các thành viên rằng tổ chức sẽ thực hiện những hành động có lợi hoặc ít nhất là không có hại cho các thành viên. Độ tin cậy cho phép các thành viên tổ chức tham gia tự nguyện và hòa nhập vào tổ chức và là cơ sở cho sự gắn kết tâm lý vốn không hiếm gặp trong những thay đổi môi trường như tình huống khủng hoảng tổ chức.

Jaehoon Lee. Choi Ik-bong (2004) giải thích về tầm quan trọng của sự tin cậy trong một tổ chức: Thứ nhất, sự tin cậy thúc đẩy tổ chức đạt được hiệu quả kinh doanh cao; thứ hai, sự tin cậy là yếu tố quan trọng để đạt được sự ổn định lâu dài của một tổ chức và hạnh phúc của tổ chức; thứ ba, sự tin cậy giúp các thành viên trong tổ chức có ý thức cộng đồng mạnh mẽ và tự nguyện tham gia vào các vấn đề của tổ chức, tạo điều kiện cho hoạt động của tổ chức một cách hữu cơ, lấy con người làm trung tâm và linh hoạt.

Vì vậy, người ta hiểu rằng độ tin cậy của tổ chức khách sạn có thể đóng vai trò thay thế cơ chế kiểm soát các mối quan hệ giữa con người với nhau, tạo điều kiện cho hành vi hợp tác và giải quyết sự thù địch và xung đột lẫn nhau, tạo điều kiện ứng phó hiệu quả trong trường hợp khủng hoảng.

3. KẾT QUẢ PHÂN TÍCH ĐỘ TIN CẬY CỦA CÁC YẾU TỐ ĐẾN TỔ CHỨC VÀ HIỆU QUẢ CÔNG VIỆC

3.1. Phân tích độ tin cậy của các yếu tố quản lý nhân sự khách sạn

Độ tin cậy được đo bằng cách tính hệ số Cronbach's α cho các yếu tố quản lý con người của doanh nghiệp khách sạn được sử dụng trong nghiên cứu này. Độ tin cậy là một khái niệm liên quan đến lỗi phi thống kê và đề cập đến mức độ mà một người có thể chắc chắn và có nghĩa là một câu trả lời tương tự sẽ xuất hiện ngay cả khi một câu hỏi nhất định được tiếp tục trong một khoảng thời gian nhất định. Nói cách khác, độ tin cậy là một khái niệm có thể được biểu thị dưới dạng tính nhất quán hoặc khả năng dự đoán và đề cập đến mức độ có thể đạt được kết quả giống nhau hoặc tương tự khi đo lường cùng một khái niệm bằng cách sử dụng cùng một công cụ đo lường hoặc so sánh được.

Trong nghiên cứu này, độ tin cậy của tất cả các mục và từng thành phần được xác minh bằng hệ số Cronbach's Alpha, hệ số này thường được sử dụng để ước tính tính nhất quán nội tại. Trong trường hợp hệ số Cronbach's Alpha, nó liên quan đến tính nhất quán bên trong. Giá trị hệ số có được bằng cách tính toán tất cả các giá trị độ tin cậy chia một nửa có thể thu được cho mục liên quan

và tính giá trị trung bình. Nhìn chung, nếu hệ số α từ 0,6 trở lên thì được công nhận là có độ tin cậy tương đối cao.

Nghiên cứu này phân tích mối tương quan tổng thể của các mục và hệ số độ tin cậy đối với các khái niệm đã cho cho 44 mục nhằm xác định phân bố xác minh độ tin cậy theo các biến đo lường, yếu tố quản lý nguồn nhân lực, độ tin cậy của tổ chức và hiệu suất công việc (Bảng 3.1), (Bảng 3.2), (Bảng 3.3). Là phân tích cơ bản về dữ liệu định lượng thu được qua khảo sát, phân tích độ tin cậy và phân tích nhân tố được tiến hành để xác minh độ tin cậy và giá trị của công cụ đo lường.

Khi xác minh độ tin cậy của các hạng mục đo lường trong nghiên cứu này, chúng tôi hướng đến việc xác định mức độ nhất quán nội tại bằng cách đánh giá mức độ đồng nhất giữa các hạng mục đo lường bằng phương pháp phân tích độ tin cậy sử dụng hệ số alpha độ tin cậy. Thông thường, nếu kích thước của hệ số tương quan lớn hơn 0,3 thì các mục bao gồm các mục đo lường khái niệm đo lường có thể được xác định là được trích xuất khỏi tổng thể và giá trị hệ số alpha khi các mục bị loại trừ (Alpha nếu Mục đã xóa) sẽ cao hơn giá trị hệ số alpha tổng thể, nếu lớn thì phải loại bỏ để tăng độ tin cậy.

Kết quả phân tích độ tin cậy trên 21 chỉ tiêu để kiểm chứng độ tin cậy của các yếu tố quản lý nhân sự khách sạn như sau.

Phân tích độ tin cậy của thang đo các yếu tố quản lý nhân sự khách sạn trong nghiên cứu này được trình bày trong (Bảng 4-1), độ tin cậy của 4 yếu tố tuyển dụng nhân sự, phát triển nghề nghiệp, đánh giá hiệu suất và đãi ngộ nhân sự. Theo kết quả phân tích, giá trị Cronbach's Alpha là 0,819 cho yếu tố 1 cho tuyển dụng, 0,726 cho phát triển nghề nghiệp cho yếu tố 2, 0,846 cho đánh giá hiệu suất cho yếu tố 3 và 0,894 cho mức thù lao cho yếu tố 4, cao hơn tiêu chuẩn chung được yêu cầu là 0,6. Giá trị Alpha được tìm thấy là 0,816. Vì vậy, có thể nói đã chứng minh tính đồng nhất của các yếu tố quản lý nhân sự khách sạn đã được đảm bảo.

Bảng 3.1: Phân tích độ tin cậy của các yếu tố quản lý nhân sự khách sạn

Tên yếu tố	Câu hỏi đo lường	Tương quan của tất cả các mục	Hệ số độ tin cậy	Độ tin cậy tổng thể
Thuê nhân viên	Những nỗ lực như kiểm tra và phỏng vấn để thuê nhân viên có năng lực	0.424	0.819	0.816
	Thông tin về các kỹ năng và khả năng mà nhân viên mới phải có	0.319	0.818	
	Tiêu chuẩn tuyển dụng tập trung vào trình độ cơ bản hơn là những kỹ năng có thể học được sau khi gia nhập công ty.	0.414	0.800	
	Kinh nghiệm và kỹ năng trong quá khứ được coi trọng khi tuyển dụng.	0.422	0.815	
	Thiết lập các quy trình quản lý tổ chức và đặt chúng vào đúng nơi theo khả năng	0.327	0.806	
	Việc luân chuyển nhân viên được thực hiện hợp lý.	0.311	0.764	
Phát triển sự nghiệp	Công việc phù hợp với vị trí và kinh nghiệm hiện tại của bạn.	0.333	0.726	0.816
	Giáo dục và đào tạo nội bộ được cung cấp để phát triển nghề nghiệp	0.317	0.889	
	Mở rộng các kỹ năng và kiến thức mới cho công việc hiện tại của bạn	0.409	0.801	
	Công việc được phân chia tốt theo kinh nghiệm.	0.401	0.789	
	Khuyến khích nhân viên xây dựng kiến thức, kỹ năng chuyên môn trong các lĩnh vực cụ thể	0.305	0.828	
Đánh giá hiệu suất	Cung cấp sổ tay hướng dẫn rõ ràng để đo lường hiệu suất	0.306	0.846	0.816
	Chủ yếu đánh giá thành tích của nhân viên từ góc độ dài hạn	0.328	0.765	
	Đánh giá hiệu suất của nhân viên dựa trên kết quả hơn là quá trình thực hiện nhiệm vụ	0.341	0.811	
	Hiệu suất làm việc và sự đóng góp của nhân viên được phản ánh trong phần thưởng hiệu suất như một yếu tố quyết định mức lương thưởng.	0.325	0.659	
	Đánh giá được áp dụng một cách công bằng theo hiệu suất của nhân viên.	0.310	0.869	
Phần thưởng	Mức lương cao hơn so với các khách sạn cạnh tranh.	0.423	0.894	0.816
	Tiêu chuẩn quyết định lương là hợp lý và thủ tục công bằng.	0.317	0.701	
	Công bằng và nhất quán khi trao thưởng hoặc bất lợi cho nhân viên	0.442	0.789	

Tên yếu tố	Câu hỏi đo lường	Tương quan của tất cả các mục	Hệ số độ tin cậy	Độ tin cậy tổng thể
	Mức lương hiện tại phù hợp so với công việc của nhân viên	0.334	0.726	
	Việc thăng tiến được thực hiện công bằng dựa trên năng lực và hiệu quả công việc.	0.416	0.823	

3.2. Phân tích độ tin cậy của tổ chức khách sạn

Kết quả phân tích độ tin cậy trên 7 mục để kiểm chứng độ tin cậy của tổ chức như sau.

Về thang đo độ tin cậy của tổ chức trong nghiên cứu này, phân tích độ tin cậy được trình bày trong (Bảng 4-2): tin tưởng vào tầm nhìn và mục tiêu 0,892, đối xử công bằng theo kinh nghiệm 0,912; giữ lời hứa 0,819, trung thực với bản thân 0,937; thành viên có khả năng và thực hiện tốt được đánh giá ở mức 0,914; mức thù lao thỏa đáng được đưa ra theo hiệu suất công việc ở mức 0,893 và đánh giá hiệu suất của các thành viên ở mức công bằng ở mức 0,888, cao hơn tiêu chuẩn chung được yêu cầu là 0,6 và giá trị alpha tổng thể là 0,891. Vì vậy, có thể nói đã chứng minh được tính đồng nhất của các hạng mục yếu tố niềm tin tổ chức khách sạn đã được đảm bảo.

Bảng 3:2: Phân tích độ tin cậy của tổ chức

Câu hỏi đo lường	Tương quan của tất cả các mục	Hệ số độ tin cậy	Độ tin cậy tổng thể
Tin tưởng vào tầm nhìn và mục tiêu	0.656	0.892	0.891
Đối xử công bằng dựa trên kinh nghiệm	0.598	0.912	
Giữ lời hứa của tổ chức	0.551	0.819	
Thành thật với tổ chức	0.623	0.937	
Đối xử với những thành viên có năng lực và thực hiện công việc xuất sắc	0.596	0.914	
Trả lương thỏa đáng theo hiệu quả công việc	0.584	0.893	
Việc đánh giá hiệu quả công việc của các thành viên là công bằng.	0.601	0.888	

3.3. Phân tích độ tin cậy hiệu quả công việc trong khách sạn

Kết quả phân tích độ tin cậy trên 7 hạng mục để xác minh độ tin cậy trong thực hiện công việc được trình bày trong (Bảng 4.3).

Bảng 3.3: Phân tích độ tin cậy về hiệu quả công việc

Câu hỏi đo lường	Tương quan của tất cả các mục	Hệ số độ tin cậy	Độ tin cậy tổng thể
Thực hiện công việc sáng tạo bằng cách khám phá các phương pháp và ý tưởng mới	0.453	0.888	0.879
Đam mê đạt được mục tiêu của bản thân khi thực hiện công việc	0.508	0.874	
Hoàn thành công việc của tôi trong thời gian nhất định	0.427	0.904	
Nhân viên nghỉ mức độ hiệu suất cao khi nhân viên thực hiện công việc của mình.	0.391	0.901	
Sự công nhận về hiệu quả công việc từ các đồng nghiệp xung quanh bạn	0.509	0.912	
Giải quyết thành công các vấn đề cản trở tiến độ công việc	0.435	0.897	
Nhân viên cảm thấy công việc của mình có giá trị.	0.369	0.812	

Thang đo của nghiên cứu này là hiệu suất làm việc sáng tạo bằng cách khám phá các phương pháp và ý tưởng mới: 0,888; sự nhiệt tình tự mình đạt được mục tiêu khi thực hiện công việc: 0,874; hoàn thành công việc của mình trong thời gian nhất định: 0,904; và mức độ hiệu suất cao khi thực hiện công việc: 0,901; ghi nhận công việc của đồng nghiệp: 0,912; giải quyết thành công các vấn đề cản trở tiến độ công việc: 0,897; cảm thấy rằng công việc của tôi có giá trị: 0,812; cao hơn tiêu chuẩn chung được yêu cầu: 0,6, với chỉ số alpha tổng thể được tìm thấy là 0,879. Số liệu này đã chứng minh được tính đồng nhất của các hạng mục yếu tố hiệu quả công việc trong khách sạn đã được đảm bảo.

4. KẾT LUẬN

Phân tích ảnh hưởng của các yếu tố quản lý nguồn nhân lực được các thành viên trong tổ chức khách sạn thừa nhận đến độ tin cậy của tổ chức và hiệu suất làm việc, đồng thời xác định ảnh hưởng

của độ tin cậy của tổ chức đến hiệu suất công việc để xác định tính hiệu quả của việc quản lý nguồn nhân lực khách sạn có thể được tối đa hóa và kích hoạt.

Do đó, do mối quan hệ giữa các yếu tố quản lý nguồn nhân lực khách sạn, độ tin cậy của tổ chức và hiệu suất làm việc có tác động quan trọng trên toàn công ty đối với các thành viên trong tổ chức khách sạn, khi trình bày các ý nghĩa và lựa chọn thay thế quan trọng theo định hướng quản lý chất lượng, trước tiên, chúng tôi xem xét các yếu tố quản lý nguồn nhân lực được nhận thức. Theo kết quả kiểm tra mối quan hệ ảnh hưởng giữa độ tin cậy của tổ chức và hiệu suất làm việc dựa trên kết quả, các yếu tố quản lý nguồn nhân lực như “tuyển dụng”, “phát triển nghề nghiệp”, “đánh giá hiệu suất” và “lương thưởng” đều có vì quản lý nguồn nhân lực hiệu quả được công nhận là một trong những chiến lược nhằm tối đa hóa hiệu suất công việc của các thành viên trong tổ chức nên quản lý nguồn nhân lực dựa trên độ tin cậy của tổ chức có thể nói là quan trọng hơn bất cứ điều gì khác. Vì vậy, các yếu tố quản lý nhân sự ảnh hưởng đến độ tin cậy của tổ chức phải được ưu tiên hàng đầu và trong bối cảnh này, người quản lý nhân sự khách sạn phải nỗ lực nhiều mặt để nâng cao hiệu quả công việc dựa trên mối quan hệ tin cậy của các thành viên trong tổ chức.

Kết quả kiểm tra mối quan hệ giữa độ tin cậy của tổ chức và hiệu suất làm việc của các thành viên trong khách sạn, cho thấy độ tin cậy của tổ chức có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu suất công việc và việc quản lý nguồn nhân lực của một doanh nghiệp khách sạn dựa trên sự tin tưởng của tổ chức có thể có mối quan hệ tích cực với hiệu suất làm việc của các thành viên trong tổ chức. Vì vậy, có thể hiểu rằng các thành viên trong tổ chức khách sạn nên tích cực theo đuổi công tác quản lý nhân sự để nâng cao hiệu quả công việc.

Nghiên cứu này đưa ra kết luận rằng hiệu quả kinh doanh có thể được cải thiện bằng cách tăng độ tin cậy của tổ chức theo các yếu tố quản lý nguồn nhân lực phù hợp với đặc điểm của các công ty khách sạn, cho thấy rằng việc áp dụng khác biệt nguồn nhân lực có thể đóng vai trò là một biến số quan trọng trong việc cải thiện độ tin cậy của tổ chức.

Thiết lập mối quan hệ tin cậy giữa các thành viên trong tổ chức để đưa ra định hướng hiệu quả cho việc quản lý nhân sự khách sạn. Nói cách khác, cung cấp kiến thức chuyên môn phù hợp và phương pháp quản lý nhân sự có hệ thống cho các thành viên thông qua phát triển tài năng của các thành viên trong tổ chức, tích lũy các kỹ năng cần thiết cho tổ chức, tạo điều kiện giao tiếp lẫn nhau giữa cấp trên và cấp dưới, đồng thời khơi dậy động lực phát triển bản thân và thành tích.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Jang Hyo-seok (2010), luận văn Thạc sĩ *Tác động của xung đột giữa người quản lý chuyến bay và phi công, niềm tin cấp trên và sự phụ thuộc lẫn nhau đến hiệu suất chuyến bay*, Trường Quản lý Hàng không, Đại học Hàng không Vũ trụ Hàn Quốc.
2. Mihyeong Cho (2003), Luận văn Thạc sĩ *Nghiên cứu về tác động của đặc điểm công việc và việc sử dụng công nghệ thông tin đến hiệu quả công việc*, Trường Phúc lợi Xã hội, Đại học Yonsei.
3. Choi Dong-guk (2008), Luận án Tiến sĩ *Nghiên cứu về tác động của phát triển nguồn nhân lực Đến hiệu quả hoạt động của tổ chức*, Trường Đại học Sunmoon.
4. Han Su-gyu (2012), Luận án tiến sĩ *Nghiên cứu mối quan hệ giữa Công nghệ thông tin và năng lực quản lý, định hướng khách hàng và hiệu quả công việc của chuyên gia tư vấn tạo việc làm*, Đại học Quốc gia Kyungsang.
5. Heo Heo-deok (2003), Luận án Tiến sĩ *Tác động của nhận thức của nhân viên về sự bất ổn trong công việc đến hiệu quả tổ chức do thay đổi môi trường việc làm trong ngành khách sạn*, Trường Sau đại học, Đại học Sejong.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ QUẢN LÝ VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN BỘ PHẬN TIỆC: NGHIÊN CỨU TẠI MỘT SỐ KHÁCH SẠN 5 SAO Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS. Phương Thị Ngọc Mai¹

Tóm tắt: Ngày nay, khách sạn còn phụ thuộc nhiều vào dịch vụ nhân lực hơn là sản xuất và bán các bộ phận cần thiết. Bộ phận tiệc trong một phần của thức ăn và đồ uống thực hiện nhiệm vụ của mình với tư cách là lĩnh vực then chốt, khám phá thị trường chiến lược, tạo khách hàng mới và cung cấp các dịch vụ hữu hình và vô hình. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu nhằm đến sự hài lòng của khách hàng đối với các nhân viên được đăng ký dự tiệc tại khách sạn, sau đó so sánh sự hài lòng của nhân viên với hiệu quả quản lý.

