



TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TOULON
(CỘNG HÒA PHÁP)

TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH
ITDR



TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0



NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC



TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TOULON
(CỘNG HÒA PHÁP)



TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0



NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

CHỦ ĐỀ 1:
QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ PHÁT TRIỂN
NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO NGÀNH DU LỊCH: ĐÀO TẠO PHẢI ĐÁP ỨNG VÀ ĐÓN ĐẦU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

PGS, TS. Nguyễn Hoàng
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Bài báo tập trung nghiên cứu thực trạng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua hoạt động đào tạo nhằm đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường. Tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu khoa học chính là phân tích tổng hợp từ các công trình nghiên cứu trước đó, các kinh nghiệm thế giới; và phỏng vấn các chuyên gia du lịch cũng như các nhà nghiên cứu về du lịch. Trên cơ sở đó, bài báo chỉ ra thực trạng đáp ứng nhu cầu thị trường của đào tạo ngành du lịch tại Việt Nam hiện nay, cũng như một số hoạt động của các trường đào tạo nhân lực du lịch để đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường. Từ đó, tác giả đề xuất 03 nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Nguồn nhân lực, du lịch, đào tạo, nguồn nhân lực chất lượng cao, nhu cầu thị trường, Việt Nam.

1. MỞ ĐẦU

Du lịch là một ngành kinh tế quan trọng, có đóng góp đáng kể vào việc thúc đẩy và phát triển kinh tế của các quốc gia trên thế giới. Được mô tả là ngành “công nghiệp không khói” lớn nhất thế giới (Goeldner và Richie, 2003), những năm qua, ngành du lịch vẫn tiếp tục giữ đà tăng trưởng bền vững, khẳng định vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội, tạo việc làm, thúc đẩy thương mại và đầu tư, phát triển cơ sở hạ tầng. Theo số liệu báo cáo của các điểm đến trên toàn cầu, Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), ước tính lượng khách du lịch quốc tế (inbound) năm 2018 đạt 1,403 tỷ lượt, tăng khoảng 75 triệu lượt so với năm 2017 (tăng trưởng 5,6%). Hội nghị cấp cao của OECD năm 2017 về các chính sách phát triển du lịch bền vững và tăng trưởng lợi ích đã nhận định, du lịch có vai trò như một đầu tàu phát triển kinh tế bền vững của các thành viên OECD và các quốc gia khác khi dựa trên các chính sách lành mạnh cũng như quản lý hiệu quả.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang bước vào giai đoạn khởi phát mạnh mẽ và tác động trực tiếp đến mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho các quốc gia. Tuy nhiên, ngành du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0 cũng cần được phát triển một cách thông minh với sự hỗ trợ của công nghệ số. Một trong những khâu quan trọng giúp ngành du lịch phát triển là đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao (Phan Thị Ngân, 2018). Đáp ứng yêu cầu đòi hỏi của ngành kinh tế dịch vụ theo các qui luật của kinh tế thị trường 4.0 phụ thuộc rất lớn vào yếu tố con người. Lợi nhuận cũng như tốc độ phát triển chóng mặt của ngành du lịch trong bối cảnh mới đã đặt yêu cầu xã hội phải cung cấp nguồn nhân lực ổn định, bao gồm việc đào tạo và thiết lập các cơ sở giáo dục cho ngành du lịch. Những thay đổi và phát triển của cuộc cách mạng 4.0 đòi hỏi những người lao động phải thuần thục nhiều kỹ năng mới để có thể thích nghi với bối cảnh mới của ngành thương mại du lịch quốc tế.

Đào tạo chất lượng cao đòi hỏi lao động phải nắm bắt công nghệ thông tin và truyền thông hiện đại, cũng như các cơ hội mà nó mang lại (European Commission, 2016). Đào tạo nhân lực du lịch cũng cần tập trung vào việc giáo dục kỹ năng đặc thù của ngành du lịch. Tuy nhiên, đã có rất nhiều cuộc thảo luận về các chương trình giáo dục cho ngành du lịch tại các trường đại học. Cũng chính vì vậy, du lịch bền vững đã trở thành một chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu trên toàn cầu quan tâm.

Trước những nhu cầu cấp thiết trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch, tác giả đã lựa chọn thực hiện chủ đề: “**Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch: đào tạo phải đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường**”. Trong đó, tác giả đã đi sâu phân tích, làm rõ thực trạng, thách thức của ngành du lịch Việt Nam trong thời đại 4.0; thực trạng đáp ứng nhu cầu thị trường của đào tạo ngành du lịch tại hiện nay; từ đó đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

- Lịch sử và thực trạng đào tạo ngành du lịch hiện nay

Nhiều năm sau khi thế chiến thứ 2 kết thúc, các quốc gia dần đi vào ổn định, kinh tế hồi phục và bước vào giai đoạn phát triển. Ở một số quốc gia châu Âu, như các nước Baltic, hay tại Mỹ, chất lượng cuộc sống ngày càng nâng cao đã kéo theo sự phát triển của ngành du lịch. Ngày nay, du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống văn hóa, xã hội ở các nước, và là một trong những ngành kinh tế quan trọng của nhiều nước công nghiệp phát triển. Những nghiên cứu ban đầu về ảnh hưởng của nền kinh tế đến sự phát triển của du lịch xuất hiện từ những năm 1970. Khi các nhà quản lý nhận thấy sự cấp thiết phải gắn du lịch với sự phát triển bền vững, đi đôi với việc cần phải phát triển đào tạo nguồn nhân lực thì từ những năm 1990, các nhà nghiên cứu dần tập trung vào nhiều vấn đề của ngành du lịch hơn như: văn hóa, thị hiếu, viễn cảnh ngành du lịch (Wang, 2000; Kinnaird và Hall, 1994), và sau này là đào tạo du lịch (Churchward và Riley, 2002).

Theo dòng lịch sử, Châu Âu được ví như đầu tàu kinh tế thế giới sau thế chiến thứ 2, là nơi khởi phát các trường đào tạo về kỹ thuật, nghiệp vụ và nhân lực cho ngành du lịch. Những ngôi trường này tập trung vào việc giáo dục những kỹ năng cốt yếu như: sự thân thiện, thái độ phục vụ, nghiệp vụ quản lý khách sạn, hay những kỹ năng thương mại thiết yếu (Morgan, 2004). Lợi nhuận và yêu cầu từ cộng đồng cũng như các ngành công nghiệp thúc đẩy các nhà nghiên cứu tập trung vào ngành du lịch, từ đó phát triển mở rộng các khoa, chuyên ngành đào tạo du lịch tại các trường nghề bên cạnh các trường kỹ thuật. Trong khi một số chương trình đáp ứng được nhu cầu đào tạo và giáo dục thực tế, vẫn còn nhiều tranh cãi về chất lượng đào tạo của một số trường. Những cuộc tranh cãi liên tục nổ ra về giáo trình đào tạo tại các trường đại học, nên tập trung cân bằng giữa dạy nghề (vocational) hay lý thuyết (academic). Các khóa đào tạo nâng cao thường được gọi là dạy nghề (vocational) (Busby, 2001), trong khi giảng viên tập trung hướng dẫn các kiến thức và kỹ năng quản lý nhân sự cho học viên. Điều này vô hình chung đã tạo ra một hạn chế nhất định cho giá trị và ý nghĩa của đào tạo trong ngành du lịch.

Trong thực tế, tỷ lệ làm việc tương đối cao của các sinh viên ngành du lịch được cho là xuất phát từ những kỹ năng thuần thực, hữu ích, kinh nghiệm thực tiễn - là những thành quả của quá trình đào tạo (Busby, 2001). Kết quả của mô hình giáo dục tại trường Đại học Plymouth - Vương Quốc Anh, cho thấy: các học viên du lịch tại Anh có ảnh hưởng ngược lại đến nội dung bài giảng. Các mô hình giáo dục suy cho cùng được thiết kế để phù hợp với xu hướng nghề nghiệp thực tế cũng như kỹ năng trí tuệ. Dale và Robinson (2001) từng đề xuất 3 cấp độ nên phân chia trong các giáo trình du lịch: cấp độ chung (generic degrees) tập trung vào những hiểu biết về du lịch và kỹ năng liên ngành; cấp độ chức năng (functional degrees) tập trung vào các địa hạt đặc biệt của du lịch như marketing, hệ thống thông tin, hay kế hoạch; và cấp độ nền tảng thị trường (market/product based degrees) tập trung vào sự phát triển của sản phẩm chuyên biệt hay thị trường yêu cầu chuyên môn hóa trong khu vực. Cả ba chương trình này tỏ ra khá thành công trong việc cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng khuyến khích họ làm việc hiệu quả trong ngành du lịch.

- Xu hướng phát triển ngành du lịch

Vai trò của du lịch trong ngành dịch vụ ngày càng rõ nét trong các hoạt động kinh tế toàn cầu, tạo việc làm, tăng thặng dư xuất khẩu và doanh thu nội địa. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tiếp tục mang lại những thay đổi sâu sắc đối với ngành du lịch, dự kiến ngày càng rõ nét và tích cực trong những năm tới. Các chuyên gia dự đoán rằng, các đơn vị du lịch cần chú tâm vào sự thay đổi công nghệ truyền thông và những xu hướng hội nhập mới trong ngành du lịch. Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, thị trường du lịch đang chứng kiến sự bùng nổ, lên ngôi của xu hướng kinh doanh trực tuyến. Dữ liệu lớn (big data), hệ thống đám mây... đã làm thay đổi ngành du lịch một cách chóng mặt. Với sự bùng nổ của công nghệ, du khách có thể nắm bắt điểm đến, đặt phòng, ăn uống chỉ bằng một cú click. Khi người tiêu dùng ngày càng được tiếp cận nhiều hơn với xu hướng tìm kiếm trực tuyến thì ngành du lịch càng không thể đứng ngoài cuộc cách mạng 4.0.

Theo nhận định của các chuyên gia, công nghệ sẽ thay đổi xu hướng nghỉ dưỡng của du khách, trước hết là ở phương thức quảng bá xúc tiến du lịch, tiếp đó là phương thức đi du lịch, trải nghiệm tại điểm đến của du khách và lĩnh vực khách sạn, địa điểm nghỉ dưỡng. Thậm chí, robot thông minh còn có thể đảm nhận nhiệm vụ thay cho các nhân viên lễ tân với các công việc đón

khách, bung bê đồ ăn, hỗ trợ thanh toán tự động... Ngành du lịch của hiện tại và tương lai sẽ hướng đến cung cấp dịch vụ bền vững, ổn định, hòa bình, văn hóa trong suốt cuộc cách mạng công nghệ lần thứ 4 này. Đó cũng chính là lý do, nhiều xu hướng mới trong ngành du lịch sẽ xuất hiện.

Thực tế, sự phát triển của ngành dịch vụ được hình thành chủ yếu bởi các xu hướng xã hội cũng như sự thay đổi trong thói quen nghỉ dưỡng, gia tăng tính cá nhân hóa, hay nhu cầu chăm sóc sức khỏe ngày càng tăng. Những xu hướng này và ảnh hưởng của chúng đến ngành du lịch phản ánh các sản phẩm và dịch vụ du lịch, nghỉ dưỡng khác nhau cũng như sự thay đổi cơ cấu nghề nghiệp của nhân lực ngành du lịch (Abicht và Freikamp, 2005). Cụ thể, gồm: du lịch bền vững (là việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách và vùng du lịch mà vẫn bảo đảm những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ tương lai); du lịch tiếp cận cho những người khuyết tật; du lịch nông thôn và di sản văn hóa; du lịch hòa bình; du lịch thể thao; du lịch sức khỏe; và du lịch công nghệ (Jonckers, 2005).

Sự phát triển khoa học công nghệ những năm gần đây liên tục mang lại những thay đổi sâu sắc trong ngành du lịch. Có rất nhiều quan điểm được đưa ra nhận định về xu hướng của ngành du lịch trong tương lai. Ngành du lịch đã dần đổ bộ vào giờ làm việc, tạo ra quy trình liên tục giữa công việc và giải trí. Mối quan hệ này là điển hình của xã hội thời hậu công nghiệp. Sự phát triển như vũ bão của các doanh nghiệp khoa học đã tạo tiền đề cho công nghệ làm thay đổi diện mạo toàn xã hội trong nửa cuối thế kỷ 20. Bước phát triển cách mạng công nghiệp 4.0 với các yếu tố và đặc điểm của nó như dữ liệu lớn big data, internet vạn vật, an ninh mạng, điện toán đám mây, robot, tự động hóa... đã tạo ra cơ hội và thách thức cho các ngành công nghiệp về lâu dài. Với ngành du lịch, chu trình sản xuất mới dựa trên sự phát triển của công nghệ và quy luật tự nhiên của ngành du lịch đã ảnh hưởng đến mô thức của ngành du lịch.

Cuộc cách mạng 4.0 với sức mạnh của máy móc tham gia vào lực lao động làm thay đổi chu trình sản xuất một cách tự động (Bulut và Akçacı, 2017). Quá trình số hóa các sản phẩm đã tạo điều kiện để các nhà cung cấp dịch vụ du lịch dễ dàng hiểu và đáp ứng nhu cầu cá nhân của khách hàng tốt hơn, giúp chuyển đổi từ mô hình kinh doanh du lịch truyền thống sang mô hình kinh doanh hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ số. Các vấn đề như tiền lương, chi phí lao động, thức ăn, chi phí sức khỏe, giao thông... sẽ đơn giản hóa hơn trong các nhà máy thông minh hay tòa nhà văn phòng nhờ ứng dụng công nghệ. Các chi phí năng lượng như sưởi ấm, thắp sáng và điều hòa trong các tòa nhà thông minh sẽ bị bỏ lại phía sau, giúp tiết kiệm năng lượng và giảm khí CO₂, qua đó đóng góp vào việc bảo vệ môi trường theo hướng phát triển bền vững. Chính vì vậy, Bulut và Akçacı (2017) nhấn mạnh, quá trình toàn cầu hóa và xã hội hóa thông tin tương thích với công nghệ sẽ cho ra đời xu hướng du lịch với những đặc tính như cá nhân, tự nhiên, trực quan dựa trên nền tảng không gian mạng.

- Thách thức đối với đào tạo ngành du lịch trong thời gian tới

Ngày nay, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, có tính xã hội hóa cao, nội dung văn hóa sâu sắc và cũng là lĩnh vực có nhu cầu lớn về nguồn nhân lực. Tuy nhiên, sự phát triển quá nhanh, như vũ bão của công nghệ đã đặt ra không ít thách thức cho việc đào tạo ngành du lịch. Một câu hỏi lớn đặt ra là liệu mục tiêu của đào tạo trong ngành du lịch có thể cung cấp trực tiếp nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch. Liệu việc phát triển các kỹ năng và kinh nghiệm có thành công hay không, và các chương trình hướng nghiệp này có làm giảm những hoài nghi liên quan đến vai trò của giáo dục du lịch.

Morgan (2004) từng đề xuất chuyển trọng tâm từ giáo dục trong khuôn khổ ngành du lịch sang giáo dục gắn với nhiều ngành khác. Nghịch lý thay, giáo dục chất lượng cao trong du lịch có thể cản cả việc khám phá cả giá trị nhân văn của con người để đáp ứng nhân tố quản lý, qua đó tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao. Liệu đào tạo có phải là mục đích ban đầu của giáo dục du lịch? Với tư cách là các nhà giáo dục du lịch, liệu trách nhiệm của họ đơn giản chỉ là chuẩn bị và đào tạo sinh viên cho nghề nghiệp tương lai? Tất cả những điều này sẽ đặt ra câu hỏi lớn cho các nhà đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch.

Thực tế cho thấy, đào tạo du lịch đã trải qua thay đổi sâu sắc chỉ trong một thời gian ngắn. Các trường đại học và các tổ chức đào tạo ngày càng phải đầu tư với việc mở rộng giáo trình phù hợp với yêu cầu mới của ngành du lịch. Tương lai của ngành giáo dục du lịch, cũng giống như tương lai của bất kỳ bộ môn nào nằm ở bản thân nó và yếu tố khách quan bên ngoài xã hội. Với

ngành du lịch, có hai thách thức tự thân mà nó phải đối mặt. Trước hết, nếu nó giữ mục tiêu phát triển như một ngành giáo dục chuyên môn đơn thuần, thì cần phải tiếp tục chú trọng phát triển vào kiến thức liên ngành (interdisciplinary). Nếu du lịch có thể phát triển kiến thức liên ngành thì nó có thể tạo ra vị trí vững chắc cho sự tồn tại trong cộng đồng học thuật và cùng lúc nó có thể cung cấp nền tảng để cộng đồng học thuật đóng góp sâu rộng hơn nữa cho nhân loại. Một thách thức nữa đến từ thực tế mà đào tạo du lịch đang đứng ở điểm dễ dàng trượt khỏi định hướng dạy nghề, khiến các sinh viên dễ dàng chạm đến những suy nghĩ tự do hơn. Thách thức ở đây là phải làm sao để có thể cân bằng giữa hướng nghiệp và lý thuyết. Một số chương trình đào tạo du lịch có nền tảng học thuật vững chắc nhưng lại đánh mất kiến thức dạy nghề và ngoại khóa, sẽ có nguy cơ bị mất học viên (Morgan, 2004).

Với thách thức đến từ nhân tố bên ngoài, đào tạo du lịch có hai nhân tố chính: sinh viên, những người tuyển dụng và sự điều hành trong ngành du lịch. Sự phát triển và mở rộng không ngừng của ngành du lịch ngày càng trở nên hấp dẫn với các sinh viên. Sự gia tăng của số lượng sinh viên đã mang đến nhiều nguồn tài nguyên cho ngành giáo dục du lịch, bao gồm cả các học giả và nhà nghiên cứu. Điều này có lợi cho sự phát triển các môn học cung cấp nhiều kiến thức hữu ích về thế giới du lịch, xã hội và các hiện tượng môi trường... nhưng cũng đòi hỏi các nhà giáo dục phải không ngừng trau dồi kiến thức và cập nhật giáo trình.

Kết hợp cả ba thách thức trên sẽ cho thấy có ba yêu cầu đặt ra cho ngành du lịch nếu nó muốn tăng cường vị trí như một nhân tố quan trọng, đó là: (i) Phát triển kiến thức liên ngành, (ii) cung cấp kiến thức mở rộng ngoài hoạt động dạy nghề trong chương trình, và (iii) giữ bí mật thông tin nghề nghiệp mà nhà đào tạo đã tiết lộ cho sinh viên trong quá trình đào tạo. Một trong lợi thế rất lớn của ngành du lịch hiện nay là việc cung cấp kiến thức ngoại khóa, đa ngành, liên ngành... Điều này giúp du lịch và đào tạo du lịch trở thành một lĩnh vực thú vị, thu hút các học giả có thêm nhiều nghiên cứu có ích đóng góp cho phát triển ngành du lịch một cách bền vững.

- Nguồn nhân lực chất lượng cao

Chu Hảo (2012) cho rằng nguồn nhân lực chất lượng cao trước hết phải được thừa nhận trên thực tế, không phải ở dạng tiềm năng. Nguồn nhân lực chất lượng cao là những người có năng lực thực tế để hoàn thành nhiệm vụ được giao một cách xuất sắc nhất, sáng tạo và có đóng góp thực sự hữu ích cho công việc của xã hội. Bên cạnh đó, phẩm chất và nhân cách con người là yếu tố cơ bản tạo nên nguồn nhân lực chất lượng cao. Sự phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao tùy thuộc vào trình độ phát triển nhân cách tạo thành những bộ phận hợp thành cấu trúc nguồn nhân lực. Đào tạo nhân cách phải được thực hiện trong mọi quá trình của chiến lược phát triển nguồn nhân lực (Phạm Tất Dong, 2011).

Nhìn chung, nguồn nhân lực chất lượng cao là tài sản quý giá của một doanh nghiệp, là thành quả của sự đầu tư và các chính sách nhân sự đúng đắn, hiệu quả. Nguồn lực chất lượng cao có hiểu biết sâu rộng, tay nghề thành thạo, có phẩm chất tốt, được đào tạo bồi dưỡng bởi một nền giáo dục tiên tiến gắn liền với khoa học công nghệ hiện đại. Để được đánh giá là nguồn nhân lực chất lượng cao, một số yêu cầu cơ bản mà nguồn nhân lực cần đáp ứng như: trình độ chuyên môn nghiệp vụ, khả năng xử lý thực tế, kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm; có kỷ luật, đạo đức; có khả năng thích ứng nhanh nhất với môi trường lao động và tiến bộ khoa học công nghệ mới; có tác phong kỷ luật và đạo đức trong công việc;... (Chu Hảo, 2012).

Như vậy, việc hướng tới phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch có ý nghĩa quan trọng để vượt qua được các thách thức đã nêu trên. Trình độ, kinh nghiệm và kỹ năng của đội ngũ nhân lực có vai trò quyết định trong việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và các dịch vụ du lịch uy tín.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng hai phương pháp nghiên cứu khoa học chính là: Nghiên cứu & phân tích tài liệu để thu thập kiến thức kinh nghiệm trên thế giới, từ đó liên hệ đến ngành du lịch trong nước; và Phân tích tài liệu, phỏng vấn các chuyên gia du lịch cũng như các nhà nghiên cứu về du lịch. Đối với phương pháp đầu tiên, xuất phát từ việc nhìn nhận bối cảnh thị trường du lịch trong nước và quốc tế phát triển bùng nổ trong giai đoạn cách mạng công nghiệp 4.0, tác giả đã quan sát được nhu cầu cấp thiết của việc phát triển nguồn nhân lực bắt kịp với sự phát triển của ngành du lịch.

Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả đã đặt ra nhiều câu hỏi như: Ngành du lịch thế giới và trong nước hiện nay đã phát triển ra sao? Những vấn đề còn tồn tại trong ngành du lịch? Xu hướng tương lai của ngành du lịch là gì? Việc đào tạo nhân lực trong ngành du lịch phải làm gì để đón đầu xu hướng thị trường? Những giải pháp phù hợp nào cho đào tạo nhân lực ngành du lịch? Trên cơ sở đó, tác giả đã đi tìm câu trả lời thông qua tiến hành thu thập dữ liệu từ các báo cáo của các trường đại học uy tín như Satakunta University, Oxford, Plymouth...; các cuốn sách chuyên ngành về du lịch và các bài báo từ các tờ báo hàng đầu thế giới; các báo cáo thường niên của Ủy ban Châu Âu EC; những số liệu nghiên cứu về ngành du lịch ở Việt Nam theo thống kê của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch Việt Nam.

Đối với phương pháp thứ hai, trước hết, tác giả đi sâu phân tích các tài liệu, sau đó sử dụng biện pháp tổng hợp, lựa chọn phân tích thông tin định tính thông qua phỏng vấn 15 chuyên gia du lịch và các nhà nghiên cứu về du lịch để đưa ra các quan điểm về vấn đề nghiên cứu. Trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn phương pháp phỏng vấn sâu để thu thập các thông tin liên quan. Nội dung phỏng vấn tập trung vào thực trạng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua hoạt động đào tạo nhằm đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường trong những năm gần đây. Phương pháp phỏng vấn sâu bao gồm các cuộc đối thoại được lặp đi lặp lại giữa nhà nghiên cứu và người tham gia phỏng vấn nhằm tìm hiểu nhận thức của họ về vấn đề nghiên cứu.

Tác giả sử dụng kỹ thuật phỏng vấn bán cấu trúc, trong đó tác giả không thực hiện đúng theo một danh sách các câu hỏi chính thức mà sẽ hỏi thêm những câu hỏi mở để thảo luận với người được phỏng vấn về các vấn đề xoay quanh thực trạng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua hoạt động đào tạo. Sau khi xác định rõ đối tượng, phương pháp và nội dung phỏng vấn, tác giả tiến hành liên hệ và sắp xếp các buổi phỏng vấn để thu thập thông tin. Kết quả phỏng vấn được tác giả ghi chép cẩn thận để phục vụ cho quá trình nghiên cứu.

Thông tin thu thập được qua các số liệu thống kê và phỏng vấn thực tế là cơ sở để tác giả đưa ra những minh chứng cụ thể về đặc điểm, thực trạng của ngành du lịch và đặc biệt là thực trạng đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực này, từ đó hỗ trợ tìm ra các giải pháp cho những tồn tại liên quan tới vấn đề giáo dục trong ngành du lịch Việt Nam, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

- Thực trạng đáp ứng nhu cầu thị trường của đào tạo ngành du lịch tại Việt Nam hiện nay

Theo kết quả nghiên cứu, cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 đã giúp Việt Nam đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao và các dịch vụ công nghệ số trong mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, đặc biệt là một số ngành có lợi thế như du lịch, nông nghiệp, tài chính, ngân hàng, logistics... Trong những năm qua, ngành du lịch Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, đặc biệt, lượng khách du lịch nội địa và quốc tế liên tục gia tăng trong giai đoạn 2011 - 2018.

Bảng 1: Số lượt khách du lịch nội địa và quốc tế tại Việt Nam giai đoạn 2011 - 2018

Đơn vị tính: nghìn lượt khách

Cả nước	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Khách quốc tế	6.014	6.848	7.572	7.874	7.944	10.013	12.922	15.498
Khách nội địa	30.000	32.500	35.000	38.500	57.000	62.000	73.200	80.000

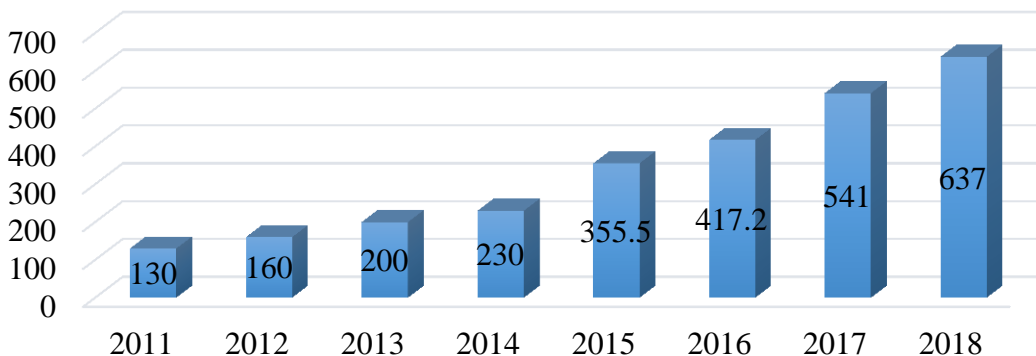
Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam 2011 - 2018

Bên cạnh đó, tổng thu từ khách du lịch cũng liên tục gia tăng trong giai đoạn 2011 - 2018. Nếu như năm 2011, tổng thu từ khách du lịch của Việt Nam chỉ là 130 nghìn tỷ đồng thì đến năm 2018 con số này đã tăng lên thành 637 nghìn tỷ đồng. Cụ thể như sau (hình 1):

Trước bối cảnh Cộng đồng kinh tế ASEAN chính thức ra đời vào cuối năm 2015, ngành du lịch Việt Nam lại càng đối mặt với những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. 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 (Phan Huy Xu và Võ Văn Thành, 2017). 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 nhân lực. Ngành du lịch Việt Nam cũng chú trọng đầu tư cho hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho giai đoạn 2017 - 2020. Theo Tổng cục Du lịch, trong giai đoạn 2017 -

2020, kinh phí đầu tư cho việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chú trọng vào một số vị trí công việc quan trọng, bao gồm: hướng dẫn viên (17,33% tổng kinh phí); quản trị doanh nghiệp du lịch (13,18% tổng kinh phí); phục vụ buồng (12,72% tổng kinh phí); lễ tân (8,67% tổng kinh phí); nhân viên lễ hành, đại lý du lịch (8,24% tổng kinh phí); nhân viên chế biến món ăn (7,20% tổng kinh phí); phục vụ bàn, bar (6,64% tổng kinh phí); và vị trí khác (26,02% tổng kinh phí).

Đơn vị tính: nghìn tỷ đồng



Hình 1: Tổng thu từ khách du lịch của Việt Nam trong giai đoạn 2011 - 2018

Nguồn: Tổng cục Du lịch Việt Nam 2018

Mặc dù đã đạt được nhiều kết quả nhất định, đào tạo nhân lực du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập dẫn đến khoảng cách khá xa về chất lượng nhân lực so với yêu cầu của doanh nghiệp và xã hội (Phan Thị Ngân, 2018). Những hạn chế của đào tạo ngành du lịch Việt Nam hiện nay có thể kể đến:

Thứ nhất, các chuyên gia tham gia phỏng vấn cho rằng chất lượng của nguồn nhân lực chưa tương xứng với số lượng lao động. 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), Tính chuyên nghiệp (nhân lực đầu ra từ trung cấp trở lên đạt khoảng 3,05 điểm/ trên 5 điểm - thang điểm tối đa). Theo Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 2015 - 2016, Việt Nam xếp 56/140 quốc gia, nhưng các chỉ số liên quan đến đổi mới sáng tạo lại thấp (chỉ số năng lực hấp thụ công nghệ xếp hạng 121/140; mức độ phức tạp của quy trình sản xuất xếp hạng 101/140; chất lượng của các tổ chức nghiên cứu khoa học xếp thứ 95/140...). Điều đó cho thấy năng lực đổi mới sáng tạo của đội ngũ lao động Việt Nam còn nhiều hạn chế, trong khi đây lại là yếu tố quyết định trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0.

Thứ hai, theo kết quả phỏng vấn, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch vẫn còn nhiều yếu kém, chưa được các cơ quan quản lý quan tâm, đầu tư thích đáng. Cả nước hiện có 156 cơ sở tham gia đào tạo nguồn nhân lực du lịch chính quy gồm 48 trường đại học, 43 trường cao đẳng, 40 trường trung cấp, 23 trung tâm đào tạo nghề và 2 công ty đào tạo. Tuy nhiên, hiện nay vẫn chưa có trường đại học chuyên biệt về du lịch và tại các trường đại học và cao đẳng chuyên nghiệp có chương trình đào tạo ngành học du lịch cũng chưa có thống nhất cơ bản được chương trình khung đào tạo; hệ đào tạo nghề du lịch cũng đang tồn tại nhiều hệ thống trên chuẩn khác nhau: Hệ thống trên chuẩn nghề quốc gia có 8 nghề thuộc nhóm du lịch, do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành; Hệ thống trên chuẩn kỹ năng nghề du lịch VTOS gồm 10 nghề do dự án EU hỗ trợ xây dựng; hệ thống trên chuẩn kỹ năng nghề ASEAN gồm 6 nghề đã được bộ trưởng các nước ASEAN ký cam kết thực hiện.

Thứ ba, về đội ngũ giảng viên, giáo viên, đào tạo viên du lịch, theo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, hiện cả nước có khoảng 5.000 người tham gia đào tạo mới về du lịch, trong đó có 2.000 giáo viên, giảng viên (cả cơ hữu và thỉnh giảng), 2580 đào tạo viên du lịch và 540 cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo các cấp... song con số này mới chỉ đáp ứng được xấp xỉ 60% nhu cầu về số lượng và còn khoảng cách xa về trình độ chất lượng nguồn nhân lực du lịch so với yêu cầu của ngành, của doanh nghiệp và xã hội. Trong đó, một phần trong đội ngũ này cũng chưa có trình độ chuyên sâu về du lịch. Nhiều giảng viên chuyển từ ngành khác sang giảng dạy cho nên thiếu sự hiểu biết sâu sắc và toàn diện về lý luận cũng như kinh nghiệm thực tế. Ngoài ra, vấn đề đầu ra với các sinh viên, học viên khi theo học tại các cơ sở đào tạo du lịch cũng chưa được bảo đảm, dẫn tới sức hút đối với người có năng lực tốt theo học chưa nhiều, do đó cũng tác động ngược lại với việc thu hút các giảng viên, giáo viên có trình độ giỏi đối với ngành học này.

- Một số hoạt động của các trường đào tạo nhân lực du lịch để đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường

Kết quả phỏng vấn chuyên gia về du lịch cho thấy, khi Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới thì càng cần phải quyết liệt cơ cấu lại kinh tế, đổi mới mô hình tăng trưởng đi đôi với phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và tăng cường năng lực khoa học - công nghệ nhằm tránh nguy cơ tụt hậu. Vì vậy, để ít nhất không bị thua ngay trên sân nhà, và hướng tới mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, đào tạo du lịch cần phải nhanh chóng có những giải pháp, chiến lược bài bản trong đào tạo nguồn nhân lực, cụ thể như sau:

Thứ nhất, các chuyên gia cho rằng các trường đào tạo nhân lực du lịch cần thay đổi về tư duy đào tạo. Vào những năm 1990, các nhà nghiên cứu du lịch bắt đầu đề xuất những cuộc điều tra về nhận thức của công luận đối với kiến thức du lịch. Sự phát triển của du lịch phải được tiếp cận trước tiên từ nhận thức của dư luận và cần có nhiều nghiên cứu thực nghiệm hơn nữa để phân tích và hiểu sâu hơn về khía cạnh xã hội học của ngành du lịch. Theo các chuyên gia tham gia phỏng vấn, không nên coi du lịch đơn thuần là một loại hình công nghiệp kinh doanh, mà đó còn là một lĩnh vực văn hóa có ảnh hưởng mạnh mẽ đến mỗi cá nhân và quốc gia. Du lịch chỉ có giá trị nhân văn nếu ngành đào tạo nhân lực du lịch được đầu tư thích đáng từ điểm gốc. Chỉ khi những nhà quản lý chính sách và lực lượng lao động trong lĩnh vực du lịch nhận thức nghiêm túc về việc đào tạo, giáo dục thì mới có thể thay đổi diện mạo, bản chất của ngành du lịch, qua đó thúc đẩy trở thành một ngành công nghiệp mũi nhọn trong nền kinh tế Việt Nam.

Thứ hai, theo kết quả nghiên cứu, các trường đào tạo nhân lực du lịch cần thay đổi về quan điểm đào tạo. Từ cách đây hơn 20 năm, các học giả đã mừng rỡ ra xu hướng tương lai của ngành du lịch. Trong thời đại công nghệ số, thông qua những liên hệ với nhà cung cấp dịch vụ, hầu hết khách du lịch luôn muốn được xác thực về tính an toàn của chuyến đi (sự an toàn bản thân, môi trường thân thiện, không ô nhiễm...), bên cạnh việc có những trải nghiệm thực tế trong chuyến đi, bởi hầu hết du khách đều xem hành trình chuyến đi như một cách trải nghiệm những khía cạnh muôn màu mà họ chưa từng trải qua trong cuộc sống.

Ngày nay, cách thức khiến khách du lịch nhớ đến lịch sử, di sản văn hóa tại nơi họ tham quan cần được gắn với những sản phẩm lưu niệm tại địa phương. Điều đó đồng nghĩa với yêu cầu phát triển cả các trang web kinh doanh hàng hóa lưu niệm, sản vật của địa phương tại Việt Nam. Điều này cần phải đưa vào các giáo trình giảng dạy du lịch một cách nghiêm túc để hướng tới mục tiêu thu hút khách du lịch đối với sản vật của địa phương. Các trang web được thương mại hóa này có thể đóng vai trò là công cụ hữu hiệu quảng bá thương hiệu, đồng thời đánh giá một phần chất lượng du khách và dịch vụ tại Việt Nam.

Thứ ba, một số chuyên gia về du lịch khẳng định các trường đào tạo nhân lực du lịch tại Việt Nam cần thay đổi góc nhìn bình đẳng giới. Kinnaird (1994) đã sớm nhận ra tầm quan trọng của việc thúc đẩy bình đẳng giới trong lĩnh vực du lịch. Nó có ảnh hưởng đến hệ tư tưởng cũng như góc nhìn xã hội trong lĩnh vực này. Du lịch có khả năng tạo ra các cơ hội việc làm cho những người có hoàn cảnh, năng lực và kỹ năng khác nhau. Để phát huy các kỹ năng còn tiềm tàng trong bất kỳ xã hội nào, du lịch cần phải tìm cách thu hút người tài từ tất cả các cộng đồng dân cư, đặc biệt là những cộng đồng chưa được tham gia đầy đủ vào đội ngũ lao động. Hiện nay, bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ đã đạt được một số tiến bộ đáng kể, đặc biệt về giáo dục. Vì vậy, các nhà giáo dục trong

ngành du lịch Việt Nam cần phải gắn kết công việc và trách nhiệm của mình đối với các phong trào tiên bộ bao gồm cả bình đẳng giới để đảm bảo sự công bằng trong ngành du lịch.

Thứ tư, các trường đào tạo nhân lực du lịch tại Việt Nam cần quan tâm đến sự cần thiết xây dựng nền tảng triết học. Các giảng viên, chuyên gia trong ngành du lịch cần nhận thức mối liên hệ chặt chẽ giữa thực tiễn và lý luận. Đây là mối quan hệ biện chứng buộc các nhà đào tạo luôn nhắc nhở học viên cần phải phát triển song song tư duy thực hành và lý luận. Tuy nhiên, để làm được điều này, yếu tố xuất phát là các chương trình đào tạo phải xây dựng một cách nghiêm túc giáo trình triết học du lịch để người học có thể nắm vững bản chất, đặc điểm sâu xa của ngành du lịch cũng như những tác động của nó đối với toàn xã hội. Tại Việt Nam, hiện nay, cả xã hội và nhà trường đều rất lúng túng trong việc giáo dục cho sinh viên đảm bảo kỹ năng thực hành và lý luận. Chính vì vậy, các giáo trình du lịch cần phải đáp ứng mục tiêu đào tạo ra những học viên lành nghề nhưng có kiến thức lý luận vững chắc.

Thứ năm, các trường đào tạo nhân lực du lịch tại Việt Nam cần tập trung phát triển các kỹ năng cần thiết cho học viên ngành du lịch trong bối cảnh mới. Cũng như các ngành công nghiệp khác, mức độ cạnh tranh trong ngành du lịch diễn ra ngày khốc liệt và khắc nghiệt. Chính vì vậy, trong thời buổi hội nhập và công nghệ phát triển như vũ bão, nhà trường cần giúp sinh viên làm chủ những kỹ năng, kiến thức từ khi còn ngồi trên ghế giảng đường để có thể phát triển kinh doanh du lịch quốc tế như sau:

Các kỹ năng cần phát triển trong giáo trình ngành giáo dục bao gồm: Kỹ năng thiết kế và phát triển sản phẩm du lịch; Kỹ năng tiếp thị truyền thông và bán hàng; Kỹ năng hợp tác và thiết lập mạng lưới kinh doanh gắn kết; Kỹ năng quốc tế hóa, và Kỹ năng quản lý doanh nghiệp. Một trong những tấm gương điển hình đạt nhiều thành công nhờ áp dụng 5 kỹ năng này trong giáo trình đào tạo nhân lực ngành du lịch là Phần Lan, một quốc gia ở khu vực Bắc Âu. Nhờ nghiêm túc thực hiện phát triển các kỹ năng trên, Phần Lan không chỉ trở thành một đất nước nổi tiếng với nền giáo dục hàng đầu thế giới mà còn là điểm đến hấp dẫn có khả năng thu hút hàng triệu du khách bởi những thắng cảnh tuyệt đẹp và nền văn minh nổi tiếng.

Các kỹ năng yêu cầu tối thiểu trong phỏng vấn nhân lực ngành du lịch: Du lịch là một ngành đặc thù đòi hỏi nhiều kỹ năng linh hoạt. Theo tiêu chuẩn của Ủy ban Châu Âu EC (2016), ở cấp độ quản lý, các nhà quản lý cần phải đảm bảo những kiến thức nền tảng giáo dục vững chắc về kế toán, tiếp thị, luật, công nghệ, các nghiệp vụ chuyên môn; kỹ năng hoạch định chiến lược, quản lý nhân sự, đổi mới sáng tạo trong việc phát triển sản phẩm du lịch; kỹ năng quản lý dự án và đối phó với ảnh hưởng toàn cầu hóa... Vì vậy, trong thời đại 4.0, các nhà quản lý du lịch cần thành thạo kỹ năng công nghệ để đảm bảo yêu cầu công việc ngày càng cao, và quan trọng có thể tuyển dụng được những nhân sự lành nghề. Trong quá trình phỏng vấn nhân sự, 5 tiêu chuẩn yêu cầu tối thiểu đặt ra khi phỏng vấn nhân lực ngành du lịch bao gồm: Kỹ năng Hội nhập, Kỹ năng truyền thông marketing và bán hàng; Kỹ năng phát triển sản phẩm; Kỹ năng tạo lợi nhuận; Kỹ năng phối hợp liên ngành. Chỉ khi đảm bảo được 5 kỹ năng cơ bản này thì nhân sự mới có thể trở thành nguồn nhân lực trình độ cao đảm bảo yêu cầu công việc ngày càng cao của ngành du lịch Việt Nam.

5. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG VÀ ĐÓN ĐẦU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG DU LỊCH

Nhân lực ngành du lịch có vai trò quyết định không chỉ cho riêng sự phát triển du lịch mà còn góp phần không nhỏ vào việc phát triển kinh tế của đất nước. 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 quá trình phát triển và hội nhập. Đây cũng là vấn đề đặt ra trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch Việt Nam một cách bền vững. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất 03 nhóm giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch, cụ thể như sau:

- Nhóm giải pháp từ phía các trường

Thứ nhất, là cái nôi giáo dục kiến thức và kỹ năng cho các sinh viên, các trường cần chủ động xây dựng giáo trình giảng dạy phù hợp với xu hướng mới của thời đại, đồng thời hoàn thiện khung chương trình đào tạo ngành du lịch với định hướng tiếp cận các chương trình đào tạo tiên

tiên trên thế giới kết hợp với phát triển các hình thức đào tạo, bồi dưỡng (đào tạo đại học liên thông, sau đại học, các lớp ngắn hạn,...).

Để làm được điều này, các trường đào tạo cần không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn đối với đội ngũ giảng viên thông qua đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng, trau dồi kinh nghiệm về lĩnh vực du lịch, kỹ năng sư phạm... bên cạnh việc tổ chức các phong trào hoạt động, mở các lớp giảng dạy về kỹ năng, thái độ sống cho giảng viên, học viên. Đặc biệt, các trường cần tăng cường công tác đào tạo kỹ năng như: kỹ năng ngoại ngữ, giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, sáng tạo, dịch vụ khách hàng... để người lao động có thể tự tin, chủ động phát huy được khả năng của mình trong môi trường hội nhập.

Thứ hai, để học viên có đầy đủ điều kiện học tập tốt nhất, các trường và các cơ sở đào tạo du lịch cần chủ động, có chính sách tăng cường 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. Cơ sở vật chất tạo tiền đề quan trọng để nâng cao chất lượng nhân lực du lịch đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch hiện nay.

Thứ ba, các trường cần phải tăng cường gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp ngành du lịch. Một số hoạt động cần quan tâm như dành tỷ lệ ngân sách trong quỹ nghiên cứu khoa học thực hiện công trình nghiên cứu có địa chỉ ứng dụng cụ thể tại doanh nghiệp để tạo điều kiện thuận lợi cho đầu ra của học viên.

- Nhóm giải pháp về phía người lao động và học viên

Thứ nhất, lao động trong ngành du lịch cần nắm bắt kiến thức chuyên môn và nghiệp vụ sâu rộng. Du lịch là một ngành có tính chất đặc thù với những công việc đa dạng từ quản lý, điều hành dịch vụ, truyền thông marketing, tổ chức sắp xếp tour, cho đến việc làm hướng dẫn viên, lễ tân... Chỉ khi nắm vững kiến thức chuyên ngành thì người lao động mới đảm bảo hoàn thành tốt công việc của một ngành kinh doanh dịch vụ.

Thứ hai, người lao động cần thông thạo ngoại ngữ và hiểu biết công nghệ. Trong thời kỳ hội nhập như hiện nay, vốn tiếng Anh đối với những người hoạt động trong ngành du lịch là hết sức cần thiết, vì vậy để trở thành lao động du lịch chất lượng cao thì cần phải không ngừng trau dồi ngoại ngữ. Bên cạnh đó, ngành du lịch ngày càng phát triển mở rộng trên nền tảng số và việc số hóa dữ liệu du lịch đang diễn ra một cách nhanh chóng, do đó học viên càng cần sử dụng thành thạo vi tính và am hiểu về công nghệ.

Thứ ba, học viên cần trang bị kỹ năng ứng biến và xử lý tình huống linh hoạt. Là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp nên du lịch luôn chứa đựng những tình huống nằm ngoài kế hoạch. Vì vậy, kỹ năng ứng biến hay có thể gọi là kỹ năng “phản ứng nhanh” sẽ giúp cho người lao động ngành du lịch luôn làm chủ được tình thế khi có những rủi ro ngoài mong đợi xảy ra.

- Nhóm giải pháp từ phía ngành du lịch

Thứ nhất, các cơ quan quản lý chức năng cần hoàn thiện cơ chế chính sách, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo nhân lực du lịch như: bổ sung những nghề du lịch còn thiếu, xây dựng và ban hành trên chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia, ban hành danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo du lịch...

Thứ hai, các cơ quan chức năng cần tăng cường năng lực của các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch, cả về cơ sở vật chất trang thiết bị đào tạo cũng như đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ giáo viên, giảng viên, cập nhật đổi mới xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến...

Thứ ba, các cơ quan chức năng cần hợp tác chặt chẽ với doanh nghiệp du lịch sử dụng nhân lực đầu ra trong công tác đào tạo; hợp tác quốc tế với nhiều trường đào tạo có uy tín; đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến trong công tác nghiên cứu, đào tạo du lịch như đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến (E-learning), xây dựng giáo trình đào tạo du lịch điện tử...; khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo cơ chế và điều kiện để các thành phần xã hội, trong và ngoài nước có thể tham gia góp vốn, kiến thức... cho công tác đào tạo nhân lực du lịch.

KẾT LUẬN

Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, thị trường du lịch đang chứng kiến sự bùng nổ và lên ngôi của xu hướng kinh doanh trực tuyến. Việc đáp ứng yêu cầu đòi hỏi của ngành kinh tế dịch vụ du lịch theo các quy luật của kinh tế thị trường 4.0 phụ thuộc rất lớn vào yếu tố con người. Việc

đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đang đặt ra cho ngành du lịch Việt Nam nhiều thách thức cần phải không ngừng thay đổi và cải tiến trong giai đoạn sắp tới.

Trong nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa đầy đủ cơ sở lý luận về (i) lịch sử và thực trạng đào tạo ngành du lịch hiện nay, (ii) xu hướng phát triển ngành du lịch; và (iii) thách thức đối với đào tạo ngành du lịch trong thời gian tới. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu khoa học chính là: Nghiên cứu & phân tích tài liệu để thu thập kiến thức kinh nghiệm trên thế giới, từ đó liên hệ đến ngành du lịch trong nước; và Phân tích tài liệu, phỏng vấn các chuyên gia du lịch cũng như các nhà nghiên cứu về du lịch.

Trên cơ sở đó, bài viết đã đề cập đến thực trạng đáp ứng nhu cầu thị trường của đào tạo ngành du lịch tại Việt Nam hiện nay, cũng như một số hoạt động của các trường đào tạo nhân lực du lịch để đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường. Từ đó, chúng tôi đã đề xuất 03 nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng và đón đầu nhu cầu thị trường du lịch Việt Nam trong thời gian tới. Mặc dù còn nhiều khó khăn và hạn chế trong công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, xu thế và ảnh hưởng như vũ bão của công nghệ vào ngành du lịch là không thể đảo ngược, trở thành một nhân tố không thể chối bỏ. Chính vì vậy, các cơ quan quản lý chức năng, các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo cũng như học viên, lao động ngành du lịch cần chủ động đón nhận, đổi mới và không ngừng thay đổi để cùng góp sức phát triển ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abicht Lothar, Freikamp Henriette (2005), *Trend qualifications in German tourism*, in Strietska-Ilina Olga, Tessaring Manfred (2005), *Trends and skill needs in tourism*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
2. Bộ Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020*, Bộ Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch.
3. Bulut E., Akçacı T. (2017), *Endüstri 4.0 ve İnovasyon Göstergeleri Kapsamında Türkiye Analizi*, ASSAM International Refereed Journal, 7, 50-72.
4. Busby G. (2001), *Vocationalism in Higher Level Tourism Courses: the British perspective*, Journal of Further and Higher Education, Vol. 25(1), 29-43.
5. Chu Hào (2012), *Nhân lực chất lượng cao không đồng nghĩa học vị cao*, <http://www.doanhtri.vn/article/chuyen-muc-chuyen-gia/nhan-luc-chat-luong-cao-khong-dong-nghia-hoc-vi-cao.aspx>, 03/02/2012.
6. Churchward J., Riley M. (2002), *Tourism Occupations and Education: An Exploration Study*, International journal of Tourism research, Volume 4, Issue 2, Pages 77-86.
7. Dale C., Robinson N. (2001), *The Theming of Tourism Education: a Three-domain approach*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 13(1), 30-34.
8. European Commission (2016), *A New Skills Agenda for Europe Working together to strengthen human capital, employability and competitiveness*, Referred 9.3.2017. file:///C:/Users/sarenfo/Downloads/COM_2016_381_F1_COMMUNICATION_FROM_COMMIS_SION_TO_INST_EN_V6_P1_852322.pdf.
9. Goeldner C.R., Ritchie J. R. B. (2003), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (9th ed). New York, NY: John Wiley and Sons.
10. Jonckers Piet (2005), *General trends and skill needs in the tourism sector in Europe*, in Strietska-Ilina Olga, Tessaring Manfred (2005), *Trends and skill needs in tourism*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
11. Kinnaird V., Hall D. (Eds.) (1994), *Conclusion: The Way Forward*. In *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester, West Sussex, England: John Wiley and Sons.
12. Morgan M. (2004), *From Production Line to Drama School: Higher Education for the Future of tourism*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 16(2), pp91-99.
13. Phạm Tất Dong (2011), *Xây dựng con người và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao*, <http://dvhnn.org.vn/vi/news/Dien-dan-day-va-hoc/Xay-dung-con-nguoi-va-phat-trien-nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-282>, 29/03/2011.
14. Phan Huy Xu, Võ Văn Thành (2017), *Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang, Số 2 (2017).

15. 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.
16. Tổng cục Du lịch Việt Nam: <http://vietnamtourism.gov.vn/>
17. Tổng cục Thống kê Việt Nam (2011 - 2018), *Niên giám thống kê Việt Nam 2011 - 2018*, NXB Thống kê.
18. UNWTO (2017), *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*, World Tourism Organization, Madrid, www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029.
19. Wang N. (2000), *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*, Kidlington, Oxford: ElsevierScience.

CHÍNH SÁCH VÀ HÀNH LANG PHÁP LÝ ĐỐI VỚI ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

PGS, TS. Lê Anh Tuấn
Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

TÓM TẮT

Trong thời gian qua, du lịch Việt Nam được xác định tập trung phát triển để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, theo đó, nhiều chính sách và văn bản quản lý liên quan đến đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được ban hành và triển khai thực hiện; nhiều chương trình, hội nghị nhằm tháo gỡ các chính sách, cơ chế đã được tổ chức triển khai. Nguồn nhân lực du lịch cũng đã dần từng bước đáp ứng yêu cầu của Ngành, tuy nhiên, thực tế cho thấy, vẫn còn một số vấn đề cần được quan tâm giải quyết để chính sách và hành lang pháp lý liên quan đến đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch thực sự góp phần cho việc phát triển ngành Du lịch trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: Chính sách và hành lang pháp lý, Đào tạo và Phát triển nhân lực du lịch, bối cảnh hiện nay

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tại Việt Nam, Du lịch là một một trong các lĩnh vực tham gia hội nhập sớm, cũng là một trong 8 lĩnh vực tham gia thực hiện thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau và thực hiện dịch chuyển lao động trong ASEAN. Trong những năm qua, du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển ấn tượng trong nhiều chỉ số, từ lượng khách du lịch đã vượt chỉ tiêu được xác định trong chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch giai đoạn 2010 - 2020, hoạt động đầu tư du lịch được tăng cường, nhiều tập đoàn hoạt động trong lĩnh vực du lịch của Việt Nam có những bước tăng trưởng mạnh, làm thay đổi hình ảnh, bộ mặt của du lịch Việt Nam. Nguồn nhân lực du lịch cũng được quan tâm phát triển nhằm mục tiêu đáp ứng yêu cầu phát triển của Ngành. Lực lượng lao động trong du lịch tăng về số lượng và nâng cao về chất lượng, từng bước đáp ứng với sự phát triển của Ngành du lịch. Tuy nhiên, trong bối cảnh mới với những yêu cầu mới về số lượng, chất lượng và cơ cấu đội ngũ nhân lực đòi hỏi có những bước phát triển nhằm giải quyết những vấn đề bất cập, hạn chế của nguồn nhân lực hiện nay.

Tham luận này có mục tiêu phân tích những đặc điểm về thực trạng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch trong giai đoạn hiện nay, trong đó tập trung vào phân tích những nội dung liên quan đến chính sách, hành lang pháp lý, bản luận về những vấn đề đặt ra cần được quan tâm giải quyết trong thời gian tới.

2. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Khái lược những nghiên cứu liên quan

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch

Lưu Đức Kế (2016) đã dưới góc nhìn của chuyên gia và lãnh đạo doanh nghiệp đã phân tích thực trạng về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, đề xuất hệ thống các

giải pháp trong đó việc hoàn thiện hệ thống chính sách, sự phối hợp và tham gia của các chủ thể liên quan, trong đó có các doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp tham gia tích cực trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch là cần thiết. Bên cạnh đó, trong bối cảnh hội nhập và cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, việc xây dựng mô hình các cơ sở đào tạo tiên tiến, đủ năng lực và chất lượng cao tại các trung tâm du lịch lớn của Việt Nam là cần thiết trong bối cảnh hiện nay (Lê Văn Thông, 2018).

Nhiều nghiên cứu liên quan đến đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch, khai thác các khía cạnh về đào tạo, dạy nghề trong bối cảnh hiện nay. Nguyễn Văn Lưu (2015) đã trên cơ sở phân tích thực trạng đào tạo, dạy nghề lĩnh vực du lịch tại Việt Nam từ đó đề xuất hệ thống các giải pháp, trong đó có đề xuất liên quan đến việc xây dựng các chuẩn: Tiêu chuẩn kỹ năng nghề, chuẩn cơ sở đào tạo và hoàn thiện mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch tại Việt Nam. Vũ Đức Minh (2015) cũng đã đề xuất nhiều giải pháp trong đó có giải pháp cần thiết phải nâng cao năng lực đội ngũ giáo viên, giảng viên, và cán bộ quản lý đào tạo liên quan đến du lịch.

- Chính sách và hành lang pháp lý liên quan đến đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch
Đối với các quốc gia đang phát triển, việc có chính sách phát triển phù hợp để tăng cường ngành Du lịch sẽ là rất cần thiết (Peter Dieke, 1991). Trong đó, Baun Tom (1994) và Jenkins (1980) đồng quan điểm cho rằng để phát triển du lịch theo đúng hướng, cần có những chính sách phù hợp đối với phát triển nguồn nhân lực du lịch, việc tham gia của các chủ thể liên quan và khuyến khích các chủ thể tham gia hoạt động đào tạo và phát triển du lịch là cần thiết, đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển.

Lê Anh Tuấn (2019) đã phân tích quá trình thay đổi về quan điểm đối với phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước ta trong những năm qua, phân tích các chủ trương và chính sách đối với phát triển du lịch và nguồn nhân lực du lịch. Tác giả cũng đặt vấn đề cần đề làm thế nào để đưa các chủ trương chính sách đó vào cuộc sống, phát huy hiệu quả là vấn đề cần có sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện tham luận này, phương pháp nghiên cứu lý thuyết trên cơ sở tập hợp các tài liệu có liên quan, phân tích các vấn đề nội dung liên quan đến ngành Du lịch Việt Nam, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, chính sách và hành lang pháp lý liên quan.

Phương pháp phân tích nội dung được sử dụng để phân tích các nội dung trong các trang tin điện tử, các tập gấp, tờ rời có quảng bá các thông tin và các sản phẩm du lịch về ẩm thực. Phương pháp phân tích, tổng hợp sẽ là công cụ để tổng hợp, phân tích lập luận các nội dung đã nghiên cứu trong tham luận.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Khái quát về phát triển ngành du lịch giai đoạn vừa qua

Trong thời gian qua, ngành Du lịch đã có những bước phát triển mạnh. Đầu tư cho du lịch tăng đáng kể, số lượng khách sạn, khu resort cao sao không ngừng được xây dựng và đưa vào hoạt động, nhiều tập đoàn lớn trong nước như Vin Group, Sun Group... đã tập trung đầu tư làm thay đổi bộ mặt ngành Du lịch Việt Nam thời gian qua. Năm 2018, du lịch Việt Nam đã đón 15,6 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ trên 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 620.000 tỷ đồng. Thu nhập từ ngành Du lịch đóng góp cho GDP đạt bình quân 7,5% GDP cả nước [24]. Theo đánh giá của Ban kinh tế tư nhân, ngành du lịch là ngành tăng trưởng 2 lần trong nhiều năm, đóng góp 7,5% GDP và đóng góp gián tiếp 22,5% GDP [25]. Ngành Du lịch Việt Nam được quốc tế ghi nhận, trong năm 2018, du lịch Việt Nam nhận được nhiều giải thưởng *Điểm đến du lịch hàng đầu châu Á* năm 2018.

3.1.2. Nguồn nhân lực du lịch

3.1.2.1. Đặc điểm về phân loại nhân lực du lịch

- Nhóm nhân lực du lịch lĩnh vực quản lý nhà nước

Nhóm nhân lực này gồm các cán bộ là việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ các đơn vị cấp quận huyện, các Ban quản lý khu du lịch cấp địa phương, vùng và quốc gia. Nhóm nhân lực này có vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch của quốc gia và

từng địa phương; tham mưu hoạch định chính sách phát triển du lịch; đại diện cho Nhà nước để hướng dẫn, kiểm tra, giám sát hoạt động du lịch nói chung.

- *Nhóm nhân lực du lịch trong các đơn vị sự nghiệp*

Nhóm nhân lực này gồm các giáo viên, giảng viên và các nghiên cứu viên hoạt động trong các cơ sở đào tạo nghiên cứu liên quan đến du lịch. Đây là bộ phận có trình độ học vấn cao, có kiến thức chuyên sâu về ngành Du lịch; có chức năng đào tạo, nghiên cứu khoa học về du lịch và có vai trò to lớn trong việc phát triển nguồn nhân lực ngành Du lịch; nghiên cứu chiến lược, tham mưu chính sách phát triển có tác động lớn đến chất lượng và số lượng của nguồn nhân lực ngành Du lịch và định hướng phát triển du lịch tương lai. Bên cạnh đó, có một bộ phận nhỏ các chuyên gia, các đào tạo viên, đánh giá viên tham gia các hoạt động thi tay nghề trong nước và quốc tế, tham gia hội đồng hoặc ban giám khảo các trung tâm thẩm định để cấp chứng chỉ kỹ năng nghề quốc gia lĩnh vực du lịch.

- *Nhóm nhân lực du lịch lĩnh vực kinh doanh*

Đây là nhóm nhân lực tham gia trực tiếp và cung cấp dịch vụ và sản phẩm du lịch thông qua hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực du lịch. Xét về tổng thể, nhóm nhân lực kinh doanh này chiếm đa số trong tổng số nhân lực du lịch của Ngành, hoạt động của ngành Du lịch. Nhóm này được chia thành 3 bộ phận với các cấp độ, lĩnh vực chuyên môn khác nhau. Gồm:

+ *Bộ phận quản lý doanh nghiệp cấp cao*: Nhóm này gồm những người đứng đầu các doanh nghiệp và những người phụ trách bộ phận kinh doanh nghiệp vụ chủ yếu trong các doanh nghiệp du lịch như khách sạn, lữ hành, vận chuyển khách du lịch...

+ *Bộ phận trực tiếp thực hiện các hoạt động chuyên môn nghiệp vụ, cung cấp dịch vụ du lịch*: Đây là những lao động trực tiếp tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ phục vụ nhu cầu của khách du lịch tại các doanh nghiệp du lịch.

+ *Bộ phận lao động chức năng và nghiệp vụ đảm bảo điều kiện kinh doanh của doanh nghiệp du lịch*: Bao gồm lao động thuộc các bộ phận chức năng như tài chính-kế toán; hành chính vật tư thiết bị, tổng hợp; nhân sự... [4].

3.1.2.2. Yêu cầu về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hiện nay

- Đào tạo, phát triển đủ về số lượng đảm bảo cung cấp đủ cho các cấp độ quản lý nhà nước, đơn vị sự nghiệp và doanh nghiệp du lịch. Việc chuẩn bị đủ cơ cấu về số lượng lao động quản lý đến lao động nghiệp vụ sẽ đảm bảo cho cả một hệ thống vận hành từ xây dựng chủ trương chính sách, quy hoạch, quản lý nhà nước, tổ chức nghiên cứu và đào tạo, đến hoạt động kinh doanh cung cấp dịch vụ du lịch được đồng bộ và đảm bảo chất lượng.

- Đảm bảo về cơ cấu ngành nghề phù hợp với yêu cầu của các đơn vị sử dụng lao động và của doanh nghiệp du lịch. Đây là một nội dung có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực.

- Đảm bảo chất lượng chuyên môn nghiệp vụ, tính chuyên nghiệp trong cung cấp các dịch vụ. Thực tế cho thấy, số lượng nguồn nhân lực có thể đủ, tuy nhiên chất lượng chuyên môn nghiệp vụ lại quyết định chất lượng của tất cả các công đoạn của hoạt động du lịch từ quản lý nhà nước, nghiên cứu, đào tạo và hoạt động kinh doanh dịch vụ của các doanh nghiệp.

- Định hình phong cách, tận tụy, rèn luyện tính nhạy cảm trong cung cấp các dịch vụ du lịch. Quá trình cung cấp và chuyển giao dịch vụ trên đây là một quá trình rất nhạy cảm, khách du lịch dễ bị tổn thương do không thỏa mãn nhu cầu trong quá trình tiêu dùng, do vậy, nhân viên phục vụ ngoài các yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ cần rèn luyện tính nhạy cảm nghề nghiệp trong cung cấp các dịch vụ du lịch từ đó định hình cho mình phong cách tận tụy.

3.1.2.3. Hệ thống đào tạo và phát triển nhân lực du lịch

Theo thông kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, tính đến 31/12/2018, cả nước có 195 cơ sở đào tạo du lịch và tham gia đào tạo du lịch ở trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn, gồm: 65 trường đại học có các khoa du lịch; 55 trường cao đẳng (có 10 trường cao đẳng chuyên đào tạo du lịch); 71 trường trung cấp; và 04 trung tâm, lớp đào tạo nghề. Nhiều doanh nghiệp cũng đã chủ động tham gia vào quá trình đào tạo, có những cơ sở đào tạo đã có kinh nghiệm đào tạo phục vụ cho hệ thống các đơn vị của doanh nghiệp, hiện nay đã thực hiện đào tạo chung cho ngành.

3.2. Thực trạng về chính sách và hành lang pháp lý liên quan đến đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch

3.2.1. Chính sách về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch

Quan điểm về phát triển nhân lực du lịch cũng đã được thể hiện rất rõ trong các Nghị quyết của Đảng và Nhà nước. Để tăng cường phát triển du lịch, ngay từ những năm 80 của thế kỷ trước, nguồn nhân lực cũng đã được quan tâm tập trung phát triển để đáp ứng với tình hình phát triển du lịch.

Nghị quyết số 63-HĐBT ngày 11 tháng 4 năm 1987 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ), đã nêu thực trạng tình hình nguồn nhân lực du lịch với những hạn chế từ đó, Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ) đã chỉ đạo ngành Du lịch cần tập trung tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc để tập trung các điều kiện phát triển du lịch trong đó đối với nguồn nhân lực. Nghị quyết số 45/NQ-CP cũng đã xác định ngành Du lịch cần: "... Đổi mới công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ và nghiên cứu khoa học 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, cũng đã dành một nội dung quan trọng đối với việc phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nghị quyết đã xác định:

- 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 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.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, năm 2017, lãnh đạo Chính phủ đã tổ chức cuộc họp với các Bộ ngành liên quan, gồm các Bộ: Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Giáo dục và Đào tạo, Lao động - Thương binh và Xã hội, Hiệp hội du lịch Việt Nam và các đại học, trường đại học, cao đẳng có đào tạo du lịch trên cả nước để bàn về đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch. Lãnh đạo Chính phủ đã chỉ đạo quyết liệt tháo gỡ những khó khăn vướng mắc để tăng cường phát triển nguồn nhân lực du lịch thông qua. Theo đó, nhiều gút mắc đã được tháo gỡ, cụ thể như hoàn thiện ban hành các bộ tiêu chuẩn nghề du lịch quốc gia, xây dựng cơ chế đặc thù đối với đào tạo du lịch, hoàn thiện hệ thống mã ngành/ngành đào tạo lĩnh vực du lịch, việc sử dụng nhân lực và cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp du lịch trong việc đào tạo được coi như là cơ sở vật chất và nhân lực của cơ sở đào tạo của các nhà trường [23]. Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng đã có hướng dẫn cụ thể về vấn đề này thông qua Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/10/2017 về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch, quy định việc phối hợp chặt chẽ giữa cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực du lịch được triển khai thực hiện tại các cơ sở đào tạo. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã có Công văn số 786/LĐTBXH-TCGDNN ngày 02/3/2018 về việc tăng cường gắn kết giáo dục nghề nghiệp với doanh nghiệp.

3.2.2. Hành lang pháp lý liên quan đến đào tạo, phát triển nhân lực du lịch

Trong thực tế, hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch cũng như các lĩnh vực khác, chịu sự chi phối của nhiều văn bản pháp quy có liên quan đến hoạt động đào tạo: Luật Giáo dục, Luật giáo dục nghề nghiệp, Luật Giáo dục đại học và Luật sửa đổi một số điều của Luật Giáo dục đại học, Luật Việc làm, Luật Lao động... và các văn bản hướng dẫn thi hành các Bộ luật trên đây và đặc biệt là Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng chính phủ ban hành Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

Riêng đối với, lĩnh vực du lịch, trên cơ sở các quan điểm, chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước, nhiều quy định cụ thể liên quan đến đào tạo và phát triển nhân lực du lịch cũng được quy định cụ thể.

Luật Du lịch 2017 và các văn bản hướng dẫn thi hành đã có đề cập tới vấn đề đào tạo và phát triển nhân lực du lịch, và cũng đã được xác định là 1 trong 7 nội dung hoạt động được Nhà nước có chính sách khuyến khích, hỗ trợ (Khoản 4 Điều 4 Luật Du lịch). Điều này cho thấy, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được pháp điển hóa và được tập trung ưu tiên và được quy định trong luật.

Quyết định số 27/2018/QĐ-TTg ngày 6/7/2018 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Hệ thống các ngành kinh tế Việt Nam, đã quy định các lĩnh vực dịch vụ liên quan đến Du lịch, cụ thể như: Dịch vụ lưu trú và ăn uống, mã 55, 56 và dịch vụ lữ hành, mã 79.

Trên cơ sở đó, các Bộ ngành liên quan đến đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có căn cứ để ban hành danh mục các ngành nghề đào tạo cấp 4 đối với bậc học được giao quản lý. Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội đã ban hành Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 2/3/2017 ban hành Danh mục ngành nghề đào tạo cấp 4 trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng; và Thông tư số 06/2019/TT-BLĐTBXH ngày 28/1/2019 về việc Bổ sung danh mục ngành nghề đào tạo cấp 4 trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng ban hành kèm theo Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 2/3/2017 của Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội, theo đó, đã xác định 45 ngành nghề đào tạo, trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng các lĩnh vực du lịch.

Đối với đào tạo du lịch trình độ đại học, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành Danh mục mã ngành cấp 4 trình độ đại học và sau đại học tại các Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT và Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017. Theo đó, đối với lĩnh vực du lịch có 4 ngành bậc đại học, 2 ngành bậc thạc sĩ và 1 ngành bậc tiến sĩ.

Về các văn bản quy phạm pháp luật và liên quan, ngoài Luật Du lịch các văn bản hướng dẫn thi hành, năm 2018, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã phối hợp với Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội cập nhật, chỉnh sửa 4 bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề lĩnh vực Du lịch: Dịch vụ nhà hàng, Kỹ thuật chế biến món ăn, Hướng dẫn Du lịch, Quản trị lữ hành trên cơ sở Thông tư số 01/2014/TT-BVHTTDL. Triển khai thực hiện 02 Bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia ban hành năm 2017 (Lễ tân và Phục vụ Buồng), được sự hỗ trợ của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) và Tổng cục Giáo dục nghề nghiệp Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tổ chức xây dựng bộ công cụ đánh giá (ngân hàng câu hỏi) và tổ chức việc đánh giá thí điểm 02 nghề này tại Thành phố Huế. Năm 2019, bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề Quản trị Khách sạn cũng đang được chỉnh sửa để ban hành theo quy định mới.

Triển khai xây dựng và thẩm định 2 Bộ tài liệu bồi dưỡng Kỹ năng thực hành nghề phục vụ cho việc đào tạo, bồi dưỡng và cấp chứng chỉ kỹ năng thực hành nghề cho nhà giáo, đảm bảo chuẩn nhà giáo giáo dục nghề nghiệp giảng dạy 2 nghề Quản trị khách sạn và Quản trị lữ hành. Triển khai 12 bộ chuẩn đầu ra, khối lượng kiến thức tối thiểu người học đạt được sau khi tốt nghiệp trình độ trung cấp và cao đẳng cho 12 nghề (9 nghề lĩnh vực du lịch và 3 nghề lĩnh vực văn hóa nghệ thuật). Năm 2019, triển khai cập nhật, chỉnh sửa, xây dựng bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề Quản trị khách sạn.

Ngoài ra, cơ chế chính sách về gắn kết doanh nghiệp trong giáo dục nghề nghiệp đã được quy định trong Luật Giáo dục nghề nghiệp (Điều 51, Điều 52) và một số văn bản liên quan có quy định về chế độ khấu trừ, tính toán mức thuế vào phần chi phí doanh nghiệp tham gia và đã sử dụng cho hoạt động giáo dục, đào tạo nhân lực bậc giáo dục nghề nghiệp. Việc xây dựng và thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về giáo dục và đào tạo được cụ thể hóa thành quy chế tổ chức và hoạt động của cơ sở đào tạo du lịch và các tiêu chuẩn, quy định của ngành.

Bên cạnh đó, hệ thống tiêu chuẩn kỹ năng nghề ASEAN bao gồm 06 nghề đã được Bộ trưởng du lịch các nước ASEAN ký và cam kết thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau đối với lĩnh vực du lịch (MRA-TP). Hiện nay, Tổng cục Du lịch đã triển khai nhiều hoạt động hội thảo, hội nghị, nhằm nâng cao nhận thức của các bên liên quan trong việc thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau đối với lĩnh vực du lịch. Các Bộ ngành liên quan cũng đã có những hoạt động triển khai thực hiện.

3.3. Bàn luận về các đề đặt ra đối với chính sách và hành lang pháp lý liên quan đến đào tạo và phát triển nhân lực du lịch

Thứ nhất: Vấn đề thiếu cơ chế và nguồn lực

Chủ trương chính sách đã được quan tâm, được luật định. Tuy nhiên, những nội dung cụ thể còn thiếu, đặc biệt là thiếu những cơ chế cụ thể, khả thi, thiếu các nguồn lực về kinh tế, về con người, về nhận thức của các chủ thể liên quan để triển khai các chính sách đã được ban hành. Cụ thể, việc ưu tiên khuyến khích hoạt động đào tạo và phát triển nhân lực du lịch được quy định trong Luật Du lịch; cơ chế đặc thù đối với đào tạo nhân lực du lịch đã được triển khai thực hiện, tuy nhiên, hiện nay vẫn chưa có những quy định cụ thể về việc triển khai các chính sách đảm bảo hiệu

quả và bền vững. Thực trạng cho thấy, số lượng cơ sở đào tạo triển khai được các chính sách và cơ chế đặc thù chưa nhiều, hơn nữa, chưa có quy định cụ thể do vậy, việc triển khai vẫn đang trong hiện trạng thỏa thuận của các chủ thể liên quan.

Như vậy, vấn đề đặt ra là cần thiết phải căn cứ vào các chính sách đã được thống nhất ban hành, triển khai tập trung các nguồn lực; nghiên cứu các cơ chế để thực hiện các chính sách một cách hiệu quả và góp phần tăng cường đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Thứ hai: Vấn đề đồng bộ hóa hành lang pháp lý

Hệ thống hành lang pháp lý liên quan đến phát triển nguồn nhân lực du lịch trong đó có nguồn nhân lực du lịch đang trong quá trình hoàn thiện. Các bộ TCKNN theo hướng hội nhập chưa được ban hành đầy đủ theo quy định mới hướng tới hội nhập; các bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia đã được ban hành, tuy nhiên còn cần có các bộ công cụ để triển khai thực hiện hoạt động đánh giá và cấp chứng chỉ kỹ năng nghề quốc gia; việc đề xuất với Ban thư ký ASEAN trong việc công nhận tương đương các bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia được ban hành, đảm bảo dịch chuyển lao động được thực hiện theo đúng lộ trình.

Khung trình độ quốc gia đối với lĩnh vực du lịch chưa được thống nhất thực hiện, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã triển khai Khung trình độ quốc gia đối với một số ngành/ nghề trọng điểm, tuy nhiên, cần có thống nhất với các Bộ ngành liên quan để hoàn thiện và áp dụng trong thực tiễn.

Quy định về cơ chế phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch; quy định về việc công nhận các chuyên gia tham gia là giáo viên giảng dạy thực hành, cơ chế cụ thể về việc miễn giảm thuế đối với doanh nghiệp tham gia hoạt động đào tạo chưa được xây dựng cụ thể; chưa xây dựng cơ chế chính sách thu hút đội ngũ chuyên gia, quản lý các bộ phận của doanh nghiệp tham gia giảng dạy, còn thiếu cơ chế để doanh nghiệp có trách nhiệm tham gia trong quá trình đào tạo.

Thứ ba: Nhận thức của các chủ thể liên quan trong xã hội

Nhận thức về ngành nghề, nhận thức về nghề du lịch của người dân; nhận thức về sự cân đối trong phát triển về quy mô, số lượng; cân đối về cơ cấu ngành nghề, cấp độ đào tạo (nhân lực quản trị cấp cao, nhân lực trực tiếp); cơ cấu vùng miền, cơ cấu loại hình du lịch; cơ cấu chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ của các cơ quan quản lý; nhận thức về trách nhiệm của các chủ thể liên quan trong việc phối hợp đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch... các nội dung trên cần được quan tâm tuyên truyền, nâng cao và tạo sự chuyên biến mang tính tích cực hơn.

Công tác phối hợp giữa các chủ thể trong xã hội về phát triển nguồn nhân lực du lịch cũng đã có những chuyển biến tích cực, tuy nhiên, việc triển khai cụ thể còn có những bất cập nhất định, còn thiếu đồng bộ giữa các cấp, các ngành, vấn đề đặt ra là cần có sự tham gia với tinh thần trách nhiệm cao nhất của các Bộ ngành, địa phương, doanh nghiệp là rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

4. KẾT LUẬN

Như trên đã đề cập, thời gian qua, ngành Du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển đáng kể, trong đó, nguồn nhân lực du lịch cũng đã được quan tâm thông qua nhiều chính sách của Đảng và Nhà nước. Đồng thời, hành lang pháp lý cũng đang được quan tâm hoàn thiện. Nguồn nhân lực du lịch từng bước đáp ứng yêu cầu của thực tiễn phát triển ngành. Tuy nhiên, trong thực tế, vẫn còn những vấn đề cần quan tâm rà soát và hoàn thiện để tăng cường chất lượng nguồn nhân lực, góp phần cho phát triển Ngành trong bối cảnh hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baun Tom (1994), *National tourism policy implementing the human resource dimension*, Tourism Management, Vol. 15, No. 4, pp 259-266.
2. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
3. Bộ Chính trị (1994), *Chỉ thị số 46/CT-BCT về phát triển du lịch trong tình hình mới*.
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*.
5. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 Ban hành danh mục đào tạo cấp IV trình độ đại học*.
6. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 Ban hành danh mục đào tạo cấp IV trình độ thạc sĩ, tiến sĩ*.

7. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/10/2017 về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch.*
8. Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội (2017), *Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 2/3/2017 Ban hành Danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng.*
9. Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội (2019), *Thông tư số 06/2019/TT-BLĐTBXH ngày 28/2/2019 Bổ sung Danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng theo Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 2/3/2017 Ban hành Danh mục ngành, nghề đào tạo cấp IV trình độ trung cấp, trình độ cao đẳng.*
10. Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội (2018), *Công văn số 786/LĐTBXH-TCGDNN ngày 02/3/2018 về việc tăng cường gắn kết giáo dục nghề nghiệp với doanh nghiệp.*
11. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch giai đoạn 2011-2020.*
12. Chính phủ (1993), *Nghị quyết số 45/CP ngày 22 tháng 6 năm 1993 của Chính phủ về đổi mới phát triển du lịch.*
13. Jenkins C. L. (1980), *Tourism policies in developing countries: A critique, International Journal of Tourism Management*, Vol. 1, No. 1, pp. 23-9.
14. Lưu Đức Kế (2016), *Thực trạng và các giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam*, <http://vitea.vn/thuc-trang-va-cac-giai-phap-phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam/> (truy cập tháng 11/2019)
15. Hội đồng Bộ trưởng (1987), *Nghị quyết số 63-HĐBT về việc đẩy mạnh hoạt động du lịch và chấn chỉnh tổ chức quản lý công tác du lịch.*
16. Nguyễn Văn Lưu (2015), *Đào tạo, dạy nghề du lịch: Tư du toàn cầu và hành động địa phương*, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế, Toàn cầu hóa và Địa phương hóa du lịch, pp 596-604
17. Vũ Đức Minh và Dương Hồng Hạnh (2015), *Đào tạo và phát triển nhân lực ngành du lịch đến năm 2020*, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế, Toàn cầu hóa và Địa phương hóa du lịch, pp 605-614.
18. Peter Dieke U.C. (1991), *Policies for Tourism Development in Kenya*, *Annal of Tourism Research*, vol. 18, pp. 269-294
19. Thủ tướng Chính phủ (2016), *Khung trình độ quốc gia Việt Nam.*
20. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.*
21. Lê Văn Thông (2018), *Đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN*, <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/dao-cao-nguon-nhan-luc-nganh-du-lich-dap-ung-yeu-cau-hoi-nhap-cong-dong-kinh-te-asean-57162.htm> (truy cập tháng 11/2019)
22. Lê Anh Tuấn (2019), *Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch, Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, NXB Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh, pp 3-19.
23. Văn phòng Chính phủ (2017), *Thông báo số 469/TB-VPCP ngày 16 tháng 10 năm 2017 của Văn phòng Chính phủ*, Thông báo kết luận của Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam tại buổi làm việc với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về đào tạo nhân lực du lịch.
24. vietnamtourism.gov.vn (truy cập tháng 10/2019)
25. thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/xa-hoi/2018-12-06/tim-giai-phap-dua-nganh-du-lich-viet-nam-len-tam-cao-moi-65157.aspx(truy cập 10/2019)

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

*PGS, TS. Lê Thị Thu Thủy, TS. Nguyễn Hồng Quân
Trưởng Đại học Ngoại thương*

TÓM TẮT

Để đạt được mục tiêu trở thành điểm đến hấp dẫn trong khu vực và trên thế giới đến năm 2020, đòi hỏi ngành du lịch Việt Nam phải có sự đầu tư đồng bộ về cơ sở vật chất, sản phẩm và chất lượng dịch vụ. Trong đó, chất lượng nhân lực phục vụ trong ngành du lịch là một yếu tố then chốt, cần phải được nâng cao hơn nữa, bởi phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là điều kiện cần thiết để du lịch Việt Nam thu hẹp khoảng cách với du lịch của các quốc gia phát triển trên thế giới và trong khu vực. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nguồn nhân lực quản trị khách sạn hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển cả về chất lượng và số lượng. Do đó, công tác đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành quản trị khách sạn là vấn đề mang tính cấp thiết đối với sự phát triển du lịch của Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Đào tạo, nhân lực chất lượng cao, quản trị khách sạn, ngành du lịch.