Từ khóa: tiệc, hiệu quả, sự hài lòng, bộ phận tiệc.

A STUDY OF FACTORS AFFECTING MANAGEMENT EFFECTIVENESS AND SATISFACTION OF THE PARTY DEPARTMENT STAFF AT SOME 5-STAR HOTELS IN HCMC

Abstract: Today, hotels rely more on human resource services than on the production and sale of necessary components. The banquet department in the section of Food & Beverage carries out its duties as the following field, exploring strategic markets, creating new customers and providing useful tangible and intangible services image. Therefore, this study was conducted to target customer satisfaction among employees registered to attend parties at hotels, then compare employee satisfaction with management efficiency.

Keywords: banquet, efficiency, satisfaction, banquet department.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày nay, rất khó để dự đoán tương lai môi trường bên ngoài của các công ty do chiến tranh, khủng bố, cạnh tranh khốc liệt, sở thích và lựa chọn khác nhau của khách hàng, đổi mới công nghệ và những thay đổi nhanh chóng của nền kinh tế (Okumus, 2004). Hơn

¹ Khoa Du lịch và Ẩm thực, Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh.

nữa, do tính chất của các công ty dịch vụ, nơi sản xuất và tiêu thụ diễn ra đồng thời và việc bán hàng chỉ được thực hiện thông qua sự tham gia của khách hàng, ước tính này được coi là rất không chắc chắn do tính chất định hướng khách hàng của các công ty dịch vụ phải đáp ứng tuyệt đối nhu cầu của khách hàng.

Các công ty khách sạn, vốn là một trong ba trụ cột của ngành Du lịch, cũng rơi vào tình thế không còn lựa chọn nào khác ngoài việc phải thiết lập các chiến lược mới để đảm bảo lợi thế cạnh tranh do cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong đó, chức năng cốt lõi của các công ty khách sạn là cung cấp các dịch vụ như lưu trú, ăn uống, tổ chức tiệc và giải trí. Để các chức năng cốt lõi này được thực hiện suôn sẻ và đạt được mức độ hài lòng đáp ứng nhu cầu của khách hàng, dịch vụ vật chất, dịch vụ con người và dịch vụ hệ thống phải được hài hòa một cách phức tạp và có hệ thống (Jang Jae-young, 2004).

Các công ty khách sạn, một ngành sử dụng nhiều lao động dựa vào dịch vụ con người, là những công ty dịch vụ chuyên nghiệp, trong đó nguồn nhân lực của nhân viên khách sạn là quan trọng và dịch vụ con người chất lượng cao được coi là quan trọng hơn bất cứ điều gì khác, cùng với việc tạo ra bầu không khí môi trường dịch vụ và dịch vụ vật chất.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phạm vi thời gian dựa trên năm 2023 và phạm vi không gian được giới hạn ở tất cả các khách sạn hạng 5 sao nằm ở các quận 1, 3, 5, 10 tại Thành phố Hồ Chí Minh. Cuộc khảo sát được thực hiện với 1.300 nhân viên tại các khách sạn 5 sao ở các quận tại Thành phố Hồ Chí Minh, với tỷ lệ phản hồi là trên 50%, trong đó có hơn 900 người trả lời khảo sát hợp lệ (thực hiện khảo sát qua online).

Phạm vi nội dung là xác định mối quan hệ ảnh hưởng của hoạt động có lợi giữa quản lý và nhân viên khách sạn dựa trên lý thuyết về mối quan hệ giữa sự hài lòng của nhân viên khách sạn và hiệu quả quản lý. Từ góc độ của bộ phận tiệc khách sạn, chúng tôi muốn giới hạn việc phát triển mối quan hệ giữa sự hài lòng của nhân viên khách sạn và hiệu quả quản lý được nhận thức.

Ngoài ra, phiên bản SPSS WIN 14.0, một trong những chương trình thống kê tiêu biểu trong lĩnh vực khoa học xã hội, được sử dụng làm phương pháp phân tích dữ liệu và kiểm tra các giả thuyết trong nghiên cứu này. Phân tích phương sai đa biến (ANOVA) được áp dụng để phân tích hiệu quả tương tác giữa sự hài lòng của nhân viên khách sạn và hiệu quả quản lý nhận thức theo đặc điểm. Độ tin cậy và phân tích nhân tố được tiến hành để xác định các yếu tố yếu tố hài lòng của nhân viên khách sạn và các yếu tố hiệu quả quản lý được nhận thức thông qua phân tích hồi quy bội.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

3.1. Hiệu quả quản lý khách sạn

3.1.1. Định nghĩa về hiệu quả quản lý khách sạn

Hiệu quả quản lý là kết quả của hoạt động kinh doanh trong một công ty. Đo lường hiệu suất quản lý cuối cùng trong một công ty có thể được chia thành hiệu suất khách quan và hiệu suất chủ quan. Hiệu suất khách quan được thể hiện dưới dạng sự gia tăng hoặc thay đổi về doanh số, lợi nhuận, tăng thị phần, v.v., trong khi hiệu suất chủ quan đề cập đến sự hài lòng trong công việc và công việc sự hài lòng của các thành viên trong tổ chức bên cạnh nỗ lực quản lý, nó được thể hiện ở ý định thay đổi công việc (Baek Seung-woo và cộng sự, 2006).

Hiệu quả quản lý khách sạn là mức độ nhận thức về các hạng mục hiệu quả tài chính và phi tài chính do hoạt động quản lý khách sạn mang lại. Trong quản lý khách sạn, hiệu quả hoạt động là kết quả của các hoạt động quản lý và mức độ nhấn mạnh khác nhau tùy thuộc vào chức năng quản lý. Ví dụ, trong lĩnh vực tiếp thị, tốc độ tăng trưởng doanh thu và thị phần được nhấn mạnh, trong quản lý tài chính, lợi tức đầu tư, tỷ suất cổ tức và tỷ lệ vốn được nhấn mạnh, và trong quản lý sản xuất, tỷ lệ giảm chi phí và tốc độ cải thiện năng suất được nhấn mạnh. trường hợp tổ chức nguồn nhân lực, năng suất lao động, tỷ lệ luân chuyển, sự hài lòng trong công việc, v.v. được nhấn mạnh, trong trường hợp quản lý chất lượng, tỷ lệ sai sót, tỷ lệ đổ, phạm vi chất lượng phù hợp, v.v. được nhấn mạnh, và trong trường hợp công nghệ,

quản lý, trình độ kỹ thuật, bí quyết, lòng trung thành, v.v. đều được nhấn mạnh. Tương tự như vậy, trong ngành khách sạn, các phương pháp và yếu tố đo lường hiệu quả hoạt động rất đa dạng tùy theo từng chức năng quản lý (Yoon Ki-yeol, 2003).

3.1.2. Đặc điểm và ý nghĩa của hiệu quả hoạt động quản lý khách sạn

Có rất nhiều tranh cãi xung quanh khái niệm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, việc lựa chọn các chỉ số để đo lường mục tiêu và phương pháp đo lường. Điều này là do các chỉ số và tiêu chuẩn hiệu suất, đối tượng đánh giá và đặc điểm tổ chức phù hợp cho nghiên cứu hiệu suất không khớp với nhau. Nhìn chung, ngành khách sạn là một tổ chức tiến hành các hoạt động kinh doanh theo các nguyên tắc kế toán doanh nghiệp và không có vấn đề gì lớn trong việc theo đuổi lợi nhuận phù hợp dựa trên những nguyên tắc này. Tuy nhiên, trong quản lý khách sạn, một trong những nhiệm vụ quan trọng là làm thế nào để điều chỉnh các mối quan hệ với người quản lý, chủ đầu tư, nhân viên khách sạn và khách hàng cũng như tầm quan trọng của việc quản lý nguồn nhân lực do cung cấp dịch vụ con người. Vì vậy, ngành khách sạn là ngành dịch vụ và phương pháp đánh giá quản lý phải khác với các công ty nói chung (Yoon Ki-yeol, 2003).

Ở tất cả các công ty, hệ thống đo lường hiệu quả hoạt động đóng vai trò quyết định trong việc xây dựng chiến lược và kế hoạch quản lý của tổ chức, đánh giá việc đạt được mục tiêu và xây dựng kế hoạch lương thưởng cho các thành viên trong tổ chức. Vì vậy, việc lựa chọn và sử dụng các thước đo hiệu quả hoạt động có thể nói là một trong những yếu tố hiệu quả hoạt động quan trọng nhất mà các công ty phải đối mặt (Jongtae Park, 2001).

3.2. Sự hài lòng của nhân viên khách sạn

3.2.1. Định nghĩa sự hài lòng của nhân viên khách sạn

Trong ngành khách sạn, đối tượng cung cấp dịch vụ là nhân viên khách sạn, và như câu nói: “Không có sự hài lòng của khách hàng nếu không có sự hài lòng của nhân viên khách sạn”. Sự hài lòng của nhân viên khách sạn là một yếu tố rất quan trọng. Nói cách khác, sự hài lòng của nhân viên khách sạn dẫn đến sự hài lòng của khách hàng và cuối

cùng trở thành phương tiện và phương pháp để hiện thực hóa mục tiêu cuối cùng của công ty (Ko Seok-myeon và Park In-yang, 2002).

Một khía cạnh cho rằng sự hài lòng là một trạng thái tâm lý như cảm xúc, niềm tin, thái độ và cảm giác hoàn thành của một cá nhân từ góc độ cảm xúc trong công việc và chỉ có thể hiểu được thông qua việc tự quan sát. Khía cạnh còn lại đi kèm với trình độ nhận thức được hiểu là khoảng cách giữa mong đợi và thực tế của sự hài lòng trong công việc về sự thay đổi, cảm giác thành tựu, đãi ngộ, v.v..

3.2.2. Ý nghĩa sự hài lòng của nhân viên khách sạn

Những nhân viên khách sạn hài lòng thường có xu hướng giúp đỡ cấp trên và đồng nghiệp của họ, trong khi những nhân viên khách sạn không hài lòng lại có mối quan hệ thù địch với cấp trên và thể hiện nhiều hành vi không hiệu quả. Người quản lý của các công ty dịch vụ thành công đạt được lợi nhuận thông qua các mô hình dịch vụ mới như đầu tư vào con người, hệ thống hỗ trợ nhân viên khách sạn, cải thiện việc lựa chọn và đào tạo nhân viên mới cũng như hệ thống lương thưởng liên quan đến hiệu suất làm việc của nhân viên khách sạn, các yếu tố thúc đẩy (Heskett và cộng sự, 1994).

Mức độ hài lòng của nhân viên khách sạn hoàn toàn liên quan đến khả năng và trình độ của cá nhân, khả năng thích ứng với công việc đang được thực hiện và các môi trường tổ chức khác nhau trong tổ chức và sự hài lòng trong công việc là một chỉ số quan trọng trong việc dự đoán hiệu quả hoạt động của tổ chức. Ngoài ra, nó có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc tích hợp mong muốn cá nhân và mục tiêu của tổ chức (Yoon Ki-yeol, 2003).

Sự hài lòng trong công việc có thể nói là một yếu tố rất quan trọng cần có trong các cuộc gặp gỡ khách hàng về dịch vụ vì nó tạo ra tư duy để thực hiện tốt nhiệm vụ của mình và điều này được thể hiện trực tiếp qua hành vi. Vì vậy, để hiểu được tầm quan trọng của sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn, cần nhìn nó từ góc độ của nhân viên khách sạn và tổ chức khách sạn.

3.3. Tiệc khách sạn

3.3.1. Khái niệm tiệc khách sạn

Từ gốc của tiệc (banquet) là từ tiếng Pháp cổ “Bachetto”, vào thời điểm đó có nghĩa là “chỗ ngồi của thẩm phán” hoặc “bữa tiệc”, nhưng khi từ này được Anh hóa, nó đã trở thành “tiệc” hiện tại (Bảng thuật ngữ khách sạn, 2002). Theo *Từ điển Webster* “tiệc” là “một sự kiện được tổ chức trong đó một bữa ăn trang trọng và cầu kỳ được phục vụ để bày tỏ lòng tôn kính đối với một số lượng lớn người hoặc một người hoặc để kỷ niệm một sự kiện (chẳng hạn như một sự kiện thường niên hoặc buổi họp mặt xã hội).

Theo *Sổ tay hướng dẫn tổ chức tiệc của khách sạn du lịch*, “tiệc là một cuộc họp trong đó người tổ chức nhận được một khoản tiền khi đạt được mục đích ban đầu của cuộc họp bằng cách bỏ sung đồ ăn, đồ uống và các vật dụng phụ trợ khác cho nhóm từ hai người trở lên trong một phòng riêng, nơi được trang bị đầy đủ tiện nghi để bán đồ ăn và đồ uống. Đó là một chuỗi các hành động. Đối với tiệc chiêu đãi khách sạn, chi phí ăn uống có thể giảm do thực đơn phục vụ được quyết định trước và số lượng người cũng như số lượng món ăn gần như đã được xác nhận. Ngoài ra, có thể tiêu chuẩn hóa các dịch vụ con người được cung cấp, cho phép cung cấp các dịch vụ cấp cao một cách suôn sẻ (Park Parallel và Kim Dae-kyung, 1994).

Trong số các lĩnh vực ăn uống của khách sạn, kinh doanh tiệc là lĩnh vực mang lại nhiều lợi nhuận hơn so với kinh doanh đồ ăn và đồ uống nói chung, phòng tiệc của khách sạn là phòng riêng không mở cửa cho công chúng và được cung cấp cho khách hàng tham gia các sự kiện. Tiệc là một phần quan trọng trong dịch vụ của khách sạn và chủ yếu được sử dụng cho các mục đích như họp mặt, giải trí, triển lãm và khách hàng chính là nhóm chứ không phải khách cá nhân. Ngoài ra, phòng tiệc của khách sạn chủ yếu được sử dụng cho các sự kiện gia đình như đám cưới, lễ đính hôn, tiệc sinh nhật lần thứ 70 và tiệc sinh nhật đầu tiên cũng như các cuộc họp mặt theo mùa và cuối năm khác nhau (Khách sạn & Nhà hàng, 2004).

Hiện nay, nhiều khách sạn đang tập trung phát triển các sản phẩm tiệc, giới thiệu trang thiết bị phòng tiệc và tổ chức các bộ phận tiệc nhằm đáp ứng các hiện tượng xã hội đang thay đổi và nhu cầu của khách hàng cũng như tăng doanh thu của khách sạn.

3.3.2. Các loại sản phẩm tiệc khách sạn

Sản phẩm tiệc khách sạn được phân loại theo chức năng, địa điểm, mục đích, thời gian và ẩm thực. Trong nghiên cứu này, sản phẩm tiệc khách sạn được xác định theo mục đích của bữa tiệc và hình ảnh chi tiết được trình bày trong Bảng 3.1.