1. KINH DOANH KHÁCH SẠN VÀ VAI TRÒ CỦA NGUỒN NHÂN LỰC QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN

Kinh doanh khách sạn được hiểu là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng để mang về doanh thu và lợi nhuận. Kinh doanh khách sạn là một ngành dịch vụ với một số đặc điểm cơ bản như sau:

- Sản phẩm của kinh doanh khách sạn chủ yếu là sản phẩm dịch vụ, sản phẩm dưới dạng phi vật chất, vô hình và một số bộ phận sản phẩm vật chất mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn. Sản phẩm của khách sạn không thể lưu kho, vì thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng trùng hợp về không gian và thời gian. Vì vậy chất lượng sản phẩm dịch vụ của khách sạn được thể hiện sau khi khách tiêu dùng, mà mỗi người khách có tâm lý khác nhau, có nhu cầu khác nhau, nên có cảm nhận ra các sản phẩm dịch vụ khách sạn cũng không giống nhau.

- Khách hàng chủ yếu của khách sạn thường là khách du lịch vì vậy sản phẩm của khách sạn có tính cao cấp. Vì khách đến khách sạn là du lịch, có khả năng thanh toán và chi trả cao hơn mức chi dùng thường xuyên. Đặc điểm này đòi hỏi khách sạn một mặt phải đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của khách ngày càng cao. Với sự phát triển của du lịch quốc tế trong thị trường toàn cầu hiện nay, sản phẩm khách sạn cũng mang tính quốc tế cao.

- Sử dụng nhiều lao động trực tiếp: Sản phẩm của ngành kinh doanh khách sạn là dịch vụ hay mang tính chất phục vụ. Do đó, hoạt động kinh doanh khách sạn cần sử dụng nhiều lao động trực tiếp.

- Hoạt động mang tính thời vụ: Hoạt động kinh doanh khách sạn gắn chặt với hoạt động du lịch. Mà hoạt động du lịch lại mang tính thời vụ. Do đó, hoạt động kinh doanh khách sạn cũng mang tính thời vụ, và thường được chia làm 2 mùa: cao điểm và thấp điểm. Nhìn chung, mùa cao điểm thường trùng với mùa du lịch.

Trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ như kinh doanh khách sạn, yếu tố con người là quan trọng nhất. Doanh nghiệp sẽ cần một đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, thái độ phục vụ nhiệt tình và kỹ năng xử lý tình huống tốt. Chính vì vậy, nguồn nhân lực làm việc trong khách sạn, đặc biệt là nhân lực quản lý giữ vai trò hết sức quan trọng đối với sự thành công của một khách sạn.

Nghề Quản trị khách sạn bao gồm các nhiệm vụ chính của người quản lý khách sạn tập trung vào phát triển năng lực (kỹ năng, kiến thức và thái độ/hành vi) để có thể điều hành một cách hiệu quả và chuyên nghiệp về công tác tổ chức, vận hành, quản lý các hoạt động trong khách sạn; từ việc lên kế hoạch kinh doanh, triển khai - giám sát các hoạt động trong khách sạn, quản trị chất lượng dịch vụ - tài chính - nhân sự cho đến quản trị rủi ro... Quản trị khách sạn bao gồm các hoạt động như quản lý hệ thống phòng, quản lý nhân viên, quản lý cơ sở vật chất - trang thiết bị khách sạn, quản lý khách hàng - giao tiếp với khách hàng, chuẩn bị sự kiện, giải quyết rủi ro, hoạch định chiến lược mục tiêu - kế hoạch kinh doanh của khách sạn trong ngắn hạn và dài hạn... Công việc

trong vị trí quản lý khách sạn rất đa dạng, yêu cầu người quản lý phải có khả năng đảm nhận và linh hoạt. Người quản lý khách sạn chịu trách nhiệm quản lý hoạt động thường nhật của khách sạn và nhân viên. Họ có trách nhiệm giải trình các hoạt động kinh doanh liên quan đến việc lập ngân sách và quản lý tài chính, xây dựng kế hoạch, tổ chức và chỉ đạo tất cả các dịch vụ khách sạn, bao gồm cả bộ phận tiền sảnh (lễ tân, thông tin và hỗ trợ hành lý, đặt giữ buồng), phục vụ nhà hàng và phục vụ buồng.

Với những đặc điểm của lĩnh vực hoạt động, đòi hỏi nguồn lực quản trị khách sạn phải có những phẩm chất và kỹ năng phù hợp như Kỹ năng tổ chức công việc và đàm phán tốt; Kỹ năng thuyết trình, giải thích vấn đề thấu đáo, rành mạch; Có tính cách hướng ngoại; Tự tin, năng động, giao tiếp tốt, nhiệt tình và nhạy bén; Chịu được sức ép của công việc; Có vốn hiểu biết về văn hóa-xã hội sâu rộng; Khả năng ngoại ngữ tốt. Để có được nguồn nhân lực với các phẩm chất và kỹ năng cần thiết, vai trò của các cơ sở đào tạo là hết sức quan trọng để có thể cung cấp được nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của các cơ sở kinh doanh khách sạn, lưu trú.

2. NHU CẦU NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM

“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” được Chính phủ phê duyệt năm 2011 đã xác định mục tiêu tổng quát của ngành du lịch là đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Phần đầu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển. Mục tiêu đến năm 2020, Việt Nam sẽ đón 10 - 10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 47 - 48 triệu lượt khách du lịch nội địa.

Qua số liệu thống kê cho thấy trong những năm qua lượng khách du lịch cả nội địa và quốc tế đến Việt Nam không ngừng tăng lên và vượt cả mục tiêu dự kiến. Năm 2018, Du lịch Việt Nam đón khoảng 15,5 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ trên 80 triệu lượt khách nội địa với tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 620.000 tỷ đồng. Các địa phương là trung tâm du lịch lớn của cả nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Đà Nẵng... có tốc độ tăng trưởng mạnh; số lượng buồng phòng khách sạn 4-5 sao tăng nhanh. Đặc biệt, năm 2018, Du lịch Việt Nam nhận được nhiều giải thưởng uy tín trên thế giới, trong đó Việt Nam được trao tặng giải thưởng Điểm đến du lịch hàng đầu châu Á tại Lễ trao Giải thưởng Du lịch Thế giới - World Travel Awards (WTA).

Bảng 1: Khách du lịch quốc tế và nội địa giai đoạn 2013-2018

Năm	Khách nội địa		Khách quốc tế	
	Số lượng (triệu lượt khách)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Số lượng (triệu lượt khách)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2013	35,00	-	7,57	-
2014	38,05	10,0	7,87	4,0
2015	57,00	48,0	7,94	0,9
2016	62,00	8,8	10,01	26,01
2017	73,20	18,1	12,92	29,07
2018	80,00	9,3	15,49	19,89

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Có thể thấy sự phát triển của ngành du lịch cũng như xu thế hội nhập toàn cầu tại Việt Nam đã mở rộng cánh cửa để phát triển của ngành Quản trị khách sạn. Bên cạnh sự gia tăng số lượng khách du lịch bản địa và nước ngoài, thì số lượng các công ty đa quốc gia, các tập đoàn kinh tế đến Việt Nam tìm kiếm cơ hội hợp tác, đầu tư cũng ngày càng nhiều, dẫn đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ lưu trú tại khách sạn, resort... tăng lên. Trên cả nước, nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp liên tục được mở ra tại Quảng Ninh, Đà Nẵng, Nha Trang, Vũng Tàu, Phú Quốc... Dự kiến đến năm 2020, Việt Nam sẽ đón từ 18 đến 20 triệu khách du lịch nước ngoài và 82 triệu khách nội địa mỗi năm. Nhờ số lượng khách du lịch tăng, ngày càng nhiều khách sạn và khu nghỉ dưỡng xây dựng ở Việt Nam. Theo thống kê, số lượng khách sạn dự kiến vào tháng 12 năm 2020, sẽ đạt 26.800 với 532.000 phòng, tăng 10% mỗi năm. Sự tăng trưởng đáng kể này gắn liền với tiềm năng lớn về cơ hội việc làm trong ngành Quản trị khách sạn.

Với tiềm năng phát triển mạnh như vậy nhưng thực tế ngành du lịch nói chung và ngành quản trị khách sạn nói riêng đang thực sự thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao. Hiện nay mới có trên 1,3 triệu lao động trực tiếp, trong đó 42% được đào tạo về du lịch, 38% đào tạo từ các ngành khác và 20% chưa qua đào tạo chính quy. Còn theo Tổng cục Du lịch, với tốc độ tăng trưởng hiện nay, mỗi năm ngành du lịch cần thêm 40.000 lao động nhưng các cơ sở đào tạo chỉ đáp ứng được khoảng 15.000 người, trong đó 12% đến 15% có trình độ đại học, cao đẳng. Điều đó cho thấy sự thiếu hụt trầm trọng nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực đầy hứa hẹn này. Quản trị khách sạn được đánh giá là lĩnh vực có nhu cầu tuyển dụng ngày càng tăng, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam phát triển mạnh về du lịch.

Tại Việt Nam, hiện nay có rất nhiều trường đại học có đào tạo ngành quản trị khách sạn, tiêu biểu như: Đại học Khoa học, Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội (Chuyên ngành *Quản trị khách sạn*); Viện Đại học Mở Hà Nội (Ngành *Quản trị kinh doanh chuyên ngành Quản trị Du lịch - Khách sạn*); Đại học Kinh tế Quốc dân (Khoa *Du lịch và Khách sạn*, chuyên ngành *Quản trị khách sạn*); Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh (Ngành *Quản trị khách sạn*, chuyên ngành: *Quản trị khách sạn*); Đại học Thương mại (Khoa *Khách sạn*, chuyên ngành *Quản trị khách sạn*); Đại học Khoa học, Xã hội và Nhân văn Tp. Hồ Chí Minh (Chuyên ngành *Quản trị Nhà hàng - Khách sạn - Resort*); Đại học Ngoại ngữ - Tin học Tp. Hồ Chí Minh, (Chuyên ngành *Quản trị khách sạn*, *Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành*); Trường Đại học Tài chính - Marketing (Ngành *Quản trị khách sạn*, chuyên ngành *Quản trị khách sạn*); Đại học Tôn Đức Thắng (Ngành *Quản trị kinh doanh - Chuyên ngành quản trị nhà hàng - khách sạn*). Ngoài ra còn có một số các trường khác như *Đại học Phương Đông*, *Đại học Đông Đô*, *Đại học Hùng Vương*, *Đại học Văn Hiến*, *Đại học Duy Tân*,... cũng đào tạo các ngành, chuyên ngành có liên quan đến du lịch, khách sạn. Các chương trình đào tạo ngành quản trị Khách sạn về cơ bản nhằm giúp người học nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội và quản trị kinh doanh; cũng như các kỹ năng chuyên sâu về quản trị khách sạn, nhà hàng và các khu nghỉ dưỡng; có khả năng hoạch định chính sách, chiến lược kế hoạch kinh doanh của khách sạn; khả năng quản lý và tổ chức các hoạt động kinh doanh du lịch và tạo lập doanh nghiệp mới trong lĩnh vực này.

Tuy nhiên, trước yêu cầu ngày càng tăng cả về số lượng và chất lượng nhân lực quản trị khách sạn, các cơ sở đào tạo cần tăng cường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao thì mới có thể đáp ứng nhu cầu của ngành dịch vụ này. Thực tế hiện nay, các sinh viên tốt nghiệp quản trị khách sạn chỉ cần có một chút khác biệt về khả năng ngoại ngữ, kinh nghiệm làm việc, đã có thể dễ dàng tìm được những công việc tốt với mức lương cao. Vì vậy, trong chương trình đào tạo bên cạnh tập trung đào tạo về chuyên môn công việc, Kiến thức tổng hợp về văn hóa các nước, ẩm thực, dịch vụ lưu trú đa dạng, dịch vụ ăn uống và vui chơi giải trí; Nghiệp vụ và thực hành về nghiệp vụ lễ tân, nhà hàng, buồng phòng, nghiệp vụ thanh toán, kế toán, giám sát khách sạn và quản lý cơ vật chất trong khách sạn; những môn học chuyên sâu về quản lý, lãnh đạo; việc tăng cường đào tạo các kỹ năng mềm và ngoại ngữ như kỹ năng giao tiếp, ứng xử với khách lưu trú, khách du lịch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng xử lý tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện công việc, kỹ năng tổ chức sự kiện, ứng dụng công nghệ vào quản trị du lịch, tiếng Anh giao tiếp và tiếng Anh chuyên ngành chuyên sâu về nhà hàng - khách sạn sẽ giải quyết được các yêu cầu đặt ra đối với nguồn nhân lực đang có nhu cầu này.

3. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT ĐỐI VỚI CÁC CƠ SỞ ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM

Những tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và sự tăng trưởng mạnh mẽ của du lịch đang mở ra nhiều cơ hội và cả thách thức đối với ngành khách sạn Việt Nam, đòi hỏi những đổi mới trong mô hình, cách thức quản lý để ngày càng nâng cao chất lượng dịch vụ, thu hút khách du lịch. Trước các yêu cầu của thực tiễn, các cơ sở đào tạo đại học về quản trị khách sạn cũng cần có những cập nhật, đổi mới trong chương trình và phương thức đào tạo để có thể đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực này. Các cơ sở đào tạo cần tập trung vào một số giải pháp sau:

- Tăng cường liên kết, hợp tác quốc tế về đào tạo trong lĩnh vực du lịch, khách sạn, đặc biệt là các đối tác tại các quốc gia các nước phát triển có uy tín và kinh nghiệm trong đào tạo quản trị khách sạn, du lịch để học hỏi, khai thác thế mạnh của của đối tác trong xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo ngành Quản trị khách sạn hướng đến chuẩn Quốc tế.

- Tăng cường gắn kết giữa nhà trường với doanh nghiệp và các tổ chức, hiệp hội ngành nghề du lịch, khách sạn trong nước và quốc tế: Việc gắn kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp du lịch, khách sạn 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.

- Thiết kế chương trình đào tạo về quản trị khách sạn có thể đáp ứng Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam - tiêu chuẩn VTOS trong đó xác định rõ các kỹ năng, kiến thức và thái độ cần thiết đối với các công việc cụ thể trong ngành quản trị khách sạn.

- Xác định tỷ lệ hợp lý giữa giờ lý thuyết và thực hành nhằm đảm bảo cung cấp cung cấp cho người học những kiến thức cần thiết đồng thời rèn luyện các kỹ năng thực hành thực tế cho công việc đáp ứng nhu cầu tuyển dụng thực tế. Tăng cường cho sinh viên tham quan, tìm hiểu môi trường làm việc chuyên nghiệp của các cơ sở kinh doanh lưu trú; Thực tập tại các cơ sở kinh doanh lưu trú dưới sự hướng dẫn của nhà trường và các cơ sở kinh doanh khách sạn; Tổ chức thực hành các kỹ năng quản lý qua các mô hình mô phỏng doanh nghiệp khách sạn.

- Khai thác, ứng dụng các phần mềm quản lý doanh nghiệp khách sạn trong quá trình giảng dạy cho sinh viên. Trong quản lý và vận hành khách sạn, các ứng dụng kỹ thuật số, công nghệ sinh học sẽ giúp khách sạn thay đổi trong khâu quản lý dữ liệu, quản trị khách sạn thông qua các công cụ trực tuyến và số hóa và mang đến chất lượng dịch vụ tốt nhất... Để có thể ứng dụng những công nghệ mới của cuộc cách mạng 4.0 vào ngành khách sạn tại Việt Nam cần thời gian và cả quá trình chuẩn bị. Tuy nhiên, ngay trong quá trình đào tạo, các trường đại học cần cho sinh viên tiếp cận đến các công nghệ mới này.

- Chú trọng đào tạo rèn luyện cho sinh viên những kỹ năng mềm cần thiết, ngoại ngữ và thái độ đối với khách hàng để đáp ứng yêu cầu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, có khả năng thích nghi trong môi trường làm việc quốc tế.

Nguồn lực con người là yếu tố quyết định mọi hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt là trong lĩnh vực dịch vụ. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực quản trị khách sạn của Việt Nam cũng không nằm ngoài yếu tố đó. Trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành khách sạn Việt Nam gặp những thách thức không nhỏ về nhân lực cả về số lượng và chất lượng. Các trường đại học có vai trò quan trọng trong việc đào tạo đáp ứng nhu cầu của lĩnh vực ngành nghề nhiều triển vọng này. Đào tạo nhân lực quản trị khách sạn đòi hỏi phải có sự cập nhật thường xuyên về kiến thức và công nghệ, đồng thời phải có sự gắn kết chặt chẽ giữa lý luận và thực tiễn, sự đầu tư vào chương trình và tổ chức giảng dạy. Ngành du lịch và khách sạn Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh, việc đào tạo nguồn nhân lực với các chương trình đào tạo chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn nghề nghiệp quốc tế sẽ giúp nguồn nhân lực ngành khách sạn du lịch của Việt Nam tạo nên thế mạnh cạnh tranh đối với nguồn nhân lực gia nhập từ các nước phát triển khác vào thị trường lao động Việt Nam và nắm bắt cơ hội việc làm, góp phần không nhỏ vào việc thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đổi mới quản lý và kinh doanh khách sạn trong cách mạng công nghiệp 4.0, Báo nhân dân ngày 12/06/2018;
2. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 ban hành theo Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30 tháng 12 năm 2011 Thủ tướng Chính phủ;
3. Nghị quyết số 92/NQ-CP của Chính phủ Về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới, ngày 08/12/2014 của Thủ tướng chính phủ;
4. Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011-2020 theo quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL;
5. Ban thư ký ASEAN “Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch” truy cập điện tử: <http://vietnamtourism.gov.vn/dmdocuments/SachHDMRA.pdf>;
6. Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (VTOS) về Quản trị khách sạn: <http://vtos.esrt.vn>.
7. Trang Web Tổng cục du lịch Việt Nam: <http://vietnamtourism.gov.vn/>

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*PGS, TS. Nguyễn Thị Nguyên Hồng
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ đến thị trường lao động và nguồn nhân lực du lịch, tạo những cơ hội và đặt ra những thách thức, yêu cầu nhân lực du lịch có trình độ cao, thúc đẩy cạnh tranh nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao giữa các quốc gia. Đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải đổi mới nội dung, chương trình đào tạo theo hướng tiếp cận thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Đào tạo nhân lực trình độ đại học theo cơ chế đặc thù giai đoạn 2017-2020 là chủ trương phù hợp, đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. Bài viết tập trung nghiên cứu thực trạng của hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học, chỉ ra những khó khăn vướng mắc trong quá trình thực hiện, từ đó đề xuất một số ý kiến trao đổi nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học.

Từ khóa: Cơ chế đặc thù, đào tạo, nguồn nhân lực du lịch, trình độ đại học

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động mạnh mẽ đến tất cả các khía cạnh trong nền kinh tế, thay đổi mô hình hoạt động của các công ty trong hầu hết các lĩnh vực. ngành du lịch vừa được hưởng lợi, đồng thời cũng phải đối mặt với áp lực lớn bởi sự cạnh tranh của các quốc gia đi trước và đạt được nhiều thành tựu cả về nghiên cứu chuyên sâu cũng như hoạt động thực tiễn.

Thị trường du lịch toàn cầu đang vận động theo xu hướng kinh doanh du lịch trực tuyến. Theo công ty nghiên cứu thị trường Nielsen, doanh số du lịch trực tuyến trên thế giới năm 2016 tăng 13,8 và đạt giá trị khoảng 565 tỷ USD, trong đó thị trường châu Á - Thái Bình Dương vươn lên dẫn đầu thế giới về du lịch trực tuyến từ năm 2017. Tại khu vực Đông Nam Á, Google dự đoán giá trị của du lịch trực tuyến sẽ tăng từ 22 tỷ USD năm 2015 lên 90 tỷ USD vào năm 2025. Theo tập đoàn nghiên cứu thị trường Euromonitor International, doanh thu bán hàng du lịch trực tuyến tại Việt Nam sẽ duy trì mức độ tăng trưởng 12% trong giai đoạn 2015 - 2020, tỷ lệ truy cập internet ở Việt Nam tiếp tục tăng. Theo Hiệp hội Internet Việt Nam thì hiện có 64 triệu người dùng internet, đạt mức số lượng người dùng internet đứng thứ 6 châu Á và thứ 12 trên thế giới. Trong đó có tới 78% thường xuyên sử dụng internet hàng ngày. Điều này đang thúc đẩy các công ty du lịch, các cơ sở lưu trú sử dụng các công cụ trực tuyến nhằm nâng cao thương hiệu và tăng doanh thu. Theo đó, yêu cầu đối với kỹ năng của nhân lực du lịch cũng thay đổi với tốc độ nhanh.

Du lịch Việt Nam có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế. Năm 2018, Việt Nam đón 15,6 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2,7 triệu lượt khách so với năm 2017 và 80 triệu lượt khách nội địa, tăng hơn 6,8 triệu lượt khách so với cùng kỳ. Tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 620.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 7,5% vào GDP của Việt Nam.

Ngành Du lịch xác định ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) chính là một trong những hành động đột phá để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu đề ra. Các giải pháp ứng dụng CNTT cũng chính là công cụ hữu hiệu để phục vụ 4 đối tượng chính trong lĩnh vực du lịch, đó là: khách du lịch, điểm đến, doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước.

Trong bối cảnh đó, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 04/5/2017 về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và giảm thiểu những tác động tiêu cực của làn sóng này ở Việt Nam, trong đó nêu rõ du lịch là một trong những ngành kinh tế được ưu tiên xây dựng chiến lược chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin nhằm thúc đẩy du lịch thông minh ở Việt Nam. Đây là định hướng chính sách quan trọng cho ngành du lịch hướng tới các mục tiêu do Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành nền kinh tế mũi nhọn đã đặt ra. Theo đó, tới năm 2020 Việt Nam sẽ thu hút được từ 17 đến 20 triệu lượt khách quốc tế (so với 10 triệu năm 2016), phục vụ 82 triệu lượt khách nội địa (so với 62 triệu năm 2016), đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD và tạo ra khoảng 4 triệu việc làm gồm 1,6

triệu việc làm trực tiếp. Thu hút được 17-20 triệu lượt khách quốc tế, 82 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD.

Để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực là một trong những giải pháp cốt lõi. Hoàn thiện chương trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo hướng tăng cường giờ học tập tại doanh nghiệp, hợp tác đào tạo giữa nhà trường với doanh nghiệp, chuyển dịch chương trình đào tạo đại trà định hướng chương trình đào tạo theo cơ chế đặc thù là xu hướng phù hợp. Hướng tới cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng một cách thuận lợi nhất, chi phí thấp nhất chính là biểu hiện rõ rệt nhất của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

2. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO THEO CƠ CHẾ ĐẶC THÙ TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC CHUYÊN NGÀNH DU LỊCH

2.1. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đối với thị trường lao động và nguồn nhân lực du lịch

Khái niệm Công nghiệp 4.0 hay nhà máy thông minh lần đầu tiên được đưa ra tại Hội chợ công nghiệp Hannover tại Cộng hòa Liên bang Đức vào năm 2011. Năm 2013, một từ khóa mới là "Công nghiệp 4.0" (Industrie 4.0) bắt đầu nổi lên xuất phát từ một báo cáo của chính phủ Đức đề cập đến cụm từ này nhằm nói tới chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa ngành sản xuất mà không cần sự tham gia của con người. Tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) lần thứ 46 tại thành phố Davos-Klosters của Thụy Sĩ, với chủ đề "Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4", Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới đã đưa ra một định nghĩa mới, mở rộng hơn khái niệm Công nghiệp 4.0 của Đức.

Đặc trưng của cách mạng công nghiệp 4.0 là việc sử dụng hợp nhất cả phần cứng, người máy và khả năng tính toán lớn để mở rộng công nghệ thông tin vượt qua cả phần mềm, với sự giao thoa của công nghệ tiên tiến như điện toán đám mây (cloud computing), Internet vạn vật (IoT-Internet of things), trí tuệ nhân tạo (AI-Artificial Intelligence), thực tế ảo (AR/VR - Augmented Reality/Virtual Reality), khai thác dữ liệu lớn (Big Data), công nghệ di động không dây (wifi), công nghệ tin học lượng tử (quantum information technology), công nghệ nano (nanotechnology),... Các công nghệ này có tính liên ngành sâu rộng, thành tựu công nghệ của ngành này có thể áp dụng rộng rãi trong ngành khác.

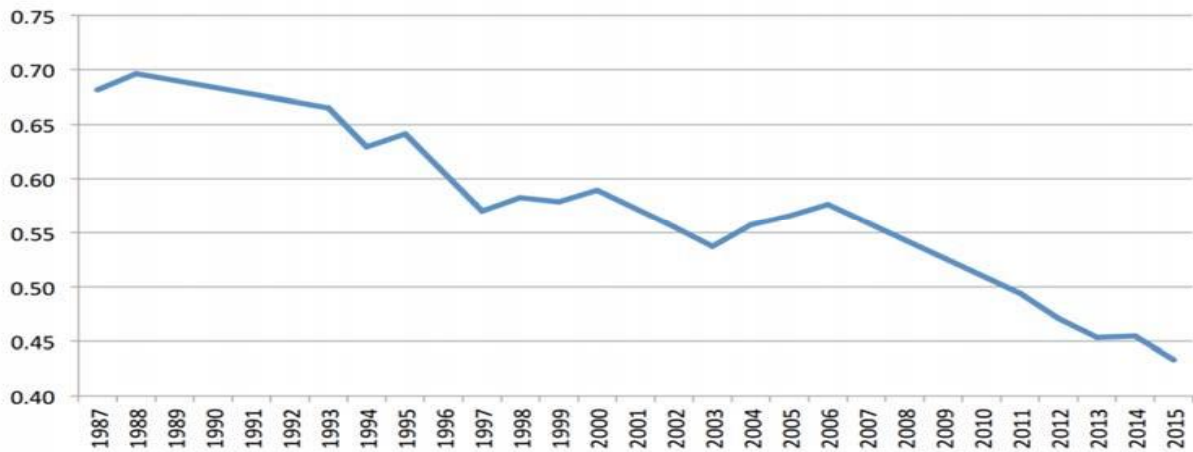
Như vậy, với đặc trưng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, sự tác động của nó tới ngành du lịch chủ yếu xảy ra ở Internet vạn vật (IoT-Internet of things), công nghệ di động không dây (wifi), và trí tuệ nhân tạo (AI-Artificial Intelligence). Đòi hỏi ngành du lịch phải chuẩn bị những bước đi thích hợp để đón đầu tạo sự phát triển bền vững.

Tác động đến thị trường lao động

Cách mạng công nghiệp 4.0 làm thay đổi mạnh phương thức sản xuất và phương pháp quản trị các "nhà máy thông minh", "công sở và thành phố thông minh" được kết nối internet, liên kết với nhau thành một hệ thống thay vì các dây chuyền sản xuất và phương pháp quản trị hành chính trước đây. Cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra kỷ nguyên mới của sự lựa chọn các phương án đầu tư kinh doanh, tối ưu hóa sử dụng các nguồn lực, thúc đẩy năng suất lao động và hiệu quả, tạo bước đột phá về tốc độ phát triển. Công nghệ tự động hóa có tác động đến các công việc văn phòng, bán hàng, dịch vụ khách hàng điều khiển các phương tiện giao thông và các ngành hỗ trợ khi rô-bốt tự động hóa và trợ lý ảo trở nên phổ biến. Những truy vấn khách hàng trong kinh doanh sẽ được trả lời bằng rô-bốt tự vấn. Tất cả những dịch vụ trên đây sẽ tiết giảm đáng kể chi phí giao dịch. Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra những yêu cầu mới về kiến thức, kỹ năng và tâm thế của người lao động.

Bên cạnh những tác động tích cực trên, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra nhiều thách thức, đặc biệt làm thay đổi mạnh mẽ cơ cấu lao động và thị trường lao động.

Các hệ thống tự động hóa sẽ thay thế dần lao động thủ công trong toàn bộ nền kinh tế, sự chuyển dịch từ nhân công sang máy móc sẽ gia tăng sự chênh lệch giữa lợi nhuận trên vốn và lợi nhuận với sức lao động, điều này tác động đến thu nhập của lao động giản đơn và gia tăng thất nghiệp. Các doanh nghiệp áp dụng loại hình công nghệ có cường độ sử dụng vốn đầu tư cao thay thế cho công nghệ có cường độ sử dụng sức lao động cao.



Hình 1: Giá trị đóng góp bằng sức lao động của con người

Nguồn: Jeffrey D. Sachs Columbia University, 2017

Tỷ trọng lao động chất lượng cao gia tăng, làm phát sinh một thị trường việc làm ngày càng tách biệt thành các phân đoạn: thị trường kỹ năng cao, thị trường kỹ năng thấp và dẫn đến gia tăng sự phân hóa, hoặc tạo ra nhu cầu việc làm hoàn toàn mới so với trước đây mà cần có sự chủ động chuẩn bị và chính sách điều tiết thích hợp.

Thách thức đối với nguồn nhân lực du lịch

Cách mạng công nghiệp 4.0 yêu cầu nhân lực có trình độ cao. Những nhân lực trình độ thấp dần dần được thay thế bởi máy móc, tự động hóa. Phát triển thị trường lao động có tổ chức, chất lượng cao trở thành đòi hỏi cấp thiết và là công cụ đắc lực để hỗ trợ và phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch. Khi tự động hóa thay thế con người trong toàn bộ nền kinh tế, người lao động sẽ bị dư thừa và phân hóa cao. Tự động hóa ảnh hưởng đến công việc văn phòng, bán hàng, dịch vụ khách hàng, và ngành hỗ trợ. Tự động hóa, báo cáo tự động và trợ lý ảo sẽ trở nên phổ biến. “Robot tư vấn” trong du lịch là điện thoại, máy tính bảng,... Như vậy, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trở thành yếu tố quyết định thành công trong các hoạt động kinh doanh, dịch vụ du lịch.

Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ làm thay đổi mạnh mẽ kỹ năng quản trị, kinh doanh, làm giảm giá thành và tăng chất lượng các dịch vụ du lịch, là động lực to lớn để kích cầu du lịch, đồng thời cũng đẩy một bộ phận nhân viên văn phòng, lao động giản đơn và những người không thích ứng với công nghệ mới ra khỏi ngành du lịch. Công nghiệp 4.0 vừa là cơ hội và cũng là thách thức đối với ngành du lịch.

Bên cạnh đó, cạnh tranh nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao giữa các nước ASEAN ngày càng cao. Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch (Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals - MRA-TP) giữa các nước thành viên ASEAN tạo ra sự dịch chuyển về nhân lực du lịch chất lượng cao giữa các nước, là động lực quan trọng trong việc nâng cao các tiêu chuẩn của ngành du lịch và trình độ nhân lực. MRA-TP tác động đến tất cả đối tượng liên quan trong ngành du lịch, bao gồm cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, cơ sở đào tạo du lịch, đặc biệt là người lao động trực tiếp và gián tiếp.

2.2. Tình hình đào tạo nguồn nhân lực du lịch và yêu cầu đối với chương trình đào tạo trình độ đại học

Trong những năm qua, hệ thống giáo dục đào tạo của Việt Nam đã tạo ra một đội ngũ lao động chất lượng cao tham gia vào thị trường lao động. Tuy nhiên, so với nhu cầu phát triển kinh tế của đất nước và xu hướng hội nhập và mở cửa thị trường dịch vụ toàn cầu đang diễn ra mạnh mẽ, nguồn nhân lực đã được đào tạo còn quá nhiều bất cập. Kỹ năng thực hành còn thấp, sự năng động sáng tạo còn nhiều hạn chế và tác phong công nghiệp chưa được hình thành rõ rệt, đòi hỏi các trường đại học phải nâng cao chất lượng đào tạo, gắn đào tạo của nhà trường với các doanh nghiệp theo những hình thức có lợi ích cho cả nhà trường và doanh nghiệp. Hiện Việt Nam có trên 550.000 người làm việc trực tiếp trong ngành du lịch và trên 1.200.000 lao động gián tiếp. Số lượng nhân lực ngành du lịch những năm gần đây tăng trưởng mạnh, trong đó nhân lực gián tiếp có xu hướng

tăng với quy mô lớn hơn, phản ánh vai trò của ngành du lịch và tính hiệu quả của việc xã hội hoá hoạt động du lịch. Năm 2020 ngành du lịch cần khoảng 870 nghìn lao động trực tiếp, tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn 2016 - 2020 là 7,0%/năm. Đến nay cả nước có 62 trường đại học, 80 trường cao đẳng tham gia đào tạo nghiệp vụ du lịch, 117 trường trung cấp (trong đó có 12 trường trung cấp nghề), 2 công ty đào tạo và 23 trung tâm có tham gia đào tạo nghiệp vụ nghề du lịch. Nhiều trường đại học của nước ta như Trường ĐH Kinh tế quốc dân, Trường ĐH Thương mại, Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn, Viện ĐH Mở Hà Nội, Trường ĐH Văn hóa, Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội, Trường Đại học Văn hóa Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, Trường ĐH Hà Nội, Trường ĐH Ngoại ngữ và tin học Tp.HCM, Trường ĐH Hoa Sen,... đã đào tạo các chuyên ngành về du lịch: Quản trị khách sạn, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Quản trị Nhà hàng. Các hoạt động liên kết giữa nhà trường và các doanh nghiệp du lịch cũng đòi hỏi phải có hình thức mới nhằm mang lại chất lượng và hiệu quả cao hơn để đào tạo đáp ứng nhu cầu xã hội.

Với sự tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 và thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học hiện nay đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải đổi mới nội dung, chương trình đào tạo để tạo ra nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, dễ thích ứng với công nghệ mới trong ngành du lịch. Nội dung, chương trình đào tạo phải tiếp cận thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Nói cách khác, phải tăng tỷ lệ các học phần thực hành, thời lượng đào tạo thực tiễn trong chương trình đào tạo.

Ngày 24/10/2014, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết 77/NQ-CP về thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động của các cơ sở giáo dục đại học công lập giai đoạn 2014-2017 với nhiều cơ chế linh hoạt cho phép các trường tự chủ về hoạt động đào tạo, nghiên cứu, tổ chức và tài chính. Đây là cơ hội rất lớn cho các trường đại học công lập được chủ động trong nhiều hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu xã hội. Về thực hiện nhiệm vụ đào tạo và nghiên cứu khoa học, các trường được quyết định mở ngành, chuyên ngành đào tạo theo nhu cầu xã hội khi đáp ứng đủ điều kiện theo quy định của pháp luật; Được quyết định các hoạt động đào tạo (chương trình, phương pháp giảng dạy, phương pháp thi, kiểm tra đánh giá kết quả học tập;...) đảm bảo chuẩn đầu ra và thực hiện kiểm định chất lượng theo quy định;... Việc chủ động trong hoạt động đào tạo, đổi mới cách thức tổ chức đào tạo, liên kết đào tạo nhân lực nói chung và nhân lực du lịch nói riêng giữa nhà trường - doanh nghiệp có tầm quan trọng đặc biệt đối với các trường đại học.

Nhận thức rõ những thách thức đối với nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh mới, Chính phủ đã cho phép các cơ sở đào tạo thực hiện chương trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo cơ chế đặc thù từ năm 2017. Đây được coi là bước đột phá tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở đào tạo đổi mới chương trình đào tạo theo hướng gắn với thực tiễn kinh doanh, đáp ứng nhu cầu xã hội.

2.3. Cơ chế đặc thù và thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học theo cơ chế đặc thù

Cơ chế đặc thù đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học

Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/10/2017 hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực trình độ đại học giai đoạn 2017-2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. Trong đó nhấn mạnh sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong đào tạo là điều kiện bắt buộc để được thực hiện cơ chế đặc thù này. Nội dung cơ bản gồm:

- Những ngành được áp dụng cơ chế đặc thù gồm: Du lịch (7810101); Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (7810103); Quản trị khách sạn (7810201); Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống (7810202) và các mã ngành đào tạo thí điểm trong lĩnh vực du lịch chưa có trong Danh mục giáo dục đào tạo cấp IV hiện hành.

- Chương trình đào tạo của các ngành trên phải điều chỉnh theo hướng mở, dễ dàng chuyển đổi, liên thông; Tăng thời gian đào tạo thực hành, thực tập tại doanh nghiệp; Khuyến khích các cơ sở đào tạo công nhận tín chỉ lẫn nhau, công nhận một số học phần mà người học tích lũy được từ các khóa đào tạo cấp chứng chỉ về nghiệp vụ du lịch tương đương.

- Cơ chế, chính sách ưu tiên đào tạo nhân lực du lịch: Khuyến khích thực hiện hình thức đào tạo văn bằng thứ hai ngành du lịch; Các cơ sở đào tạo liên kết đào tạo với doanh nghiệp được tự chủ xác định chỉ tiêu tuyển sinh theo hướng mở rộng quy mô đối với các ngành đào tạo về du lịch;

Khuyến khích sinh viên đã tốt nghiệp các ngành khác được chuyển sang học văn bằng thứ hai các ngành du lịch tại các cơ sở đào tạo du lịch; Khuyến khích chuyên gia có kinh nghiệm hoạt động nghề nghiệp của doanh nghiệp tham gia đào tạo nhân lực du lịch; Có chính sách thu hút các nhà khoa học Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia quốc tế về du lịch tham gia công tác đào tạo ở các cơ sở đào tạo đại học;...

- Tăng cường hợp tác giữa cơ sở đào tạo đại học với doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp.

- Tăng cường tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, tăng cơ hội tìm việc làm cho sinh viên ngành du lịch đã tốt nghiệp; Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch; khuyến khích các cơ sở đào tạo liên kết với các trường đại học của các nước phát triển để đào tạo các ngành du lịch.

Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học theo cơ chế đặc thù

Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học theo cơ chế đặc thù mới bắt đầu tuyển sinh từ năm 2018. Đến nay mới chỉ có một số ít trường như Trường Đại học Thương mại có xây dựng đề án đào tạo theo cơ chế đặc thù và triển khai đào tạo. Một số trường không xây dựng đề án đào tạo này nhưng chương trình đào tạo cũng có sự tiệm cận theo nội dung đó như Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Trường Đại học Mở Hà Nội, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội,... Trường Đại học Kinh tế quốc dân lại phát triển Chương trình giáo dục Đại học theo định hướng ứng dụng (Profession - Oriented Higher Education - POHE). Đây là chương trình 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 và hình thành chính sách về mô hình đào tạo theo định hướng ứng dụng. Từ năm 2005, trường Đại học Kinh tế Quốc dân, với sự hỗ trợ của các chuyên gia Hà Lan, đã bắt đầu xây dựng các chương trình POHE cho ngành đào tạo Du lịch và Khách sạn và bắt đầu tuyển sinh vào năm 2008. Chương trình POHE tại trường Đại học Kinh tế Quốc dân hiện đang đào tạo 5 ngành trong đó có ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (chuyên ngành Quản trị lữ hành), ngành Quản trị khách sạn (chuyên ngành Quản trị khách sạn) với quy mô đào tạo khoảng 100 sinh viên/năm.

Về chuẩn đầu ra và khung chương trình đào tạo

Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo theo cơ chế đặc thù cũng xác định về kiến thức, kỹ năng, thái độ, năng lực tự chủ và trách nhiệm và vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp. Trên cơ sở đó các trường xây dựng chương trình đào tạo của chuyên ngành.

Bảng 1: Một số học phần cốt lõi thuộc khối kiến thức cơ sở ngành và ngành đối với các chuyên ngành đào tạo về du lịch

Chuyên ngành Quản trị khách sạn	Chuyên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành
- Tổng quan khách sạn	- Tổng quan du lịch
- Kinh tế khách sạn	- Kinh tế du lịch
- Văn hóa du lịch	- Văn hóa du lịch
- Marketing du lịch	- Marketing du lịch
- Quản trị dịch vụ	- Quản trị dịch vụ
- Quản trị lễ tân	- Quản trị tác nghiệp doanh nghiệp lữ hành
- Quản trị thực phẩm và đồ uống	- Tài nguyên du lịch
- Quản trị buồng	- Hướng dẫn du lịch
- Quản trị nhà hàng và quầy bar	- Quản lý điểm đến
- Quản trị trang thiết bị khách sạn	- Du lịch bền vững
- Quản trị sự kiện	- Quản trị sự kiện
- Thực tập nhận thức nghề nghiệp	- Thực tập nhận thức nghề nghiệp
- Thực tập nghiệp vụ khách sạn	- Thực tập nghiệp vụ dịch vụ du lịch và lữ hành
- Thực tập quản trị tác nghiệp khách sạn	- Thực tập quản trị tác nghiệp dịch vụ du lịch và lữ hành

Nguồn: Chương trình đào tạo theo cơ chế đặc thù của Trường ĐH Thương mại [4]

Đề đáp ứng chuẩn đầu ra đã tuyên bố, trường đại học đã có sự vận dụng linh hoạt trong xây dựng nội dung, chương trình đào tạo. Song, về cơ bản các trường tập trung đào tạo các học phần cơ sở ngành và ngành (Bảng 1).

Trong chương trình đào tạo, khối các kiến thức có tính chất tự chọn thường chiếm 26 - 30 tín chỉ (20 - 25%) trong tổng số tín chỉ đào tạo. Khối kiến thức giáo dục đại cương chiếm khoảng 26%. Khối kiến thức cơ sở ngành - 21%. Khối kiến thức ngành và chuyên ngành, gồm cả tốt nghiệp cuối khóa - 53%. Số lượng các học phần được giảm thiểu, số học phần cơ sở ngành và chuyên ngành dao động 18-20. Học phần thực hành chiếm thời lượng đáng kể trong tổng thời lượng đào tạo (trên 50% tổng thời gian đào tạo). Thông thường, có 3 học phần thực hành (được bố trí vào thời gian mùa hè) và học phần thực tập cuối khóa trong chương trình đào tạo. Bên cạnh đó, các học phần lý thuyết và thực hành còn được thiết kế với cơ cấu có tiết thực hành. Do các học phần thực hành thường có số tín chỉ lớn nên số lượng các học phần lý thuyết không nhiều.

Chương trình đào tạo du lịch giữa các trường đại học đến nay vẫn chưa được thống nhất. Thiếu hệ thống giáo trình cốt lõi, tài liệu tham khảo khá phong phú nhưng chất lượng hạn chế. Trong khi đó, không thể sử dụng giáo trình nước ngoài để giảng dạy chính thức vì nội dung, tên môn học, số tín chỉ,... có sự khác biệt lớn với Việt Nam.

Về thời gian và lịch trình tổ chức đào tạo

Đa phần các trường đại học có thời gian đào tạo các chuyên ngành du lịch là 4 năm với số tín chỉ khoảng 120-130. Việc tổ chức đào tạo chưa có sự linh hoạt. Khối kiến thức giáo dục đại cương thường được bố trí giảng dạy vào năm thứ nhất; khối kiến thức cơ sở ngành - vào năm thứ hai; khối kiến thức ngành và chuyên ngành được bố trí vào năm thứ ba và thứ tư. Một số trường, ví dụ Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn đã bố trí giảng dạy các học phần cơ sở ngành từ năm thứ nhất, nhằm nâng cao nhận thức ngành nghề và trang bị các kiến thức nền tảng về ngành nghề cho sinh viên.

Về các nguồn lực đào tạo

Một số trường đại học đã đầu tư xây dựng hệ thống thực hành hiện đại cho sinh viên như Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Hoa Sen,... Một số trường không đầu tư hệ thống thực hành của chuyên ngành mà đẩy mạnh liên kết đào tạo với doanh nghiệp, gửi sinh viên học thực hành tại doanh nghiệp, nhằm tiết kiệm chi phí đầu tư và nâng cao chất lượng đào tạo như Trường Đại học Thương mại, Trường Đại học Kinh tế quốc dân,...

Về đội ngũ giảng dạy, cả nước có khoảng 5.000 người tham gia đào tạo về du lịch, trong đó có 2.000 giảng viên, giáo viên, 2.580 đào tạo viên và 540 cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo các cấp. Tuy nhiên, số lượng đội ngũ nêu trên chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế. Hơn nữa, đội ngũ giảng dạy cũng chưa chuyên sâu về du lịch, nhiều giảng viên chuyển từ ngành khác sang giảng dạy nên thiếu sự hiểu biết sâu sắc cả về lý luận cũng như kinh nghiệm thực tế.

Về liên kết nhà trường - doanh nghiệp

Nhằm triển khai các học phần thực hành, tăng cường, bổ sung kiến thức thực tiễn nghề nghiệp cho sinh viên, đáp ứng chuẩn đầu ra của chuyên ngành đào tạo cũng như đáp ứng nhu cầu xã hội, thời gian qua, các mối liên kết của các trường với doanh nghiệp tập trung ở các hoạt động sau:

- Các doanh nghiệp tham gia xây dựng chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo các chuyên ngành. Đây là nội dung có thể nói là thiết thực nhất trong hoạt động đào tạo gắn với thực tiễn. Trường Đại học Mở Hà Nội là một trong các trường đã làm rất tốt vấn đề này.

- Cán bộ thực tế tham gia hướng dẫn, giảng dạy theo nội dung các học phần thực hành; hướng dẫn thực tập; đào tạo nghiệp vụ ngắn hạn cho sinh viên.

- Diễn đàn nghề nghiệp - Career Talk: báo cáo chuyên đề nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức thực tiễn về nghề nghiệp thông qua trao đổi trực tiếp. Báo cáo viên là những cán bộ quản lý tại các bộ phận nghiệp vụ, các cán bộ quản lý cấp cao trong các khách sạn cũng như công ty du lịch.

- Doanh nghiệp tài trợ cho các hoạt động gắn với chuyên ngành đào tạo của Khoa như cấp học bổng, tài trợ các cuộc thi về du lịch do các trường tổ chức, gala văn nghệ của sinh viên chuyên ngành, cuộc thi sinh viên thanh lịch,... Với sự tham gia góp sức của các doanh nghiệp đã tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo gắn với thực tiễn ngành nghề.

Về quy mô đào tạo

Quy mô đào tạo chương trình đại trà của các trường đại học được xác định theo từng chuyên ngành. Trường ĐH Thương mại tuyển sinh 400-500 sinh viên/năm. Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn tuyển 100-200 sinh viên/năm. Riêng chương trình đặc thù được tuyển sinh với quy mô nhỏ hơn mặc dù quy mô tuyển sinh không giới hạn, chỉ phụ thuộc vào nguồn lực mà trường đảm nhận.

Với những kết quả đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại từ thực trạng đào tạo các chuyên ngành du lịch của các trường đại học, cho thấy, việc xây dựng và triển khai đề án áp dụng cơ chế đặc thù trong đào tạo nhân lực du lịch có tính cấp thiết. Mỗi năm, toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Với nhu cầu như vậy, các trường đại học cần nhanh chóng xây dựng và triển khai thực hiện và nâng cao hiệu quả đề án đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học theo cơ chế đặc thù.

3. KẾT LUẬN VÀ Ý KIẾN TRAO ĐỔI NHẪM PHÁT TRIỂN ĐÀO TẠO THEO CƠ CHẾ ĐẶC THÙ TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC CHUYÊN NGÀNH DU LỊCH Ở VIỆT NAM

3.1. Kết luận

Có thể khẳng định, sự chủ động của các trường, các Khoa chuyên ngành trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học đã phát huy được tính tích cực. Mặc dù chưa thể lượng hóa và đánh giá được kết quả của chương trình đào tạo theo cơ chế đặc thù nhưng các hoạt động đó đã đạt được những thành công nhất định:

- Việc thiết kế nội dung giảng thực tiễn trong cấu trúc các học phần chuyên ngành góp phần tăng sự sinh động trong bài giảng, trang bị thêm những kiến thức thực tiễn nghề nghiệp cho sinh viên. Đây là những học phần thuộc khối kiến thức ngành, kết thúc giảng dạy một số học phần sẽ đến thời gian thực tập tốt nghiệp của sinh viên, vì vậy, tăng khả năng tiếp cận thực tiễn cho sinh viên.

- Tăng cường trao đổi thông tin về nhu cầu đào tạo, các giảng viên chuyên ngành phần nào nắm được nhu cầu nhân lực của các doanh nghiệp du lịch, từ đó có ý kiến trao đổi đối với chương trình và nội dung giảng dạy các học phần. Thông qua tiếp xúc, trao đổi và phối hợp trong nghiên cứu khoa học, các giảng viên của Khoa chuyên ngành có thêm những tư liệu bổ sung cho bài giảng. Cán bộ thực tế cũng nắm được tiềm năng đào tạo của Trường về ngành du lịch ở các cấp trình độ để có thể cung cấp nhân lực cho doanh nghiệp: đại học, cao đẳng, sau đại học.

- Tăng tính thực tiễn trong đào tạo, tăng kiến thức thực tiễn nghề nghiệp cho sinh viên. Các nội dung của học phần khi giảng dạy sẽ trang bị cho sinh viên tầm nhìn, phương pháp tư duy logic về vấn đề nghiên cứu, giảng viên định hướng cho sinh viên tìm hiểu các vấn đề cụ thể trong thực tiễn, điều đó có hiệu quả cao nếu sinh viên tìm được nguồn dữ liệu phù hợp, các cán bộ thực tế giúp cho sinh viên tiếp cận và hiểu rõ hơn vấn đề nghiên cứu trong thực tiễn. Bản thân sinh viên cũng phần nào định hướng nghề nghiệp phù hợp với năng lực bản thân, từ đó tự trau dồi ngoại ngữ và các kỹ năng cần thiết để đáp ứng tốt nhất yêu cầu thực tiễn. Trong quá trình kiến tập, thực tập tốt nghiệp, tham gia nghiên cứu khoa học, sinh viên có điều kiện tiếp xúc với môi trường kinh doanh tại các doanh nghiệp du lịch, khi ra trường có thể đáp ứng ngay các yêu cầu của công việc và có nhiều cơ hội việc làm ngay trong thời gian thực tập và sau khi tốt nghiệp. Từ đó đáp ứng chuẩn đầu ra của chuyên ngành đào tạo.

- Nâng cao trình độ đội ngũ giảng viên chuyên ngành. Bản thân mỗi giảng viên cơ hữu của nhà trường cũng nâng cao nhận thức trong việc tự học tập bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn. Thông qua các mối quan hệ với thực tiễn, mỗi giảng viên cũng được bổ sung thêm những kiến thức thực tế còn thiếu cho bài giảng. Xét ở góc độ nhà trường, đội ngũ giảng viên không cơ hữu thực tế là thế mạnh với yêu cầu đào tạo đáp ứng nhu cầu xã hội.

- Hoàn thiện nội dung và chương trình giảng dạy của học phần có sự tham gia của các doanh nghiệp mang tính thực tiễn cao và đáp ứng yêu cầu sử dụng nhân lực của doanh nghiệp. Nội dung giảng dạy luôn được điều chỉnh và luôn cập nhật những thông tin mới đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

- Về phía sinh viên, tăng kiến thức thực tiễn nghề nghiệp, nâng cao tình yêu ngành yêu nghề, nhận thức đúng đắn về nghề nghiệp, qua đó tự học tập bồi dưỡng, rèn luyện bản thân để tham gia vào lực lượng lao động trong ngành.

Song, trong quá trình thực hiện có một số vấn đề nảy sinh như sau:

- Các học phần bắt buộc thuộc khối kiến thức ngành thường được bố trí giảng dạy vào học kỳ trước khi sinh viên làm tốt nghiệp. Thời gian này đòi hỏi sinh viên phải có trình độ nghề nghiệp nhất định và có khả năng tiếp cận thực tiễn, vì vậy, cần trang bị thêm cho sinh viên khả năng tiếp cận thực tiễn nhiều hơn. Thời gian dành để mời cán bộ thực tế giảng dạy trong mỗi học phần ngành thường quá ngắn so với yêu cầu (3-6 tiết), người giảng chỉ có thể giảng về một nội dung rất nhỏ trong học phần.

- Về nội dung giảng dạy: cán bộ thực tế có thể diễn thuyết về một số vấn đề thực tiễn, thường mang tính chất kỹ năng giải quyết vấn đề như: sức hấp dẫn của một điểm đến du lịch, xây dựng và tính giá tour du lịch, đãi ngộ nhân lực trong một loại hình doanh nghiệp, công tác tuyển dụng nhân lực trong ngành,... hoặc giới thiệu chung về sự phát triển của ngành du lịch, vì vậy, việc đặt hàng mời giảng các nội dung cụ thể của học phần thường khó đảm bảo, mà nhiệm vụ đó giảng viên giảng lý thuyết phải hoàn thành một cách cơ bản và có tính chất nền tảng.

- Về bố trí thời gian giảng dạy: để mời được cán bộ thực tế có kinh nghiệm giảng dạy theo thời khoá biểu của nhà trường là rất khó khăn, các chuyên gia thường giảng dạy được vào các ngày nghỉ trong tuần. Các chuyên gia cao cấp lại thường rất bận, khó sắp xếp thời gian. Bên cạnh đó, kinh phí mời giảng dạy cũng hạn chế nên cán bộ thực tế phải thực sự tâm huyết với sự nghiệp đào tạo mới nhiệt tình tham gia giảng dạy.

- Về trình độ đạt được của sinh viên sau đào tạo: theo các trao đổi không mang tính chất chính thức với các nhà quản trị doanh nghiệp du lịch, với các cán bộ và chuyên viên của Tổng cục Du lịch, của Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch - những người sử dụng nhân lực sau đào tạo đại học, các doanh nghiệp và các nhà quản lý đều đánh giá cao trình độ chuyên môn đã được đào tạo của sinh viên, điều đó thể hiện các trường đã có nội dung, chương trình và phương pháp đào tạo phù hợp thể hiện qua các học phần. Tuy nhiên, sự yếu kém nhất của sinh viên chuyên ngành là trình độ ngoại ngữ, nhiều sinh viên không có khả năng giao tiếp tối thiểu bằng tiếng Anh, trong khi yêu cầu về trình độ ngoại ngữ đối với người lao động trong ngành du lịch là rất cao, vì vậy, sức cạnh tranh để có cơ hội việc làm tốt nhất trong ngành du lịch là thấp. Một số trường đã rất chú trọng rèn kỹ năng ngoại ngữ cho sinh viên và đã đạt được kết quả tốt như Viện Đại học Mở Hà Nội, trường ĐH Hà Nội,...

- Các khách sạn cao cấp thường nhận sinh viên tham quan chỉ với một số lượng nhỏ và vào thời gian thấp điểm, khoảng 20 - 30 em/ buổi thì mới có thể hướng dẫn cụ thể và có hiệu quả, mặt khác, các trường chỉ có thể gửi sinh viên tham quan vào các khoảng thời gian không ảnh hưởng đến việc học tập và thi cử của sinh viên, vì vậy với một số lượng sinh viên chuyên ngành lớn như hiện nay thì việc bố trí cho toàn bộ sinh viên năm nhất tham quan thực tế cũng là một vấn đề phải lập kế hoạch cụ thể và hợp lý.

3.2. Một số ý kiến trao đổi

Bên cạnh giải pháp đổi mới nội dung, phương pháp giảng dạy các học phần thì vấn đề then chốt để nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 theo hướng tăng giờ thực hành, gắn lý thuyết với thực tiễn kinh doanh, là các trường đại học phải phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp đào tạo. Vì vậy:

- Cần tăng cường các mối liên kết chính thức giữa nhà trường với doanh nghiệp trên nguyên tắc hai bên cùng có lợi. Sinh viên được học tập và trải nghiệm thực tiễn nghiệp nghiệp, có thể nhanh chóng hòa nhập vào môi trường làm việc, nắm bắt được những kiến thức và kỹ năng chưa được học tập tại trường. Nhà trường tiết kiệm được chi phí đào tạo. Về phía doanh nghiệp, có nguồn nhân lực thời vụ và tương lai và tiết kiệm chi phí tuyển dụng bởi có thể thu hút và tuyển dụng các em sinh viên đã có kỹ năng và kinh nghiệm sau khi ra trường;

- Đa dạng hoá các hình thức liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp như liên kết phương pháp giảng dạy, liên kết về thông tin giữa nhà trường và doanh nghiệp, liên kết về hợp tác đào tạo, liên kết xây dựng đội ngũ giảng viên cho nhà trường và bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nâng bậc nghề, bồi dưỡng hướng dẫn viên du lịch,... cho doanh nghiệp. Tất cả các hoạt động liên kết này đều phải xác định rõ mục đích, yêu cầu và quy trình thực hiện;

- Nhà trường đặt hàng rõ ràng về nội dung đào tạo học phần thực hành của doanh nghiệp cho sinh viên, tránh trường hợp sinh viên đóng vai trò chỉ là lao động thời vụ của doanh nghiệp;

- Doanh nghiệp cần chủ động và tạo điều kiện cho nhà trường trong hợp tác nhà trường - doanh nghiệp, phối hợp chặt chẽ với nhà trường trong xây dựng chương trình đào tạo, nội dung học phần thực hành, trong quản lý sinh viên và hỗ trợ nhà trường quản lý sinh viên. Các doanh nghiệp cũng cần có trách nhiệm hơn khi phối hợp với nhà trường trong đào tạo nguồn nhân lực, chia sẻ kinh phí và kinh nghiệm trong đào tạo,...

- Tuyên truyền nâng cao nhận thức của mỗi cá nhân giảng viên và sinh viên về lợi ích của mối liên kết với thực tiễn kinh doanh, giúp bản thân người giảng viên nâng cao trình độ và giúp sinh viên học hỏi được thực tiễn kinh doanh, dễ dàng hội nhập với môi trường và điều kiện làm việc mới;

- Các trường đại học cần linh hoạt hơn trong bố trí lịch trình giảng dạy. Thông thường các trường xét tốt nghiệp cho sinh viên vào tháng 6-7 hàng năm và bố trí thời gian thực tập tốt nghiệp cuối khóa từ tháng 1-4. Đây là thời gian trái vụ của nhiều công ty lý hành và khách sạn (thời gian chính vụ từ tháng 5-10), vì vậy, việc đăng ký thực tập của sinh viên còn bị hạn chế. Bên cạnh đó, các trường cần thiết phải chủ động lên kế hoạch liên hệ và bố trí thời gian tham quan cơ sở thực tế với tần suất cao hơn để giúp sinh viên tiếp cận dần với môi trường nghề nghiệp.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là đầu mối kết nối mối quan hệ nhà trường - doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch, tạo lập các diễn đàn chung có sự tham gia của các nhà trường và các doanh nghiệp du lịch. Bộ Giáo dục và Đào tạo tạo điều kiện triển khai có hiệu quả đề án đào tạo theo cơ chế đặc thù đối với ngành du lịch.

Trên đây là một số ý kiến nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của chương trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ đại học. Bài viết đã đưa ra một số ý kiến trao đổi ở góc độ quản lý đào tạo về thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong các trường đại học nước ta hiện nay. Với sự tham gia của các doanh nghiệp, các cơ quan quản lý du lịch, các ngành các cấp liên quan trong đào tạo các chuyên ngành lĩnh vực du lịch, sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, nâng cao vai trò và vị thế của các trường trong hoạt động đào tạo đáp ứng nhu cầu xã hội ở nước ta hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn 4929 /BGDDT-GDDH Áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch.*
2. Trường ĐH Thương mại (2014), *Quyết định 345/QĐ-ĐHTM ngày 8/5/2014 ban hành Chuẩn đầu ra các chuyên ngành đào tạo trình độ đại học của Trường Đại học Thương mại.*
3. 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, Trường ĐH Hoa Sen, Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh (2016, 2017), *Chương trình đào tạo các chuyên ngành.*
4. Trường ĐH Thương mại (2018), *Chương trình đào tạo ngành Quản trị khách sạn và Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành theo cơ chế đặc thù.*

CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

*TS. Nguyễn Anh Tuấn, TS. Lê Quang Đăng
Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục Du lịch*

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) đã và đang tác động sâu, rộng đối với mọi lĩnh vực của đời sống, kinh tế - xã hội, trong đó có du lịch. Việc ứng dụng những thành tựu của CMCN 4.0 với ngành du lịch đã làm thay đổi sâu sắc phương thức quản lý, kinh doanh và tiêu dùng du lịch; đồng thời, đặt ra những vấn đề mới đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Bài viết tập trung vào một số nội dung chính như: những vấn đề đặt ra đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0; hiện trạng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam; dự báo nhu cầu nhân lực cho ngành du lịch đến năm 2030; một số giải pháp và khuyến nghị chính sách với phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0. Bài viết góp phần làm sáng tỏ bức tranh tổng thể về nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, đồng thời, góp phần tham vấn chính sách, chiến lược, công tác quản lý nhà nước đối với nguồn nhân lực du lịch.

Từ khóa: Du lịch, nguồn nhân lực, CMCN 4.0

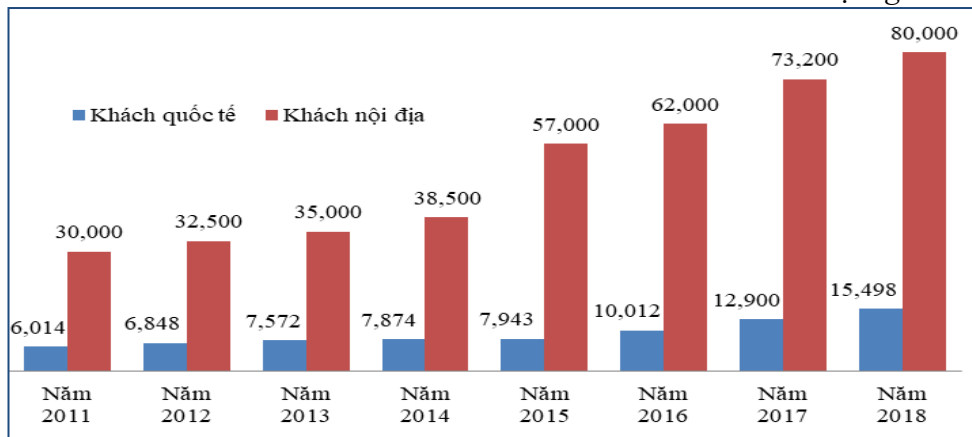
1. GIỚI THIỆU

Cùng với xu hướng phát triển tích cực của du lịch toàn cầu, du lịch Việt Nam trong những năm gần đây đạt tốc độ tăng trưởng cao và có những bước phát triển mạnh mẽ. Giai đoạn 2011 - 2018, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng bình quân 14,5%/năm, đạt mức cao nhất 15,5 triệu lượt khách năm 2018; khách nội địa tăng bình quân 15%/năm, đạt mức cao nhất 80 triệu lượt khách năm 2018; tổng lượt khách du lịch năm 2018 đạt trên 95 triệu lượt, gấp 2,6 lần so với năm 2011 (Hình 1); tổng thu từ khách du lịch tăng trưởng bình quân 25%/năm, đạt mức cao nhất 620.000 tỷ đồng (tương đương 27 tỷ USD), đóng góp khoảng 8,1% vào GDP năm 2018.

Những chỉ số tăng trưởng cao nêu trên là tín hiệu đáng mừng cho ngành du lịch Việt Nam. Tuy nhiên, trước bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng; tình hình trong nước và quốc tế có nhiều biến động; cùng với tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang diễn ra mạnh mẽ, ngành du lịch Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức lớn. Một trong số đó là vấn đề thiếu nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Trong những năm qua, ngành du lịch đã nhận được sự quan tâm rất lớn của Đảng và Chính phủ. Nhiều thể chế, chính sách đã được ban hành nhằm tạo điều kiện hành lang pháp lý thuận lợi cho sự phát triển của ngành du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch nói riêng. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định: “*Phát triển nhân lực du lịch đảm bảo chất lượng, số lượng, cân đối về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế*”, “*đặc biệt chú trọng nhân lực quản lý du lịch và lao động có tay nghề cao*” (Chính phủ, 2011). Nghị quyết số 08-NQ/TW khẳng định: “*Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch*”, “*nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch*” (Bộ Chính trị, 2017). Luật Du lịch cũng nêu rõ: “*Nhà nước có chính sách khuyến khích, hỗ trợ cho các hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch*” (Quốc hội, 2017).

Đơn vị: nghìn lượt khách



Hình 1: Khách du lịch quốc tế và nội địa 2011 - 2018

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch [10]

Tuy nhiên, sự bùng nổ của cuộc CMCN 4.0, bên cạnh việc mang lại những cơ hội to lớn cũng đồng thời đặt ra những thách thức không nhỏ đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Việc áp dụng những thành tựu công nghệ hiện đại với ngành du lịch giúp cải thiện chất lượng lao động, nâng cao năng suất lao động nhưng cũng ảnh hưởng trực tiếp đến lượng và chất của nguồn nhân lực du lịch: một số vị trí việc làm có thể bị cắt giảm; một số vị trí việc làm mới có thể xuất hiện với những yêu cầu cao hơn về kỹ năng sử dụng công nghệ; xu hướng công nghệ hóa, điện tử hóa, số hóa các hoạt động du lịch đặt ra yêu cầu phải nâng cao kiến thức, kỹ năng, trình độ sử dụng công nghệ đối với lao động ngành du lịch ở cả khối quản lý nhà nước, khối doanh nghiệp và thậm chí cả người dân tham gia làm du lịch. CMCN 4.0 cũng đặt ra nhiều yêu cầu mới đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

2. NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Nguồn nhân lực du lịch

Nguồn nhân lực du lịch là toàn bộ lực lượng lao động có khả năng và đủ điều kiện cần thiết tham gia vào hoạt động du lịch, đóng góp vào quá trình phát triển du lịch. Nguồn nhân lực du lịch bao gồm lao động trực tiếp và lao động gián tiếp, lao động hiện có và lao động tiềm năng, bổ sung cho sự phát triển của ngành (Nguyễn Mai Linh, 2007). Lao động trực tiếp là lực lượng lao động tham gia vào các hoạt động du lịch tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, đơn vị sự nghiệp du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch (cơ sở kinh doanh lưu trú, cơ sở kinh doanh lữ hành, vận tải du lịch và các cơ sở kinh doanh dịch vụ khác trực tiếp phục vụ khách du lịch). Lao động gián tiếp là lực lượng lao động tham gia vào các hoạt động có liên quan đến du lịch, hỗ trợ phát triển du lịch như an ninh, môi trường, hải quan, văn hóa thông tin, dịch vụ công cộng,... (Trần Sơn Hải, 2011). Điều kiện, tiêu chuẩn chung về nguồn nhân lực du lịch là: được đào tạo, tập huấn về du lịch; có trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ nghề du lịch; có sức khỏe, thái độ, ý thức trách nhiệm trong công việc và các điều kiện khác tùy theo vị trí việc làm được tuyển dụng (Lê Quân, 2015).

Sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch trong vài năm trở lại đây đã góp phần nâng tầm thương hiệu du lịch Việt Nam trên trường quốc tế. Năm 2019, du lịch Việt Nam nhận Giải thưởng du lịch thế giới (World Travel Awards) với danh hiệu “Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á”; năm thứ hai liên tiếp đạt danh hiệu “Điểm đến hàng đầu châu Á”; năm thứ ba liên tiếp đạt danh hiệu “Điểm đến Golf tốt nhất châu Á” và nhiều giải thưởng tầm cỡ thế giới như “Điểm đến di sản hàng đầu thế giới”, “Điểm đến Golf tốt nhất thế giới”. Sự thay đổi tư duy trong chiến lược ngành, phát triển du lịch theo chiều sâu, hướng đến chất lượng, hiệu quả, đẳng cấp đã đặt ra yêu cầu phải có nguồn nhân lực chất lượng cao. Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được xác định với các tiêu chuẩn, tiêu chí như: có trình độ học vấn từ cao đẳng, đại học trở lên; đối với đội ngũ lãnh đạo phải có tài, có tâm, có tầm trong công tác quản lý du lịch; đối với lực lượng lao động trực tiếp ngoài các tiêu chuẩn về kỹ năng nghề, sức khỏe, đạo đức, phải có khả năng sáng tạo, biết vận dụng công nghệ tiên tiến, phù hợp, có trình độ ngoại ngữ chuyên ngành,...[8]. Như vậy, một trong những tiêu chuẩn, tiêu chí của nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là phải có trình độ, hiểu biết và kỹ năng sử dụng

công nghệ tiên tiến trong các hoạt động du lịch. Tùy theo từng vị trí việc làm, có các yêu cầu cụ thể về trình độ và các mức độ sử dụng công nghệ khác nhau, cũng như loại công nghệ khác nhau.

2.2. Những vấn đề đặt ra đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Trong bối cảnh cách mạng công nghệ số ngày càng lan tỏa sâu rộng, hầu hết vị trí việc làm trong ngành du lịch đều phải sử dụng đến công nghệ, đòi hỏi mỗi người lao động cần phải được trang bị trình độ và kỹ năng sử dụng công nghệ nhất định. Đối với cán bộ, công chức trong khối cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và nhân viên văn phòng của các doanh nghiệp du lịch phải có kỹ năng sử dụng thành thạo công nghệ thông tin (CNTT) như tin học văn phòng, các phần mềm quản lý điện tử, internet và các hệ thống trực tuyến (website, email,...). Đối với đội ngũ lao động làm công tác marketing, xúc tiến du lịch phải am hiểu thương mại điện tử, marketing điện tử (e-marketing), các công cụ hỗ trợ bán hàng trực tuyến (booking online) và thanh toán trực tuyến, am hiểu internet và các phương thức xúc tiến quảng bá du lịch trực tuyến. Đối với đội ngũ lao động làm công tác nghiên cứu, giảng dạy về du lịch phải am hiểu các công nghệ về dữ liệu lớn (big data), lưu trữ số, các công cụ và công nghệ khai phá dữ liệu số, phân tích và xử lý dữ liệu, thống kê du lịch. Đối với người lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh công nghệ ứng dụng cho du lịch phải có kiến thức chuyên sâu về công nghệ và kỹ năng lập trình phần mềm để sản xuất các phần mềm, tiện ích cho du lịch, như: phần mềm thuyết minh tự động, tour du lịch 3D - 360⁰ bằng công nghệ thực tế ảo, hệ thống chỉ dẫn du lịch thông minh và các tiện ích du lịch thông minh khác. Có thể nói, CMCN 4.0 đã và đang đặt ra nhiều vấn đề đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam. Cụ thể như:

- *CMCN 4.0 góp phần tạo thêm nhiều cơ hội việc làm mới trong ngành du lịch.* Với sự bùng nổ của công nghệ và việc áp dụng các công nghệ cốt lõi của CMCN 4.0 với ngành du lịch đã hình thành nên một số 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). Điều này đồng nghĩa với việc sẽ có nhiều việc làm mới xuất hiện, 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 phần mềm du lịch, doanh nghiệp sản xuất thiết bị công nghệ phục vụ cho ngành du lịch.

- *CMCN 4.0 tạo thuận lợi cho công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch.* Trong bối cảnh cách mạng công nghệ số, các phương thức đào tạo mới đã hình thành và có những ưu thế nhất định. Đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến (e-learning, deep-learning) với quy trình và các phương pháp đào tạo đã được điện tử hóa như xét tuyển đầu vào trực tuyến, dạy và học trực tuyến, sử dụng bài giảng điện tử và tài liệu điện tử từ các thư viện điện tử, kiểm tra/thi trực tuyến, cấp bằng/chứng chỉ trực tuyến,... tạo thuận lợi rất lớn cho cả người học và người dạy. Phương thức này góp phần thúc đẩy công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng nhu cầu đa dạng của xã hội. Tuy nhiên, phương thức này cũng đặt ra thách thức đối với vấn đề mua bán bằng/chứng chỉ giả, đặc biệt là các chứng chỉ quốc tế khi tổ chức đào tạo nước ngoài không đặt trụ sở tại Việt Nam và trong bối cảnh Việt Nam còn thiếu cơ chế quản lý cũng như các chế tài để kiểm soát.

- *CMCN 4.0 đặt ra thách thức phải đổi mới hệ thống cơ sở đào tạo nhân lực du lịch.* Để đáp ứng nhu cầu nhân lực du lịch có trình độ công nghệ cho các vị trí việc làm trong bối cảnh CMCN 4.0, các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch của Việt Nam cũng cần có những thay đổi nhất định trong công tác đào tạo. Nội dung chương trình đào tạo có thể sẽ phải tăng thêm số tín chỉ cho các học phần về CNTT 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.

- *CMCN 4.0 đặt ra thách thức đối với phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.* Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đã được định hướng trong chiến lược phát triển ngành du lịch, trong quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch và trong nhiều văn bản quản lý của Chính phủ, của Bộ VHTT&DL, Tổng cục Du lịch. Sự bùng nổ của cuộc CMCN 4.0 đã nhấn mạnh thêm tiêu chí không thể thiếu để hình thành nên yếu tố “chất lượng cao” là *trình độ, hiểu biết và kỹ*

năng sử dụng công nghệ của người lao động. Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh CMCN 4.0 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 (CNTT-TT); am hiểu các công nghệ cốt lõi của CMCN 4.0 và những ứng dụng của nó cho ngành du lịch; có khả năng tiếp cận và thích ứng nhanh với những biến đổi mà CMCN 4.0 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 trong ngành du lịch.

- *CMCN 4.0 có thể đe dọa đến một số vị trí việc làm, ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và cơ cấu nhân lực du lịch trong tương lai.* Đây là thực tế không thể phủ nhận và cũng là vấn đề lớn đặt ra cho ngành du lịch khi các công nghệ tiên tiến được đưa vào ứng dụng cho các hoạt động du lịch. Lao động phổ thông ở nhiều vị trí việc làm có thể sẽ bị cắt giảm 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. Thậm chí, một số vị trí việc làm vốn được coi là “không thể thay thế” trong ngành du lịch như lễ tân khách sạn, hướng dẫn viên du lịch cũng có thể bị đe dọa về vị trí việc làm nếu các khách sạn đưa vào sử dụng hệ thống robot lễ tân, máy check-in/check-out tự động, robot vận chuyển đồ cho khách và robot phục vụ đồ ăn, thức uống cho khách; các tiện ích chỉ dẫn du lịch thông minh, máy thuyết minh tự động, hướng dẫn viên ảo,... có thể thay thế vai trò của các hướng dẫn viên du lịch.

- *CMCN 4.0 có thể làm thay đổi các tiêu chuẩn nghề du lịch.* Hiện nay, Việt Nam đang áp dụng bộ tiêu chuẩn nghề du lịch (VTOS) phiên bản năm 2013 cho 13 vị trí việc làm chủ chốt của nghề du lịch. Về cơ bản, bộ tiêu chuẩn này đã quy định rất rõ ràng các tiêu chuẩn, tiêu chí cụ thể ở mỗi vị trí việc làm. Tuy nhiên, do tác động của cuộc CMCN 4.0 cùng với sự phát triển mạnh mẽ của du lịch Việt Nam kể từ năm 2016 đến nay, nhu cầu sử dụng công nghệ trong công việc ngày càng cao, thêm vào đó, xuất hiện một số vị trí việc làm mới đòi hỏi người lao động phải có trình độ và kỹ năng sử dụng thành thạo công nghệ. Trong khi đó, các quy định của 13 bộ tiêu chuẩn nghề du lịch của Việt Nam quy định về vấn đề sử dụng công nghệ ở các vị trí việc làm còn khá mờ. Vì thế, trong thời gian tới rất có thể sẽ có những điều chỉnh nhất định đối với bộ tiêu chuẩn nghề du lịch cho phù hợp với bối cảnh, tình hình thực tế, phù hợp với xu hướng phát triển của công nghệ và khả năng ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch.

- *CMCN 4.0 thúc đẩy sự hình thành phương thức kinh tế mới - kinh tế chia sẻ, tạo ra nguồn nhân lực “mở” với sự dịch chuyển lao động từ các ngành nghề khác sang ngành du lịch.* Với tư cách là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, ngành du lịch có liên hệ rất chặt chẽ với các ngành, lĩnh vực khác. Đồng thời, với sự xuất hiện loại hình kinh tế chia sẻ đã tạo nên sự dịch chuyển lao động từ các ngành, lĩnh vực khác sang ngành du lịch. Điển hình như các loại hình kinh doanh vận tải công nghệ (taxi công nghệ, xe ôm công nghệ) tham gia phục vụ, vận tải khách du lịch, cạnh tranh với các loại hình kinh doanh vận tải du lịch truyền thống; các loại hình kinh doanh du lịch trực tuyến (như airbnb, booking.com, agoda.com) chia sẻ khách du lịch cho các cơ sở kinh doanh lưu trú, ăn uống; người nông dân tham gia làm du lịch (du lịch nông nghiệp - nông thôn, du lịch cộng đồng); người công nhân tham gia làm du lịch (du lịch công nghiệp, du lịch công nghệ cao); thậm chí lực lượng bán hàng trực tuyến cũng góp phần tham gia làm du lịch (bán hàng online cho khách du lịch tại các khu, điểm du lịch);... có thể nói, thời đại cách mạng công nghệ số đã tạo cơ hội cho sự phát triển nguồn nhân lực du lịch “mở” (không được xác định hay khó xác định là nhân lực ngành du lịch).

3. HIỆN TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

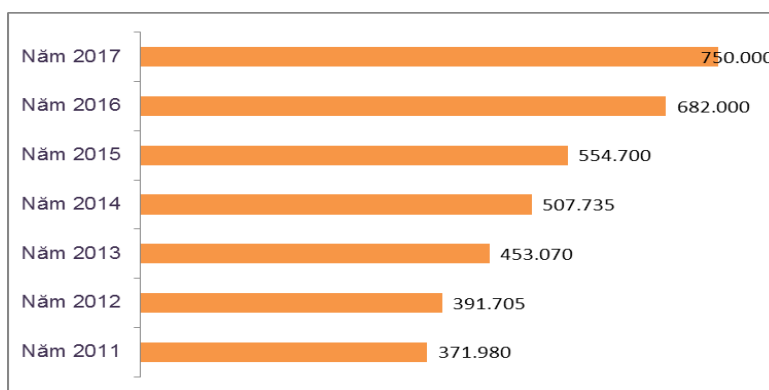
3.1. Tình hình nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay

Về số lượng: Năm 2011, toàn ngành du lịch có khoảng 371.980 lao động trực tiếp; đến năm 2017, con số này tăng lên khoảng 750.000 lao động, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt khoảng 12,4%/năm, trung bình mỗi năm tăng thêm khoảng trên 60.000 lao động (Hình 2). Tổng số lao động ngành du lịch năm 2017 khoảng hơn 2,5 triệu lao động, trong đó có khoảng 750.000 lao động trực tiếp và khoảng 1.750.000 lao động gián tiếp, chiếm khoảng 4,5% tổng số lao động cả nước.

Ở cấp độ vùng, Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc có lực lượng lao động trong ngành du lịch nhiều nhất với khoảng 178.600 lao động (năm 2017), tiếp theo là Đông Nam Bộ với khoảng 120.600 lao động; Tây Nguyên có số lượng lao động du lịch ít nhất với 17.000 lao động.

Như vậy, còn có sự chênh lệch đáng kể về lao động du lịch giữa các vùng, miền và địa phương; lao động chủ yếu tập trung đông ở các vùng đồng bằng, các thành phố lớn, các địa phương trọng điểm du lịch; lao động tại các vùng dân tộc và vùng núi, nông thôn còn rất khiêm tốn. Trong tổng số 750.000 lao động trực tiếp (2017), hướng dẫn viên du lịch chiếm khoảng 2,7% (20.416 lao động), trong đó có khoảng hơn 12.000 hướng dẫn viên quốc tế và khoảng hơn 8.000 hướng dẫn viên nội địa [10].

Về chất lượng: Tỷ lệ lao động có chuyên môn về du lịch (được đào tạo và bồi dưỡng về du lịch) chiếm khoảng 42%/tổng số lao động toàn ngành, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Trong tổng số 42% lao động được đào tạo về du lịch thì chỉ có 10% lao động có trình độ đại học và sau đại học (chiếm 3,5%/tổng số lao động toàn ngành); 50% lao động có trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng (chiếm 20%/tổng số lao động toàn ngành); 40% còn lại là lao động được bồi dưỡng qua các lớp ngắn hạn. Du lịch là ngành có yêu cầu cao về nhân lực sử dụng ngoại ngữ. Hiện có khoảng hơn 60% lao động trong lĩnh vực biết và sử dụng các ngoại ngữ khác nhau. Trong đó, tiếng Anh chiếm tỷ lệ cao nhất với hơn 50% nhân lực toàn ngành, tiếng Trung, tiếng Pháp, tiếng Nga và các tiếng khác có tỷ lệ ít hơn do yêu cầu riêng của từng loại thị trường khách và từng khu vực khác nhau, từng doanh nghiệp cụ thể [10].



Hình 2: Lao động trực tiếp ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2017

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch [10]

Về đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam những năm qua đã được quan tâm, phát triển. Hệ thống cơ sở đào tạo du lịch được hình thành, phân bố khá đều khắp theo các vùng du lịch. Cả nước hiện có 192 cơ sở đào tạo du lịch, trong đó có 62 trường đại học có khoa du lịch, 55 trường cao đẳng (trong đó có 10 trường chuyên về đào tạo du lịch, các trường còn lại có đào tạo ngành du lịch) và 75 trường trung cấp, trung tâm dạy nghề [10]. Năng lực đào tạo của hệ thống cơ sở đào tạo du lịch từng bước được nâng cao. Cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy và học được nâng cấp nhờ đầu tư của nhà nước, xã hội hóa và tài trợ quốc tế. Ngành Du lịch đang tiến hành xây dựng, chuẩn hóa hệ thống đào tạo nghề du lịch đáp ứng tiêu chuẩn nghề du lịch quốc gia tương đương văn bằng để triển khai Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN (MRA-TP). Bên cạnh đó, với sự hỗ trợ kỹ thuật của dự án EU-ESRT, hệ thống đào tạo nghề du lịch bao gồm hệ thống Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam (VTOS) được duy trì bền vững và bao trùm trong toàn ngành.

Về trình độ công nghệ của nguồn nhân lực du lịch: Theo Báo cáo tóm tắt chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT Việt Nam (VN ICT Index) năm 2018, Bộ VHTT&DL xếp thứ 5/19 Bộ, ngành ở thứ hạng chung (tăng 1 bậc so với năm 2017); xếp thứ 4 về chỉ số hạ tầng nhân lực CNTT (tăng 2 bậc so với năm 2017). Trong tổng số nhân lực quản lý du lịch cấp trung ương, có 9,3% cán bộ có trình độ chuyên trách về công nghệ thông tin (100% có trình độ đại học trở lên), 4,0% cán bộ có trình độ chuyên trách về an toàn thông tin, 48,1% công chức, viên chức được tập huấn an toàn thông tin, 100% công chức, viên chức được tập huấn phần mềm nguồn mở, 100% cán bộ sử dụng email trong công việc [2]. Toàn ngành có khoảng trên 60% lao động có khả năng sử dụng thành thạo máy tính và các thiết bị công nghệ phục vụ công việc, nhưng chủ yếu vẫn là các công việc giản đơn. Trên thực tế, lực lượng lao động có trình độ và trình độ cao về công nghệ

tập trung chủ yếu ở các cơ quan quản lý du lịch cấp trung ương và các cơ quan, tổ chức du lịch, doanh nghiệp du lịch tại các thành phố lớn [4].

Đối với nhân lực làm công tác đào tạo về du lịch, toàn ngành có khoảng 2000 giảng viên, cán bộ quản lý và cán bộ phục vụ trong các cơ sở đào tạo về du lịch. Trong đó, có khoảng 12 GS, PGS, 36 Tiến sĩ, 210 Thạc sĩ. Theo một khảo sát gần đây của PGS.TS Nguyễn Quyết Thắng (Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh) cho thấy, mức độ ứng dụng CNTT trong giảng dạy của giảng viên thuộc 6 trường đại học trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh là khá thấp, chỉ với 9,2% giảng viên sử dụng CNTT rất thường xuyên, 18,3% sử dụng thường xuyên, 26,4% sử dụng trung bình, còn lại 36,6% thỉnh thoảng sử dụng và 9,5% rất hạn chế sử dụng [4].

Về chỉ số năng lực cạnh tranh “nhân lực và thị trường lao động”: Theo Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), năm 2017 du lịch Việt Nam xếp hạng 67/136 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó chỉ số nhân lực và thị trường lao động xếp hạng 37/136 [12]. Năm 2019, xếp hạng chung của du lịch Việt Nam tăng 4 bậc (hạng 63/140), tuy nhiên chỉ số về nhân lực và thị trường lao động lại sụt giảm 10 bậc, từ vị trí 37 xuống vị trí 47 [13]. Trong khối ASEAN, chỉ số nhân lực và thị trường lao động của du lịch Việt Nam xếp thứ 6, xếp trên Lào (hạng 67) và Campuchia (hạng 95), xếp sau Singapore (hạng 5), Malaysia (hạng 15), Thái Lan (hạng 27), Philippines (hạng 37) và Indonesia (hạng 44). Điều đáng nói là chỉ số nhân lực và thị trường lao động của hầu hết quốc gia khối ASEAN đều tăng, chỉ có Việt Nam và Lào bị sụt giảm thứ bậc trên bảng xếp hạng (Bảng 1).

Bảng 1: Chỉ số năng lực cạnh tranh về nhân lực và thị trường lao động khối ASEAN

Quốc gia Xếp hạng	Vietnam	Thailand	Singapore	Malaysia	Indonesia	Philippines	Laos	Cambodia
Xếp hạng chung (2017)	67	34	13	26	42	79	94	101
Nhân lực và thị trường lao động (2017)	37	40	5	22	64	50	65	110
Xếp hạng chung (2019)	63	31	17	29	40	75	97	98
Nhân lực và thị trường lao động (2019)	47	27	5	17	44	37	67	95

Nguồn: WEF, 2017 và 2019 [12], [13]

3.2. Dự báo nhu cầu nhân lực ngành du lịch đến năm 2030

Mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 được đặt ra trên cơ sở nghiên cứu bối cảnh, tình hình, xu hướng phát triển du lịch trong nước và quốc tế; chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước; hiện trạng phát triển du lịch của Việt Nam, tiềm năng và triển vọng phát triển trong tương lai; tình hình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước; và các yếu tố liên quan khác. Trên cơ sở dự báo các chỉ tiêu chính của ngành du lịch như: số lượng khách du lịch (khách quốc tế, khách nội địa), tổng thu từ khách du lịch, tỷ trọng đóng góp vào GDP, cơ sở lưu trú;... nhu cầu về nguồn nhân lực cho ngành du lịch đến năm 2030 được dự báo như sau:

- Đối với các chỉ tiêu dự báo về khách du lịch, tổng thu từ khách du lịch: Đến năm 2020, ngành du lịch ước đón khoảng 20 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ khoảng 85 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 720 nghìn tỷ đồng (tương đương khoảng 32 tỷ USD). Đến năm 2025, ngành du lịch ước đón khoảng 32 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ khoảng 110 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 1.400 - 1.500 nghìn tỷ đồng (tương đương 64 - 65 tỷ USD). Đến năm 2030, ngành du lịch ước đón khoảng 47 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ khoảng 130 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch khoảng 2.400 nghìn tỷ đồng (tương đương 106 - 107 tỷ USD).

- Đối với các chỉ tiêu dự báo về lao động và việc làm du lịch: Đến năm 2020, ngành du lịch Việt Nam sẽ tạo việc làm cho khoảng 3,1 triệu lao động, trong đó có khoảng hơn 1 triệu lao động trực tiếp và hơn 2 triệu lao động gián tiếp. Đến năm 2025, tạo việc làm cho khoảng 4,5 triệu lao động, trong đó có khoảng hơn 1,5 triệu lao động trực tiếp và hơn 3 triệu lao động gián tiếp. Đến năm 2030, tạo việc làm cho khoảng hơn 7 triệu lao động, trong đó có khoảng hơn 2,3 triệu lao động trực tiếp và hơn 4,6 triệu lao động gián tiếp. (Bảng 2).

Bảng 2: 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 lịch [10]

Như vậy, với hiện trạng nguồn nhân lực du lịch hiện nay (mốc tính là năm 2017) và theo dự báo trên, có thể thấy: Đến năm 2020, nhu cầu nhân lực của ngành du lịch sẽ cần thêm khoảng 620.000 lao động (trong đó, lao động trực tiếp là 290.000 người); đến năm 2025, nhu cầu nhân lực cần thêm khoảng 2.090.000 lao động (trong đó, lao động trực tiếp là 780.000 người); đến năm 2030, nhu cầu nhân lực cần thêm khoảng 4.520.000 lao động (trong đó, lao động trực tiếp là 1.590.000 người). Căn cứ vào tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm (mỗi năm tăng thêm khoảng trên 60.000 lao động trực tiếp), đến năm 2020 tăng tự nhiên thêm khoảng 180.000 lao động, nâng tổng lao động trực tiếp lên 930.000 lao động, so với dự báo sẽ còn thiếu khoảng 110.000 lao động; tính tương tự đến năm 2025 thiếu khoảng 300.000 lao động, năm 2030 thiếu khoảng 810.000 lao động.

3.3. Đánh giá chung

Qua phân tích về hiện trạng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam, có thể nhận thấy công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam trong giai đoạn vừa qua đã có những chuyển biến tích cực, thể hiện ở sự gia tăng ổn định về lượng (tăng trưởng bình quân 12,4%/năm giai đoạn 2011-2017) và sự cải thiện đáng kể về chất (42% lao động được đào tạo về du lịch). Tuy nhiên, phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam còn nhiều hạn chế, khó khăn, thách thức. Cụ thể:

- Sự phân bố lao động du lịch không đồng đều giữa các vùng, miền, địa phương trong cả nước dẫn đến tình trạng vừa thiếu vừa thừa giữa các vùng, miền và địa bàn trọng điểm du lịch.

- Lao động chưa qua đào tạo chính quy và lao động trái ngành đang chiếm tỷ trọng lớn hơn số lao động được đào tạo chính quy về du lịch (58% so với 42%). Trong đó, lao động có trình độ đại học và sau đại học (đúng ngành) chiếm tỷ trọng rất thấp (3,5%/tổng lao động toàn ngành).

- Mặc dù có khoảng 60% nhân lực ngành có khả năng sử dụng thành thạo máy tính và các thiết bị công nghệ phục vụ công việc, nhưng chủ yếu là các công việc giản đơn và số này tập trung chủ yếu ở khối cơ quan quản lý du lịch cấp trung ương và ở các doanh nghiệp đặt tại các thành phố lớn. Số lượng cán bộ có trình độ chuyên trách về công nghệ thông tin tại khối cơ quan quản lý du lịch còn mỏng (chỉ chiếm 9,3%/tổng số nhân lực ngành).

- Việc ứng dụng CNTT trong đào tạo nhân lực du lịch ở nhiều cơ sở đào tạo còn hạn chế, cùng với những hạn chế về cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng công nghệ trang bị cho các trường học, khiến công tác đào tạo, trang bị kiến thức, kỹ năng công nghệ cho người học gặp nhiều khó khăn.

- Chỉ số năng lực cạnh tranh về nhân lực và thị trường lao động của ngành du lịch Việt Nam tụt hạng nghiêm trọng (năm 2019 giảm 10 bậc so với năm 2017) trong khi chỉ số này lại được cải thiện đáng kể tại các quốc gia trong khối ASEAN. Nếu không có biện pháp can thiệp tích cực, chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam sẽ không theo kịp thế giới và khu vực.

- Các con số dự báo cho thấy, trong khoảng 10 năm tới ngành du lịch Việt Nam sẽ thiếu hụt một lượng lớn lao động. Cùng với sự phát triển nhanh chóng của ngành du lịch, xu thế toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế và tác động của cuộc cách mạng KH&CN hiện đại, công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao sẽ là bài toán khó khăn đặt ra cho ngành du lịch thời gian tới.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

4.1. Những giải pháp trọng tâm

Để phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

- **Thứ nhất:** Tiếp tục đổi mới tư duy, nâng cao nhận thức trong toàn ngành về CMCN 4.0 với ngành du lịch. Cần nhận thức rõ vai trò, tác động của CMCN 4.0 với ngành du lịch là tất yếu, có thể tạo ra biến đổi lớn trong ngành du lịch. Việc tiếp cận và áp dụng những thành tựu công nghệ của CMCN 4.0 với ngành du lịch là xu thế vận động chung của du lịch toàn cầu mà Việt Nam không nằm ngoài xu thế đó. Mỗi người lao động trong ngành du lịch 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. 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 CMCN 4.0 với ngành du lịch; tăng cường tổ chức tập huấn, bồi dưỡng, tổ chức hội nghị, hội thảo về CMCN 4.0 cũng là những biện pháp tích cực để nâng cao nhận thức, đổi mới tư duy cho lực lượng lao động toàn ngành.

- **Thứ hai:** Hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách về phát triển nguồn nhân lực du lịch. Rà soát, sửa đổi, bổ sung và ban hành mới những văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến CMCN 4.0 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. 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. 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. 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.

- **Thứ ba:** Tăng cường tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo và đào tạo lại nhân lực du lịch nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng về CMCN 4.0 với ngành du lịch; nâng cao năng lực sử dụng CNTT trong công việc của người lao động; nâng cao trình độ, hiểu biết của người lao động về những công nghệ nguồn, công nghệ cốt lõi của CMCN 4.0 và khả năng ứng dụng vào ngành du lịch. Đổi mới chương trình, phương pháp và nâng cao chất lượng đào tạo tại các cơ sở đào tạo du lịch trong cả nước để đảm bảo nguồn nhân lực trong tương lai (sau khi người học tốt nghiệp) có thể đáp ứng ngay các vị trí việc làm với yêu cầu về trình độ, kỹ năng sử dụng công nghệ trong công việc.

- **Thứ tư:** Hoàn thiện hệ thống hạ tầng công nghệ quốc gia, hạ tầng công nghệ trong ngành du lịch nhằm tạo thuận lợi về điều kiện và môi trường làm việc cho người lao động; tăng cường khả năng tiếp cận và sử dụng công nghệ của người lao động trong công việc. 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; 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 năm:** Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, tăng cường phối hợp liên ngành trong công tác đào tạo và nghiên cứu khoa học. Trao đổi chuyên gia, nhà khoa học, cử học sinh, sinh viên và người lao động đi học tập, bồi dưỡng, nâng cao trình độ về công nghệ ở nước ngoài, học hỏi kinh nghiệm ứng dụng công nghệ tiên tiến với phát triển du lịch. Liên kết, phối hợp giữa Bộ VHTT&DL với Bộ LĐTB&XH, Bộ GD&ĐT, Bộ KH&CN và phối hợp giữa các cơ sở đào tạo du lịch với doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đảm bảo nguồn nhân lực vừa chắc chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ nghề du lịch vừa chắc kiến thức, kỹ năng sử dụng công nghệ trong công việc.

4.2. Khuyến nghị chính sách

Từ những phân tích về cơ sở lý thuyết, hiện trạng, giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0, chúng tôi mạnh dạn đề xuất một số khuyến nghị chính sách như sau:

- **Đối với Chính phủ:** Cần có những văn bản chỉ đạo, hướng dẫn, quy định rõ ràng, cụ thể hơn về CMCN 4.0 với ngành du lịch nói chung và phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0 nói riêng. Luật Du lịch (2017) xác định “Nhà nước có chính sách khuyến khích, hỗ trợ cho các hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch... Ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại phục vụ quản lý và phát triển du lịch” (Khoản 4, Điều 5). Tuy nhiên, Luật và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật chưa có điều khoản quy định cụ thể về vấn đề này. Trong thời gian tới,

ngành Du lịch kiến nghị Chính phủ ban hành những chính sách mới, cụ thể hơn để tạo điều kiện cho sự phát triển nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng yêu cầu mới và phù hợp với bối cảnh CMCN 4.0.

- *Đối với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch*: Chỉ đạo nghiên cứu, xây dựng “Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao”, phù hợp với bối cảnh, tình hình mới; phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan xây dựng cơ chế, chính sách và có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch có khả năng tiếp cận và sử dụng công nghệ tiên tiến của CMCN 4.0; định kỳ hàng năm tổ chức tập huấn cho người lao động về CMCN 4.0 với ngành du lịch; có chính sách tuyển mộ và cơ chế đãi ngộ nhân lực có trình độ công nghệ làm việc trong ngành; có chính sách khuyến khích và cơ chế khen thưởng đối với cá nhân, tổ chức đổi mới sáng tạo trong công việc, áp dụng công nghệ tiên tiến nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả công việc.

- *Đối với cơ quan tham mưu quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương*: đẩy mạnh triển khai ứng dụng KH&CN hiện đại với phát triển du lịch của địa phương, phát triển du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh; hoàn thiện hạ tầng công nghệ phục vụ phát triển du lịch, đặc biệt tại các khu, điểm du lịch; khuyến khích và tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp ứng dụng KH&CN trong kinh doanh du lịch; tạo điều kiện cho người lao động tham gia học tập, bồi dưỡng, nâng cao kiến thức, kỹ năng về công nghệ ứng dụng cho hoạt động du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017, Hà Nội.
2. Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam (2018), *Báo cáo tóm tắt chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT Việt Nam (VN ICT Index 2018)*, Nxb Thông tin Truyền thông, Hà Nội.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Quyết định phê duyệt “Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020”*, số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011, Hà Nội.
4. Nguyễn Văn Đính (2019), *Nhân lực du lịch Việt Nam trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Xu hướng phát triển của du lịch thế giới và tác động đối với du lịch Việt Nam”, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Hà Nội.
5. Trần Sơn Hải (2011), *Phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch khu vực duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên*, Luận án Tiến sĩ, Học viện Hành chính Quốc gia, Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Mai Linh (2007), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch Quảng Ninh*, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. Lê Quân (2015), *Nghiên cứu, đề xuất phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch Quảng Bình*, Đề tài KH&CN, Trường Đại học KH&NV - ĐHQG Hà Nội.
8. Lê Anh Tuấn, *Một số bài luận về định hướng giải pháp đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hiện nay*, tại website: <http://vitea.vn/nguon-nhan-luc-du-lich-dinh-huong-va-giai-phap/>, truy cập ngày 15/10/2019
9. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*, số 2473/QĐ-TTg, ngày 30/12/2011, Hà Nội.
10. 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.
11. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch*, số 09/2017/QH14, ngày 19/6/2017, Hà Nội.
12. World Economic Forum (WEF, 2017), *The Travel and Tourism Competitiveness Report*.
13. World Economic Forum (WEF, 2019), *The Travel and Tourism Competitiveness Report*.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC KHU VỰC MIỀN TRUNG, TÂY NGUYÊN

PGS, TS. Lê Thái Phong, NCS, ThS. Nguyễn Thị Sâm
Trường Đại học Ngoại thương

TÓM TẮT

Theo số liệu thống kê công bố cả nước của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu, vừa yếu, nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại dư thừa.

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trở thành một vấn đề hết sức cấp thiết đối với ngành du lịch ở Việt Nam nhằm đáp ứng yêu cầu vận hành các điểm đến du lịch có tầm vóc là di sản thế giới và kỳ quan thế giới. Bài nghiên cứu tập trung phân tích các vấn đề tổng quan về nguồn nhân lực du lịch bậc đại học, đánh giá thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực này tại Khu vực Miền trung, Tây Nguyên và đề xuất một số kiến nghị, giải pháp nhằm thực hiện thành công quá trình đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng yêu cầu phát triển của khu vực.

Từ khoá: Đào tạo, nguồn nhân lực, du lịch, Miền trung, Tây Nguyên

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Miền Trung - Tây Nguyên là cửa ngõ ra biển của hành lang kinh tế Đông - Tây, lại có lãnh thổ trải dài trên tuyến du lịch xuyên Việt, xuyên Á; vì thế khu vực này có vị trí đặc biệt quan trọng trong bản đồ du lịch Việt Nam.

Nơi đây có tiềm năng du lịch biển, đảo - được xem là thế mạnh với chuỗi các bãi biển mang đẳng cấp quốc tế, nhiều vịnh đẹp thế giới và nhiều đảo, bán đảo hấp dẫn trải dài từ Thanh Hóa đến Bình Thuận; tài nguyên du lịch núi rừng với nhiều điểm du lịch sinh thái đồi núi, thác hồ nổi tiếng tập trung ở các tỉnh Tây Nguyên. Ngoài ra, toàn khu vực còn có 9 vườn quốc gia, nhiều khu bảo tồn thiên nhiên hoang sơ, nguyên vẹn. Đáng chú ý, đây còn là nơi tập trung 14 di sản văn hóa thế giới; là địa bàn cư trú của 47 dân tộc anh em...

Theo số liệu thống kê của Hội đồng Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, những năm qua, du lịch miền Trung - Tây Nguyên đạt được nhiều kết quả tích cực. Cụ thể, năm 2018 tổng lượng khách đến cả khu vực đạt khoảng 56 triệu lượt, chiếm hơn 60% lượng khách của cả nước; trong đó, khách quốc tế chiếm 54,4%. Ngành du lịch đã giải quyết việc làm cho hơn 180.000 lao động.

Dù vậy, sự phát triển của du lịch miền Trung - Tây Nguyên vẫn còn hạn chế, chưa tương xứng với vị thế và tiềm năng to lớn của khu vực. Nó được xem như một “viên ngọc thô” chưa được mài dũa... Có nhiều nguyên nhân dẫn đến du lịch của khu vực Miền trung, Tây Nguyên chưa được khai thác triệt để như: thiếu tính liên kết vùng, nguồn nhân lực còn hạn chế, cơ chế chính sách còn chưa đồng bộ,... Để phát huy hơn nữa vai trò của du lịch Miền Trung - Tây Nguyên đối với việc phát triển du lịch cả nước nói chung và phát triển kinh tế xã hội Miền Trung - Tây Nguyên nói riêng, việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy du lịch Miền Trung - Tây Nguyên phát triển tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của khu vực.

2. TỔNG QUAN VỀ KHU VỰC MIỀN TRUNG, TÂY NGUYÊN VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

2.1. Khái quát về khu vực Miền trung, Tây nguyên

Khu vực miền Trung và Tây Nguyên gồm 19 tỉnh, thành phố với diện tích tự nhiên khoảng gần 152.000km², dân số hơn 24 triệu người. Với 1.870km đường bờ biển, hơn 1.500km biên giới đường bộ tiếp giáp với Lào và Campuchia; là cửa ngõ ra biển của hành lang kinh tế Đông - Tây trải dài trên tuyến du lịch xuyên Việt, xuyên Á, miền Trung và Tây Nguyên có vị trí quan trọng trong bản đồ du lịch Việt Nam.

Toàn khu vực hiện có 12 sân bay đang hoạt động với 5 sân bay quốc tế; hệ thống cảng biển được nâng cấp với 10 cảng biển loại 1. Ngoài ra, miền Trung và Tây Nguyên có 9 vườn quốc gia, nhiều

khu bảo tồn thiên nhiên hoang sơ, nguyên vẹn; là nơi tập trung 14 di sản thế giới và 40 di tích quốc gia đặc biệt. Hiện ở đây đã xuất hiện những điểm đến có thương hiệu và đẳng cấp quốc tế, thu hút ngày một nhiều khách du lịch trong và ngoài nước như Quảng Bình, Huế (Thừa Thiên Huế), Đà Nẵng, Hội An (Quảng Nam), Nha Trang (Khánh Hòa), Phan Thiết (Bình Thuận), Đà Lạt (Lâm Đồng)...

Trong năm 2018, tổng lượng khách du lịch đến khu vực miền Trung và Tây Nguyên đạt 58 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế là 9,5 triệu lượt; tổng doanh thu từ du lịch đạt 120 nghìn tỷ đồng...

2.2. Tiềm năng phát triển du lịch

2.2.1. Về tự nhiên

Miền Trung Việt Nam (Trung Bộ) có phía Bắc giáp khu vực đồng bằng Sông Hồng và Trung du miền núi vùng Bắc Bộ; phía Nam giáp các tỉnh Bình Phước, Đồng Nai và Bà Rịa-Vũng Tàu vùng Nam Bộ; phía Đông giáp Biển Đông; phía Tây giáp 2 nước Lào và Campuchia. Dải đất miền Trung được bao bọc bởi những dãy núi chạy dọc bờ phía Tây và sườn bờ biển phía Đông, vùng có chiều ngang theo hướng Đông - Tây hẹp nhất Việt Nam (khoảng 50km) và nằm trên địa bàn tỉnh Quảng Bình. Địa hình miền Trung gồm 3 khu vực cơ bản là Bắc Trung Bộ, Tây Nguyên và Nam Trung Bộ.

Bắc Trung Bộ bao gồm các dãy núi phía Tây. Nơi giáp Lào có độ cao trung bình và thấp. Riêng miền núi phía Tây tỉnh Thanh Hoá có độ cao từ 1.000 - 1.500m. Khu vực miền núi Nghệ An - Hà Tĩnh là đầu nguồn của dãy Trường Sơn có địa hình rất hiểm trở, phần lớn các núi cao nằm rải rác ở đây. Các miền đồng bằng có tổng diện tích khoảng 6.200km², trong đó đồng bằng Thanh Hoá do nguồn phù sa từ sông Mã và sông Chu bồi đắp, chiếm gần một nửa diện tích và là đồng bằng rộng nhất của Trung Bộ.

Tây Nguyên có diện tích khoảng 54.473,7km², nằm về vị trí phía Tây và Tây Nam Trung Bộ (phía Tây dãy Trường Sơn). Tây Nguyên có phía Tây giáp 2 nước Lào và Campuchia, phía Đông giáp khu vực kinh tế Nam Trung Bộ và phía Nam giáp khu vực Đông Nam Bộ. Địa hình Tây Nguyên đa dạng, phức tạp, chủ yếu là cao nguyên với núi cao ở độ cao từ 250 - 2.500m.

Nam Trung Bộ thuộc khu vực cận giáp biển. Địa hình ở đây bao gồm đồng bằng ven biển và núi thấp, có chiều ngang theo hướng Đông - Tây (trung bình 40 - 50km), hạn hẹp hơn so với Bắc Trung Bộ và Tây Nguyên. Có hệ thống sông ngòi ngắn và dốc, bờ biển sâu với nhiều đoạn khúc khuỷu, thêm lục địa hẹp. Các miền đồng bằng có diện tích không lớn do các dãy núi phía Tây trải dọc theo hướng Nam tiến dần ra sát biển và có hướng thu hẹp dần diện tích lại. Đồng bằng chủ yếu do sông và biển bồi đắp, khi hình thành nên thường bám sát theo các chân núi.

Xét chung, địa hình Trung Bộ có độ cao thấp dần từ khu vực miền núi xuống đồi gò trung du, xuôi xuống các đồng bằng phía trong dải cồn cát ven biển rồi ra đến các đảo ven bờ.

Miền trung nước ta có diện tích cồn cát lớn trải dài từ tỉnh Quảng Bình đến tỉnh Bình Thuận. Nơi đây còn là nơi hội tụ nhiều nguồn tài nguyên và tiềm năng về du lịch, trong đó: tiềm năng du lịch biển, đảo được xem là thế mạnh với chuỗi các bãi biển mang đẳng cấp quốc tế, nhiều vịnh đẹp thế giới và nhiều đảo, bán đảo hấp dẫn trải dài từ Thanh Hóa đến Bình Thuận; tài nguyên du lịch núi rừng với nhiều điểm du lịch sinh thái đồi núi, thác hồ nổi tiếng tập trung ở các tỉnh Tây Nguyên. Ngoài ra, toàn khu vực còn có 9 vườn quốc gia, nhiều khu bảo tồn thiên nhiên hoang sơ, nguyên vẹn.

2.2.2. Về văn hoá

Trung Bộ, ngoại trừ Thanh Hóa, Nghệ An và Hà Tĩnh, từng là nơi định cư của các tiểu vương quốc Chăm-pa. Vì vậy đặc điểm căn bản văn hoá vùng miền chủ yếu mang dấu tích của văn hoá Chăm-pa. Nhiều di sản văn hoá hữu thể còn tồn tại từ thời đó đến nay như tháp Chăm ở Huế, tháp Đồi Liễu, Cốc Thượng, Núi Rùa ở Quảng Nam, Đà Nẵng được xem như những đại diện tiêu biểu cho các giai đoạn phát triển nghệ thuật và kiến trúc đối với lịch sử của nền văn hoá Trung Bộ.

So sánh với 2 vùng Bắc Bộ và Nam Bộ thì Trung Bộ thể hiện rõ nét là một vùng đệm mang tính trung gian. Nơi đây phần nào đã chịu sự ảnh hưởng từ các yếu tố tự nhiên là núi non, biển, sông ngòi, các đầm và đồng bằng, vào trong các thành tố văn hoá vùng. Thể hiện qua các loại hình văn hóa, tập tục xã hội nói chung và cuộc sống trong các làng, xã đồng bằng ven biển nói riêng. Các làng nghề nông nghiệp, ngư nghiệp, thủ công, có hoạt động đan xen, hỗ trợ nhau. Điển hình là các

ngày lễ cúng đình của làng nghề nông nghiệp và đồng thời là lễ cúng cá ông của làng nghề đánh cá, phân do vùng Trung Bộ gồm có những tiêu đồng bằng nhỏ hẹp, bám sát vào các chân núi ven biển.

Khí hậu quanh năm trong vùng không được thuận lợi và tính chất văn hoá vùng miền chịu sự chi phối mạnh của điều kiện tự nhiên vốn luôn khắc nghiệt này. Tuy văn hóa Trung Bộ có những đặc điểm riêng biệt với các vùng khác, nhưng xuất phát từ hệ thống địa lý liền một dải, lại có mối quan hệ tương hỗ giữa các vùng miền trong lịch sử phát triển nên vừa có tính đặc trưng lại vừa tương đồng với nền văn hoá chính thể.

3. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC KHU VỰC MIỀN TRUNG, TÂY NGUYÊN

3.1. Mạng lưới cơ sở giáo dục đại học có đào tạo về du lịch

Hiện nay, tính trên địa bàn, mạng lưới cơ sở giáo dục đại học du lịch đã được củng cố, số lượng tăng nhanh, cơ cấu đa dạng về trình độ và ngành nghề đào tạo, phân bố tập trung ở các trung tâm du lịch trọng điểm.

Theo thông kê chưa đầy đủ, cả nước có khoảng 68 trường đại học có đào tạo các ngành đáp ứng nguồn nhân lực ở các trình độ từ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ, trong đó có 26 trường đại học đóng trên khu vực Miền trung và Tây Nguyên.

Bảng 1: Thống kê số lượng ngành/ trình độ/ trường đại học

STT	Trình độ	Mã	Tên ngành	Số lượng trường đào tạo	
				Cả nước	Miền trung, Tây nguyên
I	Trình độ Đại học			152	
1	ĐH	7810101	Du lịch	12	4
2	ĐH	7810103	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	62	15
3	ĐH	7810201	Quản trị khách sạn	26	7
4	ĐH	7810202	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống	7	1
5	ĐH	7310630	Việt Nam học	45	13
II	Trình độ Thạc sĩ			6	
1	THS	8810101	Du lịch	1	
2	THS	8810103	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	4	1
3	THS	8310630	Việt Nam học	1	
III	Trình độ Tiến sĩ			1	
1	TS	9810101	Du lịch		
2	TS	9310630	Việt Nam học	1	

Nguồn: Trích từ Báo cáo của BGD&ĐT về chuẩn bị hội nghị xúc tiến đầu tư và quảng bá du lịch vùng duyên hải Miền trung, Tây nguyên

3.2. Quy mô tuyển sinh và đào tạo

Tính đến 31/12/2018, cả nước tuyển sinh được 17.902 sinh viên đại học chính quy các ngành về du lịch/ 19.246 chỉ tiêu do các trường tự xác định (đạt tỷ lệ 93,02%), trong đó các trường đại học khu vực miền Trung, Tây Nguyên chỉ tuyển sinh được 4.414 sinh viên đại học chính quy/ 5.723 chỉ tiêu tuyển sinh (đạt tỷ lệ 77,14%) (xem bảng 2).

Bảng 2: Thống kê số lượng thí sinh trúng tuyển nhập học các ngành về du lịch năm 2018

STT	Tên ngành	Cả nước			Miền trung, Tây Nguyên		
		Chỉ tiêu	Trúng tuyển	Tỷ lệ %	Chỉ tiêu	Trúng tuyển	Tỷ lệ %
1	Du lịch	1.690	1.074	63,55	600	273	45,50
2	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	8.921	8.977	100,63	2.780	2.349	84,50
3	Quản trị khách sạn	3.565	4.124	115,68	1.058	1.095	103,12

4	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống	1.260	1.127	89,44	50	35	70,00
5	Việt Nam học	3.810	2.600	68,24	1.265	667	54,01
	TỔNG CỘNG	19.246	17.902	93,02	5723	4415	77,14

Nguồn: Trích từ Báo cáo của BGD&ĐT về chuẩn bị hội nghị xúc tiến đầu tư và quảng bá du lịch vùng duyên hải Miền trung, Tây nguyên

Bên cạnh đó hiện nay các trường khu vực Miền trung, Tây Nguyên đang đào tạo trình độ đại học hệ chính quy các ngành về du lịch gần khoảng 12.600 sinh viên, chưa tính số lượng sinh viên đào tạo theo hình thức vừa làm vừa học, liên thông, văn bằng 2 vừa làm vừa học. (xem bảng 3)

Tính toàn khu vực Miền trung, Tây Nguyên, số lượng nhân lực du lịch được đào tạo vẫn là con số quá bé so với nhu cầu thực tế. Tính riêng cho khu vực Quảng Nam, theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Quảng Nam cho biết, dự kiến đến năm 2020 du lịch Quảng Nam sẽ cần khoảng 20 nghìn lao động trực tiếp và 40 nghìn lao động gián tiếp. Trong khi đó, khả năng đào tạo đến năm 2020 chỉ khoảng 10 nghìn lao động. Theo Sở Du lịch Đà Nẵng, hiện nay các trường đào tạo về ngành du lịch tại Đà Nẵng chỉ cung cấp mỗi năm chưa tới 1.000 người, trong khi đó theo định hướng đến năm 2020 Đà Nẵng có khoảng hơn 20.000 phòng khách sạn 4 - 5 sao, ước tính cần thêm 40.000 lao động. Điều này dẫn đến hiện trạng khan hiếm nguồn lao động, cầu vượt xa quá mức so với cung tạo ra mức lương ảo trong ngành du lịch, gây sức ép lên chi phí hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành và ảnh hưởng đến tâm lý của đội ngũ nhân viên đang công tác tại các đơn vị trong khu vực. Trong thời gian đến, nhiều dự án du lịch lớn ở Quảng Nam, Đà Nẵng đi vào hoạt động thì tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực trong ngành du lịch sẽ gay gắt hơn. Giữa các doanh nghiệp bây giờ không chỉ cạnh tranh về chất lượng dịch vụ mà còn cạnh tranh cả chất lượng lao động.

Bảng 3: Quy mô đào tạo đại học chính quy về các ngành về du lịch tính đến 31/12/2018 tại khu vực miền Trung, Tây Nguyên

STT	Tên ngành	Quy mô đào tạo
1	Du lịch	879
2	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	7.313
3	Quản trị khách sạn	2.102
4	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống	35
5	Việt Nam học	2.189
	TỔNG CỘNG	12.518

Nguồn: Trích từ Báo cáo của BGD&ĐT về chuẩn bị hội nghị xúc tiến đầu tư và quảng bá du lịch vùng duyên hải Miền trung, Tây nguyên

3.3. Chất lượng đào tạo

Theo số liệu khảo sát của cơ sở đào tạo, số lượng sinh viên tốt nghiệp sau 2 năm có việc có tỷ lệ tăng khá cao, đến năm 2018 tỷ lệ sinh viên các ngành du lịch tốt nghiệp ra trường có việc làm đạt trên 94,2%.

Các trường đại học đã chủ động nâng cao chất lượng đào tạo, thường xuyên cập nhật, bổ sung và đổi mới các chương trình đào tạo. Chương trình đào tạo được thiết kế, điều chỉnh theo hướng mở, dễ dàng chuyển đổi, liên thông; trong đó các học phần tự chọn theo hướng chuyên sâu về các lĩnh vực du lịch theo vùng miền, khu vực địa lý, loại hình du lịch... đồng thời có nghiên cứu rút ngắn thời gian đào tạo phù hợp với Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân.

Bên cạnh đó các trường đã chủ động tăng thời gian đào tạo thực hành, thực tập tại doanh nghiệp, tự chủ lựa chọn doanh nghiệp đối tác.

4. THUẬN LỢI, KHÓ KHĂN TRONG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO

4.1. Thuận lợi

- Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khoá XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và các văn bản quy phạm pháp luật, văn bản hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo đã tạo hành lang pháp lý và điều kiện thuận lợi để các trường đại học tăng cường đào tạo nguồn nhân lực trình độ cao về du lịch.

- Du lịch đang là ngành kinh tế mũi nhọn và có sự tăng trưởng ngoạn mục, nên nhu cầu nhân lực du lịch ngày càng tăng mạnh đã trở thành cơ hội lớn để sinh viên du lịch dễ dàng kiếm được việc làm sau tốt nghiệp. Nhiều trường tỷ lệ sinh viên có việc làm đạt gần 100% đã tạo thành uy tín, thương hiệu của cơ sở đào tạo về chất lượng đào tạo.

- Các Trường đa phần đóng trên địa bàn trung tâm của du lịch khu vực miền Trung, Tây Nguyên với nhiều địa điểm tham quan, du lịch; hệ thống nhà hàng, khách sạn tiêu chuẩn cao phát triển mạnh, đa dạng; nhiều dự án du lịch đang triển khai; Cơ hội việc làm của sinh viên các ngành về du lịch rất lớn.

- Các Trường, các cơ quan quản lý của cơ sở đào tạo đã quan tâm đầu tư, phát triển cơ sở vật chất phòng học, phòng thực hành đầy đủ, khang trang đáp ứng yêu cầu đào tạo.

- Chương trình đào tạo được thiết kế hiện đại, không chỉ cung cấp kiến thức mà còn rất chú trọng rèn luyện kỹ năng (áp dụng Chương trình đào tạo CDIO), kết nối doanh nghiệp, các công ty tổ chức hoạt động trong lĩnh vực du lịch lữ hành và khách sạn (Công ty du lịch Phuc Group, Việt travel, tập đoàn Mường Thanh, các khách sạn,...) gắn quá trình đào tạo với thế giới việc làm. Nhờ đó vừa tăng cường, vừa tạo điều kiện cho sinh viên được đi thực tế, thực hành rèn luyện kỹ năng nghề có chất lượng thông qua liên kết với các tổ chức, doanh nghiệp, cơ sở đào tạo trong cũng như ngoài nước để thực tập và nâng cao trình độ.

4.2. Khó khăn

Thực tế công tác đào tạo du lịch ở nước ta nói chung và khu vực Miền trung, Tây nguyên trong thời gian qua đang bộc lộ những khó khăn, hạn chế:

- Chưa bảo đảm tính cân đối về quy mô giữa các cấp, bậc đào tạo, mức độ đáp ứng nhu cầu lao động về du lịch. Nguồn nhân lực về du lịch có trình độ từ cao đẳng, đại học trở lên còn quá thấp.

- Chương trình đào tạo chung chung, thiếu các kiến thức chuyên ngành du lịch và chưa theo kịp nhu cầu hội nhập quốc tế; Có sự mất cân đối giữa lý thuyết, kỹ năng quản lý và kiến thức lịch sử văn hoá, kiến thức cần thiết.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật tuy đã được nâng cấp nhưng hầu hết các trường đào tạo bậc đại học và cao đẳng thiếu các thiết bị thực hành, cơ sở thực hành nghề trong môi trường có khách thật sự.

- Hình thức đào tạo thiếu tính liên thông, liên kết để tạo điều kiện tốt nhất cho người học, gây lãng phí lớn cho xã hội. Nhất là khi đội ngũ lao động trong du lịch phải làm việc theo ca kíp, người lao động ít có cơ hội được học tập, đào tạo nâng cao trình độ.

- Đội ngũ giảng viên nhìn chung ít được đào tạo du lịch một cách bài bản, thiếu kinh nghiệm thực tiễn, chậm cập nhật công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực kinh doanh du lịch, khách sạn.

- Sản phẩm của các cơ sở đào tạo ở tất cả các bậc đào tạo chưa đạt được trình độ chung của khu vực, nhất là sự thua kém về kỹ năng thực hành, trình độ ngoại ngữ và tác phong chuyên nghiệp.

- Công tác tư vấn hướng nghiệp ở các trường trung học phổ thông trong tỉnh chưa thật sự quan tâm đến ngành này, trong đó đặc biệt là nhận thức của người dân nói chung và thí sinh nói riêng về ngành Việt Nam học (Chuyên ngành Văn hóa - Du lịch) chưa rõ ràng cũng như cơ hội việc làm sau tốt nghiệp chưa có thông tin đầy đủ nên có tác động không nhỏ đến việc tuyển sinh và đào tạo ngành này.

- Trình độ ngoại ngữ đầu vào của sinh viên tại tỉnh thấp hơn so với các thành phố lớn dẫn đến trường khó khăn trong việc nâng cao Trình độ ngoại ngữ cho sinh viên.

5. KIẾN NGHỊ VÀ GIẢI PHÁP

Năm 2018, Khu vực miền Trung và Tây Nguyên đón khoảng 58 triệu lượt khách (Vùng DHMT chiếm khoảng 68,6%); trong đó, tổng lượt khách quốc tế đi vào các tỉnh thành miền Trung và Tây Nguyên hơn 9,5 triệu lượt khách (riêng Vùng duyên hải miền Trung hơn 6 triệu lượt khách, chiếm gần 71,2% khu vực). Tổng thu từ du lịch năm 2018 toàn khu vực miền Trung và Tây Nguyên đạt khoảng 120 ngàn tỷ đồng chiếm 18,75% cả nước (trong đó chủ yếu từ Vùng DHMT khoảng 76,828 tỷ đồng chiếm 66% khu vực). Cùng với sự phát triển của ngành du lịch cả nước, số lượng cơ sở lưu trú tăng nhanh qua các năm. Năm 2018, tổng số buồng 84.300 buồng (Vùng DHMT 110.400 buồng, Tây Nguyên 28.818 buồng), trong đó, số buồng đạt chuẩn từ 3 sao trở lên có khoảng 53.000 buồng chiếm 28,8%, chủ yếu tập trung ở 06 địa phương trọng điểm (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa và Bình Thuận, Lâm Đồng)...

Để phát huy thế mạnh phát triển du lịch của khu vực và để đáp ứng các điều kiện phát triển về chất lượng và số lượng, tác giả xin đề xuất một số giải pháp nhằm đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch của khu vực như sau:

5.1. Đối với các cơ sở giáo dục

- Bộ, Sở và các cơ quan liên ngành cần rà soát, sắp xếp lại hệ thống các cơ sở có đào tạo về du lịch.
- Đẩy mạnh công tác truyền thông; phân luồng, tư vấn nghề nghiệp cho học sinh lớp 12.
- Đẩy mạnh dạy học ngoại ngữ từ THPT để sinh viên đầu vào có trình độ ngoại ngữ tốt, cơ sở để nâng cao chất lượng đào tạo ngành du lịch.
- Tiếp tục cử giảng viên đi học tập để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ trong đó ưu tiên cho lĩnh vực Du lịch; Bên cạnh đó, ký thỉnh giảng các chuyên gia có kinh nghiệm hoạt động của doanh nghiệp tham gia đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là giảng dạy, hướng dẫn các nội dung liên quan đến các kỹ năng đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp.
- Khai thác có hiệu quả hệ thống phòng học, phòng thực hành hiện có; đồng thời đầu tư, trang bị một số phòng thực hành chuyên môn sâu để phục vụ đào tạo chuyên sâu trong đó có ngành Du lịch;
- Tiếp tục ký kết thỏa thuận với các doanh nghiệp trên địa bàn để tạo cơ sở thực hành, thực tập, rèn nghề cho sinh viên.
- Nghiên cứu giao cho các trường đại học có đào tạo đại học chính quy các ngành về du lịch được cấp chứng chỉ nghiệp vụ về lĩnh vực du lịch.
- Tăng cường phối hợp với các doanh nghiệp để xác định nhu cầu nguồn nhân lực về số lượng, yêu cầu về chất lượng trên cơ sở đó điều chỉnh nội dung chương trình đào tạo, điều chỉnh chuẩn đầu ra, bổ sung các kỹ năng cần thiết và thời gian đào tạo thực hành tại doanh nghiệp nhằm đào tạo sinh viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu của ngành nghề, tiệm cận dần với chuẩn khu vực và quốc tế về đào tạo nhân lực du lịch.
- Đẩy mạnh hoạt động hợp tác, nghiên cứu khoa học trong đó chú trọng đến lĩnh vực Du lịch; gắn đào tạo với hợp tác quốc tế một cách hiệu quả; có chính sách thu hút các nhà khoa học Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia quốc tế về du lịch tham gia đào tạo.

5.2. Kiến nghị với Thủ tướng Chính phủ

1. Bộ Tài Chính bố trí kinh phí giao Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì, phối hợp với Bộ VHTTDL triển khai Khung trình độ Quốc gia Việt Nam trong đó xây dựng các chuẩn chương trình đối với các ngành đào tạo về du lịch nói riêng và các ngành đào tạo nói chung.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn cho phép các trường đại học, cao đẳng đang đào tạo các ngành về du lịch trình độ đại học, cao đẳng chính quy được đào tạo, bồi dưỡng và cấp chứng chỉ hành nghề và hướng dẫn viên du lịch.
3. Các đơn vị, doanh nghiệp quản lý, hoạt động liên quan đến lĩnh vực du lịch phối hợp với cơ sở đào tạo trong công tác bồi dưỡng, đào tạo nghiệp vụ, chuyên môn; là nơi thực hành, thực tập; cử cán bộ, chuyên gia đủ điều kiện tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập,...

6. KẾT LUẬN

Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Phát triển du lịch miền Trung có tiềm năng kinh tế biển, đầm phá,... Tây nguyên có tiềm năng về rừng núi, hồ thác,... đang là lợi thế trong cạnh tranh toàn cầu. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đem lại nhiều cơ hội cho du lịch phát triển. Thu hút được sự quan tâm của các nhà đầu tư nước ngoài, khả năng thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào khu vực miền Trung và Tây nguyên. Bên cạnh đó, một số công trình trọng điểm quốc gia được đầu tư ở khu vực miền Trung và Tây Nguyên, bắt đầu đi vào hoạt động như khu kinh tế mở Chu Lai (Quảng Nam), khu kinh tế Dung Quất (Quảng Ngãi), khu kinh tế Nhơn Hội (Bình Định), nâng cấp sân bay quốc tế Phú Bài lên công suất 5 triệu khách/năm đến nay tỉnh Thừa Thiên Huế đang tiến hành GPMB để bàn giao đất vào tháng 3/2019)... Lợi thế về đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở đào tạo về du lịch, đặc biệt là các trường cao đẳng nghề du lịch gắn với thực tế hoạt động của các doanh nghiệp trong khu vực.

Một điểm mạnh và cơ hội cho phát triển du lịch miền Trung và Tây nguyên là có nhiều lợi thế so sánh về du lịch so với các lãnh thổ khác trong nước như về "Du lịch biển đảo, đặc biệt là du lịch nghỉ dưỡng biển", "Du lịch di sản, đặc biệt là di sản văn hóa", "Du lịch đồi núi, đặc biệt là du

lịch sinh thái". Về "Vị trí địa lý", khu vực miền Trung - Tây nguyên là một trong những địa bàn kinh tế trọng điểm của đất nước, nhiều cảng biển, cảng hàng không, khu kinh tế quan trọng; không chỉ là vị trí trung gian gắn kết 2 địa bàn du lịch trọng yếu miền Bắc và miền Nam mà còn là cửa ngõ ra biển của hành lang kinh tế Đông - Tây, có quan hệ chặt chẽ với, Lào, Đông Bắc Campuchia, Đông Bắc Thái Lan và Myanmar, là cửa ngõ ra biển của tuyến Hành lang kinh tế - du lịch Đông Tây (WEC), nối với đường hàng hải quốc tế.

Để đáp ứng với yêu cầu phát triển du lịch tương xứng với lợi thế của vùng, với mục tiêu phát triển nhân lực Du lịch 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; và 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 yêu cầu cấp bách trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 221/2005/QĐ-TTg ngày 09/9/2005 của Thủ tướng Chính phủ về việc xây dựng Chương trình Quốc gia phát triển nhân lực đến năm 2020.
2. Quyết định số 958/QĐ-TTg ngày 24/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án "Xây dựng đội ngũ trí thức ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030".
3. Quyết định số 1060/QĐ-BVHTTDL ngày 29/3/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Đề án "Chiến lược phát triển nhân lực văn hóa, thể thao và du lịch 2011-2020".
4. Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Quy hoạch "Phát triển nhân lực ngành du lịch 2011-2020".
5. Quyết định số 2473/2011/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt "Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030".
6. Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban chấp hành Trung ương về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.
7. Nghị quyết số 44/NQ-CP ngày 09/6/2014 của Chính phủ về ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban chấp hành Trung ương về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.
8. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.
9. Thông báo số 263/TB-VPCP ngày 30/8/2016 của Văn phòng Chính phủ về Kết luận của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc tại Hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch.
10. 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.
11. Ban thư ký ASEAN "Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch" truy cập điện tử: <http://vietnamtourism.gov.vn/dmdocuments/SachHDMRA.pdf>;
12. Trang Web Tổng cục du lịch Việt Nam <http://vietnamtourism.gov.vn/>

LE BIOMIMÉTISME: UNE SOURCE D'INSPIRATION POUR LE MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES D'UNE ENTREPRISE DE TOURISME

*Bergery L., Giordano E., Dabos L.
Université de Toulon, France*

RÉSUMÉ

Cette communication a pour objectif d'interroger la façon dont les entreprises touristiques peuvent s'inspirer du monde animal, et en particulier du biomimétisme des fourmis, afin d'améliorer leur management des ressources humaines. En effet, le système social des insectes présente certaines caractéristiques, notamment la capacité de communication et l'intelligence collective, qui sont nécessaires pour une correcte gestion des ressources humaines des entreprises touristiques dans une perspective de durabilité. En instaurant une communication transversale et un partage des gains équitables, en cultivant la curiosité tout en réintégrant une cohésion au sein des entreprises, ces dernières feront preuve de plus d'adaptabilité pour affronter les enjeux de demain. De plus, un management des ressources humaines bienveillant et égalitaire permettra aux entreprises de conserver leur savoir-faire et d'attirer de nouvelles recrues à la hauteur des valeurs de l'entreprise.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine how tourism companies can draw inspiration from the animal world, and in particular from the biomimicry of ants, in order to improve their human resources management. Indeed, the social system of insects has certain characteristics, such as an enhanced communication capacity and a collective intelligence, that are required for a proper management of the human resources of tourist companies that have a sustainability perspective. By introducing cross-communication and equitable sharing of earnings, by cultivating curiosity while reintegrating corporate cohesion, companies will be more adaptable in tackling the challenges of tomorrow. In addition, a benevolent and egalitarian human resources management will allow companies to retain their know-how and attract new recruits to match the values of the company.

Les organisations prennent conscience depuis quelques années que les ressources humaines sont plus que simplement des ressources. En effet, la base salariale d'une entreprise constitue la première richesse de celle-ci. Michel Godet (in Igalens et al., 1998, p.5) écrit que "face aux mutations de l'environnement stratégique, l'avenir d'une entreprise dépend en grande partie de ses forces et faiblesses internes". En d'autres termes, l'avenir d'une entreprise repose principalement sur sa richesse interne, la base salariale. Il est donc nécessaire d'améliorer les pratiques de management des ressources humaines en général, mais d'autant plus lorsqu'on se prévaut d'être une entreprise de tourisme durable. Une entreprise de tourisme durable est une organisation à but lucratif qui répond aux engagements du développement durable. Cette entreprise a une dualité, difficile, mais pas insurmontable, de répondre à des enjeux privés (développement, bénéfices, croissance, etc.) tout en préservant les intérêts des générations présentes et futures en termes d'environnement, d'économie et de social. Elle est constituée, comme toutes les autres, d'employés, de collaborateurs et de salariés qui forment un groupe aux règles sociales explicites ou implicites. Ces règles sont généralement dictées par les dirigeants et les managers. Chaque entreprise met en place un système organisationnel en fonction de sa taille, de son passif, de ses objectifs, etc, et elle donc unique (Portanéry et al., 2018). De plus, dans le domaine du tourisme, les entreprises doivent avoir quelques points de vigilances supplémentaires. Ces points sont liés à la saisonnalité, et aux horaires des collaborateurs. Avoir une gestion durable des effectifs a un impact considérable sur le marché du travail. Un management des ressources humaines durable, éthique, bienveillant est une des étapes possibles pour tendre vers un tourisme durable. Concernant la durabilité, lorsque l'on considère qu'un mauvais management représente 25% des démissions¹, la démission d'un employé

¹Seton, "Mon manager et moi: pourquoi les français détestent leur boss", (<https://www.seton.fr/blog/actualites/mon-manager-et-moi/>).

et le turn-over fréquent dans une entreprise sont à l'opposé de la durabilité de celle-ci. Il devient alors impératif d'améliorer le management afin d'assurer le maintien et la transmission des connaissances au sein de l'entreprise et diminuer les coûts face au renouvellement de la personne (recherche d'un nouveau membre, recrutement, formation, etc.). Un management proche, humain, est une étape vers la durabilité de l'entreprise qu'elle soit économique, humaine, sociale ou solidaire. Pour reprendre les principes de la déclaration de Rio² de juin 1992, neuf des 27 principes peuvent être appliqués au management des ressources humaines³. Ces principes doivent être obligatoirement pris en compte dans le développement du management des ressources humaines au sein d'une entreprise de tourisme durable. Le tourisme durable est devenu indissociable au développement du tourisme, au point qu'un chapitre entier lui soit dédié dans la dernière analyse des tendances et politiques du tourisme de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique)⁴. Les agences de voyages qu'elles soient physiques ou dématérialisées sont généralement le premier contact des voyageurs avec le secteur du tourisme avant le début de leur voyage. Elles représentent 53% des entreprises du marché du secteur du tourisme en 2016 et, à elles seules, elles concentrent quasiment 70% du chiffre d'affaires de ce secteur⁵. A ce titre, elles sont une part incontournable du secteur du tourisme. Dans ce contexte concurrentiel des entreprises du tourisme et du tourisme durable, l'importance du management des ressources humaines est parfois sous-estimée. Mais comment peut-on améliorer ce management des ressources humaines au sein du secteur du tourisme durable? Il paraît désormais envisageable de faire le lien entre la nature et le management des ressources humaines. En effet, le biomimétisme vient en aide à de nombreux domaines, car rien n'est plus inspirant que la nature. L'architecture, l'agriculture, l'ingénierie, tous les domaines de la construction sont inspirés par la nature. Alors si le biomimétisme permet de solutionner de nombreuses problématiques du monde moderne, pourquoi ne parviendrait-il pas à résoudre les difficultés rencontrées dans le domaine du management des ressources humaines? Mais de quelle partie de la nature peut-on s'inspirer quand il s'agit de la gestion des êtres humains? Ainsi, la question "pourquoi faudrait-il s'inspirer des insectes en biomimétisme afin d'améliorer le management des ressources humaines d'une entreprise de tourisme durable?" peut alors être posée. Afin de répondre à cette question de recherche, l'aide des professionnels du domaine du management, du biomimétisme et de l'ethnologie a été apportée sous forme de dix entretiens semi-directifs. De plus, une étude de cas a été effectuée auprès d'une agence de voyages française⁶. Cet article va tout d'abord définir le biomimétisme en le contextualisant au sein du management des ressources humaines. La deuxième partie a pour objectif d'opérationnaliser ce biomimétisme. Nous mettrons en avant les points de ressemblances et les différences entre un schéma social chez les insectes et le schéma organisationnel dans une entreprise, afin d'en tirer un enseignement du vivant.

1. LE CONTEXTE DU BIOMIMÉTISME EN MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES

1.1. Le biomimétisme

La définition étymologique du biomimétisme est: "bio" qui en grec signifie le vivant et "mimétisme" l'imitation. Le biomimétisme est donc l'imitation du vivant. Néanmoins, ce concept est plus complexe que cela. Selon Janine M. Benyus (2017, p.4), le biomimétisme est l'utilisation de "la nature comme modèle". La nature fait elle-même preuve de stratégies d'adaptations environnementales. Le biomimétisme est surtout connu et reconnu dans des domaines comme l'architecture et l'ingénierie pour l'adaptation de particularités trouvées dans la nature aux

²Principes établis lors la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (connue sous le nom de "Sommet de la Terre").

³Principes n° 1/3/5/8/9/10/20/21/22.

⁴OCDE (2018), "Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2018", *Éditions OCDE*, Paris, (<https://doi.org/10.1787/tour-2018-fr>).

⁵Grosmesmil O., "Agences de voyages et voyagistes: avant tout, une activité de conception de voyages", *INSEE(Institut National de la statistique et des études économiques)*, 25 janvier 2019(<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3701876>).

⁶Agence de Voyages Tierra Latina, Angers, France.

constructions et inventions humaines. Le biomimétisme va plus loin que cela. C'est avant tout "savoir se taire pour pouvoir écouter les leçons que la nature peut nous donner" (Benyus, 2017). Le CEEBIOS (Centre Européen d'Excellence en Biomimétisme de Senlis), définit, quant à lui, le biomimétisme comme "une opportunité inédite d'innovation responsable: s'inspirer du vivant et tirer parti des solutions et inventions qui y sont produites, éprouvées par 3.8 milliards d'années d'évolution. En prenant les systèmes biologiques comme modèle, il devient possible de réconcilier les activités industrielles et le développement économique avec la préservation de l'environnement, des ressources et de la biodiversité"⁷. La norme ISO (Organisation Internationale de Normalisation) 18458/ 2015, de son côté, définit le biomimétisme "comme philosophie et approches conceptuelles interdisciplinaires prenant pour modèle la nature afin de relever les défis du développement durable (social, environnemental et économique)"⁸.

Les enjeux du biomimétisme sont aussi complexes que la définition du terme. En effet, d'une part, ils sont de répondre aux problèmes créés et rencontrés par l'Homme dans le monde moderne. Le biomimétisme est donc souvent mis en avant comme une nouvelle solution pour répondre aux enjeux environnementaux, et est souvent associé ou assimilé à la durabilité. Cependant, dans l'étude sur la contribution du biomimétisme à la transition vers une économie verte en France, le commissariat général au développement durable met en avant qu' "il est encore très difficile de conclure quant aux bienfaits environnementaux du biomimétisme, à la fois par manque de données (peu d'analyses de cycle de vie de produits biomimétiques ont été réalisées) et par manque de transparence des entreprises commercialisant de tels produits" (Durand, 2012, p.15).

Lorsque l'on souhaite s'inspirer du vivant pour améliorer les organisations humaines et surtout les organisations d'humains, de nombreux freins sont complexes à dépasser. Tout d'abord, l'être humain, n'a pas d'équivalent dans la nature en termes de sentiments, d'estimation de soi, de valeurs ou encore de vision globale de son territoire. Lorsque l'on trouve des organisations animales mieux optimisées, mieux organisées que l'Homme, il est difficile de l'adapter directement en biomimétisme chez l'être humain sans prendre le risque finalement de perdre les valeurs propres à l'Homme et ce qui en fait aussi sa richesse. L'enjeu véritable du biomimétisme, c'est d'être un nouveau socle culturel.

Selon les propos d'Emmanuel Delannoy lors de son entretien⁹, "l'essentiel dans le biomimétisme ce n'est pas la démarche de copier finalement des mécanismes du vivant c'est [...] de respecter des principes d'intégration dans le vivant. Finalement, l'humain étant une matière vivante comme une autre, les principes du vivant s'appliquent bien à l'humain. Nous ne sommes pas, encore une fois, dans la transposition d'un modèle biologique, mais dans le fait d'utiliser des principes du vivant pour guider la réflexion".

C'est pour cela, que pour la suite de cette communication nous parlerons de nous inspirer du vivant (et plus particulièrement des fourmis), de la science du vivant ou de bio-inspiration pour améliorer le management des ressources humaines dans une entreprise de tourisme durable.

1.2. L'enseignement du vivant en Management des Ressources Humaines Le schéma social

Ce que l'enseignement des fourmis¹⁰ nous apprend, c'est la force du groupe. En effet, celles-ci, individuellement, sont à la merci des prédateurs, des catastrophes naturelles, etc. Alors qu'en groupe, unies et soudées, elles peuvent faire face à de nombreuses problématiques. Leur système de coopération est exemplaire en ce sens. Nous pouvons avant tout nous inspirer de cette coopération. C'est l'absence de compétition au sein de la fourmière et la juste redistribution des gains de leur travail acharné qui permet cette cohésion et coopération (Portanéry et al., 2018, pp. 62-79). Si la compétition croissante des individus et des entreprises a, peu à peu, fait disparaître la cohésion et la

⁷CEEBIOS, "Biomimétisme", *Définition*, (<https://ceebios.com/biomimetisme/>).

⁸ISO, "18458:2015(fr) Biomimétique — Terminologie, concepts et méthodologie", *ISO*, 19 mai 2015, (<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:18458:ed-1:v1:fr>).

⁹Entretien d'Emmanuel Delannoy, Entrepreneur, conférencier et auteur, le 16 juillet 2019.

¹⁰Les espèces de fourmis étudiées sont celles d'*Atta* et *Acromyrmex*, qui, en plus de vivre dans des super-organismes, sont particulièrement intéressantes de par leurs activités. Elles créent un groupe et une coopération au sein de celui-ci.

coopération au sein des collaborateurs, malheureusement le poste de manager n'a pas dérogé à cette règle. Ce dernier et ses fonctions sont, également, devenus individualiste et compétiteur. Pour retrouver la coopération et la cohésion en entreprise, le rôle du management des ressources humaines, et de ce fait du manager, doit se recentrer sur les valeurs communes, les convictions, l'identité de l'entreprise. Le rôle du manager est de réunir ses collaborateurs pour affronter ensemble les enjeux de demain. En effet, le bonheur au travail, ne tient pas seulement du fait qu'un salarié soit capable d'atteindre les objectifs fixés, mais surtout de "partager les valeurs, les convictions, l'identité et la vision de la société intégrée" (Portanéry et al., 2018, pp. 62-79). Le rôle du manager ne doit pas être réinventé, mais réorienté vers des principes d'inclusion, de diversité, d'autoorganisation, de partage du pouvoir et des idées, un état d'esprit apprenant, de synergie et de créativité. Ce sont les principes clés de l'intelligence collective (Piazza, 2018).

La division du travail

Les fourmis, qui sont spécialisées dans leurs tâches, arrivent tout de même à se substituer en cas de perte d'effectif. De plus, malgré leur spécialisation, l'absence probable de sentiments, leur efficacité etc., elles évoluent dans leurs tâches au cours de leur vie. Elles ne sont pas cloisonnées par une division du travail hyperspécialisé ni par un système hiérarchique. Ce qu'il faut retenir de leur division du travail, c'est leur capacité d'adaptation. Pour avoir une telle capacité d'adaptation, l'être humain doit, de son côté, permettre à ses collaborateurs une flexibilité et une possibilité de polyvalence. Maintenir ou réinstaurer des formations, laisser la liberté à un collaborateur de se former sur le sujet qu'il souhaite, favoriser la curiosité. Au-delà du bien-être de l'employé, l'entreprise peut y gagner des compétences supplémentaires. De plus, par plus de polyvalence, le départ d'un collaborateur pour un congé maternité, une formation, des vacances, des congés maladie, ne sera plus une appréhension pour l'entreprise. Les entreprises doivent mettre en place une transversalité des savoirs. Le savoir des collaborateurs les plus anciens doit être transmis aux collaborateurs fraîchement entrés dans la société. Tout comme les fourmis apprennent de leurs congénères par mimétisme. Ainsi l'entreprise pourra faire face aux changements multiples de son environnement sans en être asservie (Portanéry et al., 2018, pp. 62-79). Enfin, le rôle du management des ressources humaines est d'harmoniser les envies des collaborateurs en termes de formations, de transmission de connaissances et de valorisation de la polyvalence.

Le système de commandement

Si le système de commandement des fourmis, sans hiérarchie, en parfaite coopération, peut faire rêver, il ne faut pas oublier que cette organisation est adaptée à la taille de leur colonie et à leur environnement. En effet, il ne semble pas exister d'organisation idéale. Tout comme dans les entreprises, "les solutions retenues par un système vivant ne valent en effet que pour un ensemble de contraintes et de paramètres qui ne sont pas forcément universels" (Deneubourg, 1995). Cependant, le système de commandement d'une entreprise ne devrait jamais s'établir depuis un modèle généraliste. Il devrait être pris en considération comme n'importe quel choix stratégique de l'entreprise et faire l'objet d'une réflexion. La mise en place d'un système de commandement, quel qu'il soit, doit prendre en compte le nombre de collaborateurs, l'activité et l'ensemble du secteur d'activité, l'environnement présent, les évolutions envisagées, les valeurs de l'entreprise et surtout le bien-être des collaborateurs (Portanéry et al., 2018, pp.21- 28.) Un système de commandement "en accord avec la spécificité de l'entreprise y compris avec la culture de son domaine d'activité, peut évoluer naturellement avec elle dans un environnement mouvant et complexe" (Portanéry et al., 2018, p. 28). L'entreprise ne doit pas avoir peur de changer de système de commandement tant que tous ces paramètres sont pris en compte et que le bien-être des collaborateurs n'est pas oublié. Tout comme le vivant, les entreprises doivent s'adapter à leur environnement.

La communication

La communication des fourmis, pourtant si simple, est une des clés de l'efficacité des fourmis. Aucun jugement, aucune arrière-pensée, aucun filtre ne sont visibles dans le système des feedbacks. L'entreprise et son système de management doivent trouver la solution pour faire de ces systèmes de communications complexes, des systèmes de communication inclusifs, sans barrière, sans peur du jugement et transparent. La tolérance et la bienveillance sur les avis et propos de chacun sont

primordiales. Cependant, la complexité de nos systèmes sera toujours un frein, même si nous communiquons sans filtre comme les fourmis. En effet, les feedbacks des fourmis s'estompent avec le temps, hormis les grandes routes de récolte que l'on peut tracer dans la végétation (Hölldobler, 2012, p.63). De plus, les fourmis ont un système de filtration de l'information. Elles ne sont sensibles qu'à une partie des informations présentes dans leur environnement¹¹. Un tel flot d'informations submergerait l'être humain, tout comme les fourmis, comme nous le voyons par exemple avec notre impossibilité à la déconnexion. Si les employés souffrent déjà de ce flot continu d'informations, il faut trouver un autre système de traitement de l'information. Des outils peuvent aussi permettre au manager d'améliorer la communication au sein de ses équipes et au sein de l'entreprise pour limiter les communications seulement descendantes.

L'intelligence collective

Chez les fourmis cette intelligence collective est innée, elle est présente sans la velléité d'un individu, et c'est ce qui en fait sa force. Cependant, cette intelligence collective vient du fait que les individus n'ont pas de perception du "soi". A l'état primitif, l'être humain était possédé de cette intelligence collective au-delà du soi. Cet état communautaire existera jusqu'à la fin du moyen âge où les champs étaient encore partagés ainsi que les ressources et les savoirs. Cette clé essentielle de notre société disparaîtra avec l'apparition de la propriété, de l'enclosure des champs, etc. Selon Peter Linebaugh (in Piazza, 2018, p.84), le début de la privatisation des biens communs commence au XIIème siècle. Ainsi, depuis ce siècle, l'être humain s'individualise. Même si ce dernier "reste otage, dans une certaine mesure, de ses origines (animales)" (Portanéry et al., 2018, p. 14), il est aujourd'hui bien loin de la beauté des comportements collectifs des animaux. Le rôle du manager est de mettre en place des outils permettant l'éclosion de cette intelligence collective au sein de ses équipes. De plus, contrairement à ce que l'on pourrait penser, si l'intelligence collective est synonyme d'abandon de pouvoir, elle est aussi démultiplicatrice du leadership. Le manager, ne doit pas craindre pour sa place, il faut par contre, qu'il soit prêt à sacrifier son pouvoir. Il deviendra le socle de ses équipes et non l'inverse. Si tout comme l'éthique, sa mise en place ne devrait résulter seulement de l'envie des individus de pratiquer le bien et la morale (Basanguka, 2005, p.113), l'intelligence collective, elle aussi ne doit pas être une simple mode, un simple outil, mais une véritable remise en question de nos pratiques en entreprise.

Les enseignements les plus importants que nous pouvons tirer de cette analyse sont l'intelligence collective des fourmis et leur communication. En effet même si elles ne sont pas entièrement comparables, ce sont des pistes d'améliorations évidentes que l'on peut mettre en place au sein du management des ressources humaines.

2. LES PRÉCONISATIONS GRÂCE À L'ENSEIGNEMENT DU VIVANT

Le schéma social

La force des fourmis réside dans leur cohésion de groupe. En entreprise, où l'individualisme fait loi, il est du devoir du management des ressources humaines de recentrer les préoccupations de chacun, au sein de l'entreprise, au bien-être de l'équipe. Sachant que "l'élément le plus structurant d'un collectif est sa finalité" (Piazza, 2018, p.125), le manager doit trouver, avec ses équipiers, la finalité de leur groupe, le but à atteindre. Pour cela il peut utiliser un des préceptes de l'intelligence collective: le cercle de parole. Vieux comme les réunions autour du feu, ce système de réunion est inclusif et égalitaire, si quelques règles sont respectées: la réunion doit être sous le signe de la convivialité, l'objectif doit être annoncé en même temps que les règles du jeu, chaque membre doit être placé en cercle pour que tous soient au même niveau, la présence d'un bâton de parole et d'un rapporteur. La règle du bâton de parole est que celui qui possède le bâton doit parler et ne doit pas être interrompu durant ce moment, la réunion est ainsi basée sur l'écoute de tous les points de vue. Concernant le rapporteur, il est en charge de noter toutes les idées afin de n'en oublier aucune. Cela peut être la manager, toujours selon Piazza. Une fois la finalité trouvée, elle deviendra "la clé de

¹¹Entretien avec Guy Theraulaz, Directeur de recherche au Centre de Recherche sur la Cognition Animale au CNRS, le 23 juillet 2019.

voûte de son architecture invisible”. Pour que cette finalité soit “la raison d’être du collectif et qu’elle soit portée par chaque personne, elle se doit d’être autotélique et porteuse de valeurs intrinsèques”. Les collaborateurs forment un groupe auquel ils croient puisqu’ils ont fixé, eux-mêmes, les objectifs. Il n’y rien de plus motivant que de croire en ce que l’on fait. Etant donné que les entreprises sont en perpétuelle évolution, il se peut que la finalité de l’équipe change au fil du temps. C’est au manager de prévoir une nouvelle réunion, en appliquant les mêmes consignes d’intelligence collective, pour faire le point sur cette finalité. Elle peut être prévu, par exemple, un an après la première.

De plus, les fourmis, qui vivent en super-colonies, tout du moins selon Edward O. Wilson, sont dépourvues de compétitions (Hölldobler, 2012, p.166), alors que c’est l’opposé en entreprise. Aujourd’hui la compétition est présente autant au sein de l’entreprise qu’entre les entreprises elles-mêmes. Il est nécessaire de rétablir les valeurs de cohésion, de partage et d’entraide en premier lieu dans l’entreprise afin d’ensuite les porter jusqu’aux parties prenantes de l’organisation et de son réseau. Pour créer cette cohésion et quitter cette compétition, il faut tout d’abord mettre en place un juste équilibre des gains. C’est ainsi que fonctionne le monde du vivant. En entreprise cela se résume par la mise en place des primes de participation, des primes sur objectifs et des salaires dignes et équivalents au travail effectué. Cela est le rôle des dirigeants et des administrations. Le premier peut choisir librement d’être plus juste dans la redistribution des richesses, la deuxième impose par les lois les comportements à suivre.

La division du travail

Les fourmis sont impressionnantes de par leur efficacité et leur adaptabilité. En entreprise, le savoir-faire de base, c’est-à-dire nécessaire au déroulement classique d’une journée de travail, doit être partagé par tous pour pouvoir palier à une absence quelle qu’elle soit. Ainsi, l’entreprise et les collaborateurs ne seront jamais pénalisés par l’absence d’un collègue pour des vacances, un arrêt maladie, un congé maternité etc. Par exemple, dans un hôtel, chaque membre de l’équipe doit être susceptible d’accueillir les voyageurs, de les encaisser, de gérer le logiciel de réservation etc. Par cette polyvalence, les membres de l’équipe ne sont plus entièrement dépendants de leurs collègues. Cela diminue l’inquiétude et le stress des collaborateurs (Portanéry et al., 2018, p. 79). “De plus, il est dans l’intérêt du manager de cultiver la curiosité de ses collaborateurs. Ainsi, les collaborateurs, face à un problème, iront chercher de manière autonome les solutions qu’ils peuvent trouver.” Puis, en faire part au reste de l’équipe en cas de réussite, mais aussi en cas d’échec. Afin de cultiver cette curiosité le manager peut mettre en place des formations, mais aussi des “journées découvertes”. C’est-à-dire qu’un collaborateur passe sa journée avec un de ses collègues, en binôme, pour découvrir un poste différent. Il faut connaître ses collègues et leurs postes, une journée, ou plus, passée dans le service d’un autre collègue permet de comprendre les enjeux de ce dernier, mais aussi de se mettre à sa place. Cela créera de la cohésion, de l’empathie et de l’autonomie pour tous les équipiers. Une autre préconisation, même si celle-ci est popularisée dans les entreprises, est de prévoir des team building entre services. Même si cette pratique est connue des managers, elle est parfois sous-estimée. Cependant, si la journée, ou demi-journée de team-building, est bien organisée et prévues avec des objectifs clairs, ces bienfaits sur les équipes peuvent être impressionnants (Courvalet, 2019).

Le système de commandement

Fonctionner sans hiérarchie, en hétérarchie ou holocratie, comme les fourmis, serait surement un rêve pour beaucoup d’employés victimes de leur hiérarchie. Cependant, chaque entreprise est unique de par son passif, sa taille, son domaine d’expertise, l’environnement dans lequel elle évolue, le nombre de salariés, etc. Il ne peut y avoir de règle unique en ce domaine, comme nous l’avons vu dans le chapitre précédent. La préconisation qui peut donc être donnée, est qu’en cas de velléité de changement, celui-ci devrait se faire sur la base de l’intelligence collective, en prenant en compte l’avis de chacun. L’entreprise Michelin est un bon exemple. Afin de changer son organisation, elle a mis directement les employés à contribution, pour qu’ils dessinent eux-mêmes

leur nouvelle organisation¹². Si le développement de la curiosité doit être encouragé chez les collaborateurs, il en va de même pour les managers et les dirigeants. Ainsi, en participant eux aussi, à des formations et des échanges avec d'autres entreprises, ou en rejoignant un réseau d'entreprises elles aussi en conversion, ils trouveront peut-être le système de commandement parfaitement adapté à leur organisation et à leurs ressources humaines.

La communication

Les fournis par leur système de communication nous apprennent que parfois les paroles ont peu d'importance. Un système entier composé de plusieurs milliers d'individus peut fonctionner par simples feedbacks positifs. A l'échelle de l'entreprise, il paraît donc évident de mettre en place des feedbacks. Cependant, les feedbacks positifs sont aussi importants que les feedbacks négatifs. Il n'y a pas d'erreur, seulement des leçons. Les feedbacks sont déjà pratiqués dans de nombreuses entreprises, cependant ils ne sont pas toujours pris en compte par la direction. Et si finalement ces feedbacks étaient surtout nécessaires pour les collaborateurs? Pour cela il faudrait que ces derniers y aient accès de manière égalitaire. L'idée n'est pas d'inonder les employés d'informations, par mails par exemple, car nous l'avons vu la surcharge d'informations est une des causes du stress et de l'impossibilité de déconnexion des employés. L'entreprise et le manager peuvent mettre en place un système d'enregistrement des feedbacks des entreprises pour maintenir ce savoir et le transmettre à tous. L'entreprise doit choisir un lieu, de préférence numérique, accessible à tous. Elle doit aussi choisir intelligemment une codification pour ranger les documents, afin que l'information puisse être trouvée rapidement. Par exemple, année, mois, jour de la réunion, et thématique de la réunion. Le code doit être aussi connu de tous et compréhensible par tous. Pour trouver un système de codification, le plus simple est de faire appel aux équipes, en intelligence collective, afin qu'elles choisissent elles-mêmes le code qu'elles utiliseront dès qu'elles souhaiteront relire les feedbacks d'une précédente action. Pour collecter ces feedbacks le manager peut mettre en place des réunions hebdomadaires avec ses équipiers.

Par exemple, à l'agence de voyage Tierra Latina, ces réunions sont organisées ainsi tous les lundis. Ces réunions suivent les règles de l'intelligence collective où, selon Pierre Levy, l'intelligence est "distribuée, constamment renforcée, coordonnée en temps réel et qui résulte en une mobilisation efficace des compétences", (2018, p.15), pour aboutir à "la reconnaissance et l'enrichissement mutuels des personnes". En procédant ainsi, l'agence de voyages Tierra Latina a mis en place plusieurs exercices de l'intelligence collective, avant tout par bon sens sans spécialement savoir qu'ils empruntaient cette voie. Il manque seulement à ces réunions une trace écrite. Un compte rendu de ces réunions serait le bienvenu pour garder une trace écrite de ce qui s'est échangé, et que chacun puisse y accéder. Enfin, toujours en s'inspirant des fournis qui, au final, ont une transparence, involontaire, mais totale, l'entreprise peut appliquer cette même transparence en laissant accès à toutes ou parties des informations de l'entreprise aux salariés. De nouveau, le but n'est pas de submerger les employés d'informations. Les informations pourraient être consultables sur un lieu sécurisé, numérique et accessible à tous. Comme le met en avant Christophe Thuillier (2018), les limites de cette transparence complète peuvent être une incompréhension des informations disponibles. L'équipe dirigeante peut alors accompagner les collaborateurs dans la compréhension de ces chiffres ou documents. Le savoir est la base de toute équité. Selon Thuillier "L'intelligence collective repose sur la circulation de l'information entre pairs pour permettre la coordination de l'action, pour partager les perceptions du système extérieur, pour signaler des indicateurs informant de la progression de l'action. Le système évoluera de manière intelligente s'il a accès de manière distribuée et transparente aux informations utiles à l'action. L'holoptisme (visible de tous) remplace le panoptisme (vision globale réservée au sommet).

L'intelligence collective

Les fournis nous ont prouvé leur force en intelligence collective. Cependant, c'est parce qu'elles n'ont pas de conscience de soi, elles n'ont pas d'individualité. Ce n'est pas envisageable de

¹²Michelin, "Organisation responsabilisantes Michelin", *Youtube*, le 30 juin 2014, (<https://www.youtube.com/watch?v=vQIabPEgN3U>).

préconiser de pratiquer la même intelligence collective en entreprise. De plus, en entreprise où l'individualité est très forte, "une solution saine ne peut venir de l'extérieur d'un système. Elle a besoin d'être ingérée, digérée, assimilée, métabolisée, transformée, excrétée" (Piazza, 2018). Le véritable premier exercice de l'intelligence collective est d'articuler ou de coordonner "les singularités, en facilitant les dialogues, et non en nivelant les différences ou en faisant taire les dissidents" (Levy, in Piazza, 2018, p.9). Cette étape passe par la cohésion de groupe et l'intégration de chaque membre de l'équipe. L'intelligence collective peut être utilisée au quotidien, sans forcément changer l'organisation en entier. La transition peut se faire pas à pas. Si la cohésion des équipes a été renforcée grâce à l'exercice de déterminer la finalité de l'équipe, ce même exercice peut être pratiqué pour définir l'ADN (Acide Désoxyribonucléique) de l'entreprise. Si l'ADN est un terme scientifique, il est repris depuis plusieurs années pour désigner les spécificités propres à une entreprise ou une marque, porteuses de son identité, de son savoir-faire, de ses valeurs et de ses convictions (Soubiès, 2018). Tout comme la finalité de l'équipe, l'ADN peut être défini en intelligence collective avec l'ensemble des équipes, si l'entreprise est de petite taille. Si les effectifs dépassent 40 personnes, il est conseillé de diviser ces réunions en cercle en petits groupes de travail (Piazza, 2018). L'ensemble de l'entreprise doit déterminer ses convictions, ses valeurs, son identité et sa vision à travers son ADN. Forte de ce collectif, de ces croyances en commun, l'entreprise fera bloc face aux changements et aux enjeux de demain.