Bảng 3.1: Các loại sản phẩm tiệc khách sạn

Phân công	Loại	Chi tiết
Theo chức năng	Bán hàng thực phẩm và đồ uống	Bữa sáng, bữa trưa, bữa tối, tiệc cocktail, tiệc buffet, tiệc trà
	Bán địa điểm tổ chức tiệc	Các cuộc họp, hội thảo, hội nghị, trình diễn thời trang, buổi hòa nhạc
Theo vị trí	Bên trong khách sạn	Bữa tiệc hội trường (In House Party)
	Bên ngoài khách sạn	Tiệc công tác (Outside Catering Service) Tiệc ngoài trời (Take out), Garden Party Dịch vụ giao hàng tận nhà (Derivery service)
Theo mục đích	Sum họp gia đình	Tiệc cưới, tiệc chiêu đãi, lễ đính hôn, tiệc sinh nhật lần thứ 60, tiệc sinh nhật đầu tiên
	Quan hệ công ty	Kỷ niệm thành lập, kỷ niệm khai trương, hội thảo chiến lược, giới thiệu sản phẩm mới
	Quan hệ học đường	Tiệc tri ân, họp lớp, hội cựu sinh viên, tốt nghiệp
	Sự kiện chính phủ, sự kiện xã hội	Hội nghị quốc tế, đại hội thường kỳ
	Văn văn	Tiệc tất niên, tiệc tất niên, sự kiện, họp báo, hội họp, sự kiện
Chương trình quy hoạch khách sạn	Lễ hội đặc biệt, chương trình ăn tối	
Hàng giờ	Bữa sáng	06:00-10:00
	Bữa nửa buổi	10:00-12:00
	Bữa trưa	12:00-15:00
	Bữa tối	17:00-22:00
	Bữa ăn nhẹ	22:00-24:00
Theo ẩm thực	Món ăn phương Tây, món ăn Trung Quốc, món ăn Hàn Quốc, món ăn Nhật Bản, tiệc trà, cocktail, buffet, tiệc nướng	

Lưu ý: Tác giả viết có tham khảo số liệu của Ahn Chi-ho (1997) và Choi Dong-yeol (2004)

3.3.3. Bộ phận tiệc khách sạn

Bộ phận tiệc là bộ phận tạo ra thứ gì đó từ con số không bằng cách thực hiện nhiều sự kiện khác nhau ở một địa điểm nhất định theo yêu cầu của khách hàng và nội dung, tính chất, hình thức và phương thức của sự kiện tiệc. Vì vậy, sự kiện tiệc được chia thành nhiều sự kiện khác nhau tùy theo chủ đề, và để chuẩn bị và tiến hành kỹ lưỡng các sự kiện tiệc đa dạng như vậy, đội ngũ nhân viên liên quan phải có kinh nghiệm và kiến thức dồi dào để cung cấp dịch vụ chất lượng cho khách hàng dự tiệc. Hơn nữa, để đáp ứng kịp thời các sự kiện tiệc, phải thiết lập hệ thống hợp tác hữu cơ với các bộ phận liên quan.

Khi tiệc chiêu đãi, hội nghị quốc tế được tổ chức tại khách sạn, chúng được chuẩn bị và tiến hành theo hướng dẫn của sự kiện. Tuy nhiên, khi tiến hành sự kiện, thường xảy ra trường hợp khách hàng yêu cầu những món đồ mới không có trong hợp đồng. Trong những trường hợp này, sự không hợp tác giữa các bộ phận có thể dẫn đến gián đoạn dịch vụ và khiếu nại của khách hàng. Vì vậy, sự kiện chỉ có thể diễn ra suôn sẻ khi có sự hỗ trợ từ nhiều bộ phận hợp tác khác nhau như tiệc chiêu đãi của khách sạn (địa điểm phục vụ), nấu ăn, cơ sở vật chất, ánh sáng, âm thanh, phòng nghỉ, ăn uống, cắm hoa, điêu khắc đá, bán hàng kế toán, lối vào, bãi đậu xe, v.v. (Yoon Ki-yeol, 2003).

Dịch vụ tiệc là một dịch vụ có tổ chức chứ không phải là dịch vụ ăn uống nói chung và yêu cầu sắp xếp bàn ghế, nhân sự phù hợp với tính chất của bữa tiệc (Ha Heon-guk và cộng sự, 2001). Trong khi đó, bộ phận tiệc phụ thuộc vào quy mô khách sạn và cơ sở vật chất của khách sạn nhưng nhìn chung các bộ phận liên quan đến tiệc chiêu đãi khách sạn bao gồm bộ phận nấu ăn, bộ phận cơ sở vật chất (ánh sáng, âm thanh), bộ phận phòng khách (lễ tân, dọn phòng, nhân viên phục vụ), và bộ phận quản lý (phòng tổng hợp, phòng kế toán, phòng quản lý, phòng marketing), bộ phận ăn uống, dịch vụ giữ xe, v.v. Đối với tiệc

chiêu đãi khách sạn, mối quan hệ hợp tác suôn sẻ giữa các bộ phận là đặc biệt quan trọng và việc thực hiện tinh thần đồng đội chặt chẽ, dựa trên niềm tin là rất quan trọng

3.4. Phân tích các yếu tố ảnh đến hiệu quả quản lý và sự hài lòng của nhân viên bộ phận tiệc

3.4.1. Phân tích yếu tố mức độ hài lòng của nhân viên tiệc khách sạn

Để đạt được sự hài lòng của nhân viên tổ chức tiệc tại khách sạn, chúng tôi dự định sử dụng thang đo một chiều bằng cách tiến hành phân tích nhân tố để đảm bảo tính đơn chiều.

Các thuộc tính thuộc yếu tố 1 bao gồm hỗ trợ quản lý, phương pháp giám sát/quản lý, cơ sở vật chất làm việc, sự công bằng trong đánh giá nhân sự, cung cấp thông tin, môi trường làm việc hợp tác, cơ hội thử lại, hệ thống chỉ huy, điều kiện làm việc, thủ tục và phương tiện, mức độ thu thập ý kiến, và sự tham gia, bao gồm các biến số được định nghĩa là “môi trường quản lý”. Như trong Bảng 4.1, giá trị tải của hệ số dao động từ 0,528 đến 0,716, cao hơn đáng kể so với 0,30, giá trị KMO về mức độ hình thành chuẩn của hệ số là 0,966, có ý nghĩa cho việc phân tích nhân tố và giá trị alpha độ tin cậy là 0,923. Yếu tố 2 bao gồm năm biến số bao gồm sự đoàn kết của tổ chức, sự gắn kết, sự ưa thích của nhóm, phản hồi phụ thuộc lẫn nhau và sự tùy ý. Tên yếu tố được xác định là “quyền tự chủ của tổ chức” và giá trị hàng hóa con người được cho là cao ở mức 0,594-0,705, là tiêu chuẩn. Giá trị KMO của khả năng định dạng là 0,966 và độ tin cậy alpha là 0,848, khá cao.

Yếu tố 3 là sự thống nhất, gắn kết, ưu tiên nhóm, phản hồi phụ thuộc lẫn nhau và quyền quyết định của tổ chức và được đặt tên là “môi trường làm việc”. Giá trị hệ số tải của hệ số này là 0,624-0,753, giá trị KMO của độ đầy đủ hình thành tiêu chuẩn là 0,966 và độ tin cậy alpha là 0,804, khá cao.

Bảng 4.1: Kết quả phân tích yếu tố và độ tin cậy đối với sự hài lòng của nhân viên tiệc khách sạn

Tên yếu tố (Factors)	Biến nhân tố (Variables)	Yếu tố tải (Factor Loading)	Giá trị Alpha khi xóa một mục	Độ tin cậy Alpha
SFAC1 (10.229)# môi trường hành chính*	- Hỗ trợ hành chính	0.716	0.916	0.923
	- Phương pháp giám sát/quản lý	0.693	0.913	
	- Cơ sở vật chất làm việc	0.681	0.919	
	- Công bằng trong đánh giá nhân sự	0.666	0.914	
	- Cung cấp thông tin	0.649	0.915	
	- Môi trường làm việc hợp tác	0.603	0.915	
	- Cơ hội thử lại	0.591	0.917	
	- Hệ thống chỉ huy	0.583	0.915	
	- Điều kiện làm việc	0.577	0.921	
	- Thủ tục và phương tiện	0.553	0.920	
	- Mức độ lấy ý kiến	0.547	0.916	
	- Sự tham gia	0.528	0.919	
SFAC2 (1.483)# tự chủ tổ chức**	- Ý thức đoàn kết tổ chức	0.705 0.690 0.663 0.636 0.594	0.814	0.848
	- Sự đoàn kết		0.805	
	- Ưu tiên đội		0.818	
	- Phản hồi phụ thuộc lẫn nhau		0.806	
	- Tự do quyết định		0.839	
SFAC3 (1.058)# môi trường làm việc***	- Tầm quan trọng của nhiệm vụ	0.753 0.699 0.650 0.624 0.624	0.748	0.804
	- An toàn công việc		0.774	
	- Thừa nhận		0.758	
	- Mối quan hệ của con người		0.770	
	- Nhiệm vụ đa dạng		0.782	

Lưu ý 1) Sau khi xoay Varimax, các yếu tố có giá trị Eigen vượt quá 1 sẽ được trích xuất và tiêu chuẩn tối thiểu để tải hệ số được đặt thành 0,3.

Lưu ý 2) Hệ số tích lũy của phương sai giải thích cho từng yếu tố được trích là *: 46,5% **: 53,2% ***: 58,0%

Lưu ý 3) #: Giá trị riêng (Eigenvalue)

3.4.2. Phân tích yếu tố nhận thức về hiệu quả quản lý

Theo kết quả phân tích nhân tố về hiệu quả quản lý được cảm nhận, ba nhân tố đã được rút ra. Các thuộc tính thuộc về yếu tố 1 bao gồm bảy biến số: sự hài lòng của nhân viên khách sạn, sự cam kết của nhân viên khách sạn, mức độ duy trì hình ảnh, cải thiện tinh thần, thái độ và khả năng làm việc, hình ảnh khách sạn và chất lượng dịch vụ, được gọi là “khả năng cạnh tranh phi tài chính”. Như trình bày trong Bảng 4.2, giá trị tải nhân tố khá cao ở mức 0,729-0,785, giá trị KMO của độ đầy đủ hình thành tiêu chuẩn là 0,930, có ý nghĩa cho việc phân tích nhân tố và giá trị alpha độ tin cậy rất cao ở mức 0,911.

Các thuộc tính thuộc yếu tố 2 bao gồm bảy biến số: mức tăng doanh số bán thực phẩm và đồ uống, đóng góp vào tổng doanh thu, doanh số bán tiệc, tốc độ tăng trưởng của ngành cơ sở vật chất phụ trợ, lợi tức đầu tư, năng suất lao động và thị phần, được định nghĩa là “hoạt động.”

Như trình bày trong Bảng 4.2, hệ số tải nhân tố khá cao ở mức 0,610-0,776 và giá trị KMO của độ phù hợp hình thành tiêu chuẩn là 0,930, rất có ý nghĩa cho phân tích nhân tố. giá trị rất cao ở mức 0,869.

Yếu tố 3 được đặt tên là “Tăng trưởng lợi nhuận” với bốn biến số bao gồm tỷ suất lợi nhuận ròng doanh thu, tỷ suất lợi nhuận hoạt động bán hàng, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận ròng và tốc độ tăng trưởng doanh thu. Các giá trị tải nhân tố dao động từ 0,804 đến 0,870, cao hơn đáng kể so với 0,30 và tất cả đều được sử dụng làm yếu tố cấu thành. Giá trị KMO của độ đầy đủ hình thành tiêu chuẩn là 0,930, có ý nghĩa cho phân tích nhân tố và giá trị độ tin cậy alpha rất cao ở mức 0,935.

Bảng 4.2. Độ tin cậy và kết quả phân tích nhân tố về hiệu quả quản lý được cảm nhận

Tên yếu tố (Factors)	Biến nhân tố (Variables)	Yếu tố tải (Factor Loading)	Giá trị Alpha khi xóa một mục	Độ tin cậy Alpha
PFAC1 (8.180)# Khả năng cạnh tranh phi tài chính*	- Sự hài lòng của nhân viên khách sạn	0.785	0.895	0.911
	- Mức độ cam kết của nhân viên khách sạn	0.785	0.895	
	- Mức độ bảo trì hình ảnh	0.770	0.897	
	- Tăng tinh thần	0.761	0.896	
	- Thái độ và năng lực làm việc	0.749	0.897	
	- Hình ảnh khách sạn	0.731	0.901	
	- Chất lượng phục vụ	0.729	0.901	
PFAC2 (2.042)# Hoạt động**	- Tăng doanh số bán hàng thực phẩm và đồ uống	0.776	0.853	0.869
	- Đóng góp vào tổng doanh thu	0.757	0.847	
	- Bán tiệc	0.739	0.846	
	- Tốc độ tăng trưởng ngành công trình phụ trợ	0.720	0.843	
	- Hoàn lại vốn đầu tư	0.645	0.850	
	- Năng suất lao động	0.638	0.862	
	- Thị phần	0.610	0.850	
PFAC3 (1.727)# Tăng trưởng lợi nhuận***	- Tỷ suất lợi nhuận ròng trên doanh thu	0.870	0.908	0.935
	- Tỷ suất lợi nhuận hoạt động bán hàng	0.866	0.908	
	- Tốc độ tăng trưởng lợi nhuận ròng	0.849	0.914	
	- Tốc độ tăng trưởng doanh số	0.804	0.92	

Lưu ý 1) Sau khi xoay Varimax, các yếu tố có giá trị Eigen vượt quá 1 sẽ được trích xuất và tiêu chuẩn tối thiểu để tải hệ số được đặt thành 0,3.

Lưu ý 2) Hệ số tích lũy của phương sai giải thích cho từng yếu tố được trích là *: 45,4% **: 56,8% ***: 66,4%

Lưu ý 3) #: Giá trị riêng (Eigenvalue)

3.4.3. Phân tích ảnh hưởng của các yếu tố hài lòng của nhân viên tiệc khách sạn và các yếu tố nhận thức về hiệu quả quản lý

Chúng tôi dự định tiến hành phân tích hồi quy bội để xác định tác động của các yếu tố hài lòng của nhân viên tiệc khách sạn đối với các yếu tố hiệu quả kinh doanh được nhận thức.

Giả thuyết nghiên cứu 3: Các yếu tố hài lòng của nhân viên khách sạn (môi trường quản lý, quyền tự chủ của tổ chức, môi trường làm việc) sẽ có tác động đáng kể đến nhận thức về các yếu tố hiệu quả quản lý (khả năng cạnh tranh phi tài chính, hoạt động và tăng trưởng lợi nhuận).

Như được trình bày trong Bảng 4.3, các yếu tố hài lòng của nhân viên khách sạn (môi trường quản lý, quyền tự chủ của tổ chức, môi trường làm việc) sẽ có tác động đáng kể đến các yếu tố hiệu quả quản lý được nhận thức như khả năng cạnh tranh phi tài chính, hoạt động và tăng trưởng lợi nhuận. Kết quả phân tích hồi quy của giả thuyết nghiên cứu như sau.

Giá trị F mức độ phù hợp (366,06) của mô hình hồi quy về năng lực cạnh tranh phi tài chính là rất có ý nghĩa với xác suất có ý nghĩa là 0,000 và hệ số xác định được điều chỉnh là 0,582, biểu thị độ chính xác của đường hồi quy, cho thấy một khả năng giải thích là 58,2%.

Giá trị F thích hợp (108,41) có xác suất có ý nghĩa là 0,000, rất đáng kể và hệ số xác định được sửa đổi là 0,291, cho thấy khả năng giải thích là 29,1%.

Giá trị F của mức độ phù hợp cho tăng trưởng lợi nhuận (85,13) có xác suất có ý nghĩa là 0,000, rất đáng kể và hệ số xác định được điều chỉnh, biểu thị độ chính xác của đường hồi quy, là 0,243, cho thấy khả năng giải thích là 24,3%.

Vì vậy, sự hài lòng của nhân viên khách sạn rất quan trọng đối với các yếu tố cạnh tranh phi tài chính, hoạt động và tăng trưởng lợi nhuận. Trong số này, xem xét mối quan hệ với các yếu tố cạnh tranh phi tài chính, giá trị t của môi trường quản lý (18,966), giá trị t về quyền tự chủ của tổ chức (4.232). Trong số các giá trị t của môi trường làm việc (1.201), có thể thấy rằng môi trường quản lý, vốn thể hiện giá trị cao, có liên quan chặt chẽ hơn đến khả năng cạnh tranh phi tài chính.

Yếu tố hoạt động có thể được coi là có mối quan hệ chặt chẽ hơn khi môi trường làm việc thể hiện giá trị cao nhất trong số giá trị t của môi trường quản lý (1,820), giá trị t của quyền tự chủ của tổ chức (4,687) và giá trị t của môi trường làm việc (7.775).

Các yếu tố tăng trưởng khả năng sinh lời cho thấy môi trường quản lý có giá trị cao nhất trong số giá trị t của môi trường quản lý (9,625), giá trị t của quyền tự chủ tổ chức (1,290) và giá trị t của môi trường làm việc (0,690), có mối quan hệ chặt chẽ hơn với tăng trưởng lợi nhuận.

Tóm lại, sự hài lòng của nhân viên khách sạn ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý được nhận thức, nhưng môi trường quản lý có ảnh hưởng chặt chẽ hơn đến khả năng cạnh tranh phi tài chính, quyền tự chủ của tổ chức có ảnh hưởng quan trọng hơn đến hoạt động và môi trường quản lý có ảnh hưởng tương đối đáng kể hơn đến tăng trưởng lợi nhuận. Có thể nói là có tác động lớn hơn.

Bảng 4.3: Phân tích hồi quy về mức độ ảnh hưởng giữa các yếu tố hài lòng của nhân viên tiệc khách sạn và các yếu tố cảm nhận về hiệu quả quản lý

Sự phụ thuộc	Năng lực cạnh tranh phi tài chính	Hoạt động	Tăng trưởng lợi nhuận
Độc lập			
Môi trường quản lý	0.635*(18.966)	0.079*(1.820)	0.435*(9.625)
Tự chủ tổ chức	0.142*(4.232)	0.204*(4.687)	0.058*(1.290)
Môi trường việc làm	0.039*(1.201)	0.326*(7.775)	0.030*(0.690)
Bình phương R đã điều chỉnh	0.582	0.291	0.243
Giá trị F	366.057	108.411	85.130
Giá trị p	0.000	0.000	0.000

Lưu ý) *Có ý nghĩa với $p < 0,05$, () là giá trị t.

KẾT LUẬN

Trong hoàn cảnh thay đổi nhanh chóng của thời đại, ngành du lịch có thể nói là ngành kinh doanh có quy mô lớn, tiềm năng tăng trưởng vô hạn trong tương lai cả trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, bên cạnh cuộc suy thoái kinh tế gần đây do giá dầu cao, suy thoái việc làm và xu hướng tiêu dùng thu hẹp, môi trường kinh doanh

của các khách sạn ngày càng trở nên nghèo nàn do chi phí tăng cao và nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Sảnh tiệc, một mảng kinh doanh phụ của khách sạn, chỉ có thể khắc phục được nếu phát triển các dịch vụ khác nhau và thiết lập các chiến lược tiếp thị nội bộ có thể đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng dự tiệc.

Về phạm vi không gian của khảo sát mẫu, dựa trên thiết kế khảo sát, nó được giới hạn ở tất cả các khách sạn hạng 5 sao nằm ở các quận 1, 3, 5, 10 tại Thành phố lớn ở Thành phố Hồ Chí Minh được coi là quận du lịch.

Ngoài ra, tần suất và phân tích chéo đang được tiến hành để phân tích đặc điểm nhân khẩu học và công việc của nhân viên khách sạn được lấy mẫu thông qua phương pháp tự điền 1-1 của bảng câu hỏi nhất định và Phân tích nhân tố đang được tiến hành bằng cách phân loại các biến liên quan thành các chiều và phân tích độ tin cậy đang được tiến hành để xác định xem các yếu tố chung có được trích xuất một cách thích hợp hay không.

Ngoài ra, phân tích hồi quy bội được áp dụng để xác định mối quan hệ giữa tiệc chiêu đãi khách sạn, sự hài lòng nội bộ và hiệu suất quản lý (nhận thức) được nhận thức được thiết lập trong mô hình nghiên cứu và hiệu quả tương tác giữa đặc điểm nhân khẩu học và công việc với hiệu suất quản lý được nhận thức, phân tích phương sai đa biến (MANOVA) được thông qua.

Ngoài ra, hoạt động quy trình nhằm làm hài lòng khách hàng và hiệu quả của nó phụ thuộc vào việc thiết lập một môi trường có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng tốt như thế nào. Theo đó, ban quản lý phải có biện pháp giải quyết mọi xung đột, mơ hồ về vai trò của nhân viên khách sạn trong lĩnh vực dịch vụ. Ngoài ra, điều quan trọng cần lưu ý là chất lượng dịch vụ chỉ được cải thiện khi điều kiện làm việc và đãi ngộ kinh tế được cung cấp đầy đủ và các mối quan hệ con người như tình yêu thương, sự tôn trọng được hình thành giữa đồng nghiệp với cấp trên và cấp dưới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Niên giám thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2022). Nxb Thống kê.
2. Won Yong Hee (2003). “Tìm hiểu các nghiên cứu mới nhất về khách sạn”. *Lịch sử văn hóa Yeongyeong*.
3. Won Yong-hee và Ko Jae-yoon (2000). *Lý thuyết thực hành thực phẩm và đồ uống*. Nxb Baeksan, 69-201.
4. Ha Heon-guk, Yoo Young-jin, Lee Sang-tae, Lee Seong-hee, Nam Tae-seok (2001), *Lý thuyết quản lý thực phẩm và đồ uống khách sạn mới*, Nxb Hanol, 111-131.
5. Choi Dong Yeol (2004). *Thực hành tổ chức tiệc trong ngành nhà hàng khách sạn*. Nxb Baeksan, 62-63.
6. Jong Hwan Kang (2004). “Nghiên cứu thực nghiệm về chiến lược marketing nội bộ của khách sạn”: định hướng thị trường nội bộ và cân nhắc nội bộ
7. Kim Seon Ho (2004). Luận án Tiến sĩ “Nghiên cứu về tác động trao quyền của tiếp thị nội bộ của các công ty khách sạn”. Đại học Dankook.

SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN ĐỐI VỚI CÔNG VIỆC TẠI KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH LUXURY HẠ LONG CENTRE VÀ MƯỜNG THANH LUXURY QUẢNG NINH

ThS. Phạm Thị Hồng Nhung¹, ThS. Phùng Thị Kim Anh¹,
ThS. Vũ Thị Phương¹, Nguyễn Thị Thùy Linh²

Tóm tắt: Sự hài lòng của nhân viên cũng là một trong những yếu tố quan trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Bài viết nhằm mục đích làm rõ mức độ hài lòng của nhân viên đối với công việc thông qua một số các yếu tố. Để đạt được mục tiêu này, nghiên cứu đã sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu và điều tra bằng bảng hỏi nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân viên hài lòng đối với công việc, song mức độ hài lòng có sự khác nhau ở 7 yếu tố (Bản chất công việc, Thu nhập, Cơ hội đào tạo, Cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp, Mối quan hệ trong khách sạn, Môi trường và điều kiện làm việc). Từ đó, nghiên cứu đưa ra một số gợi ý nhằm nâng cao sự hài lòng của nhân viên đối với công việc tại hai khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh.

Từ khóa: Sự hài lòng, nhân viên, công việc, khách sạn.

EMPLOYEE SATISFACTION WITH WORK AT MUONG THANH LUXURY HA LONG CENTER HOTEL AND MUONG THANH LUXURY QUANG NINH

Abstract: Employee satisfaction is also one of the important factors in improving the competitiveness of businesses. The article seeks to clarify the level of employee job satisfaction by examining a variety of elements. To do this, the study used in-depth interviews and questionnaire surveys to obtain primary data. According to research findings, employees are content with their occupations, however the level of satisfaction varies across seven criteria. Career, Hotel Relationships, Environmental and Working Conditions). The survey then suggests ways to boost staff happiness at the two hotels, Muong Thanh Luxury Ha Long Center and Muong Thanh Luxury Quang Ninh.

Keywords: Satisfaction, employees, work, hotel.

¹ Trường Đại học Khoa học - Đại học Thái Nguyên.

² Công ty TNHH Đào tạo và Phát triển dịch vụ Bar - Nhà hàng Hạ Long Xanh.

1. GIỚI THIỆU

Nhân viên chính là khách hàng nội bộ của doanh nghiệp, đáp ứng các yêu cầu công việc hiện tại và sẵn sàng hợp tác với tổ chức để thực hiện các mục tiêu kinh doanh. Vì thế, theo Bharati Deshpande và cộng sự (2012) thì *“các doanh nghiệp cần coi nhân viên chứ không phải vốn là nền tảng cốt lõi của hoạt động kinh doanh và là người đóng góp cho sự phát triển của công ty”* [1]. Một nghiên cứu gần đây của Chou (2007) cho thấy *“Sự không hài lòng trong công việc chính là nguyên nhân lớn nhất khiến các nhân viên rời bỏ công ty họ đang làm”* [2]. Khi nhân viên cảm thấy hài lòng với công việc, họ sẽ làm việc hiệu quả và gắn bó hơn với công ty. Khi doanh nghiệp tiến hành lấy phản hồi về sự hài lòng của nhân viên và sau đó thực hiện các hành động cần thiết đối với những phản hồi của họ thì sẽ đưa ra được các giải pháp quản trị nhân sự phù hợp. Do đó, sự hài lòng của nhân viên cũng là một trong những tiêu chí đánh giá sự thành công của doanh nghiệp. Mặt khác, sự cạnh tranh gay gắt trong ngành khách sạn, đặc biệt giữa các cơ sở cùng phân khúc có sự tương đồng khá lớn về cơ sở vật chất thì chủ yếu họ cạnh tranh về nhân lực, đó là *“năng lực cốt lõi quyết định cách các doanh nghiệp cạnh tranh”* [3-4]. Bởi vì, sự hài lòng trong công việc của nhân viên *“là cần thiết cho sự hài lòng của khách hàng và năng suất của tổ chức trong môi trường cạnh tranh”* [5]. Chính vì vậy, nghiên cứu sự hài lòng của người lao động nhằm thu hút nguồn nhân lực, để giữ chân người tài, gia tăng sự gắn bó với tổ chức là rất cần thiết đối với các nhà quản trị cũng như mỗi một khách sạn.

Trong những năm gần đây, các khách sạn phân khúc 5 sao tại điểm đến Hạ Long đã không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ góp phần góp phần gia tăng vị thế của hình ảnh của điểm đến. Các khách sạn này đã chú trọng các chính sách quản lý, sử dụng lao động nhằm khuyến khích nhằm phát huy tối đa năng lực của nhân viên trong công ty, thu hút lao động chất lượng cao về làm việc tại khách sạn. Thương hiệu Mường Thanh nói chung và hai khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre, Mường Thanh Luxury Quảng Ninh luôn chú trọng công tác nhân sự, coi đó là nhân tố *“đòn bẩy”* để nâng cao thương hiệu Tập đoàn. Vì thế, mỗi khách

sạn đã tạo môi trường làm việc với chế độ đãi ngộ hấp dẫn, tạo điều kiện tối đa cho mỗi nhân sự vừa phát triển chuyên môn và trau dồi bản thân toàn diện. Tuy nhiên, thị trường lao động của địa phương có sự cạnh tranh gay gắt nên có sự biến động về lao động khá cao, đặc biệt sau đại dịch COVID- 19 hiện tượng nhân viên “nhảy việc” khá nhiều. Ngoài ra, chế độ đãi ngộ và chính sách lương thưởng của khách sạn vẫn còn chưa thực sự phù hợp và chưa thực sự kích thích được động lực làm việc, chí hướng phấn đấu của nhân viên. Chính vì vậy, bài viết nhằm mục đích làm rõ mức độ hài lòng của nhân viên đối với công việc thông qua một số các yếu tố, từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của nhân viên đối với công việc tại hai khách sạn này.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ SỰ HÀI LÒNG ĐỐI VỚI CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu thứ cấp bao gồm dữ liệu về cơ sở lý thuyết sự hài lòng của nhân viên đối với công việc và dữ liệu về hiện trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn sâu chuyên gia và quản lý, nhân viên và khảo sát bằng bảng hỏi đối với nhân viên hai khách sạn. Ý kiến từ 5 chuyên gia thu thập thông qua phỏng vấn sâu chuyên gia là cơ sở để thiết lập mô hình nghiên cứu, xây dựng bảng hỏi để đánh giá sự hài lòng đối với công việc của nhân viên khách sạn. Bảng hỏi gồm câu hỏi đóng chia theo thang Likert 1-5 (trong đó 1 là mức thấp nhất, 5 là mức cao nhất). Nội dung các câu hỏi được xây dựng đảm bảo đơn giản, tường minh và dễ hiểu, dễ trả lời. Khách thể điều tra là quản lý, nhân viên của hai khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh với số lượng 250 người. Công thức lấy mẫu dựa theo công thức của Yamane Taro (1967) đối với trường hợp biết quy mô tổng thể số nhân viên [6]:

$$n = \frac{N}{1+Nx(0.05)^2} = \frac{250}{1+250x(0.05)^2} = 153.8$$

Do vậy, yêu cầu trên thì kích thước mẫu tối thiểu yêu cầu là 154. Tuy nhiên, để nâng cao độ tin cậy và khắc phục những sai sót có thể gặp phải khi khảo sát nên đề tài sẽ thực hiện điều tra 160 mẫu.

Phương pháp xử lý dữ liệu: Dữ liệu định tính được phân tích, tổng hợp và dữ liệu định lượng thì sử dụng phần mềm Excel trong bộ Microsoft Office 2016 để xử lý. Kết quả điều tra được làm sạch, loại bỏ những phiếu trả lời không hợp lệ, điểm đánh giá của nhân viên thông qua các câu trả lời sẽ đưa vào phần mềm, sau đó sẽ tiến hành phân tích thống kê mô tả (giá trị trung bình và độ lệch chuẩn) để xác định mức độ hài lòng của nhân viên đối với công việc.

2.2. Cơ sở lý thuyết về sự hài lòng đối với công việc của nhân viên khách sạn

2.2.1. Một số khái niệm

* Khái niệm về nhân viên

Theo cách hiểu thông thường thì nhân viên là những lao động bình thường làm việc dưới sự quản lý của các nhà quản trị cấp cao hơn. Theo từ điển Việt Nam, nhân viên là người làm việc trong một cơ quan, tổ chức và trong quan hệ với thủ trưởng, lãnh đạo của cơ quan, tổ chức đó [6]. Như vậy, cũng có thể hiểu nhân viên chính là người lao động làm công ăn lương tại doanh nghiệp, công việc là theo thỏa thuận xác lập giữa người đó và chủ thuê lao động, tiền lương được hưởng theo kết quả công việc của họ [7].

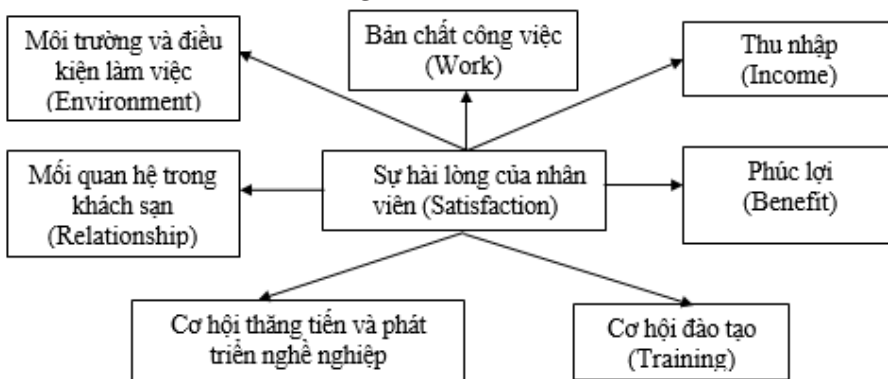
* Khái niệm về sự hài lòng của nhân viên

Trên thế giới, có rất nhiều quan điểm khác nhau về sự hài lòng trong công việc (Job satisfaction) được phát triển bởi các học giả khác nhau dựa trên các cách tiếp cận riêng. Sở dĩ cách tiếp cận khái niệm sự hài lòng trong công việc có sự đa dạng như vậy là bởi vì mỗi nhân viên sẽ có một cảm giác và cách phản ứng đặc biệt với tổ chức của họ. Để đo lường và xác định mức độ hài lòng trong công việc của nhân viên được xem là một thách thức không nhỏ bởi vì nó ảnh hưởng thông qua thái độ cũng như khả năng giải quyết công việc cần thiết, giao tiếp trong tổ chức của nhân viên và cách

nhà quản lý đối xử với nhân viên của họ. Theo Dormann và Zapf (2001) định nghĩa rằng: “sự hài lòng của nhân viên với công việc đó là thái độ thích thú nhất đối với lãnh đạo và đội ngũ lãnh đạo” [8]. Còn tác giả Kreintner và Kinicki (2007), sự hài lòng công việc chủ yếu phản ánh “mức độ một cá nhân yêu thích công việc của mình, đó chính là tình cảm hay cảm xúc” của người nhân viên đó với công việc của họ [6]. Nhìn chung, sự hài lòng trong công việc là sự đánh giá của người lao động đối với các vấn đề liên quan đến việc thực hiện công việc của với cảm giác thoải mái, dễ chịu.

2.2.2. Mô hình đánh giá về sự hài lòng của nhân viên đối với công việc

Một số học thuyết về sự hài lòng của nhân viên trong công việc như thuyết nhu cầu của Abraham Maslow (1943), thuyết hai nhân tố của Frederid Herzberg (1959), hay thuyết kỳ vọng của Victor Room (1964) [6]. Dựa trên cơ sở các thuyết này cũng như tổng quan tài liệu nghiên cứu về sự hài lòng của nhân viên nói chung, có thể thấy rằng có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên khách sạn. Tuy nhiên có thể thấy, hầu hết các tác giả nêu trên đều đề cập đến các yếu tố như tính chất công việc, đào tạo thăng tiến, tiền lương, phúc lợi, lãnh đạo, đồng nghiệp, điều kiện làm việc. Vì thế, nghiên cứu đề xuất mô hình đánh giá sự hài lòng của nhân viên khách sạn đối với công việc như sau:



Hình 1: Mô hình đánh giá sự hài lòng của nhân viên đối với công việc tại khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ tham vấn chuyên gia, 2023

Mô hình nghiên cứu gồm 07 yếu tố (Bản chất công việc, Thu nhập, Cơ hội đào tạo, Cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp, Mối quan hệ trong khách sạn, Môi trường và điều kiện làm việc) và 35 tiêu chí đánh giá sự hài lòng của nhân viên hai khách sạn.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Sự hài lòng đối với công việc của nhân viên khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh

Sự hài lòng của nhân viên tại hai khách sạn đối với công việc được đánh giá dựa theo các cấp độ: Mức độ Ít hài lòng từ 1,0 đến < 1,8; Mức độ Tạm hài lòng từ 1,8 đến < 2,6; Mức độ Trung bình từ 2,6 đến < 3,4; Mức độ Hài lòng từ 3,4 đến < 4,20; Mức độ Rất hài lòng 4,20 đến $\leq 5,0$. Theo bảng 1, điểm đánh giá chung về mức hài lòng của nhân viên đối với công việc là 3,68 điểm, tức là mức *Hài lòng*. Tuy nhiên, sự hài lòng này có sự khác nhau được thể hiện đối với 7 yếu tố.