En cas de départ à la retraite, l'entreprise doit anticiper le départ du collaborateur afin d'installer un mentorship avant son départ. Le mentorship est la création d'un binôme entre le collaborateur sur le départ et la nouvelle recrue. Le but étant de transmettre le savoir-faire que le collaborateur a acquis durant ses années de travail. Toutefois, ce binôme permet aussi l'amélioration de l'intégration du nouvel arrivant dans son poste et sa nouvelle équipe, s'il en change (Beaupré, 2008). Pour recruter le successeur, l'entreprise doit d'abord envisager de faire évoluer un salarié, avant d'ouvrir le poste à l'extérieur. Pour cela, l'entreprise peut mettre en place une élection sans candidat. Le principe est simple, lors d'une réunion en cercle avec l'équipe concernée, le poste ainsi que ses responsabilités et les compétences requises sont énoncés. Puis sans qu'aucun membre ne se propose pour le rôle, chacun prend la liberté d'écrire sur un papier qui il verrait pour le poste. Puis, il justifie son choix auprès du reste des membres. Après avoir fait un premier tour, et entendu les arguments de tous, un deuxième tour peut être mis en place si le cercle le désire, sinon, la personne en charge du processus (neutre) désigne le collaborateur qui semble avoir le plus de soutiens. Ainsi, l'évolution de poste est choisie par l'ensemble du groupe. La personne désignée, si elle accepte le poste, sait qu'elle a le soutien du reste de son équipe (Piazza, 2018). En cas d'absence des compétences requises pour le poste dans l'entreprise, le poste peut être ouvert à l'extérieur. Cependant, afin d'attirer les nouvelles recrues, l'entreprise doit être attrayante. En sachant que la nouvelle génération, la génération Y, représentera 75% des travailleurs d'ici 2025, et que cette dernière accorde une importance particulière sur l'éthique de l'organisation lors de son choix d'entreprise (Deschênes et al., 2015), les entreprises qui souhaitent attirer ces nouveaux talents doivent être exemplaires en matière d'éthique au sens large. Pour cela l'entreprise peut, dans un premier temps, appliquer le Code Mondial d'Éthique du Tourisme. Ce code rassemble les résolutions adoptées par l'Assemblée générale de l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) en 1999, il est ensuite repris et validé par les Nations Unies en 2001. Ce code énonce dix articles à appliquer, de manière volontaire, en vue de promouvoir un tourisme responsable et durable¹³. Dans un second temps, l'entreprise peut créer sa propre charte de bienveillance en intelligence collective. Elle doit définir la manière dont chaque membre de l'organisation souhaite être traité. Le nouveau collaborateur, devra au moment de son entrée dans la société ajouter ses idées à la charte avant de la signer à son tour. Il va sans dire que l'embauche sera sans discrimination. De plus, plutôt que de faire passer les entretiens par les responsables des ressources humaines, l'entreprise peut choisir de faire passer les entretiens par les membres de l'équipe qui vont accueillir le nouveau collaborateur. Les collaborateurs connaissent

¹³OMT, "Code Mondial d'éthique du tourisme pour un tourisme responsable", OMT, 27 septembre-1^{er} octobre 1999, (<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodefr.pdf>).

leur travail et les qualités requises pour le faire, ils sont ainsi les parfaits juges pour élire un nouveau collaborateur. L'équipe des ressources humaines se placera en soutien si les collaborateurs ont besoin d'aide, mais n'interviendront pas dans le processus de décision. En cas d'égalité, l'équipe des ressources humaines peut éventuellement trancher.

La véritable force des fourmis est leur adaptabilité, les entreprises doivent s'armer pour répondre aux enjeux de demain. Toutefois, dans la majorité des cas, les entreprises disposent déjà des ressources nécessaires pour affronter les défis qu'offre l'avenir, leurs ressources humaines. Néanmoins, pour permettre à ces ressources de s'épanouir, il faut leur accorder la liberté, la liberté d'apprendre, de faire des erreurs, d'enseigner, de partager, de coopérer, etc. Cette liberté s'acquiert par un management des ressources humaines qui prend en compte "la solidarité, l'égalité, la dignité, la convivialité, la coopération, le dialogue, le respect de la vie sous toutes ses formes, la paix et l'harmonie" (Piazza, 2018, p.67). De plus, "la personnalisation, la flexibilité et l'humanisation des conditions de travail représentent une voie fructueuse pour la convergence des diverses pratiques de gestion des ressources humaines et de responsabilité sociale" (Beaupré et al. 2008).

Ainsi, si ces préconisations sont générales, c'est parce que chaque entreprise est unique et en permanente évolution. De plus, la mise en place de changements tels qu'un système de management basé sur l'intelligence collective doit être à l'issue d'une prise de conscience interne.

CONCLUSION

La nature est inspirante, c'est un fait. Trouver dans celle-ci des réponses aux problèmes du monde moderne (souvent créés par l'Homme lui-même) est une solution. Néanmoins, lorsqu'il s'agit du management des ressources humaines nous nous devons de garder à l'esprit de ne pas perdre notre humanité. En effet, les fourmis et autres insectes sociaux ont un système d'organisation proche de la perfection avec une dévotion, de la part des membres de la communauté, sans faille. C'est cette complète dévotion qui nous différencie totalement de leur système. Si nous adaptons le système d'organisation des fourmis, par exemple, nous perdrons notre libre arbitre et au bout du compte notre humanité. Les entreprises et les fourmilières sont en constante évolution au fil du temps tout comme leurs environnements respectifs. Si les fourmis n'ont pas conscience d'un plan général, les entreprises doivent percevoir l'intégralité de leurs parties prenantes, de leur environnement et de l'impact qu'elles peuvent avoir dessus. La première approche d'une démarche durable commence au sein de l'entreprise avec un meilleur management des ressources humaines.

La solution, finalement, est de nous inspirer en partie du système social des insectes dans ce qui représente la part la plus riche: leur communication et leur intelligence collective. En instaurant une communication transversale et un partage des gains équitables, en cultivant la curiosité tout en réintégrant une cohésion au sein des entreprises, ces dernières feront preuve de plus d'adaptabilité pour affronter les enjeux de demain. De plus, un management des ressources humaines bienveillant et égalitaire permettra aux entreprises de conserver leur savoir-faire et d'attirer de nouvelles recrues à la hauteur des valeurs de l'entreprise.

Néanmoins, ce sujet est tellement vaste qu'il nécessite une étude plus approfondie du système organisationnel humain et des insectes. Comme le dit Oliver Piazza (2018, p.125), "l'intelligence collective est donc une voie que la nature ne cesse de nous présenter depuis 4 milliards d'années d'évolution biologique. Et si nous avons l'humilité de la suivre?".

BIBLIOGRAPHIE

1. Basanguka, A. (2005), "Éthique et imagination chez Paul Ricœur", *Revue d'éthique et de théologie morale*, vol. 233, N°1, pp. 113-134.
2. Beaupré D. (2008), et al. "Gestion des ressources humaines, développement durable et responsabilité sociale", *Revue internationale de psychosociologie*, vol. XIV, n°. 33, pp. 77-140.
3. Benyus J.M. (2017), *Biomimétisme, Quand la nature inspire des innovations durables*, Paris, L'écopoeche.
4. Courvalet T. (2019), "Team building : comment renforcer l'engagement des collaborateurs?", *Windoo*, le 2 avril 2019, (<https://blog.windoo.fr/2019/04/02/team-building-comment-renforcer-lengagement-descollaborateurs/>).

5. Deneubourg J.L. (1995), “Individuellement, les insectes sont bêtes; Collectivement, ils sont intelligents...”. *Le temps stratégique*, n°65, septembre 1995.
6. Deschênes A., Laflamme J., Durif F. (2015), “La responsabilité sociétale et l'éthique comme vecteurs de l'engagement organisationnel”, *Revue de l'organisation responsable*, vol. 10, N° 2, pp. 43-57.
7. Durand H. (2012), Sous la direction de Larrie C. et Hubert C., “Étude sur la contribution du biomimétisme à la transition vers une économie verte en France verte: état des lieux, potentiel, leviers”, *Études et documents de la Délégation au développement durable (DDD) du Commissariat Général au Développement Durable (CGDD)*, n°72, p.15.
8. Grosmesmil O. (2019), “Agences de voyages et voyagistes : avant tout, une activité de conception de voyages”, *INSEE (Institut National de la statistique et des études économiques)*, 25 janvier 2019 (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3701876>).
9. Hölldobler B. (2012), Wilson E., *L'incroyable instinct des fourmis*, Flammarion, 208 p.
10. Igalens J, Roussel P. (1998), *Méthodes de Recherche en Gestion des Ressources Humaine*, Economica.
10. Piazza O. (2018), *Découvrir l'intelligence collective*, InterEditions, 157 p.
11. Portanéry E., Faraut-van Went C., Poupard J-M., *Quand les animaux inspirent l'entreprise, le comportement animal au service du management*, Paris, ESF sciences humaines, 2018.
12. Soubiès B. (2018), “La culture d'entreprise, ADN indispensable”, *Marketing Professionnel*, le 26 avril 2018, (<http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/culture-entreprise-adn-201804.html>).
13. Thuillier C. (2018), “L'entreprise libérée à l'épreuve du réel”, *Manager Go!*, le 16 juillet 2018, (<https://www.manager-go.com/management/articles/l-entreprise-liberee-a-l-epreuve-du-reel>).

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

TS. Đỗ Thị Thanh Hoa, ThS. Nguyễn Thị Lan Hương, CN. Vũ Chiến Thắng
Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục Du lịch

TÓM TẮT

Năm 2019, theo Báo cáo xếp hạng năng lực cạnh tranh ngành lữ hành và du lịch của WEF, năng lực cạnh tranh của Việt Nam tăng 4 bậc từ vị trí 67/136 (2017) lên 63/140 (2019). Song đáng chú ý trong đó về chỉ số cạnh tranh về nguồn nhân lực và thị trường lao động, nếu như năm 2017 Việt Nam đã tăng 18 bậc từ hạng 55/141 năm 2015, lên 37/136 năm 2017 thì đến 2019, chỉ số này lại sụt giảm, xếp hạng 47/140, với điểm số thấp, 4,8 điểm, chỉ đứng trên Lào, Campuchia, Bruney trong các nước ASEAN. Tương tự như vậy chỉ số xếp hạng về mức độ sẵn sàng về công nghệ thông tin và truyền thông cũng ở mức rất thấp với 4,3 điểm và xếp thứ hạng 83 [4]. Điều này cho thấy những hạn chế, bất cập nhất định về lực lượng lao động du lịch trong bối cảnh công nghệ số, cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi mặt của đời sống, sự phát triển kinh tế - xã hội. Hoạt động của ngành du lịch phụ thuộc rất nhiều vào việc kết hợp giữa áp dụng công nghệ tiên tiến và sử dụng trí tuệ nguồn lực con người, để cung cấp dịch vụ du lịch hoàn hảo nhất, nhưng vẫn đảm bảo tính nhân văn, và sự tương tác trực tiếp của con người với kỹ năng cao mà máy móc không thể thay thế được. Bài viết này thông quan việc phân tích bối cảnh, tổng quan thực tế đánh giá về nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, đồng thời xem xét kinh nghiệm của một số quốc gia tiên tiến trên thế giới, đưa ra những vấn đề, yêu cầu về nguồn nhân lực du lịch trước bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang lan tỏa ngày càng sâu, rộng.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp (CMCN) lần thứ tư, nguồn nhân lực du lịch, đào tạo, năng lực cạnh tranh

1. PHÂN TÍCH BỐI CẢNH

Một thực tế hiện nay, sản xuất công nghiệp đang đối mặt với thách thức của robot hóa khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư ngày càng mạnh mẽ và ngành Du lịch Việt Nam - ngành kinh tế tổng hợp - ngành “công nghiệp không khói” cũng không nằm ngoài xu thế đó.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu thống kê và dự báo ngành

Chỉ tiêu ngành	Đơn vị	Năm 2018	Dự báo 2020
Khách du lịch quốc tế	Triệu	15,5	17-20
Số lượt khách nội địa	Triệu	80,0	82
Tổng thu ngành du lịch	Tỷ USD	27,2	35
Lao động trực tiếp ngành du lịch	Triệu	0,82	1,6
Đóng góp GDP	%	8,39	10

Nguồn: Số liệu 2018: Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2018

Số liệu dự báo: Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 16/1/2017

Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam đã có những bước tăng trưởng ấn tượng và đang trở thành một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng du lịch cao hàng đầu thế giới (Theo đánh giá của UNWTO). Năm 2018, Việt Nam đón 15,5 triệu khách quốc tế tăng 20% so với năm 2017, phục vụ khoảng 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt 637.000 tỷ đồng (tương đương với 27,2 tỷ USD); đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP khoảng 8,39% [2]. Theo số liệu thống kê, 11 tháng của năm 2019, Việt Nam đón xấp xỉ 16,3 triệu lượt khách quốc tế, tăng 15,4% so với cùng kỳ năm 2018. Với mức độ tăng trưởng của ngành như hiện nay, có thể thấy mục tiêu dự báo đóng góp 10% GDP, thu hút 20 triệu lượt khách quốc tế vào năm 2020 là có khả năng hoàn toàn khả thi. (Bảng 1)

Chính sách phát triển du lịch Việt Nam đã được thể chế hóa trong các văn kiện của Đảng và Chính phủ. Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển ngành du lịch thành ngành mũi nhọn và đưa Việt Nam trở thành điểm đến hàng đầu ở Đông Nam Á, chú trọng (i) phát triển hạ tầng du lịch, (ii) đẩy mạnh xúc tiến du lịch, tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, (iii) phát triển nguồn nhân lực du lịch, và (iv) nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về ngành du lịch, cùng các yếu tố khác. Chính phủ hiện đang chỉ đạo Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch xây dựng Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 và triển khai kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết 08 nhằm thúc đẩy phát triển nhanh, mạnh và bền vững ngành du lịch trong thập kỷ tới.

Năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và giảm thiểu những tác động tiêu cực của làn sóng này ở Việt Nam, trong đó nêu rõ du lịch là một trong những ngành kinh tế được ưu tiên xây dựng chiến lược chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin nhằm thúc đẩy du lịch thông minh ở Việt Nam. Trên thực tế, ngành du lịch được xem là có lợi thế khi phát triển dựa trên sự phục vụ con người với nhu cầu đa dạng và ngày một nâng cao. Ngành Du lịch có thể phục vụ khách hàng một cách thông minh khi áp dụng trí tuệ nhân tạo vào phục vụ con người. Với sự hỗ trợ của công nghệ số có thể tạo ra và cung cấp các dịch vụ du lịch tốt nhất cho du khách đến Việt Nam.

Tuy nhiên, tất cả những thay đổi do cuộc CMCN lần thứ 4 tạo ra ở các lĩnh vực lưu trú, lữ hành, giải trí, vận chuyển... gắn với trí tuệ nhân tạo trong chuỗi sản phẩm du lịch từ cung cấp thông tin, đặt chỗ, cung cấp dịch vụ, mua sắm cho đến giao tiếp, hỗ trợ, truyền thông, quản lý... đều đòi hỏi sự tiến bộ đồng bộ và thậm chí là đi trước của nguồn nhân lực. Nhưng trên thực tế, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đang yếu và thiếu trước nhu cầu phát triển du lịch nhất là vấn đề chất lượng nguồn nhân lực du lịch trước thời đại công nghệ số.

Theo Báo cáo xếp hạng năng lực cạnh tranh ngành lữ hành và du lịch 2019 của WEF, năng lực cạnh tranh của Việt Nam tăng 4 bậc từ vị trí 67/136 (2017) lên 63/140 (2019). Trong đó, chỉ số sức cạnh tranh về nguồn nhân lực và thị trường lao động vẫn còn thấp, xếp hạng 47/140 đạt 4,8 điểm (Bảng 2), sụt giảm so với năm 2017, chỉ xếp trên Lào, Campuchia, Brunei trong các nước ASEAN [4].

Đánh giá xếp hạng trên đây phản ánh thực tế khá chính xác hạn chế về lao động du lịch Việt Nam trước bối cảnh công nghệ 4.0 đang phát triển mạnh mẽ. Theo số liệu 2017, ngành du lịch có khoảng hơn 750 ngàn lao động trực tiếp, trong tổng số hơn 2,5 triệu lao động liên quan đến du lịch; tỷ lệ lao động có chuyên môn về du lịch (được đào tạo và bồi dưỡng về du lịch) chiếm khoảng gần 45%/tổng số. Theo tính toán, mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó chỉ hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. Ngoài khoảng cách về số lượng này, khoảng cách về kỹ năng trong lực lượng lao động du lịch hiện nay cũng lớn - chỉ 42% người lao động được đào tạo chuyên ngành về du lịch, trong khi đó 38% chuyển từ ngành khác sang và 20% không được đào tạo chính quy. Như vậy, nguồn cung nhân lực du lịch trên toàn quốc được xem là yếu và thiếu.

Bên cạnh đó, tỷ trọng nhân lực trực tiếp phục vụ có kỹ năng còn chưa cân đối. Theo kinh nghiệm phát triển nguồn nhân lực du lịch của các nước EU thì cơ cấu theo trình độ đào tạo của nhân lực ngành Du lịch nước ta hiện đang mất cân đối. Nhân lực quản trị, giám sát trong doanh nghiệp du lịch hiện đang chiếm tỷ lệ cao hơn con số cần thiết và con số lao động nghề lại thấp hơn so với tỷ lệ cần.

So với yêu cầu phát triển ngành, lực lượng lao động vừa yếu vừa thiếu ở những khâu then chốt; nhất là thiếu nhân lực chất lượng cao. Nhiều lĩnh vực có liên quan đến du lịch chưa coi trọng phát triển nhân lực, chưa đáp ứng yêu cầu công việc. Theo thống kê, hiện cả nước có khoảng 156 cơ sở tham gia đào tạo chuyên ngành du lịch ở trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp và đào tạo ngắn hạn, gồm: 48 trường đại học; 43 trường cao đẳng (trong đó có 10 trường cao đẳng nghề); 40 trường trung cấp (trong đó có 04 trường trung cấp nghề); 02 công ty đào tạo và 23 trung tâm, lớp đào tạo nghề. Trong số đó, chỉ có 1 trường trực thuộc doanh nghiệp là Trường Trung cấp Du lịch và Khách sạn Saigontourist của Tổng Công ty Du lịch Saigontourist. Không nhiều trường có cơ sở hoặc trang thiết bị thực hành, đặc biệt gắn với doanh nghiệp.

Bảng 2: Xếp hạng NLCT về lữ hành và du lịch 2019 khu vực châu Á - TBD

Global Rank	ENABLING ENVIRONMENT						T&T POLICY & ENABLING CONDITIONS				INFRASTRUCTURE			NATURAL & CULT. RESOURCES	
	Business Environment	Safety & Security	Health & Hygiene	Human Resources & Labor Market	ICT Readiness	Prioritization of T&T	Int'l. Openness	Price Comp'tness.	Environ. Sustainability	Air Transport Infrastructure	Ground & Port Infrastructure	Tourist Service Infrastructure	Natural Resources	Cultural Res. & Business Travel	
Japan	4	5.2	5.2	5.4	5.2	5.2	4.2	4.8	4.4	4.4	4.4	4.7	4.1	3.9	
Australia	7	5.1	5.1	5.2	5.1	5.0	3.2	4.4	4.4	4.0	3.8	4.1	3.8	3.4	
China	13	4.7	5.6	5.6	5.2	5.0	4.8	3.1	5.7	3.8	4.3	3.9	3.5	2.8	
Hong Kong SAR	14	5.2	5.2	6.0	5.6	5.6	5.2	3.8	4.6	4.6	4.6	4.3	3.6	2.4	
Korea, Rep.	16	4.8	5.9	5.4	5.0	5.2	4.9	4.2	5.0	4.2	4.2	4.4	2.4	3.8	
New Zealand	18	5.2	5.2	5.9	5.4	5.1	3.0	4.2	4.2	4.2	3.8	4.4	4.2	2.0	
Taiwan, China	37	5.1	5.2	6.0	5.2	5.6	4.7	3.7	5.4	4.4	3.9	4.1	4.8	2.6	
Mongolia	93	4.3	5.6	6.1	4.5	4.3	4.5	1.9	3.2	3.6	2.2	2.2	2.9	3.1	
Eastern Asia-Pacific		5.1	6.0	6.1	5.2	5.7	5.1	4.0	5.1	4.3	4.5	4.5	4.8	3.8	
Singapore	17	5.0	5.4	5.6	5.6	5.1	4.2	4.4	5.0	4.3	4.2	4.4	5.1	2.2	
Malaysia	29	5.2	5.9	5.3	5.4	5.4	4.8	4.2	4.2	4.0	4.0	4.0	4.5	3.8	
Thailand	31	4.9	4.8	5.0	5.1	5.2	3.2	3.9	3.8	3.6	3.4	3.3	3.9	2.6	
Indonesia	40	4.7	5.4	4.5	4.8	4.7	3.2	3.2	3.2	3.5	3.0	3.3	3.1	3.2	
Viet Nam	63	4.4	5.6	5.0	4.8	4.3	4.1	3.7	3.8	3.8	3.4	3.0	2.8	3.8	
Brunei Darussalam	72	4.8	5.2	5.5	4.6	5.4	3.4	3.7	3.9	4.1	3.2	3.8	4.0	2.4	
Philippines	75	4.3	3.8	4.8	5.0	4.4	4.9	3.5	3.9	4.0	3.2	2.8	3.6	3.8	
Lao PDR	97	4.4	5.3	4.5	4.6	3.4	4.8	3.0	3.9	3.7	2.4	2.5	3.4	2.9	
Cambodia	98	3.8	5.1	4.0	4.2	3.9	5.0	3.5	5.6	3.4	2.3	2.5	3.2	3.0	

Nguồn: WEF, 2019, Báo cáo NLCT về lữ hành và du lịch

Nói riêng về kỹ năng, trình độ ngoại ngữ, hiện toàn ngành có khoảng 60% lao động biết ngoại ngữ nhưng chủ yếu là tiếng Anh (42%), tỷ lệ biết tiếng Trung Quốc chỉ 5%, tiếng Pháp 4%... Trong đó, số lao động có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chỉ 15%, và cũng chỉ tập trung chủ yếu ở bộ phận làm hướng dẫn viên du lịch, lễ tân khách sạn [5].

2. KINH NGHIỆM CHUẨN BỊ SỰ SẴN SÀNG NGUỒN NHÂN LỰC CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

Nước Anh xác định rõ tầm quan trọng của giáo dục cơ bản để chuẩn bị cho chiến lược thay đổi về việc làm trong vòng 20 năm tới, cụ thể, 90% công việc của nước Anh sẽ gắn với công nghệ số. Chiến lược nêu rõ nước Anh đặt trọng tâm vào đào tạo suốt đời và đào tạo hướng nghiệp về công nghệ thông tin, nhằm đạt được các mục tiêu số hóa và đẩy mạnh nền kinh tế số. Đến năm 2022, Vương quốc Anh cần thêm khoảng 1,2 triệu lao động làm việc trong các lĩnh vực liên quan tới công nghệ số. Tuy hiện tại tỷ lệ lao động trong lĩnh vực này tại nước Anh cao hơn nhiều so với châu Âu, nhưng trong tương lai, cần phải bổ sung các chuyên gia có trình độ cao về công nghệ thông tin để đáp ứng nhu cầu. Hiện nay, chính phủ Anh vẫn đang tiếp tục hợp tác với khu vực tư nhân để tăng cường sự tham gia của người lao động trong tiếp cận môi trường số, sử dụng Internet trong mọi dịch vụ công, học tập nâng cao kiến thức, không phân biệt lứa tuổi, giới tính, dân tộc, cộng đồng... Đồng thời, đề cao vai trò của thư viện đối với đào tạo công nghệ số.[6]

Tại Đức, trường Đại học Công nghệ Berlin phối hợp với trường Đại học Humboldt, các viện nghiên cứu và khu vực doanh nghiệp thành lập Trung tâm Công nghệ số tương lai Einstein nhằm nghiên cứu chuyên sâu về ngôi nhà thông minh, thành phố thông minh, sự chuyên đổi công nghệ, giáo dục số, cá nhân hóa dịch vụ y tế, an ninh công nghệ thông tin,... Chiến lược của Đức là phát triển các mô hình khởi nghiệp trong thời đại cách mạng số ở các lĩnh vực văn hóa, xã hội... Mục tiêu để Berlin trở thành trung tâm khởi nghiệp của châu Âu. Bên cạnh đó, Berlin đào tạo những nhà nghiên cứu trẻ tham gia các dự án phát huy giá trị của cộng đồng dựa trên nền tảng của phát minh số kể từ những năm 2010. Mô hình điển hình là thành phố Cologne là điểm đến của lễ hội và những dịch vụ giải trí giúp phát triển du lịch. Thư viện trung tâm Cologne là nơi cộng đồng tham gia sinh hoạt, đồng thời làm giàu thêm các giá trị văn hóa.[6]

Nước Úc: theo thống kê hiện nay, Úc đang cần tuyển dụng thêm 36.000 việc làm trong ngành du lịch, bao gồm 26.000 vị trí cần kỹ năng cao. Để giải quyết vấn đề này, Chính phủ đã hỗ trợ ngành du lịch tuyển dụng, dịch chuyển lao động, giáo dục và đào tạo nghề, đồng thời tìm cách tăng cường nguồn cung nhân lực du lịch có kỹ năng và sự tham gia của người dân địa phương, cụ thể: Xây dựng và triển khai chương trình thí điểm tạo điều kiện chuyển giao kỹ năng giữa các doanh nghiệp của người địa phương; Giải pháp trực tuyến về giáo dục, đào tạo; Cấp kinh phí cho dự án Đầu tư Du lịch Chiến lược T-QUAL để đào tạo kỹ năng kinh doanh cho người bản địa tại Học viện Quốc gia về Đào tạo Du lịch; Tạo điều kiện hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch và người dân địa phương để chuyển giao kỹ năng và phát triển kinh doanh, đảm bảo nhất quán với Chiến lược Phát triển Kinh tế Bản địa; [3]

3. YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

Trong xu thế hội nhập quốc tế về tiếp cận ứng dụng tiên bộ của khoa học công nghệ và thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, nguồn nhân lực du lịch cần phải đáp ứng đầy đủ về số lượng và chất lượng, sử dụng và ứng dụng thành thạo công nghệ thông tin, phẩm chất linh hoạt, nhạy bén, dám nghĩ và làm, khả năng ứng xử thông minh và tinh tế để không thể thay thế bằng máy móc tự động hay robot. Từ những phân tích trên cho thấy những vấn đề, yêu cầu đặt ra đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam:

- Thứ nhất, lao động du lịch phải đổi mới phương thức làm việc, áp dụng công nghệ mới dựa trên nền tảng Internet kết nối vạn vật, gắn với chuỗi giá trị du lịch. Đội ngũ nhân lực ngành du lịch, đặc biệt là nhân lực trong khối doanh nghiệp, cần phải có khả năng ứng dụng khoa học - công nghệ vào thực tiễn từ những việc mang tính vĩ mô như xây dựng dự báo, hoạch định chiến lược phát triển, đến những công việc trực tiếp trong phục vụ khách du lịch. Tuy nhiên, mọi sự áp dụng sáng tạo dựa trên nền tảng trí thức số, trí tuệ nhân tạo đều phải dựa trên nền tảng là phục vụ con người với tất cả sự tinh tế, tinh thần nhân văn sâu sắc, công bằng và nhân ái.

Trong xu thế phát triển trí tuệ nhân tạo và internet vạn vật, chuỗi giá trị thay đổi mạnh mẽ từ cách thức mọi người trải nghiệm, tiêu thụ và chia sẻ thông tin đến điều chỉnh mô hình kinh doanh và năng suất lao động. Như vậy, trong tất cả các lĩnh vực hoạt động và quản lý của ngành du lịch, bao gồm lễ hành, cơ sở lưu trú du lịch (CSLTDL), vận chuyển, marketing và đào tạo du lịch, mỗi cá nhân người lao động cần thay đổi cách suy nghĩ, cách làm, kết hợp giữa công nghệ và năng lực

phục vụ con người và nâng cao hiệu suất lao động. Đội ngũ lao động cần phải am hiểu công nghệ thông tin, ứng dụng công nghệ di động, dữ liệu lớn, phân tích và xử lý dữ liệu,... Người lao động làm việc trong lĩnh vực kinh doanh công nghệ ứng dụng cho du lịch cần có kiến thức chuyên sâu về lập trình phần mềm như: thuyết minh tự động, tour du lịch có sự hỗ trợ của công nghệ thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR).

Trong lĩnh vực lữ hành: Dữ liệu mở về điểm đến với các ứng dụng thông minh giới thiệu sản phẩm du lịch và các dịch vụ du lịch tại điểm đến. Các dịch vụ, hoạt động của khách du lịch và hệ thống chung của thành phố thông minh, điểm đến thông minh được tích hợp, kết nối với nhau; Trong lĩnh vực lưu trú: Các sản phẩm giao dịch điện tử đem đến nhiều sự lựa chọn hơn cho du khách về các loại hình CSLTDL, bao gồm CSLTDL truyền thống như khách sạn và các hình thức mới hơn trong nền kinh tế chia sẻ như condotel, airbnb, homestay, homotel, couchsurfing...; Trong lĩnh vực vận chuyển: Dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông (ví dụ như Grab) góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và chất lượng chung của dịch vụ giao thông; Trong lĩnh vực marketing: Marketing hiệu quả thông qua các sản phẩm giao dịch điện tử là kênh giúp nâng cao chất lượng và tối ưu hóa hoạt động marketing, đồng thời là nguồn thông tin quan trọng về khách hàng; Trong lĩnh vực đào tạo du lịch: Đào tạo trực tuyến tương tác về nhận thức, kỹ năng, và thái độ phục vụ khách du lịch ngày càng phổ biến; Hướng dẫn viên du lịch sử dụng phần mềm ứng dụng di động để liên kết với các OTA và kết hợp với công nghệ VR và AR để nâng cao trải nghiệm cho khách...

Ngược lại, khách du lịch cũng kỳ vọng hơn với chất lượng cá nhân hóa trong dịch vụ và trải nghiệm. Nhưng chắc chắn, họ cũng vẫn cần có sự kết hợp giữa trao đổi và tương tác trực tuyến và trực tiếp. Yêu cầu đặt ra là phải giải quyết các tác động của việc thay thế một số vị trí trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch bằng trí tuệ nhân tạo. Như vậy, cũng sẽ có những cơ hội việc làm mới bù đắp lại khoảng thiếu hụt của các công việc bị thay thế. Nhưng dù như vậy, nguồn nhân lực trong thời đại số hóa cũng cần rất linh hoạt.

- Thứ hai, phải có sự cải cách đồng bộ và hệ thống từ cơ sở đào tạo, cơ quan nghiên cứu, quản lý, đến doanh nghiệp và cá nhân. Lấy hiệu quả công việc và sự hài lòng của khách du lịch làm thước đo, và lấy nền tảng căn bản là sử dụng hợp lý nguồn lực, bồi dưỡng nhân lực theo hướng khai thác tối đa lợi thế của khoa học, công nghệ nhưng vẫn lấy giá trị cốt lõi của việc phục vụ con người với sự tôn trọng văn hóa, truyền thống, khả năng nhận thức tinh tế, nhân văn làm trung tâm.

- Thứ ba, hoàn thiện về hệ thống tiêu chuẩn nghề và đánh giá cấp chứng chỉ trong ngành phù hợp với điều kiện của Việt Nam và hội nhập với khu vực ASEAN trong những đổi mới, áp dụng thành tựu của khoa học kỹ thuật. Thường xuyên phổ biến, áp dụng đồng đều trên tất cả các khu vực trong cả nước nhằm tạo tiền đề để xây dựng chương trình và nâng cấp đào tạo đối với các cơ sở đào tạo.

- Thứ tư, tiếp tục kết nối giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo trong việc xây dựng và triển khai các hoạt động đào tạo, đánh giá kết quả đào tạo trên cơ sở ký kết các thỏa thuận đào tạo ràng buộc. Xây dựng tốt mô hình điển hình để có thể nhân rộng thực hiện trong toàn ngành. Trong đó, Hiệp hội du lịch, khách sạn giữ vai trò chủ đạo trong việc làm trung gian kết nối và xây dựng các thỏa thuận, chương trình hành động tránh để tình trạng rủi ro do thiếu hụt nhân sự hay hạn chế về trình độ, tay nghề, cơ sở vật chất... xảy ra. Các hoạt động này rất cần thiết, mang lại lợi ích nhiều mặt cho cả hai phía và cuối cùng là cho toàn ngành du lịch.

- Thứ 5, đảm bảo yếu tố hội nhập quốc tế trên cơ sở đánh giá khách quan đối với các hoạt động đào tạo, đặc biệt các chương trình nâng cao nhận thức và kỹ năng ứng dụng công nghệ 4.0 trong du lịch. Chủ động tích cực các chương trình trao đổi về nhân lực, trao đổi kinh nghiệm với các đối tác nước ngoài trên cơ sở xây dựng mối quan hệ chặt chẽ và thật sự bền vững, có những ràng buộc nhất định về yêu cầu của các bên.

4. KẾT LUẬN

Yếu tố chủ đạo tạo nên sự thay đổi của cách mạng công nghiệp 4.0 là cách thức sản xuất áp dụng thành tựu của nhiều ngành như kỹ thuật số, công nghệ sinh học và lĩnh vực vật lý, trong đó nổi bật nhất là sự kết hợp của robot, trí tuệ nhân tạo và internet kết nối vạn vật (IoT). Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ tạo ra những thay đổi quan trọng trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và dịch vụ du lịch. Nó đồng thời đem lại lợi ích nhiều mặt cho các bên liên quan,

mặt khác nó cũng đặt ra những yêu cầu và thách thức mới trong quá trình phát triển. Vì vậy để có thể phát triển một cách tích cực nguồn nhân lực du lịch đáp ứng được nhu cầu thực tiễn của nền kinh tế tri thức, cần thiết có sự đổi mới trong cách nghĩ, cách làm và trong bản thân mỗi con người đang hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Làm tốt công tác phát triển nguồn nhân lực sẽ góp phần khẳng định vị thế và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 16/1/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam
2. Tổng cục Du lịch (2019), *Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2018*, Nhà xuất bản Lao động.
3. Chính phủ Úc, Bộ Tài nguyên, Năng lượng và Du lịch (2011), *Chiến lược “Tourism Australia 2020”*
4. Diễn đàn Kinh tế thế giới - WEF (2019), *Báo cáo Năng lực cạnh tranh về lữ hành và du lịch (The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019)*, Geneva
5. Nguyễn Văn Đỉnh (2017), Tham luận tại Hội thảo khoa học quốc tế: *Phát triển Du lịch trong bối cảnh hội nhập*, Hà Nội, 13/10/2017
6. Trang web:
Chiến lược chuyển đổi số Vương quốc Anh 2017, <https://www.gov.uk/government/publications/uk-digital-strategy/uk-digital-strategy>, Truy cập ngày 18/12/2019
Hội thảo “Đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam”, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/22063>, truy cập ngày 18/12/2019
Khái quát về đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay, <http://daotao.vhttdl.vn/articledetail.aspx?articleid=424&sitepageid=633>, truy cập ngày 18/12/2019
Khát nhân lực ngành du lịch, <http://www.sggp.org.vn/khat-nhan-luc-nganh-du-lich-9621.html>, truy cập ngày 18/12/2019
Trung tâm Einstein - Tương lai số, <https://www.digital-future.berlin/>, Truy cập ngày 16/12/2019.

NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*GS, TS. Nguyễn Văn Đỉnh
Hiệp hội Du lịch Việt Nam*

TÓM TẮT

Thế giới đang tiến vào cuộc cách mạng 4.0 một cách nhanh chóng. Một trong những xu hướng của du lịch thế giới là ứng dụng mạnh mẽ cuộc cách mạng này để phát triển du lịch nhanh chóng. Du lịch Việt Nam không thể không phát triển theo xu hướng đó. Để thực hiện được điều này thì yếu tố có tính chất quyết định chính là chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Bài viết này đề cập một số vấn đề khái quát về Cách mạng công nghiệp 4.0, tình hình nhân lực du lịch Việt Nam và những vấn đề đặt ra cần giải quyết nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Cách mạng 4.0; Giải pháp; Nhân lực du lịch

ĐẶT VẤN ĐỀ

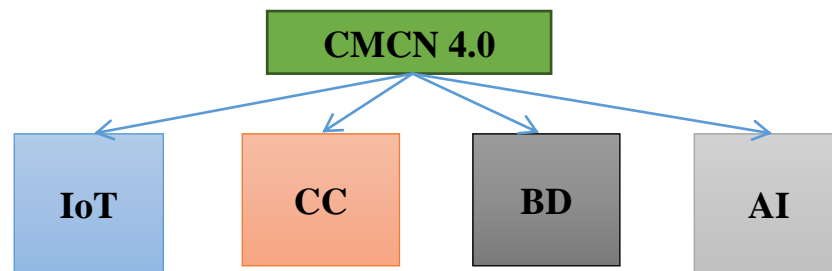
Nghị quyết 08-NQ/TW về Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngày 16-01-2017 đã nêu Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam là: “Đến năm 2020 cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Thu hút 17-20 triệu khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa, đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD, tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp. Phân đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á.

Đề đạt được mục tiêu này, một trong những giải pháp quan trọng của ngành du lịch là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực để phát triển du lịch Việt Nam hội nhập với xu hướng phát triển du lịch thế giới trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0. Vậy, Cách mạng công nghiệp 4.0 với du lịch như thế nào? Thực trạng và yêu cầu nguồn nhân lực du lịch ra sao? Những giải pháp nào để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0? Đó là những câu hỏi mà bài viết muốn đề cập.

1. KHÁI QUÁT VỀ CÁCH MẠNG 4.0

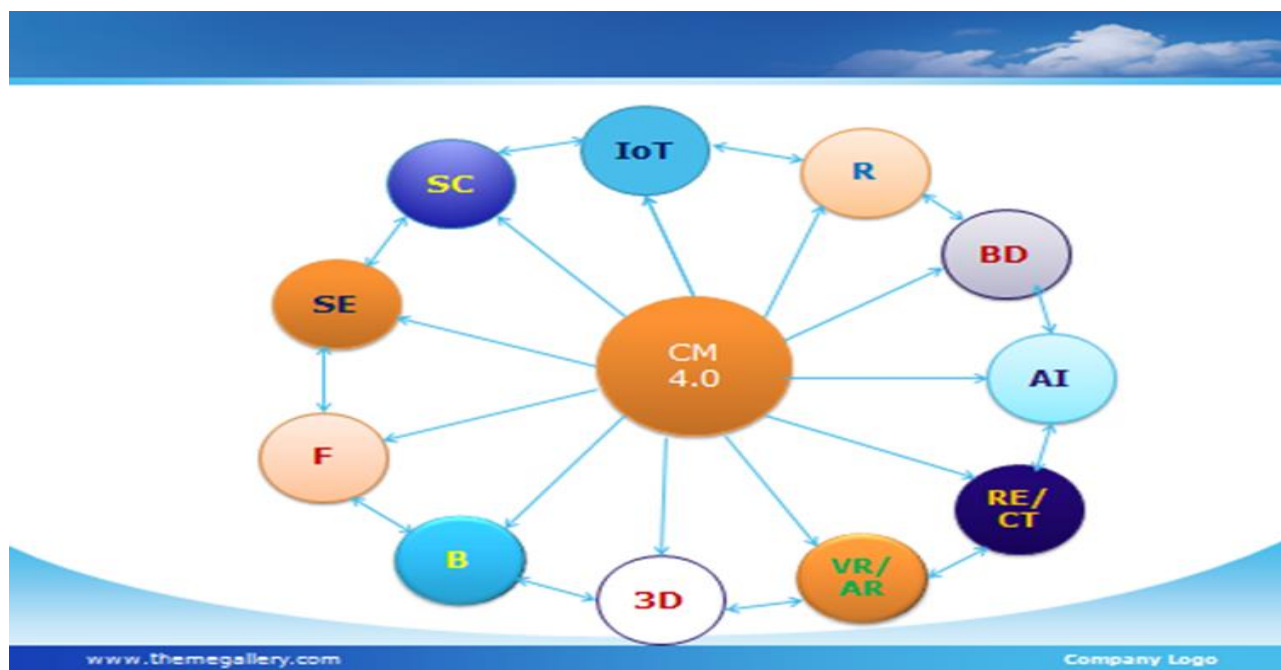
1.1.Theo Klaus Schwab - Người sáng lập và là Chủ tịch điều hành Diễn đàn Kinh tế Thế giới thì: “CMCN 4.0 là sự kết hợp các công nghệ lại với nhau, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học”, trong đó có Internet of Thing (IoT- vạn vật kết nối), Cloud Computing (CC- điện toán đám mây), Big Data (BD- dữ liệu lớn), Artificial Intelligence (AI- trí tuệ nhân tạo).(xem hình 1)

1.2. Theo Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM): “CMCN 4.0 là sự hội tụ của một loạt các công nghệ mới xuất hiện dựa trên nền tảng kết nối và công nghệ số và được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực. Có thể kể đến như:IoT- Internet kết nối vạn vật (Internet of Thing); R- Người máy (Robotics); BD- Cơ sở dữ liệu tập trung (Big Data); AI- Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence); VR/AR- Thực tế ảo/Thực tế tăng cường (Virtual/Augmented Reality); 3D- Công nghệ in 3D (3D printing); F- Công nghệ màng mỏng (Fintech); B- Chuỗi khối (Blockchain); SC- Thành phố thông minh (Smart Cities); RE/CT - Năng lượng tái tạo/ Công nghệ sạch (Renewable Energy/Clean Tech); SE- Kinh tế chia sẻ (Shared Economics)” (xem hình 2)



Hình 1: Cách mạng công nghiệp 4.0

Nguồn: Klaus Schwab, 2018



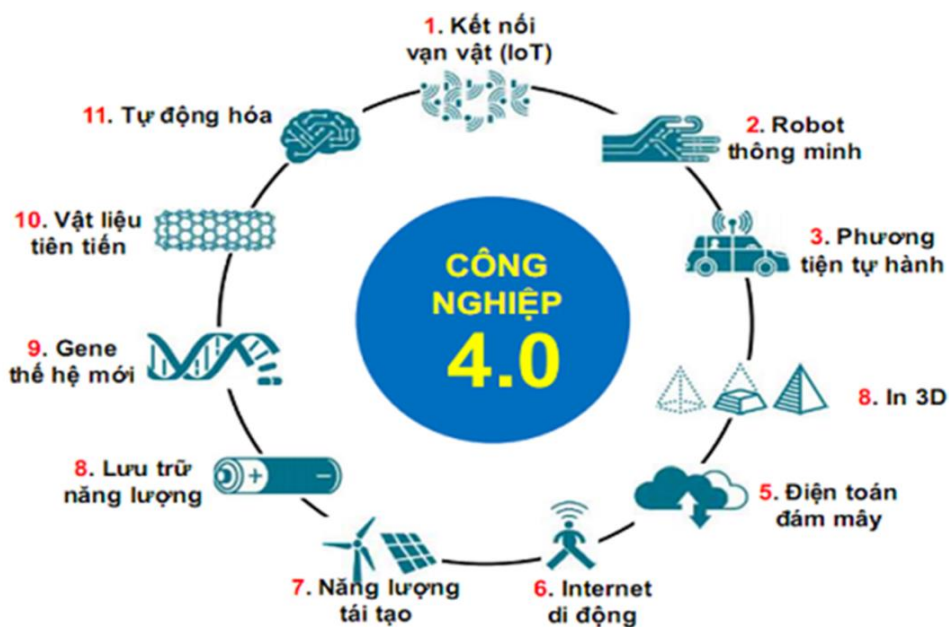
Hình 2: Cách mạng công nghiệp 4.0

Nguồn: CIEM, 2018

1.3. Ngoài cách hiểu trên nhiều nhà nghiên cứu còn cho rằng *CMCN 4.0* còn bao gồm cả *Phương tiện tự hành, Lưu trữ năng lượng, Gen thế hệ mới và Tự động hóa* (xem hình 3)

Như vậy, có thể nói CMCN 4.0 có tốc độ phát triển và phạm vi diễn ra rộng lớn, bao trùm trong tất cả các lĩnh vực, không chỉ trong sản xuất mà cả trong dịch vụ và du lịch. Ngày nay, khách du lịch có thể đặt phòng khách sạn, đặt vé máy bay, đặt tour du lịch trực tuyến thông qua internet, đồng thời cũng thanh toán tiền một cách trực tuyến. Sự phát triển của CNTT, mạng Internet, các công cụ tìm kiếm và các mạng xã hội như Instagram, Twitter, Facebook... đã làm khách du lịch thay đổi cách lựa chọn, đặt mua, trải nghiệm chuyến du lịch. Trong du lịch hiện nay người ta có thể sử dụng các mô hình kết nối như: mô hình B2B (kết nối doanh nghiệp), B2C (kết nối doanh nghiệp đến khách hàng), C2B (kết nối khách hàng với doanh nghiệp). Ở Việt Nam, các khách sạn thường đăng ký liên kết với hệ thống đặt phòng qua mạng toàn cầu (GDS- Global Distribution System) và công cụ đặt chỗ trực tuyến (WBE - Web Booking Engine). Người dùng GDS và WBE có thể dễ dàng đặt phòng khách sạn khắp thế giới. Nếu sử dụng GDS, thông tin khách sạn tự động được kết nối với hơn 1000 websites du lịch trên thế giới và hơn 600.000 đại lý du lịch trên toàn thế giới. Đồng thời khách sạn cũng có thể thực thi hoạt động thương mại điện tử (e-commerce) nhận đặt phòng của khách du lịch trên toàn cầu. Với các phương tiện như máy tính, máy tính bảng, điện thoại thông minh, ngày nay khách du lịch có thể tiếp cận các thông tin và dịch vụ du lịch trên khắp thế giới một cách dễ dàng. Cũng nhờ CMCN 4.0 mà nhiều nhà hàng đã có robot phục vụ, các khu du lịch đã có xe điện tự động đưa khách du lịch tham quan trong khu du lịch hoặc nhờ CM 4.0 mà dù ở nhà người ta vẫn có thể chu du du lịch khắp thế giới thông qua ứng dụng VR (thực tế ảo)... Ở nước ta, để phục vụ khách du lịch cũng như phục vụ người dân nói chung, nhiều dự án xây dựng thành phố thông minh cũng đang được tiến hành.

Cuộc CM 4.0 đã đem đến sự thay đổi to lớn cho ngành du lịch nước ta mà trước hết là thay đổi mạnh mẽ cơ cấu nguồn nhân lực du lịch, đồng thời cũng đặt ra yêu cầu cao đối với việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.



Hình 3: Cách mạng công nghiệp 4.0

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

2.THỰC TRẠNG NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

2.1. Lực lượng lao động trực tiếp

Theo Tổng cục Du lịch, hiện tại, cả nước có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu vừa yếu nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại rất lớn.

Về ngoại ngữ: chỉ có khoảng 60% biết sử dụng ngoại ngữ, trong đó tiếng Anh là chủ yếu (42%), còn lại là tiếng Trung (5%), tiếng Pháp (4%) và một vài ngoại ngữ khác. Tuy nhiên, số lao động du lịch có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chiếm tỷ lệ còn thấp (khoảng 15%), chủ yếu là ở một bộ phận Hướng dẫn viên du lịch và một bộ phận Lễ tân khách sạn. Về trình độ Công nghệ thông tin: có khoảng trên 60% lao động du lịch biết sử dụng máy tính phục vụ công việc, nhưng chủ yếu cũng chỉ đáp ứng các công việc giản đơn. Hiện có 13.500 hướng dẫn viên du lịch quốc tế và 8.200 hướng dẫn viên du lịch nội địa.

Cùng với những hạn chế trên thì trình độ chuyên nghiệp, khả năng ứng xử, kỹ năng mềm, nhận thức và đạo đức nghề nghiệp của lực lượng lao động du lịch cũng chưa được đào tạo, huấn luyện đầy đủ. Trong thực tế, lực lượng lao động du lịch có chất lượng tương đối tốt cũng chỉ tập trung ở một số thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Đà Nẵng, Huế, Nha Trang và cũng chỉ ở các Công ty Du lịch, Khách sạn lớn.

Từ thực trạng trên có thể thấy chất lượng nhân lực du lịch Việt Nam còn thấp, chưa đáp ứng yêu cầu của sự phát triển du lịch, nhu cầu của du khách và yêu cầu của hội nhập quốc tế.

2.2. Các cơ sở đào tạo và lực lượng lao động làm công tác đào tạo du lịch

Bảng 1: Các cơ sở đào tạo du lịch

TT	Loại trường	Số lượng
1	Đại học	62
2	Cao đẳng	55
3	Trung cấp, Trung tâm dạy nghề	75
4	Tổng số	192

Nguồn: Viện NCPTDL, 2018

Thông qua số liệu ở bảng 1 và 2 (xem bảng 1 và bảng 2), có thể thấy:

- Số GV, CBQL, PV bình quân ở mỗi cơ sở đào tạo là: 10,41 (2000/192)
- Số GV, CBCH bình quân ở mỗi cơ sở đào tạo là: 8,33 (1600/192)
- Số GS, PGS, TS bình quân ở 1 trường đại học là: 0,77 (48/62)
- Số GS, PGS, TS, Th.S bình quân ở 1 trường đại học, cao đẳng là: 2,2 (258/117).

Bảng 2: Lực lượng lao động làm công tác đào tạo

TT	Phân loại	Số lượng (người)	%
1	Tổng số GV, CBQL, PV	2.000	100
	- Giảng viên, Giáo viên (GV, GiV)	1.500	75
	- Cán bộ quản lý, phục vụ (CBQL, PV)	500	25
	- GV, CB cơ hữu (GV, CBCH)	1.600	80
	-GV thỉnh giảng (GVTG)	400	20
2	Tổng số GS, PGS, TS, Th.S, CG, NgN	263	100
	- Giáo sư (GS)	1	0,4
	- Phó giáo sư (PGS)	11	4,2
	- Tiến sỹ (TS)	36	13,7
	- Thạc sỹ (Th.S)	210	79,8
	- Chuyên gia, Nghệ nhân (CG, NgN)	5	1,9
3	Đào tạo viên du lịch (ĐTV)	2.579	

Nguồn: Viện NCPTDL, 2018

Với những con số tính toán ở trên, có thể thấy đây là một tỷ lệ thấp, nhất là số lao động có trình độ chuyên môn, tay nghề cao. Điều đó ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng đào tạo. Tuy nhiên, ở đây chưa nói đến trình độ ngoại ngữ, CNTT của đội ngũ giảng dạy cũng như trang bị cơ sở vật chất - kỹ thuật, chương trình đào tạo của các trường. Ví dụ: Mức độ áp dụng CNTT trong giảng dạy trực tuyến trên lớp của 37 giảng viên ở 6 trường ĐH ở tp HCM: rất thường xuyên: 9,20%; thường xuyên: 18,3%; trung bình: 26,4%; thỉnh thoảng: 36,6%; rất hạn chế: 9,5% (*Nguồn: PGS.TS Nguyễn Quyết Thắng, ĐH HUTECH, Tp HCM*)

Từ việc phân tích thực trạng nêu trên và từ thực tế của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam (kể cả lao động trực tiếp và lao động làm công tác giảng dạy) có thể nêu một số nhận xét về chất lượng nguồn nhân lực nói chung và ở góc độ đáp ứng yêu cầu của của cuộc CMCN 4.0 như sau:

- Nhận thức về CMCN 4.0 từ cán bộ quản lý cho đến người lao động du lịch chưa đầy đủ.
- Chính sách phát triển DL trong CM 4.0 còn hạn chế.
- Lực lượng lao động trong lĩnh vực CM 4.0 còn chưa đáp ứng yêu cầu cả về số lượng và chất lượng.
- Hiểu biết, trình độ của LDDL về CM 4.0 nói chung và về CNTT hạn chế, kể cả đội ngũ giảng viên.
- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ CM 4.0 chưa đáp ứng yêu cầu.
- Chương trình đào tạo chưa thật chú ý trang bị những kiến thức về CM 4.0 nói chung và về CNTT nói riêng.
- Đào tạo chưa đáp ứng yêu cầu cả về số lượng và chất lượng.

Có thể lấy dẫn chứng về năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam với một số chỉ tiêu để làm ví dụ (bảng 3). Thông qua một số chỉ số liên quan đến du lịch có thể thấy rằng Việt Nam xếp ở mức trung bình hoặc cuối của các nước ASEAN, trong đó xếp hạng nhân lực và thị trường, mức độ sẵn sàng về CNTT xếp trung bình (4/8), hạ tầng dịch vụ du lịch và mức độ ưu tiên cho du lịch xếp cuối (8/8).

Bảng 3: Năng lực cạnh tranh của VN so với ASEAN

TT	Nhóm chỉ số	VN	TL	SGP	MAL	IDO	PHI	L	CPC
	Xếp hạng chung	67	34	13	26	42	79	94	101
1	Nhân lực và thị trường LD (Xếp thứ tự)	37 (4)	40 (3)	5 (1)	22 (2)	64 (6)	50 (5)	65 (7)	110 (8)
2	Mức độ sẵn sàng về CNTT (Xếp thứ tự)	80 (4)	58 (3)	14 (1)	39 (2)	91 (6)	86 (5)	115 (8)	101 (7)
3	Mức độ ưu tiên cho DL (Xếp thứ tự)	101 (8)	34 (4)	2 (1)	55 (7)	12 (2)	53 (5)	54 (6)	29 (3)
4	Hạ tầng hàng không (Xếp thứ tự)	61 (5)	20 (2)	6 (1)	21 (3)	36 (4)	65 (6)	97 (8)	96 (7)
5	Hạ tầng dịch vụ du lịch (Xếp thứ tự)	113 (8)	16 (1)	24 (2)	46 (3)	96 (6)	87 (5)	86 (4)	102 (7)

Nguồn: Báo cáo NLCTDL toàn cầu 2017, WEF 2017

Rõ ràng rằng, Việt Nam còn rất hạn chế về chất lượng nguồn nhân lực và trình độ CNTT. Điều đó cũng thể hiện những hạn chế, khó khăn trong giai đoạn bước vào thời kỳ CMCN 4.0 nói chung và phát triển du lịch trong những năm tới.

3. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM VÀ NHU CẦU NHÂN LỰC DU LỊCH

Với chiến lược phát triển du lịch như đã được nêu ở phần đặt vấn đề thì nhu cầu lao động trong ngành du lịch là rất lớn. Mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động nhưng hàng năm các cơ sở đào tạo cho tốt nghiệp ra trường khoảng 20.000 người, trong đó khoảng 1.800 sinh viên đại học, cao đẳng chuyên nghiệp, 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, khoảng 18.200 học sinh trung cấp và ngoài ra còn khoảng 5.000 học viên sơ cấp và đào tạo ngắn hạn dưới 3 tháng. Như vậy cũng mới chỉ đáp ứng 50%- 60% nhu cầu. Đây là chưa tính đến lực lượng lao động cũ chưa được đào tạo, bao gồm nhân viên, các nhà quản lý, quản trị, kể cả những người làm công tác đào tạo cũng cần được đào tạo lại hoặc bồi dưỡng nâng cao trình độ cũng như giáo dục cộng đồng về du lịch.

Hiện cả nước có hơn 13.500 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 8.200 hướng dẫn viên du lịch nội địa. Trong khi ước tính hiện tại cần tối thiểu khoảng 25.000 hướng dẫn viên quốc tế và 50.000 hướng dẫn viên nội địa. Như vậy, chắc chắn trong thời gian tới lực lượng hướng dẫn viên sẽ thiếu hụt lớn.

Theo dự báo của Viện NCPT Du lịch, đến năm 2025 nhu cầu nhân lực du lịch là 4.590.000 người và năm 2030 là 7.020.000 người, trong đó lao động trực tiếp lần lượt các năm là 1.530.00 và 2.340.000 người (Bảng 4).

Bảng 4: Dự báo khách, doanh thu và lao động du lịch

TT	Chỉ tiêu	2020	2025	2030
1	Tổng lượt khách(triệu lượt)	105	142	177
	- Quốc tế	20	32	47
	- Nội địa	85	110	130
2	Doanh thu (tỷ USD)	32,1	64,2	106,7
3	Tổng số lao động (người)	3.120.000	4.590.000	7.020.000
	- 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

Nguồn: Viện NCPTDL, 2018

Từ chiến lược phát triển du lịch Việt Nam và từ nhu cầu nhân lực du lịch đã nói trên, việc nâng cao chất lượng và số lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam là hết sức quan trọng, là vấn đề vừa trước mắt, vừa lâu dài để Du lịch Việt Nam phát triển đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THEO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CUỘC CÁCH MẠNG 4.0

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch cần phải tiến hành trước mắt cũng như lâu dài hệ thống các giải pháp, song ở đây chỉ đề cập một số giải pháp dưới góc độ liên quan tới cuộc cách mạng 4.0.

Thứ nhất: Nâng cao nhận thức của toàn ngành DL về CM 4.0, có nghĩa là nâng cao nhận thức cho toàn thể cán bộ quản lý của ngành, cho các nhà quản trị kinh doanh các doanh nghiệp du lịch, các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực du lịch và cho những người lao động trực tiếp và gián tiếp trong du lịch. Thực hiện điều đó bằng nhiều hình thức như tuyên truyền, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông, bằng giáo dục, đào tạo để họ có nhận thức rõ hơn về cuộc cách mạng 4.0, về ý nghĩa và tác động của nó đến đời sống xã hội và đến du lịch mà du lịch Việt Nam không thể đứng ngoài cuộc.

Thứ hai: Nhà nước cần có chính sách đẩy mạnh đào tạo và ứng dụng CM 4.0 (CNTT) và đầu tư nhiều hơn cho việc xây dựng và ứng dụng CM 4.0 trong du lịch ở phạm vi quốc gia và hỗ trợ các doanh nghiệp, các tổ chức du lịch. Cần phải giành một khoản ngân sách thích đáng cho công tác này để đào tạo nhanh hơn nguồn nhân lực cho công nghiệp 4.0 ở cả trung ương và địa phương, ở các cơ sở đào tạo cũng như doanh nghiệp, có cơ chế khuyến khích, hỗ trợ, khen thưởng lực lượng lao động trẻ phát huy sáng tạo trong lĩnh vực này. Cần có quỹ học bổng để cử sinh viên trẻ đi đào tạo, bồi dưỡng ở nước ngoài về lĩnh vực này, nhất là ở các nước tiên tiến hàng đầu về ứng dụng cách mạng 4.0.

Thứ ba: Các cơ sở đào tạo, mà trước hết là các trường đại học cần nâng cao trình độ CNTT của đội ngũ CBQL, đội ngũ giảng viên bằng nhiều hình thức khác nhau như bồi dưỡng, tập huấn tại chỗ, bằng cách cử đi học và cần có qui định, cơ chế để bắt buộc và động viên, khuyến khích họ ứng dụng công nghệ 4.0 nhiều hơn trong giảng dạy, thực hành và trong công việc hàng ngày. Hiện nay đây cũng là điểm yếu của giảng viên.

Thứ tư: Chương trình đào tạo ở các trường đại học, cao đẳng, trung cấp cần phải được cải tiến cho phù hợp với nhu cầu của cuộc cách mạng 4.0, có nghĩa là cần phải bổ sung vào chương trình đào tạo học phần có nội dung của cách mạng 4.0 (công nghệ thông tin) với thời lượng thích đáng và chú ý hơn việc ứng dụng trong du lịch, đồng thời chú ý cả học phần tiếng Anh về lĩnh vực này (Hiện nay học phần này trong chương trình đào tạo ở các trường chưa có hoặc chưa thực sự được chú ý đúng mức)

Thứ năm: Các doanh nghiệp du lịch và các trường đào tạo, các nhà khoa học, các doanh nghiệp trong lĩnh vực liên quan đến công nghệ thông tin, đến công nghiệp 4.0 cần xây dựng quan hệ chặt chẽ trong việc đào tạo, huấn luyện, bồi dưỡng cho người lao động trong doanh nghiệp du lịch, trước hết là các nhà quản trị, cán bộ quản lý, cán bộ marketing, nhân sự, tổ chức, lễ hành,... hiểu biết và ứng dụng CNTT, ứng dụng các lĩnh vực của công nghiệp 4.0 phục vụ tốt hơn và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Thứ sáu: Nhà nước cần đẩy mạnh xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của quốc gia đảm bảo hội nhập, liên thông quốc tế dễ dàng đồng thời đảm bảo sự liên thông giữa các ngành, các lĩnh vực trong nền kinh tế một cách thuận lợi.

Các cơ sở đào tạo, các tổ chức, doanh nghiệp du lịch cần phải đầu tư thích đáng cơ sở hạ tầng, điều kiện làm việc như hệ thống máy tính, đường truyền dẫn, wifi, thư viện kỹ thuật số, các thiết bị công nghệ khác nhằm đảm bảo phục vụ tốt nhất cho hoạt động của mình, nâng cao hiệu quả và năng suất lao động.

KẾT LUẬN

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển một cách mạnh mẽ ở phạm vi toàn cầu. Đây là cơ hội để du lịch Việt Nam phát triển nhanh chóng nếu như bắt nhịp và hội nhập được với thế giới. Đồng thời cũng là thách thức đòi hỏi chúng ta phải vươn lên vượt bậc bằng các giải pháp hợp lý mà trước hết là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi nhân lực du lịch phải đáp ứng, nhưng nó cũng là công cụ, là biện pháp hữu hiệu để chúng ta nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Nắm bắt và vận dụng tốt cuộc cách mạng này, có các giải pháp hợp lý chắc chắn du lịch Việt Nam sẽ đạt các mục tiêu chiến lược đã đặt ra.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết 08-NQ/TW về Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ngày 16-01-2017
2. Klaus Schwab (2018), *Cách mạng công nghiệp 4.0 định nghĩa lại chúng ta*, Diễn đàn WEF ASEAN từ 11-12/9/2018, Hà Nội
3. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương - CIEM (2018), *Tác động Cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển nguồn nhân lực của Việt Nam*, Hà Nội.
4. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, *Trang tin điện tử: <http://Itdr.org.vn>*
5. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch (2018), *Báo cáo về du lịch Việt Nam*
6. WEF (2017), *Báo cáo NLCTDL toàn cầu 2017*.

NÂNG CAO NĂNG LỰC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH CHO ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN, THUYẾT MINH VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

TS. Lê Thanh Hà
Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

TÓM TẮT

Ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, là một yêu cầu vô cùng quan trọng đối với ngành du lịch. Đội ngũ nhân lực du lịch có khả năng ngoại ngữ tốt sẽ là một nhân tố quan trọng góp phần thu hút khách du lịch nước ngoài, quảng bá hữu hiệu sản phẩm du lịch tới du khách. Thanh Hóa gần đây đang nổi lên là điểm du lịch hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước. Do đó, việc nâng cao năng lực tiếng Anh du lịch cho đội ngũ hướng dẫn viên du lịch tại địa phương là cách tốt nhất để tăng số lượng khách quốc tế đến với du lịch Thanh Hóa. Không chỉ vậy, đây còn là trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước và các cơ sở đào tạo du lịch tại địa phương.

Từ khóa: Hướng dẫn viên, thuyết minh viên, tiếng Anh du lịch, Thanh Hóa

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

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, trong đó có du lịch Thanh Hóa. Do đó, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng khung trình độ đã được thừa nhận là điều kiện tiên quyết để xây dựng ngành du lịch hội nhập quốc tế.

Thanh Hóa được đánh giá là địa phương có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng, với những cảnh quan tự nhiên độc đáo và hấp dẫn như: bãi biển Sầm Sơn, Hải Hòa (Tĩnh Gia), Quảng Vinh (Quảng Xương), Hải Tiến (Hoàng Hóa),... Vùng núi với nguồn tài nguyên rừng, hồ, hệ thống hàng động giúp Thanh Hóa xây dựng những điểm đến độc đáo như: Vườn Quốc gia Bến En, khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông, Pù Hu, hang Con Moong, thác Ma Hao,...

Vị trí địa lý trọng yếu và lịch sử văn hóa đã đem lại cho Thanh Hóa nhiều di sản rất có giá trị, đặc biệt là các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể. Với trên 1.535 di tích lịch sử, văn hóa danh lam, thắng cảnh, có những cụm di tích có giá trị cao về ý nghĩa lịch sử cũng như về nghệ thuật, kiến trúc Việt Nam, như khu di tích quốc gia đặc biệt Lam Kinh, đền thờ Bà Triệu, đền thờ Lê Hoàn, di tích Phủ Trịnh, Nghè Vẹt,... và độc đáo hơn cả là di tích Thành Nhà Hồ với những giá trị mang tính đặc trưng, nổi bật toàn cầu đã được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa Thế giới. Ngoài ra, Thanh Hóa còn có hệ thống văn hóa phi vật thể rất đa dạng và đặc sắc. Với 160 lễ hội truyền thống liên quan đến di tích lịch sử, danh thắng được nhà nước công nhận, 50 lễ hội liên quan đến tín ngưỡng tôn giáo và văn hóa đặc trưng riêng biệt. Các giá trị văn hóa còn thể hiện qua những trò diễn dân gian, các làn điệu dân ca và văn hóa ẩm thực xứ Thanh.

Trong thời kỳ mở cửa hội nhập, từ tiềm năng của di sản văn hóa, du lịch Thanh Hóa đang từng bước trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Chính vì vậy mà Nghị Quyết Đại hội tỉnh Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XVIII nhiệm kỳ 2015-2020 đã xác định phát triển du lịch là một trong 5 nhiệm vụ trọng tâm của địa phương. Theo đó, trong những năm qua, với chủ trương đầu tư đúng đắn cơ sở hạ tầng và đào tạo nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch của tỉnh, cùng với việc tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch, nên lượng du khách trong nước và quốc tế đến với Thanh Hóa ngày càng nhiều.

Ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, là một yêu cầu vô cùng quan trọng đối với ngành du lịch, nhà hàng và khách sạn... đội ngũ nhân viên ngành du lịch có khả năng nghe nói tốt bằng tiếng Anh sẽ góp phần thu hút và phục vụ tốt cho nhiều khách du lịch nước ngoài, làm họ hài lòng để giữ họ lưu trú dài ngày hơn. Khi khách du lịch có thể giao tiếp tốt với người địa phương, được hiểu và đáp ứng tốt các yêu cầu, khả năng quay trở lại lần nữa sẽ tăng cao.

Thanh Hóa gần đây đang nổi lên là điểm du lịch hấp dẫn với du khách quốc tế. Với các điểm du lịch như Khu du lịch nghỉ dưỡng sinh thái FLC, khu du lịch sinh thái Pù Hu, Pù Luông, Bến En với các loại hình du lịch phong phú, đa dạng như: du lịch văn hóa lễ hội, du lịch biển, du lịch sinh thái cộng đồng,... Chúng ta có thể làm cho du khách quốc tế hài lòng về cơ sở lưu trú: tiện nghi, lịch sự, thoáng mát; tiếp đến là ẩm thực đa dạng, phong phú, nhiều nhà hàng, quán ăn để du khách tham khảo, lựa chọn. Nhân viên phục vụ vui vẻ, nhiệt tình, thân thiện. Tuy nhiên, vấn đề là trình độ ngoại ngữ của đội ngũ nhân viên du lịch nhiều nơi còn hạn chế, tạo rào cản trong việc tiếp cận du khách quốc tế.

Với những vấn đề nêu trên, việc nghiên cứu để nâng cao năng lực tiếng Anh chuyên ngành cho đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa là hết sức cần thiết, có ý nghĩa thiết thực đối với sự phát triển đội ngũ nhân lực du lịch nói chung và chất lượng du lịch của tỉnh Thanh Hóa nói riêng, góp phần đưa du lịch trở thành lĩnh vực mũi nhọn, đóng góp tích cực vào sự phát triển KT-XH của địa phương.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nội dung nghiên cứu

Đối với mục tiêu của nghiên cứu này, bài viết tập trung nghiên cứu thực trạng sử dụng tiếng Anh chuyên ngành của đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên trong ngành du lịch tỉnh Thanh Hóa. Đó là nhân lực du lịch phục vụ thuyết minh, hướng dẫn tại các khu/điểm du lịch như di tích, làng nghề, danh lam thắng cảnh, bảo tàng, vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên kể cả hướng dẫn viên du lịch nội địa lẫn hướng dẫn viên du lịch quốc tế. Từ đó, xem xét việc đào tạo, giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành du lịch cho đội ngũ này tại Thanh Hóa và đề xuất, kiến nghị các giải pháp để nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh trong hoạt động nghiệp vụ như cải tiến chương trình giảng dạy, xây dựng/biên soạn tài liệu học tập phù hợp dưới dạng sổ tay thuyết minh song ngữ.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp thu thập thông tin từ các cơ quan quản lý nhà nước và các hội nghề nghiệp, doanh nghiệp như Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hóa, Hiệp Hội du lịch Thanh Hóa, Ban quản lý các Khu/điểm du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Nguồn mẫu được lựa chọn giới hạn 250 đối tượng, trong đó có 110 hướng dẫn viên và 140 thuyết minh viên du lịch. Nội dung thu thập bao gồm: thói quen và khả năng sử dụng ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh chuyên ngành du lịch trong hoạt động thuyết minh, hướng dẫn. Khả năng tương tác bằng ngoại ngữ trong giao tiếp và hướng dẫn đối với khách quốc tế tại điểm đến. Khảo sát những tài liệu thuyết minh (bằng ngoại ngữ) hiện có và yêu cầu cần đặt ra để phục vụ việc hướng dẫn, thuyết minh tại điểm đến tốt hơn. Từ những số liệu thứ cấp đã điều tra, giúp cho tác giả có đánh giá một cách đúng đắn về năng lực, trình độ của đội ngũ này tại địa phương cũng như những khoảng trống về chương trình, tài liệu hỗ trợ để trên cơ sở đó đề xuất các cơ quan quản lý, các trường đào tạo du lịch tại địa phương cũng như các doanh nghiệp lữ hành thực hiện tốt công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ, năng lực sử dụng tiếng Anh trong thuyết minh, hướng dẫn của đội ngũ này tại Thanh Hóa, giúp ngành du lịch Thanh Hóa phát triển bền vững.

Ngoài phương pháp điều tra xã hội học thông qua phiếu thu thập thông tin và phỏng vấn sâu. Nghiên cứu còn sử dụng triệt để phương pháp chuyên gia bằng cách cộng tác với các nhà nghiên cứu văn hóa tại địa phương và kế thừa các công trình đã công bố về di tích, di sản, du lịch để thực hiện tốt việc biên soạn chương trình và tài liệu giảng dạy, tài liệu hỗ trợ hoạt động hướng dẫn du lịch bằng tiếng Anh tại điểm du lịch ở Thanh Hóa phù hợp với đặc thù của địa phương.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Trong những năm qua, công tác xây dựng và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch được ngành du lịch Thanh Hóa hết sức quan tâm. Tuy nhiên trên thực tế, đội ngũ này đang vừa thiếu về số lượng vừa hạn chế về chất lượng, có ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động du lịch trên địa bàn.

Trong quá trình nghiên cứu, chúng tôi đã thực hiện khảo sát trực tiếp đối với 110 hướng dẫn viên và 140 thuyết minh viên du lịch hiện đang công tác trong ngành du lịch trên địa bàn Thanh Hoá. Theo đó, chúng tôi đã thu thập được các kết quả, cụ thể:

Về chất lượng, trình độ chuyên môn của một số hướng dẫn viên chưa đáp ứng nhu cầu tìm hiểu thông tin của khách du lịch, biểu hiện ở nội dung thông tin thuyết minh còn sơ sài, chưa phong phú, hấp dẫn; kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn của các thuyết minh viên còn hạn chế, nhất là giọng nói và phong cách hướng dẫn. Đáng chú ý là vẫn còn nhiều hướng dẫn viên không biết ngoại ngữ nói chung và tiếng Anh nói riêng hoặc sử dụng chưa được tốt, chưa thỏa mãn yêu cầu của du khách.

Cơ cấu nhân lực đội ngũ hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch đang làm việc trong ngành lao động tỉnh Thanh Hoá giữa các độ tuổi có xu hướng ổn định, không biến động lớn. Cơ cấu theo độ tuổi hợp lý; đủ có khả năng chuyển giao giữa các thế hệ. Trong đó, số thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch rơi vào tuổi đời trung bình từ 26- 35 tuổi chiếm số lượng đa số (xem bảng 1). Theo đó, nguồn lao động này đủ đảm bảo gánh vác nhiệm vụ phát triển ngành du lịch tỉnh Thanh Hoá trong tương lai gần.

Bảng 1: Khảo sát nhân lực đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch ở Thanh Hóa

Cơ cấu	Số lượng(người)	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính		
Nam	120	48
Nữ	130	52
Tổng	250	100,0
2. Độ tuổi		
Từ 18 đến 25	13	5,2
Từ 26 đến 35	201	84,4
Từ 36 đến 45	22	8,8
Từ 46 đến 60	14	5,6
Tổng	250	100,0
3. Dân tộc		
Kinh	237	94,8
Dân tộc khác	13	5,2
Tổng	250	100,0
4. Tình trạng hôn nhân		
Đã lập gia đình	173	69,2
Chưa kết hôn	77	30,8
Tổng	250	100,0

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát từ đề tài khoa học cấp tỉnh của tác giả

Tại Thanh Hóa, tuy lực lượng hướng dẫn viên du lịch đang hoạt động tại địa phương khá đông đảo song hướng dẫn viên, thuyết minh viên có thể sử dụng tiếng Anh chủ động, thuần thục như công cụ chính lại ở mức rất thấp.

Bên cạnh đó, khả năng sử dụng tiếng Anh này để tác nghiệp trong hoạt động hướng dẫn, thuyết minh đang còn rất hạn chế. Theo khảo sát của tác giả thì có từ 30- 45% hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên không đạt chuẩn tiếng Anh. Sở dĩ như vậy là do đội ngũ này thiếu tự tin trong môi trường làm việc quốc tế, làm việc thiếu chuyên nghiệp, tính kỷ luật lao động kém, thái độ phục vụ chưa chu đáo. Đặc biệt, việc sử dụng thành thạo tiếng Anh trong công việc của hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên du lịch tỉnh Thanh Hóa còn rất hạn chế. Theo kết quả khảo sát này, có thể thấy được năng lực của đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên ngành du lịch Thanh Hóa trong việc sử dụng tiếng Anh như một công cụ thuần thục vẫn còn ở mức thấp, chưa đạt yêu cầu cần đặt ra. Số người sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp và làm công tác hướng dẫn du lịch đối với các thuyết

minh viên, hướng dẫn viên du lịch mới chỉ đạt 10,4% mức tốt và cơ bản chỉ ở mức độ trung bình lần lượt là 56% và 60,8% (xem bảng 2). Đặc biệt ở khảo sát tần suất sử dụng tiếng Anh chuyên ngành trong hoạt động hướng dẫn thì đã nhận được đến 170 câu trả lời chỉ thi thoảng, chiếm 68%, đây là một thực trạng rất đáng lưu ý, nó vừa cho thấy môi trường tác nghiệp với khách nước ngoài ở Thanh Hóa còn ở mức vừa phải và thậm chí số người sử dụng tiếng Anh trong hoạt động hướng dẫn đối với du khách quốc tế chỉ là khá thỉnh thoảng, đôi khi mới sử dụng.

Bảng 2: Khảo sát năng lực sử dụng tiếng Anh của đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch ở Thanh Hóa

Nội dung đánh giá	Tần suất	Tỷ lệ (%)
1. Năng lực tiếng Anh giao tiếp		
Tốt	26	10,4
Khá	58	23,2
Trung bình	140	56,0
Yếu	18	7,2
Kém	8	3,2
Tổng	250	100,0
2. Năng lực tiếng Anh chuyên ngành		
Tốt	26	10,4
Khá	46	18,4
Trung bình	152	60,8
Yếu	18	7,2
Kém	8	3,2
Tổng	250	100,0
3. Mức độ sử dụng tiếng Anh chuyên ngành		
Rất thường xuyên	11	4,4
Thường xuyên	32	12,8
Thi thoảng	170	68,0
Không thường xuyên	21	8,4
Rất không thường xuyên	16	6,4
Tổng	250	100,0

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát từ đề tài khoa học cấp tỉnh của tác giả

Từ kết quả trên cho thấy, một trong những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến sự yếu kém về năng lực tiếng Anh chuyên ngành của đội ngũ thuyết minh viên ở Thanh Hóa phải nói đến quy trình tuyển dụng lao động du lịch trong tỉnh chưa đặt ra yêu cầu chuẩn về chuẩn năng lực tiếng Anh. Mặc dù tiếng Anh đang được xem như là một kỹ năng, một công cụ quan trọng cho người phục vụ du lịch nhưng các lao động được tuyển dụng vào làm việc tại các đơn vị du lịch, đặc biệt với các vị trí tuyển dụng của hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch chưa thật sự đạt yêu cầu về tiếng Anh, thậm chí là các kỹ năng giao tiếp cơ bản như Nghe, Nói, Đọc, Viết. Bên cạnh đó, năng lực thuyết minh và hướng dẫn du lịch bằng tiếng Anh gần như còn bỏ ngỏ trong những tiêu chí đặt ra trong công tác tuyển dụng nhân lực lao động du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Do vậy, chất lượng và năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành của các hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh thật sự còn nhiều bất cập.

Mặt khác, việc thiếu môi trường sử dụng tiếng Anh cho đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đang là một rào cản thực sự. Chính sự thiếu hụt môi trường giao tiếp ngoại ngữ được xem là yếu tố quyết định đến khả năng sử dụng tiếng Anh chuyên sâu của đội ngũ này. Hàng năm, số lượng khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa vẫn là một con số khiêm tốn. Vì thế sự tiếp xúc và giao thoa ngôn ngữ chưa được mở rộng và nâng cao, khả năng sử dụng Tiếng Anh chuyên ngành của người làm du lịch tại Thanh Hóa chưa được khai thác và phát huy. Đơn cử như ở Thành nhà Hồ, khảo sát cho thấy số lượng khách quốc tế đến với khu di sản hàng năm khá ít, chỉ từ 1% đến 7,6%, trong đó lại đa phần là khách du lịch mang tính chất đối ngoại, đã có phiên dịch viên đi cùng và họ gần như không cần đến thuyết minh viên của khu di sản.

Một nguyên nhân quan trọng nữa là, công tác đào tạo tiếng Anh cho đội ngũ nguồn nhân lực du lịch tỉnh Thanh Hóa chưa được quan tâm, chú trọng. Trong những năm gần đây, mặc dù đã có chỉ đạo sát sao của các cấp, ngành về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng sự phát triển và tiềm năng của du lịch Thanh Hóa. Tuy nhiên, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Thanh Hóa đạt yêu cầu về trình độ và năng lực sử dụng ngoại ngữ vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Đây cũng là một nguyên nhân chính tạo nên sự hạn chế năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành của đội ngũ hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch hiện nay. Đến nay, chưa có một hệ thống các chương trình đào tạo ngắn hạn, dài hạn, chương trình đào tạo kỹ năng giao tiếp tiếng Anh theo chuẩn quốc tế, chương trình đào tạo giao tiếp nâng cao tiếng Anh chuyên ngành du lịch... Vì vậy, tính đến hết năm 2017, số lao động du lịch nói chung và số hướng dẫn viên/ thuyết minh viên du lịch nói riêng ở Thanh Hóa còn hạn chế năng lực ngoại ngữ phục vụ cho nghề du lịch vẫn đang là con số lớn.

Như vậy, với số liệu khảo sát và phân tích ở trên, chúng ta nhận thấy rõ thực trạng sử dụng tiếng Anh chuyên ngành phục vụ công việc chuyên môn của các hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đang còn tồn tại rất nhiều bất cập và hạn chế. Nghiên cứu bước đầu của chúng tôi cũng đã chỉ ra những nguyên nhân của những hạn chế này. Theo đó, việc xây dựng những giải pháp để nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành đáp ứng yêu cầu chuyên môn trong nghiệp vụ hướng dẫn viên và thuyết minh viên du lịch là việc hết sức cần thiết hiện nay.