Yếu tố *Bản chất công việc* được đánh giá ở mức độ *Hài lòng* với giá trị trung bình là 3,88. Trong đó, giá trị trung bình của các tiêu chí dao động từ 3,32 đến 4,26. Tiêu chí "*Phân chia công việc hợp lý*" có mức độ hài lòng thấp nhất trong tiêu chuẩn này với trị giá 3,32 (Bình thường). Do tình trạng thiếu hụt nhân sự khi du lịch, khách sạn mở cửa trở lại sau COVID-19, một số bộ phận thiếu nhân viên trầm trọng trong khi khối lượng công việc lớn đã dẫn đến tình trạng khách sạn phân công công việc thiếu hợp lý trong ca làm của nhân viên, từ đó gây ra áp lực và ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của họ. Bên cạnh đó tiêu chí "*Công việc có tầm quan trọng đối với hoạt động của khách sạn*" có mức độ hài lòng cao nhất trong thang đo bản chất công việc. Mỗi nhân viên đều nhận thức được tính chất của ngành khách sạn thì không thể hoạt động được nếu thiếu một bộ phận nào nên họ luôn thấy được tầm quan trọng của mình trong thành công của đơn vị.

Về yếu tố *Thu nhập* được đánh giá mức độ hài lòng trung bình không cao 3,29 (Bình thường). Trong đó, giá trị trung bình của các tiêu chí dao động trong khoảng từ 3,26 đến 3,35, điều này đồng nghĩa với việc hầu hết các nhân viên tham gia trả lời khảo sát đều

chọn mức độ bình thường. Thực tế cho thấy, mức lương cơ bản của nhân viên tại hai khách sạn khảo sát ở mức độ tương đối thấp. Mức dưới 5 triệu chủ yếu là của nhân viên bộ phận bảo vệ, hoặc nhân viên trong giai đoạn 2 tháng thử việc với 85% lương. Mức từ 5 – 8 triệu chủ yếu là của nhân viên mới ra trường, chưa có nhiều kinh nghiệm với hợp đồng làm việc 1 năm tại khách sạn và có thời gian làm việc tại khách sạn ngắn. Với mức 8 – 12 triệu chủ yếu là của nhân viên đã có thời gian làm việc và cống hiến tại khách sạn trên 2 năm hoặc có năng lực tốt, đảm nhiệm những vị trí quan trọng với khối lượng công việc khá nhiều. Mức trên 12 triệu chủ yếu là của quản lý các bộ phận, nhân viên có nhiều năm công tác và làm việc tại khách sạn, nhân viên có chuyên môn và năng lực cao. Tuy nhiên nhìn vào mức thu nhập này với mức chi tiêu tại Quảng Ninh thì sẽ khiến cho nhân viên gặp một số khó khăn về vấn đề tài chính. Vì thế, tiêu chí “*Thu nhập giúp tôi lo liệu được cuộc sống*” chỉ được đánh giá ở mức độ bình thường với 3,28 điểm. Tiêu chí “*Nguồn thu nhập ổn định*” cũng được đánh giá không cao 3,35 (Bình thường), đây là hệ quả tác động của dịch COVID-19 trong suốt 2 năm khiến họ mất việc hoặc nếu nhân viên có đi làm cũng bị cắt giảm ca làm và điều đó đồng nghĩa với việc tiền lương cũng bị cắt giảm nên nguồn thu nhập từ lương không ổn định.

Bảng 1: Giá trị trung bình của các yếu tố sự hài lòng của nhân viên đối với công việc tại hai khách sạn nghiên cứu

Nội dung câu hỏi	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn Std. Deviation	Kết luận
1. Bản chất công việc (Work)	3,88	0,78	Hài lòng
2. Thu nhập (Income)	3,29	1,07	Bình thường
3. Phúc lợi (Benefit)	4,09	0,75	Hài lòng
4. Cơ hội đào tạo (Training)	3,74	0,89	Hài lòng
5. Cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp (Promotion)	3,71	0,88	Hài lòng
6. Mối quan hệ trong khách sạn (Relationship)	3,95	0,81	Hài lòng
7. Môi trường và điều kiện làm việc (Environment)	3,12	0,91	Bình thường
Sự hài lòng của nhân viên (Satisfaction)	3,68	0,87	Hài lòng

Nguồn: Tổng hợp từ tác giả, 2023

Yếu tố *Phúc lợi* được đánh giá cao, giá trị trung bình của tiêu chuẩn là 3,93 (Hài lòng). Trong đó, 2 tiêu chí "*Khách sạn thực hiện đầy đủ chế độ bảo hiểm theo quy định của nhà nước*" và "*Khách sạn tạo điều kiện cho nhân viên nghỉ phép, nghỉ lễ tết, nghỉ ốm theo quy định của nhà nước*" được đánh giá ở mức rất hài lòng với giá trị trung bình lần lượt là 4,26 và 4,28. Đây cũng là những phúc lợi cơ bản của bất kỳ nhân viên nào làm đúng và đầy đủ đều được thụ hưởng. Chính vì thế, tiêu chí này được đánh giá mức độ hài lòng (3,68). Về tiêu chí "*Khách sạn tổ chức các kỳ nghỉ cho nhân viên*" được đánh giá mức độ hài lòng là 3,33 (Bình thường). Trên thực tế khách sạn có chương trình nghỉ mát hàng năm cho nhân viên được tổ chức và chi trả bởi ngân sách của khách sạn. Tuy nhiên, do yếu tố liên quan đến dịch bệnh nên trong thời gian vừa qua chương trình nghỉ mát cho nhân viên bị hoãn lại dẫn đến việc khi khảo sát nhân viên đánh giá nhân tố này chưa cao. Về tiêu chí "*Khách sạn có những ưu đãi khi nhân viên sử dụng dịch vụ*" được đánh giá mức độ hài lòng rất cao 4,09 do khách sạn có quy định giảm 10% tổng hoá đơn khi sử dụng các dịch vụ ẩm thực; giảm 5% giá phòng khi sử dụng phòng khách sạn...

Yếu tố *Cơ hội đào tạo* được đánh giá mức độ hài lòng tương đối cao 3,87 (hài lòng). Tiêu chí "*Các lớp đào tạo có chất lượng tốt*" được đánh giá thấp nhất trong tiêu chuẩn 3,74 và "*Nhân viên được đào tạo phù hợp với nhu cầu công việc*" được đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3,91. Trên thực tế, khách sạn luôn có các chương trình đào tạo về kỹ năng công việc cũng như về lý thuyết. Khách sạn cũng đem lại cho nhân viên định hướng phát triển cá nhân và những cơ hội nâng cao nghề nghiệp, về chuyên môn cũng như về kỹ năng ngôn ngữ. Các chương trình đào tạo dành cho nhân viên là miễn phí, và có thể tiến hành trong giờ làm việc. Ngoài giờ làm việc, toàn bộ chi phí chương trình đào tạo đều do nhân viên chi trả.

Về "*Cơ hội nghề nghiệp và lộ trình thăng tiến*" được đánh giá ở mức 3,71 (mức độ hài lòng), điều này chứng tỏ về nhóm tiêu chuẩn này khách sạn đang làm khá tốt. Ngay từ giai đoạn tuyển dụng, khách sạn đã xây dựng và thông báo cho nhân viên về cơ hội nghề nghiệp, lộ trình thăng tiến cụ thể đối với vị trí trong công việc. Khách sạn

luôn tạo điều kiện cho nhân viên xuất sắc thăng tiến lên các vị trí cao hơn khi khách sạn có trống các vị trí quản lý thay vì tuyển ngay nhân viên mới. Đồng thời, là tập đoàn doanh nghiệp khách sạn tư nhân lớn nhất nên những nhân viên xuất sắc có nhiều sự lựa chọn về việc thăng tiến và phát triển nghề nghiệp, đây cũng là điểm mạnh của việc nhân viên làm việc trong tập đoàn.

Yếu tố *Mối quan hệ trong khách sạn* cũng được đánh giá với mức điểm 3,95 (Hài lòng). Trong đó tách riêng từng tiêu chí có giá trị trung bình trong khoảng từ 3,52 đến 4,35. Hai tiêu chí “*Đồng nghiệp chia sẻ, lịch sự, đáng tin cậy*” và “*Đồng nghiệp có thể làm việc nhóm và hỗ trợ nhau*” trong công việc được đánh giá cao nhất với giá trị lần lượt về mức độ hài lòng là 4,21 và 4,35. Trên thực tế, do đặc điểm tính chất làm việc trong ngành dịch vụ nên đã số nhân viên làm việc trong ngành khách sạn đều khá thân thiện, cởi mở và sẵn sàng hỗ trợ, chia sẻ giúp đỡ lẫn nhau trong công việc. Đồng thời, các bộ phận trong khách sạn bắt buộc phải phối hợp nhịp nhàng, khoa học với nhau để có thể chuẩn bị phục vụ và đón tiếp khách một cách chu đáo nhất nên họ thường có kĩ năng làm việc nhóm tốt. Tiêu chí “*Lãnh đạo coi trọng tài năng và đóng góp của nhân viên*”, văn hoá Mường Thanh luôn xem trọng vai trò của nhân viên.

Đối với yếu tố “*Môi trường và điều kiện làm việc*” có mức điểm thấp nhất trong 7 yếu tố với giá trị trung bình là 3,12 (ở mức Bình thường). Tiêu chí “*Công việc ổn định, không lo mất việc*” được đánh giá thấp nhất 2,44 (Không hài lòng). Điều này phản ánh thực tế do tác động của dịch bệnh Covid -19, rất nhiều nhân viên mất việc, không có việc làm hoặc được đi làm nhưng cắt giảm thời gian làm việc. Thêm vào đó là du lịch là hoạt động có tính mùa vụ nên công việc trong ngành không ổn định. Tiêu chí “*Thời gian làm việc và khối lượng làm việc*” cũng được đánh giá thấp, vì tính chất của khách sạn là luôn luôn phục vụ khách 24/24h và 365 ngày 1 năm, khối lượng công việc vào mùa cao điểm cao, đặc biệt sau dịch bệnh, nhân lực thiếu trầm trọng nên một số nhân viên phải làm việc quá thời gian quy định 8h/ca hay bị điều động sang bộ phận khác hỗ trợ không đúng chuyên môn nghiệp vụ.

3.2.2. Đánh giá chung về sự hài lòng của nhân viên đối với công việc tại các khách sạn nghiên cứu

Qua nội dung phân tích các yếu tố về sự hài lòng của nhân viên đối với công việc có thể thấy những ưu điểm và một số hạn chế như sau:

** Ưu điểm:*

Mức độ hài lòng chung của nhân viên tại khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre và Mường Thanh Luxury Quảng Ninh đạt 3,68 ở mức hài lòng. Về cơ bản hai khách sạn làm đúng và đầy đủ trách nhiệm về mảng phúc lợi đối với nhân viên. Hai khách sạn luôn có các chương trình đào tạo về kỹ năng công việc cũng như về lý thuyết. Khách sạn cũng đem lại cho nhân viên định hướng phát triển cá nhân và những cơ hội nâng cao nghề nghiệp, về chuyên môn cũng như về kỹ năng ngôn ngữ. Các chương trình đào tạo dành cho nhân viên là miễn phí, thường xuyên, liên tục, theo các cấp độ, mức độ khác nhau đối với từng nhóm đối tượng và có thể tiến hành trong giờ làm việc. Tập đoàn và khách sạn xây dựng kế hoạch đào tạo định kỳ theo năm và triển khai đúng tiến độ. Đồng thời, hai đơn vị đã làm khá tốt các công tác tạo cơ hội thăng tiến và phát triển trong công việc, luôn tạo điều kiện cho nhân viên xuất sắc thăng tiến lên các vị trí cao hơn khi khách sạn có trống các vị trí quản lý thay vì tuyển ngay nhân viên mới. Tiêu chí môi trường làm việc thân thiện, chuyên nghiệp cũng được nhân viên đánh giá rất cao.

** Hạn chế:*

Qua kết quả trên có thể thấy rằng, đối với mức lương cơ bản của nhân viên tại hai khách sạn ở mức độ tương đối thấp, service charge so với các khách sạn cùng phân khúc, cùng địa bàn do quỹ lương của khách sạn vào mùa dịch bệnh rất thấp. Hơn nữa, khách sạn Mường Thanh Luxury Hạ Long Centre mới đi vào hoạt động năm 2020 nên rất khó khăn về quỹ lương do phải trả chi phí cho các khoản xây dựng, mặt bằng, cơ sở vật chất, kỹ thuật,... Ngoài ra, khách sạn chưa có lộ trình thăng tiến mang tính cá nhân hoá đối với từng nhân viên. Về điều kiện làm việc, hệ thống đường truyền kết nối mạng internet tại khách sạn có lúc còn hoạt động chậm gây ảnh hưởng tới năng suất và hiệu quả làm việc của nhân viên.

4. KẾT LUẬN

Với đặc thù của ngành khách sạn, sử dụng nhiều lao động và rất khó có thể thay thế thì sự hài lòng của nhân viên đối với công việc là vấn đề quan trọng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, sức cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh. Kết quả phỏng vấn sâu và khảo sát bằng bảng hỏi đối với quản lý, nhân viên hai khách sạn cho thấy họ Hài lòng đối với công việc tại hai khách sạn. Tuy nhiên, mức độ hài lòng của nhân viên đối với công việc có sự khác nhau đối với 7 yếu tố. Môi trường làm việc thân thiện, chuyên nghiệp; chế độ phúc lợi được thực hiện đầy đủ. Cán bộ công nhân viên được lãnh đạo tin tưởng và có sự gắn kết, giúp đỡ, chia sẻ trong công việc, luôn có cơ hội được học tập, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, phát triển nghề nghiệp và trải nghiệm văn hóa tại các khách sạn trong hệ thống của tập đoàn. Mặc dù vậy, một số yếu tố chưa thực sự được làm tốt nên tác động tiêu cực đến sự hài lòng của nhân viên bao gồm chế độ lương, chi trả tiền phí phục vụ, mức tiền thưởng, công việc áp lực cao. Mặt khác, các khóa đào tạo về nghiệp vụ, nhất là chăm sóc khách hàng và cách thức triển khai đào tạo còn chưa đồng bộ. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để khách sạn cần tập trung cải thiện thu nhập, phúc lợi; cơ hội đào tạo và thăng tiến; cải thiện nhân tố môi trường, điều kiện làm việc; cải thiện nhân tố bản chất công việc. Tuy nhiên, nghiên cứu chưa tiến hành xử lý dữ liệu định lượng để kiểm định độ tin cậy của mô hình nghiên cứu cũng như xác định mức độ ảnh hưởng của 7 yếu tố đến sự hài lòng của nhân viên đối với công việc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bharati Deshpande, Kohinoor Business School Kirti Arekar Rashmi Sharma Sonam Somaiya (2012), Effect of Employee Satisfaction on Organization Performance: An Empirical Study in Hotel Industry, *Ninth AIMS International Conference on Management*, Vol. 1, No. 4, pp. 617-624
2. Chu, Cheng-I; Hsu, Yao-Feng (2016), Hospital Nurse Job Attitudes and Performance The Impact of Employment Status, *Journal of Nursing Research*, Vol. 19, No.1, pp.53-60.

3. Peter Cappelli, Anne Crocker-Hefter (1996), Distinctive human resources are firms' core competencies, *Organizational Dynamics*, Vol. 24, No. 3, pp. 7—22.
4. Carlos M. F-Jardon 1 Miguel Gonzalez-Loureiro (2016), Human Capital as Source for Sustained Competitive Advantages in SMEs: A Core Competencies Approach, *Economia Seria Management*, Vol. 16, No. 2, pp. 256- 275.
5. Samuel Obino Mokaya, Jacqueline Lovega Musau, Juma Wagoki, Kabare Karanja (2013), Effects of Organizational Work Conditions on Employee Job Satisfaction in the Hotel Industry in Kenya, *International Journal of Arts and Commerce*, Vol. 2, No. 2, pp. 79-90.
6. Nguyễn Chí Việt (2022), *Nghiên cứu các yếu tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên các khách sạn Mường Thanh 4 sao tại Hà Nội*, Luận văn Thạc sĩ Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. Trần Kim Dung (2011), *Quản trị nguồn nhân lực*, NXB tổng hợp tp. Hồ Chí Minh.
8. Dormann, C., & Zapf, D. (2004). Customer-Related Social Stressors and Burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol. 9, No. 1, pp. 61–82.

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRƯỚC VÀ SAU KHI ĐỔI MỚI THIẾT KẾ NỘI THẤT THEO XU HƯỚNG TIÊU DÙNG NHÀ HÀNG: TẬP TRUNG VÀO NHÀ HÀNG THỨC ĂN NHANH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS. Phạm Thị Duy Phương¹

Tóm tắt: Cùng với sự phát triển của xã hội công nghiệp hóa đương đại, nhu cầu về không gian ăn uống ngày càng tăng, cá nhân hóa và đa dạng. Các nhà hàng thức ăn nhanh nên thay đổi không gian để khách hàng cảm thấy thoải mái và tận hưởng bầu không khí ấm cúng từ không gian thiên về tiện lợi phải ăn rồi về nhanh, theo xu hướng tiêu dùng ăn ngoài theo đuổi sự hài lòng, mong muốn khác nhau của người tiêu dùng và nâng cao chất lượng. Ngoài ra, từng yếu tố cấu thành của thiết kế nội thất đều được chứng minh là có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Vì vậy, chiến lược tu sửa nhằm thay đổi bầu không khí nhà hàng thành bầu không khí quán cà phê sang trọng và thoải mái bằng cách tránh khuôn khổ cứng nhắc và điển hình của nội thất các nhà hàng thức ăn nhanh hiện có, theo sự nâng cấp và cá nhân hóa chất lượng. Đó là xu hướng tiêu dùng hiện tại, có thể nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Từ khóa: xu hướng đi ăn ngoài; sự đổi mới; xu hướng tiêu dùng; thiết kế nội thất nhà hàng; thiết kế nội thất nhà hàng thức ăn nhanh.

FACTORS AFFECTING SATISFACTION BEFORE AND AFTER INTERIOR DESIGN INNOVATION ACCORDING TO RESTAURANT CONSUMPTION TRENDS: FOCUS ON FAST FOOD RESTAURANTS IN HO CHI MINH CITY

Abstract: Along with the development of contemporary industrialized society, the demand for dining spaces is increasing, personalized and diverse. Fast food restaurants should change the space so that customers feel comfortable and enjoy a cozy atmosphere from a space that favors convenience so they can eat and leave quickly, following the consumer trend of eating out in pursuit of satisfaction. different desires and desires of consumers and improve quality. Additionally, each

¹ Khoa Du lịch và Ẩm thực – Trường Đại học Công thương Thành phố Hồ Chí Minh.

component of interior design has been proven to influence customer satisfaction. Therefore, the remodeling strategy aimed to change the restaurant atmosphere to a luxurious and comfortable cafe atmosphere by avoiding the rigid and typical framework of existing fast food restaurant interiors, according to quality upgrades and personalization. It is a current consumer trend, which can enhance customer satisfaction.

Keyword: *trend of eating out; innovation; consumer trends; restaurant interior design; interior design of fast food restaurant.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Với sự phát triển của xã hội công nghiệp hiện đại, trình độ không gian ăn uống ngày càng trở nên tinh tế, cá nhân hóa và đa dạng hơn. Ngoài ra, tỷ lệ ăn uống bên ngoài cũng tăng lên do hình thành các giá trị lấy giải trí làm trung tâm và thu nhập tăng lên. Khi mức thu nhập tăng lên, khách hàng có xu hướng theo đuổi những trải nghiệm độc đáo trong quá trình dùng bữa hơn là chính bữa ăn. Để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng, nhà hàng ngày nay và lối sống của những khách hàng coi trọng cá tính, tầm quan trọng của thiết kế nội thất không gian ăn uống ngày càng tăng.

Nhìn vào các xu hướng nhà hàng gần đây, khi việc theo đuổi “chất lượng cuộc sống” trở nên rõ ràng hơn thì xu hướng coi trọng hình ảnh và thiết kế cũng tăng lên, quan trọng như giá cả hay mùi vị. Nếu thế kỷ XX là một xã hội công nghiệp được dẫn dắt bởi công nghệ và vật liệu, thì thế kỷ XXI là kỷ nguyên của văn hóa bị thống trị bởi kiến trúc và văn hóa, và là kỷ nguyên của thiết kế lấy cảm xúc làm trung tâm. Nhu cầu của khách hàng là theo đuổi những nhu cầu đa nguyên dựa trên sự tiến bộ, cá nhân hóa, đa dạng hóa và nhiều nhu cầu về cá tính, thỏa mãn sở thích, nhu cầu tình cảm, biểu tượng, thẩm mỹ đang trở thành xu hướng chủ đạo.

Vì vậy, để thiết lập hệ thống lý luận cho việc nghiên cứu quản lý nhà hàng và để ngành nhà hàng ngày càng lớn mạnh và phát triển có chất lượng hơn, các nghiên cứu chuyên sâu về thiết kế nội thất không gian ẩm thực, đồ uống có thể thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng là đối tượng, lượng tiêu thụ tại nhà hàng là rất cần thiết và quan trọng.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong nghiên cứu này, một cuộc khảo sát hiện trạng và phân tích bảng câu hỏi được tiến hành song song.

Trong nghiên cứu tài liệu phục vụ khảo sát hiện trạng, cơ sở và gợi ý của nghiên cứu này dựa trên các sách, tạp chí, sách định kỳ trong và ngoài nước và số liệu thống kê liên quan đến văn hóa ăn uống, xu hướng, thiết kế nội thất cũng như các nghiên cứu hiện có liên quan đến nghiên cứu này muốn tìm.

Cuộc khảo sát hiện trạng được thực hiện dựa trên dữ liệu tài liệu và thông qua khảo sát tại chỗ về một số nhà hàng thức ăn nhanh tại Thành phố Hồ Chí Minh đã đổi mới thiết kế nội thất phù hợp với xu hướng ăn uống. Chúng tôi kiểm tra các thành phần thiết kế nội thất của từng cửa hàng phản ánh xu hướng ăn uống, đồng thời so sánh và phân tích những thay đổi thông qua phân tích thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới.

Thời gian của nghiên cứu là từ tháng 10 năm 2023 đến tháng 12 năm 2023. Trong nghiên cứu này, tổng cộng 250 bảng câu hỏi đã được phát tại 2 hệ thống nhà hàng ăn nhanh McDonald's và Lotteria và 239 bảng câu hỏi được thu thập, trong đó 222 bảng câu hỏi được coi là có độ tin cậy cao và cuối cùng được sử dụng trong nghiên cứu này. Với những người tiêu dùng có kinh nghiệm sử dụng từng nhà hàng thức ăn nhanh mục tiêu để điều tra nhận thức của họ về những thay đổi trước và sau khi đổi mới cửa hàng cũng như mức độ hài lòng của họ với thiết kế nội thất.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

3.1. Nghiên cứu lý luận về xu hướng tiêu dùng nhà hàng

3.1.1. *Khái niệm về xu hướng tiêu dùng nhà hàng*

Xem xét số liệu về xu hướng tiêu dùng theo sự thay đổi của thời đại, xu hướng tiêu dùng trước và sau IMF thay đổi đáng kể, ngay sau IMF, sự phá vỡ giá cả chống suy thoái và xu hướng tiêu dùng tiết kiệm đã bộc lộ sức mạnh. Người tiêu dùng lấy lại lý trí và dần bắt đầu thể hiện các mô hình tiêu dùng hợp lý: Chất lượng với giá

cả hợp lý, mong muốn theo đuổi cá tính, ưa thích sự tiện lợi, quan tâm đến sức khỏe và môi trường, mong muốn tiết kiệm hợp lý, kết hợp giữa giải trí và tiêu dùng, v.v..

Lý thuyết khái niệm về xu hướng tiêu dùng nhà hàng cho rằng, trước khi thiếu dữ liệu nghiên cứu đã được xác lập, xu hướng tiêu dùng nhà hàng có thể được suy ra bằng cách tổng hợp các nội dung của xu hướng tiêu dùng và có thể thấy rằng cuộc sống của người tiêu dùng bị ảnh hưởng bởi những thay đổi xã hội và xu hướng thời đại trong tiêu dùng nhà hàng.

3.1.2. Những thay đổi trong xu hướng tiêu dùng

Các xu hướng tiêu dùng hiện đang thu hút sự chú ý, bao gồm cả sức khỏe, có những điểm chung quan trọng: hàng xa xỉ tạo ra thuật ngữ hàng giả, xu hướng cảm xúc sử dụng sự hài lòng về mặt cảm xúc hơn là lý tính làm tiêu chí lựa chọn sản phẩm chính và hình đại diện trực tuyến và trang chủ cá nhân blog. Một ví dụ điển hình là tiêu dùng bản sắc, được thể hiện bằng sự nhiệt tình. Những xu hướng tiêu dùng mới này đang trở thành một bước đột phá quan trọng trong việc tạo ra nhu cầu mới ở hầu hết các thị trường đã đạt đến mức bão hòa.

Ngày nay, ngày càng nhiều người tiêu dùng coi việc mua sắm là một trải nghiệm thú vị ngoài hành động mua hàng đơn giản. Nội thất, sản phẩm và không gian mua sắm cao cấp được coi là không gian tiêu dùng, không gian sống thư giãn, thậm chí là không gian trải nghiệm thương hiệu. Người tiêu dùng hiện tại đồng thời theo đuổi giá trị cảm xúc cao và giá thấp trong một sản phẩm, tiêu dùng phổ thông, nó không từ bỏ việc tiêu dùng cá nhân hóa. Mặc dù hoàn toàn lấy cảm xúc làm trung tâm trong giai đoạn lựa chọn sản phẩm, nhưng nó tiếp cận một cách hợp lý sau khi chọn sản phẩm mục tiêu.

3.2 Nghiên cứu lý luận về thiết kế nội thất

3.2.1. Khái niệm thiết kế nội thất

Thiết kế nội thất là một nghệ thuật ứng dụng và có mục đích, sử dụng vật liệu làm phương tiện và có thể nói là một nghệ thuật

tạo hình thể hiện những cảm xúc hay tình cảm chủ quan dưới một hình thức trừu tượng, đặc biệt là nghệ thuật không gian. Nó tồn tại như một nghệ thuật tạo hình không gian trong đó các khía cạnh tâm lý của mỗi nghệ thuật phải được xem xét đồng thời.

Thiết kế nội thất thường được định nghĩa là quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kết quả của việc biến không gian trong nhà thành một môi trường đẹp, hiệu quả và thoải mái thông qua một cách thể hiện mới không chỉ đồ nội thất và sản phẩm, những yếu tố chính của bố cục không gian, mà còn cũng là các yếu tố phụ đóng vai trò làm nền.

Thiết kế nội thất là một hoạt động nghệ thuật tổng hợp nhằm tạo ra những không gian nội thất đẹp, độc đáo để cư dân có một cuộc sống tiện nghi, thoải mái, dễ chịu, hay nói cách khác là thỏa mãn những nhu cầu, sở thích đa dạng của cư dân, đồng thời đáp ứng được nhu cầu của cư dân. Thiết kế nội thất là hoạt động tạo ra một môi trường trong nhà có thể đạt được chức năng và mục tiêu.

3.2.2. Thành phần thiết kế nội thất nhà hàng

Các yếu tố thiết kế nội thất phần lớn được chia thành các yếu tố bên ngoài và bên trong.

Yếu tố không gian trong nhà: Các yếu tố cơ bản của không gian trong nhà được mở và bao quanh bởi sàn, tường, trần nhà cho phép chuyển động trên trần nhà và chính không gian bên trong. Hãy đảm bảo bạn có sự cải thiện chất lượng của không gian.

Yếu tố vật liệu: Vật liệu hoàn thiện sàn phần lớn được chia thành vật liệu gốc gỗ, gốc sợi, gốc đá và gốc nhựa. Tùy thuộc vào loại, chúng khác nhau về màu sắc, kết cấu và hoa văn cũng như hiệu suất như khả năng chống mài mòn, độ bền, sự ẩm áp, cách âm, khả năng đi lại và độ đàn hồi. Có sự khác biệt và vật liệu sàn có thể được chia thành sàn, gạch bản, thảm, đá cẩm thạch, đá mài, nhựa, ngói, thảm và sàn.

Yếu tố màu sắc: Thành phần màu sắc có ý nghĩa quan trọng trong không gian, bởi vì màu sắc quyết định bầu không khí và ấn

tượng chất lượng của môi trường kiến trúc, không gian và có ảnh hưởng lớn đến con người. Bố cục màu sắc chỉ hoàn thành sứ mệnh của mình khi tất cả các yếu tố trong thiết kế không gian hài hòa và hợp tác với nhau. Thành phần màu sắc trong không gian đạt được thông qua việc xem xét các yêu cầu về sinh lý, tâm lý, công thái học, chức năng và thẩm mỹ. Màu sắc là yếu tố quan trọng.

Yếu tố ánh sáng: Chiều sáng được chia thành chiều sáng tự nhiên được cung cấp bởi chiều sáng trong nhà thông qua các khe hở và chiều sáng nhân tạo cung cấp ánh sáng cho không gian thông qua nguồn phát ánh sáng nhân tạo, đó là việc tạo ra không gian bằng cách sử dụng các thiết bị chiếu sáng.

Yếu tố nội thất: Nếu ngôi nhà là vật trung gian giữa môi trường tự nhiên và con người thì có thể nói đồ nội thất là vật trung gian giữa ngôi nhà và người sử dụng. Xét về chức năng, đồ nội thất không chỉ cung cấp không gian lưu trữ cho người sử dụng và là phương tiện gắn kết đời sống văn hóa, mà còn đóng vai trò là không gian chính. Là vật trang trí trong thiết kế nội thất, nó còn là phương tiện thỏa mãn nhu cầu tâm lý thể hiện sở thích,...

3.3. Nghiên cứu xu hướng tiêu dùng nhà hàng và thiết kế nội thất

3.3.1. Xu hướng tiêu dùng và thiết kế nội thất

Thiết kế nội thất rất đa dạng về bố cục và phương pháp thể hiện tùy theo bối cảnh lịch sử và xu hướng của thời đại. Điều này tạo nên một phong cách riêng với từng đặc điểm, và phong cách này mang những nét riêng thông qua sự thu thập và hài hòa của từng yếu tố. Phong cách là một hình thức thể hiện tạo nên không gian trong nhà, đề cập đến những xu hướng, bầu không khí đặc trưng của không gian đó, đồng thời có thể thể hiện nhiều phong cách không gian trong nhà khác nhau tùy theo lối sống và sở thích của mỗi cá nhân.

Ngoài ra, phong cách thiết kế nội thất được thể hiện bằng nhiều cách khác nhau bởi các thành phần bên trong, mỗi yếu tố biểu đạt đều có những đặc điểm vật lý riêng nhưng trong không gian nội thất, nó được nhìn nhận và thể hiện dưới dạng một hình

ảnh tổng thể dựa trên sự hài hòa tổng thể chứ không phải những đặc tính riêng lẻ.

William F. Bobcock cho rằng trong ngành dịch vụ thực phẩm và đồ uống, ngay cả khi bầu không khí được thay đổi (cải tạo) mà không thay đổi thực đơn hoặc dịch vụ, nhận thức của khách hàng về doanh nghiệp cũng thay đổi. Tuy nhiên, ngược lại, nếu không có sự thay đổi về không khí như thay đổi thực đơn, dịch vụ hay tu sửa lại tòa nhà, khách hàng sẽ không cảm nhận được sự khác biệt nào.

3.3.2. Xu hướng thay đổi ngành nhà hàng theo xu hướng tiêu dùng

Trình độ người tiêu dùng ngày càng tăng. Thông qua các phương tiện truyền thông và Internet, trình độ khách hàng ngày càng tăng lên đáng kể và tốc độ nâng cấp ngày càng tăng nhanh, không giống như trước đây. Nếu ngành nhà hàng không phản ứng nhanh thì nó sẽ không thể tồn tại trên thị trường.

Cửa hàng theo đặc điểm vị trí và đối tượng khách hàng thông qua việc cá nhân hóa

Khái niệm khách hàng toàn diện và mơ hồ về việc thu hút khách hàng từ mọi tầng lớp đến cửa hàng của mình không còn được sử dụng nữa. Động cơ mua hàng hoặc đi ăn ngoài của khách hàng được quyết định bởi mong muốn cá nhân của khách hàng chứ không phải bởi động cơ vật chất như thời gian và mức thu nhập. Chiến lược thu hút khách hàng của một nhà hàng bắt nguồn từ phương pháp cung cấp động lực này. Yếu tố cửa hàng có đủ khả năng thực hiện hoạt động mang đi hay không cũng cần được coi là một cách để tạo động lực cho khách hàng.

Cửa hàng kiểu quán cà phê hướng đến sự sang trọng

Số lượng cửa hàng kiểu quán cà phê ngày càng tăng vì cửa hàng kiểu quán cà phê đang là xu hướng thỏa mãn mong muốn được ăn uống trong không gian thoải mái, ấm cúng của khách hàng.

Để đáp ứng sự thay đổi xu hướng này, các công ty nhượng quyền như nhà hàng thức ăn nhanh, tiệm bánh và cửa hàng kem đang mở các cửa hàng kiểu quán cà phê mới và đổi mới các cửa

hàng hiện có với nội thất khác biệt phù hợp với đối tượng khách hàng của họ.