Các kết quả phân tích trên đây cho thấy để khắc phục và nâng cao trình độ sử dụng tiếng Anh du lịch chuyên sâu cho đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch tại Thanh Hóa cần chú trọng vào các nội dung chủ yếu như sau:

Về công tác xây dựng chương trình: đòi hỏi các cơ sở giáo dục có đào tạo chương trình tiếng Anh chuyên ngành du lịch, nên phối hợp, cộng tác chặt chẽ với nhau trong thiết kế và xây dựng chương trình đủ năng lực, đảm trách tốt việc xây dựng chương trình nhằm đảm bảo hiệu quả giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành du lịch cho người học. Trong việc xây dựng chương trình phải chú ý đến tính liên tục và tính kế thừa để nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành cho đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch đang công tác trong ngành du lịch trên địa bàn tỉnh. Xây dựng và phát triển chương trình đào tạo tiếng Anh chuyên ngành cho hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch theo hướng chuẩn hóa và thống nhất. Đổi mới cơ bản việc xây dựng chương trình đào tạo dựa vào chuẩn kiến thức, kỹ năng được quy định trong các thang chuẩn đánh giá năng lực tiếng Anh quốc gia và quốc tế hiện hành.

Phát triển tài liệu dạy học: Đồng thời phát triển theo hướng chuyên sâu hóa tài liệu dạy - học và tài liệu hỗ trợ cho công tác thuyết minh hướng dẫn du lịch bằng song ngữ Anh - Việt. Theo đó, tài liệu này được thiết kế với các mục đích: 1. Cung cấp cho người học vốn từ vựng liên quan đến điểm đến mà người học sẽ thực hành kỹ năng hướng dẫn; 2. Cung cấp cho người học cấu trúc tiếng Anh sử dụng khi thực hành các kỹ năng hướng dẫn khác nhau; 3. Gợi ý cho người học cách sử dụng từ vựng và mẫu câu trong thực hành hướng dẫn thông qua bài gợi ý.

Tài liệu tự học Tiếng Anh chuyên ngành Du lịch khi xây dựng cần phân tích nhu cầu của sinh viên, của giảng viên và của hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch. Theo đó, chúng tôi dự kiến xây dựng tài liệu hỗ trợ gồm ba phần chính. Phần Introduction đưa thông tin chi tiết về tài liệu, mục đích, nội dung và cách sử dụng. Phần Section 1 cung cấp ngôn ngữ cần thiết liên quan đến các bước trong việc hướng dẫn một tour bao gồm: giới thiệu tour, xây dựng thuyết minh, kết thúc tour, quản lý đoàn, giải quyết vấn đề và trả lời câu hỏi của du khách. Trong phần này, các cấu trúc tiếng Anh, được liệt kê cùng với các ví dụ cụ thể và cả đoạn hội thoại hoặc thuyết minh mẫu được đưa ra giúp sinh viên hiểu và biết cách sử dụng các cấu trúc này. Phần Section 2 có thể được coi là quyển từ điển nhỏ cung cấp vốn từ vựng mà người học sẽ có thể cần liên quan đến các điểm đến mà học viên thực hành hướng dẫn tour (xem phụ lục).

Trong quá trình thực hiện khảo sát đối với đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch tại địa phương, chúng tôi thu được kết quả: có 96% đối tượng khảo sát thể hiện nhu cầu được sử dụng các tài liệu online/offline trên điện thoại hoặc máy tính thay vì sử dụng bản in do tài liệu tự học dưới dạng “bản mềm” dễ tiếp cận và thuận tiện hơn. Người học có thể tiếp cận tài liệu tự học và học bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu. Người học cũng bày tỏ mong muốn khi tài liệu tự học được

chuyển sang học liệu điện tử, với sự hỗ trợ của công nghệ, các nội dung tự học sẽ trở lên hấp dẫn hơn, giúp người học duy trì quá trình tự học và tiếp thu các nội dung tự học một cách dễ dàng hơn. Nhận thấy tầm quan trọng của phát âm cũng như điểm yếu của mình khi giao tiếp tiếng Anh, người học mong muốn được cải thiện phát âm từ vựng, ngữ điệu của câu nói bên cạnh việc biết nghĩa và cách sử dụng. Với các nội dung bài đọc, các bài tập kèm theo nên được thiết kế để người học có thể tiếp thu kiến thức nhanh chóng, dễ dàng hơn.

Hình thức tổ chức dạy học

Đa dạng các hình thức tổ chức dạy học nhằm phát triển kiến thức, kỹ năng và thái độ cho hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch. Đặc biệt, cần căn cứ điều kiện lao động thực tế, môi trường làm việc của đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh để có những hình thức tổ chức dạy học phù hợp.

Thứ nhất, dạy học tiếng Anh theo định hướng giao tiếp: Xuất phát từ mục đích sử dụng ngôn ngữ của đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch với các đối tượng khách, việc dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch chủ yếu nhằm phát triển khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh trong các tình huống du lịch. Dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch theo phương pháp dạy giao tiếp qua đối thoại đòi hỏi người học phải biết cách sử dụng tiếng Anh để tham gia vào các cuộc thảo luận, đàm thoại về các vấn đề liên quan đến du lịch như giới thiệu, thuyết minh các chủ đề, các điểm du lịch...

Thứ hai, dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch theo định hướng phát triển tính tự chủ cho người học: Sử dụng các bài tập lớn cá nhân, bài tập lớn theo nhóm giúp người học chủ động tự nghiên cứu, tìm hiểu sâu hơn các vấn đề về lịch sử, văn hóa, các danh nhân, các đặc trưng về phong tục của Thanh Hóa theo sở thích cá nhân và nhu cầu công việc.

Thứ ba, dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch theo các chủ đề: Tổ chức các hoạt động dạy học (nghe, nói, đọc, viết, thuyết trình...) xoay quanh các vấn đề liên quan đến hoạt động du lịch như ẩm thực, phong tục tập quán, làng nghề, lễ hội, di tích lịch sử... Các chủ đề mà thuyết minh viên, đặc biệt là các hướng dẫn viên du lịch thường gặp trong quá trình tiếp xúc, dẫn các đoàn khách.

Thứ tư, dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch theo tình huống: Người học đóng vai nhân viên là các thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch ở doanh nghiệp lữ hành, các địa điểm du lịch trên địa bàn tỉnh. Ở mỗi vai, người học phải biết sử dụng ngôn ngữ phù hợp, có thái độ ứng xử lịch sự, thể hiện tính chuyên nghiệp. Các tình huống tương tác với khách du lịch thực tế được lồng vào trong bài học nhằm nâng cao năng lực giải quyết vấn đề, khả năng phản xạ tiếng Anh cho thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch.

Hình thức kiểm tra, đánh giá

- Đa dạng hình thức kiểm tra, đánh giá thường xuyên. Cụ thể, ngoài hình thức bài kiểm tra viết truyền thống, có thể sử dụng các hình thức đánh giá thông qua thuyết trình, bài tập lớn cá nhân và nhóm, đóng vai trong các tình huống du lịch mà hướng dẫn viên, thuyết minh viên thường xuyên gặp phải.

- Đánh giá bốn kỹ năng Nghe, Nói, Đọc, Viết. Trên thực tế ở phần lớn các khóa học, vì một số điều kiện khách quan, hình thức đánh giá chủ yếu thông qua bài kiểm tra đọc - viết trên giấy. Tuy nhiên, đối với các lớp bồi dưỡng tiếng Anh cho hướng dẫn viên du lịch và thuyết minh viên, các bài kiểm tra cần được thiết kế đặc thù, chú trọng vào kiểm tra năng lực giao tiếp, kỹ năng nghe nói và xử lý các tình huống du lịch mà họ gặp phải trong thực tế.

Tạo dựng động cơ học tập tích cực

Trong thời gian tới, ngành du lịch tỉnh Thanh Hoá cần tập trung xây dựng các giải pháp tạo ra sức hút đối với khách du lịch nước ngoài. Nếu lượng khách nước ngoài ngày càng nhiều, thì người lao động ngành du lịch càng có cơ hội được tiếp cận môi trường giao tiếp bằng ngoại ngữ, sử dụng ngoại ngữ như ngôn ngữ thứ hai. Môi trường thực tiễn có các hoạt động du lịch được gắn với kỹ năng sử dụng ngoại ngữ sẽ giúp đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh nâng cao năng lực giao tiếp bằng ngoại ngữ một cách rõ rệt.

Với tiềm năng du lịch của tỉnh nhà, trong thời gian tới ngành Du lịch cần có những giải pháp đột phá trong việc xây dựng sản phẩm, kết nối thị trường và làm công tác quảng bá để thu hút du khách nước ngoài và các doanh nghiệp lữ hành quốc tế đưa khách đến Thanh Hóa.

Cần tập trung vào các thị trường khách tiềm năng như khách đến từ khu vực Tây Âu, Đông Nam Á để phát triển những sản phẩm phù hợp.

Bên cạnh giải pháp thu khách quốc tế, thì các doanh nghiệp, các khu điểm du lịch cần có kế hoạch tuyển chọn, đào tạo, đào tạo lại hoặc cử đội ngũ nhân viên tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực tiếng Anh giao tiếp, tiếng Anh chuyên ngành du lịch.

Các đơn vị sử dụng lao động cũng cần xây dựng các chính sách thu hút nhân lực có trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng ngoại ngữ tốt vào làm việc tại đơn vị mình. Bên cạnh đó cần có cơ chế về tăng lương, thưởng thu nhập hoặc các chế độ đặc biệt khác đối với đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch có năng lực về ngoại ngữ.

Những yêu cầu đặt ra đối với bản thân hướng dẫn viên, thuyết minh viên

Bên cạnh các giải pháp trên, thì vấn đề tự học để nâng cao trình độ tiếng Anh chuyên ngành của đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh đang là điều vô cùng quan trọng. Theo đó:

- Đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch phải biết sắp xếp thời gian, nên rèn luyện ý thức tự giác, đồng thời tích cực, chủ động hơn trong quá trình giao tiếp với giáo viên, dẹp bỏ tâm lý thụ động ghi chép kiến thức mà phải trao đổi, chia sẻ với giáo viên;

- Xác định mục tiêu, lập kế hoạch, vạch ra định hướng học tập ngay từ đầu khóa học để thấy được những gì cần phải đạt được trong quá trình học;

- Thay đổi phương pháp học tập hiện tại, chủ động hơn trong học tập bằng các phương pháp tích cực hơn như tham gia các hoạt động giao tiếp theo cặp, nhóm, chú trọng nhiều vào kỹ năng nghe, nói hơn là lý thuyết ngữ pháp...

Bên cạnh đó, đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên cũng cần chuẩn bị cho mình một nền tảng tiếng Anh cơ bản.

- Trước hết phải nắm chắc cấu trúc ngữ pháp tiếng Anh cơ bản, phải thông thạo các kỹ năng đặc biệt là kỹ năng nói tiếng Anh bởi kỹ năng nói tiếng Anh không thể thiếu để trở thành một hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch. Khi học học phần tiếng Anh cơ bản người học phải chăm chỉ ngay từ đầu, tích cực luyện phát âm thật chuẩn, luyện nghe nói nhiều. Có như vậy khi vào học tiếng Anh chuyên ngành mới có thể học tốt được bởi tiếng Anh chuyên ngành có rất nhiều thuật ngữ khó và đòi hỏi khả năng thuyết trình, thuyết minh cũng như khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh rất cao. Nếu người học không thông thạo tiếng Anh cơ bản, không có khả năng nghe nói tốt thì sẽ gặp rất nhiều khó khăn.

- Thứ hai, người học cần tích lũy vốn từ vựng tiếng Anh thông dụng cũng như tiếng Anh chuyên ngành du lịch bởi nó rất hữu ích cho việc nói tiếng Anh. Không có vốn từ vựng chúng ta sẽ gặp nhiều khó khăn khi giao tiếp thực tế tại các tuyến điểm du lịch cũng như trong nhiều tình huống xử lý khác nhau.

- Thứ ba, người học cần được đi trải nghiệm thực tế nhiều. Các kiến thức thực tế về các tuyến điểm du lịch vô cùng quan trọng phục vụ tốt cho quá trình học tiếng Anh chuyên ngành. Bằng nhiều cách khác nhau người học cố gắng tổ chức các chuyến đi thực tế để hiểu biết về các điểm du lịch cũng như tới đó thuyết trình tiếng Anh và có cơ hội để giao tiếp với khách nước ngoài. Đây là biện pháp vô cùng hữu ích để người học thực hành nói tiếng Anh nâng cao trình độ bản thân.

4. KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, để thực hiện có hiệu quả các giải pháp nâng cao năng lực tiếng Anh cho đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đòi hỏi các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh, các trường du lịch tại địa phương phải đặc biệt chú trọng đến hiệu quả công tác đào tạo, bồi dưỡng năng lực tiếng Anh chuyên sâu cho những đối tượng nhân lực du lịch này đáp ứng yêu cầu nghề nghiệp. Trước mắt, Sở VH,TT&DL Thanh Hóa, Hiệp hội Du lịch cần phối hợp với các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, ban quản lý các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh tăng cường công tác đánh giá, sát hạch năng lực, trình độ của đội ngũ này hàng năm một cách thường xuyên, định kỳ. Song song với đó, cần phối hợp với các cơ sở giáo dục đại học đào tạo chuyên ngành du lịch của địa phương tổ chức các lớp bồi dưỡng nâng cao năng lực tiếng Anh chuyên ngành cho đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh. Có thể mở rộng quy mô đến các đối tượng là nhân viên lễ tân khách sạn, nhà hàng, nhân viên phục vụ tại điểm du lịch, lao động du lịch tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, các hộ dân làm du lịch cộng đồng...

Đối với các cơ sở đào tạo du lịch, cần phối hợp, tranh thủ các chuyên gia, nhà nghiên cứu trong lĩnh vực văn hóa địa phương hoàn thiện cuốn sổ tay hướng dẫn thuyết minh du lịch Thanh Hóa chuyên sâu bằng ngôn ngữ Việt- Anh để làm tài liệu, cẩm nang phục vụ công tác hướng dẫn có hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Khánh Đức (2013), *Nghiên cứu nhu cầu và xây dựng mô hình đào tạo theo năng lực trong lĩnh vực giáo dục*, Tạp chí Khoa học ĐHSHPN.
2. Hoàng Thị Xuân Hoa (2014), *Nghiên cứu xây dựng hệ thống đánh giá các chuẩn kỹ năng tiếng Anh*, Đại học Ngoại ngữ- Đại học Quốc gia Hà Nội.
3. Phan Văn Hòa (2011), *Dạy và học tiếng Anh theo các mục đích cụ thể ở Việt Nam giai đoạn 2010 - 2020 từ góc nhìn thực tiễn và hướng chiến lược của Đề án Ngoại ngữ quốc gia*, Tạp chí Ngôn ngữ & Đời sống, 12 (194).
4. Nguyễn Quốc Hưng, M.A. (2004), *Kỹ thuật dạy tiếng Anh ở Việt Nam*, Nxb Giáo dục
5. Đào Hồng Thu, *Phương pháp dạy- học ngoại ngữ*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Học viện Kỹ thuật Quân sự, Hà Nội, 2007.
6. TS. Lê Thanh Hà (2019), *Nghiên cứu nâng cao năng lực tiếng Anh chuyên ngành cho đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa*, Báo cáo tổng hợp kết quả nghiên cứu đề tài khoa học cấp tỉnh, Trường Đại học VH,TT&DL Thanh Hóa.

PHỤ LỤC

Nội dung tài liệu bổ trợ cho người học khi học tiếng Anh chuyên ngành du lịch đặc thù tại Thanh Hóa

Danh mục chính	Nội dung	
Introduction	Who is this booklet for?: Cuốn sách này dành cho ai	
	What is this book about?: cuốn sách này có nội dung gì	
	How to use this book?: cách sử dụng cuốn sách	
	Table of contents: mục lục	
Section 1 Language focus and English in Context	1. Introducing a tour	Language focus: cấu trúc sử dụng khi giới thiệu tour
		English in context: ví dụ 1 bài mẫu giới thiệu tour
	2. Building a commentary	Language focus: cấu trúc sử dụng khi thuyết minh điểm đến
		English in context: ba bài thuyết minh
	3. Concluding a tour	Language focus: cấu trúc sử dụng khi kết thúc tour
		English in context: Bài mẫu kết thúc tour
4. Group management and problem solving	Language focus: Cấu trúc sử dụng khi điều hành đoàn khách tham quan và cấu trúc sử dụng khi giải quyết vấn đề khi khách tham quan	
	English in context: Ví dụ về điều hành đoàn khách tham quan và giải quyết vấn đề	
Section 2 Vocabulary	1. Lady Trieu temple festival	Cung cấp từ vựng về điểm đến Đền Bà Triệu
	2. Lam Kinh festival	Cung cấp từ vựng về điểm đến Khu di tích Lam Kinh
	3. Nga Son sedge mat village	Cung cấp từ vựng về điểm đến Làng nghề chiếu cói Nga Sơn
	4. Nhoi stone carving village	Cung cấp từ vựng về điểm đến làng nghề chạm khắc đá Nhồi
	5. Ham Rong historical interest	Cung cấp từ vựng về điểm đến Khu di tích lịch sử Hàm Rồng
	6. Ho Dynasty Citadel	Cung cấp từ vựng về điểm đến Thành Nhà Hồ
	7. Ben En National Park	Cung cấp từ vựng về điểm đến Vườn Quốc Gia Bến En
	8. Sam Son resort	Cung cấp từ vựng về điểm đến biển Sầm Sơn

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TS. Hoàng Thị Lan
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Bài viết đã hệ thống hoá một số vấn đề cơ bản về hướng dẫn viên du lịch như khái niệm, vai trò, đặc điểm, yêu cầu của hướng dẫn viên du lịch và các tiêu chí đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch. Bên cạnh đó, bài viết đã khảo sát đánh giá thực trạng chất lượng hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội trong thời gian qua. Trên cơ sở đó, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Chất lượng, hướng dẫn viên du lịch, Hà Nội.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hà Nội được bình chọn xếp thứ 12/25 điểm đến tốt nhất thế giới năm 2018; là một trong hai thành phố của Việt Nam lọt Top hot nhất thế giới 2018 về lượng phòng du khách đặt trước và được Tổ chức Giải thưởng du lịch thế giới đề cử là một trong mười bảy ứng viên vào hạng mục bình chọn giải thưởng điểm đến thành phố hàng đầu thế giới 2018. Nhưng du lịch Hà Nội vẫn bị đánh giá là giàu tài nguyên nhưng nghèo sản phẩm, mà nguyên do chủ yếu xuất phát từ sự thiếu sáng tạo, thiếu kiến thức và thiếu tính chuyên nghiệp của những người làm 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, được coi là đại sứ văn hóa giới thiệu cái hay, cái đẹp của đất nước, con người Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung với bạn bè thế giới, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ngành Du lịch phát triển. Tuy nhiên, lực lượng hướng dẫn viên của Hà Nội hiện đang thiếu và yếu, bên cạnh đó thiếu hụt sự phân loại và xếp hạng hướng dẫn viên làm suy giảm sự phấn đấu học tập nâng cao kỹ năng nghề nghiệp của hướng dẫn viên, gây khó khăn cho các công ty lữ hành trong việc tìm kiếm, ký kết hợp đồng và trả thù lao cho đội ngũ hướng dẫn viên. Việc hoạch định và đưa ra những giải pháp hợp lý nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội sẽ góp phần vô cùng quan trọng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, góp phần đưa ngành du lịch phát triển xứng đáng với một địa phương giàu tiềm năng du lịch.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Việc nghiên cứu và thảo luận những vấn đề liên quan đến hướng dẫn viên du lịch, chất lượng hướng dẫn viên du lịch đã thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, các cơ quan quản lý du lịch và đã được thực hiện khá nhiều. Sau đây là một số công trình nghiên cứu tiêu biểu:

Nguyễn Trọng Nhân, Huỳnh Tương Ái, Nguyễn Cẩm Phi (2016), *Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ đáp ứng tiêu chuẩn nghề du lịch của hướng dẫn viên*, Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, trang 99 - 106. Nghiên cứu nhằm góp phần cải thiện chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, đáp ứng nhu cầu phát triển ngành du lịch của Việt Nam trong tương lai. Mẫu nghiên cứu gồm 107 hướng dẫn viên làm việc ở thành phố Cần Thơ và tỉnh Vĩnh Long. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng câu hỏi. Thang đo 6 điểm dạng Likert được sử dụng để đo lường quan điểm của đáp viên. Đối tượng nghiên cứu được chọn bằng kỹ thuật lấy mẫu kiểu thuận tiện. Dữ liệu được phân tích bằng các phương pháp thống kê mô tả, đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi quy tuyến tính đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sáu nhân tố ảnh hưởng đến mức độ đáp ứng tiêu chuẩn nghề du lịch của hướng dẫn viên gồm: hoạt động thuyết minh; tạo lập, duy trì, phát triển các mối quan hệ trong quá trình tổ chức thực hiện chương trình du lịch và xử lý tình huống phát sinh trong hoạt động hướng dẫn; học tập, rèn luyện nâng cao trình độ ngoại ngữ và bán sản phẩm du lịch; công tác chuẩn bị thực hiện chương trình du lịch, học tập và rèn luyện nâng cao trình độ, chăm sóc khách hàng; công tác tổ chức thực hiện chương trình du lịch và hỗ trợ quảng cáo và tiếp thị sản phẩm du lịch.

Nguyễn Thị Minh Ngọc (2008), *Phân tích chất lượng dịch vụ hướng dẫn du lịch tại các di tích lịch sử văn hóa ở Hà Nội*, Luận văn thạc sỹ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội. Luận văn đã hệ thống hóa một số lý luận cơ bản về chất lượng dịch vụ hướng dẫn du lịch tại các di tích lịch sử văn hóa. Bên cạnh đó, luận văn đã phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ hướng dẫn du lịch tại các di tích lịch sử văn hóa ở Hà Nội và đề xuất một số giải pháp có tính khả thi cho vấn đề nghiên cứu.

Nguyễn Đăng Tiến (2018), *Nhu cầu nguồn nhân lực hướng dẫn viên - cơ hội và thách thức*, Trường Đại học Sao Đỏ. Bài báo đã tìm hiểu nhu cầu của nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch, những cơ hội và thách thức trong đào tạo và rèn luyện kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch. Hiện nay, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch của Việt Nam đang thiếu hụt về số lượng, chưa đáp ứng được về chất lượng. Đặc biệt trong quá trình Việt Nam hội nhập quốc tế, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch đang có nhiều cơ hội, bên cạnh đó cũng có nhiều thách thức. Chính vì vậy, để đón đầu theo những dự báo, những mục tiêu trong chiến lược phát triển cần phải có những giải pháp để cân đối quan hệ cung - cầu về đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, trong đó giải pháp về nâng cao chất lượng đào tạo đóng vai trò quyết định.

Tán Thị Như Uyên (2015), *Nghiên cứu chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch tại các điểm du lịch ở Đà Lạt với khách du lịch nội địa*, Luận văn thạc sỹ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội. Luận văn đã đề cập đến những vấn đề lý luận về chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch. Bên cạnh đó, luận văn đã phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch tại các điểm du lịch ở Đà Lạt với khách du lịch nội địa. Ngoài ra, luận văn đã đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch tại các điểm du lịch ở Đà Lạt với khách du lịch nội địa như: Chú trọng phát triển nguồn nhân lực phục vụ dịch vụ du lịch nói chung và dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch nói riêng; Tăng cường hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị; Tăng cường quản lý nâng cao chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch; Tăng cường mối quan hệ với các công ty lữ hành; Tổ chức các cuộc thi cho thuyết minh viên.

Tổng cục Du lịch (2019), *Kỷ yếu hội thảo Tăng cường quản lý hướng dẫn du lịch*. Trong những năm qua, cùng với sự tăng trưởng và phát triển của ngành Du lịch là sự tiến bộ trong công tác quản lý nhà nước về du lịch nói chung và quản lý hướng dẫn du lịch nói riêng. Các đối tác trong ngành Du lịch tham gia vào công tác quản lý hoạt động hướng dẫn du lịch cũng ngày càng phát triển đa dạng. Xác định được tầm quan trọng của công tác quản lý hướng dẫn du lịch đối với việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và nâng cao hình ảnh du lịch Việt Nam trong khu vực và quốc tế, Tổng cục Du lịch tổ chức Hội thảo Tăng cường quản lý hướng dẫn du lịch tại Đà Nẵng. Hội thảo bàn về quản lý hướng dẫn du lịch, là cơ hội cho các nhà quản lý, các doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo và hướng dẫn viên bàn và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động hướng dẫn du lịch trên toàn quốc.

2.2. Cơ sở lý luận về chất lượng hướng dẫn viên du lịch

Khái niệm, vai trò, đặc điểm, những yêu cầu cơ bản của hướng dẫn viên du lịch

- Khái niệm

Hướng dẫn viên du lịch là người sử dụng ngôn ngữ đã lựa chọn để giới thiệu và giải thích cho du khách các di sản văn hóa cũng như thiên nhiên của một vùng cụ thể được các cơ quan liên quan công nhận. Hướng dẫn viên du lịch là người thực hiện các điều khoản được ký kết trong hợp đồng cung ứng dịch vụ lữ hành, giúp doanh nghiệp lữ hành thu được lợi nhuận kinh tế và giúp du khách hiểu biết thêm về điểm đến (điểm tham quan) thông qua chuyến đi và bài thuyết minh.

Theo điều 3, Luật Du lịch Việt Nam năm 2017: Hướng dẫn viên du lịch là người được cấp thẻ để hành nghề hướng dẫn du lịch

- Vai trò của hướng dẫn viên du lịch

Trong kinh doanh du lịch, hướng dẫn viên có một số vai trò như sau:

Đối với đất nước: (1) Nhiệm vụ chính trị: Đối với khách du lịch quốc tế, hướng dẫn viên đại diện cho đất nước làm tăng cường sự hiểu biết, tình đoàn kết giữa các dân tộc; Đối với khách du lịch nội địa, hướng dẫn viên là người giúp cho du khách, làm tăng tình yêu đất nước, dân tộc. (2) Nhiệm vụ kinh tế: Hướng dẫn viên là người giới thiệu hướng dẫn cho du khách tiêu dùng các sản phẩm dịch vụ hàng hoá khác trong khi họ đi du lịch, mang lại lợi ích kinh tế cho đất nước.

Đối với công ty: Hướng dẫn viên là người thay mặt công ty thực hiện trực tiếp các hợp đồng ký kết với khách du lịch, đảm bảo mang lại lợi ích kinh tế và uy tín cho công ty; sẽ là người quyết định phần lớn chất lượng của chương trình du lịch; sẽ tạo được cho khách du lịch cảm tình mong muốn quay lại với công ty lần thứ hai hoặc tham gia các chương trình khác của công ty; nhờ sự giới thiệu của hướng dẫn viên mà khách biết rõ hơn về các dịch vụ mà công ty đang cung cấp.

Đối với khách du lịch: Hướng dẫn viên đóng vai trò phục vụ; vai trò của marketing viên không chuyên; vai trò của sứ giả; vai trò của bác sĩ; vai trò của một chiến sĩ trên mặt trận an ninh; vai trò của nhà tâm lý học.

- Đặc điểm của nghề hướng dẫn viên du lịch

Nghề hướng dẫn viên du lịch có một số đặc điểm cơ bản như:

Thời gian làm việc không cố định, khó có định mức chính xác. Trước lúc khách đến, hướng dẫn viên phải làm việc để chuẩn bị đón khách. Sau khi khách đi, hướng dẫn viên làm một số việc do đoàn khách để lại. Ngoài những lúc hướng dẫn tham quan, hướng dẫn viên phải tham gia vào quá trình phục vụ khi có yêu cầu. Đôi khi phục vụ nhiều việc ngoài nội dung chương trình.

Khối lượng công việc đa dạng và phức tạp, gồm nhiều loại công việc khác nhau. Thường xuyên trau dồi, cập nhật kiến thức trước khi đi dẫn đoàn. Trong khi đi dẫn đoàn: Tổ chức đón khách, tổ chức cho đoàn khách ăn nghỉ, thuyết minh, hướng dẫn tham quan, vui chơi giải trí, xử lý các tình huống. Sau chuyến đi: hoàn thiện các giấy tờ, báo cáo...

Cường độ lao động cao, căng thẳng. Hướng dẫn viên luôn phải tự đặt mình vào trạng thái sẵn sàng phục vụ bất cứ thời gian nào.

Tính chất công việc. Là người phục vụ, tiếp xúc với nhiều đối tượng người khác nhau, nhiều đối tượng của các cơ sở phục vụ. Luôn phải xa nhà, kế hoạch sinh hoạt bị đảo lộn. Chịu đựng cao về tâm lý, công việc dễ gây nhàm chán.

- Những yêu cầu cơ bản đối với hướng dẫn viên du lịch

Hướng dẫn viên du lịch cần đáp ứng những yêu cầu cơ bản như sau:

Về phẩm chất chính trị: Hướng dẫn viên vừa phải có bản lĩnh chính trị, lòng yêu nghề, tự tôn dân tộc, nắm vững quan điểm đường lối của Đảng và nhà nước. Nguyên tắc chung: phải tế nhị, khéo léo làm vừa lòng du khách, nhưng vẫn phải thể hiện thái độ dứt khoát trong việc bảo vệ danh dự quốc gia, Đảng và Nhà nước. Yêu cầu: HDV nắm vững tình hình chính trị trong nước và quốc tế, cập nhật thông tin, xác định động cơ làm việc rõ ràng, rèn luyện phẩm chất chính trị.

Kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ: Kiến thức về một số môn khoa học cần thiết; Trình độ ngôn ngữ; Phương pháp và nghệ thuật hướng dẫn; hướng dẫn viên phải có tinh thần cầu tiến.

Kiến thức về địa lý cảnh quan, lịch sử dân tộc, đất nước: Địa lý cảnh quan, lịch sử dân tộc, dân tộc học, đô thị học; Các đặc trưng văn hoá dân tộc, tương đồng, khác biệt về văn hoá phương đông và phương tây, giữa các vùng văn hoá của đất nước; Phong tục tập quán, lễ hội, kiến trúc mỹ thuật, sân khấu, âm nhạc...

Kiến thức về kinh tế: Kiến thức về quá trình phát triển kinh tế của đất nước, vùng, địa phương; Nắm các nghiệp vụ, nguyên tắc trong kinh doanh, quản lý kinh tế.

Khái niệm, vai trò đảm bảo chất lượng, một số tiêu chí đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch

- Khái niệm chất lượng hướng dẫn viên du lịch

Chất lượng của hướng dẫn viên du lịch thể hiện qua khả năng, trình độ, kiến thức của hướng dẫn viên và do sự đánh giá, cảm nhận của du khách.

- Vai trò của việc đảm bảo chất lượng hướng dẫn viên du lịch

Chất lượng hướng dẫn viên du lịch đóng vai trò rất lớn đối với công ty du lịch. Có thể nói rằng thành công của một công ty du lịch phụ thuộc rất nhiều vào nhân tố con người, đặc biệt là chất lượng hướng dẫn viên du lịch. Hướng dẫn viên du lịch là cầu nối giữa doanh nghiệp lữ hành và khách hàng. Hướng dẫn viên du lịch là người tiếp xúc trực tiếp với khách nên chiếm vị trí rất quan trọng, hướng dẫn viên là người đại diện cho doanh nghiệp trước mắt của khách hàng và do vậy họ giữ vai trò liên kết doanh nghiệp với môi trường bên ngoài.

Chất lượng hướng dẫn viên du lịch tốt sẽ mang lại rất nhiều lợi ích cho du khách, cho công ty du lịch, cho đất nước. Nếu một hướng dẫn viên du lịch nhiệt tình hướng dẫn giúp đỡ khách, quan tâm đến khách, chắc chắn sẽ làm cho du khách hài lòng với chuyến đi.

Sự đảm bảo bằng trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng xử lý công việc cũng như thái độ nhã nhặn, dễ gần của hướng dẫn viên sẽ tạo niềm tin cho khách về sự đảm bảo chất lượng dịch vụ trong mỗi chuyến đi.

Sự thông cảm thể hiện qua thái độ chia sẻ, lo lắng quan tâm đến từng du khách sẽ làm cho họ có cảm giác được nâng niu, chiều chuộng. những lời hỏi thăm du khách sau những chuyến đi tham quan, lúc khách mệt mỏi... sẽ có tác động rất lớn tạo sự thông cảm với khách.

Khách tham gia vào một tour du lịch sẽ thấy yên tâm, tin tưởng. Khi thấy tình trạng xe chuyên chở tốt đẹp, nhân viên hướng dẫn, điều hành sức khoẻ tốt, nhiệt tình, được nghỉ trong khách sạn tiện nghi,...

Nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch là đưa chất lượng dịch vụ lên mức cao hơn trước nhằm thoả mãn sự trông đợi của khách du lịch, xã hội và đem lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

Nâng cao chất lượng dịch vụ trong đó có nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch có tầm quan trọng sống còn với các doanh nghiệp du lịch thể hiện: Chất lượng dịch vụ luôn là nhân tố quan trọng nhất quyết định khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường; Từ chất lượng dịch vụ sẽ tạo uy tín, danh tiếng cho doanh nghiệp, đó chính là cơ sở cho sự tồn tại lâu dài của doanh nghiệp; Nâng cao chất lượng dịch vụ chính là biện pháp hữu hiệu kết hợp các lợi ích của doanh nghiệp, người tiêu dùng và xã hội.

- Một số tiêu chí đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch

Một là, trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Kiến thức tổng hợp về một số môn khoa học có liên quan: Nền tảng kiến thức tổng hợp vững vàng: Đây là cơ sở cho việc tích lũy các tri thức cần thiết cho hoạt động hướng dẫn du lịch, giúp hiểu rõ vấn đề, nhìn nhận thấu đáo. Nắm chắc các môn khoa học về lịch sử, địa lý, văn hoá, kiến trúc. Hiểu biết về hầu hết mọi mặt của cuộc sống và nắm được những thông tin mới nhất từ đó có những lời thuyết minh phong phú và thuyết phục du khách. Phong phú trong giao tiếp với khách.

Nắm vững nội dung và phương pháp. (1) Nội dung: Nguyên tắc chỉ thị của cơ quan quản lý; Quy định về công tác hướng dẫn trong nội bộ công ty; Tư liệu dùng để thuyết minh cho phù hợp với từng đối tượng; Các điều khoản trong hợp đồng ba bên: Hợp đồng du lịch, khách, công ty lữ hành. Cần nắm vững các điều khoản được đảm bảo một cách đầy đủ không gây tổn thất cho doanh nghiệp. (2) Phương pháp: Phương pháp tổ chức hướng dẫn tham quan từ những công việc đơn giản đến phức tạp điển hình là nghệ thuật xử lý tình huống; Phương pháp tâm lý học du khách: tìm hiểu nhu cầu thị hiếu, sở thích của khách du lịch để đáp ứng được nhu cầu và sẽ làm hài lòng khách du lịch; Nghệ thuật truyền đạt: phải có nội dung tốt, phải theo 1 chủ đề hướng theo mô hình xương cá.

Khả năng giao tiếp: (1) Luôn luôn khôi hài, lạc quan, vui vẻ; (2) Lòng hiếu khách hoà đồng và không thiên kiến; (3) Biết cương quyết trong xử lý; (4) Luôn đúng giờ; (5) Cách phát âm ngôn ngữ, giọng nói. Ngôn ngữ: biết vận dụng những từ vựng dễ hiểu, tránh sử dụng lối nói tắt, không sử dụng khi không rõ nghĩa, từ lấp chỗ trống, sử dụng đúng ngữ pháp, biết vận dụng những câu ngắn gọn đơn giản, tránh sự xao lãng của khách khi làm thuyết minh. Cách phát âm: làm quan hệ thống âm thanh bằng cách thở thoải mái khi phát âm. Giọng nói: là một trong những biểu hiện của người nói, thể hiện tâm tư tình cảm. Phải biết tìm ra giọng nói chính xác của mình như luyện tập giọng một cách ấn tượng, nói năng đĩnh đạc có âm điệu lúc trầm lúc bổng, đôi khi phải dừng lại để lời nói năng có sức hấp dẫn quyến rũ. Chú ý không nói giọng nhát gừng, đứt quãng, giọng địa phương, phát âm không chuẩn hay nói nhỏ. Tránh việc gào thét khi giao tiếp. (6) Chọn vị trí: Đặt mình vào vị trí của khách, nhận được một lời dẫn giải rõ ràng, biết được tất cả điều đó nói về cái gì, có thời gian để thấu hiểu những điều đã được nghe; (7) Các cử chỉ: Các cử chỉ làm nổi bật bài thuyết trình; Làm cho vấn đề dễ hiểu, cuốn hút sự chú ý; Các cử chỉ được phối hợp một cách tự nhiên, đưa lên đưa xuống một cách tự nhiên, nhẹ nhàng, không nên rời rạc lạc lõng rời rạc; Khi không cần biểu hiện thì nên để ở tư thế thoải mái, không gò ép rất cần sự tự nhiên. (8) Cách ăn mặc trang điểm: Chăm sóc cơ thể: Luôn luôn biết chăm sóc đầu tóc, răng miệng, khuôn mặt, móng tay, móng chân luôn được chăm sóc gọn gàng sạch sẽ đúng kiểu, đúng độ dài, luôn luôn sử dụng một loại nước hoa nhẹ mùi. Trang phục: Nên chọn cho mình một đôi giày vững chải, chắc chắn, đặc biệt là có đế chống trơn, trượt và luôn luôn phải sạch sẽ, đồ trang sức sử dụng phải phù hợp với hoàn cảnh phù hợp. Quần áo chọn sắc phục tao nhã, phù hợp với công việc, phù hợp với điều kiện phù hợp với từng loại khách, từng loại chương trình, nên sử dụng trang phục dân tộc. Thăm mỹ ăn mặc, trang điểm phải lịch sự, tao nhã, đẹp nhưng không phô trương. Các tư thế làm việc: Ngẩng đầu vừa phải

đứng ngồi ngay ngắn, trọng lượng phân bố đều, đứng thẳng, thở thoải mái, giữ tư thế cân bằng, không tỳ dựa vào vật xung quanh hoặc cho tay vào túi áo, quần. Không đi đứng hấp tấp, vội vàng, không chạy và khi đi nhớ chú ý vật phía trước. Cách sử dụng Micro khi thuyết trình: Nói chậm hơn bình thường, tránh hít thở vào micro điều chỉnh âm thanh vừa phải đủ to. Chọn vị trí để âm thanh vọng ra rõ ràng. Cầm micro chắc chắn. Nếu có tiếng vang thì không dùng. Nếu quay đầu thì nhớ hướng micro theo, đừng để âm thanh bị mất hoặc không nghe rõ. (9) Phép xã giao: Luyện thói quen cư xử tao nhã, lịch thiệp; Chào hỏi mọi người một cách trịnh trọng lịch sự; Bắt tay khi mới quen biết nhau; Biết cách xưng hô lịch thiệp; Phong cách khi nói chuyện: Hãy nhìn vào mắt của người nói chuyện và những người xung quanh và dừng lại ở mỗi người một chút là tốt nhất, hãy quan tâm tất cả mọi người đồng đều, không thiên vị một ai; Không có hoạt động riêng khi làm việc; Biết tổ chức, hướng dẫn chương trình đúng cách.

Hai là, trình độ ngoại ngữ

Tiêu chuẩn về hướng dẫn viên du lịch ở Việt Nam gồm có 4 chữ "N" đó là: Nghiệp vụ, ngoại ngữ, ngoại giao, ngoại hình. Trong 4 chữ "N" đó thì ngoại ngữ là đòi hỏi trước tiên với các hướng dẫn viên du lịch quốc tế. Hướng dẫn viên nói chung 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 dẫn viên 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 khối kiến thức chết cứng nếu cần hướng dẫn cho khách du lịch quốc tế. Thông thường với hướng dẫn viên du lịch quốc tế phải thông thạo ít nhất 1 ngoại ngữ và biết ở mức độ giao tiếp thông thường một ngoại ngữ nữa. Với hướng dẫn viên du lịch Việt Nam những ngoại ngữ thường được sử dụng là: Tiếng Anh, Pháp, Đức, Nga, Trung Quốc...

Ba là, khả năng tổ chức

Chỉ tiêu để đánh giá chất lượng hướng dẫn viên còn thể hiện ở trình độ tổ chức bao gồm: Tổ chức đưa đón khách du lịch, tổ chức phục vụ khách tại cơ sở lưu trú, ăn uống; tổ chức hướng dẫn tham quan, tổ chức các chương trình vui chơi giải trí cho khách, tổ chức các hoạt động khác, tổ chức tiễn khách... Tổ chức các hoạt động tập thể: Các hoạt động tập thể thường được biết đến gần đây với tên giao lưu; Các hoạt động tập thể phổ biến được thực hiện hiện nay là: đốt lửa trại, liên hoan văn nghệ - tạp - kỹ. Được coi như một phần của chương trình du lịch hay dịch vụ tặng thêm. Có đủ quy mô từ nhỏ đến lớn.

Bốn là, phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp

Phẩm chất chính trị: Hướng dẫn viên du lịch phải có bản lĩnh chính trị, lòng yêu nghề, tự tôn dân tộc chưa đủ mà còn phải nắm vững quan điểm đường lối của Đảng nhà nước ta đặc biệt là đường lối ngoại giao. Theo xu thế hội nhập làm bạn với tất cả các nước. Những hiểu biết về chính trị trong nước và quốc tế sẽ tránh cho hướng dẫn viên những tình huống khó xử khi gặp các đối tượng khách du lịch châm chọc, dụng ý xấu hoặc lôi kéo. Kích động cả hướng dẫn viên du lịch và khách du lịch vào các hoạt động xấu xa. Nguyên tắc chung là phải khéo léo tế nhị song phải có thái độ rõ ràng có nghề và có kiến thức chính trị vững vàng hướng dẫn viên du lịch phải không ngừng học hỏi qua sách báo, các nghị quyết, các báo chính trị. Theo dõi sát biết động chính trị trong và quốc tế có sự nhạy cảm chính trị, kiến thức chính trị của hướng dẫn viên du lịch giúp khách thoải mái nhu cầu hiểu biết của mình một cách đúng hướng, góp phần vào bang giao quốc tế, bang giao hữu nghị giữa các dân tộc, một trong những chức năng quan trọng của ngành du lịch.

Đạo đức nghề nghiệp: Là yếu tố quan trọng hàng đầu, hướng dẫn viên phải có lòng yêu nghề; Đức tính kiên nhẫn, tận tụy, trung thực; Hướng dẫn viên phải có tính chín chắn và tính kế hoạch; Hướng dẫn viên phải lịch sự và tế nhị.

Năm là, sức khoẻ và sự nhiệt tình

Hướng dẫn viên du lịch thường không đòi hỏi lao động cơ bắp, không đòi hỏi phải mang vác gánh gồng những vật dụng nặng nề song luôn luôn cần có sức khoẻ ổn định và dẻo dai. Do thường xuyên di chuyển: Giờ giấc không ổn định và phải thực hiện nhiều thao tác và hoạt động nghiệp vụ, hướng dẫn viên phải có khả năng chịu đựng cao. Hướng dẫn viên đồng thời phải chăm lo cả những điều nhỏ nhặt cho từng thành viên của đoàn khách, trong khi bản thân của hướng dẫn viên sử dụng sức lực cho công tác chuyên môn nhiều hơn hẳn so với khách. Vì thế sự dẻo dai, bền sức là một yêu

cầu đối với hướng dẫn viên, tuy không phải là yêu cầu vóc dáng to lớn, cơ bắp cuộn cuộn, sức mang vác hơn người. Yêu cầu về vóc dáng của hướng dẫn viên còn bao gồm cả hình thể không có những dị tật có thể làm khách không thoải mái khi đi cùng. Hướng dẫn viên cần phải biết tự điều chỉnh sức lực sao cho phù hợp để cùng một lúc có thể thực hiện việc hướng dẫn đồng thời đảm bảo an toàn cho khách, an ninh trong chuyến đi du lịch giúp đỡ khách khi cần mà vẫn giữ được phong thái nhanh nhẹn, cần trọng thân thiện và đáng vẻ khả ái, tươi tắn. Những chuyến đi dài ngày với vùng khí hậu khác nhau, việc ăn ở cũng thất thường, hướng dẫn viên càng cần phải có sức chịu đựng cao. Sự kết hợp cả hoạt động trí tuệ và hoạt động cơ bắp cùng một lúc và thường lặp lại cũng giúp cho hướng dẫn viên thích ứng với hoạt động nghề nghiệp.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết, tác giả đã sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp từ các báo, Tạp chí, công trình nghiên cứu khoa học, một số trang web: www.vietnamtourism.com; www.dulichvtv.com....

Đồng thời, tác giả cũng tiến hành khảo sát thực tế về chất lượng hướng dẫn viên du lịch tại điểm đến du lịch Hà Nội. Đối tượng khảo sát là lãnh đạo các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội và khách du lịch. Các câu hỏi điều tra xoay quanh nội dung số lượng, cơ cấu, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp, khả năng xử lý các tình huống... của hướng dẫn viên. Thời gian điều tra tháng 10/2019, số phiếu phát ra cho lãnh đạo các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội là 100, số phiếu thu về là 85 phiếu; số phiếu phát ra cho khách du lịch là 100, số phiếu thu về là 90 phiếu. Thông qua các số liệu đã thu thập được, tác giả sử dụng các phương pháp để xử lý, phân tích dữ liệu sơ cấp: Sử dụng phương pháp phân tích, lập bảng tổng hợp dựa trên kết quả phiếu điều tra. Thông tin được thu thập, mã hóa và tính toán bằng phần mềm Excel để tổng hợp dữ liệu.

3. KẾT QUẢ PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

Số lượng hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội chiếm 31% so với tổng số lượng hướng dẫn viên của cả nước. Thống kê hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội được thể hiện qua bảng 1 (xem bảng 1).

Bảng 1: Thống kê hướng dẫn viên du lịch tại Hà Nội đến hết năm 2018

STT	Nội dung	Hà Nội	Toàn quốc	Tỷ trọng (%)	Tỷ trọng (%) Hà Nội so với toàn quốc
1	Tổng số hướng dẫn viên	5.754	18.551		31
	Hướng dẫn viên du lịch quốc tế	3.736	10.923	65	34
	Hướng dẫn viên du lịch nội địa	2.018	7.628	35	26,4
2	Hướng dẫn viên du lịch quốc tế chia theo ngôn ngữ				
	Tiếng Anh	1.507	6.011	40,3	25,1
	Tiếng Pháp	403	1.163	10,8	34,7
	Tiếng Đức	154	390	4,1	39,5
	Tiếng Trung	371	2.134	10	17,4
	Tiếng Nhật	173	508	4,6	34,1
	Tiếng Tây Ban Nha	126	220	3,4	57,3
	Tiếng Nga	115	483	3,1	23,8
	Tiếng Ý	38	60	1	63,3
	Tiếng Thái	22	171	0,6	12,9
	Tiếng Hàn	11	116	0,3	9,5
	Tiếng Indonesia	4	23	0,1	17,4
	Tiếng Bungary	2	2	0,05	100
	Tiếng Hungary	1	1	0,03	100
	Ngôn ngữ khác	809			

Nguồn: Sở Du lịch Hà Nội

Xét về mặt giới tính, số hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội tương đương nhau nên tạo điều kiện thuận lợi cho việc phân công lao động một cách đồng đều. Xét về độ tuổi của hướng dẫn viên thì tuổi đời của họ còn khá trẻ (từ 23 tuổi đến 39 tuổi). Đây thực sự là một lợi thế cho các công ty lữ hành vì họ đều là những người hăng say, muốn được lao động, được cống hiến, không ngại khó, ngại khổ, thậm chí càng khó họ càng muốn chinh phục. Tuy nhiên, có sự không cân đối giữa số lượng hướng dẫn viên quốc tế các ngôn ngữ với lượng du khách dẫn đến sự thiếu hụt cục bộ hướng dẫn viên ngôn ngữ ít thông dụng vào mùa cao điểm như tiếng Hàn, tiếng Nhật, tiếng Nga.

Kết quả phân tích thực trạng chất lượng hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội được thể hiện trên một số khía cạnh sau đây:

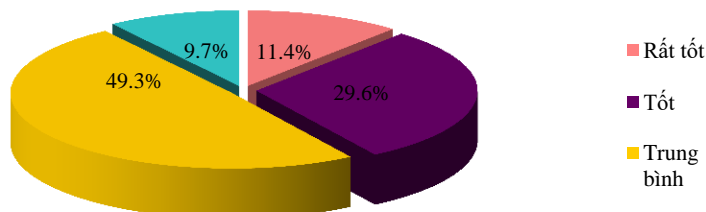
3.1. Về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ

Đội ngũ hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội đa số đã có nền tảng kiến thức chung ở các bậc đại học, cao đẳng, ngoài ra họ còn tự trang bị cho mình một khối kiến thức chuyên môn sâu rộng. Đội ngũ hướng dẫn viên của luôn nắm khá chắc kiến thức về các môn lịch sử, địa lý, văn hoá, kiến trúc. Trong thực tế, có khá nhiều hướng dẫn viên có trí tưởng tượng phong phú luôn biết cách thổi hồn vào các di sản, các danh lam thắng cảnh... bằng những câu chuyện, những truyền thuyết, làm cho chúng trở nên sống động lạ thường nhưng đều dựa trên những hiểu biết và những thông tin cập nhật mới nhất tuyệt đối chính xác. Theo đánh giá của khách du lịch, đội ngũ hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội tương đối hiếu khách, coi mọi khách hàng như nhau và đối xử công bằng, phục vụ nhiệt tình từ công tác hướng dẫn tham quan, ăn uống, lưu trú và các hoạt động khác... tạo được tinh thần đoàn kết chung cho cả đoàn. Các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội đã có quy định và mỗi khi đón khách hướng dẫn viên thường đến điểm hẹn trước nửa tiếng chỉnh đốn trang phục, sắp xếp công việc, thử micro, cách sử dụng một số thiết bị máy trên xe như ti vi, đầu đĩa... Trong suốt hành trình dẫn khách, hướng dẫn viên phải luôn tuân thủ giờ giấc, sắp xếp thời gian nghỉ ngơi, ăn uống, tham quan, vui chơi cho khách theo đúng lịch trình và hợp lý.

Hiện tại, đội ngũ hướng dẫn viên của các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội đều đã tốt nghiệp các trường Đại học và Cao đẳng, khoa Du lịch, Khách sạn - Du lịch, Văn hoá du lịch và đã được đào tạo ít nhất một ngoại ngữ như: Tiếng Anh, Tiếng Trung, Tiếng Nhật... nhưng có không nhiều hướng dẫn viên có thể trực tiếp hướng dẫn cho khách nước ngoài, còn lại chỉ ở mức giao tiếp đơn giản thông thường. Các công ty lữ hành đều có kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ ngoại ngữ cho các hướng dẫn viên. Hướng dẫn viên chuyên về ngoại ngữ nào sẽ được đào tạo theo ngoại ngữ đó và theo sở thích của mỗi hướng dẫn viên bằng cách gửi các hướng dẫn viên của các công ty theo học các lớp đào tạo ngoại ngữ ngắn hạn trong mùa trái vụ du lịch. Nhưng chủ yếu vẫn khuyến khích hướng dẫn viên tự học và tự bồi dưỡng trình độ ngoại ngữ cho mình. Các công ty lữ hành cũng có những kiểm tra, đánh giá hướng dẫn viên dựa vào phiếu nhận xét của khách sau mỗi chuyến đi để có những hướng đào tạo phù hợp nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng hướng dẫn viên du lịch.

Đại diện các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội cho rằng việc quy định khá cứng nhắc phải có bằng cử nhân mới được cấp thẻ hướng dẫn đang làm gia tăng tình trạng khan hiếm nghiêm trọng hướng dẫn viên du lịch quốc tế, lãng phí nguồn nhân lực có kinh nghiệm, đặc biệt doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn lớn về nguồn, nhất là hướng dẫn viên ngoại ngữ hiếm khi vào mùa cao điểm du lịch quốc tế. Thực trạng về đội ngũ hướng dẫn viên du lịch sử dụng các thứ tiếng hiếm luôn có lỗ hổng lớn. Ngoài ra, theo đánh giá của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành: một trong những điểm yếu hiện nay của lực lượng chuẩn bị tham gia vào ngành du lịch là khả năng giao tiếp ngoại ngữ còn hạn chế; việc đào tạo hướng dẫn viên sử dụng các ngoại ngữ hiếm còn rất ít, chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường. Đứng trước tình hình khách du lịch đến với Việt Nam ngày một nhiều, chúng ta không còn chỉ bó hẹp trong hai thứ tiếng phổ biến như Anh, Pháp nữa; vấn đề nóng bỏng hiện nay là làm sao cân đối quan hệ cung - cầu hướng dẫn viên sử dụng các thứ tiếng hiếm là rất cần thiết và sớm được bổ sung. Thực hiện quy định tại Điều 72, Điều 75 Luật Du lịch, hàng năm Sở Du lịch Hà Nội tổ chức các khóa bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên đổi thẻ (thẻ hướng dẫn viên có thời hạn ba năm). Giáo trình bồi dưỡng theo khung của Tổng Cục Du lịch ban hành, thời gian 02 ngày. Tại các lớp bồi dưỡng, ngoài kiến thức theo quy định, Sở Du lịch Hà Nội đã lồng ghép để trao đổi với hướng dẫn viên các chương trình, kế hoạch hoạt động phát triển du lịch của Sở, của Thành phố; về quyền lợi và nghĩa vụ cũng như đạo đức nghề nghiệp của hướng dẫn viên; cảnh báo những hành vi vi phạm của

hướng dẫn viên... những lớp bồi dưỡng đạt hiệu quả cao. Năm 2017, đã tổ chức 17 lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên đổi thẻ cho 1.862 hướng dẫn viên du lịch. Năm 2018 với số lượng hướng dẫn viên đến hạn đổi thẻ trên 500 hướng dẫn viên, dự kiến tổ chức khoảng 10 lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên đổi thẻ du lịch. Cho đến thời điểm hiện tại, Sở Du lịch Hà Nội đã tổ chức 01 lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên đổi thẻ.

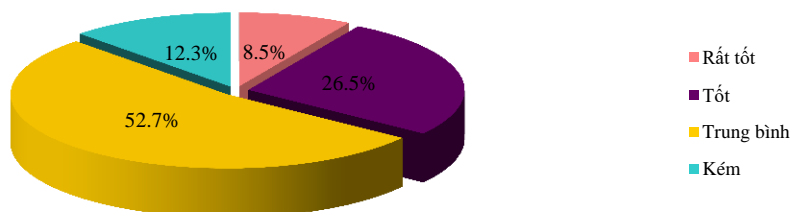


Hình 1: Đánh giá của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp lữ hành về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ của các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội

Nguồn: Điều tra thực tế của tác giả

Theo đánh giá của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Thành phố Hà Nội về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ của các hướng dẫn viên: rất tốt là 11,4%, tốt 29,6%, trung bình 49,3%, kém là 9,7%. Ý kiến của khách du lịch: rất tốt 8,5%, mức tốt đạt 26,5%, trung bình 52,7%, kém 12,3%. Có thể nói, công tác đào tạo nguồn nhân lực đã được Thành phố Hà Nội quan tâm nhưng chất lượng chưa thỏa mãn yêu cầu.

Việc đánh giá của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp lữ hành về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ của các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội được thể hiện qua hình 1.



Hình 2: Đánh giá của khách du lịch về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ của các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội

Nguồn: Điều tra thực tế của tác giả

Việc đánh giá của khách du lịch về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ của các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội được thể hiện qua hình 2.

3.2. Về khả năng tổ chức chuyến du lịch và kỹ năng giao tiếp

- Về khả năng tổ chức chuyến du lịch

Để làm tốt các việc trên trong một tour dẫn khách, Ban lãnh đạo công ty luôn nhắc nhở và yêu cầu các hướng dẫn viên của công ty rằng: Ngay từ khi bắt đầu đến khi kết thúc tour, hướng dẫn viên phải đóng vai trò là một nhà tổ chức chuyên nghiệp. Tổ chức các hoạt động hoạt náo trên xe khi phương tiện di chuyển (ôtô, tàu...), tổ chức tham quan, tổ chức ăn uống, lưu trú, tổ chức các chương trình vui chơi giải trí, tổ chức các hoạt động khác và cuối cùng là tổ chức tiễn khách. Đa số các hướng dẫn viên của các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội đều đáp ứng được tương đối tốt nhu cầu này bởi trước khi trở thành hướng dẫn viên chính họ đã được huấn luyện bài bản từ các lớp hướng dẫn viên đi trước, họ được đi theo tour để học hỏi, cọ sát thực tế, họ cũng có cơ hội để thử sức mình nên khi vào công việc, phải tác chiến một mình họ cũng không hề thấy bỡ ngỡ mà thay vào đó là phát huy những kinh nghiệm đã học được và sáng tạo thêm những cách làm mới phong phú hơn, hiệu quả hơn.

Tuy nhiên, hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội khá trẻ trung, tính cách phóng khoáng nên đối với một số vấn đề trong quá trình đi dẫn tour vẫn chưa được chặt chẽ như để cho lái xe dừng đỗ tại những điểm mua sắm đặc sản, đồ thủ công mỹ nghệ... ở dọc đường nhiều gây ảnh hưởng đến lịch trình và gây nhiều phiền phức cho khách. Bên cạnh đó, có một số tour của hướng dẫn viên dẫn khách tham quan, trong đoàn có hành khách bị mất đồ dùng cá nhân khi để trong khách sạn. Điều này chứng tỏ công tác đặt phòng khách sạn của các công ty lữ hành chưa tốt và liên đới ảnh hưởng đến hoạt động hướng dẫn của hướng dẫn viên. Ngoài ra, có một số trường hợp chưa nắm rõ được giờ mở và giờ đóng cửa của một số điểm tham quan trong chuyến đi, không nhớ rõ đường đi đến các điểm tham quan mà thường dựa vào lái xe.

- Về kỹ năng giao tiếp

Khi phát âm, hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội đều cố gắng phát âm chuẩn và tùy vào môi trường xung quanh để điều chỉnh độ to nhỏ cho phù hợp để đoàn khách có thể nghe rõ đầy đủ thông tin nhất. Chẳng hạn như: khi đưa khách chơi ở bờ biển thì hướng dẫn viên nói giọng to hơn vì tiếng sóng; còn khi vào thăm chùa là chốn linh thiêng, hướng dẫn viên nói giọng nhỏ nhẹ tỏ vẻ thành kính và khi tái hiện lại các trận đánh thì giọng phải hùng hồn. Tư thế của các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội tương đối tự nhiên ngay ngắn, tỏ rõ sự lịch thiệp, trang trọng và thân tình. Qua khảo sát thực tế cho thấy: Đội ngũ hướng dẫn viên của các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội là những người trẻ trung năng động, yêu thích thể thao và rất biết chăm sóc cho cơ thể, họ biết cách ăn mặc, cách trang điểm nhẹ nhàng... Phong cách khi nói chuyện với khách của các hướng dẫn viên là đôi môi luôn nở nụ cười, đôi mắt nhìn thẳng vào mắt người trực tiếp nói chuyện và khi nói chuyện với cả đoàn khách thì nhìn thẳng vào từng người trong chốc lát và cá thể sẽ dừng hơi lâu ở người trưởng đoàn.

4. ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Trong thời gian tới, Hà Nội đã đưa ra các chỉ tiêu chủ yếu như sau: Về khách du lịch: năm 2020, thu hút 3 triệu lượt khách quốc tế, hơn 18 triệu lượt khách nội địa; năm 2030, thu hút 4,5 triệu lượt khách quốc tế và khoảng 26,8 triệu lượt khách nội địa. Về tổng thu từ khách du lịch: năm 2020, thu nhập du lịch đạt gần 3,8 tỷ USD; năm 2030, thu nhập du lịch đạt gần 8,9 tỷ USD, gấp 2,5 lần năm 2020. Về tỷ trọng GDP du lịch trong tổng GDP thành phố: năm 2020, GDP du lịch đạt hơn 2,5 tỷ USD, chiếm 8,7% tổng GDP toàn thành phố, đạt tốc độ tăng trưởng cho giai đoạn khoảng 10,5%; năm 2030, GDP du lịch đạt 5,77 tỷ USD, chiếm 9,3% tổng GDP toàn thành phố, đạt tốc độ tăng trưởng cho giai đoạn khoảng 8,7%. Để đạt được mục tiêu trên, việc nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch là việc rất cần quan tâm của các cấp, các ngành, các doanh nghiệp. Trong bài viết, xin đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn Hà Nội như sau:

4.1. Hoàn thiện tuyển dụng hướng dẫn viên du lịch

Công tác tuyển dụng hướng dẫn viên cần được Ban lãnh đạo các công ty lữ hành chú ý hơn. Khi tuyển dụng cần phải dự báo được công ty trong thời gian tới sẽ cần khoảng bao nhiêu hướng dẫn viên và xác định rõ công việc mà các hướng dẫn viên cần làm là gì và điều quan trọng hơn đó là phải kiểm tra về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp ứng xử, khả năng tổ chức, phẩm chất đạo đức nghề nghiệp... điều này sẽ quyết định đến chất lượng phục vụ khách và hiệu quả làm việc mà họ đạt được trong thời gian tới.

4.2. Hoàn thiện việc bố trí sử dụng, đào tạo bồi dưỡng, đánh giá thành tích và đãi ngộ hướng dẫn viên

- Về bố trí sử dụng hướng dẫn viên

Việc bố trí sử dụng hướng dẫn viên hợp lý, có kế hoạch sẽ nâng cao hiệu quả làm việc của hướng dẫn viên. Ban lãnh đạo công ty cần nắm được năng lực của từng hướng dẫn viên trong công ty để có kế hoạch phân công công việc hợp lý và khoa học. Ban lãnh đạo phải biết được điểm yếu, điểm mạnh của hướng dẫn viên và phân công theo hướng dẫn viên làm việc theo trình độ chuyên môn, ngoại ngữ, trình độ tổ chức, khả năng giao tiếp, sức khỏe... Với những chuyến đi dài ngày thì nên phân công hướng dẫn viên nam vì họ sẽ có sức khỏe, sự dẻo dai và thuận tiện trong sinh hoạt. Còn đối với hướng dẫn viên nữ thì nên phân công đi những tour ngắn ngày hơn.

- Về đào tạo bồi dưỡng hướng dẫn viên

Để có nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, đặc biệt đội ngũ hướng dẫn viên du lịch có đủ về số lượng và đảm bảo chất lượng thì công tác tổ chức đào tạo là yếu tố quyết định: Tăng cường năng lực của các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch, cả về cơ sở vật chất trang thiết bị đào tạo cũng như đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ giáo viên, giảng viên. Cập nhật đổi mới xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến. Ngành Du lịch cần đưa ra bộ giáo trình đào tạo hướng dẫn viên chuẩn quốc tế, đào tạo toàn diện nhưng phải thiết thực, sát với công việc thực tế, xây dựng quy chuẩn về bài thuyết minh ở một số tuyến điểm. Hiệp hội Du lịch Việt Nam và Hiệp hội Du lịch các địa phương, trong đó có Hà Nội cần chủ động phối hợp với các trường đào tạo du lịch để cử các chuyên gia du lịch đến các trường giảng dạy, chia sẻ kinh nghiệm thực tế, định hướng nghề nghiệp cho sinh viên. Thống nhất chương trình đào tạo hướng dẫn viên du lịch, bảo đảm chuẩn kiến thức chung và nghiệp vụ. Đặc biệt, chú trọng tính thực tiễn trong đào tạo và tăng tối đa thời gian thực hành, thực tập ngay năm đầu tiên của chương trình học. Cần tăng cường mối liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp, tạo lợi ích cho cả ba bên gồm: Nhà trường, doanh nghiệp và người học. Nhà trường được sử dụng được những chuyên gia, nhân viên lành nghề trong doanh nghiệp, kịp thời, thường xuyên cập nhật, bổ sung và cải tiến được các chương trình đào tạo phù hợp yêu cầu doanh nghiệp. Người học, có điều kiện để tiếp cận được với môi trường thực tiễn, rèn luyện được kỹ năng nghề nghiệp. Doanh nghiệp có thể sử dụng lao động ngay sau khi tuyển mà không mất công đào tạo hoặc đào tạo lại. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong công tác nghiên cứu, đào tạo HDV như đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến (E-learning), xây dựng giáo trình đào tạo du lịch điện tử... Khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo cơ chế và điều kiện để các thành phần xã hội, trong và ngoài nước có thể tham gia góp vốn, kiến thức,... cho công tác đào tạo nhân lực du lịch.

Khuyến khích những hướng dẫn viên xuất sắc của các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội tham gia các cuộc thi hướng dẫn viên giỏi do Thành phố hoặc các tỉnh trên cả nước tổ chức tạo điều kiện cho họ học hỏi các bạn đồng nghiệp khác, cọ sát trong môi trường mới tích lũy thêm kinh nghiệm nâng cao chất lượng phục vụ khách. 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. Các công ty lữ hành cần lên kế hoạch cho những hướng dẫn viên nào chưa có thể hướng dẫn đi học để được cấp hướng dẫn viên. Nêu cao tinh thần tự rèn luyện bản thân của hướng dẫn viên về mọi mặt. Các hướng dẫn viên luôn luôn phải tự bồi dưỡng cho mình những kiến thức về văn hoá, lịch sử, kiến trúc, mỹ thuật,... và cố gắng thông thạo một thứ ngoại ngữ, một bản lĩnh nghề nghiệp để bình tĩnh đối phó với những tình huống phát sinh khi đi dẫn tour. Nhưng đôi khi giao tiếp bằng ngoại ngữ tốt mà không có kiến thức tốt, những điều hay về lịch sử văn hoá dân tộc thì sẽ trở thành một hạn chế cho các sản phẩm du lịch của công ty lữ hành. Chính vì vậy mà hướng dẫn viên phải kết hợp cả hai, trình độ ngoại ngữ và kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, để khi đi dẫn khách mỗi hướng dẫn viên sẽ trở thành một nhà sử học, một nhà ngoại giao và nhà kinh doanh tiếp thị sắc sảo, một nhà tổ chức, nhà quản lý chuyên nghiệp có khả năng trợ giúp cho đoàn khách một cách tốt nhất.

Với hướng dẫn viên, kỹ năng mềm cực kỳ quan trọng, đôi khi có những tình thế hướng dẫn viên bị kéo vào và mất kiểm soát. Hướng dẫn viên phải hiểu thái độ quan trọng hơn trình độ. Khi hướng dẫn viên nhận diện và hiểu khách hàng, họ sẽ có thái độ đúng mực để kiểm soát cách ứng xử, giao tiếp, không bị khách hàng kéo vào những tranh luận không cần thiết, tạo tâm lý không tốt cho khách hàng. Do đó, trong thời gian tới, các hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội cần nâng cao hơn nữa về kỹ năng mềm.

- Về đánh giá thành tích hướng dẫn viên

Đánh giá thành tích của hướng dẫn viên trên địa bàn Hà Nội thông qua hiệu quả làm việc và thông qua việc thăm dò ý kiến khách hàng. (1) Về hiệu quả làm việc thì xét theo từng tuần, tháng, quý, năm xem hiệu quả làm việc của từng hướng dẫn viên ra sao về số lượng tour đã đi, số ngày đi, doanh thu và chất lượng từ những tour đó để có những đánh giá chính xác nhất, làm căn cứ cho việc khen thưởng hướng dẫn viên saunày. (2) Về thăm dò ý kiến khách hàng về hướng dẫn viên của các công ty lữ hành: Các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội nên có những phiếu đánh giá chất lượng tour trong đó có chất lượng hướng dẫn viên sau mỗi chuyến đi để biết được khách hài lòng hay không hài lòng. Đây là phương pháp phổ biến nhất, đơn giản mà lại dễ dàng biết được khách đang nghĩ gì về sản phẩm du lịch của công ty để từ đó có những điều chỉnh phù hợp.

- Đãi ngộ hướng dẫn viên du lịch

Hướng dẫn viên du lịch là một nghề phức tạp. 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. Về mặt kiến thức thì hướng dẫn viên phải am hiểu về mọi mặt để làm cho khách hài lòng. Chính vì vậy mà các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội cần phải có những chính sách đãi ngộ hướng dẫn viên một cách hợp lý để giữ chân họ. Các công ty lữ hành phải đặt ra những quy định về thưởng phạt hướng dẫn viên một cách rõ ràng và thực hiện một cách nghiêm túc. Việc 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. Quan tâm, chăm lo đến đời sống của hướng dẫn viên trong các công ty như: tổ chức sinh nhật, thăm khi ốm đau và một số hỗ trợ khác. Sau mỗi mùa du lịch hoặc những tháng làm việc vất vả các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội nên tổ chức các buổi liên hoan cho nhân viên trong công ty để động viên, cổ vũ tinh thần cho họ và tạo hứng khởi cho công việc tiếp theo; khen thưởng những hướng dẫn viên xuất sắc có thành tích và đạt hiệu quả làm việc cao; nêu gương để những thành viên khác học hỏi.

4.3. Tăng cường công tác xếp hạng hướng dẫn viên du lịch

Hiệp hội hướng dẫn viên du lịch Việt Nam đã xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, phân loại và xếp hạng hướng dẫn viên dựa trên ba tiêu chí: năng lực (chiếm 20% điểm), kiến thức (50% điểm) và kỹ năng (30% điểm). Hình thức chấm sao cho hướng dẫn viên này được thực hiện bằng cả hình thức offline - thi kiến thức trắc nghiệm thi trên giấy và online trực tuyến. Kết quả không chỉ do hội đồng ban giám khảo chấm các kỹ năng hướng dẫn viên thực tế mà còn lấy nhận xét, đánh giá từ các công ty lữ hành, với yêu cầu đảm bảo nhận xét từ năm công ty lữ hành khác nhau. Mỗi hướng dẫn viên cần có tối thiểu 50 lần đánh giá, để đảm bảo tính chính xác và khách quan, minh bạch cũng như chất lượng của mỗi lần đánh giá xếp hạng.

Việc xếp hạng hướng dẫn viên có sự lan tỏa, động viên và khích lệ mạnh mẽ đối với đội ngũ hướng dẫn viên, góp phần để đội ngũ hướng dẫn viên học tập nâng cao kiến thức, chuyên môn nghiệp vụ, phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách du lịch và có cái nhìn nhận, đánh giá tốt từ xã hội, ngoài ra còn trợ giúp các công ty lữ hành trong việc tìm kiếm hướng dẫn viên đạt tiêu chuẩn. Tuy nhiên, ngoài yếu tố cần thiết về năng lực, kỹ năng, văn hóa... thì nghề hướng dẫn viên là một nghề vất vả và nguy hiểm, các doanh nghiệp lữ hành, đơn vị quản lý cũng cần nghiên cứu việc tôn vinh người lao động trong quản lý và hướng dẫn du lịch

4.4. Một số kiến nghị

- Kiến nghị với Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Tổng cục Du lịch phải phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan, uỷ ban nhân dân cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương về quản lý và sử dụng nguồn nhân lực du lịch; Tổng cục Du lịch phải có chiến lược và kế hoạch đào tạo phát triển nguồn nhân lực và áp dụng khoa học công nghệ;

Quan tâm đến công tác xúc tiến du lịch bằng việc tổ chức nhiều hội thảo, hội nghị và diễn đàn du lịch Quốc tế ở Việt Nam và tham dự các hội chợ, hội nghị, hội thảo, triển lãm về du lịch ở ngoài nước, tổ chức nhiều đợt phát động thị trường trọng điểm. Tạo cơ hội cho các hướng dẫn viên cọ sát thực tế và nâng cao trình độ;

Phát hành nhiều ấn phẩm tuyên truyền, quảng bá, quảng cáo, sách hướng dẫn, phim video và đĩa CD-rom, qua mạng internet giới thiệu về đất nước và con người Việt Nam và làm tài liệu tham khảo cho các hướng dẫn viên du lịch;

Gắn giáo dục và đào tạo du lịch với hệ thống giáo dục đào tạo quốc gia và chú trọng giáo dục du lịch toàn dân. Đặc biệt chú trọng đào tạo, sử dụng và đãi ngộ tri thức, trọng dụng và tôn vinh nhân tài, chuyên gia và nghệ nhân hoạt động trong lĩnh vực du lịch;

Đầu tư hợp lý, nâng cấp và phát triển các điểm tham quan du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành, nâng cao chất lượng và tạo các sản phẩm du lịch mới. Đó là những điều kiện hỗ trợ đắc lực, tạo thuận lợi cho công việc hướng dẫn của các hướng dẫn viên du lịch.

Tổng cục Du lịch trực tiếp chịu trách nhiệm về danh sách hướng dẫn viên du lịch có thể được đăng tải trên trang web huongdanhvien.vn (triển khai từ năm 2008), cùng với đó tích hợp thông tin mã phản ứng nhanh (QR code) trên phần mềm quản lý hướng dẫn viên du lịch, nhằm định

hướng lựa chọn dịch vụ hướng dẫn của doanh nghiệp, nhân dân và du khách, từ đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ lữ hành trong thời gian tới đây.

- *Kiến nghị với Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội*

Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội là cơ quan tổ chức thực hiện chiến lược phát triển du lịch ở địa bàn và phối hợp với Chiến lược quốc gia nhằm đạt các mục tiêu về phát triển du lịch của thành phố và cả nước.

Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực; Hình thành hệ thống các cơ sở đào tạo du lịch trên địa bàn thành phố ở các cấp dạy nghề, trung cấp, cao đẳng, đại học và trên đại học về du lịch. Đào tạo được những hướng dẫn viên du lịch có tay nghề giỏi.

Đẩy mạnh quan hệ hợp tác giao lưu học hỏi kinh nghiệm với các thành phố có nền du lịch phát triển trong cả nước và trên thế giới để xây dựng hướng đi đúng đắn cho ngành du lịch của thành phố mình. Quan tâm và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho ngành du lịch của thành phố phát triển.

Thủ tục hành chính, các loại giấy tờ có quan đến du lịch giải quyết gọn nhẹ và nhanh chóng. Có những chính sách đãi ngộ và phát triển hợp lý nguồn nhân lực du lịch đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch.

KẾT LUẬN

Hà Nội có vị trí và địa thế đẹp, thuận lợi, là Thủ đô, trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, khoa học và đầu mối giao thông quan trọng của cả nước. Lượng khách du lịch quốc tế đến Hà Nội chiếm khoảng 30% lượng khách đến Việt Nam. Với lợi thế là Thủ đô ngàn năm văn hiến, khách du lịch nội địa đến Hà Nội ở vị trí hàng đầu cả nước. Hà Nội còn là trung tâm tiếp nhận và phân phối khách du lịch đến các vùng du lịch phía Bắc và các vùng, miền khác trên lãnh thổ Việt Nam cũng như tới các nước trong khu vực. Những năm gần đây, Hà Nội luôn được một số tạp chí Du lịch uy tín hàng đầu Thế giới như Travel and Leisure (Mỹ), Smart Travel Asia (HKG) tổ chức bình chọn và đạt danh hiệu Top 10 điểm đến Du lịch hấp dẫn nhất châu Á. Để có thể khai thác các lợi thế so sánh, để phát triển du lịch theo hướng bền vững, ngành du lịch Hà Nội phải đặc biệt quan tâm xây dựng đội ngũ hướng dẫn viên có trình độ chuyên môn cao, tâm huyết với nghề. Đội ngũ hướng dẫn viên du lịch cần ý thức được vai trò của mình trong ngành du lịch, từ đó nỗ lực nâng cao chuyên môn nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp. Mỗi hướng dẫn viên phải ý thức mình đang là đại sứ giới thiệu tinh hoa văn hóa, con người Hà Nội nói riêng, Việt Nam nói chung với bạn bè trong nước và quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đinh Trung Kiên (2000), *Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Nguyễn Trọng Nhân, Huỳnh Trương Ái, Nguyễn Cẩm Phi (2016), *Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ đáp ứng tiêu chuẩn nghề du lịch của hướng dẫn viên*, Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, trang 99 - 106.
3. Nguyễn Thị Minh Ngọc (2008), *Phân tích chất lượng dịch vụ hướng dẫn du lịch tại các di tích lịch sử văn hóa ở Hà Nội*, Luận văn thạc sĩ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch*
5. Sở Du lịch Hà Nội, *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.
6. Nguyễn Đăng Tiến (2018), *Nhu cầu nguồn nhân lực hướng dẫn viên - cơ hội và thách thức*, Trường Đại học Sao Đỏ.
7. Tổng cục Du lịch (2019), *Kỷ yếu hội thảo Tăng cường quản lý hướng dẫn du lịch*.
8. Tấn Thị Như Uyên (2015), *Nghiên cứu chất lượng dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch tại các điểm du lịch ở Đà Lạt với khách du lịch nội địa*, Luận văn thạc sĩ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
9. www.vietnamtourism.com, www.dulichvtv.com

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*TS. Đoàn Mạnh Cường
Văn phòng Quốc hội*

TÓM TẮT

Trong thời gian qua, ngành Du lịch Việt Nam đã xác định việc ứng dụng công nghệ thông tin là một trong những giải pháp đột phá để nâng cao tính cạnh tranh. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, ngành Du lịch sẽ cần phải ứng dụng công nghệ thông tin mạnh hơn nữa với việc xây dựng chiến lược chuyển đổi số, phát triển du lịch thông minh, phát triển chính quyền điện tử, đổi mới môi trường phục vụ, hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao để có thể nắm bắt cơ hội, đối diện với thách thức nhằm ứng dụng công nghệ trong việc tạo ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách. Sử dụng công nghệ số có thể tạo lập thông tin và cung cấp các dịch vụ tốt nhất cho khách du lịch, làm cho du khách thật sự hài lòng khi đến Việt Nam. Đồng thời, chính sự phát triển và tác động của công nghệ 4.0 sẽ làm thay đổi diện mạo rất lớn cho sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Du lịch, công nghệ số, nguồn nhân lực, chất lượng cao

1. BỐI CẢNH DU LỊCH VIỆT NAM

Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế then chốt của đất nước và phát triển du lịch là định hướng chiến lược trong nền kinh tế-xã hội của đất nước. Luật Du lịch (sửa đổi) đã chính thức được Quốc hội thông qua vào ngày 19/6/2017 với rất nhiều điểm mới, tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch trong giai đoạn tới. Trong luật sửa đổi này đã có điều khoản giao nhiệm vụ cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch quy định cụ thể về các giao dịch điện tử trong hoạt động du lịch. Theo đó, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã đề xuất với Chính phủ các giải pháp để đẩy mạnh hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch và mở rộng danh sách các nước được thí điểm áp dụng cấp thị thực điện tử (e-visa). Hai giải pháp này đều gắn với việc ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông. Ở phạm vi rộng hơn, du lịch trực tuyến đang tạo ra cơ hội mới giúp ngành du lịch có bước phát triển đột phá. Theo số lượng thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam, lượng du khách quốc tế đến Việt Nam năm 2018 lần đầu tiên đạt 15.497.791 lượt khách, tăng 19,9% so với năm 2017. Lượng du khách Việt Nam đi du lịch trong nước và nước ngoài cũng tăng trưởng kỷ lục đạt gần 80 triệu lượt người. Tổng thu du lịch ước đạt trên 600 nghìn tỷ đồng.

Hiện nay, Việt Nam ở vị trí thứ 17 trong bảng xếp hạng những quốc gia có mức độ phổ cập Internet hàng đầu thế giới và có hơn 53% dân số sử dụng Internet hàng ngày. Ngoài ra, có 90% khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam tra cứu thông tin du lịch qua internet. Đây là những lợi thế của doanh nghiệp phát triển một nền tảng du lịch thông minh nhờ ứng dụng những thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2020 sẽ đón 18-20 triệu lượt khách quốc tế. Tuy nhiên, làm thế nào để đạt được con số này là một câu hỏi không những khó đối với cơ quan quản lý nhà nước mà đồng thời cũng là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch không chỉ trong và ngoài nước. Để hiện thực hóa các mục tiêu này, ngay từ bây giờ, các doanh nghiệp làm du lịch cần phải hiểu rõ hơn nhu cầu của du khách thông qua những công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT) hay dữ liệu lớn (Big Data).