4. PHÂN TÍCH VÀ GIẢI THÍCH KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Mối quan hệ giữa xu hướng tiêu dùng nhà hàng và thiết kế nội thất

<H 1> Xu hướng tiêu dùng nhà hàng sẽ có tác động không nhỏ đến thiết kế nội thất.

Kết quả t-Test nhằm xác định mối tương quan giữa xu hướng tiêu dùng nhà hàng và các thành phần của thiết kế nội thất được trình bày trong Bảng 4.1 dưới đây được cho là chỉ có ý nghĩa ở mức ý nghĩa 0,05. Mặt khác, khái niệm đa dạng hóa có giá trị t là 0,2488 và xác suất có ý nghĩa rất thấp ở mức 0,0002, đó là giả thuyết không. Đa dạng hóa, một trong những xu hướng tiêu dùng, có tương quan với các thành phần thiết kế nội thất. Giả thuyết không “không có” bị bác bỏ. Điều này có nghĩa là việc đa dạng hóa xu hướng tiêu dùng có mối tương quan dương có ý nghĩa thống kê với các thành phần thiết kế nội thất.

Bảng 4.1: Tương quan với việc tiêu thụ ăn uống và các thành phần thiết kế nội thất

(N = 222)

Câu hỏi	Mức độ tự do	t-Value	Xác suất có ý nghĩa
Sự chính trang đô thị	221	0.1523	0.0239
Đa dạng hóa	221	0.2488	0.0002
Đơn giản hóa	220	0.1234	0.0684

<H 1-1> Xu hướng tiêu dùng nhà hàng cao cấp sẽ tác động không nhỏ đến thiết kế nội thất.

Phân tích hồi quy được thực hiện để xác định mối tương quan giữa xu hướng tiêu dùng nhà hàng sang trọng và thiết kế nội thất. Tổng các chỉ số về sự sang trọng được sử dụng làm biến phụ thuộc. Phương pháp lựa chọn biến là phương pháp hồi quy từng bước tiến và các nhân tố chính được sử dụng trong mô hình. Kết quả tính toán đa cộng tuyến giữa các biến nghiên cứu cho thấy VIF (hệ số lạm phát phương sai) lớn nhất là 1,11 và VIF đo được nhỏ hơn 10, chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến, thỏa mãn các giả định cơ bản của

phân tích hồi quy. Theo Bảng 4.2 dưới đây, mô hình dự đoán sự sang trọng có ý nghĩa thống kê ($F=8,15$, $P=0,0004$), cụ thể là mối tương quan giữa xu hướng nhà hàng và thiết kế nội thất trong mô hình ($t=2,80$, $p < 0,01$) có ý nghĩa thống kê và ảnh hưởng của thiết kế nội thất ($t=1,83$, $p < 0,10$) cũng có ý nghĩa thống kê. R^2 , đại diện cho khả năng giải thích của mô hình này, cho thấy khả năng giải thích là 7%.

Nói cách khác, điều này có nghĩa là những người tiêu dùng nhà hàng có xu hướng sang trọng nhận thấy mối tương quan giữa xu hướng nhà hàng và thiết kế nội thất và bị ảnh hưởng bởi thiết kế nội thất khi đến thăm nhà hàng.

Bảng 4.2: Mối liên hệ giữa xu hướng tiêu dùng nhà hàng cao cấp và thiết kế nội thất

Biến độc lập	Model	
	T-value	β
Mối tương quan giữa xu hướng ăn uống và thiết kế nội thất	2.80	1.1387
Chuyên thăm của bạn có ảnh hưởng đến thiết kế nội thất không?	1.83	0.7406
R ²	0.07	
ΔR^2	0.06	
F	8.15	

<H 1-2> Xu hướng tiêu dùng nhà hàng đa dạng sẽ tác động không nhỏ đến thiết kế nội thất.

Phân tích hồi quy được thực hiện để xác định mối tương quan giữa xu hướng tiêu dùng đa dạng của nhà hàng và thiết kế nội thất. Tổng các chỉ số đa dạng hóa được sử dụng làm biến phụ thuộc. Phương pháp lựa chọn biến là phương pháp hồi quy từng bước thuận và được sử dụng để phân tích. Khi tính toán đa cộng tuyến giữa các biến nghiên cứu chính, VIF (hệ số lạm phát phương sai) lớn nhất là 1,00 và VIF đo được nhỏ hơn 10, chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến thỏa mãn giả định cơ bản của phân tích hồi quy. Trong Bảng 4.3, mô hình dự đoán sự đa dạng hóa được cho là có ý nghĩa thống kê ($F=4,23$, $P=0,0409$), nhìn cụ thể, khái niệm thiết kế nội thất trong mô hình phù hợp với xu hướng nhà hàng ($t=2,06$), $p < 0,05$) được cho là có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, R^2 , đại

diện cho khả năng giải thích của mô hình này, cho thấy khả năng giải thích là 2%.

Nói cách khác, điều này có nghĩa là người tiêu dùng nhà hàng có xu hướng đa dạng hóa sẽ bị ảnh hưởng bởi liệu thiết kế và ý tưởng nội thất có phù hợp với xu hướng nhà hàng hay không.

Bảng 4.3: Mối quan hệ giữa xu hướng tiêu dùng đa dạng của nhà hàng và thiết kế nội thất

Biến độc lập	Model	
	T-value	β
Ý tưởng thiết kế nội thất có phù hợp với xu hướng nhà hàng không?	2.06	0.6482
R2	0.02	
$\Delta R2$	0.01	
F	4.23	

<H 1-3> Xu hướng tiêu dùng nhà hàng tiện lợi sẽ tác động không nhỏ đến thiết kế nội thất.

Phân tích hồi quy được thực hiện để xác định tác động đến sự thuận tiện, tổng các yếu tố thuận tiện được sử dụng làm biến phụ thuộc, phương pháp lựa chọn biến là phương pháp hồi quy từng bước tiến và sử dụng đa cộng tuyến giữa các biến nghiên cứu chính được sử dụng trong phân tích. Kết quả tính toán phương sai, VIF (hệ số lạm phát phương sai) lớn nhất là 1,37 và VIF đo được nhỏ hơn 10, cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến, thỏa mãn các giả định cơ bản của phân tích hồi quy. Theo Bảng 4.4, mô hình dự đoán sự thuận tiện được cho là có ý nghĩa thống kê ($F=10,24$, $P<0,0001$). Cụ thể, trong mô hình, xu hướng ăn ngoài và thiết kế nội thất ($t=2,56$, $p<0,05$) có ý nghĩa thống kê và thiết kế nội thất trong thời gian ghé thăm ($t=1,86$, $p<0,10$) cũng có ý nghĩa thống kê. R2, đại diện cho sức mạnh giải thích của mô hình này cho thấy sức mạnh giải thích là 9%.

Nói cách khác, người tiêu dùng theo định hướng nhà hàng tiện lợi nhận thấy rằng có mối tương quan giữa xu hướng ăn uống bên ngoài và thiết kế nội thất, nghĩa là họ bị ảnh hưởng bởi thiết kế nội thất khi ghé thăm nhà hàng.

Bảng 4.4: Mối quan hệ giữa xu hướng tiêu dùng ăn uống tiện lợi và thiết kế nội thất

Biến độc lập	Model	
	T-value	β
Xu hướng phục hồi và tương quan thiết kế nội thất	2.56	0.7613
Ảnh hưởng của thiết kế nội thất khi tham quan	1.86	0.5538
R2	0.09	
$\Delta R2$	0.08	
F	10.24	

4.2. Thiết kế nội thất nhà hàng thức ăn nhanh trước và sau khi đổi mới

Nhận biết sự khác biệt trong thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới

Bảng 4.5: Nhận thức về sự khác biệt trong thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới (tần suất/phần trăm, thiếu =1)

Không có gì	Không phải như thế	Đúng	Thay đổi một chút	Thực sự thay đổi
8(3.6)	27(12.3)	96(43.6)	55(25.0)	34(15.5)

Ở câu hỏi. “Liệu họ có cảm thấy sự khác biệt trong thiết kế nội thất nhà hàng thức ăn nhanh trước và sau khi đổi mới hay không?”, 40% khách hàng cảm thấy có sự khác biệt, trong khi 15% khách hàng không nhận thấy sự khác biệt.

Các yếu tố thiết kế nội thất có ảnh hưởng nhất trước và sau khi đổi mới.

Bảng 4.6: Yếu tố thiết kế nội thất có ảnh hưởng nhất trước khi đổi mới (tần suất/phần trăm, thiếu =1)

Vật liệu tốt	Cách trình bày	Ánh sáng	Màu sắc	Nội thất
42(18.9)	29(13.1)	47(21.2)	54(24.3)	50(22.5)

Trong số các yếu tố thiết kế nội thất của cửa hàng trước khi đổi mới, yếu tố thiết kế có ảnh hưởng nhiều nhất đến khách hàng là màu sắc với 24,3%, tiếp theo là nội thất và ánh sáng với tỷ lệ 22,5% và 21,2%. Mặt khác, cách trình bày được cho là yếu tố có ảnh hưởng tương đối ít ở mức 13,1%.

**Bảng 4.7: Những yếu tố thiết kế nội thất dễ nhận thấy nhất sau khi đổi mới
(tần suất/phần trăm, thiếu =1)**

Vật liệu tốt	Cách trình bày	Ánh sáng	Màu sắc	Nội thất	Dụng cụ
30(13.6)	28(12.7)	39(17.6)	50(22.6)	39(17.6)	35(15.8)

Trong số các yếu tố thiết kế nội thất của cửa hàng sau khi đổi mới, yếu tố đáng chú ý nhất là màu sắc chiếm 22,6%, tiếp theo là đồ nội thất và ánh sáng với tỷ lệ 17,6%. Mặt khác, cách trình bày, vật liệu tốt được đánh giá thấp ở mức 12,7% và 13,6%.

4.3. Sự hài lòng của khách hàng trước và sau khi thiết kế, cải tạo nội thất 94

<H 2> Các thành phần trong thiết kế nội thất sẽ có tác động đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng trước và sau khi đổi mới nhà hàng.

Một bài kiểm tra t đã được tiến hành để xác định mức độ hài lòng với thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới. Kết quả được thể hiện trong Bảng 4.8.

Bảng 4.8: Sự khác biệt về mức độ hài lòng với thiết kế nội thất trước và sau khi cải tạo

Câu hỏi	Bậc tự do	t-Value	Xác suất có ý nghĩa
Sự hài lòng	195	14.39	<.0001

Theo kết quả so sánh tương ứng về mức độ hài lòng với thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới, giá trị t là 14,39, đây là một sự khác biệt có ý nghĩa thống kê, cho thấy sự hài lòng của khách hàng với thiết kế nội thất của không gian tổng thể sau khi đổi mới cao hơn so với trước khi đổi mới .

5. KẾT LUẬN

Mục đích của nghiên cứu này là điều tra những thay đổi trong thiết kế nội thất không gian ăn uống theo xu hướng tiêu dùng nhà hàng, xu hướng tiêu dùng ảnh hưởng như thế nào đến thiết kế nội thất và sự hài lòng của khách hàng đối với thiết kế nội thất trước và sau khi đổi mới nhà hàng. Để đạt được mục đích của nghiên cứu, thiết kế nội thất của một nhà hàng thức ăn nhanh gần đây đã cải tạo một cửa hàng hiện có đã được nghiên cứu và so sánh với trước khi đổi mới. Ngoài ra, một cuộc khảo sát đã được thực hiện nhằm vào

những người tiêu dùng đã có kinh nghiệm sử dụng không gian trong nhà của một nhà hàng thức ăn nhanh cả trước và sau khi đổi mới.

Ngoài ra, các yếu tố thiết kế nội thất ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng của hai thương hiệu McDonald's và Lotteria sau khi đổi mới xuất hiện theo thứ tự màu sắc, ánh sáng, vật liệu hoàn thiện, nội thất và cách bố trí của McDonald's và màu sắc, đồ nội thất, vật liệu chiếu sáng, bố trí và hoàn thiện cho Lotteria. Về mức độ hài lòng của khách hàng đối với các thành phần thiết kế nội thất, khách hàng của Lotteria có mức độ hài lòng cao về màu sắc, ánh sáng và nội thất, trong khi mức độ hài lòng về cách bố trí nhìn chung là thấp. Mặt khác, McDonald's lại cho thấy khách hàng hài lòng về chất liệu, màu sắc, ánh sáng, nội thất và đồ nội thất. Người ta nhận thấy rằng cả năm thành phần của không gian đều có vẻ tương đối đơn giản.

Thiết kế nội thất của các cửa hàng thức ăn nhanh hiện tại chỉ tập trung vào việc tăng doanh thu mà chưa chú trọng đến việc đảm bảo các bàn được luân chuyển nhịp nhàng để khách hàng có thể ăn và ra về nhanh chóng. Tuy nhiên, các nhà hàng thức ăn nhanh còn mang đến sự tiện lợi là ăn nhanh và ra về nhanh, tôi tin rằng cần thay đổi từ nơi khách hàng có thể tận hưởng bầu không khí thoải mái và ấm cúng sang nơi khách hàng có thể tận hưởng không khí và vui chơi, thay vì chỉ đơn giản là mua sản phẩm theo nhu cầu của họ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) Hong Hyun-ki (2005), "Nghiên cứu thiết kế bao bì theo sự thay đổi của xu hướng sản phẩm kỹ thuật số", Luận văn thạc sĩ Trường Cao học Mỹ thuật Công nghiệp, Đại học Hongik, tr. 21–22.
- 2) Jeon So-hyeon (2004), "Nghiên cứu xây dựng thực đơn sử dụng nguyên liệu làm thuốc", Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Kyonggi, tr. 10–11.
- 3) Yeonsu Lee, "Hãy chú ý đến sự chuyển đổi của không gian mua sắm", *Kinh tế hàng tuần*, Số 853.
- 4) "Niên giám phân phối thực phẩm, 2008", Tạp chí *Thực phẩm*, tr. 356 – 357.

- 5) Kim Dae-nyeon, Choi Shin-shin (2002), “Tìm hiểu về thiết kế nội thất”, Gyomunsa, tr. 12.
- 6) Mary Jean Alexander, Yoo Young-bae (dịch) (1986), “Thiết kế môi trường nội thất”, *Design House*, tr. 15–16.
- 7) Haem Jeong-do và Lee Gwang-no (1992), “Nghiên cứu điển giải các kỹ thuật thiết kế nội thất”, Bài viết của Viện Kiến trúc Hàn Quốc, tháng 9 năm 1992.
- 8) Lee Seon-min (1997), Nghiên cứu quy trình thiết kế nội thất như một hệ thống tư duy sáng tạo, “Hiệp hội Thiết kế Nội thất Hàn Quốc”, số 13, tr.60.

SOLUTIONS TO ENHANCE THE QUALITY OF HOSPITALITY MANAGEMENT TRAINING TO MEET INTERNATIONAL STANDARDS

MBA Lê Thùy Dung, MBA. Nguyễn Quỳnh Nga¹

Abstract: The article focuses on evaluating the Hospitality Management undergraduate training program, highlighting the disparities between the Hospitality Management program and the current needs of businesses and the tourism market. Through an analysis of the training program at East Asia University of Technology and some of Hospitality Management Universities, the authors propose solutions and suggest developing an International Hospitality Management Training Program that simultaneously meets business demands and enhances the quality of tourism students in Hospitality Management Universities, aiming towards an internationally standardized workforce.

Keywords: quality, tourism, training, hotel, internationally standardized workforce.

1. INTRODUCTION

The tourism industry in Vietnam has experienced significant growth, with total revenue reaching 495 trillion VND in 2022, representing a growth rate of 175%. By 2023, this figure had risen to 678.30 trillion VND, with a growth rate of 37% (Source: Vietnam National Administration of Tourism). The strong return of international tourists, with 3 million arrivals in the first two months of 2024, marking a 68.7% increase compared to the same period last year, is clear evidence of Vietnam's tourism potential and attractiveness.

However, the Vietnamese tourism industry is facing a severe shortage of skilled labor, especially those with high qualifications and specialization. Each year, the tourism industry requires around 40,000 laborers, while the actual labor supply only meets about 20,000 laborers,

¹ Faculty of Tourism, East Asia University of Technology.

primarily comprising unskilled laborers. Currently, there are 192 specialized tourism training institutions nationwide (62 universities, 55 colleges, 75 vocational schools) (Source: National Workshop on Improving the Quality of Tourism Workforce in 2019), producing approximately 15,000 graduates annually, of which only 15% are proficient in foreign languages. With the significant growth rate of tourism and Vietnam being chosen as a preferred destination by international tourists, the demand for high-level human resources, especially those trained in specialized fields and foreign languages according to international standards, poses a challenge to tourism training institution.

The article focuses on evaluating the Hospitality Management program at various Universities nationwide through the survey conducted by the authors. The article proposes solutions to enhance the quality of human resource training to meet international standards and simultaneously meet the growing and increasingly professional demands of the tourism market.