Sự phát triển của thế giới đang bước sang trang mới với những thành tựu có tính đột phá, trong đó yếu tố đóng vai trò trung tâm quyết định sự biến đổi về chất của nền kinh tế chính là nguồn nhân lực chất lượng cao. Sự thống trị của các nhân tố truyền thống như số lượng đất đai, lao động, hay nguồn vốn giờ đây đã được thay đổi. Chính nguồn nhân lực chất lượng cao mới là yếu tố cơ bản nhất của mọi quá trình, bởi lẽ những yếu tố khác vẫn có thể có được nếu có tri thức, song tri thức không tự nhiên xuất hiện mà phải thông qua một quá trình giáo dục, đào tạo và hoạt động thực tế. Ngày nay, sự cạnh tranh giữa các quốc gia, các doanh nghiệp chủ yếu là cạnh tranh về hàm lượng chất xám, nghĩa là hàm lượng tri thức kết tinh trong sản phẩm hàng hoá dịch vụ nhờ vào nguồn nhân lực có chất lượng. Vì vậy, trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, để có được tốc độ phát triển

cao và bền vững, các quốc gia trên thế giới đều chú trọng đến việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, một vấn đề cấp bách có tầm chiến lược, có tính sống còn trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế thế giới.

2. SỰ CẦN THIẾT PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO

Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Tuy nhiên, ngành Du lịch còn một số hạn chế, yếu kém. Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội. Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao. Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu. Hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch chưa cao. Môi trường du lịch, an toàn thực phẩm và an toàn giao thông còn nhiều bất cập. Công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao. Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu. Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

Theo Tổng cục Du lịch, hiện tại, cả nước có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu vừa yếu nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại dư thừa. Khó khăn nhất của ngành du lịch hiện nay là thiếu nguồn nhân lực đáp ứng đủ yêu cầu về ngoại ngữ. Có tới 30%-45% hướng dẫn viên du lịch, điều hành tour và 70%-80% nhân viên lễ tân nhà hàng không đạt chuẩn ngoại ngữ vì tiêu chuẩn đầu ra của các trường đào tạo đều nằm dưới chuẩn. Mỗi năm, các trường đào tạo chuyên sâu về du lịch chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của ngành, dẫn đến tình trạng thiếu trầm trọng nguồn nhân lực du lịch. Dự báo thời gian tới tốc độ tăng trưởng của ngành đạt từ 25%-35%/năm và theo kế hoạch đến năm 2020 ngành du lịch cả nước sẽ cần đến trên 2 triệu lao động chất lượng cao, chưa kể hàng ngàn lao động cung cấp cho du lịch tàu biển.

Có thể nhận thấy, phần đông sinh viên ra trường đều không có kỹ năng chuyên nghiệp. Trong khi đó, ngành du lịch là nơi mà quan hệ giữa con người với con người chủ yếu qua giao tiếp thì ngoại ngữ là yếu tố then chốt hàng đầu. Trình độ ngoại ngữ yếu, kỹ năng nghiệp vụ còn thiếu đã hạn chế các đơn vị du lịch khai thác hết được nguồn lợi du lịch từ khách nước ngoài. Mặt khác, nếu không giỏi ngoại ngữ, những nhân viên trong ngành du lịch cũng khó hoàn thành tốt nhiệm vụ và phát triển nghề nghiệp chuyên môn, không thể giúp khách du lịch hiểu tường tận về văn hóa Việt Nam và quảng bá hình ảnh đất nước ra bên ngoài. Bên cạnh đó, du lịch không chỉ là một ngành khoa học mà còn mang đầy tính nghệ thuật, rất cần những con người có khả năng giao tiếp nhằm kết nối “*trái tim với trái tim*”, mới có thể kéo khách quay trở lại.

Nguyên nhân chủ yếu của những hạn chế, yếu kém nêu trên là do các cấp, các ngành chưa thực sự coi du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hoá và hội nhập quốc tế cao, mang nội dung văn hoá sâu sắc; thiếu chính sách quốc gia phù hợp để du lịch phát triển theo đúng tính chất của một ngành kinh tế vận hành theo quy luật thị trường. Thể chế, chính sách phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển, vẫn còn nặng tư tưởng bao cấp. Sự phối hợp liên ngành, liên vùng hiệu quả còn thấp; đầu tư còn dàn trải, chưa huy động được nhiều nguồn lực của xã hội cho phát triển du lịch. Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa được quan tâm đúng mức.

Vấn đề phát triển nguồn 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 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 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.

3. NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO

3.1. Khái niệm

Có nhiều cách hiểu khác nhau về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Theo cách tiếp cận định tính thì 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, lôi kéo cộng đồng và toàn xã hội vào sự nghiệp phát triển du lịch. Tiếp cận theo định lượng thì nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao được hiểu là những người lao động đã qua đào tạo du lịch (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), 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, 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, *khái niệm 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.*

3.2. Vai trò của nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Khi công nghiệp hoá, hiện đại hoá du lịch, thực chất là hiện đại hoá lực lượng sản xuất du lịch, thì vai trò của nguồn lực du lịch chất lượng cao được biểu hiện rõ ở tính quyết định, tính vô tận, tính cải biến và tính hoạch định.

1) Các nguồn lực không phải là nhân lực như vốn, tài nguyên du lịch, vị trí địa lý... chỉ tồn tại dưới dạng tiềm năng và chỉ có tác dụng khi có tác động của con người. Chỉ có nguồn nhân lực du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng là nguồn lực duy nhất biết tư duy, có trí tuệ và có ý chí, biết lợi dụng và khai thác các nguồn lực khác, gắn kết, phối hợp chúng lại với nhau tạo thành sức mạnh tổng hợp, duy trì và phát triển tất cả các nguồn lực khác để phát triển du lịch. Như vậy có thể khẳng định: Nguồn nhân lực du lịch nói chung và nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng là chủ thể, còn các nguồn lực khác là những khách thể, chịu sự cải tạo, khai thác của con người và phục vụ nhu cầu, lợi ích của con người trong lĩnh vực du lịch. Vì thế trong các yếu tố cấu thành lực lượng sản xuất ở lĩnh vực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là yếu tố quan trọng nhất.

2) Các nguồn lực khác chỉ có hạn, có thể bị cạn kiệt khi khai thác và rất khó hoặc không thể khôi phục. Trong khi đó nguồn lực con người, cốt lõi là trí tuệ, văn hóa, là nguồn lực vô tận. Tính vô tận của sức mạnh nền văn hóa mỗi dân tộc, mỗi địa phương, của trí tuệ, thể lực và văn hóa con người biểu hiện ở chỗ có khả năng không chỉ tái sinh mà còn tự sản sinh về mặt sinh học và còn luôn đổi mới không ngừng phát triển về chất trong con người, nếu biết chăm lo, bồi dưỡng, khai thác, sử dụng một cách hợp lý. Đó là cơ sở làm cho nhận thức và năng lực hoạt động thực tiễn của nguồn nhân lực du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng, phát triển như một quá trình vô tận cả bình diện một cộng đồng, quốc gia, dân tộc và bình diện toàn nhân loại.

Nhờ vậy, con người, ở đây là nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đã từng bước làm chủ tự nhiên, khám phá ra những tài nguyên du lịch mới và sáng tạo ra

những tài nguyên du lịch vốn không có sẵn trong tự nhiên. Với bản chất hoạt động có mục đích sáng tạo ra những hệ thống công cụ sản xuất và khoa học công nghệ du lịch mới đã tác động vào tự nhiên, vào đối tượng sản xuất, kinh doanh, phục vụ của ngành Du lịch một cách dễ dàng hơn. Chính sự phát triển không ngừng của công cụ, kỹ thuật, khoa học công nghệ sản xuất, kinh doanh du lịch từ thủ công đến cơ khí, từ cơ khí đến tự động hoá được trong hoạt động du lịch, chuyển qua các nền văn minh từ thấp đến cao, nói lên trình độ vô tận của nguồn nhân lực du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng.

3) Trí thức, trí tuệ con người có sức mạnh vô cùng to lớn một khi nó trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp. Sự phát triển vũ bão của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật công nghệ hiện đại đang hình thành một nền kinh tế mới là kinh tế trí thức len lỏi trong tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Với xu thế phát triển đó lực lượng sản xuất trí tuệ ngày càng phát triển và chiếm tỷ trọng cao. Trong bối cảnh phát triển vượt bậc của khoa học kỹ thuật và các công nghệ mới đã làm tăng tốc độ chuyên giao từ nơi nghiên cứu ra thực tế, rút ngắn khoảng cách về không gian và thời gian. Chính việc phát triển vượt bậc đến chóng mặt của khoa học kỹ thuật và công nghệ là tác nhân phá vỡ hàng rào ngăn cách địa giới hành chính và các rào cản khác trong giao dịch của con người trên tất cả các lĩnh vực giữa các quốc gia. Điều này đã đẩy quốc tế hoá các lĩnh vực đời sống xã hội lên thời kỳ toàn cầu hoá nền kinh tế thế giới và hội nhập quốc tế sâu rộng và toàn diện. Bằng những kỹ thuật công nghệ hiện đại do chính bàn tay khối óc con người mà ngày nay nhân loại đang chứng kiến sự biến đổi thần kỳ của mình.

4) Kinh nghiệm của nhiều nước và thực tiễn của chính nước ta cho thấy sự phát triển du lịch phụ thuộc chủ yếu vào hoạch định đường lối chính sách và tổ chức thực hiện, nghĩa là phụ thuộc vào năng lực nhận thức và hoạt động thực tiễn của con người. Việc thực hiện và hoàn thành tốt sự nghiệp phát triển du lịch có ý nghĩa đặc biệt to lớn và có tác dụng thúc đẩy nhiều lĩnh vực. Nếu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao hoạch định và thực hiện tốt quá trình phát triển du lịch của đất nước sẽ làm thay đổi căn bản kỹ thuật, công nghệ, sản xuất, tăng năng suất lao động, đẩy mạnh xã hội hoá, góp phần ổn định, ngày càng nâng cao đời sống vật chất và văn hoá của mọi thành viên trong xã hội.

Tiến trình phát triển du lịch của đất nước được hoạch định và thực hiện tốt tốt sẽ góp phần phát triển mối quan hệ kinh tế giữa các ngành, các vùng trong phạm vi mỗi nước và các nước với nhau, nâng cao trình độ quản lý kinh tế du lịch nói riêng và kinh tế nói chung của Nhà nước, nâng cao khả năng tích lũy mở rộng sản xuất và không ngừng nâng cao vai trò của nhân tố con người trong nền sản xuất và đặc biệt trong nền sản xuất lớn hiện đại, kỹ thuật cao. Chỉ trên cơ sở hoạch định và thực hiện tốt, du lịch mới có khả năng thực hiện và quan tâm đầy đủ đến sự phát triển tự do và toàn diện nhân tố con người, tạo điều kiện vật chất đóng góp tích cực cho việc củng cố và tăng cường tiềm lực quốc phòng khả năng đảm bảo an ninh và quốc phòng.

Do đó, vai trò của nhân lực du lịch chất lượng cao, bao gồm cả nhân lực du lịch trực tiếp và trực tiếp, là tất cả những người làm nòng cốt tham gia vào hoạt động tạo cung du lịch, trong việc bảo tồn, phát huy, phát triển và truyền bá văn hóa ngày càng được khẳng định. Đội ngũ nhân lực du lịch chất lượng cao phải có trách nhiệm dự báo, sáng tạo, dẫn dắt và hướng dẫn nhóm nhân lực du lịch còn lại và cộng đồng, làm cho nhân dân trở thành lực lượng sáng tạo du lịch, là chủ thể làm du lịch, chứ không chỉ là đối tượng hưởng thụ du lịch. Trong các hoạt động gắn liền với sáng tạo phát triển du lịch, đội ngũ nhân lực du lịch chất lượng cao phải là lực lượng định hướng, giúp đỡ, hướng dẫn nhóm nhân lực du lịch còn lại và cộng đồng dân cư nơi diễn ra hoạt động du lịch, nắm được và ứng dụng khoa học và công nghệ trong quá trình tham gia hoạt động du lịch; bám sát đời sống thực tiễn, bám vào cơ sở sản xuất kinh doanh du lịch, tích cực tham gia xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm, nâng cao trí tuệ và thể chất cho nguồn nhân lực du lịch và cộng đồng dân cư, làm cho dân thoát nghèo và giàu lên.

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

4.1. Tiêu chuẩn hoá nhân lực du lịch Việt Nam

Từ năm 2017, Bộ Văn hoá, 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 xem 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, chúng tôi đưa ra một số khuyến nghị đối với các cơ sở đào tạo/dạy nghề du lịch 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 môn học, 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 của giảng viên/giáo viên phải 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.

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 đào tạo/dạy nghề 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, là sự đầu tư

cho 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. Áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch

Thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khoá XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; thực hiện ý kiến chỉ đạo của Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam tại Thông báo kết luận số 469/TB-VPCP ngày 06/10/2017 của Văn phòng Chính phủ về tình hình đào tạo nhân lực du lịch, theo đó, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/10/2017 hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực ngành du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017-2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. Trong đó nhấn mạnh sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong quá trình đào tạo là điều kiện bắt buộc để được thực hiện cơ chế đặc thù này. Cụ thể:

Về cơ chế, chính sách ưu tiên đào tạo nhân lực du lịch: 1) Khuyến khích thực hiện hình thức đào tạo văn bằng thứ hai ngành du lịch; khuyến khích các cơ sở đào tạo linh hoạt mở ngành đào tạo nhân lực du lịch theo nhu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. 2) Các cơ sở đào tạo liên kết đào tạo với doanh nghiệp được tự chủ xác định chỉ tiêu tuyển sinh theo hướng mở rộng quy mô đối với các ngành đào tạo về du lịch; mở rộng chỉ tiêu đào tạo văn bằng 2 trình độ đại học của các ngành này. 3) Trên cơ sở tỉ lệ sinh viên có việc làm sau khi tốt nghiệp, phân tích mức độ đáp ứng yêu cầu công việc của sinh viên tốt nghiệp nhóm ngành du lịch, các cơ sở đào tạo xác định chỉ tiêu tuyển sinh, điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp với thị trường lao động ngành du lịch. 4) Khuyến khích sinh viên đã tốt nghiệp các ngành khác được chuyển sang học văn bằng thứ hai các ngành du lịch tại các cơ sở đào tạo du lịch. 5) Chỉ tiêu và điều kiện tiếp nhận do thủ trưởng các cơ sở đào tạo đại học quy định theo hướng phù hợp với thị trường lao động và sự tự nguyện của người học. 6) Khuyến khích chuyên gia, cán bộ kỹ thuật, cán bộ quản lý...(gọi chung là chuyên gia) có kinh nghiệm hoạt động nghề nghiệp của doanh nghiệp tham gia đào tạo nhân lực du lịch, đặc biệt là giảng dạy, hướng dẫn các nội dung liên quan đến các kỹ năng đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. 7) Có chính sách thu hút các nhà khoa học Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia quốc tế về du lịch tham gia công tác đào tạo ở các cơ sở đào tạo đại học.

Về hợp tác giữa cơ sở đào tạo đại học với doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp. Các cơ sở có đào tạo ngành 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 sinh viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu ngành nghề: 1) Thỏa 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 sinh viên. 3) Phối hợp dự báo nhu cầu nhân lực 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.

4.4. 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” vừa được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Vấn đề đặt ra cho mỗi cơ sở đào tạo nhân lực du lịch trong thời gian tới là 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 đổi mới nội dung, phương pháp dạy-học, kiểm tra đánh giá và nghiên cứu khoa học. Cụ thể, 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 công 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.

4.5. Xây dựng mô hình đào tạo “kép” gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp

Mô hình đào tạo “kép” là một mô hình đào tạo theo hướng phục vụ nhu cầu của doanh nghiệp. Nhà trường đề các doanh nghiệp tham gia ngay từ khi xây dựng chương trình đến khi tiếp nhận sinh viên thực tập, đánh giá kết quả học tập cùng các tổ chức uy tín và cấp bằng cho học viên. Mô hình này một mặt giúp cơ sở đào tạo không tốn nguồn lực, doanh nghiệp không phải đào tạo lại, mặt khác sẽ giúp cho khung chính sách về giáo dục nghề nghiệp phát triển, thu hút học viên học nghề. Ưu điểm của mô hình là sinh viên tham gia có 50% thời gian đào tạo tại doanh nghiệp, được tiếp xúc với môi trường làm việc chuyên nghiệp. Thực tế, mô hình đào tạo “kép” đã mang lại hiệu quả thiết thực, nhiều trường đã mạnh dạn ký kết với các doanh nghiệp trong việc đào tạo nghề du lịch. Trong thời gian qua, nhiều tập đoàn lớn trong lĩnh vực du lịch như Vingroup, SunGroup, FLC, Saigontourist, Vietravel, Hilton, Melia, Accor, Wyndham, Intercontinental, Hyatt... đã ký kết hợp đồng thỏa thuận liên kết đào tạo với nhiều cơ sở đào tạo du lịch ngay từ khi sinh viên nhập trường. Đồng thời xây dựng kế hoạch, chương trình chi tiết cho những học kỳ thực tập doanh nghiệp dài hạn. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp có những chương trình học bổng, chi trả thù lao, tiếp nhận làm việc thời vụ, tuyển dụng sau khi tốt nghiệp. Mô hình đào tạo “kép” sẽ giải quyết được những băn khoăn của doanh nghiệp trong tuyển dụng. Điều này tránh được những lãng phí thời gian, tiền bạc cho nhà tuyển dụng lao động không phải đào tạo lại kỹ năng khi sinh viên tốt nghiệp. Đồng thời cam kết sẽ hỗ trợ đào tạo, giải quyết việc làm cho sinh viên, đặc biệt ưu tiên những trường hợp có hoàn cảnh khó khăn.

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 Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. Nhân lực ngành 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 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 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 hoá, hiện đại hoá 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 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; và 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. Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Quy hoạch “*Phát triển nhân lực ngành du lịch 2011-2020*”.
2. Quyết định số 2473/2011/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.
3. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.
4. 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.
5. 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.
6. Công văn số 4929/BGDĐT-GDĐH ngày 20/10/2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực ngành du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017-2020.
7. 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.
8. Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam; <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/24108/>.

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 TẠI VIỆT NAM

TS. Phạm Thị Thu Hương
Trường Đại học Hùng Vương, Phú Thọ
TS. Phạm Thị Nga
Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

TÓM TẮT

Nhân lực ngành du lịch có vai trò quyết định cho sự phát triển du lịch nói riêng và góp phần không nhỏ vào việc thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước nói chung. Bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) đặt ra những thách thức lớn cho ngành du lịch Việt Nam, đó là thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng phục vụ cũng như hình ảnh của du lịch Việt Nam. Thêm vào đó, yêu cầu về nhân lực trong ngành du lịch ngày càng cao, đặc biệt về yêu cầu chất lượng, kỹ năng nghiệp vụ, trình độ quản lý, ngoại ngữ, cũng như cơ cấu lao động hợp lý. Vì thế, cần phải có hệ thống giải pháp đồng bộ để đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn diện và tác động sâu sắc của cuộc CMCN 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, nguồn nhân lực, du lịch, phát triển.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, ngành du lịch nước ta đã phát triển nhanh chóng, đa dạng với nhiều loại hình khác nhau, giúp nâng cao tỷ trọng thu nhập trong GDP của nền kinh tế quốc dân, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Tuy nhiên, ngành du lịch Việt Nam cũng đang gặp những khó khăn, thách thức không nhỏ về nhiều mặt, nổi bật trong đó là vấn đề nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu của cuộc CMCN 4.0. Ngành du lịch đã có những cố gắng huy động cộng đồng, các thành phần kinh tế và sự hỗ trợ của quốc tế để phát triển nguồn nhân lực. Tuy đã đạt được một số kết quả nhất định, nhưng nhìn chung ngành du lịch vẫn trong tình trạng vừa

thừa vừa thiếu về số lượng, yếu về chất lượng, chưa đáp ứng được các yêu cầu phát triển của ngành trong giai đoạn mới của nền kinh tế đất nước và hội nhập toàn cầu, đặc biệt là xu hướng CMCN 4.0.

Theo Tổng cục Du lịch, mỗi năm toàn ngành cần khoảng 40.000 lao động, tuy nhiên thực tế lượng sinh viên ra trường hằng năm chỉ đạt khoảng 15.000 người, hơn 12% trong số này có trình độ cao đẳng, đại học trở lên [6]. Dự báo đến năm 2020, ngành du lịch Việt Nam cần trên 2 triệu lao động trực tiếp làm việc cho các cơ sở dịch vụ du lịch. Những năm qua, Việt Nam đã có những nhìn nhận tích cực, quan tâm chỉ đạo và nỗ lực cải cách trong công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch. Theo đó, công tác phát triển nhân lực ngành du lịch mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng nguồn cung không đủ đáp ứng nhu cầu và vẫn tồn tại nhiều bất cập cần giải quyết. 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 vào năm 2020 [7], đóng góp tích cực và hiệu quả hơn vào sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá và phát triển kinh tế tri thức của đất nước là một việc làm cần thiết, xuất phát từ yêu cầu của thực tiễn.

Bài viết phân tích thực trạng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trước thềm cuộc CMCN 4.0, đồng thời nghiên cứu kinh nghiệm phát triển nguồn nhân lực du lịch của một số quốc gia trên thế giới, từ đó vận dụng bài học kinh nghiệm để đề xuất khuyến nghị một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Khái quát về cách mạng công nghiệp 4.0

Thuật ngữ “công nghiệp 4.0” bắt đầu nổi lên năm 2013, xuất phát từ một báo cáo của Chính phủ Đức đề cập đến chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa ngành sản xuất mà không cần sự tham gia của con người. Theo đó, khái niệm CMCN 4.0 được bắt nguồn từ nước Đức và thường được dùng để mô tả các “nhà máy thông minh” kết nối mạng, được điều khiển bằng trí tuệ nhân tạo và dựa trên phân tích dữ liệu, chúng được coi là những dấu hiệu của cuộc CMCN 4.0. Hiện nay, công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của Đức với sự tham gia của nhiều nước và trở thành một phần quan trọng của cuộc CMCN lần thứ tư.

Bản chất của CMCN lần thứ 4 là dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất; nhấn mạnh những công nghệ đang và sẽ có tác động lớn nhất là công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, công nghệ tự động hóa, người máy,... Những yếu tố cốt lõi của Kỹ thuật số trong CMCN 4.0 sẽ là: Trí tuệ nhân tạo (AI), vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data).

CMCN 4.0 biểu hiện ở một số khía cạnh sau:

- Iot (Internet of Thing): Kết nối vạn vật làm biến đổi tất cả các ngành công nghiệp, từ sản xuất đến cơ sở hạ tầng, chăm sóc sức khỏe. Công nghệ hiện đại có thể kết nối thế giới thực và ảo, con người có thể điều khiển máy móc, quy trình sản xuất từ xa mà vẫn bao quát tất cả mọi hoạt động của nhà máy thông qua sự vượt trội về internet.

- Tự động hóa thay thế lao động chân tay, robot có thể thay thế con người trong nhiều lĩnh vực. Có thể dẫn đến tình trạng hàng triệu lao động trên thế giới rơi vào cảnh thất nghiệp, nhất là trong lĩnh vực bảo hiểm, môi giới bất động sản, tài chính, vận tải. Bên cạnh đó là hệ thống ô tô, máy bay, tên lửa không người lái...

- Sự tham gia thị trường của taxi công nghệ như Grab, uber ảnh hưởng mạnh đến taxi truyền thống. Tạo sự cạnh tranh về giá và phương thức sử dụng dịch vụ.

- Cách thức giao tiếp trên internet: Giao dịch thương mại điện tử, phương thức liên lạc, quảng cáo, thanh toán chi phí sinh hoạt, giao thông vận tải hoặc các dịch vụ công cộng... làm giảm chi phí giao dịch, vận chuyển.

2.2. Ảnh hưởng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và yêu cầu đặt ra trong phát triển nguồn nhân lực du lịch

(1) Về quảng bá và marketing du lịch

Thứ nhất, mở rộng không gian, thời gian và thị trường du lịch: Việc phát triển Internet kết nối vạn vật làm xóa nhòa không gian và thời gian, tạo nên một thế giới phẳng, mọi người trên khắp thế giới có thể truy cập và tìm hiểu tất cả những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh du lịch nổi

tiếng trên toàn thế giới. Đây chính là cơ sở quan trọng làm nảy sinh nhu cầu đi du lịch ở mọi người dân, là cơ hội vàng để mở rộng thị trường du lịch.

Thứ hai, giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị: Với sự phát triển của công nghệ và internet, thông qua ứng dụng các Website thông minh và tổng đài ảo (các phần mềm chạy trên môi trường điện toán đám mây), thời gian và chi phí quảng cáo, tiếp thị đã giảm đi rất nhiều.

Thứ ba, số hóa cơ sở dữ liệu du lịch: Việc số hóa các cơ sở dữ liệu du lịch như giới thiệu các dạng tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, bản đồ các điểm du lịch, hệ thống các nhà hàng, khách sạn, hệ thống giao thông... của mỗi địa phương, mỗi quốc gia đang được triển khai rộng rãi, mang lại tiện ích cho các nhà quản lý, kinh doanh du lịch và du khách ở khắp nơi trên thế giới.

Thứ tư, du lịch thực tế ảo: Việc sử dụng hình ảnh, các thước phim 3D, 4D tái dựng lại các sự kiện, di tích lịch sử, văn hóa, các di sản thiên nhiên và đưa lên internet hoặc trình chiếu tại các điểm du lịch sẽ giúp cho tất cả mọi người trên khắp thế giới và các du khách dễ dàng khám phá, hiểu hơn, yêu hơn và thích thú tìm hiểu tài nguyên du lịch của mỗi địa phương, mỗi quốc gia. Đây cũng là một trong những phương pháp kích cầu du lịch hiệu quả.

(2) Về kinh doanh các dịch vụ du lịch

Thứ nhất, thúc đẩy bán hàng qua mạng và thanh toán trực tuyến: Công nghiệp 4.0 giúp cho các nhà kinh doanh du lịch triển khai bán các dịch vụ du lịch cho mọi đối tượng có nhu cầu trên khắp thế giới với chi phí ít nhất, thời gian tiết kiệm nhất và doanh thu cao nhất. Khi ứng dụng công nghiệp 4.0, với những ưu thế công nghệ vượt trội giúp chất lượng dịch vụ tăng lên, từ đó nâng cao sự cảm nhận và hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch của địa phương.

Thứ hai, giảm nhân lực lao động, thời gian, chi phí, giảm giá thành các dịch vụ du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ: Việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong ngành du lịch đã làm giảm đáng kể nguồn nhân lực lao động, rút ngắn thời gian làm việc, giảm mạnh các chi phí dẫn tới giảm giá thành các dịch vụ du lịch.

Thứ ba, giúp liên kết các doanh nghiệp du lịch, liên kết tour, tuyến du lịch: Internet kết nối vạn vật đã giúp mở rộng không gian, làm cho ngành du lịch phát triển bền vững hơn nhờ dễ dàng hơn trong việc liên kết vùng, liên kết giữa các địa phương; các doanh nghiệp du lịch và các doanh nghiệp lữ hành dễ dàng kết nối tour, tuyến điểm, tăng lượng khách và tăng hiệu suất kinh doanh du lịch.

Thứ tư, phát triển thương hiệu điểm đến: Công nghiệp 4.0 đưa thông tin, hình ảnh điểm đến cho mọi người ở tất cả mọi lúc, mọi nơi, nó kích thích và tạo ra nhu cầu khám phá, tìm hiểu điểm đến. Các điểm du lịch nổi tiếng, có chất lượng dịch vụ tốt, thông qua công nghệ 4.0 sẽ tạo ra hiệu ứng đám đông, tạo nên thương hiệu điểm đến nhanh chóng và mang tầm vóc quy mô toàn cầu.

Thứ năm, phát triển các sản phẩm du lịch mới: Công nghiệp 4.0 tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm du lịch mới, phong phú, hấp dẫn hơn. Đặc biệt, công nghệ ảo cho phép tái tạo lại những sự kiện lịch sử, không gian văn hóa cổ xưa, những thắng cảnh thiên nhiên hùng vĩ... để du khách có thể trải nghiệm và đắm chìm vào nó, tạo nên những cảm giác như thực tại những điểm du lịch.

(3) Về đào tạo nguồn nhân lực du lịch

CMCN 4.0 tác động đến đào tạo nguồn nhân lực, yêu cầu các cơ sở đào tạo cần có những chuyển đổi mạnh mẽ để đào tạo được đội ngũ nhân lực đáp ứng được sự phát triển của công nghệ, những vấn đề cần đổi mới là:

- Đổi mới chương trình, giáo trình đào tạo, tăng thời lượng thực hành, thực tập thực tế tại doanh nghiệp.

- Nâng cao và cập nhật trình độ chuyên môn, công nghệ cho đội ngũ giáo viên.

- Ứng dụng công nghệ mới trong giảng dạy lý thuyết và thực hành.

- Đào tạo thêm các kỹ năng mềm, kỹ năng ứng dụng công nghệ mới, kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ trong hoạt động kinh doanh cho sinh viên ngành du lịch.

- Liên kết nhà trường với doanh nghiệp, đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội.

2.3. Kinh nghiệm phát triển nguồn nhân lực du lịch của một số quốc gia trên thế giới

2.3.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

Thái Lan là một quốc gia nằm ở vị trí trung tâm của khu vực Đông Nam Á. Là quốc gia được biết đến như một thiên đường du lịch xứ sở chùa vàng, hay “Đất nước nụ cười”, cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại cùng với những danh lam thắng cảnh, các công trình kiến trúc Phật giáo, hệ thống các trung

tâm mua sắm và giải trí, văn hóa ẩm thực và sự hiếu khách của người dân đã góp phần tạo nên sự thu hút cho du lịch ở Thái Lan. Trong những năm gần đây, ngành du lịch Thái Lan có sự tăng trưởng mạnh mẽ và trở thành điểm đến thứ 11 của thế giới về lượng du khách quốc tế. Tuy có tiềm năng du lịch tương đồng nhưng du lịch Thái Lan lại phát triển hơn du lịch Việt Nam và trở thành một trong những nước có ngành du lịch phát triển nhất khu vực ASEAN, điều đó là nhờ vào những chính sách phát triển đúng đắn. Với bề dày kinh nghiệm trong phát triển ngành du lịch, đặc biệt là du lịch quốc tế, Thái Lan đã đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, xứng đáng là điểm đến hấp dẫn của du khách quốc tế, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế xã hội của Thái Lan. Thành công trong phát triển du lịch của Thái Lan bắt nguồn từ những lợi thế động và đặc biệt, Thái Lan đã xác định yếu tố quyết định để phát triển kinh tế du lịch là chất lượng nguồn nhân lực, do đó, quốc gia này đã đặc biệt quan tâm đến việc đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch.

Nguồn nhân lực cho phát triển ngành du lịch ở Thái Lan có chỉ số cạnh tranh cao hơn Việt Nam. Do mở cửa nền kinh tế và phát triển nền kinh tế thị trường theo hướng hiện đại đi trước Việt Nam nhiều năm, nên đội ngũ chuyên gia và nhân viên cho ngành du lịch đã được đào tạo và bồi dưỡng tốt hơn, chuyên nghiệp hơn cả về trình độ chuyên môn và tay nghề. Thái Lan đặc biệt quan tâm đến việc đào tạo chuyên môn cho nhân lực du lịch. Ngay từ năm 2003, Thái Lan đã thiết lập trung tâm hỗ trợ nhân lực cho du lịch. Trung tâm này hoạt động như một trung tâm hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn cho các đơn vị hoạt động trong ngành với mục tiêu tăng cường đồng bộ chất lượng ngành du lịch Thái Lan.

Các chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch tại Thái Lan được thực hiện với sự hợp tác giữa Chính phủ và khu vực tư nhân, trong đó tập trung vào một số chương trình cụ thể: (i) Tăng cường giáo dục dạy nghề và kỹ thuật nghiệp vụ du lịch; (ii) Nhấn mạnh việc đào tạo kỹ năng thực hành, phục vụ du lịch; (iii) Khuyến khích đào tạo nội bộ (đào tạo tại doanh nghiệp du lịch); (iv) Các chương trình trợ giúp của nước ngoài trong lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực du lịch. Trong đó, các hướng dẫn viên du lịch Thái Lan được đào tạo ngoại ngữ một cách bài bản. Một hướng dẫn viên người Thái thường biết 3 ngoại ngữ. Ngoài ra, chính quyền các địa phương cũng tham gia trực tiếp vào việc đào tạo nhân lực du lịch thông qua tổ chức nhiều khóa học dạy tiếng Anh cũng như cách nâng cao chất lượng các dịch vụ, phong cách phục vụ, hướng dẫn người dân về cách làm du lịch nhưng vẫn gìn giữ truyền thống, văn hóa.

Đặc biệt, trong chiến lược du lịch Thái Lan giai đoạn 2017 - 2021 đã xác định chiến lược thứ 3 là phát triển tiềm năng nguồn nhân lực du lịch và phát triển sự nhận thức về du lịch giữa cộng đồng người Thái. Chiến lược này tập trung vào phát triển nguồn nhân lực du lịch thông qua việc đào tạo có hệ thống và cải tiến chất lượng nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Những nỗ lực để phát triển nguồn nhân lực cần có sự hợp tác công tư chặt chẽ để đảm bảo chất lượng và kỹ năng đạt được phù hợp với nhu cầu của thị trường. Chiến lược này cũng khuyến khích lòng hiếu khách của người Thái thông qua việc tăng cường nhận thức cho tất cả công dân Thái Lan và chủ động cộng tác với cộng đồng địa phương.

2.3.2. Kinh nghiệm của Singapore

Singapore là một quốc đảo nhỏ với tổng diện tích chỉ có 716 km², tài nguyên hạn chế, có rất ít danh lam thắng cảnh tự nhiên, tuy nhiên, quốc gia này đã biết phát huy triệt để tiềm năng, thế mạnh về vị trí địa lý và nguồn lực con người để có những bước phát triển vượt bậc. Singapore đã thành công trong việc thu hút khách du lịch nhờ nguồn nhân lực du lịch được đào tạo chuyên nghiệp, có kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn cao, lòng yêu nghề và sự nghiêm túc trong công việc. Đặc biệt, đây cũng là một trong những trung tâm đào tạo về nguồn nhân lực du lịch của khu vực. Chính nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao là một trong những yếu tố giúp nâng tầm vị thế và năng lực cạnh tranh của Singapore như những điểm đến du lịch quốc tế.

Singapore luôn coi trọng bồi dưỡng, sử dụng nhân lực du lịch để xây dựng và phát triển nhân lực cho kinh tế du lịch. Những năm qua, ngành du lịch, khách sạn tại Singapore liên tục phát triển. Để đáp ứng đủ yêu cầu nguồn nhân lực hoạt động trong ngành, Singapore đã đặc biệt đầu tư phát triển Hệ thống giáo dục và đào tạo, nhằm tận dụng được nguồn nhân lực sẵn có trong nước, cũng như thu hút thêm nguồn nhân lực từ các sinh viên quốc tế đến học và làm việc tại Singapore. Quyết định này đã mang đến sự ổn định trong việc phát triển nguồn nhân lực và đưa Singapore trở thành đất nước đứng đầu trong lĩnh vực đào tạo ngành du lịch, khách sạn khu vực Đông Nam Á. Việc đào tạo ngành du

lịch của Singapore đều được xã hội hóa. Nhà nước chỉ quản lý về chương trình, đề ra mô hình, quản lý nguồn chất lượng đầu ra còn việc đào tạo, tuyển sinh là việc của doanh nghiệp.

Singapore rất chăm lo đến việc đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp. Bởi đây là đối tượng quan trọng nhất trong việc giới thiệu văn hóa của đất nước cho các du khách quốc tế. Họ là đại diện của đất nước để đón tiếp du khách, do vậy du khách có yêu quý đất nước đó hay không, có ấn tượng tốt và muốn quay trở lại hay không một phần không nhỏ là nhờ đội ngũ hướng dẫn viên du lịch. Ở Singapore, để được trở thành hướng dẫn viên chuyên nghiệp, được cấp thẻ, đòi hỏi phải học rất vất vả và trải qua quá trình học tập và thi cử cũng rất khó khăn. Các trường đào tạo chuyên ngành du lịch tại đây thực hiện đào tạo cho học viên, sinh viên theo học các khóa nghiệp vụ từ thấp đến cao, chú trọng đào tạo các kỹ năng, đặc biệt đối với đội ngũ hướng dẫn viên du lịch. Vì vậy, quốc gia này có đội ngũ hướng dẫn viên rất chuyên nghiệp, có kỹ năng thu hút du khách đến tham quan và mua sắm, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế ở nhiều lĩnh vực khác.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

3.1.1. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

Về chất lượng nguồn nhân lực du lịch

Trong xu thế hội nhập và phát triển, hiện nay, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc cả về số lượng và cơ cấu, chất lượng nguồn nhân lực du lịch cũng đã ngày càng được nâng cao hơn. Tuy nhiên, nhân lực ngành du lịch của nước ta hiện nay vẫn chưa theo kịp yêu cầu ngày càng cao của ngành du lịch trong tiến trình hội nhập quốc tế và chưa đáp ứng được yêu cầu cho phát triển du lịch Việt Nam trong thời gian tới. Theo Tổng cục Du lịch, nước ta hiện có khoảng 1,3 triệu lao động phục vụ trong lĩnh vực du lịch (chiếm 2,5% tổng số lao động trong cả nước), trong đó chỉ 42% nguồn nhân lực toàn ngành được đào tạo chuyên nghiệp, 38% là từ ngành khác chuyển sang, 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Ngay với nguồn nhân lực đã qua đào tạo cũng còn hạn chế về kỹ năng nghề và khả năng ngoại ngữ. Chỉ có 60% lao động du lịch biết sử dụng ngoại ngữ, trong đó chủ yếu tiếng Anh (42%), còn lại tiếng Trung (5%), tiếng Pháp (4%) và một vài ngoại ngữ khác. Tuy nhiên, số lao động du lịch có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chiếm tỷ lệ thấp (khoảng 15%), chủ yếu là bộ phận hướng dẫn viên và lễ tân khách sạn. Khoảng 60% lao động du lịch biết sử dụng máy tính phục vụ công việc nhưng chủ yếu chỉ đáp ứng các công việc đơn giản [5]. Nhiều nhân viên, sau khi được tuyển dụng dù đã qua đào tạo dài hạn tại các trường đại học, cao đẳng, vẫn phải được doanh nghiệp đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung.

Trong 1,3 triệu lao động du lịch của cả nước chỉ có 3,11% trình độ từ đại học trở lên. Trong khi nước ta đang phát triển nhiều cơ sở vật chất đặc biệt là các khu nghỉ dưỡng chất lượng cao, khách sạn 4-5 sao, các khu vui chơi giải trí, vì vậy nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao và các nhà quản lý chuyên nghiệp còn thiếu. Đây chính là điểm yếu làm giảm sức cạnh tranh của ngành du lịch trước các hiệp định thương mại.

Với tốc độ tăng trưởng nhanh và mạnh như hiện nay, đạt 7%/năm trong giai đoạn 2016-2020, nhất là sự phát triển của phân khúc bất động sản du lịch cao cấp như khu nghỉ dưỡng, khách sạn, dự báo đến năm 2020, ngành du lịch cả nước cần 2 triệu lao động trực tiếp cho các cơ sở du lịch; mỗi năm, ngành du lịch cần thêm khoảng 40.000 lao động. Tuy nhiên, năng lực đào tạo của các trường trong nước chưa đáp ứng được con số này, các cơ sở đào tạo hiện chỉ cung ứng được khoảng 15.000 lao động, trong đó chỉ có 12% tốt nghiệp cấp cử nhân trở lên. Do vậy, cùng với tiến độ tăng trưởng du lịch như hiện nay, đòi hỏi mỗi năm cần phải đào tạo thêm khoảng 25.000 lao động mới, kết hợp với công tác không ngừng đào tạo và bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hiện có. Việc số lượng nhân lực đào tạo ra mới chỉ đáp ứng 60% nhu cầu thực tế, nếu không được giải quyết sẽ là cản trở cho phát triển du lịch của Việt Nam trong thời gian tới.

Về công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Hiện nay, cả nước có 346 cơ sở đào tạo du lịch từ sơ cấp đến đại học: 115 trường đại học và cao đẳng đào tạo ngành Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn, 144 cơ sở đào tạo bậc trung cấp và 87 cơ sở đào tạo nghề du lịch và các ngành liên quan đến du lịch [8]. Như vậy, nước ta vẫn đang thiếu các trung tâm đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao.

Trong khâu tổ chức đào tạo và phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch còn một số tồn tại, cụ thể là: Quy mô đào tạo có tăng mạnh nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của thực tế; hệ thống giáo trình thiếu sự cập nhật hay chưa thực sự phù hợp; chất lượng đội ngũ giảng viên chưa hoàn toàn đáp ứng nhu cầu của thực tiễn; Liên kết quốc tế đào tạo, dạy nghề du lịch chưa đạt hiệu quả mong muốn; liên kết giữa Nhà nước - Nhà trường - Nhà sử dụng lao động tuy khắc phục được một số hạn chế, nhưng vẫn còn rời rạc, chưa bài bản; liên kết giữa các cơ sở đào tạo, dạy nghề chưa thường xuyên, cung không gặp cầu... Mặt khác, các chính sách và hành lang pháp lý cho việc tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch cũng cần được đổi mới, nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của ngành.

Hiện nay có ba bộ tiêu chuẩn nghề du lịch cùng song song tồn tại, đó là bộ tiêu chuẩn với tám nghề do Bộ Văn hóa thể thao du lịch ban hành, bộ tiêu chuẩn mười nghề (VTOS) do dự án của EU hỗ trợ thực hiện, và bộ tiêu chuẩn sáu nghề tham khảo của ASEAN đã được Bộ trưởng các nước trong khu vực ký cam kết thực hiện. Sự tồn tại cùng lúc ba bộ tiêu chuẩn đã gây lúng túng cho các cơ sở đào tạo trong việc xây dựng giáo trình, kết cấu khung đào tạo giữa các cơ sở rất khác nhau, không thống nhất... dẫn đến chất lượng đào tạo chưa thống nhất giữa các đơn vị đào tạo.

3.1.2. Những vấn đề liên quan đến phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

Những năm gần đây, ngành du lịch nước ta đã thu hút hàng chục triệu du khách khắp nơi trên thế giới, nhanh chóng nâng cao tỷ trọng thu nhập trong GDP của nền kinh tế quốc dân, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế; bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hoá, tài nguyên thiên nhiên... Cụ thể, giai đoạn 2011-2017, lượng khách quốc tế tăng 2,1 lần, từ 6 triệu lên hơn 12,9 triệu khách. Khách du lịch nội địa cũng tăng 2,4 lần, từ 30 triệu lên 73,2 triệu lượt. Năm 2018 ghi nhận nhiều giá trị về du lịch: Lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt hơn 15,5 triệu, tăng khoảng 20% so với năm 2017 [4], Việt Nam đứng thứ 6 trong 10 nước phát triển du lịch nhanh nhất thế giới, lần đầu tiên nhận giải thưởng điểm đến du lịch hàng đầu châu Á, điểm đến Golf hàng đầu thế giới, được độc giả của nhiều tạp chí uy tín hàng đầu thế giới bình chọn là 1 trong 10 quốc gia có điểm đến hàng đầu thế giới... Sự tăng trưởng của ngành du lịch đặt ra nhu cầu về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực.

Nhận thức được vai trò của nguồn nhân lực đối với phát triển du lịch Việt Nam, trong thời gian qua, công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được quan tâm đầu tư. Định hướng về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao được đề cập, trở thành phổ biến, đã hiện diện trong chủ trương và chính sách, được cụ thể hóa trong Chiến lược, Quy hoạch phát triển du lịch và Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được ban hành. Theo đó, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc cả về số lượng và cơ cấu, chất lượng nguồn nhân lực du lịch đã dần được nâng cao, đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thực tiễn ngành.

Tuy nhiên, sự phát triển của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam vẫn chưa tương xứng và đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành; vấn đề về xây dựng, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch đang gặp những khó khăn, thách thức không nhỏ về mặt số lượng và chất lượng. Nhìn chung ngành du lịch vẫn trong tình trạng vừa thừa vừa thiếu về số lượng, yếu về chất lượng, chưa đáp ứng được các yêu cầu phát triển của ngành trong giai đoạn hội nhập toàn cầu.

3.2. Yêu cầu đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc CMCN 4.0 đang tác động đa chiều lên tất cả các lĩnh vực hoạt động du lịch của Việt Nam và thế giới, đặc biệt là việc thay đổi nhanh chóng cơ cấu lao động và thị trường lao động du lịch.

Hiện nay, ngành du lịch ASEAN đã xây dựng tiêu chuẩn chung cho 6 nghiệp vụ: lễ tân, buồng phòng, bếp, dịch vụ ăn uống, đại lý du lịch và điều hành tour với tổng số 32 chức danh nghề nghiệp (không bao gồm hướng dẫn viên du lịch). Sắp tới sẽ triển khai thỏa thuận cho phép người lao động được dịch chuyển trong ngành du lịch các nước khối ASEAN, đây vừa là cơ hội cũng vừa là thách thức. Nếu lao động trong ngành du lịch của nước ta không nâng được tầm chuyên môn nghiệp vụ, thái độ làm việc, kiến thức, kỹ năng sẽ bị lao động của các nước khác sẽ vào Việt Nam cạnh tranh, đồng nghĩa với tỷ lệ thất nghiệp ở Việt Nam tăng lên. Cạnh tranh sẽ tạo áp lực buộc người lao động phải chủ động nâng cao năng lực làm việc đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Xu thế chuyển dịch lao động nội khối vừa tạo cơ hội tìm kiếm việc làm mới vừa gia tăng áp lực cho

lao động ngành du lịch tìm kiếm và giữ cơ hội việc làm nhất là lao động trẻ. Do vậy, phát triển thị trường lao động có tổ chức, chất lượng cao đang và sẽ trở thành đòi hỏi bức xúc và công cụ đắc lực để hỗ trợ và phát triển nguồn nhân lực Việt Nam nói chung và ngành du lịch nói riêng.

Mặc dù hoạt động du lịch khó cơ giới hóa và tự động hóa nhưng 5 công nghệ của cuộc CMCN 4.0 sẽ thay thế dần lao động sống, nhất là lao động thủ công trong toàn bộ dây chuyền của hoạt động du lịch, quá trình robot tự động hóa, báo cáo tự động và trợ lý ảo sẽ trở nên phổ biến. Trong ngành tư vấn, quảng bá du lịch có thể không cần sự can thiệp của con người, hầu hết truy vấn khách hàng được trả lời tự động...; Máy móc và trí tuệ nhân tạo thay thế sức người, nhu cầu sử dụng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao tăng lên trong khi nhu cầu sử dụng lao động năng lực thấp ngày càng giảm, thị trường lao động du lịch Việt Nam sẽ đối mặt với tình trạng dư thừa lao động và gia tăng thất nghiệp. Thực tế từ trước tới nay, ngành du lịch Việt Nam chủ yếu dựa vào việc sử dụng lao động du lịch giá rẻ và khai thác tài nguyên du lịch thiên nhiên và du lịch văn hóa có sẵn. Tuy nhiên, trong cuộc CMCN 4.0, lao động giá rẻ sẽ không còn là lợi thế cạnh tranh của Việt Nam.

Công nghiệp 4.0 sẽ làm thay đổi mạnh mẽ kỹ năng quản trị, kinh doanh, làm giảm giá thành và tăng chất lượng các dịch vụ du lịch, là động lực to lớn để kích cầu du lịch, đồng thời cũng đẩy một bộ phận nhân viên văn phòng, lao động giản đơn và những người không thích ứng với công nghệ mới ra khỏi ngành du lịch. Trong bối cảnh đó, yêu cầu của thị trường đối với nhân lực ngành du lịch là cần kiến thức tổng quát, ngoại ngữ, kỹ năng mềm, tính chuyên nghiệp, thái độ làm việc, năng lực quản lý, lãnh đạo và những kỹ năng mới - kỹ năng sáng tạo cho du lịch. Vì vậy, nhân lực trong ngành du lịch của Việt Nam phải chủ động nâng cao trình độ ngoại ngữ, kỹ năng tay nghề, kỹ năng sáng tạo, tinh thần liên kết gắn với các nhóm lao động đặc thù và lợi ích xã hội khác nhau. Song song đó là quá trình tích lũy vốn hiểu biết kiến thức văn hóa - xã hội phong phú để có thể hội nhập và tiếp cận với cơ hội việc làm đa dạng, phong phú.

4. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

4.1. Kết luận

Những năm gần đây, du lịch Việt Nam đã tăng trưởng khá nhanh, trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế của đất nước. Du lịch phát triển đã góp phần tạo nhiều việc làm, tăng thu nhập ngoại tệ, cải thiện kết cấu hạ tầng và nhiều lĩnh vực trọng yếu khác. Tuy nhiên, lượng khách quốc tế đến Việt Nam và thu nhập từ du lịch còn thấp, chưa tương xứng với tiềm năng và mong muốn. Trong bảng xếp hạng năng lực cạnh tranh du lịch của Diễn đàn kinh tế thế giới từ năm 2007 đến nay, Việt Nam luôn ở thứ hạng thấp hơn so với một số nước trong khu vực như Malaysia, Thái Lan, Singapore, Indonesia và Trung Quốc. Trước bối cảnh cuộc CMCN 4.0, ngành du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, đặc biệt là thách thức về nhân lực. Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đang rơi vào tình trạng “cao thiếu, yếu thừa”. Thực trạng này đòi hỏi ngành du lịch phải có chính sách và chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch phù hợp với mục tiêu chung của chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.

4.2. Khuyến nghị giải pháp

4.2.1. Mục tiêu phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong giai đoạn hiện nay

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:

Một là, 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.

Hai là, 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.

Ba là, 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.

Bốn là, 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.

4.2.2. Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

Đề thích ứng với cuộc CMCN 4.0, không chỉ đòi hỏi sự vận động, nhạy bén của các đơn vị kinh doanh du lịch, ngay các cơ sở đào tạo cũng phải có những bước đổi mới phù hợp trong việc xây dựng lại chương trình đào tạo, ứng dụng công nghệ mới, gắn đào tạo với doanh nghiệp và nhu cầu xã hội. Du lịch trong CMCN 4.0 cũng cần được phát triển một cách thông minh với sự hỗ trợ của công nghệ số. Qua nghiên cứu kinh nghiệm phát triển nguồn nhân lực du lịch của Thái Lan và Singapore, trên cơ sở phân tích thực trạng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam và yêu cầu đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0, nhóm tác giả khuyến nghị một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, cụ thể:

Thứ nhất, nhóm giải pháp về nâng cao nhận thức về CMCN 4.0, về tác động của CMCN 4.0 đến ngành du lịch và về vai trò của phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh của cuộc CMCN 4.0.

Cuộc CMCN 4.0 đã, đang diễn ra với tốc độ như vũ bão và chưa có tiền lệ. CMCN 4.0 có tác động đến làm thay đổi mọi mặt của đời sống cũng như các hoạt động kinh tế - xã hội ở tất cả các quốc gia với tốc độ lan truyền nhanh trên nền ứng dụng Internet. Cần tăng cường các hoạt động tuyên truyền giáo dục để nâng cao nhận thức của mỗi người dân về cách mạng CMCN 4.0. Các cấp, các ngành và toàn xã hội cần sớm thống nhất nhận thức đúng về thời cơ và thách thức đối với mọi lĩnh vực hoạt động của Việt Nam nói chung và đối với ngành du lịch nói riêng khi thế giới đang chuyển mạnh sang thời đại CMCN 4.0. Bên cạnh những khó khăn, thách thức lớn, thì CMCN 4.0 cũng là cơ hội và thời cơ để đưa ngành du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo đúng như lộ trình và định hướng phát triển của Đảng, Nhà nước.

Bên cạnh đó, để đẩy mạnh phát triển du lịch trong tiến trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của cộng đồng và các ngành, các cấp về vai trò, vị trí du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội và nhận thức đầy đủ hơn về những giá trị lớn lao và có ý nghĩa quyết định của nhân tố con người trong hoạt động du lịch cũng như vai trò của phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hiện nay, để mọi người cùng hưởng ứng và tham gia có trách nhiệm vào các hoạt động phát triển nguồn nhân lực du lịch. Phải thay đổi sâu sắc cách nhìn, cách nghĩ, cách hành động về nguồn nhân lực du lịch và coi việc phát huy nhân tố con người Việt Nam trong hoạt động du lịch như một cuộc cách mạng.

Thứ hai, nhóm giải pháp xây dựng và hoàn thiện chiến lược tổng thể, hệ thống cơ chế chính sách và đẩy mạnh quản lý nhà nước về phát triển nhân lực du lịch.

Cần nghiên cứu để xây dựng chiến lược tổng thể phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch phù hợp với bối cảnh của cuộc CMCN 4.0. Đây là nhiệm vụ chính trị trọng tâm của cả hệ thống chính trị, trong đó cần sớm thống nhất nhận thức trong các đoàn thể chính trị - xã hội, trước hết là lực lượng nòng cốt đang trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu và hoạch định chiến lược, chính sách, tác động của thời cơ và thách thức đối với nước ta từ CMCN 4.0.

Xây dựng và hoàn thiện chính sách, cơ chế và cụ thể hóa văn bản quy phạm pháp luật về phát hiện, bồi dưỡng, đào tạo và sử dụng nhân lực du lịch theo hướng tạo môi trường thuận lợi đầy mạnh xã hội hoá phát triển nhân lực và thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Nhà nước cần tiếp tục đổi mới thể chế, hoàn thiện hành lang pháp lý từ Trung ương đến địa phương nhằm tạo môi trường thuận lợi phát triển nguồn nhân lực du lịch, khuyến khích phát triển thị trường nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Xây dựng và phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động du lịch phục vụ nắm bắt nhu cầu, dự báo và gắn kết cung-cầu về nhân lực du lịch.

Cải cách hành chính trong quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch; đổi mới kiểm tra, thanh tra công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch. Tăng cường năng lực đội ngũ quản lý từ Trung ương đến địa phương trên cơ sở bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ quản lý, có chính sách ưu đãi tuyển dụng cán bộ trẻ có năng lực làm nguồn cho công tác quản lý, từng bước thực hiện chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch phục vụ trong ngành, mang tính chuyên nghiệp, góp phần nâng cao chất lượng đáp ứng nhu cầu xã hội.

Thứ ba, nhóm giải pháp về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

Một là, tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực du lịch nhằm góp phần từng bước chuyên nghiệp hóa nhân lực trong ngành du lịch. Đưa nội dung đào tạo nhân lực du lịch vào các cam kết hợp tác đa phương và song phương; tăng cường trao đổi thực tập cho sinh viên ngành du

liệt với các trường Đại học có đào tạo ngành du lịch trên thế giới. Đổi mới thu hút mạnh các nguồn đầu tư nước ngoài phục vụ phát triển nhân lực du lịch. Có chính sách, cơ chế tạo điều kiện thuận lợi để tăng cường thu hút chuyên gia giỏi là người nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài, người Việt Nam công tác ở các địa phương trong nước và người của địa phương mình công tác ở các địa phương khác trong nước cho phát triển nhân lực du lịch của địa phương mình. Tạo điều kiện để các cơ sở đào tạo, dạy nghề du lịch của địa phương mở rộng hợp tác liên kết hợp tác với nước ngoài nhằm nâng cao năng lực đào tạo phát triển nhân lực du lịch.

Hai là, thực hiện nghiêm túc việc đổi mới chương trình, nội dung và phương pháp đào tạo và áp dụng cơ chế đặc thù trong đào tạo nhân lực du lịch theo đúng Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khoá XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; và ý kiến chỉ đạo của Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam tại Thông báo kết luận số 469/TB-VPCP ngày 06/10/2017 của Văn phòng Chính phủ về tình hình đào tạo nhân lực du lịch, theo đó, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/10/2017 hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017-2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. Trong đó nhấn mạnh sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong đào tạo là điều kiện bắt buộc để được thực hiện cơ chế đặc thù này.

Ba là, nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên, giảng viên giảng dạy cho ngành du lịch. Phát hiện, đào tạo và sử dụng đội ngũ giáo viên, giảng viên trình độ cao có khả năng gắn kết đào tạo, nghiên cứu khoa học với thực tiễn hoạt động du lịch. Xây dựng kế hoạch phát triển đội ngũ giảng viên phù hợp với ngành nghề đào tạo và cơ sở vật chất phục vụ cho đào tạo và nghiên cứu khoa học, tăng cường điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo.

Bốn là, thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng nâng cao chuyên môn cho nguồn nhân lực du lịch; tăng cường đầu tư và huy động mọi nguồn lực tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn để nâng cao khả năng ngoại ngữ, trình độ chuyên môn và tính chuyên nghiệp của đội ngũ cán bộ quản lý Nhà nước, các cơ sở kinh doanh du lịch và cộng đồng dân cư; cử cán bộ, chuyên viên tham gia các khóa học về quản lý du lịch trong và ngoài nước; tổ chức thường xuyên các lớp bồi dưỡng kiến thức về quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch cho tất cả đội ngũ lao động du lịch.

Thứ tư, nhóm giải pháp tăng cường hợp tác công - tư, thực hiện hiệu quả kết nối giữa 3 nhà (nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp).

Tăng cường hợp tác công - tư trong phát triển nguồn nhân lực du lịch xuất phát từ quan điểm xã hội hóa để thu hút các nguồn đầu tư của cá nhân, các thành phần xã hội tham gia đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Việc liên kết giữa 3 nhà: Nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp cần được thực hiện chặt chẽ và có hiệu quả. Trong đó, các bên cần nhận thức rõ và thực hiện có hiệu quả vai trò của mình trong mối liên kết này:

Nhà nước với vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và nhà trường; vai trò quản lý nhà nước về hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch; có các chính sách hỗ trợ các cơ sở đào tạo phát triển các chương trình đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao. Như vậy, Nhà nước tạo môi trường pháp lý, tạo chuẩn quốc gia về nhân lực làm cơ sở cho đào tạo và sử dụng lao động, thúc đẩy và kiểm tra, giám sát đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Doanh nghiệp với tư cách là người sử dụng sản phẩm đào tạo cần chủ động công bố thông tin về nhu cầu nhân lực của doanh nghiệp, chủ động liên hệ với nhà trường nhằm tạo điều kiện cho nhà trường có định hướng tuyển sinh, đào tạo phù hợp thực tế...

Nhà trường với tư cách người tạo ra sản phẩm. Nhà trường cần rà soát và quy hoạch lại đội ngũ theo hướng đào tạo đúng ngành, đúng nghề, cán bộ giảng dạy vững vàng chuyên môn về du lịch; chủ động tích hợp nội dung tham gia của các hiệp hội nghề nghiệp, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch trong chương trình đào tạo; dự báo nhu cầu lao động, xây dựng chuẩn đầu ra và đào tạo sinh viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu ngành nghề; rà soát bổ sung, hiệu chỉnh chương trình đào tạo hiện tại nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho doanh nghiệp du lịch chủ động kế hoạch hỗ trợ sinh viên tham gia thực hành, thực tập; phối hợp với doanh nghiệp phát triển các chương trình đào tạo ngắn hạn.

Cơ chế liên kết phải được thống nhất và cụ thể hóa:

1) 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 sinh viên.

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.

Thứ năm, tiêu chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch.

Trước yêu cầu phát triển nền kinh tế tri thức và hội nhập quốc tế ngày một sâu rộng, toàn diện, nhất là từ cuối năm 2015 Việt Nam hội nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN và thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch (MRA-TP) cho phép dịch chuyển lao động tự do trong ngành du lịch giữa các nước ASEAN thì việc chuẩn hóa kỹ năng nghề du lịch theo tiêu chuẩn quốc tế là điều kiện tiên quyết để xây dựng ngành du lịch hội nhập quốc tế.

Nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực 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). Tiêu chuẩn VTOS 2013 được thiết kế gồm 5 bậc với 241 đơn vị năng lực, 45 chứng chỉ đề xuất, trong đó tập trung vào các đơn vị năng lực được tiêu chuẩn hóa dùng để đánh giá năng lực của người lao động với 3 câu phân: kỹ năng, kiến thức, thái độ. Đối tượng sử dụng Tiêu chuẩn VTOS 2013 gồm 4 nhóm: (i) Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; (ii) Các cơ sở đào tạo/dạy nghề về du lịch; (iii) Doanh nghiệp du lịch và (iv) Người lao động trực tiếp trong các doanh nghiệp du lịch.

Hiện nay, việc áp dụng VTOS 2013 cũng gặp những rào cản khi kỹ năng thực hành, kinh nghiệm thực tiễn và trình độ ngoại ngữ của đội ngũ giáo viên còn hạn chế. Các cơ sở đào tạo thiếu cơ sở thực hành, nguồn lực đầu tư cho hoạt động đào tạo còn thấp; thiếu cơ chế phối hợp giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Vì vậy, cần có chia sẻ học tập kinh nghiệm giữa các đơn vị đã áp dụng tiêu chuẩn VTOS và kinh nghiệm của các trường quốc tế; thành lập tổ biên soạn chương trình, tài liệu giảng dạy dựa vào VTOS 2013 tại mỗi trường có sự tham gia của doanh nghiệp; tổ chức bồi dưỡng nâng cao năng lực cho giáo viên, giảng viên; tăng cường sự chủ động học hỏi, trau dồi của người học về kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề, trình độ ngoại ngữ... Khi có sự thống nhất thực hiện bộ tiêu chuẩn nghề quốc gia, sự hợp tác hiệu quả giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch và lao động du lịch hội đủ năng lực tiêu chuẩn thì nhân lực du lịch của Việt Nam hoàn toàn có thể đáp ứng nhu cầu phát triển ngành và cạnh tranh được với lao động của các nước ASEAN.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban chấp hành Trung ương (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ban hành ngày 16 tháng 01 năm 2017.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn số 4929/BGDĐT-GDDH về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch*, ban hành ngày 20 tháng 10 năm 2017.
3. Chính phủ (2017), *Nghị quyết số 103/NQ-CP ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khoá XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ban hành ngày 06 tháng 10 năm 2017.
4. Thu Dự (2019), “*Nhiều thách thức phát triển nhân lực du lịch chất lượng cao*”, truy cập ngày 02/08/2019, từ <https://haiquanonline.com.vn/nhieu-thach-thuc-phat-trien-nhan-luc-du-lich-chat-luong-cao-109184.html>
5. Thúy Hà (2019), “*Nguy cơ phá vỡ thị trường lao động du lịch*”, truy cập ngày 21/08/2019, từ <http://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid/21278/nguy-co-pha-vo-thi-truong-lao-dong-du-lich>
6. Hoàng Hải (2019), “*Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng: Bao giờ hết cảnh “vừa thừa, vừa thiếu”*”, truy cập ngày 05/08/2019, từ [http://baovanhoa.vn/du-](http://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid/21278/nguy-co-pha-vo-thi-truong-lao-dong-du-lich)

lich/artmid/416/articleid/20771/phan-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-chat-luong-bao-gio-het-can160%E2%80%9Cvua-thua-vua-thieu%E2%80%9D

7. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2473 phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*, ban hành ngày 30 tháng 12 năm 2011.

8. Xuân Trường (2019), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam để phát triển ngành kinh tế trọng điểm”, truy cập ngày 12/04/2019, từ <http://baodansinh.vn/dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam-de-phan-trien-nganh-kinh-te-trong-diem-95156.htm>

9. Văn phòng Chính phủ (2017), *Thông báo số 469/TB-VPCP về kết luận của Phó thủ tướng Vũ Đức Đam tại buổi làm việc với Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch về tình hình đào tạo nhân lực du lịch*, ban hành ngày 06 tháng 10 năm 2017.

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 CHO HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

*TS. Tô Ngọc Thịnh
Trưởng Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Lâm Bình là một huyện miền núi có nhiều tiềm năng phát triển du lịch của tỉnh Tuyên Quang. Trong thời gian qua, ngành du lịch đã bước đầu phát triển, khai thác được lợi thế về tài nguyên du lịch phong phú, hấp dẫn, góp phần cải thiện kinh tế, xã hội của địa phương. Với một huyện miền núi như Lâm Bình, kinh tế chủ yếu dựa vào nông, lâm, thủy sản và dân cư chủ yếu là đồng bào dân tộc thiểu số thì phát triển du lịch nông nghiệp được xem là một hướng đi phù hợp nhằm phát huy lợi thế, góp phần phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Tuy nhiên, các hoạt động kinh doanh du lịch nhìn chung còn nhỏ lẻ, nhiều hoạt động mang tính tự phát, đặt biệt chất lượng nguồn nhân lực du lịch tại địa phương còn thiếu về số lượng và hạn chế về trình độ trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 ngày càng ảnh hưởng rõ nét đến ngành du lịch. Điều này tác động không nhỏ đến chất lượng dịch vụ du lịch và khả năng phát triển du lịch nông nghiệp nói riêng, ngành du lịch của địa phương nói chung. Thực tế đó đòi hỏi phải phát triển nhân lực du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch nông nghiệp và đòi hỏi ngày càng cao của du khách.

Từ khóa: Nhân lực du lịch; cách mạng 4.0; phát triển nhân lực; du lịch nông nghiệp

1. KHÁI LUẬN CƠ BẢN VỀ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP

1.1. Khái niệm du lịch nông nghiệp

Du lịch nông nghiệp được mô tả là hoạt động thăm viếng nông trại nông nghiệp hoặc bất cứ hoạt động làm vườn, canh tác hay kinh doanh nông nghiệp nào để được thưởng lãm, học hỏi và tham gia vào các hoạt động đó.

Loại hình du lịch nông nghiệp bắt đầu được thế giới quan tâm nghiên cứu từ những năm 90 của thế kỉ XX và mới được manh nha phát triển ở Việt Nam.

Theo Duncan Hilchey (1993) thì: “Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch do người chủ hoặc người điều hành nông trại triển khai kinh doanh nhằm mục đích nâng cao kiến thức và thư giãn giải trí đối với công chúng, quảng bá các sản phẩm của nông trại và từ đó tăng thêm thu nhập cho nông trại”.

Theo tác giả Ramiro E.Lobo (1999) thì: “Du lịch nông nghiệp là khái niệm chỉ hoạt động đến tham quan một nông trại hoặc bất kỳ một cơ sở nào hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nhằm mục đích thư giãn giải trí, nâng cao nhận thức, có thể chủ động tham gia vào hoạt động của nông trại hoặc cơ sở đó”.

Cục bảo tồn tài nguyên thiên nhiên thuộc Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ (2004) thì cho rằng: “Du lịch nông nghiệp là hoạt động mời công chúng vào một trang trại để tham gia vào những hoạt động khác nhau và trải nghiệm những hoạt động nông nghiệp. Những hoạt động du lịch nông nghiệp bao gồm ăn ở, câu cá, săn bắn, tự hái rau quả, trồng ngô...”

Theo Bùi Thị Lan Hương (2010) thì: “Du lịch nông nghiệp là một loại hình du lịch riêng lẻ dựa trên việc khai thác tài nguyên sản xuất nông nghiệp, chủ thể tham gia du lịch là người nông dân, không gian du lịch là trang trại, đồng ruộng, có thể gây xung đột lợi ích với cộng đồng”.

Hầu hết các khái niệm được tổng kết đều thống nhất ở điểm là du lịch nông nghiệp diễn ra ở những nông trại đang vận hành hay những nông trại thương mại.

Như vậy, có thể hiểu: “*Du lịch nông nghiệp là một hình thức đưa khách du lịch trở về với thiên nhiên, tìm hiểu cách sinh hoạt của những người nông dân hoặc tham gia vào quá trình sản xuất nông nghiệp và hưởng thụ những sản phẩm do chính mình làm ra*”.

1.2. Đặc điểm của du lịch nông nghiệp

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách hiện đại, ngành du lịch luôn có những chuyển mình tích cực và tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo thu hút khách. Trong đó loại hình du lịch nông nghiệp là một phân khúc thị trường du lịch mới lạ và bổ ích. Đây là sự kết hợp đa dạng của các vùng nông thôn, những trải nghiệm ẩm thực và những khu vui chơi giải trí ngoài trời.

Một kỳ nghỉ lý tưởng đồng nghĩa với việc làm thỏa mãn mọi nhu cầu của du khách. Một số người thích tắm nắng trên bãi biển cạnh một số khách sạn 5 sao, hay nghỉ dưỡng lâu dài ở một thành phố và tham quan phòng tranh hay viện bảo tàng. Trong khi số khác thích phiêu lưu trên những đỉnh núi cao chót vót hay những dòng sông hiểm trở và có thể là những ngọn đồi thăm thẳm. Khác hẳn với hai hình thức này, du lịch nông nghiệp ra đời và lan rộng khắp thế giới. Nó bao gồm du lịch sinh thái, du lịch đến những vùng nông thôn, vùng dân tộc, trải nghiệm ẩm thực, vui chơi, giải trí hoặc du lịch địa lý.

- Đặc điểm đầu tiên của du lịch nông nghiệp là sự đa dạng. Du khách có thể nghỉ dưỡng tại một ngôi làng bên bờ hồ, một biệt thự hướng ra nhà máy sản xuất rượu vang hoặc thậm chí là một trang trại, nơi mà du khách có thể làm việc ở đó. Đặc biệt sáng kiến “những tình nguyện viên trên trang trại” xuất hiện trên toàn thế giới và phổ biến ở 33 quốc gia. Đến với sản phẩm du lịch này, du khách được trải nghiệm cuộc sống thực tế ở bất kỳ một trang trại nào.

- Phần lớn du lịch nông nghiệp hướng đến trải nghiệm một nền văn hóa mới, tránh xa nhịp sống hối hả nơi đô thị. Đó là thưởng ngoạn một khung cảnh thiên nhiên tuyệt đẹp và nghỉ dưỡng trong một ngôi nhà chung ấm cúng cùng với nhiều hoạt động như leo núi, câu cá, cưỡi ngựa và cưỡi xe trượt tuyết...

- Du lịch nông nghiệp là hình thức phát triển mối giao hòa về mặt tự nhiên, văn hóa và con người giữa các vùng đô thị và nông thôn thông qua việc đến ở hoặc tham gia có mục đích nhằm hưởng thụ các sản vật địa phương tại từng hộ nông dân hoặc các trang trại. Du lịch nông nghiệp là một loại hình du lịch tạo ra sản phẩm dịch vụ du lịch, du khách chủ yếu dựa vào nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp. Do vậy tài nguyên của loại hình du lịch này là tất cả những gì phục vụ cho hoạt động sản xuất nông nghiệp, từ tư liệu sản xuất, đất đai, con người, quy trình sản xuất, phương thức tập quán kỹ thuật canh tác, và sản phẩm làm ra... cho đến những yếu tố tự nhiên liên quan đến sản xuất nông nghiệp như khí hậu, thời tiết canh tác đều là cơ sở tài nguyên cho du lịch nông nghiệp.

- Không gian tổ chức các hoạt động nông nghiệp cho du khách là các trang trại, đồng ruộng, vườn cây, rừng trồng đến cả những ao nuôi, cơ sở thuần dưỡng động thực vật hoang dã...

- Chủ thể tham gia tổ chức du lịch nông nghiệp có thể là chủ hộ nhà vườn, chủ rừng, chủ trang trại, chủ cơ sở hợp tác xã nông nghiệp, chủ doanh nghiệp nông nghiệp...

- Du lịch nông nghiệp thiên về học hỏi, trải nghiệm hoạt động sản xuất nông nghiệp, thưởng thức vẻ đẹp cảnh quan nhân văn do hoạt động sản xuất nông nghiệp tạo nên tại điểm tham quan.

- Du lịch nông nghiệp ít có tác động tiêu cực đến tài nguyên nếu có giáo dục về môi trường, có tiếp xúc với cộng đồng địa phương và góp phần giữ gìn các giá trị truyền thống nhờ việc tiêu thụ được những sản phẩm nông, lâm, ngư nghiệp và các sản phẩm thủ công truyền thống. Lợi nhuận từ hoạt động du lịch là để bảo toàn và phát huy nền văn hóa bản địa.

- Nguồn lao động dồi dào vì phục vụ khách du lịch chủ yếu là người dân địa phương. Họ là người được sinh ra và lớn lên trên mảnh đất nông nghiệp nên rất am hiểu cuộc sống nông nghiệp, các phương thức kỹ thuật canh tác và có nhiều kinh nghiệm trong hoạt động nông nghiệp. Vì vậy người dân địa phương sẽ hướng dẫn cho du khách tham gia các hoạt động nông nghiệp một cách nhiệt tình, chu đáo, đem lại cho du khách nhiều niềm vui và kiến thức bổ ích.

- Du lịch nông nghiệp có chi phí thấp hơn so với các loại hình du lịch khác do các thiết bị và cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động du lịch đơn giản nhưng đã đủ để thỏa mãn nhu cầu du lịch. Do đó, du lịch nông nghiệp ngày càng thu hút được nhiều khách du lịch đến tham quan.

1.3. Các loại hình du lịch liên quan đến nông nghiệp

Cũng giống với nhiều loại hình du lịch khác, du lịch nông nghiệp được phân chia thành nhiều loại hình du lịch khác nhau, tùy thuộc vào các tiêu chí đưa ra. Hiện nay đa số các chuyên gia về du lịch nông nghiệp Việt Nam phân chia các loại hình du lịch theo các tiêu chí cơ bản dưới đây:

Du lịch tự nhiên, mang tính giải trí

Du lịch tự nhiên, mang tính giải trí là loại hình du lịch mà khách được về những vùng thiên nhiên để tìm hiểu, hiểu biết về những cái mới lạ của những vùng có nhiều cảnh vật và tự nhiên đẹp. Loại hình này phát triển tại nhiều địa phương và du khách được tham quan ngắm cảnh nhằm giải tỏa stress, thư giãn hay tìm hiểu những nét đẹp của thiên nhiên như núi rừng, thác nước, loại cây hay sinh vật lạ tại các điểm đến.

Du lịch văn hóa quan tâm tới văn hóa lịch sử và khảo cổ của địa phương

Đây là loại hình mà du khách quan tâm nhiều tới những truyền thống văn hóa của địa phương hay văn hóa của người dân địa phương, khách muốn tìm hiểu về những lịch sử hình thành hay truyền thuyết của địa phương, những di tích khảo cổ của địa phương đó.

Du lịch sinh thái quan tâm tới việc bảo vệ nguồn lợi tự nhiên cũng như phúc lợi, giá trị văn hóa của người địa phương

Là một loại hình sinh thái nhưng loại hình này có sự quan tâm tới việc bảo vệ môi trường của du khách. Du khách muốn làm những công việc xã hội và bảo tồn các giá trị văn hóa, vừa tìm hiểu vừa góp phần bảo vệ và cải thiện môi trường những nơi mình tham quan. Ngày nay, du khách ngày càng quan tâm nhiều hơn đến môi trường và du khách cũng sẵn sàng bỏ thêm chi phí nhằm bảo vệ môi trường.

Du lịch làng xã, trong đó du khách chia sẻ với cuộc sống làng xã và dân làng được hưởng các lợi ích kinh tế do du lịch mang lại

Đây là loại hình đặc trưng của du lịch nông nghiệp bởi loại hình này tạo nên sự gắn gũi của người dân địa phương và du khách tham gia loại hình này được chia sẻ, cùng làm, cùng ăn, cùng ở với người dân để họ hiểu hơn về những vất vả cũng như niềm vui trong lao động, cuộc sống ở nông thôn, biết về công việc ở nông thôn của những người nông dân.

Du lịch nông nghiệp, trong đó khách du lịch tham quan và tham gia vào các hoạt động nông nghiệp truyền thống, không phá hoại hay làm giảm năng suất cây trồng của địa phương

Loại hình này ở nhiều nơi thường được cho là du lịch nông thôn nhưng thực ra đây là loại hình phổ biến nhất của du lịch nông nghiệp bởi ở nông thôn thường làm nông nghiệp nên nhiều quốc gia và ngay cả Việt Nam đôi khi cũng đồng hóa hai khái niệm này. Loại hình này được du khách yêu thích bởi có lẽ du khách nói chung, và đặc biệt là khách quốc tế thì dường như các công việc của nông nghiệp thì ít được tiếp xúc, do vậy mà tạo nên sự mới mẻ và thích thú. Tham gia vào du lịch nông nghiệp, du khách được làm các công việc như: gieo mạ, gặt lúa, tát nước vào ruộng hay cùng tham gia trồng rau với bà con nông dân.

Họ được tham gia vào các công việc trong nông nghiệp, những công việc tưởng chừng như đơn giản nhưng lại rất thú vị. Nông nghiệp cung cấp lương thực cho chúng ta như gạo, các loại rau quả và thịt... nhưng ít ai biết trồng rau, hái quả như thế nào. Bởi vậy mà du lịch nông nghiệp thu hút rất nhiều khách du lịch và chủ yếu là khách quốc tế.

2. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH

2.1. Kinh nghiệm phát triển nhân lực du lịch của bang British Columbia, Canada

Mùa thu năm 2001, British Columbia đối mặt với tình trạng thiếu hụt nhân lực du lịch có kỹ năng trầm trọng và khó có thể đảm bảo cho sự phát triển du lịch bền vững trong tương lai, do đó bang này đã tập hợp 28 CEO, giám đốc quản trị nhân lực, các nhà lãnh đạo ngành Du lịch và các nhà giáo dục lĩnh vực du lịch để xây dựng một dự án chiến lược tuyển dụng, duy trì, đào tạo, phát triển một đội ngũ nhân lực du lịch hùng mạnh và tự nhiên. Tham gia dự án có hơn 100 đại diện các hãng du lịch đến từ các nhóm khác nhau để đảm bảo sự đa dạng. Dự án có sự tham gia của cơ quan phụ trách du lịch của bang British Columbia; Ủy ban Tư vấn giáo dục Du lịch (HIEAC), Hội đồng

Hiệp hội Du lịch Bristish Columbia (COTA); Ủy ban Phát triển nhân lực Canada (HRDC); Bộ Lao động và Phát triển kỹ năng Bristish Columbia.

Dự án đã thu được một số kết quả cụ thể như: (1) Xây dựng được chiến lược 5 năm phát triển nguồn nhân lực du lịch và (2) Thành lập được một tổ chức hợp tác dẫn đầu và định hướng nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch để thực hiện các kế hoạch, chiến lược tuyển dụng, duy trì, đào tạo, phát triển đội ngũ nhân lực du lịch của vùng Bristish Columbia. Các kế hoạch hành động để phát triển đội ngũ nhân lực hùng mạnh và tự nhiên của Bristish Columbia, cụ thể như sau:

Về tuyển dụng nhân lực du lịch: Khuyến khích những người trưởng thành tham gia vào lực lượng nhân lực du lịch; thực hiện sáng kiến cụ thể để kết nối người nhập cư với các công việc du lịch; gia tăng những nỗ lực marketing về việc làm du lịch đến cộng đồng; sưu tập và công bố nhiều thông tin hơn về thu nhập trong ngành du lịch; mở rộng nhận thức về nghề du lịch cho học sinh phổ thông; gia tăng sự hiện diện của lĩnh vực việc làm du lịch trong các hội thảo nghề nghiệp; đầu tư cho đội ngũ giáo viên để tăng cường sự tác động vào nhận thức về nghề du lịch cho học sinh; phát triển một cổng thông tin trực tuyến về việc làm du lịch và các chương trình đào tạo du lịch.

Về duy trì nguồn nhân lực du lịch: Hỗ trợ các đơn vị kinh doanh du lịch với những thông tin và công cụ tốt nhất để quản trị nhân lực, đặc biệt là các doanh nghiệp du lịch nhỏ và vừa (chiếm 75% các doanh nghiệp du lịch ở Bristish Columbia) không có kiến thức và kỹ năng quản trị nhân lực tốt; thực hiện các nghiên cứu với chủ các đơn vị kinh doanh du lịch về những lợi ích từ việc thay đổi các chính sách và thực thi quản trị nhân lực du lịch; tổ chức học hỏi kinh nghiệm quản trị nhân lực của các chủ doanh nghiệp du lịch thành công.

Về đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực du lịch: Nhấn mạnh vào các chương trình đào tạo các kỹ năng quản lý doanh nghiệp, quản trị nhân lực cũng như kỹ năng dịch vụ khách hàng cốt lõi; phát triển các nguồn học liệu nhỏ gọn, các “mô đun” chương trình ngắn gọn, súc tích để hỗ trợ sinh viên làm việc bán thời gian trong ngành du lịch; hỗ trợ các tổ chức đầu tư vào đào tạo các kỹ năng chuyên nghiệp; xây dựng một hệ thống chung để nhận diện các kỹ năng nghề du lịch từ sơ cấp đến cao cấp; đảm bảo phải có kinh nghiệm làm việc trong tất cả các bằng cấp về du lịch; duy trì và thúc đẩy đổi mới các chương trình đào tạo trực tuyến.

Đồng thời, Bristish Columbia cũng xây dựng chiến lược về thị trường lao động du lịch năm 2012 nhằm đối phó với những thách thức mới với nhân lực du lịch của bang. Trong chiến lược này, Bristish Columbia tập trung vào kết nối chặt chẽ giữa ngành du lịch với hệ thống thông tin thị trường lao động. Chính quyền bang này xây dựng một hệ thống các thông tin đầy đủ về thị trường lao động cho từng ngành, trong đó có ngành du lịch. Các thông tin của hệ thống này được cập nhật hàng tháng phục vụ cho công tác thu hút, tuyển dụng và sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp du lịch. Hệ thống thông tin đó bao gồm: Tỷ lệ nghỉ việc trong các doanh nghiệp du lịch; tỷ lệ nhân lực du lịch được thuê và tỷ lệ thất nghiệp; tốc độ tăng trưởng của ngành du lịch; thông tin về lực lượng lao động du lịch theo khu vực địa lý; tỷ lệ nhân lực du lịch phải đào tạo lại; thông tin về thu nhập trung bình trong ngành du lịch; thông tin về các chương trình đào tạo ngành du lịch; thông tin về số lượng sinh viên/ học viên ngành du lịch chuẩn bị bước vào thị trường lao động. Đồng thời với các doanh nghiệp du lịch tại đây cũng xây dựng các chiến lược dài hạn, trong đó có chiến dịch đổi mới nhận thức của người dân về nghề du lịch, thúc đẩy các hoạt động nhận thức về nghề nghiệp và làm việc với các nhà giáo dục và đào tạo để đáp ứng nhu cầu xã hội.

2.2. Kinh nghiệm phát triển nhân lực du lịch của bang Maryland, Mỹ

Tại bang Maryland (Mỹ), các doanh nghiệp khách sạn và du lịch phải đối mặt với 4 thách thức quan trọng khi cạnh tranh với các doanh nghiệp của các ngành khác để thu hút, tuyển dụng, thuê nhân công và duy trì lao động mới và lao động thay thế. Một số nguyên nhân là: (1) Hình ảnh và nhận thức về doanh nghiệp cho rằng tiền công thấp, công việc mang tính chất phục vụ, bẽ tắc và ít cơ hội thăng tiến; (2) Người sử dụng lao động gặp khó khăn trong việc tìm kiếm những người lao động có trình độ học vấn cơ bản và sẵn sàng kỹ năng làm việc; (3) Người sử dụng lao động gặp khó khăn trong việc tìm kiếm các lao động mùa vụ để đáp ứng yêu cầu cao về công việc ngắn hạn và những vị trí yêu cầu kỹ năng đơn giản; (4) Các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều thách thức trong tuyển dụng và duy trì lao động.

Trước thực trạng đó, Ban chỉ đạo về du lịch và khách sạn của bang đã xác định 8 vấn đề về lực lượng lao động và 14 đề xuất nhằm nâng cao khả năng thu hút và duy trì lao động cũng như tăng cường nguồn cung ứng lao động. Những vấn đề này đã được trình bày và công nhận ở Hội nghị thượng đỉnh về nhân công lao động tổ chức vào tháng 01/2017. Trong nhiều tháng sau khi diễn ra Hội nghị thượng đỉnh, Ủy ban này đã xem xét đánh giá các vấn đề và đề xuất theo nội dung thảo luận nhóm tại Hội nghị. Ủy ban này đã xây dựng một kế hoạch hoạt động đại cương cho Ban Quản lý Đầu tư nhân công lao động, bao gồm năm mục tiêu. Những mục tiêu này phản ánh mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp là làm thế nào để thúc đẩy một luồng lao động mới, nâng cao khả năng thu hút lao động của các doanh nghiệp và làm thế nào để giúp đỡ các doanh nghiệp nhỏ nâng cao khả năng tuyển dụng và duy trì lao động.

Vai trò mới của Ban chỉ đạo du lịch của bang Maryland: Ban chỉ đạo sẽ trở thành Ban thừa hành. Quy mô và thành phần của Ban thừa hành sẽ thay đổi để đáp ứng lợi ích của các thành viên và yêu cầu của kế hoạch. Ban thừa hành có 3 mục tiêu: (1) Hoàn thiện kế hoạch hoạt động cho các doanh nghiệp khách sạn và du lịch. Phải xác định thời gian và các phương thức làm thước đo phù hợp. Ban thừa hành đã hoàn thành một phần công việc này; (2) Xác định và tuyển dụng những người ủng hộ và các đối tác, các nhà lãnh đạo có trách nhiệm hành động phù hợp với những mục tiêu mà kế hoạch đề ra; (3) Xây dựng một Ban điều hành doanh nghiệp để kiểm tra giám sát kế hoạch hoạt động và thúc đẩy phát triển lực lượng lao động trong các doanh nghiệp.

3. BÀI HỌC PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 CHO HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYỀN QUANG

3.1. Khái quát về tiềm năng du lịch nông nghiệp của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang

Lâm Bình là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao phía bắc của tỉnh Tuyên Quang, diện tích tự nhiên 78.152,17 ha; Phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), Đông bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); Tây và Tây bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Lâm Bình cách Hà Nội khoảng 280km; cách Thành phố Tuyên Quang khoảng 120km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150km; cách Hồ Ba Bể, huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130km và cách Hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180km.

Lâm Bình là một trong những huyện có diện tích rừng tự nhiên lớn nhất toàn quốc, độ che phủ rừng đạt trên 80% so với diện tích toàn huyện. Thảm rừng nhiệt đới xanh quanh năm, hệ động vật, thực vật đa dạng, phong phú, trong đó có nhiều loài quý hiếm như: Pơ Mu, Thông tre, Thông đỏ, Nghiến, Trai, Đinh, Sến, Dổi, các loài dược liệu quý (tâm thất rừng, cây một lá, Thất diệp nhất chi hoa,...); Động vật có: Voọc đen má trắng, Vượn, Khỉ, Hươu, Nai, Lợn rừng, Mèo rừng, Cu li, Sóc, Cây, Nhím,... Đặc biệt Lâm Bình đang bảo tồn loài: Voọc đen má trắng, hiện còn trên 100 cá thể nằm trong sách đỏ của thế giới,...

Diện tích hồ Tuyên Quang rộng trên 8.000ha, chia 02 tuyến (dọc theo Sông Gâm và Sông Năng trước đây). Lòng hồ thuộc địa bàn huyện Lâm Bình quản lý dọc theo tuyến Sông Gâm kéo dài đến địa phận huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang, chỗ rộng nhất 3km, lòng hồ mở ra mênh mang, vạm vỡ, cường tráng, sức vóc như chàng trai ở độ tuổi mười tám, đôi mươi. Lòng hồ là nơi sinh sống, nuôi trồng của nhiều loài cá đặc sản như: Dầm Xanh, Anh Vũ, Chiên, Lãng, Bông, Chạch, Nheo,... Cùng với lòng hồ rộng lớn, trên địa bàn huyện có hệ thống các con suối lớn, nhỏ khác nhau, đây là nơi cung cấp nước cho sinh hoạt, đời sống và sản xuất của nhân dân các dân tộc trong vùng, đồng thời các con suối uốn quanh các bản làng, những hàng tre soi bóng, tạo nên nét thơ mộng, bình yên của miền sơn cước.

Lâm Bình được thiên nhiên ban tặng cho nhiều danh lam, thắng cảnh đẹp, trong đó phải kể đến: Danh thắng Quốc gia 99 ngọn núi Thượng Lâm huyền thoại, nơi được coi là Vịnh Hạ Long cạn giữa đại ngàn; Phong cảnh, núi non Khuôn Hà, Lãng Can, Bình An, Thổ Bình, Hồng Quang, Xuân Lập, Phúc Yên; hòn Cọc Vài (cọc buộc trâu của chàng Khổng lồ Tài Ngào), Núi Đô địa phận giáp ranh giữa huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang và huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang; Đèo Ái Au, xã Thượng Lâm; đèo Kéo Nàng, xã Lãng Can; đèo Tát Nga, Khau Cau, xã Phúc Yên... Mỗi danh lam, thắng cảnh đều có vẻ đẹp tự nhiên, kỳ vĩ và chứa đựng những sự tích, huyền thoại, gắn với sinh hoạt, đời sống ngàn đời của đồng bào các dân tộc nơi đây, trong đó có truyền thuyết về 99 con phượng hoàng về đậu trên 99 ngọn núi ở Thượng Lâm, sự tích về Đèo Ái Au, Đèo Kéo Nàng gắn với câu chuyện tình éo le của những chàng trai, cô gái, họ yêu nhau nhưng không nên vợ, nên

chồng, để lại niềm day dứt khôn nguôi, hay sự tích về một bà tiên hiền lành, tốt bụng đã dạy Người dân Lăng Can nghề trồng bông, dệt vải...

Hòa quyện với núi rừng xanh thắm và lòng hồ rộng lớn là các thác nước với nhiều tầng thác, nguyên sơ: Thác Bản Lò, Nặm Me, Khuổi S.Thung, Tát Ngà,... trên khu vực Hồ Lâm Bình; Thác Vãng Dân, Tát Trà, xã Lăng Can; Thác Khủng Cho, xã Hồng Quang; Thác Hang, xã Phúc Yên,... Mỗi con thác đều gắn với một truyền thuyết về nguồn gốc sinh ra và có vẻ đẹp riêng: Thác Nặm Me với 5 tầng thác dạt dào, nhẹ nhàng, tình cảm như dòng suối mẹ; Thác Khuổi Thung lúc mạnh mẽ nơi lưng trời, lúc ẩn mình trong lòng núi; Thác Bản Lò hùng vĩ, ngày đêm đổ ào ạt xuống mặt hồ xanh thắm; thác Khuổi Nhi nhẹ nhàng xóa trắng xóa, nơi có hàng vạn con cá sẵn sàng làm nhiệm vụ Massage cho du khách; Thác Hang, xã Phúc Yên luôn chảy trong lòng núi hơn 500 mét, lúc nhẹ nhàng, êm ái, lúc gầm gào giận dữ, tạo cảm giác như lạc vào mê cung mà không tìm thấy lối ra,... Và rất nhiều các con thác đẹp khác nữa, đang chờ du khách đến trải nghiệm và khám phá.

Đặc biệt, huyện Lâm Bình mới phát hiện một quần thể hang động rộng lớn, nguyên sơ, hầu như chưa có dấu chân con người. Từng hang động có vẻ đẹp kỳ vĩ khác nhau, nhưng đều chung một điểm lòng hang rộng từ 50 đến 200 mét; trần hang cao từ 20 đến 50 mét; độ dài của hang từ 500 đến 1.500 mét; nhiều thạch nhũ lung linh, kỳ ảo, biến hóa, được các chuyên gia đánh giá rất cao về giá trị khảo cổ, địa chất và giá trị du lịch cần được tìm hiểu, khám phá, tiêu biểu trong số đó là Hang Khuổi Pín, hang Nặm Thuôm, hang Giếng trời, hang Khuổi Poóng, Động Song Long,...

Cùng với các danh lam, thắng cảnh, Lâm Bình còn có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh: Di tích Quốc gia Đền Pú Bảo, Chùa Phúc Lâm, Xưởng Quân Khí H52 của Anh hùng Lao động Ngô Gia Khảm, Đền Pác Vãng, Đền Bà Chúa (Bà Chúa); Chùa Ông, Chùa Bà, Đền Nà Thêm, Hang Xum Lôm, Hang Phia Vải (nơi phát hiện 02 ngôi mộ táng có niên đại trên dưới 12 nghìn năm).

Với những đặc điểm tự nhiên đặc trưng, riêng biệt trên, hiện nay, tỉnh Tuyên Quang đang lập hồ sơ đề đề nghị công nhận Khu bảo tồn thiên nhiên Lâm Bình - Na Hang là Khu danh thắng Quốc gia đặc biệt; đó cũng là phần lõi của bộ phận hợp thành Khu Lâm Bình - Na Hang - Ba Bè đang được tỉnh Tuyên Quang phối hợp với tỉnh Bắc Cạn lập hồ sơ đề trình UNESCO công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới.

Lâm Bình có 08 đơn vị hành chính cấp xã, 76 thôn, bản; dân số toàn huyện gần 34 nghìn người, với trên 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, PàThên 2% còn lại là các dân tộc khác. Đặc biệt, duy nhất ở Việt Nam, tại thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình có tộc Người Thủy sinh sống; tộc Người Thủy có tiếng nói, trang phục, văn hóa tín ngưỡng, phong tục tập quán, nguồn gốc riêng biệt.

Lâm Bình là vùng đất đa sắc tộc, nhân dân cần cù lao động sản xuất và gìn giữ, phát triển vốn văn hoá truyền thống mang tính bản địa, từ tiếng nói, chữ viết, trang phục, tín ngưỡng, tri thức dân gian, nghề truyền thống (nghề dệt thổ cẩm, nghề thêu, nghề rèn, mây giang đan, nghề làm bún cổ truyền,...), các làn điệu dân ca, dân vũ (hát Then, hát quan làng, hát Páo dung, hát cọi, múa khèn,...), trò chơi dân gian, kiến trúc nhà ở (nhà sàn của người Tày, nhà đất của người Dao, Pà Thên, nhà trình tường của người Mông...). Đến với Lâm Bình, du khách sẽ cùng hòa mình vào các lễ hội mang đậm màu sắc dân gian, độc đáo, thu hút đông đảo du khách tham gia như: Lễ hội Lòng tông của dân tộc Tày, Lễ hội nhảy lửa của dân tộc Pà Thên, lễ cấp sắc của người Dao, Lễ giã cốm, Lễ mừng cơm mới,... Mỗi lễ hội có một ý nghĩa, nét đẹp văn hóa độc đáo khác nhau, song đều thể hiện khát vọng của người dân cầu trời đất, các bậc thánh thần, tổ tiên phù hộ cho sức khỏe, làm ăn ngày càng phát đạt, bản làng yên vui, hạnh phúc.

Lâm Bình không chỉ được biết đến với nhiều thắng cảnh đẹp, nhiều lễ hội và phong tục độc đáo mà còn là nơi chứa đựng nét văn hóa ẩm thực truyền thống độc đáo hết sức lý thú và hấp dẫn du khách. Nhiều sản phẩm đặc sản của địa phương như: mật ong, nấm hương rừng, chè Khau mút, rượu ngô, rượu thóc men lá, cá đặc sản lòng hồ,... và các món ăn đặc sản địa phương như: Thắng cố, mèn mén, thịt chua, cá chua, cá mắm ruộng, xôi ngũ sắc, thịt lợn bí, cá khuy suối lam ống nứa, bánh trứng kiến, bún cổ truyền, ốc suối, rêu suối, rau rừng, thịt trâu gác bếp, da trâu khô, các loại rau rừng: nõ chuối rừng, bắp bi chuối rừng, bò khâu, rau ngót rừng,... thảo dược từ rừng: giảo cổ lam, sâm đá, sâm cau, tầm gửi,... cùng với hương vị rượu ngô, rượu thóc men lá,...

Có thể nhận định rằng huyện Lâm Bình có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nông nghiệp. Một trong những vấn đề đặt ra hiện nay là cần phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực trực tiếp cho phát triển du lịch nông nghiệp, gắn với cộng đồng dân cư và lao động du lịch là đồng bào các dân tộc thiểu số trên địa bàn huyện.

3.2. Bài học phát triển nhân lực du lịch nông nghiệp cho huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 là nền tảng để nền kinh tế chuyển đổi mạnh mẽ từ mô hình dựa vào tài nguyên, lao động chi phí thấp sang kinh tế tri thức; làm thay đổi cơ bản khái niệm đổi mới công nghệ, trang thiết bị trong các dây chuyền sản xuất. Đồng thời nền công nghiệp 4.0 sẽ tạo ra những thay đổi lớn về cung - cầu lao động. Các nhà kinh tế và khoa học cảnh báo, trong cuộc cách mạng này, thị trường lao động sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng giữa cung và cầu lao động cũng như cơ cấu lao động. Đối với Việt Nam, từ trước đến nay, nền kinh tế vẫn dựa nhiều vào các ngành sử dụng lao động giá rẻ và khai thác tài nguyên thiên nhiên, trình độ của người lao động còn lạc hậu. Đây là một trong những thách thức lớn nhất khi đối diện với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Để tận dụng tốt thời cơ và vượt qua những nguy cơ, thách thức từ cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, vấn đề khai thác nguồn lực con người, nhất là xây dựng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là vấn đề đang đã được đặt ra đối với Việt Nam. Một số ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển du lịch thể hiện ở một số khía cạnh như: (1) Mở rộng không gian, thời gian, thị trường khách du lịch; (2) Giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị; (3) Số hóa cơ sở dữ liệu du lịch, hình thành dữ liệu lớn về du lịch (Big Data); (4) Du lịch thực tế ảo; (5) Bán hàng qua mạng và thanh toán trực tuyến; (6) Giảm nhân lực du lịch, thời gian, chi phí, giảm giá thành các dịch vụ; (7) Liên kết tour, tuyến du lịch; (8) Phát triển thương hiệu điểm đến; (9) Phát triển sản phẩm du lịch mới; (10) Nâng cao chất lượng dịch vụ. Điều này đặt ra những đòi hỏi đối với phát triển nhân lực du lịch Việt Nam nói chung và nhân lực du lịch tại các địa phương nói riêng.

Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một huyện miền núi, vùng sâu, vùng xa còn nhiều khó khăn có dân số gần 34 nghìn người, với trên 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%. Trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, PàThên 2% còn lại là các dân tộc khác. Trình độ nhân lực du lịch nói chung, du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện nói riêng còn rất nhiều hạn chế, đặc biệt trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động mạnh tới ngành du lịch và trước đòi hỏi ngày càng cao hơn của du khách. Đây cũng chính là khó khăn, thách thức rất lớn để phát triển nhân lực du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện thích ứng với yêu cầu, đòi hỏi của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Tuy nhiên, nhìn nhận ở khía cạnh tích cực, có thể thấy trong hoạt động du lịch nông nghiệp tại Lâm Bình, các khía cạnh của cách mạng công nghiệp 4.0 đã bước đầu hiện hữu trong đời sống và hoạt động kinh doanh du lịch nông nghiệp, rõ nét nhất chính là việc quan tâm ứng dụng các tiện ích của công nghệ thông tin, internet nhằm kết nối dữ liệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ, du lịch và bán hàng.

Từ kinh nghiệm quốc tế trong phát triển nguồn nhân lực du lịch nói trên và những yêu cầu đối với nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang nhằm phát triển nhân lực du lịch nông nghiệp, từ đó góp phần phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện như sau:

Một là, cần tăng cường công tác quản lý nhà nước về phát triển nhân lực du lịch nói chung, nhân lực du lịch nông nghiệp nói riêng thông qua những công cụ như: xây dựng và ban hành các chính sách phát triển; xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Có những chính sách khuyến khích những người trưởng thành tham gia vào lực lượng nhân lực du lịch; tăng cường công tác tuyên truyền về việc làm du lịch đến cộng đồng nhằm nâng cao hiểu biết của người dân và kích thích nhu cầu việc làm; thống kê và công bố nhiều thông tin về thu nhập trong ngành du lịch; mở rộng nhận thức về nghề du lịch cho học sinh phổ thông; gia tăng sự hiện diện của lĩnh vực việc làm du lịch trong các hội thảo nghề nghiệp; đầu tư cho đội ngũ giáo viên, đào tạo viên du lịch trên địa bàn tỉnh để tăng cường sự tác động vào nhận thức về nghề du lịch cho học sinh, sinh viên và người dân địa phương; phát triển một cổng thông tin trực tuyến về việc làm du lịch và các chương trình đào tạo du lịch.

Hai là, phát huy vai trò của các bên liên quan trong việc phát triển nhân lực du lịch, đặc biệt là tăng cường liên kết giữa cơ quan Nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo trong phát triển nhân lực du lịch. Quan tâm hơn nữa đến việc phát triển nhân lực du lịch là đồng bào các dân tộc trên địa bàn huyện, vì họ chính là những người liên quan trực tiếp đến các hoạt động du lịch nông nghiệp. Sự phát triển nhân lực du lịch cần phải theo cả chiều rộng (sự gia tăng về số lượng nhân lực, cơ cấu nhân lực) và chiều sâu (chất lượng nhân lực được nâng cao) để đáp ứng tốt hơn nhu cầu phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện - một loại hình du lịch mà huyện có nhiều lợi thế và tiềm năng để phát triển.

Ba là, xây dựng chiến lược về phát triển thị trường lao động du lịch, đặc biệt là phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động nói chung và thị trường lao động du lịch nói riêng. Theo đó các thông tin của hệ thống này được cập nhật thường xuyên, đầy đủ và chính xác hàng tháng phục vụ cho công tác thu hút, tuyển dụng và sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp du lịch, giúp các nhà hoạch định chính sách của tỉnh, huyện kịp thời có những giải pháp để định hướng sự phát triển lực lượng lao động du lịch của tỉnh, huyện nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch nông nghiệp.

KẾT LUẬN

Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một huyện miền núi có nhiều tiềm năng và cũng đang được quan tâm đầu tư phát triển du lịch nói chung, phát triển du lịch nông nghiệp nói riêng nhằm tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Cũng do đặc thù là một huyện miền núi, giao thông đi lại còn khó khăn, hạ tầng xã hội chưa phát triển nên việc thu hút nhân lực trình độ cao đến làm việc gặp nhiều khó khăn, phần lớn lực lượng lao động địa phương là đồng bào các dân tộc thiểu số có trình độ và nhận thức còn hạn chế. Thực tế này đòi hỏi huyện và tỉnh cần có những chính sách và cách làm cụ thể để phát triển nhân lực du lịch trên địa bàn nói chung, nhân lực du lịch nông nghiệp nói riêng trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, góp phần phát triển du lịch nông nghiệp nói riêng, phát triển kinh tế xã hội địa phương nói chung.

Bài viết bước đầu chứng minh sự phù hợp của loại hình du lịch nông nghiệp với tiềm năng phát triển du lịch của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang. Đồng thời, tác giả cũng nghiên cứu kinh nghiệm phát triển nhân lực du lịch quốc tế và mạnh dạn đề xuất ba bài học kinh nghiệm mà theo tác giả là huyện Lâm Bình có thể áp dụng được nhằm từng bước phát triển nhân lực du lịch trên địa bàn huyện cả về chiều rộng lẫn chiều sâu trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hilchey, Ducan (1993), *Agritourism in New York State: Opportunities and challenges in farm-based recreation and hospitality*, Farming Alternatives Program, Department of Rural Sociology, Cornell University.
2. Lobo, Ramiro (1993), *Agricultural tourism benefits in San Diego Country*, California Agriculture, Volume 53, No.6,10-12/1999.
3. Sofia Karampela, Thanasis Kizos, Ioannis Spilanis (2016), *Evaluating the impact of agritourism on local development in small islands*, Island Studies Journal.
4. Holly George, Ellie Rilla (2005), *Agritourism and Nature tourism in California*, University of California.
5. Bristish Columbia Tourism Human Resource Development Task Force Action 2013, *Recruit, Retain and Train: Development a super, natural workforce in Bristish Columbia*.
6. Kim C.Smith (2004), *Tourism HumanResource Development Strategies in Bristish Columbia*, 8364 Aspenwood Place, Burnaby, Bristish Columbia, V5A 3V3.
7. <http://commerce.maryland.gov/commerce/boards-and-commissions/tourism-developmentboard>
8. <http://dulichlambinh.gov.vn/>

XÁC ĐỊNH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ BIẾN ĐỘNG NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Bài viết tập trung vào nghiên cứu sự biến động nhân lực du lịch, lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp; từ đó xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Việc chỉ rõ được các nhân tố này sẽ góp phần giúp cho ngành Du lịch, các doanh nghiệp du lịch có thêm công cụ và phương pháp khoa học nhằm phát hiện ra những nhân tố giữ vai trò quan trọng ảnh hưởng đến dòng chảy của nguồn nhân lực du lịch (dòng nhân lực du lịch); thiết kế các công cụ quản trị có hiệu quả nguồn nhân lực này như tăng cường dòng vào, thương lượng hợp đồng lao động ngắn hạn, thuê gia công các công việc về nguồn nhân lực,... trong thời gian tới.

Từ khoá: Nguồn nhân lực du lịch, cách mạng công nghiệp 4.0, sự biến động nhân lực du lịch

ĐẶT VẤN ĐỀ

Quản trị nhân lực du lịch có xu hướng mở rộng phạm vi và trở nên phức tạp hơn khi khả năng “chảy” và biến động của nguồn nhân lực này ngày càng gia tăng nhằm đáp ứng yêu cầu thay đổi của ngành, của các doanh nghiệp,... và của chính bản thân người lao động. Sự hội nhập kinh tế và bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp du lịch. Sự cạnh tranh này diễn ra không chỉ ở thị trường du lịch mà ở chính nguồn nhân lực du lịch. Trong thực tế, một biểu hiện dễ nhận thấy là sự di chuyển nhân lực trong ngành Du lịch và giữa các doanh nghiệp du lịch ngày càng nhiều bởi sự tiếp cận rộng lớn của người lao động thông qua sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, của các cơ hội việc làm,... qua đó, người lao động có điều kiện tìm hiểu, so sánh về tiền lương, đào tạo, chế độ đãi ngộ, cơ hội thăng tiến,... Bởi vậy, họ có xu hướng thay đổi, muốn nhận được nhiều điều kiện làm việc tốt hơn, nhiều quyền lợi hơn cả về vật chất và tinh thần.

Về mặt lý luận, đã có không ít các nghiên cứu trong và ngoài nước về sự biến động nguồn nhân lực thời gian qua, tuy nhiên các công trình đi sâu vào nghiên cứu sự biến động cũng như xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch còn khá khiêm tốn. Theo đó, xuất phát từ tình hình thực tế trên, nghiên cứu về sự biến động nhân lực du lịch và việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 của bài viết trở nên ý nghĩa, cần thiết cả về lý luận và thực tiễn.

1. NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ SỰ BIẾN ĐỘNG NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

1.1. Nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển của ngành Du lịch và của cả nền kinh tế; họ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh, khai thác các tiềm năng du lịch, đóng góp thu nhập cho nền kinh tế quốc dân đồng thời thực hiện chức năng giao tiếp, văn hoá, đại diện cho đất nước đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế. Theo đó, nguồn nhân lực du lịch được hiểu là toàn bộ lực lượng lao động ngành Du lịch bao gồm lao động trực tiếp và lao động gián tiếp thể hiện thông qua số lượng, chất lượng (thể lực, trí lực, tâm lực) và cơ cấu lao động của ngành.

Lao động trực tiếp là lực lượng lao động tham gia vào các hoạt động du lịch tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, đơn vị sự nghiệp du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch như cơ sở kinh doanh lưu trú, cơ sở kinh doanh lữ hành, vận tải du lịch và các cơ sở kinh doanh dịch vụ khác trực tiếp phục vụ khách du lịch.

Lao động gián tiếp là lực lượng lao động tham gia vào các hoạt động có liên quan đến du lịch, hỗ trợ phát triển du lịch như an ninh, môi trường, hải quan, văn hóa thông tin, dịch vụ công cộng,...

Nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 được đánh giá là phát triển với nhiều cơ hội được mở ra. CMCN 4.0 thông qua việc tăng năng suất lao động dẫn tới

tăng thu nhập; nhiều sản phẩm, dịch vụ mới được ra đời giúp nâng cao chất lượng cuộc sống và đặc biệt là việc mở cửa thị trường lao động, tạo ra nhiều việc làm mới (cả việc làm trực tiếp và việc làm gián tiếp) cho nhân lực du lịch. Cụ thể như một số xu hướng du lịch mới được hình thành và đang dần phát triển như du lịch thông minh, du lịch ảo, du lịch công nghệ cao,... đã góp phần tạo ra thêm nhiều việc làm mới trong ngành Du lịch như nhân viên marketing du lịch trực tuyến, hướng dẫn viên du lịch công nghệ, nhân viên bán hàng và chăm sóc khách hàng trực tuyến,... Theo đó, ngành Du lịch ngày càng thu hút được nhiều lực lượng lao động, thể hiện qua sự gia tăng cả về số lượng và chất lượng.

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội mà CMCN 4.0 đem lại thì những thách thức đặt ra cho ngành Du lịch nói chung và với nguồn nhân lực du lịch nói riêng là không nhỏ. CMCN 4.0 đòi hỏi nguồn nhân lực du lịch phải có chất lượng cao, am hiểu và sử dụng thành thạo một số công nghệ cơ bản và ứng dụng những công nghệ đó cho từng vị trí công việc trong ngành Du lịch (tùy từng vị trí việc làm, các yêu cầu cụ thể về trình độ và các mức độ sử dụng công nghệ khác nhau, cũng như loại công nghệ khác nhau),... Điều này đồng nghĩa với việc CMCN 4.0 có thể đe dọa đến một số vị trí việc làm; ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và cơ cấu nhân lực du lịch trong tương lai. Đặc biệt, CMCN 4.0 còn tạo ra nguồn nhân lực “mở” với sự chuyển dịch lao động từ ngành nghề, lĩnh vực khác sang ngành Du lịch.

Với tình hình thực tế trên, có thể thấy, những cơ hội và thách thức mà CMCN 4.0 đặt ra đối với nhân lực du lịch ngày càng nhiều; từ đó tác động mạnh đến sự biến động nhân lực du lịch. Và sự biến động nhân lực du lịch trở thành “bài toán” khó, mỗi quan tâm hàng đầu đối với ngành Du lịch, các doanh nghiệp du lịch trong nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế.

1.2. Sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Trước hết, để hiểu rõ về sự biến động nhân lực, khái niệm “dòng nhân lực” cần được xem xét và nghiên cứu.

Khái niệm “dòng nhân lực” được Michael Beer và các cộng sự đưa ra năm 1984, trong chương mở đầu của cuốn sách “Managing Human Assets” - Quản trị tài sản con người - The Free Press, New York. Beer và các cộng sự giới thiệu bốn lĩnh vực lớn của chính sách quản trị nguồn nhân lực đó là sự ảnh hưởng của nhân viên, dòng nhân lực, hệ thống khen thưởng, hệ thống làm việc. Theo đó, dòng nhân lực là một thuật ngữ dùng để mô tả quá trình mà nhân viên đi qua (pass through) một tổ chức, nó được chia ra thành các dòng:

- Dòng vào (inflow) thông qua khâu tuyển dụng và lựa chọn.
- Dòng nội bộ (internal flow) thông qua khâu thăng tiến và những thay đổi trong sự nghiệp.
- Dòng ra (outflow) thông qua khâu từ chức, nghỉ hưu, miễn nhiệm và giảm biên chế.

Như vậy, sự biến động nhân lực du lịch chính là sự biến động về “dòng nhân lực du lịch”. Với các cơ hội và thách thức mà CMCN 4.0 đặt ra cho nguồn nhân lực du lịch thì có rất nhiều lý do để khiến người lao động nghỉ việc và tạo nên tình trạng biến động này. Theo đánh giá của các chuyên gia, tỷ lệ biến động nhân lực du lịch thường ở mức ổn định là 4-6%. Tuy nhiên, khảo sát của Trung tâm Dự báo nguồn nhân lực cho thấy, nhiều doanh nghiệp du lịch đang biến động nhân sự trên 10%, thậm chí có nơi tới vài chục phần trăm do tác động của CMCN 4.0. Điều này gây khó khăn cho hoạt động của doanh nghiệp du lịch, nhất là việc khó tuyển được đủ nhu cầu nhân sự chất lượng để thay thế.

Một số nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, lý do thiếu cơ hội thăng tiến, chiếm tới 45%; những lý do khác bao gồm việc không hài lòng với cấp trên (38%), môi trường làm việc không tốt (36%) và đặc biệt, mong muốn có nhiều thử thách hơn trong công việc (46%) là những lý do chủ yếu của biến động nhân lực du lịch trong thời gian gần đây.

Như vậy, có thể đánh giá sự biến động nhân lực du lịch thông qua một số chỉ tiêu sau:

Biến động dòng vào: thể hiện số lượng nhân viên được tuyển dụng vào làm việc cho tổ chức qua các năm, ở các vị trí khác nhau không phân biệt tuổi tác, giới tính, trình độ.

Biến động dòng ra: thể hiện số lượng nhân viên rời khỏi tổ chức qua các năm vì ý muốn chủ quan, tại các vị trí khác nhau trong tổ chức.

Quan hệ so sánh giữa dòng ra và dòng vào thể hiện sự hợp lý của biến động nguồn nhân lực du lịch trong tổ chức. Trong điều kiện khai thác nguồn nhân lực du lịch có hiệu quả và hợp lý, nếu

số lượng nhân sự dòng ra cao hơn số lượng dòng vào cho thấy tổ chức đang thiếu về số lượng và ngược lại; nếu chất lượng nhân sự dòng ra cao hơn chất lượng dòng vào cho thấy tổ chức đang thiếu về chất lượng và ngược lại.

Từ những phân tích về sự biến động nhân lực du lịch, ngành Du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch cần thực hiện hiệu quả quản trị dòng nhân lực này.

Về cơ bản, quản trị dòng nhân lực du lịch là bước phát triển tiếp theo của quản trị nguồn nhân lực du lịch.

Quản trị dòng nhân lực du lịch tập trung vào những vấn đề như: Ai (nhân viên) nào được tuyển, được thăng tiến, bị sa thải, bị luân chuyển, bị giảm biên chế hay về hưu và phương cách thực hiện những quyết định này nhằm đáp ứng nhu cầu của cá nhân người lao động và doanh nghiệp. Theo đó, quản trị dòng nhân lực du lịch được chia thành:

- Quản trị Dòng vào: là quyết định về tuyển dụng, gồm tuyển dụng ở đâu và như thế nào; làm thế nào để giới thiệu người mới vào tổ chức. Các hành động liên quan gồm: lập kế hoạch, tuyển dụng, lựa chọn và giới thiệu nhân viên mới.

- Quản trị Dòng nội bộ: quan tâm đến vấn đề luân chuyển, bổ nhiệm, thăng chức và bãi nhiệm đối với dòng nhân viên dịch chuyển trong tổ chức. Phương cách quản trị này phải giúp nhân viên đáp ứng được yêu cầu phát triển của doanh nghiệp, đồng thời đáp ứng các nguyện vọng nghề nghiệp của người lao động. Các hành động liên quan gồm: đào tạo, phát triển, đánh giá và khen thưởng người lao động.

- Quản trị Dòng ra: liên quan đến việc để nhân viên ra đi một cách tự nguyện hay do bị sa thải. Các hành động liên quan gồm: chế độ hưu trí, sa thải, miễn nhiệm và có một công việc mới.

Trên thực tế, để thực hiện Quản trị sự biến động nhân lực du lịch một cách hiệu quả thì việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch đóng vai trò quan trọng, qua đó thiết kế các công cụ quản trị có hiệu quả nguồn nhân lực này trong bối cảnh CMCN 4.0.

2. TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan

Trong nước, đã có không ít các nghiên cứu về nguồn nhân lực và các xu hướng, phương pháp quản trị, sự gắn bó của nhân viên đối với tổ chức và có một số bài nghiên cứu về biến động nhân lực. Có thể kể đến một số nghiên cứu điển hình như: Đặng Thị Ngọc Hà (2010), nghiên cứu “Quản trị nguồn nhân lực và sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp”; Hồ Huy Tựu và Phạm Hồng Liêm (2012), nghiên cứu “Ảnh hưởng của văn hóa công ty đến sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên làm việc trong các doanh nghiệp ở TP.HCM”; Phạm Thế Anh và Nguyễn Thị Hồng Đào (2013), nghiên cứu “Sự gắn bó của nhân viên đối với công ty du lịch Khánh Hòa”. Những nghiên cứu này đã góp phần phát hiện ra những nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên đối với tổ chức và đã đề cập đến sự biến động nguồn nhân lực trong tổ chức với sự tiếp cận ở cả ba dòng nhân lực dựa trên mô hình nghiên cứu của Jinlou Shi (2007).

Bên cạnh đó cũng có khá nhiều các nghiên cứu về nguồn nhân lực du lịch; những cơ hội, thách thức của nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0 thời gian qua. Tuy nhiên, những nghiên cứu này cũng chưa đề cập sâu về sự biến động cũng như xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0.

Trên thế giới, những nghiên cứu về nguồn nhân lực với các xu hướng, phương pháp quản lý nguồn nhân lực được các học giả rất quan tâm và có khá nhiều các công trình nghiên cứu. Những nghiên cứu điển hình về vấn đề liên quan đến dòng nhân lực được kể đến như Managing Human Assets của Micheal Beer và cộng sự (1984) đã đưa ra khái niệm dòng nhân lực và giới thiệu bốn lĩnh vực chính trong quản trị nhân sự là ảnh hưởng của nhân viên, dòng nhân lực, hệ thống khen thưởng và hệ thống làm việc. Dave Ulrich và Wayne Brockbank (2005) đã khảo sát cách thức mà nguồn nhân lực làm tăng thêm giá trị cho khách hàng, nhà đầu tư, nhân viên và các nhà quản lý.

Đặc biệt, Jinlou Shi (2007), nghiên cứu vấn đề dòng nhân lực biến động như thế nào, trạng thái nào của nguồn nhân lực có thể làm hài hòa lợi ích giữa tổ chức và người lao động,... với các nhân tố bên trong, bên ngoài được đưa vào trong mô hình nghiên cứu.

Như vậy, có thể thấy một số các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước đã đề cập đến nguồn nhân lực và sự biến động của nguồn nhân lực, tuy nhiên, những nghiên cứu về sự biến động

nhân lực du lịch cũng như xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch còn rất khiêm tốn.

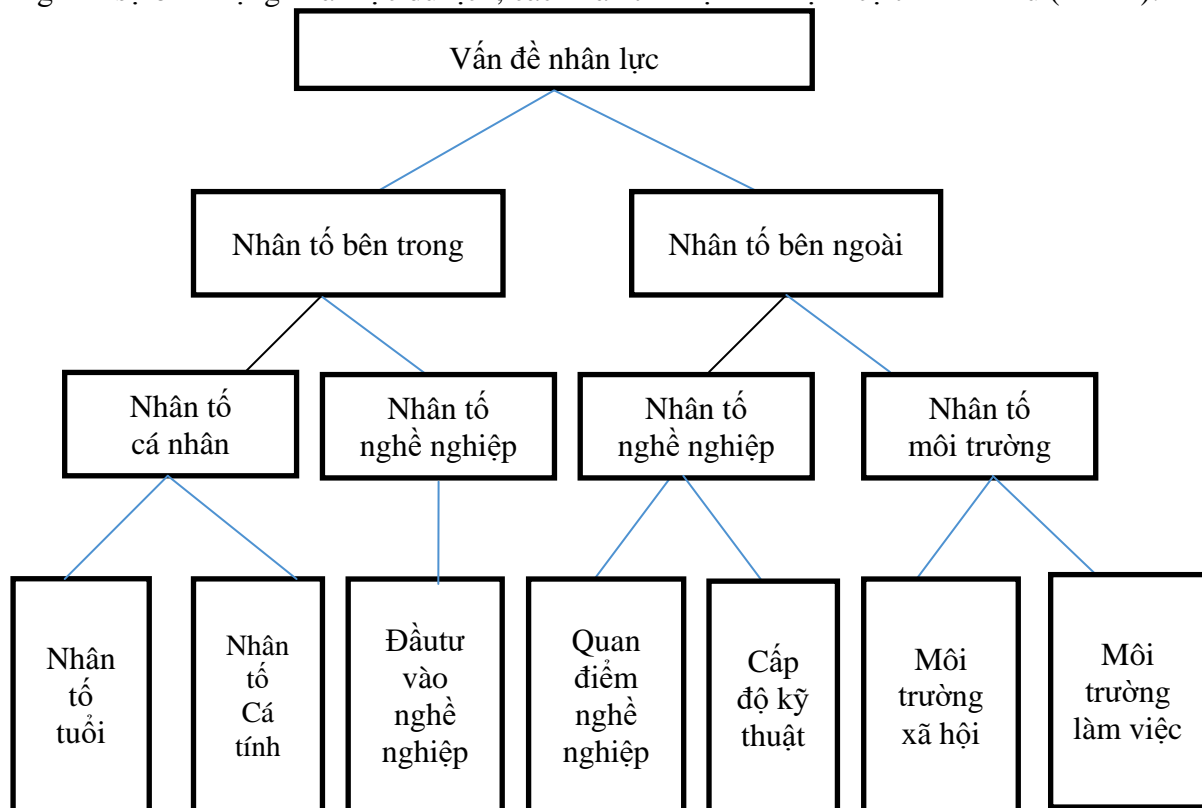
Đối với mô hình của Jinlou Shi (2007), khá nhiều các nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở áp dụng mô hình này trong nghiên cứu sự biến động nhân lực. Mô hình đã chỉ ra các nhân tố bên trong như thuộc tính cá nhân (tuổi, cá tính), nghề nghiệp của cá nhân (mức độ đầu tư vào nghề nghiệp của cá nhân); các nhân tố bên ngoài như môi trường bên ngoài (môi trường làm việc, môi trường xã hội); quan điểm về nghề nghiệp (quan niệm của xã hội đối với nghề nghiệp của cá nhân, đối với cấp độ phức tạp của nghề nghiệp về mặt kỹ thuật). Tuy nhiên, có thể thấy khi áp dụng mô hình này để phân tích sự biến động nhân lực du lịch thì kết quả đạt được sẽ rất chung chung; ngành Du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch khó có thể xác định được nhân tố nào là quan trọng nhất (hệ số quan trọng lớn nhất), tác động đến sự biến động nhân lực du lịch để từ đó thiết kế được công cụ quản trị sự biến động nguồn nhân lực này trong bối cảnh CMCN 4.0.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp nhằm tham khảo, tổng hợp và kế thừa các lý thuyết về nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0; sự biến động nguồn nhân lực này cũng như kết quả của các nghiên cứu liên quan đã được thực hiện để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0.

3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ BIẾN ĐỘNG NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Trong phạm vi bài viết và từ thực tiễn của sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, trên cơ sở mô hình của Jinlou Shi (2007), tác giả làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch; các nhân tố được xác định cụ thể như sau (hình 1):



Hình 1: Mô hình dòng nhân lực của Jinlou Shi (2007)

Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả

Như vậy, với việc xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến quản trị sự biến động nhân lực du lịch sẽ giúp cho ngành Du lịch, các doanh nghiệp du lịch có thêm công cụ và phương pháp khoa học nhằm phát hiện ra những nhân tố giữ vai trò quan trọng ảnh hưởng đến dòng chảy của nguồn nhân lực du lịch (dòng nhân lực du lịch); thiết kế các công cụ quản trị có hiệu quả nguồn nhân lực này như tăng cường dòng vào, thương lượng hợp đồng lao động ngắn hạn, thuê gia công các công việc về nguồn nhân lực,... trong thời gian tới.

Với khung nghiên cứu đề xuất này, có thể đặt ra các giả thuyết như sau:

- H1: Tuổi của người lao động càng cao thì khả năng thay đổi công việc của họ càng thấp.
- H2: Thâm niên trong công việc của người lao động càng cao thì khả năng thay đổi công việc của họ càng thấp.
- H3: Những người lao động có cá tính mạnh (năng động, tham vọng, ưa mạo hiểm,...) thì khả năng thay đổi công việc của họ càng cao.
- H4: Năng lực chuyên môn càng cao, khả năng thay đổi công việc của người lao động càng lớn.
- H5: Mức độ đầu tư vào nghề nghiệp của người lao động càng cao thì khả năng thay đổi của họ càng thấp.
- H6: Người lao động càng nhận được sự đánh giá cao của xã hội về nghề nghiệp, khả năng thay đổi công việc càng thấp.
- H7: Trình độ kỹ thuật của công việc càng cao, khả năng thay đổi công việc của người lao động càng giảm
- H8: Môi trường văn hóa không được chú trọng xây dựng làm tăng dòng ra của nguồn nhân lực (Nhân tố môi trường văn hóa)
- H9: Chính sách thu hút nhân lực của các đối thủ cạnh tranh làm tăng khả năng thay đổi công việc của người lao động.
- H10: Những nhân tố bên trong ảnh hưởng lớn đến khả năng thay đổi công việc của người lao động hơn các nhân tố bên ngoài.

Từ các giả thuyết nghiên cứu này có thể nhận định sơ bộ sự biến động nhân lực du lịch; thể hiện mối liên hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trong một mô hình nghiên cứu.

4. KẾT LUẬN

Trên cơ sở nghiên cứu cả hai mặt lý luận và thực tiễn, bài viết xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến sự biến động nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0. Việc xác định các nhân tố ảnh hưởng này cùng với các giả thuyết đặt ra sẽ giúp cho ngành Du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch có thêm phương pháp khoa học để phát hiện ra nhân tố nào giữ vai trò quan trọng nhất, nhân tố nào có tác động nhưng không đáng kể đối với sự biến động nhân lực du lịch; từ đó thiết kế các công cụ quản trị có hiệu quả dòng nhân lực du lịch trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và cách mạng công nghiệp 4.0.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Michael Beer và các cộng sự (1984), *Managing Human Assets*, The Free Press, New York (USA)
2. Dave Ulrich và Wayne Brockbank (2005), *The works of human resource: Flow of people and flow of performance management*, New York (USA)
3. Jinlou Shi (2007), *The Human Resources Flow Problem*, International Journal of Nonlinear Science, 3 (3)
4. Phạm Thế Anh và Nguyễn Thị Hồng Đào (2013), *Quản trị nguồn nhân lực và sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, 29 (4)
5. CIEM (2018), *Tác động Cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển nguồn nhân lực của Việt Nam*, Trung tâm Thông tin - Tư liệu
6. Đặng Thị Ngọc Hà (2010), *Ảnh hưởng của mức độ thỏa mãn công việc đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức tại các đơn vị vận tải đường bộ trên địa bàn TP HCM*
7. Hoàng Ngọc Hiền (2018), *Yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trước cách mạng công nghiệp 4.0*, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 6, 2018
8. Hồ Huy Tựu và Phạm Hồng Liêm (2012), *Sự gắn bó của nhân viên đối với công ty du lịch Khánh Hòa*, Tạp chí Phát triển kinh tế, 26.

PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH CỦA TỈNH QUẢNG NINH

*ThS. Đỗ Thị Thu Huyền
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Tỉnh Quảng Ninh 2 năm liên tiếp dẫn đầu Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh và là địa phương đi đầu cả nước về đổi mới tăng trưởng từ "nâu" sang "xanh". Đó là thành quả của 3 khâu đột phá chiến lược: hạ tầng đồng bộ, cải cách hành chính và nguồn nhân lực. Để thực hiện mục tiêu xây dựng tỉnh Quảng Ninh trở thành một trung tâm du lịch quốc tế, một trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, việc xây dựng nguồn nhân lực có chất lượng cao được coi là một trong những giải pháp chiến lược, tạo sự bứt phá cho ngành Du lịch. Chính vì vậy, bài viết của tác giả sẽ tổng quan cơ sở lý luận về nhân lực ngành du lịch; trình bày thực trạng nhân lực ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh, từ đó đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nhân lực ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh trong thời gian tới. Các giải pháp sẽ giúp cho các nhà quản lý, các nhà kinh doanh du lịch, các cơ sở đào tạo có thể ứng dụng trong thực tế nhằm phát triển nhân lực ngành du lịch của tỉnh.

Từ khóa: Du lịch, Kinh doanh du lịch, Nhân lực, Đào tạo, Phát triển.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động vào nhiều ngành, nhiều lĩnh vực ở nước ta, trong đó có ngành du lịch. Trong bối cảnh đó, đã có nhiều công trình nghiên cứu đến vấn đề cách mạng công nghiệp 4.0, điển hình phải kể đến công trình *Tổng luận “Cuộc CMCN lần thứ 4”* của Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia (2017) nghiên cứu các vấn đề cơ bản nhất về lịch sử các cuộc cách mạng công nghiệp đã diễn ra và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra hiện nay.

Bên cạnh đó, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định rõ 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". Tầm nhìn đến năm 2030: Quảng Ninh sẽ là một trung tâm du lịch đẳng cấp quốc tế; một địa bàn trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia; trung tâm công nghiệp văn hóa giải trí, nghỉ dưỡng; có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đồng bộ, hiện đại; có sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc chuyên nghiệp chất lượng cao; có thương hiệu mạnh và sức hấp dẫn toàn cầu; có năng lực cạnh tranh quốc tế; có điều kiện, năng lực liên kết, liên doanh với các hãng hàng không, các tập đoàn du lịch hàng đầu thế giới". Để thực hiện mục tiêu đó cần triển khai nhiều giải pháp, trong đó các giải pháp về phát triển nhân lực ngành du lịch luôn được đặt lên hàng đầu.

Cho đến nay, trên thế giới và Việt Nam đã có nhiều công trình nghiên cứu đến các vấn đề nhân lực nói chung và nhân lực du lịch nói riêng, trong đó các nghiên cứu cụ thể về phát triển nhân lực du lịch, đào tạo nâng cao chất lượng nhân lực ngành du lịch, ... có thể kể đến công trình *Nghiên cứu, đề xuất phát triển nhân lực ngành du lịch tỉnh Quảng Bình* là đề tài cấp tỉnh của PGS, TS. Lê Quân (2014), đề tài nghiên cứu các vấn đề lý luận cơ bản về nhân lực ngành du lịch, phân tích thực trạng nhân lực ngành du lịch tỉnh Quảng Bình, đánh giá thực trạng và đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển nhân lực du lịch của tỉnh; kết quả nghiên cứu của đề tài có thể được vận dụng để phát triển nhân lực du lịch tỉnh Quảng Ninh. Bài báo "*Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch - Hướng tới sự chuyên nghiệp*" do tác giả Vũ Thị Huyền của Sở Du lịch Quảng Ninh (2017) đăng trên báo Quảng Ninh đã chỉ ra hiện trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch tỉnh Quảng Ninh, công tác đào tạo nhân lực của tỉnh và đánh giá các hạn chế, từ đó đề xuất giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch để nâng cao chất lượng và tính chuyên nghiệp trong xu thế hội nhập nhằm phát triển bền vững. Tạp chí Du lịch Việt Nam số 6/2018 có bài của tác giả Hoàng Ngọc Hiền "*Yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trước cách mạng công nghiệp 4.0*" đã trình bày thực trạng vấn đề nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay, qua đó đề xuất một số giải pháp để nâng cao chất lượng nhân lực du

lịch trong thời gian tới và nhân lực du lịch Quảng Ninh cũng không ngoại lệ. Bài viết còn tham khảo cơ sở lý luận về du lịch, nhân lực du lịch ở một số các giáo trình của các tác giả như *Tổng quan về du lịch* của Vũ Đức Minh (2008), *Quản trị nhân lực căn bản* của Mai Thanh Lan và Nguyễn Thị Minh Nhân (2016),... Còn rất nhiều các bài viết trên các tạp chí, trang web cũng đã đề cập đến các vấn đề phát triển nhân lực du lịch, nâng cao chất lượng nhân lực du lịch, thực trạng nhân lực du lịch Quảng Ninh hiện nay và các vấn đề liên quan đến đào tạo nhân lực du lịch,... Tuy nhiên, cho đến nay chưa có công trình nghiên cứu nào nghiên cứu một cách toàn diện cả lý thuyết và thực tiễn về phát triển nhân lực ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh.

Trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung nghiên cứu vấn đề phát triển nhân lực ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh. Bài viết chủ yếu sử dụng dữ liệu thứ cấp được tổng hợp từ các nguồn sách, báo, tạp chí, các dữ liệu trực tuyến và phân tích theo mục tiêu nghiên cứu, từ đó có những đánh giá, làm cơ sở cho các đề xuất.

1. CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH

1.1. Cách mạng công nghiệp 4.0 - cơ hội và thách thức

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) tạo ra môi trường mà máy tính, tự động hoá và con người sẽ làm việc cùng nhau theo những cách thức hoàn toàn mới. Tại đây, robot và các loại máy móc sẽ được kết nối vào những hệ thống máy tính, những hệ thống này sẽ sử dụng các thuật toán để điều khiển mà không cần sự can thiệp của con người. CMCN 4.0 sẽ diễn ra trên 3 lĩnh vực chính gồm Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý. Trong đó, những yếu tố cốt lõi của Kỹ thuật số sẽ là trí tuệ nhân tạo (AI), vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data). Trong lĩnh vực công nghệ sinh học, CMCN 4.0 tập trung nghiên cứu để tạo ra những đột phá trong nông nghiệp, thủy sản, y dược, chế biến thực phẩm, bảo vệ môi trường, năng lượng hoá tái tạo, hoá học và vật liệu. Cùng với đó lĩnh vực vật lý với robot thế hệ mới, máy in 3D, xe tự lái, các vật liệu mới và công nghệ nano. Thực hiện CMCN 4.0 mang lại rất nhiều cơ hội nhưng cũng không khỏi vấp phải những khó khăn:

- Cơ hội: Áp dụng những đổi mới về công nghệ sẽ giúp quá trình sản xuất nhanh hơn, tốn ít sức người và dữ liệu được thu thập đầy đủ hơn. Chất lượng sản phẩm được đảm bảo do kiểm soát được từ khâu nguyên vật liệu cho đến khi thành hình và chuyển đến tay người tiêu dùng. Hơn nữa, con người sẽ không phải trực tiếp làm việc ở những môi trường làm việc nguy hiểm, giảm tỷ lệ tử vong, bệnh tật trong quá trình lao động.

- Thách thức: Nhiều lao động sẽ mất việc làm do bị máy móc thay thế. Các doanh nghiệp cũng gặp khó khăn trong việc tuyển dụng nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu của công việc. Điều này có thể dẫn tới sự bất bình đẳng, thậm chí là phá vỡ thị trường lao động. Ngoài ra, CMCN 4.0 đòi hỏi các doanh nghiệp phải thay đổi. Muốn tồn tại và phát triển, họ phải đầu tư và nâng cấp công nghệ, cùng lúc nâng cao chất lượng nhân sự. Những bất ổn về kinh tế sẽ dẫn đến những bất ổn về đời sống, thậm chí là chính trị. Công nghệ mới sẽ gây ra sự thay đổi về quyền lực, mối lo ngại về an ninh, làm tăng khoảng cách giàu nghèo. Bên cạnh đó, những thay đổi về cách thức giao tiếp trên Internet cũng đặt ra thách thức về bảo mật thông tin cho cả các hệ thống và cá nhân con người, phải làm gì để bảo mật khi dữ liệu có ở khắp mọi nơi và được trao đổi thường xuyên giữa các hệ thống.

Nói tóm lại, CMCN 4.0 sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến mọi lĩnh vực trong nền kinh tế của các quốc gia, trong đó có Việt Nam, nó mang đến cho chúng ta nhiều cơ hội nhưng cũng vô vàn thách thức và khó khăn.

1.2. Du lịch và nhân lực du lịch

1.2.1. Du lịch

Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) thuộc Liên Hiệp Quốc (UN), đưa ra định nghĩa: “*Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là làm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư*”.

Luật Du lịch Việt Nam (2017) định nghĩa: “*Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục*”.

nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”(Khoản 1, Điều 3).

Theo tác giả Vũ Đức Minh (2008): “*Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ nảy sinh từ sự tác động qua lại giữa khách du lịch, các nhà kinh doanh, chính quyền và cộng đồng dân cư địa phương trong quá trình thu hút và tiếp đón khách du lịch*”.

1.2.2. Nhân lực du lịch

Bàn về nhân lực nói chung trên thế giới và ở Việt Nam đã có rất nhiều các quan điểm được đưa ra. Có thể tham khảo khái niệm nhân lực của tác giả Mai Thanh Lan, Nguyễn Thị Minh Nhân (2016): “*Nhân lực trong tổ chức/ doanh nghiệp được hiểu là toàn bộ những người làm việc trong tổ chức/ doanh nghiệp được trả công, khai thác và sử dụng có hiệu quả nhằm thực hiện mục tiêu của tổ chức/ doanh nghiệp*”.

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,... Nhân lực 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. Cụ thể, nhân lực ngành du lịch bao gồm:

- *Nhân lực tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch:* Là các lao động trí óc, đòi hỏi có kiến thức tổng hợp về du lịch; có khả năng xây dựng các quy hoạch phát triển du lịch, định hướng phát triển du lịch quốc gia, địa phương; có kỹ năng xây dựng và điều phối các chương trình, sự kiện về du lịch ở quy mô quốc gia, tỉnh, thành phố. Nhóm nhân lực này chiếm số lượng nhỏ nhưng lại có vai trò quan trọng trong việc phát triển hoạt động du lịch của quốc gia và địa phương.

- *Nhân lực trực tiếp cung ứng và kinh doanh dịch vụ tại các đơn vị kinh doanh du lịch:* Trong khách sạn là nhân lực đảm nhận các công việc buồng, bàn, bar, bếp,... Trong kinh doanh lữ hành có nhân lực đảm nhận công tác điều hành tour du lịch, marketing du lịch và hướng dẫn du lịch,...

- *Nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh du lịch:* Chất lượng dịch vụ du lịch được cung cấp cho khách hàng phụ thuộc nhiều vào quan điểm, tư duy và phương pháp quản lý của nhóm nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh về du lịch, tổ chức kinh doanh du lịch như các khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành,...

- *Nhân lực hỗ trợ trong các đơn vị kinh doanh du lịch:* Nhóm này bao gồm nhân lực thuộc các phòng như phòng kế hoạch đầu tư; phòng tài chính-kê toán; phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp; phòng quản lý nhân sự cho đến các nhân viên; nhân viên tạp vụ... trong các công ty, khách sạn hoặc các đơn vị kinh doanh về du lịch.

1.2.3. Đặc điểm nhân lực ngành du lịch

Nhân lực ngành du lịch là một bộ phận của lao động xã hội tạo ra các sản phẩm dịch vụ du lịch nên nó mang đầy đủ các đặc điểm của lao động xã hội nói chung và mang các đặc điểm riêng biệt của lao động trong kinh doanh du lịch, đó là:

Nhân lực ngành du lịch được bố trí theo mức độ chuyên môn hóa cao. Sự chuyên môn hóa cao thể hiện ở việc bố trí lao động nhằm tối ưu sự gia tăng giá trị sản phẩm du lịch theo các nghiệp vụ tại các doanh nghiệp du lịch.

Nhân lực ngành du lịch có tính đa dạng và tổng hợp. Sản phẩm du lịch là sản phẩm dịch vụ, tạo ra theo một quy trình mang tính tổng hợp và đa dạng bao gồm nhiều yếu tố cấu thành từ các dịch vụ thành phần. Nhân lực du lịch vì thế mà hội tụ rất nhiều các đặc điểm, đóng nhiều vai trò như nhà nghiên cứu, nhà quản lý, nhà tổ chức, nhà kinh doanh, nhà ngoại giao, nhà tâm lý, nhà giáo, diễn viên, nhà viết kịch, nhà đạo diễn,...

Nhân lực ngành du lịch yêu cầu cao về kiến thức, tính chuyên nghiệp và văn hóa giao tiếp. Kinh doanh du lịch đòi hỏi lao động phải có kiến thức sâu rộng trong nhiều lĩnh vực cả khoa học tự nhiên và khoa học xã hội, khả năng ngoại ngữ và tin học tốt. Ngoài ra, lao động du lịch cần có chuyên môn giỏi, có sức khỏe, hình thức ưa nhìn, có phẩm chất tâm lý nhiệt tình, hăng say, năng động, tư duy sáng tạo và đặc biệt là tinh thần trách nhiệm cao.

Nhân lực ngành du lịch có tính thời vụ cao. Du lịch là lĩnh vực kinh doanh mang tính thời vụ, kinh doanh du lịch chịu ảnh hưởng bởi tính thời vụ. Lao động du lịch luôn biến đổi về cơ cấu, chịu sự tác động của yếu tố tự nhiên, yếu tố kinh tế xã hội, yếu tố tâm lý. Vào thời điểm chính vụ, lượng khách du lịch đông cần huy động một lượng lớn lao động, tuy nhiên vào trái vụ lại cần ít lao động. Điều này khiến cho đội ngũ lao động trong kinh doanh du lịch luôn biến động và gây khó khăn cho công tác tổ chức quản lý lao động.

Nhân lực ngành du lịch đòi hỏi cao về các phẩm chất tâm lý và thể lực. Đối tượng phục vụ là khách du lịch với sự đa dạng về quốc tịch, dân tộc, thành phần xuất thân, thói quen tiêu dùng, tuổi tác, giới tính, trình độ văn hóa, nghề nghiệp, khả năng thanh toán, đặc điểm tâm lý cá nhân, mục đích, động cơ chuyến đi... Mỗi khách du lịch có nhu cầu, sở thích, thị hiếu, tâm lý khác nhau. Do đó để đáp ứng được tất cả các đối tượng khách du lịch, nhân lực ngành du lịch phải hết sức khéo léo, linh hoạt, kiên trì, nhẫn nại và xử lý tốt các tình huống liên quan đến quá trình phục vụ du lịch. Mặt khác, lao động trong kinh doanh du lịch có thời gian và không gian làm việc thường không cố định, họ thường làm việc vào các ngày nghỉ, ngày lễ tết và hay phải đi công tác dài ngày. Vì vậy, nhân lực du lịch đòi hỏi phải có thể lực tốt, có sức khỏe trong quá trình phục vụ.

1.3. Phát triển nhân lực du lịch

Phát triển nhân lực du lịch là quá trình chủ động tạo ra sự thay đổi của nhân lực đáp ứng đòi hỏi về nhân lực cho sự phát triển du lịch trong từng giai đoạn phát triển của một quốc gia, vùng miền, địa phương. Đây là quá trình lâu dài bao gồm hình thức, phương pháp, chính sách và giải pháp cụ thể cho từng giai đoạn cụ thể. Phát triển nhân lực du lịch còn là cách làm tăng giá trị sử dụng con người trong quá trình phát triển con người, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch.

Các chỉ số đánh giá phát triển nhân lực du lịch bao gồm:

- Số lượng nhân lực du lịch: Nói đến nhân lực của bất kỳ một tổ chức, một địa phương hay một quốc gia thì cần trả lời câu hỏi “Có bao nhiêu người và sẽ có thêm bao nhiêu người nữa trong tương lai?”. Sự phát triển về số lượng nhân lực dựa trên hai nhóm yếu tố: những yếu tố bên trong như nhu cầu thực tế công việc đòi hỏi phải tăng số lượng lao động và những yếu tố bên ngoài như sự gia tăng cơ học về dân số hay lực lượng lao động do di dân, xuất khẩu lao động...;

- Chất lượng nhân lực du lịch: Chất lượng nhân lực thể hiện ở trí tuệ, trình độ, sự hiểu biết, đạo đức, kỹ năng, sức khỏe, thẩm mỹ... của người lao động. Trong các yếu tố trên thì trí lực và thể lực là hai yếu tố quan trọng trong việc xem xét đánh giá chất lượng nhân lực;

- Cơ cấu nhân lực du lịch: Cơ cấu nhân lực là yếu tố không thể thiếu khi xem xét đánh giá về nhân lực. Cơ cấu nhân lực thể hiện trên các phương diện khác nhau như: cơ cấu trình độ đào tạo, giới tính, độ tuổi... Cơ cấu nhân lực của một quốc gia nói chung được quyết định bởi cơ cấu đào tạo và cơ cấu kinh tế theo đó sẽ có một tỉ lệ nhất định nhân lực. Đối với nước ta, tình trạng thừa thầy thiếu thợ đã tồn tại từ nhiều năm qua, tức là số người có trình độ đại học, trên đại học nhiều hơn số công nhân kỹ thuật.

2. THỰC TRẠNG NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH CỦA TỈNH QUẢNG NINH

2.1. Tình hình nhân lực ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh

Bảng 1: Lực lượng lao động ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh năm 2018

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng
1	Tổng số lao động toàn tỉnh	Người	733.500
	Lao động đã qua đào tạo	%	71
2	Lao động ngành du lịch	Người	70.000
	Trong đó:		
	- Lao động trực tiếp	Người	30.000
	- Lao động gián tiếp	Người	40.000

Nguồn: Sở Du lịch Quảng Ninh

Hiện nay, quy mô lực lượng lao động của tỉnh là 733.500 người với tỷ trọng lao động các khu vực kinh tế có sự chuyển dịch theo hướng giảm dần ở khu vực nông, lâm, ngư nghiệp, tăng dần ở khu vực công nghiệp, xây dựng - thương mại, dịch vụ. Trong đó ngành Du lịch Quảng Ninh có khoảng 30.000 lao động trực tiếp và 40.000 lao động gián tiếp thể hiện qua bảng 1. Tỷ lệ lao động qua đào tạo

toàn tỉnh đạt 71%, trong đó tỷ lệ lao động qua đào tạo được cấp chứng chỉ, bằng cấp là 41%, số công nhân kỹ thuật không có bằng, chứng chỉ nhưng được tính là lao động qua đào tạo 30%...

Trong đó, lao động trực tiếp có trình độ đại học, cao đẳng nghề chiếm 40%; trung cấp nghề chiếm 23%; sơ cấp nghề chiếm 22%; lao động phổ thông là 13%. Riêng khối khách sạn là 13.000 lao động; lữ hành 1.200 lao động; các khu, điểm du lịch là 5.000 lao động; nhà hàng, điểm mua sắm 4.000 lao động; phương tiện vận chuyển 5.000 lao động (tàu du lịch 3.000 lao động) thể hiện qua bảng 2.

Bảng 2: Phân bố lao động trực tiếp ngành du lịch năm 2018

Lao động trực tiếp ngành du lịch	Trình độ lao động (%)					
	Đại học & CĐ nghề		Trung cấp	Sơ cấp nghề	Phổ thông	Khác
	40		23	22	13	2
	Lĩnh vực kinh doanh (Người)					
	Khách sạn	Lữ hành	Khu, điểm du lịch	Nhà hàng, điểm mua sắm	Phương tiện vận chuyển	Khác
	13.000	1.200	5.000	4.000	5.000	1.800

Nguồn: Sở Du lịch Quảng Ninh

Trên địa bàn tỉnh hiện nay có khoảng hơn 1.350 cơ sở lưu trú du lịch với gần 20.000 phòng; hơn 500 tàu du lịch với hơn 20.500 chỗ ngồi; 170 tàu lưu trú với gần 2.000 phòng. Nhiều khu du lịch, nghỉ dưỡng, cơ sở giải trí đang hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu cao của du khách. Điều này đòi hỏi một lực lượng lớn lao động du lịch có chất lượng cao mới đáp ứng được nhu cầu khách du lịch.

2.2. Tình hình sử dụng và mức độ đáp ứng yêu cầu công việc

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia du lịch, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, ý thức, thái độ, phong cách làm việc của lao động thuộc các doanh nghiệp du lịch của tỉnh Quảng Ninh có sự chênh lệch đáng kể. Đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các khách sạn 4 - 5 sao, tàu lưu trú du lịch, nhân lực được đào tạo bài bản theo yêu cầu phục vụ của doanh nghiệp, nên trình độ khá cao và chuyên nghiệp; trong khi đó, với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, hộ kinh doanh cá thể,... thường sử dụng lao động có trình độ thấp, đào tạo nghiệp vụ ngắn hạn và lao động phổ thông nên trình độ thấp và thiếu chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, số lượng hướng dẫn viên tại các điểm du lịch trình độ chuyên môn còn nhiều hạn chế, số lượng hướng dẫn viên sử dụng các ngoại ngữ hiếm như: Tây Ban Nha, Hàn Quốc, Thái Lan,... còn rất ít, chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

2.3. Hệ thống đào tạo nhân lực ngành du lịch trên địa bàn tỉnh

Trong những năm gần đây, công tác đào tạo nhân lực du lịch đã được các cấp, ngành, doanh nghiệp quan tâm chú trọng, tập trung đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề và ngoại ngữ, với hình thức đào tạo mới và đào tạo bồi dưỡng. Tỉnh Quảng Ninh cũng đã dành nguồn lực nhất định từ ngân sách nhà nước để tổ chức thực hiện, đồng thời công tác xã hội hoá đào tạo cũng đã được thúc đẩy. Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, tỉnh đã ký kết với các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ về du lịch tại các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước.

Cùng với sự quan tâm của các cấp, ngành địa phương, công tác đào tạo nguồn nhân lực của tỉnh đã tranh thủ được nguồn ủng hộ của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch thông qua dự án của tổ chức EU, tính từ tháng 10-2012 đến 2016, dự án EU đã tổ chức được 46 khoá tập huấn về du lịch có trách nhiệm với 3.791 nhân lực từ các doanh nghiệp và của 12/14 địa phương trong tỉnh, tham gia tổ chức các khoá đào tạo viên VTOS. Mặt khác với sự vào cuộc mạnh mẽ của các cấp, ngành, Trường Đại học Hạ Long đã được thành lập, theo đó tại trường đã có 9 khoa đào tạo chuyên ngành và các trung tâm, trong đó có khoa đào tạo chuyên sâu về du lịch. Đầu năm nay, Sở Du lịch cũng đã phối hợp với Trường Đại học Hạ Long, Hiệp hội Đào tạo du lịch Việt Nam ký kết hợp tác phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho du lịch Quảng Ninh.

Theo đánh giá của lãnh đạo ngành du lịch, so với những năm trước đây, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch được chú trọng, nâng lên một bước, không chỉ về số lượng mà còn cả về chất lượng đào tạo. Việc phát triển nguồn nhân lực của ngành du lịch đang được triển khai đồng bộ. Từ việc xây dựng quy hoạch dài hạn, tổng thể đến xây dựng kế hoạch, chương trình, thực hiện các biện pháp có tính chất cấp bách, thường xuyên và đã có được những kết quả nhất định góp phần

nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch Quảng Ninh. Nhìn chung, nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch trên địa bàn tỉnh hiện nay đã có sự chuyển biến rõ rệt, đổi mới, nâng cao về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, từng bước đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh du lịch theo cơ chế thị trường. Hiện tại, ngày càng có nhiều doanh nghiệp áp dụng mô hình quản trị nguồn nhân lực tiên tiến, làm tốt các khâu tuyển chọn, đào tạo bồi dưỡng, sử dụng nguồn nhân lực. Đặc biệt, những doanh nghiệp du lịch lớn có đội ngũ lao động chất lượng khá, được đào tạo bài bản, chính quy, có ý thức, thái độ nghề nghiệp nghiêm túc, kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ khá chuyên nghiệp, đáp ứng tốt yêu cầu của công việc.

2.4. Dự báo nhu cầu nhân lực ngành du lịch tỉnh Quảng Ninh

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn 2030, đã xác định Quảng Ninh tập trung phát triển du lịch bền vững theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, hiệu quả. Quảng Ninh đặt ra mục tiêu đến năm 2020, tổng khách du lịch đạt 15 triệu lượt, trong đó có 7 triệu lượt khách quốc tế. Thời gian lưu trú trung bình của du khách đạt từ 3 ngày trở lên, tổng doanh thu đạt 30.000 - 40.000 tỷ đồng. Thu ngân sách từ hoạt động du lịch đạt 10 - 15% thu nội địa, giải quyết việc làm cho khoảng 130.000 người.

Để thực hiện mục tiêu đó, ngành Du lịch tỉnh đã và đang triển khai nhiều giải pháp, trong đó đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là yếu tố hàng đầu. Theo đó, thời gian tới tỉnh dành nguồn lực nhất định từ ngân sách nhà nước để tổ chức thực hiện, đồng thời công tác xã hội hóa đào tạo cũng đã được thúc đẩy, tập trung đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề và ngoại ngữ, với hình thức đào tạo mới và đào tạo bồi dưỡng. Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, tỉnh đã ký kết với các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ về du lịch tại các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước...

Nhìn vào bức tranh tổng thể nhân lực du lịch Quảng Ninh những năm gần đây, mặc dù đã có sự thay đổi đáng kể cả về số lượng và chất lượng nhưng chưa thực sự tương xứng với tiềm năng vốn có và tốc độ cũng như tương lai phát triển mạnh mẽ của du lịch Quảng Ninh. Hiện nay lực lượng lao động của ngành du lịch tuy ngày càng đông đảo, hùng hậu hơn nhưng vẫn còn những hạn chế, bất cập:

- Chất lượng đội ngũ lao động du lịch ở một số nơi vẫn còn thấp, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ chưa đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của công việc.
- Thực tế số lượng lao động du lịch qua đào tạo, có trình độ vẫn còn ít, lao động chưa qua đào tạo còn nhiều.
- Thiếu sự đầu tư nước ngoài và hợp tác quốc tế trong đào tạo và phát triển nhân lực ngành du lịch của tỉnh.
- Nhận thức của người dân địa phương đối với phát triển du lịch còn chưa cao vì người dân cho rằng nghề du lịch không ổn định, sự đầu tư mạnh mẽ trong du lịch sẽ phá vỡ hệ cảnh quan thiên nhiên, làm ô nhiễm môi trường.

3. ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH CỦA TỈNH QUẢNG NINH

Trong bối cảnh khách du lịch trong nước và quốc tế đến với Quảng Ninh ngày càng đông, nghỉ dưỡng dài ngày, ngoài việc đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển các loại hình và sản phẩm du lịch đặc thù, chất lượng cao để thu hút khách thì việc đào tạo, phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch là nhân tố có ý nghĩa hàng đầu. Vì vậy, Quảng Ninh cần tập trung làm tốt các biện pháp sau nhằm phát triển nhân lực ngành du lịch:

- *Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch:* Cần tổ chức rà soát, khảo sát điều tra chất lượng nguồn nhân lực du lịch của tỉnh để làm cơ sở cho việc thống kê, xây dựng kế hoạch đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực du lịch dài hạn, theo lộ trình từng thời kỳ, giai đoạn phát triển của ngành, trong đó cần ưu tiên bồi dưỡng các kỹ năng về chuyên môn, văn hóa ứng xử và ngoại ngữ. Thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng nâng cao chuyên môn cho nguồn nhân lực du lịch; tăng cường đầu tư và huy động mọi nguồn lực tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn để nâng cao nhận thức về phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm, khả năng ngoại ngữ, trình độ chuyên môn và tính chuyên nghiệp của đội ngũ cán bộ quản lý Nhà nước, các cơ sở kinh doanh du lịch và cộng

đồng dân cư; cử cán bộ, chuyên viên tham gia các khóa học về quản lý du lịch trong và ngoài nước; tổ chức thường xuyên các lớp bồi dưỡng kiến thức về quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch cho tất cả đội ngũ lao động du lịch trên địa bàn...

- *Đối với các cơ sở đào tạo*: Thống nhất năng lực tiếng Anh cho các cơ sở đào tạo vì tiếng Anh là phương tiện quan trọng đầu tiên giúp chúng ta tiếp cận hiệu quả hơn với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Xây dựng quy định về điều kiện cơ sở thực hành áp dụng cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Việt Nam đó là các cơ sở đào tạo cần đồng bộ trong việc trang bị phòng thực hành cùng với các phần mềm quản lý. Xây dựng quy định về chất lượng giảng viên áp dụng cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Việt Nam, các giảng viên tham gia giảng dạy tại các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch phải có chứng chỉ nghề du lịch Việt Nam. Áp dụng thống nhất về đề cương, bài giảng theo bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch VTOS và bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Việt Nam. Gắn kết giữa nhà trường với doanh nghiệp và các tổ chức, hiệp hội du lịch trong nước, khu vực và thế giới bằng việc xây dựng cơ chế mới cho hoạt động đào tạo theo đơn đặt hàng của các doanh nghiệp kinh doanh về du lịch.

- *Đối với các doanh nghiệp du lịch*: Cần chú trọng đổi mới hơn nữa nội dung đào tạo tại doanh nghiệp như đổi mới giáo trình giảng dạy, phương thức đào tạo phù hợp với đối tượng và nhu cầu hiện tại; liên kết với các trường, mời giảng viên có uy tín chuyên ngành du lịch truyền đạt, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm trong hoạt động du lịch để người lao động dễ tiếp cận và tiếp thu tốt hơn. Tăng cường hợp tác quốc tế về đào tạo nguồn nhân lực du lịch nhằm góp phần từng bước chuyên nghiệp hóa nhân lực trong ngành du lịch, nâng cao chất lượng nhân lực ngang tầm đẳng cấp khu vực và quốc tế. Từ đó, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, xây dựng hình ảnh điểm đến Quảng Ninh an toàn, thân thiện, mến khách, thu hút khách du lịch trong và ngoài nước đến với Quảng Ninh, biến điểm đến Quảng Ninh trở thành điểm đến mang tầm cỡ quốc tế.

- *Đối với người dân địa phương*: Tăng cường các hoạt động tuyên truyền giáo dục để nâng cao nhận thức mỗi người dân về đặc điểm của ngành nghề du lịch, nhấn mạnh các ưu thế (có cơ hội giao tiếp rộng, tiếp cận được văn hóa của nhiều nước, công việc không đơn điệu,...); chỉ rõ những khó khăn, thử thách của nghề nghiệp (làm việc vào các ngày, giờ nghỉ, cường độ làm việc,...); đồng thời, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của cộng đồng và các ngành, các cấp về vai trò vị trí du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh để mọi người cùng hưởng ứng và tham gia có trách nhiệm vào các hoạt động du lịch tại địa phương.

Quảng Ninh có nhiều lợi thế để phát triển du lịch, là điểm đến du lịch nổi tiếng không chỉ đối với du khách trong nước mà còn với cả khách nước ngoài. Ngành Du lịch Quảng Ninh trong những năm qua đã có sự tăng trưởng đáng kể, nâng cao vai trò, vị thế của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội của toàn tỉnh. Để hướng tới sự phát triển du lịch nhanh và bền vững trong tương lai thì phát triển nguồn nhân lực chính là yếu tố quyết định.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia (2017), *Tổng luận “Cuộc CMCN lần thứ 4”*
2. Hoàng Ngọc Hiền (2018), *Yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trước cách mạng công nghiệp 4.0*, Tạp chí Du lịch Việt Nam số 6/2018
3. Vũ Thị Huyền (2017), *Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch - Hướng tới sự chuyên nghiệp*, Báo Quảng Ninh ngày 02/7/2017
4. Mai Thanh Lan, Nguyễn Thị Minh Nhàn (2016), *Giáo trình Quản trị nhân lực căn bản*, NXB. Thống kê
5. Vũ Đức Minh (2008), *Giáo trình Tổng quan du lịch*, NXB. Thống kê
6. Lê Quân (2014), *Nghiên cứu, đề xuất phát triển nhân lực ngành du lịch tỉnh Quảng Bình*, Đề tài NCKH cấp tỉnh.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC CÁC CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Dương Thị Hồng Nhung
Trưởng Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Thế giới đã bước vào cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, một cuộc cách mạng mới gắn liền với những đột phá chưa từng có về công nghệ, liên quan đến kết nối Internet, điện toán đám mây, công nghệ cảm biến, thực tế ảo, ... Cuộc cách mạng này đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi yếu tố, mọi lĩnh vực của tất cả các quốc gia, trong đó có yếu tố về trình độ của lao động du lịch Việt Nam. Bài viết của tác giả đưa ra cái nhìn bao quát về cơ hội và những thách thức đặt ra đối với nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, từ đó đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm tận dụng cơ hội, khắc phục và vượt qua những thách thức của Cách mạng công nghệ 4.0, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đảm bảo chất lượng sản phẩm du lịch tạo ra, vừa thích ứng với môi trường mới, vừa có khả năng cạnh tranh với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực du lịch, cơ hội và thách thức, Việt Nam

Hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 không chỉ tác động đến công nghiệp mà còn tạo đột phá, đem những thành tựu vượt bậc của công nghệ số tới mọi lĩnh vực, trong đó có ngành du lịch. Lĩnh vực kinh doanh du lịch cũng sẽ chịu sự tác động không nhỏ, đặc biệt khi du lịch được xem là lĩnh vực ưu tiên trong chiến lược phát triển của Việt Nam, “*Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước*” - như chỉ đạo của Bộ Chính trị trong Nghị quyết số 08-NQ/TW ban hành ngày 16-1-2017. Sự tác động này đã và đang mang lại nhiều cơ hội và thách thức đối với lực lượng lao động của ngành.