2. EVALUATION OF THE CURRENT STATE OF HOSPITALITY MANAGEMENT IN UNIVERSITIES

2.1. Evaluation of Hospitality Management Program

The Ministry of Education and Training (MOET) issued Circular No. 4929/BGDĐT-GD&DH dated October 20, 2017, guiding the specific mechanism for higher education workforce training during the 2017-2020 period, aiming to better meet the requirements of the labor market and international integration. It emphasizes the close coordination between universities and enterprises in training. MOET also issued Circular 17/2021/TT-BGDĐT on June 22, 2021, which regulates the standards for training programs, as well as the development, appraisal, and issuance of training programs at different levels of higher education. Article 2 of this circular mentions various types of training programs, including: Research-oriented training programs; Application-oriented training programs; Profession-oriented training programs; Specialized and specialized training programs at level 7.

Despite improvements in the training program, many hospitality management education institutions are facing challenges in implementing the training curriculum. Specifically, these challenges include:

- Regarding training objectives, although Circular 17/2021/TT-BGDĐT clearly outlines the types of training programs, there is a lack of specific regulations regarding the training program framework. As a result, education institutions have developed clear descriptions of the training direction but have implemented different designs for competency standards and training program frameworks, lacking consistency with other institutions. For example, the ratio of practical credits, internships, language proficiency standards, etc., varies. This lack of uniformity in training programs leads to disparities in the quality of student education, making it difficult for them to compete with students from institutions with better language proficiency. Furthermore, many graduates from hospitality management programs struggle to secure good positions compared to graduates with stronger language skills.

- The learning outcomes of the training program are determined to include content on knowledge, skills, autonomy, and responsibility based on the national qualification framework and described using Bloom's Taxonomy of Learning Domains with six levels: remembering, understanding, applying, analyzing, evaluating, and creating. The ability for entrepreneurial initiative and post-graduate learning ability of the learners are also reflected in the learning outcomes. However, there are some drawbacks in measuring the learning outcomes: The number of learning outcomes is extensive. Complexity arises from measuring using different component scores among different courses that collectively form one learning outcome. Another issue learners face is achieving the language proficiency learning outcome. Currently, many students have outstanding academic debts in meeting the language proficiency learning outcomes, especially those from remote areas

or schools admitted through special admission quotas. Apart from the outstanding academic debts in language proficiency learning outcomes, in reality, many graduates are unable to communicate basic specialized English, which is a significant concern.

- Training programme framework: With a training duration of 4 years, the Hospitality Management program is designed similarly to most Universities. In 2023, the Faculty of Tourism of East Asia University of Technology implemented a new curriculum and made significant adjustments and improvements. These included reducing theoretical knowledge, increasing practical components, internships, and foreign language credits (primarily English), adjusting detailed course outlines, etc., essentially meeting competency standards. Depending on capabilities and conditions, the University flexibly applied the development of content and training programs. Within the training program, elective knowledge blocks typically account for 15-25% of the total study credits. General education knowledge blocks account for approximately 30%, while fundamental knowledge blocks in the field occupy about 25%. The professional and specialized knowledge blocks, including final graduation requirements, account for 55%. Practical components and internships comprise a considerable portion of the training program under the specific mechanism, career-oriented training program (40-50% of the total training time). However, it can be observed that the tourism training programs among universities have not yet been standardized. Some institutions have not had the opportunity to innovate or update their curriculum. While reference materials are quite rich, there is a lack of a core curriculum system.

2.2. Evaluation of Training Quality through Student Surveys

The authors conducted a survey of 319 tourism Hospitality Management students from various Universities to assess training quality. The survey findings include:

2.2.1. *Insufficient Emphasis on Hospitality Management*

Regarding hotel management practice and training, only 35% of third and fourth-year students expressed confidence in their professional skills when working in a 5-star hotel

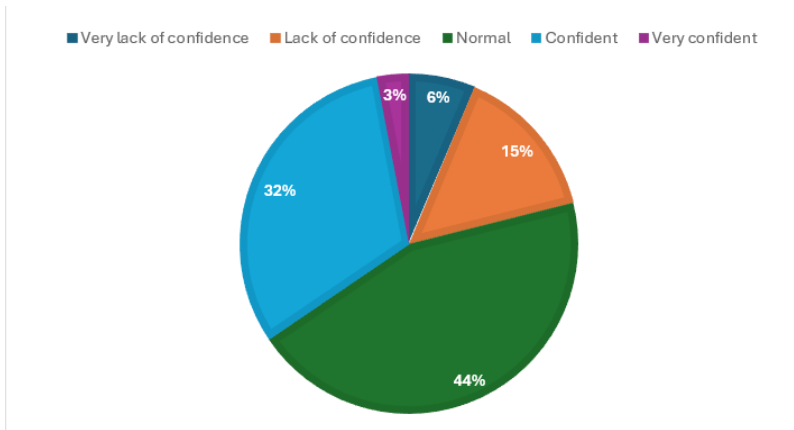


Chart 1: Student's confidence level in hotel management skills (Source: authors)

The first reason that must be mentioned is the insufficient allocation of credits for vocational courses, typically only comprising 2 to 3 credits. Another reason contributing to the difficulty in providing vocational skills training for students is the lack of practical facilities at the university. Currently, some Universities have established their own practical training facilities, such as the Tourism Department at East Asia University of Technology, which launched a hotel practice center in early 2024 to address this issue. Additionally, the investment in each vocational training aspect varies among educational institutions.

2.2.2. *The Issue of Foreign Language (English) training in some Tourism Departments is not adequately emphasized, especially in industry-specific communication skills*

The general requirement for students in the tourism department is proficiency in English communication. The goal of universities is to prepare graduates for opportunities to work in 4 or 5-star hotels, making English a crucial factor. However, according to the survey

conducted by the authors, only about 11.1% of students expressed confidence in their English proficiency for working in 4 to 5 stars hotel.

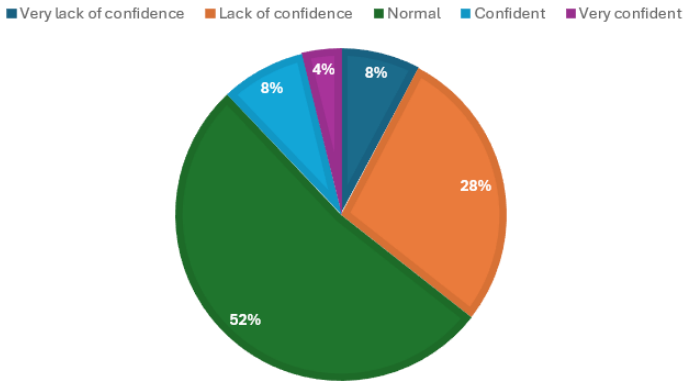


Chart 2: Students' confidence level in working with English (Source: Authors)

The difficulty in determining the extent of specialized knowledge, English teachers need to be able to teach English for specific purposes. However, in reality, the proportion of teachers with adequate expertise in both the subject matter and English proficiency is quite low. Additionally, the credit hours allocated to specialized English courses are still insufficient, despite efforts by institutions to increase them, such as East Asia University of Technology. As a result, students do not have enough time to practice all four language skills: listening, speaking, reading, and writing.

Another reason is that some Universities have not set standard English proficiency requirements for students, with most only requiring students to complete enough English credits over the course of 4 years to graduate. In reality, many students receive very low scores in foreign language communication but still meet the requirements to complete the course as prescribed.

Furthermore, one cannot overlook the fact that the English entry scores of many Universities are quite low. Most Universities do not set standardized English entry scores for Hospitality Management students, resulting in very poor language proficiency.

Top of Form

2.2.3. Students Lack Regular Career Guidance

A survey conducted among 319 third and fourth-year students majoring in Hospitality Management from several Universities revealed that many students responded that they did not know what to do after graduation, indicating a significant issue related to career orientation for students that has not been adequately addressed and standardized. In fact, only 29.3% of surveyed students knew exactly what job they would pursue after graduating in hotel management or had clear career goals while studying in school.

2.3. Evaluation of Intern Quality through Enterprise Assessment

Interns at 5-star hotels are usually third and fourth-year students, meaning they are generally eligible for internships, and even employment, at high-end hotels. Therefore, assessments from 4 and 5-star hotels will provide us with a fairly accurate perspective on the quality of students preparing for graduation. Through surveys of opinions from several 4 and 5-star hotels in Hanoi, such as InterContinental Hanoi Landmark72, InterContinental Westlake, Novotel Suites Hanoi & Novotel Hanoi Thai Ha, Pullman Hanoi, senior human resource managers at these hotels have provided fairly similar evaluations of the overall quality of hotel management students. The assessments are based on attitude, professional skills, and English communication abilities.

2.3.1. Evaluation of Attitude and Behavior

Regarding student attitudes, overall, after the survey, hotels generally assessed students as polite and respectful when working at the hotel. However, a significant proportion lacked focus on their work and had poor adherence to hotel rules and regulations. They were not proactive in their work, and low adaptability with work pressure. Students were not clear about their roles and lack of job direction. Therefore, guiding students in their careers is crucial, it should start from the early years of schooling and continuously do

orientation throughout the learning process. This career orientation should be closely aligned with the current business needs.

2.3.2. Evaluation of Skills

For entry-level positions in hotels, professional skills are not the top priority. However, students majoring in hotel management still need to be trained in specialized skills for service positions such as housekeeping, restaurant, and front desk during their studies. This will help students gain experience and adapt better to practical work. However, many hospitality management students have limited vocational skills, partly due to their own awareness and partly due to training issues, including insufficient practical training and experience. Students often feel lack of confidence when working in a working environment.

2.3.3. Evaluation of English communication skills

80% of guests staying at big hotels in Hanoi are foreigners, so English communication is extremely important when recruiting hotel staffs. All 4 out of 4 hotels interviewed stated that English proficiency is a necessary and sufficient condition for employment at the hotel. However, 80% of students lack confidence in communicating in English during their internships. Therefore, the majority of them can only intern in departments with little contact with foreign guests, such as housekeeping or banquet service, and very few have the opportunity to be hired as hotel employees after their internship.

3. PROPOSED SOLUTIONS

3.1. Proposal on training program, focusing on Foreign Language training at universities.

First and foremost, Universities need to propose to the Ministry of Education and Training to have unified guidelines regarding the type of training programs: research-oriented, application-oriented, or vocational-oriented, to facilitate the effective implementation of training mechanisms tailored to the tourism

industry or career-oriented training programs. From there, Universities can develop or improve training programs more conveniently and efficiently.

Universities should consider transitioning from a general Hospitality Management training model to an International Hospitality Management (IHM) training model. The East Asia University of Technology is piloting the IHM program in the 2024-2025 academic year with several new features, including adjustments to the curriculum framework for the 14th Batch of Hospitality Management program to nearly double the number of English language credits. The Tourism department will adjust the content, increase the proportion of English language in the detailed syllabi of the taught courses, and customize the detailed syllabi, so that upon graduation, students will have basic English proficiency with listening, speaking, reading, writing skills equivalent to level 3 of the 6-level Foreign Language Proficiency Framework used in Vietnam (IELTS 4.5; TOEFL 450 ITP; TOEIC 450; CEFR B1), especially in communication. In addition to English language courses specialized in Hospitality Management, there will be about 5-10 other specialized courses taught in English, with a minimum ratio of 50%.

3.2. Proposal on Practical Training and Internships

- Diversifying forms of collaboration between educational institutions and businesses such as collaborative teaching methods, information sharing between educational institutions and businesses, collaboration in training, collaboration in building qualified lecturer teams for educational institutions, and providing advanced training for professional development, career advancement.

- Universities need to be more flexible in scheduling teaching timetables, coordinating with businesses, and planning long-term training partnerships. Additionally, universities should actively plan and allocate time for students to visit hotels more frequently to help students gradually approach the professional environment.

- To enable students to adapt quickly to the business environment and have better job prospects after internships, extracurricular programs, internships, and practical training programs need to be adjusted to be more suitable. Firstly, students should participate in annual extracurricular programs. These programs can involve 2-3 day-trips to tourist destinations or visits to hotels. Through extracurricular programs, students can develop various social skills and teamwork skills, gain more knowledge about tourism, and gain experience at hotels.

- Additionally, internship programs need to be arranged earlier and have longer durations. Internship programs should start from the second and third years, with each program lasting a minimum of 2 months. After two internship periods, students will have gained considerable experience and work experience. The fourth year should focus on thesis writing and starting to look for job.

- To ensure students have good internship opportunities and secure good jobs after graduation, it is crucial to promote cooperation programs with businesses. Collaboration programs between hotels and universities should focus on internship opportunities and paid internships. The university commits to the student outcomes and provides a potential workforce for businesses. Businesses commit to hiring qualified students immediately after graduation. Advanced collaboration programs should also involve businesses in advising, evaluating, and providing practical training for university students. Collaboration with businesses on scholarship programs and future talent development programs is also essential. The universities should strengthen activities and cooperation agreements with international 4 or 5-star hotels in Hanoi and nationwide.

3.3. Proposal on Collaboration with Domestic and International Universities.

To address immediate challenges, educational institutions need to consider or collaborate on materials and teaching methods to attract high school graduates directly to university programs and

create opportunities for college and vocational school students to transition to university education, opening up opportunities for career advancement for students in the future. In the long run, the authors propose additional plans to collaborate with universities worldwide in Hospitality Management through student exchange programs. Participating in student exchange programs not only provides exciting experiences and personal development but also offers future job opportunities. Students can improve their English proficiency and save costs compared to self-funded study abroad. For example, Duy Tan University has partnered with the School of Hotel and Tourism Management at The Hong Kong Polytechnic University on November 11, 2022, to implement the 2+2 undergraduate program (for Tourism Management, Event Management, Hotel Management, and Restaurant Management) and the 4+1 master's program (graduates from Duy Tan University will pursue a 1-year master's degree program at PolyU in International Hotel Management, International Tourism & Events Management, and Wine Management).

4. CONCLUSION

In conclusion, the article has given some opinions evaluating the current situation of tourism human resource training at the University in Vietnam, with the desire to contribute to improving the effectiveness of high-quality human resource training for the tourism industry. With the support by state management agencies, the participation of businesses, various relevant sectors in training specialized fields in the tourism industry, and especially with the determination, direction, and resolute solutions from Universities, it will undoubtedly contribute to enhancing the quality of training, enhancing the role and position of Universities in training activities to meet current social needs, and creating high-quality tourism human resources capable of international integration.

REFERENCES

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn 4929 /BGDDĐT-GDĐH Áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch*.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư 17/2021/TT-BGDĐT* ngày 22 tháng 6 năm 2021 Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.
3. Trường ĐH Công Nghệ Đông Á, Trường ĐH Thương mại, Trường ĐH Kinh tế quốc dân, Viện Đại học Mở Hà Nội, Trường ĐH Hà Nội, Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn, (2018 - 2023), *Chương trình đào tạo các chuyên ngành*.
4. *Trần Thị Thu Hà (2018)*, Định hướng đào tạo kỹ năng nghề nghiệp trong bối cảnh công nghiệp 4.0, Nghiên cứu và trao đổi, website: <https://www.htc.edu.vn/rss/index.php?pageid=12668&topicid=139&pagenum=6>.
5. *Phạm Thị Thùy Linh (2020)*, Du lịch thông minh - Xu hướng phát triển tất yếu của ngành Du lịch Việt Nam, Tạp chí Công Thương, số 7 tháng 4 năm 2020.
6. *Chính phủ (2020)*, Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020, Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.

NHÀ XUẤT BẢN

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

16 Hàng Chuối – Hai Bà Trưng Hà Nội

Giám đốc: (024) 39715011

Tổng biên tập: (024) 39714736

Kinh doanh: (024) 39719437

Biên tập: (024) 39714896

Fax: (024) 39724736

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc: TS. TRẦN QUỐC BÌNH

Chịu trách nhiệm nội dung:

Tổng biên tập: TS. NGUYỄN THỊ HỒNG ANH

Biên tập xuất bản: LÊ THỊ HỒNG THƠM

Biên tập chuyên môn: CHU THỊ THÚY ANH

Chế bản: NGUYỄN NGỌC HÀ

Trình bài bìa: NGUYỄN NGỌC ANH

Đối tác liên kết: Liên chi hội đào tạo Du lịch Việt Nam

**HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ: ĐÀO TẠO VÀ SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH
CHUẨN QUỐC TẾ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY
TRAINING AND USING INTERNATIONAL STANDARD TOURISM HUMAN
RESOURCES IN THE CURRENT PERIOD**

Mã số: 2L-65ĐH2024

In 100 bản, khổ 16x24cm tại Công ty Cổ phần in và Thương mại Ngọc Hưng
Địa chỉ: Số 296 đường Phúc Diễn, tổ DP số 1, P. Xuân Phương, Q. Nam Từ Liêm, Hà Nội.

Số xác nhận ĐKXB: 1150-2024/CXBIPH/46-108/ĐHQGHN, ngày 09/04/2024

Quyết định xuất bản số: 346 LK-XH/QĐ - NXB ĐHQGHN, ngày 10/04/2024

In xong và nộp lưu chiểu năm 2024.