1. NHỮNG CƠ HỘI ĐỐI VỚI NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Sự ra đời và phát triển của CMCN 4.0 mang lại rất nhiều cơ hội cho đội ngũ lao động du lịch Việt Nam. Cụ thể là:

- Lao động tại Việt Nam hiện nay phần lớn là lực lượng lao động trẻ, có khả năng thích nghi công nghệ mới rất nhanh, điều này đặc biệt phù hợp trong bối cảnh Việt Nam đang phát triển một chiến lược về khoa học, công nghệ và đổi mới được định hướng bởi “*Tầm nhìn Việt Nam 2035*”, nơi công nghệ sẽ được áp dụng cho tất cả các ngành và lĩnh vực. Việt Nam hiện có một đội ngũ nhân lực khá dồi dào so với nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Hiện nay, nước ta có trên 49,2 triệu người trong độ tuổi lao động trên tổng số 85,79 triệu người (chiếm 57,3%), đứng thứ 3 ở Đông Nam Á (sau In-đô-nê-xi-a và Phi-líp-pin) và đứng thứ 13 trên thế giới về quy mô dân số. Số người trong độ tuổi từ 20 đến 39 khoảng 30 triệu người, chiếm 35% tổng dân số và chiếm 61% lực lượng lao động, đây là lực lượng có thể thích nghi nhanh với sự biến đổi công nghệ, có khả năng tiếp thu và ứng dụng công nghệ rộng rãi và có chiều sâu. Sức trẻ là đặc điểm nổi trội, là tiềm năng nguồn nhân lực Việt Nam, là yếu tố rất thuận lợi cho sự phát triển của nền kinh tế nói chung và của ngành du lịch nói riêng.

- Xã hội càng phát triển, nhu cầu của con người ngày càng cao. Trong lĩnh vực du lịch, yêu cầu về chất lượng và sự đa dạng của sản phẩm du lịch có xu hướng phát triển không ngừng. Ứng dụng thành quả công nghệ 4.0 sẽ hỗ trợ rất lớn khả năng của lực lượng lao động trong ngành. Qua đó vừa tiết kiệm sức lao động, vừa đảm bảo công việc an toàn và thu nhập du lịch cao hơn khi công nghệ thay thế dần sức lao động của con người.

2. NHỮNG THÁCH THỨC VỚI NHÂN LỰC DU LỊCH KHI TRIỂN KHAI ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ 4.0

Bên cạnh những cơ hội, CMCN 4.0 cũng mang lại rất nhiều thách thức cho đội ngũ lao động du lịch của Việt Nam. Cụ thể như:

- Cạnh tranh gay gắt về nhân lực du lịch: Sự cạnh tranh gay gắt về nguồn nhân lực du lịch sẽ xảy ra trong một số lĩnh vực công nghệ đang bắt đầu được ứng dụng rộng rãi vào thực tiễn. Một

công nghệ đã được thử thách và đang được triển khai mạnh mẽ vào thực tiễn đang tạo áp lực tuyển dụng, phát triển nguồn nhân lực liên quan. Ngay tại Việt Nam, nhân lực trong các ngành về trí thông minh nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT), xe ô tô tự lái, thuyết minh tự động tại điểm, tư vấn viên online tự động, Robotic... đang được săn lùng ráo riết và trả mức lương rất khủng. Chi phí tiền lương cho nhóm lao động này có thể tăng tới 50%-100%/năm trong một vài năm qua.

Trong bối cảnh đó, số lượng nhân sự đông hiện không còn là một lợi thế cạnh tranh nữa. Với công nghệ, các công ty du lịch có thể phối hợp và triển khai những công việc mà trước đây chỉ các công ty lớn mới có thể làm được. Ví dụ Airbnb là công ty về dịch vụ phòng trọ có doanh số tương đương tổ hợp khách sạn Marriott nhưng lại có số nhân viên chỉ bằng 2,5%. Như vậy, rõ ràng lực lượng cốt lõi của Airbnb là lực lượng rất khác biệt và họ chủ yếu tập trung vào ứng dụng công nghệ theo các mô hình kinh doanh mới để tạo năng lực cạnh tranh khác biệt.

- Yêu cầu về trình độ ngày càng cao: CMCN 4.0 yêu cầu nhân lực có trình độ cao. Những nhân lực trình độ thấp dần dần được thay thế bởi máy móc, tự động. Phát triển thị trường lao động có tổ chức, chất lượng cao trở thành đòi hỏi bức xúc và công cụ đắc lực để hỗ trợ và phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch. Từ trước tới nay, Du lịch Việt Nam hoạt động vẫn dựa vào việc sử dụng lao động du lịch giá rẻ và khai thác tài nguyên du lịch thiên nhiên và du lịch văn hóa có sẵn. Năng lực thực hiện của nguồn nhân lực du lịch nói chung và nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng chưa cao. Và đây chính là thách thức lớn nhất khi du lịch, với vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn phải đối diện với cuộc cách mạng này. Phải thẳng thắn thừa nhận, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay thiếu hụt về số lượng, hạn chế về chất lượng và bất cập về cơ cấu. Các điểm yếu này bộc lộ rất rõ đối với lực lượng nhân lực chất lượng cao trong cuộc CMCN 4.0. Theo Tổng cục Du lịch, cả nước hiện nay có trên 1,3 triệu lao động du lịch (cả trực tiếp và gián tiếp), chiếm 2,5% tổng lao động cả nước, trong đó chỉ 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo ngành nghề khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được đào tạo tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao thì vừa thiếu, vừa yếu còn số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại rất lớn. Một trong những điểm yếu của lao động du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực như: Singapore, Thái Lan, Philippines... là sử dụng ngoại ngữ kém hơn. Chỉ có 60% lao động du lịch biết sử dụng ngoại ngữ, trong đó chủ yếu tiếng Anh (42%), còn lại tiếng Trung (5%), tiếng Pháp (4%) và một vài ngoại ngữ khác. Tuy nhiên, số lao động du lịch có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chiếm tỷ lệ thấp (khoảng 15%), chủ yếu là bộ phận hướng dẫn viên và lễ tân khách sạn. Cũng có khoảng 60% lao động du lịch biết sử dụng máy tính phục vụ công việc nhưng chủ yếu chỉ đáp ứng các công việc đơn giản.

- Bất cập trong cơ cấu lao động do lực lượng lao động sống có xu hướng bị dư thừa: Khi tự động hóa thay thế con người trong toàn bộ nền kinh tế, người lao động sẽ bị dư thừa và phân hóa cao. Tự động hóa ảnh hưởng đến công việc văn phòng, bán hàng, dịch vụ khách hàng, và ngành hỗ trợ trong lĩnh vực du lịch. Tự động hóa, báo cáo tự động và trợ lý ảo sẽ trở nên phổ biến. “Robot tư vấn” trong du lịch là điện thoại, máy tính bảng... Mặc dù hoạt động du lịch rất khó cơ giới hóa và tự động hóa nhưng công nghệ 4.0 vẫn có khả năng thay thế dần lao động sống, nhất là lao động thủ công trong toàn bộ dây chuyền của hoạt động du lịch, máy móc và trí tuệ nhân tạo thay thế sức người, nhu cầu sử dụng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao tăng lên trong khi nhu cầu sử dụng lao động năng lực thấp ngày càng giảm. Điều này sẽ tạo áp lực lớn đối với thị trường lao động du lịch Việt Nam - một trong các quốc gia đang phát triển, sẽ đối mặt với tình trạng dư thừa lao động và gia tăng thất nghiệp. CMCN 4.0 có thể tạo ra nguy cơ phá vỡ thị trường lao động du lịch. Lúc này lao động giá rẻ sẽ không còn là lợi thế cạnh tranh của các thị trường mới nổi, trong đó có Việt Nam nữa. Đặc biệt CMCN 4.0 không chỉ đe dọa việc làm của những lao động du lịch trình độ thấp mà ngay cả lao động du lịch có kỹ năng bậc trung cũng sẽ bị ảnh hưởng, nếu như họ không được trang bị những kỹ năng mới - kỹ năng sáng tạo cho du lịch.

- Khó dự đoán xu hướng để đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch: Một trong những thách thức đáng chú ý là khó dự đoán xu hướng để có thể đầu tư phát triển nguồn nhân lực cho tương lai. Như đã đề cập, tới năm 2025, có tới 80% công việc sẽ là những công việc mới mà chưa từng có ở thời điểm hiện nay. Thực tế, ngay ở Việt Nam, một số nghề cũng đang biến mất, ví dụ như nghề xe ôm tự do đã bắt đầu biến mất khi Grab ra đời. Nhiều đại lý du lịch, thay vì mở rộng mạng lưới như

trước đây thì bắt đầu phải thu hẹp mạng lưới do người dân đã bắt đầu quen với các ứng dụng tư vấn online và cách thức giao dịch trên mạng qua các phần mềm nhiều hơn và do đó, không còn cần tới đại lý để giao dịch, vì vậy, nghề tư vấn bán tour tại các đại lý du lịch có thể dần biến mất. Các ngành nghề lặp đi lặp lại với quy trình cụ thể như kế toán, đặt phòng, giới thiệu thông tin điểm đến có thể được thay thế bằng người máy với trí tuệ nhân tạo.

Theo TS. Nguyễn Văn Lưu (nguyên phó Vụ trưởng Vụ Đào tạo Bộ VHTTDL), do khó dự đoán xu hướng phát triển nhân lực trong tương lai nên việc định hướng chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa cụ thể, còn manh mún và thiếu đồng bộ. Công tác dự báo nhu cầu nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, mang tính dài hạn cho phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của cả cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, của Hiệp hội nghề nghiệp du lịch, các viện nghiên cứu phát triển du lịch và liên quan đến du lịch, doanh nghiệp du lịch... cũng hạn chế. Cơ cấu giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch theo ngành, nghề, trình độ, vùng miền, độ tuổi, giới tính chưa được quy hoạch lâu dài. Các cơ sở đào tạo về du lịch không đủ thông tin về cung - cầu trên thị trường lao động du lịch nên không khỏi mò mẫm trong xây dựng chương trình cụ thể cho ngành, nghề, xác định chỉ tiêu và trình độ đào tạo hằng năm sát với thực tế. Đây cũng là thách thức rất lớn với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0.

3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ỨNG DỤNG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Trước những cơ hội và thách thức đối với nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0 cần phải có hệ thống giải pháp đồng bộ, phù hợp để tận dụng các cơ hội, khắc phục và vượt qua các thách thức, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Trong các thách thức đặt ra, vấn đề cốt lõi vẫn nằm ở chỗ chất lượng nguồn nhân lực du lịch hiện nay vẫn chưa đảm bảo, dẫn đến sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa trí tuệ con người với trí tuệ nhân tạo, hậu quả có thể là lực lượng lao động sông trong xã hội sẽ mất dần vai trò, vị trí của mình. Điều này cũng gây ra nhiều khó khăn trong công tác dự báo và định hướng phát triển nhân lực du lịch trong tương lai. Do vậy, đề xuất các giải pháp nhằm tận dụng cơ hội, vượt qua những thách thức về nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0 thực chất vẫn là hệ thống các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch hiện nay.

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, lĩnh vực chủ yếu tạo nguồn và có ảnh hưởng quyết định trực tiếp chất lượng nguồn nhân lực chính là công tác giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch. Vì vậy, trước tiên cần tiếp tục phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về du lịch đảm bảo liên kết chặt chẽ và cân đối giữa các bậc đào tạo, ngành nghề đào tạo. Chú trọng mở rộng đào tạo trình độ đại học và sau đại học tại các cơ sở du lịch hiện có. Mặt khác mở rộng phát triển giáo dục nghề nghiệp du lịch. Đầu tư mọi mặt cho các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch. Có cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp liên kết với nhà trường mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ, tại các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch, công lập, ngoài công lập và các cơ sở có vốn đầu tư của nước ngoài.

Ngoài ra, có thực tế là hiện nay, các cơ sở đào tạo không thể vẫn sử dụng phương pháp cũ, thiếu tính tương tác, thiếu thực tiễn của mô hình sản xuất mới để đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng sự phát triển và ứng dụng nhanh chóng của công nghệ hiện đại từ cuộc CMCN 4.0. Điều này sẽ dẫn đến nguy cơ tụt hậu và đào thải rất cao. Hệ thống đào tạo cả nước cần sớm đổi mới nội dung và chương trình đào tạo nhằm đáp ứng trước những thay đổi từ thực tiễn, ví dụ như giảm thời gian lý thuyết, tăng thời gian thực hành, nâng cao cơ sở vật chất đào tạo.

Hai là, đổi mới phương thức đào tạo và quản trị đại học, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số vào trong hoạt động giảng dạy và nâng cao năng lực và chất lượng của đội ngũ giáo viên, cán bộ quản lý. Để đáp ứng yêu cầu đào tạo trong môi trường mới, đội ngũ giảng viên phải có những năng lực mới, năng lực sáng tạo và do đó đòi hỏi phải có những phẩm chất mới trên cơ sở chuẩn hóa, thông qua các hoạt động đào tạo, tự đào tạo và bồi dưỡng kiến thức chuyên môn về du lịch. Bên cạnh hoạt động đào tạo, cần tích cực tham gia công tác nghiên cứu khoa học để nâng cao trình độ, kiến thức chuyên môn, gắn nghiên cứu với các hoạt động chuyển giao tại các địa

phương, đặc biệt chú trọng các nghiên cứu mang tính ứng dụng cao, có thể triển khai hiệu quả tại các vùng, các điểm du lịch.

Ba là, cần đẩy mạnh công tác dự báo nhu cầu thị trường nhân lực du lịch trong tương lai gần và xa hơn. Đây là nội dung cần được đặc biệt quan tâm, bởi cuộc CMCN 4.0 sẽ có tác động rất lớn tới cơ cấu của nền kinh tế, khả năng suy giảm, thậm chí mất đi của nhiều ngành nghề cũng như sự xuất hiện mới của những ngành nghề trong tương lai là hoàn toàn có thể xảy ra, điều này sẽ dẫn tới những thay đổi rất lớn trong cơ cấu việc làm. Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần xác định rõ mục tiêu, quy mô, phương hướng phát triển của ngành du lịch, xây dựng quy hoạch, chiến lược để phát triển du lịch, đặc biệt là về nhân lực du lịch, nhằm đảm bảo sự tương thích và chủ động với xu thế phát triển du lịch thời đại mới.

KẾT LUẬN

Theo ý kiến của nhiều chuyên gia, cuộc CMCN 4.0 sẽ làm biến đổi lớn đến tất cả các lĩnh vực của đời sống. Đây vừa là thời cơ nhưng cũng là thách thức cho sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam nói chung, của nhân lực du lịch nói riêng. Nhận thức được những cơ hội và thách thức đối với nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0 sẽ là tiền đề quan trọng để chúng ta chủ động xây dựng các giải pháp phù hợp nhằm phát triển du lịch trong bối cảnh mới./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Du lịch, “*Ứng dụng công nghệ thông tin trong du lịch*”, Diễn đàn Du lịch trực tuyến Online, ngày 29 tháng 3 năm 2018
2. <https://baomoi.com/nhan-luc-nganh-du-lich-thieu-va-yeu/c/30719645.epi>
3. <http://toquoc.vn/dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-trong-thoi-ky-cach-mang-cong-nghiep-40-20190512210113093.htm>

PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG GIAO TIẾP DU LỊCH CHO SINH VIÊN DU LỊCH CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÁP ỨNG NHU CẦU HỘI NHẬP

*ThS. Trần Công Danh, ThS. Bùi Việt Phương
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Kỹ năng giao tiếp du lịch là một trong những kỹ năng quan trọng của sinh viên ngành du lịch. Việc nắm vững và thường xuyên thực hành kỹ năng giao tiếp du lịch sẽ giúp cho sinh viên tự tin hơn trong hoạt động nghề nghiệp của mình, qua đó góp phần bảo đảm chất lượng nguồn nhân lực cho ngành du lịch, đáp ứng nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập. Trong bài viết này, tác giả xác định một số kỹ năng giao tiếp mà sinh viên du lịch cần đạt được, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm hình thành, phát triển kỹ năng giao tiếp du lịch cho sinh viên.

Từ khóa: Kỹ năng giao tiếp, sinh viên, du lịch.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là hoạt động của con người mang lại nhiều lợi ích thiết thực không chỉ về mặt kinh tế mà còn về mặt tinh thần. Trong du lịch có hai bộ phận cơ bản, một bên là nhân viên du lịch - những người cung ứng dịch vụ để thỏa mãn các nhu cầu của khách; một bên là du khách - những người sử dụng các dịch vụ du lịch. Trong quá trình tiếp xúc với khách du lịch, nhà cung ứng dịch vụ - nhân viên du lịch có kỹ năng giao tiếp tốt sẽ tạo nên sự hài lòng và kích thích nhu cầu tiêu thụ các loại hình dịch vụ của du khách, tạo lợi nhuận cao cho doanh nghiệp. Cho nên phát triển kỹ năng giao tiếp cho đội ngũ nhân viên du lịch là vấn đề cần lưu tâm hàng đầu.

Sinh viên sau khi ra trường sẽ trở thành những nhà cung ứng, nhân viên phục vụ cho nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, kỹ năng giao tiếp của sinh viên còn nhiều hạn chế, biểu hiện ở sự lúng túng trong tiếp xúc với khách hàng khi đi thực tập tại cơ sở, các chủ doanh nghiệp đánh giá sinh viên không phải thiếu năng lực mà do một số sinh viên chưa định hình những kỹ năng giao tiếp

đặc trưng cho ngành du lịch. Vì vậy, vấn đề phát triển kỹ năng giao tiếp cho sinh viên du lịch là yếu tố quan trọng trong phát triển nghề nghiệp. Trong bài viết này, tác giả đề cập đến những kỹ năng giao tiếp sinh viên cần có và từ đó đưa ra giải pháp triển kỹ năng giao tiếp cho sinh viên du lịch trong thời kỳ hội nhập.

2. NỘI DUNG

2.1. Khái quát về kỹ năng giao tiếp du lịch

2.1.1. Khái niệm kỹ năng giao tiếp du lịch

Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ giữa người với người, hoặc giữa người với các yếu tố xã hội nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định. Giao tiếp bao hàm hàng loạt yếu tố, như trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược, hoạt động phối hợp, tri giác và tìm hiểu người khác. Tương ứng với các yếu tố trên thì giao tiếp có ba khía cạnh chính: giao lưu, tác động qua lại và tri giác [tr 7-8, 4].

Giao tiếp du lịch là quá trình tiếp xúc và trao đổi thông tin về nhận thức, xúc cảm, tình cảm về sự hiểu biết và tác động qua lại giữa con người với con người trong hoạt động du lịch, nhằm nâng cao hiệu quả và chất lượng của hoạt động này [tr 221,3].

Kỹ năng là năng lực thực hiện có kết quả một hành động nhất định trên cơ sở tri thức đã có.

Kỹ năng giao tiếp là phương thức thực hiện hoạt động giao tiếp phù hợp với đối tượng, tình huống giao tiếp, thực hiện tốt mục tiêu đặt ra, dựa trên những tri thức, kinh nghiệm và sự am hiểu về tình huống, điều kiện và đối tượng giao tiếp.

Kỹ năng giao tiếp du lịch là năng lực vận dụng có hiệu quả những tri thức, hiểu biết rộng, các yếu tố tham gia trong quá trình giao tiếp để nhà làm dịch vụ tiến hành các hoạt động giao tiếp nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

2.1.2. Vai trò của kỹ năng giao tiếp trong hoạt động du lịch

Kỹ năng giao tiếp có vai trò quan trọng trong hoạt động nghề nghiệp của nhân viên du lịch. Kỹ năng giao tiếp tốt là một trong những yếu tố giúp nhân viên du lịch thành công trong nghề nghiệp và cuộc sống.

Nhân viên du lịch rất cần đến kỹ năng giao tiếp nhằm định hướng và điều chỉnh hoạt động du lịch của du khách và hoạt động phục vụ, kinh doanh của doanh nghiệp.

Nhờ có kỹ năng giao tiếp tốt trong du lịch mà người làm dịch vụ du lịch có được sự hiểu biết lẫn nhau giữa con người với con người trong du lịch, giúp họ phối hợp, hỗ trợ, giúp đỡ lẫn nhau có hiệu quả.

Thông qua giao tiếp và kỹ năng giao tiếp của nhân viên du lịch với du khách có thể nâng cao nhận thức về thiên nhiên, con người, văn hóa, xã hội lịch sử của các dân tộc trên thế giới và điểm đến mà du khách lựa chọn. Nhờ có giao tiếp mà các dân tộc xích lại gần nhau hơn.

2.2. Một số kỹ năng giao tiếp cần hình thành và phát triển cho sinh viên du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0

Kỹ năng giao tiếp đóng vai trò quan trọng đối với sinh viên nói chung và sinh viên du lịch nói riêng. Do đặc thù nghề nghiệp, sinh viên du lịch cần rèn luyện, phát triển kỹ năng giao tiếp ngay tại giảng đường và thực tiễn. Bởi sinh viên sau khóa học sẽ trở thành nhân viên phục vụ trong hoạt động du lịch, ngoài những kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp sẽ quyết định chất lượng, hiệu quả phục vụ khách hàng và doanh thu cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, sinh viên chưa nhận thức được tầm quan trọng của việc rèn luyện kỹ năng giao tiếp cũng như phát triển chúng trong hoạt động nghề nghiệp bản thân. Qua quan sát chúng tôi nhận thấy, sinh viên thiếu chủ động trong quá trình tự rèn luyện kỹ năng, chủ yếu dựa vào những yêu cầu hay các hoạt động mà giảng viên đề ra. Sinh viên thiếu kỹ năng lập kế hoạch, xác định mục đích để phát triển các kỹ năng giao tiếp trong hoạt động du lịch.

Bên cạnh đó, hoạt động giao tiếp của sinh viên đang theo học ở trường còn e dè, ngại ngùng, chưa tự tin. Vấn đề đặt ra là giảng viên cần phát triển kỹ năng giao tiếp cho sinh viên ngành du lịch nhằm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ cho hoạt động kinh doanh du lịch. Từ thực trạng trên, tác giả đưa ra một số kỹ năng giao tiếp cần hình thành và phát triển cho sinh viên du lịch trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0 như sau:

2.2.1. Một số kỹ năng giao tiếp cần hình thành cho sinh viên du lịch

Thứ nhất, kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ bao gồm kỹ năng giao tiếp bằng lời và kỹ năng giao tiếp bằng văn bản trong hoạt động du lịch.

- Kỹ năng giao tiếp bằng lời với khách du lịch: trong quá trình giao tiếp với khách du lịch, sinh viên cần biết lắng nghe, diễn đạt nội dung câu chuyện dễ hiểu, cung cấp đầy đủ các thông tin cho du khách. Để giao tiếp với khách đạt hiệu quả cần chú ý đến kỹ năng lắng nghe và kỹ năng diễn đạt.

Kỹ năng lắng nghe là nghe thấy và nắm bắt được toàn bộ nội dung thông tin mà người nói phát đi. Biểu hiện: Chú ý nghe, hiểu, hỏi đáp và ghi nhớ, không suy nghĩ làm việc riêng khi nói chuyện với khách hàng.

Kỹ năng diễn đạt: kỹ năng phát thông tin sao cho người nghe hiểu được chính xác nội dung của thông điệp. Biểu hiện: Nói trôi chảy, to, rõ, chi tiết, cảm xúc, diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn chính xác những vấn đề định nói.

- Kỹ năng giao tiếp bằng văn bản trong hoạt động du lịch: với những văn bản do doanh nghiệp yêu cầu soạn thảo hay các loại giấy tờ du khách cần xử lý, cần phân tích các thông tin chính xác khi đưa vào. Sinh viên nên thành thạo tin học sẽ hỗ trợ rất lớn trong kỹ năng giao tiếp bằng văn bản.

Kỹ năng phân tích tình huống là kỹ năng cần thiết để viết văn bản phù hợp với người đọc, tạo tâm thế tích cực cho người đọc và duy trì sự quan tâm của người đọc đối với văn bản. Biểu hiện: Hiểu được đặc điểm của đối tượng đọc văn bản như trình độ cập nhật thông tin của vấn đề của người đọc; nhu cầu của người đọc. Xác định được mục đích viết văn bản.

Kỹ năng tổ chức thông tin của người viết được thể hiện ở việc lựa chọn thông tin đưa vào văn bản.

Kỹ năng trình bày văn bản: người viết thực hiện ở cách hành văn, cách tiếp cận vấn đề, cách đánh số các nội dung, tranh ảnh minh họa, số liệu... một cách chuyên nghiệp.

Thứ hai, kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ trong du lịch

Diện mạo: trang phục, kiểu tóc, kiểu trang điểm phù hợp với hoàn cảnh và đối tượng giao tiếp.

Kỹ năng kiểm soát tư thế, cử chỉ: kiểm soát có ý thức cơ thể của mình không để bản thân có những cử chỉ tư thế vô thức.

Kỹ năng kiểm soát biểu hiện nét mặt và cái nhìn bao gồm việc kiểm soát cách biểu lộ cảm xúc và tình cảm trên mặt cũng như cách che giấu chúng.

Kỹ năng kiểm soát lĩnh vực phi ngôn ngữ của lời nói là kỹ năng kiểm soát tốc độ nhanh chậm, âm lượng to nhỏ, nhịp điệu cao thấp và sự ngừng lại của giọng nói. Đây là kỹ năng khó làm chủ nhất vì những phản ứng sinh lý ảnh hưởng đến giọng nói (nghe nơi cổ họng hoặc cảm thấy khó thở khi xúc động...) chỉ được con người kiểm soát một phần.

Thứ ba, kỹ năng giao tiếp liên nhân cách

- Kỹ năng điều chỉnh sự phù hợp, cân bằng trong giao tiếp trong du lịch

Kỹ năng nhạy cảm trong giao tiếp: Khả năng thường xuyên nắm được trạng thái tâm lý của khách hàng. Biểu hiện: cảm nhận được niềm vui, sự đau khổ của người xung quanh; nhạy cảm với tâm trạng, thái độ sự biến đổi của chúng của người đối thoại. Cần tập trung quan sát nhận biết biểu cảm qua vẻ mặt người khác.

Kỹ năng tạo dựng quan hệ: dễ dàng tiếp xúc với đại đa số mọi người, dễ dàng bắt đầu câu chuyện, niềm nở khi tiếp chuyện với người chưa quen và cách làm cho họ cảm thấy gần gũi hơn. Cần biết lắng nghe, biết phân tích, biết thu hút sự quan tâm hay khơi dậy nhu cầu, hứng thú của khách hàng.

Kỹ năng cân bằng nhu cầu của bản thân và của đối tượng giao tiếp: Biết kết hợp hài hòa nhu cầu của cá nhân và mọi người. Biểu hiện: chú ý đến nhu cầu và sở thích của khách hàng.

Kỹ năng linh hoạt, mềm dẻo trong giao tiếp: có khả năng thay đổi quan điểm khi tình hình đã thay đổi theo chiều hướng khác hoặc khi biết rằng quan điểm đó sai lầm.

Kỹ năng tự chủ cảm xúc, hành vi: không chế, làm chủ tâm trạng của mình, biết tạo những cảm xúc tích cực cho bản thân khi cần, không mất cân bằng cảm xúc dưới tác động của người khác.

Cá nhân dễ dàng tự kiểm chế mình khi người khác trêu chọc, khích bác, nói xấu, giữ được bình tĩnh khi tranh cãi.

- Kỹ năng tích cực, chủ động trong giao tiếp

Kỹ năng chủ động điều khiển quá trình giao tiếp: Ở mức vĩ mô: định hướng cuộc giao tiếp với khách hàng nhằm giải quyết công việc. Ở mức vi mô có thể đưa ra một số đề tài, đề hình thành, duy trì và chuyển đề tài của cuộc tiếp xúc, kiểm soát được tốc độ giao tiếp và chủ động kết thúc giao tiếp.

Kỹ năng thuyết phục đối tượng giao tiếp: Tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của người khác, có khả năng thuyết phục người khác.

Kỹ năng kiểm chế, kiểm tra người khác. Tìm ra những điểm mấu chốt, hóc búa khi xảy ra xung đột. Biết giải tỏa các xung đột và cảm xúc tiêu cực cho khách.

2.2.2. Phát triển kỹ năng giao tiếp cho sinh viên du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0

Luyện tập cách nói và thái độ khi nói

Khi nói, cần phải rõ ràng và súc tích. Nói chuyện trực tiếp với khách về những vấn đề quan trọng đừng lãng phí thời gian vẽ ra những câu chuyện dài lê thê làm cho khách du lịch phân tán tư tưởng. Hãy luôn hỏi xem họ có rõ những gì bạn nói hay không? Đồng thời luôn sẵn lòng để giải thích. Ngoài ra, một trong những khía cạnh quan trọng nhất của giao tiếp bằng lời nói là khả năng thực hành kỹ năng lắng nghe tích cực. Việc này không có nghĩa chỉ là chủ động chờ đợi đến lượt mình nói. Mà hãy luôn ghi chú trong đầu về các điểm quan trọng khi người kia đang nói với các bạn. Bằng cách đó khi sinh viên có cơ hội để nói, họ có thể đưa ra phản hồi cho các vấn đề quan trọng nhất đang được bàn luận. Khi khách du lịch đang nói, hãy cố gắng suy nghĩ về những từ ngữ chính xác mà họ đang nói. Nếu các bạn làm vậy, bạn sẽ hiểu và tiếp thu được hơn 75% so với thông tin bạn nghe được.

Tập tính kiên nhẫn

Trong quá trình giao tiếp với những người khách du lịch hãy luôn cho họ thời gian để bày tỏ các vấn đề của mình. Việc tập trung vào những gì họ đang cố gắng trình bày sẽ cho họ thấy rằng các bạn luôn sẵn sàng giúp giải quyết các vấn đề.

Giữ tâm lý ổn định

Tâm lý luôn là điều sinh viên khó có thể giữ ổn định, nhất là đối với các bạn sinh viên mới tốt nghiệp. Do đó, dù là phát sinh một vấn đề bất thường nào đó thì cũng hãy giữ cho mình sự bình tĩnh để tìm ra phương án giải quyết hợp lý nhất. Đây là một kỹ năng giao tiếp trong du lịch rất quan trọng nhưng cũng khá khó để rèn luyện, đòi hỏi các bạn sinh viên phải thật sự có bản lĩnh và tính kiên trì mới có thể rèn luyện được.

Khả năng ngôn ngữ

Việc biết nhiều ngôn ngữ sẽ có lợi cho sinh viên. Đặc biệt sinh viên học ngành du lịch thì khả năng ngôn ngữ lại càng trở nên cần thiết hơn. Vì vậy các bạn hãy tạo cho mình thói quen học thêm ngôn ngữ mới, chắc chắn nó sẽ rất có lợi cho các bạn trong việc phát triển kỹ năng giao tiếp, giúp ít rất nhiều cho công việc sau này của các bạn.

Làm chủ dòng cảm xúc

Nếu các bạn đã yêu và chọn cho mình nghề du lịch thì bạn phải giữ cho mình luôn trong trạng thái vui vẻ, thân thiện dù trong bất kỳ tình huống nào đi chăng nữa.

Khả năng quan sát

Ngoài những kỹ năng giao tiếp trong du lịch kể trên thì khả năng quan sát khi đi tour cũng rất quan trọng. Những biểu cảm trên gương mặt của du khách sẽ giúp bạn nắm bắt tâm lý của họ, từ đó có những cách hành xử sao cho phù hợp nhất.

3. THỰC TẾ VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CỦA SINH VIÊN HIỆN NAY

Hiện nay rất nhiều sinh viên tốt nghiệp được đánh giá là thiếu kỹ năng mềm, không tìm được việc làm phù hợp vì nhiều nguyên nhân - trong đó do thiếu yếu tố kỹ năng là chủ yếu. Điều này cho thấy kỹ năng giao tiếp đóng một vai trò không nhỏ cho mỗi thành công của con người và thiếu kỹ năng giao tiếp đã làm cho sinh viên “mất điểm” trước nhà tuyển dụng dù kiến thức chuyên môn có thật sự vững vàng.

Nhưng thực tế cho thấy nhiều sinh viên trong đó có sinh viên du lịch khi giao tiếp với mọi người xung quanh (ngay cả những thầy cô trong trường) cũng đang thiếu hẳn những câu thưa gửi và thường sử dụng câu thiếu chủ ngữ,... Trong thư viện hay ở phòng thu ngân, không ít sinh viên chỉ nói gọn lỏn “cho trả sách”, “cho đóng tiền”; hay khi khoa mời một số chuyên gia nói chuyện chuyên đề về nghề nghiệp, giúp đỡ sinh viên làm quen với thực tế và những người đang hoạt động trong lĩnh vực nghề nghiệp thì sau đó rất ít sinh viên còn liên hệ với các chuyên gia để cảm ơn, tạo lập, duy trì mối quan hệ (dù các chuyên gia sau khi nói chuyện đều cho email, số điện thoại để sinh viên liên hệ). Chính việc chủ động liên hệ để cảm ơn, tạo lập mối quan hệ giao tiếp với các chuyên gia là sinh viên đã biết tạo ra hiệu ứng xác lập hình ảnh cho bản thân và tạo ra sự lưu luyến trong quá trình giao tiếp,...

Bên cạnh đó, vấn đề “ngại nói” của sinh viên cũng là điều đáng bàn. Trong giờ học, khi thầy cô giảng bài thì một số sinh viên ngồi phía sau nói chuyện riêng nhưng khi cho thảo luận, đặt câu hỏi chỉ có vài sinh viên tích cực trong khi số còn lại ngồi im, không phát biểu ý kiến: “Em không tự tin nên em rất ngại phát biểu, em vẫn ngồi im cho dù em biết”, “em chỉ muốn nói là em rất ngại đứng nói trước đám đông”,... Vì vậy, một số sinh viên khi có thắc mắc hay có một vài điểm chưa hiểu trong bài học cũng “ngại” bày tỏ với giảng viên và cuối cùng là “chỗ nào chưa hiểu thì vẫn không hiểu”. Có nhiều bạn khi được gọi tên đứng lên lại không thể diễn đạt được một câu rõ ràng, cứ lắp ba lắp bắp “không phải em sợ cô đâu nhưng cứ tới môn này em lo cô gọi tới tên mình là run lắm” và không có thói quen phát biểu ý kiến, trình bày quan điểm. Việc thiếu tự tin đã làm cho sinh viên lo sợ rằng mình phát biểu sai, nói không đúng,... Vậy thì làm sao những sinh viên đó có thể thành công khi được phỏng vấn mà không thể trình bày mạch lạc những câu hỏi trước nhà tuyển dụng; các bạn làm sao có thể tự tin trình bày những sáng tạo trong công việc, kế hoạch, dự án của mình trước mọi người. Điều đó cho thấy, sinh viên đang thiếu cả kỹ năng lắng nghe và diễn đạt ý kiến trước mọi người: không nghe để thu thập thông tin, hiểu vấn đề và không diễn đạt được ý kiến trước mọi người, “ngại” phát biểu trong học tập đã trở thành một lối mòn.

Một số sinh viên lại thiếu kỹ năng kiềm chế cảm xúc khi giao tiếp với người khác. Vì vậy, các bạn đã làm tổn thương người khác trong giao tiếp, làm giảm giá trị của chính mình.

Vấn đề “viết” của sinh viên cũng là điều cần quan tâm. Một số sinh viên không thể viết rõ ràng cái đơn gửi lên khoa, phòng hay trường khi có một vấn đề nào đó cần đến; không thể trình bày được thư cảm ơn đối với các vị chuyên gia đã truyền đạt những kinh nghiệm và giúp đỡ các bạn. Khi các bạn viết một lá đơn thì lỗi thường gặp là sai chính tả, chữ viết câu thả, chữ hoa, chữ thường viết tùy tiện, viết tắt “vô tội vạ”... và không nêu bật được điều cần khi gửi đơn. Vì vậy, khi gửi hồ sơ xin việc (một số nơi tuyển dụng yêu cầu đơn xin việc phải viết tay) chính sinh viên đã bị loại ngay từ đầu khi có những đơn xin việc như thế: “1/2 nhà tuyển dụng được hỏi đã cho biết, họ sẽ cho điểm số cao đối với những ứng viên có kỹ năng viết tay tốt; Đa số ứng viên không vượt qua được ngưỡng phỏng vấn ban đầu, không phải do thiếu kinh nghiệm, kiến thức trong lĩnh vực ứng tuyển, mà là do đơn xin việc viết tay của họ quá kém cỏi.

Ngoài ra, sinh viên cũng cần chú ý vấn đề trang phục khi giao tiếp, khi đến giảng đường, khi đi xin việc. Các trang phục quần ngắn, quần lửng, áo ngắn trước ngắn sau,... đang được một số sinh viên “vô tư” đem vào lớp học, có sinh viên đi phỏng vấn xin việc với bộ trang phục quần jeans, áo pull mà quên rằng trang phục cũng là “bộ mặt” của nhân cách con người, cũng thể hiện sự tôn trọng bản thân và cả những người xung quanh.

4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG GIAO TIẾP CHO SINH VIÊN DU LỊCH

Thứ nhất, sinh viên phải nhận thức được tầm quan trọng của việc rèn luyện, phát triển kỹ năng giao tiếp nói chung và kỹ năng giao tiếp cần thiết trong hoạt động kinh doanh du lịch nói riêng. Nhà trường cần tổ chức nhiều buổi nói chuyện, tập huấn, các chuyên đề về kỹ năng giao tiếp. Giảng viên giảng dạy cần tổ chức nhiều hình thức dạy học khác nhau về giao tiếp du lịch để sinh viên tham gia nhằm giúp sinh viên có kiến thức về giao tiếp trong du lịch.

Thứ hai, giảng viên trong quá trình giảng dạy cần hướng dẫn các kỹ năng giao tiếp cần thiết cho người học. Những kỹ năng giao tiếp mà chúng tôi đã giới thiệu ở trên. Sau đó, sinh viên cần vạch ra kế hoạch và triển khai kế hoạch để phát triển kỹ năng giao tiếp du lịch của bản thân. Có phương pháp cụ thể, có thời gian, các giai đoạn và kết quả cần đạt. Việc kiểm tra, đánh giá sự thành thạo của kỹ năng giao tiếp thông qua sự hài lòng của du khách tại các cơ sở thực tập của sinh viên

hay sự đánh giá của giảng viên trong mỗi tiết học là động lực cho người học tiếp tục phát triển kỹ năng giao tiếp.

Thứ ba, việc liên kết đào tạo với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch có vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện sinh viên vận dụng những kiến thức lý thuyết về du lịch để thực hành nghề nghiệp. Kỹ năng giao tiếp của sinh viên sẽ được rèn luyện, thể hiện và được điều chỉnh, đánh giá khi chính sinh viên trực tiếp giao tiếp với khách hàng. Nhà trường, khoa cần tăng số lần đi thực tế, các buổi tham gia tập huấn kỹ năng cũng như tăng số lượng doanh nghiệp để sinh viên có nhiều điểm thực hành nghề nghiệp.

Thứ tư, cần tổ chức nhiều hội thi như ứng xử giỏi hay các kỹ năng giao tiếp du lịch cần có mà mỗi sinh viên khoa du lịch đều tham gia nhằm kích thích sự hứng thú và làm quen với thực tiễn yêu cầu mà các doanh nghiệp cần nhằm tạo tâm thế vững vàng khi nhiệm sở.

Thứ năm, sinh viên cần biết vận dụng các tri thức giao tiếp vào các tình huống cụ thể. Kỹ năng không phải tự nhiên mà có, vì vậy, mỗi sinh viên cần rèn luyện với thái độ tích cực, tự nguyện sẽ góp phần hoàn thiện năng lực giao tiếp của người học.

Thứ sáu, trong quá trình giao tiếp với khách hàng, sinh viên cần lưu ý như phải tự tin, luôn giữ nụ cười trên môi; để hiểu đúng thông điệp truyền đạt của khách cần lắng nghe tích cực; tạo dáng vẻ thân thiện khi tiếp xúc với khách; biết cảm thông chia sẻ, đặt vị trí của bản thân vào khách hàng để giao tiếp hiệu quả. Chú ý trang phục, luôn dùng ngôn ngữ lịch sự... Luôn tạo thiện cảm với khách là những yếu tố làm nên thành công trong công việc của những người làm công tác du lịch.

5. KẾT LUẬN

Để giao tiếp có hiệu quả trong hoạt động du lịch, sinh viên du lịch ở các trường Đại học cần có những hiểu biết về các kỹ năng cần có trong hoạt động giao tiếp gồm: kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ và kỹ năng giao tiếp liên nhân cách như phân trình bày ở trên để có kế hoạch rèn luyện kỹ năng phù hợp.

Việc trang bị kỹ năng giao tiếp cho sinh viên khoa du lịch ở các trường Đại học không chỉ là nhiệm vụ của giảng viên trực tiếp giảng dạy mà còn là trách nhiệm của mỗi sinh viên. Sự phối hợp, liên kết đào tạo giữa nhà trường, khoa bộ môn và doanh nghiệp sẽ tạo môi trường thuận lợi để sinh viên thực hành các kiến thức lý thuyết đã học và rèn luyện thành thạo kỹ năng giao tiếp cho bản thân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Bắc, *Giáo trình Tâm lý học đại cương*, NXB Đại học Huế, 2003.
2. Nguyễn Văn Đồng, *Tâm lý học giao tiếp*, NXB Chính Trị, hành chính, 2009.
3. Nguyễn Hữu Thọ, *Giáo trình tâm lý học du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2010.
4. Thái Trí Dũng, *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, NXB LĐ-XH, 2012.

ẢNH HƯỞNG CỦA CÔNG NGHỆ ĐẾN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

*ThS. Trần Minh Phương
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Hiện nay, trong điều kiện đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, đặc biệt khi Việt Nam đang trong thời kỳ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0), vấn đề nguồn nhân lực được xem là khâu đột phá, phát triển nguồn nhân lực trở thành nền tảng phát triển bền vững và tăng lợi thế cạnh tranh quốc gia. Với lợi thế đang trong thời kỳ dân số vàng, nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay sẽ có những lợi thế riêng nhưng cũng có những thách thức đáng kể trong thời kỳ CMCN 4.0. Do vậy, việc nghiên cứu những ảnh hưởng của công nghệ sẽ có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với việc phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch trong thời gian sắp tới.

Nghiên cứu này nhằm mục đích: (1) tìm hiểu về các công nghệ chính đang được áp dụng trong cách mạng công nghiệp du lịch 4.0, (2) đánh giá thực trạng sự ảnh hưởng của những công nghệ này đến nguồn nhân lực ngành du lịch và (3) trình bày một số gợi ý trong việc phát triển nguồn nhân lực thích ứng được với cách mạng công nghiệp 4.0. Nghiên cứu này dựa trên các số liệu được thu thập từ các tài liệu đã công bố như: Báo cáo về xếp hạng chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII) 2018 của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO); Báo cáo đánh giá mức độ sẵn sàng của ASEAN đối với CMCN 4.0 của Ban Thư ký ASEAN, Báo cáo về sự sẵn sàng cho nền sản xuất tương lai 2018 của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF). Ngoài ra tài liệu thứ cấp còn được thu thập qua các công trình đã được công bố trên các tạp chí, tạp san, các phương tiện thông tin đại chúng, internet... Kết quả chỉ ra rằng sự phát triển những công nghệ mới có tác động cơ bản lên nguồn nhân lực du lịch trong vài năm tới, không chỉ trong các công việc lao động đơn giản và còn tác động đến các công việc vốn được coi là không thể thay thế của con người trong dịch vụ như sắp đặt tổ chức, giao tiếp tiếp xúc trực tiếp khách hàng,... Dựa vào những kết quả trên, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng, đáp ứng được những yêu cầu của thời cuộc trong cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Công nghệ mới, Du lịch 4.0, Nhân lực du lịch.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Bất cứ ngành nào trong nền kinh tế muốn phát triển nhanh và bền vững thì phải dựa trên ba trục cơ bản đó là: áp dụng khoa học công nghệ, phát triển cơ sở hạ tầng và phát triển nguồn nhân lực, trong đó, nguồn lực con người giữ vai trò quan trọng. Hiện nay, trong điều kiện đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, đặc biệt khi Việt Nam đang trong thời kỳ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0), vấn đề nguồn nhân lực được xem là khâu đột phá, phát triển nguồn nhân lực trở thành nền tảng phát triển bền vững và tăng lợi thế cạnh tranh quốc gia. Với lợi thế đang trong thời kỳ dân số vàng, nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay sẽ có những lợi thế riêng nhưng cũng có những thách thức đáng kể trong thời kỳ CMCN 4.0.

Có thể tóm lược lại, CMCN 4.0 là sự hội tụ của một loạt các công nghệ mới xuất hiện dựa trên nền tảng kết nối và công nghệ số và được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực. Các công nghệ, lĩnh vực mới có thể kể đến như: Internet kết nối vạn vật (IoT), Cơ sở dữ liệu tập trung (Big data), Trí tuệ nhân tạo (AI), Blockchain, Các nền kinh tế chia sẻ (Shared economics), v.v...

1. CÁC CÔNG NGHỆ CHÍNH ĐANG ĐƯỢC ÁP DỤNG TRONG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP DU LỊCH 4.0

1.1. Trí tuệ nhân tạo

Trí tuệ nhân tạo đang càng ngày càng hoàn thiện, làm cho nó trở nên đáng tin cậy và hấp dẫn hơn như một giải pháp kinh doanh. Đặc biệt, các doanh nghiệp trong ngành du lịch đang tận dụng lợi thế của AI để thực hiện nhiều nhiệm vụ hành chính và dịch vụ khách hàng. Trí tuệ nhân tạo là công nghệ mô phỏng các quá trình suy nghĩ và học tập của con người cho máy móc, đặc biệt là hệ thống máy tính, trong đó quan trọng nhất là 2 kỹ thuật Machine learning (học máy), Deep learning (học sâu). Machine learning là một phương pháp phân tích dữ liệu mà sẽ tự động hóa việc xây dựng mô hình phân tích. Sử dụng các thuật toán lặp để học từ dữ liệu, machine learning cho phép máy tính tìm thấy những thông tin giá trị ẩn sâu mà không được lập trình một cách rõ ràng nơi để tìm. Deep learning là một lĩnh vực chuyên sâu của Machine Learning. Nó sử dụng một số kỹ thuật của Machine Learning để giải quyết các vấn đề thực tế bằng cách khai thác các mạng nơ ron nhân tạo (Artificial Neural Network) và mô phỏng việc đưa ra các quyết định của con người.

Ứng dụng của AI trong du lịch:

Ứng dụng trong vai trò trợ lý ảo: Công nghệ điều khiển giọng nói được cho là tác nhân thúc đẩy ngành khách sạn thay đổi, nó đóng vai trò như một sợi dây kết nối khách sạn và khách. Khách hàng sẽ trao đổi yêu cầu với thiết bị được cài đặt sẵn phần mềm trợ lý ảo, thiết bị sẽ trò chuyện với khách, xác nhận đơn đặt hàng hoặc đề xuất một dịch vụ khác kèm theo. Một khi xác nhận thành công yêu cầu, “người trợ lý” sẽ chuyển thông tin cho nhân viên phụ trách giúp tiết kiệm cả thời gian và công sức cho khách và nhân viên, đem đến một quy trình chăm sóc khách hàng suôn sẻ và nhanh chóng hơn.

Ứng dụng trong gia tăng trải nghiệm du lịch: Ngày nay, toàn bộ trải nghiệm cá nhân của khách hàng, ngay từ công đoạn lên kế hoạch cho chuyến đi, đến lúc check-in và cho đến khi khách đã quay về nhà, hoàn toàn có thể được hoàn thiện hơn với sự trợ giúp của AI.Chatbot/ AI có thể thay thế vai trò của nhân viên lễ tân để trả lời những thắc mắc từ khách hàng thông qua tính năng xử lý ngôn ngữ tự nhiên, đảm bảo cho dịch vụ không bao giờ bị gián đoạn 24/7, duy trì tính chuyên nghiệp, chính xác và mức độ hiệu quả. AI tận dụng nguồn thông tin sẵn có để phân loại, phân tích và giải quyết từng yêu cầu.Ngoài dịch vụ lễ tân, việc sử dụng AI trong chatbot còn có thể sử dụng cùng với bộ phận chăm sóc khách hàng nhằm gia tăng doanh thu của những dịch vụ kèm theo như spa, phòng gym, đặt chỗ nhà hàng hoặc bar, v.v.Hơn thế nữa, ngoài việc thu thập dữ liệu, AI còn tự động phân tích các insight chất lượng, cần thiết giúp đề xuất lịch trình du lịch, ưu đãi đặc biệt, đặt phòng cho lần nghỉ dưỡng tiếp theo, mở khóa phòng, check-in lễ tân, gọi xe nhanh chóng, tất cả đều cá nhân hóa cho từng du khách.

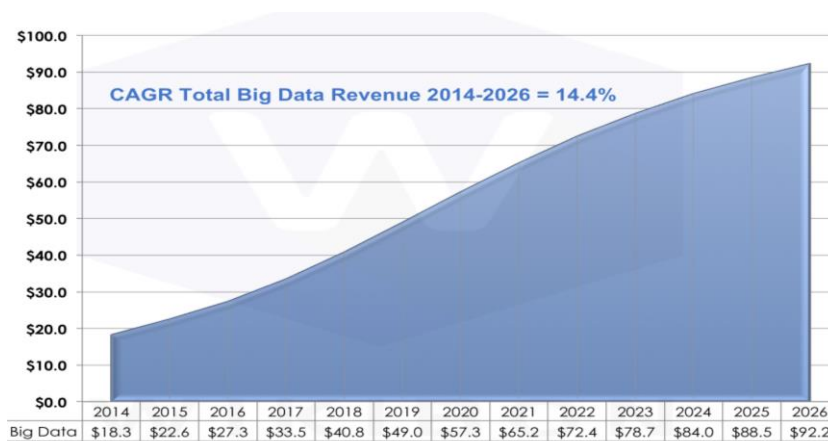
Ứng dụng trong tối ưu hóa chiến lược ưu đãi: AI sẽ học cách thức các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch vận hành, và sau đó sẽ tự động vạch ra hướng giải quyết nhằm thuyết phục khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng thật sự.Doanh nghiệp còn có thể tăng độ chính xác cho dự báo bằng cách cài đặt thêm tính năng phân tích dự báo. Ví dụ, trong trường hợp khách hàng hủy bỏ đặt phòng vì trễ chuyến bay/ thời tiết xấu, quản lý khách sạn ngay lập tức được thông báo về tình trạng, đồng thời được cung cấp thông tin về cơ hội tiến hành một chương trình ưu đãi đặc biệt ngắn hạn giúp khách sạn tránh nguy cơ thất thoát doanh thu.

1.2. Dữ liệu lớn (Big data)

Dữ liệu lớn (Big Data) là khối lượng dữ liệu rất lớn được tạo ra từ mọi thứ xung quanh hoạt động của con người, từ các thiết bị kỹ thuật số như di động, video, hình ảnh, tin nhắn tới các thiết bị cảm biến, các máy móc được kết nối (ví dụ như ô tô, máy bay hoặc các thiết bị giám sát từ xa) tới các trang web và mạng xã hội. Dữ liệu lớn có đặc điểm là được sinh ra với khối lượng (volume), tốc độ (velocity), độ đa dạng (variety) và tính xác thực (veracity) rất lớn.

Biểu đồ 1: Dự báo của Wikibon về doanh thu từ Big Data trong giai đoạn 2014- 2026

Nguồn: Wikibon Big Data Project 2016



Mọi khía cạnh trong đời sống của chúng ta đều sẽ bị ảnh hưởng bởi dữ liệu lớn. Lợi ích từ việc ứng dụng Big Data vào việc phân tích dữ liệu, thói quen, tâm lý, nhu cầu của khách hàng để làm cơ sở cho các hoạt động kinh doanh, marketing của các doanh nghiệp trên thế giới, đã đem lại cho họ một các khoản doanh thu lớn. Theo dự báo thị trường Wikibon, Wikibon hy vọng thị trường Big Data đạt \$92.2 tỷ vào năm 2026, với tỷ lệ tăng trưởng hàng năm khoảng 14.4% trong giai đoạn 15 năm bắt đầu từ 2011.

Ứng dụng của Big data trong du lịch:

Quản lý doanh thu: Một trong những ứng dụng dữ liệu lớn hiệu quả nhất vào ngành du lịch là quản lý doanh thu. Để tối đa hóa kết quả tài chính, khách sạn và các công ty du lịch khác cần có khả năng bán đúng sản phẩm, đúng khách hàng, đúng thời điểm, với mức giá phù hợp, thông qua kênh phù hợp và dữ liệu lớn có thể là vô giá trong trường hợp này. Cụ thể, dữ liệu nội bộ như tỷ lệ

lấp đầy trong quá khứ, doanh thu phòng và đặt phòng hiện tại kết hợp với dữ liệu bên ngoài như thông tin về các sự kiện địa phương, chuyến bay và ngày nghỉ lễ, để dự đoán và dự đoán chính xác hơn nhu cầu. Do đó, các khách sạn sau đó có khả năng quản lý giá phòng tốt hơn, tăng giá vào những thời điểm nhu cầu cao, để tối đa hóa doanh thu bán phòng.

Quản lý danh tiếng: Trong thời đại internet, khách hàng có thể để lại đánh giá trên một loạt các nền tảng khác nhau, bao gồm các trang truyền thông xã hội, công cụ tìm kiếm và các trang web đánh giá chuyên dụng, họ chia sẻ ý kiến và kinh nghiệm mình. Và những khách hàng khác kiểm tra các đánh giá này và so sánh các DN kinh doanh DVDL khác nhau trước khi họ đặt dịch vụ.

Ứng dụng trong việc xác định khách hàng mục tiêu: Các doanh nghiệp dựa vào dữ liệu lớn để phân nhóm khách hàng dựa trên các thông tin về nhân khẩu học. Với trí tuệ nhân tạo, các chuyên gia marketing có thể xác định được khách hàng của mình là ai và hành vi của họ như thế nào từ đó nâng cao trải nghiệm mua sắm của họ. Từ Big Data có thể nắm bắt thông tin về hành vi mua sắm của khách hàng, lịch trình, địa điểm và loại hình khách sạn/ nhà nghỉ yêu thích, hình thức thanh toán,... Trước khi khách hàng nghĩ đến việc đặt phòng khách sạn, họ đã để lại không ít "dấu vết" là những thông tin hữu ích mà doanh nghiệp khách sạn có thể thu thập, phân tích để từ đó đề xuất cho khách hàng những dịch vụ thích hợp hơn.

1.3. Internet kết nối vạn vật (Internet of Things - IoT)

Năm 2013, tổ chức Global Standards Initiative on Internet of Things (IoT-GSI) định nghĩa IoT là "hạ tầng cơ sở toàn cầu phục vụ cho xã hội thông tin, hỗ trợ các dịch vụ (điện toán) chuyên sâu thông qua các vật thể (cả thực lẫn ảo) được kết nối với nhau nhờ vào công nghệ thông tin và truyền thông hiện hữu được tích hợp," và với mục đích ấy một "vật" là "một thứ trong thế giới thực (vật thực) hoặc thế giới thông tin (vật ảo), mà vật đó có thể được nhận dạng và được tích hợp vào một mạng lưới truyền thông".

Điểm quan trọng của IoT đó là các đối tượng phải có thể được nhận biết và định dạng (identifiable). Việc định dạng có thể được thực hiện thông qua nhiều công nghệ, chẳng hạn như RFID, NFC, mã vạch, mã QR, watermark kỹ thuật số... Việc kết nối thì có thể thực hiện qua Wi-Fi, mạng viễn thông băng rộng (3G, 4G), Bluetooth, ZigBee, hồng ngoại...

Gartner, Inc.- công ty hàng đầu thế giới về nghiên cứu và tư vấn công nghệ đã thống kê và nhận định sẽ có gần 26 tỷ thiết bị trên IoT vào năm 2020. Theo một cuộc khảo sát và nghiên cứu gần đây được thực hiện bởi Dự án Internet Pew Research, phần lớn các chuyên gia công nghệ đã hưởng ứng tham gia sử dụng Internet of Things với 83% đồng ý quan điểm cho rằng Internet / Cloud of Things sẽ có tác động rộng rãi và mang lại lợi ích đến năm 2025. Như vậy, rõ ràng là IoT sẽ bao gồm một số lượng rất lớn các thiết bị được kết nối với Internet.

Triển khai hệ thống IoT, ngành du lịch sẽ có công cụ để phục vụ khách hàng tốt hơn và tăng hiệu quả hoạt động:

Ứng dụng trong dịch vụ khách sạn: ứng dụng IoT chính trong ngành khách sạn là phòng khách tự động. Theo một khảo sát năm 2015 của tổ chức Hospitality Technology 31% các khách sạn lớn sử dụng khoá cửa thông minh, 33% có các thiết bị điều khiển phòng thông minh, 16% có tivi kết nối internet, và 15% sử dụng các thiết bị cảm ứng báo động khắp khách sạn. Sử dụng hệ thống quản lý phòng thông minh, nhân viên khách sạn có thể xác định được các vấn đề của phòng khách sạn như khi phòng không có khách và tự động điều chỉnh nhiệt độ để giảm mức tiêu thụ năng lượng từ 20% đến 45%, tăng mức độ hài lòng của khách bằng cách cho phép khách điều chỉnh ánh sáng và nhiệt độ bằng cách sử dụng các ứng dụng khách hàng thân thiện của khách sạn, điều khiển tivi qua sự tương tác bằng giọng nói. Một số tập đoàn khách sạn hàng đầu hiện nay trên thế giới như Hilton và Starwood còn cung cấp cho khách hàng khả năng kiểm tra và mở khóa cửa với sự trợ giúp của các ứng dụng di động bằng cách sử dụng giao tiếp không dây Bluetooth. Sử dụng khóa điều khiển từ xa, các công ty này tiết giảm chi phí nhân công, trong khi làm hài lòng khách hàng bằng cách tiết kiệm thời gian của họ, thay vì phải hoàn thành thủ tục tại quầy lễ tân.

Hơn nữa, IoT có thể được sử dụng để dự đoán bảo trì hiệu quả các hệ thống thiết bị, ví dụ, trong trường hợp điều hòa gặp sự cố, hệ thống sẽ gửi thông báo cho nhân viên khách sạn để vấn đề có thể được khắc phục trong khi khách không ở trong phòng. Các hệ thống bảo trì dự đoán cũng có

thể giúp tạo lịch biểu bảo trì dựa trên mức sử dụng thực tế mà không phải dựa trên lịch trình ước tính, ví dụ như trong trường hợp thay thế bộ pin và bộ lọc không khí.

Các hoạt động kinh doanh khách sạn khác như nhà hàng cũng có thể áp dụng các hệ thống IoT để quản lý hàng tồn kho tốt hơn. Bộ cảm biến trong nhà bếp có thể theo dõi thức ăn được chuẩn bị theo thời gian thực và điều này có thể giúp các chủ nhà hàng thực hiện việc kiểm soát chất lượng tốt hơn và đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

1.4. Công nghệ chuỗi khối (Blockchain)

Công nghệ chuỗi khối là một cơ sở dữ liệu phân cấp lưu trữ thông tin trong các khối thông tin được liên kết với nhau bằng mã hóa và mở rộng theo thời gian. Mỗi khối thông tin đều chứa thông tin về thời gian khởi tạo và được liên kết tới khối trước đó, kèm một mã thời gian và dữ liệu giao dịch. Blockchain được thiết kế để chống lại việc thay đổi của dữ liệu, bằng cách cho phép phân chia dữ liệu cho số đông khiến cho chúng không thể bị chỉnh sửa, phá hoại hay thao túng, công nghệ blockchain đã tạo ra xương sống cho một loại hình Internet mới.

Hoạt động của ngành du lịch thường có sự tham gia của nhiều bên khác nhau, tạo ra nhiều thủ tục phức tạp. Vì blockchain là một hệ thống “sổ sách” được mã hóa, và gần như bảo mật tuyệt đối, nó giúp loại bỏ các khâu trung gian trong các giao dịch và đảm bảo tính hợp lệ của những dữ liệu được nhập vào. Những ứng dụng chính của blockchain trong ngành dịch vụ du lịch hiện nay là: Chương trình quản lý khách hàng thân thiết, Phân tích insight khách hàng và Quản lý chuỗi cung ứng.

Ứng dụng vào quản lý khách hàng thân thiết: Blockchain có thể giải quyết hạn chế của các chương trình khách hàng thân thiết đơn lẻ bằng cách tạo một nền tảng cho phép hợp tác đa thương hiệu. Hệ thống blockchain cung cấp khả năng truy cập tức thì và cập nhật theo thời gian thực, hỗ trợ theo dõi các hoạt động và mua hàng của khách hàng. Điều này giúp rút ngắn và đơn giản hóa việc thiết lập quan hệ đối tác giữa các doanh nghiệp và triển khai hệ thống quy tắc và quy trình tính điểm.

Ứng dụng vào phân tích insight về khách hàng và ID kỹ thuật số: Trong ngành du lịch, một trong những cách tốt nhất để thu hút khách hàng là cung cấp những trải nghiệm và dịch vụ khách hàng tuyệt vời. Một trải nghiệm khách hàng tuyệt vời là trải nghiệm du lịch được cá nhân hóa, khi doanh nghiệp hiểu rõ những nhu cầu và mong muốn của khách hàng ở mọi giai đoạn của hành trình và phát triển chiến lược trên nhiều kênh. Khi tích hợp những chức năng của IoT với công nghệ blockchain, các doanh nghiệp dịch vụ khách sạn có thể nâng cao trải nghiệm của khách hàng và từ đó biến họ trở thành trung tâm của doanh nghiệp. Các công nghệ tiên tiến như Big Data và phân tích dữ liệu giúp doanh nghiệp phân tích sâu hơn vào hành vi của khách hàng và thu thập những insight về khách hàng để ứng dụng vào việc quảng cáo được cá nhân hóa, truyền tải những thông điệp thông minh.

Các ứng dụng trên cơ sở dữ liệu của blockchain không chỉ giới hạn trong các dịch vụ du lịch. Ví dụ như nhờ vào tính bảo mật của blockchain, các doanh nghiệp có thể ghi nhận và kết hợp dữ liệu từ các chương trình khách hàng thân thiết và hành vi mua sắm của khách hàng, từ đó tạo bản đồ nhận dạng từng cá nhân, cải thiện tiếp thị và cá nhân hóa dịch vụ.

Ứng dụng trong quản lý chuỗi cung ứng: Khi ứng dụng vào quản lý chuỗi cung ứng (SCM) cho khách sạn, blockchain có thể được áp dụng cho ba lĩnh vực chính: Quản lý nhà cung cấp, quản lý kho hàng và quản lý thanh toán.

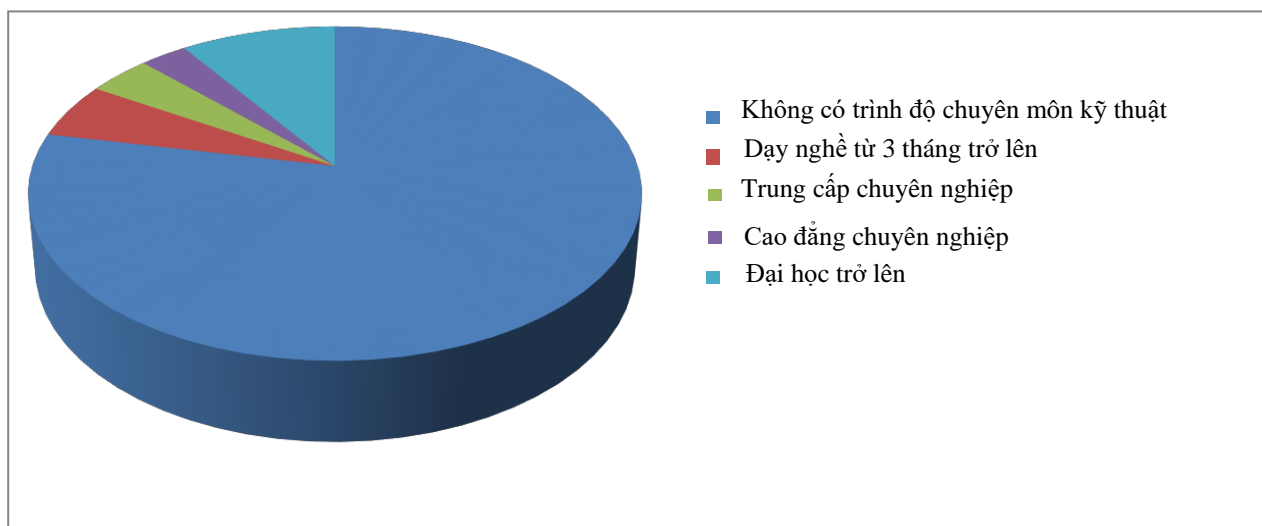
Những giải pháp được phát triển trên blockchain có thể đảm bảo một cơ sở dữ liệu chặt chẽ, an toàn trên một hệ thống phân tán để doanh nghiệp có thể đưa ra quyết định dựa trên những dữ liệu đáng tin cậy và đã qua xác thực. Ngoài ra, hợp đồng thông minh trên blockchain có thể tự động xác minh các quy tắc kinh doanh liên quan đến cả đơn đặt hàng và kỳ thanh toán của mỗi đơn đặt hàng; đảm bảo quá trình thanh toán được thực hiện chính xác và tự động sau khi đơn hàng đến và đã được kiểm tra xác thực.

2. TÁC ĐỘNG CỦA CÔNG NGHỆ ĐẾN NGUỒN NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH

2.1. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam

Theo Báo cáo Điều tra Lao động việc làm quý 4/2017 của Tổng cục Thống kê, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên của Việt Nam ước tính khoảng 55.1 triệu người, chiếm khoảng 57% tổng dân số. Như vậy, Việt Nam có nguồn nhân lực tương đối dồi dào, đây là một trong những điều kiện thuận lợi của Việt Nam trong thời kỳ CMCN 4.0. Việt Nam có gần 12 triệu nhân lực đã qua đào tạo, có trình độ từ đào tạo nghề trở lên, trong đó nhân lực có trình độ từ đại học trở lên có khoảng hơn 5

triệu người, chiếm 44% trong tổng số nhân lực đã qua đào tạo. Tuy nhiên, bên cạnh lực lượng lao động đã qua đào tạo, nguồn nhân lực chưa qua đào tạo chiếm một tỷ lệ khá cao (78.3%) (Xem hình 1). Đây thực sự là rào cản, hạn chế lớn của nhân lực Việt Nam trong cuộc CMCN 4.0 này. Đồng thời, những hạn chế này đã đưa đến nhiều hệ lụy khác như năng suất lao động thấp, năng lực cạnh tranh cũng như giá trị nguồn nhân lực Việt Nam trên thị trường lao động không cao.



Hình 1: Tỷ lệ lực lượng lao động Việt Nam năm 2017 phân theo trình độ chuyên môn kỹ thuật

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo Điều tra Lao động việc làm 2017.

Nguồn nhân lực du lịch đang chiếm khoảng 2,25 triệu người tương đương 4% lực lượng lao động cả nước, nhưng về chất lượng thì còn rất khiêm tốn. Hiện 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.

Nguồn nhân lực tri thức của ngành như hướng dẫn viên du lịch, nhân viên marketing du lịch, nhân viên lễ tân cũng chỉ đạt trên 65% đã tốt nghiệp đại học. Trong lĩnh vực phục vụ buồng, bar, bếp, lao động có trình độ sơ cấp, trung cấp lại chiếm tỷ lệ tương đối cao là trên 70%. Số lao động gián tiếp của của ngành du lịch có khoảng trên 1,3 triệu người, trong đó trình độ dưới sơ cấp là 725 nghìn người (chiếm khoảng 55%), lao động có trình độ sơ cấp khoảng gần 240 nghìn người (chiếm gần 18%), có trình độ trung cấp khoảng trên 200 nghìn người (chiếm trên 15%), đại học và cao đẳng khoảng trên 160 nghìn người (chiếm trên 12%), số nhân lực trên đại học có 2.656 người bằng 0,2 tổng nhân lực gián tiếp.

Bảng 1: Dự báo nhu cầu nhân lực ngành du lịch đến năm 2020

Chỉ tiêu	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1.Trình độ trên đại học	6.100	0,70
2.Trình độ đại học, cao đẳng	130.500	15,00
3.Trình độ trung cấp	113.100	13,00
4.Trình độ sơ cấp	194.000	22,30
5.Trình độ dưới sơ cấp (qua đào tạo tại chỗ, truyền nghề hoặc huấn luyện ngắn hạn)	426.300	49,00
Tổng	870.000	100,00

Ngoài ra hơn một nửa lao động làm việc trong du lịch lại rất yếu về ngoại ngữ, đây là một hạn chế rất lớn của du lịch Việt Nam. Theo nghiên cứu của ITDR về trình độ ngoại ngữ của nguồn nhân lực ngành du lịch cho thấy, ngoại ngữ 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. Toàn ngành có khoảng trên 400 nghìn người biết sử dụng máy tính phục vụ được yêu cầu công việc, chiếm khoảng 68% tổng nhân lực lao động trực tiếp; như vậy vẫn còn tới trên 190 nghìn nhân lực

du lịch không biết sử dụng máy tính phục vụ yêu cầu công việc. Như vậy, nhu cầu về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực cho ngành du lịch là rất lớn, trong đó đáng chú ý là nhu cầu nhân lực có trình độ cao ngày một gia tăng (Xem bảng 1).

2.2. Tác động của công nghệ đến nguồn nhân lực ngành du lịch

Mỗi cuộc CMCN diễn ra đều dẫn tới thay đổi mạnh mẽ về cơ cấu nguồn nhân lực, việc làm. Và cũng giống như ba cuộc CMCN trước đó, CMCN 4.0 có tiềm năng đem lại nhiều lợi ích cho người lao động thông qua việc tăng năng suất lao động dẫn tới tăng thu nhập, nhiều sản phẩm, dịch vụ mới được ra đời giúp nâng cao chất lượng cuộc sống, và đặc biệt là việc mở cửa thị trường lao động, tạo ra nhiều việc làm mới.

CMCN 4.0 với sự xuất hiện của công nghệ cao, máy móc thông minh, robot có trí tuệ nhân tạo... sẽ tác động làm thay đổi lớn đến thị trường lao động và việc làm trên nhiều góc độ khác nhau. Cung - cầu lao động, cơ cấu lao động, và bản chất việc làm đều sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Các công nghệ sẽ giúp cho các lĩnh vực trong ngành du lịch có thể làm việc liên tục 24/24h, tư vấn, chăm sóc khách hàng sẽ được trả lời bằng robot tự động.

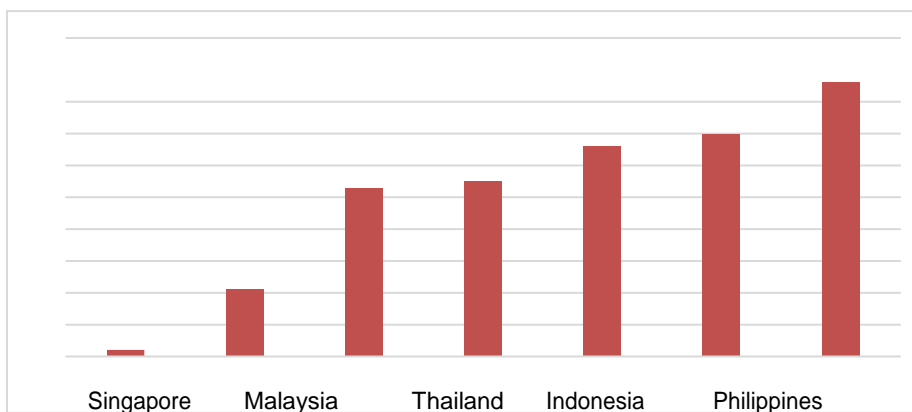
Khi chatbot đang trở thành “công nghệ” nổi bật nhất, các công ty du lịch nổi lên như những người đi tiên phong ứng dụng lĩnh vực này. Các ông lớn của ngành như Expedia, Booking.com, Cheapflights và Skyscanner đều đã tận dụng tính năng mới này của Facebook Messenger và tạo ra các trò chuyện thú vị để giúp du khách có thể tìm được chuyến bay cũng như khách sạn với mức giá rẻ nhất. Không chỉ các nền tảng du lịch nước ngoài đang bắt kịp xu thế mà gần đây, chatbot du lịch Danang FantastiCity của Sở Du lịch TP.Đà Nẵng cũng đã được công bố nhằm giúp du khách tăng khả năng trải nghiệm và tận hưởng những lễ hội, đặc sắc ở nơi đây. Với 2 ngôn ngữ Việt - Anh, chatbot Danang FantastiCity phục vụ một lượng lớn du khách ghé thăm Đà Nẵng và đang dần đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch của thành phố. Sau gần một năm triển khai, đã có 21.271 người sử dụng ứng dụng chatbot; ứng dụng này cũng đã hỗ trợ du khách 285.914 lần, trong đó có 130.625 tin nhắn và 155.291 nút trả lời nhanh. Theo số liệu thống kê, du khách của 16 quốc gia, vùng lãnh thổ gồm: Mỹ, Anh, Canada, Úc, Philippines, Singapore, New Zealand, Nga, Hồng Kông (Trung Quốc), Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Malaysia, Thái Lan, Singapore, Indonesia đã sử dụng ứng dụng này. Việc đưa ứng dụng chatbot vào sử dụng đã mang lại nhiều lợi ích nhất định như giúp giảm tải công việc, vì với trung bình 866 lần hỗ trợ/ngày (trong đó hơn 60% các yêu cầu hỗ trợ vào khoảng thời gian buổi tối và các ngày cuối tuần), chatbot đã giúp các giao dịch cung cấp thông tin cho du khách, đặc biệt trong khoảng thời gian ngoài giờ làm việc. Tổng cuộc trò chuyện qua chatbot trên 2 kênh fanpage và website tăng trung bình 150%/tháng, tổng cuộc trò chuyện mới tăng 28,5% cho thấy chatbot giúp tăng cường tương tác với du khách qua các kênh trực tuyến. Bên cạnh đó, thời gian sử dụng chatbot nhiều nhất trong tuần là 14 giờ đến 20 giờ tối thứ bảy và chủ nhật, ngoài ra có hơn 4.452 tương tác với chatbot diễn ra từ lúc 21 giờ hôm trước đến 7 giờ ngày hôm sau cho thấy chatbot có khả năng tăng hiệu quả hỗ trợ 24/7.

Bên cạnh đó, công nghệ nhận diện gương mặt đã được đưa vào phục vụ tại một số khách sạn của Việt Nam nhằm giúp tối đa hóa trải nghiệm của du khách: qua cửa tự động, check-in trong vòng 3 giây hoặc mở cửa phòng, mua hàng và thanh toán bằng... nụ cười. Công nghệ nhận diện gương mặt (Face Recognition) cho phép nhận diện, xác thực danh tính cá nhân dựa vào nhân trắc học khuôn mặt. Công nghệ này hoạt động dựa trên cơ chế so sánh một hình ảnh kỹ thuật số hoặc khung hình (video frame) với khuôn mặt lưu trữ trong cơ sở dữ liệu; tìm kiếm, kết nối các đặc điểm của khuôn mặt và một số yếu tố sinh trắc học khác để đưa ra kết quả trùng khớp hay không. Vinpearl là đơn vị tiên phong trong hệ thống khách sạn - du lịch, nghỉ dưỡng và vui chơi giải trí tại Việt Nam ứng dụng công nghệ nhận diện gương mặt dựa trên nền trí tuệ nhân tạo. Trong giai đoạn đầu tiên, ứng dụng nhận diện gương mặt (Face Recognition) được triển khai tại Vinpearl Nha Trang với các tính năng ra vào khuôn viên khách sạn - khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí Vinpearl Land và các nhà hàng. Công nghệ này cho phép nhận diện, xác thực danh tính một cách chính xác, nhanh chóng thông qua thiết bị quan sát mà không cần đến các thủ tục kiểm soát khác. Nhờ vậy du khách giảm được thời gian chờ đợi thủ tục và quá trình di chuyển giữa các khu vực nội bộ.

Theo dự báo của Liên hợp quốc, sẽ có khoảng 75% lao động trên thế giới có thể bị mất việc làm trong vài thập niên tới. Còn một nghiên cứu khác của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), khoảng

56% số lao động tại 5 quốc gia Đông Nam Á đứng trước nguy cơ mất việc vì sự ứng dụng các công nghệ mới vào việc làm. Trong đó, Việt Nam là một trong những nước chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ CMCN 4.0. Cũng theo dự báo của Bộ Khoa học và Công nghệ, trong tương lai, một số ngành nghề ở Việt Nam sẽ biến mất do tác động của cuộc CMCN 4.0. Tuy nhiên, ở chiều hướng khác, tích cực hơn, CMCN 4.0 sẽ tạo thêm ngành nghề, việc làm mới mà người máy hay robot không thể đáp ứng được, điều đó đòi hỏi người lao động phải có kỹ năng, trình độ cao mới có thể đáp ứng được nhu cầu của xã hội. Theo dự báo, tới năm 2025, có tới 80% công việc sẽ là những công việc mới mà chưa từng có ở thời điểm hiện nay.

2.2. Thách thức trong việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong thời kỳ CMCN 4.0

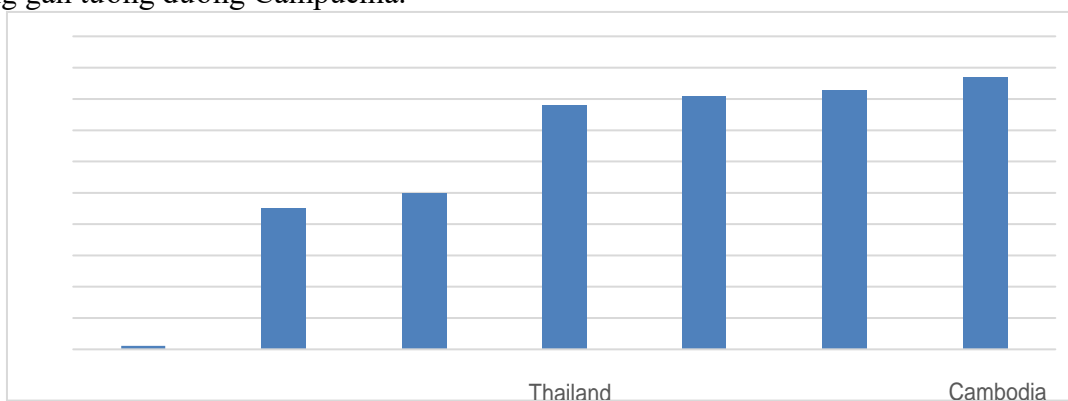


Hình 2: Thứ hạng về chỉ số nguồn nhân lực Việt Nam và các nước ASEAN

Nguồn: WEF Readiness for Future of Production Report 2018

Bên cạnh những tác động to lớn mà CMCN 4.0 đem lại thì cũng có nhiều thách thức được đặt ra đối với các nước đang phát triển như Việt Nam, đặc biệt sẽ làm thay đổi mạnh mẽ cơ cấu lao động và thị trường lao động du lịch. Hệ thống tự động hóa sẽ thay thế dần lao động thủ công trong toàn bộ nền kinh tế, sự chuyển dịch từ nhân công sang máy móc sẽ gia tăng sự chênh lệch giữa lợi nhuận trên vốn và lợi nhuận với sức lao động, điều này sẽ tác động đến thu nhập của lao động giản đơn và gia tăng thất nghiệp. Do vậy cần có sự chủ động chuẩn bị trong việc đào tạo nguồn nhân lực, giáo dục nghề nghiệp phù hợp với nhu cầu thị trường.

Theo Báo cáo về mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất trong tương lai 2018 của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) công bố tháng 4/2018, Việt Nam thuộc nhóm các quốc gia chưa sẵn sàng cho cuộc CMCN 4.0, chỉ xếp thứ 70/100 về nguồn nhân lực so sánh với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á về chỉ số nguồn nhân lực, Việt Nam xếp sau Malaysia, Thái Lan, Philippines và chỉ xếp hạng gần tương đương Campuchia.

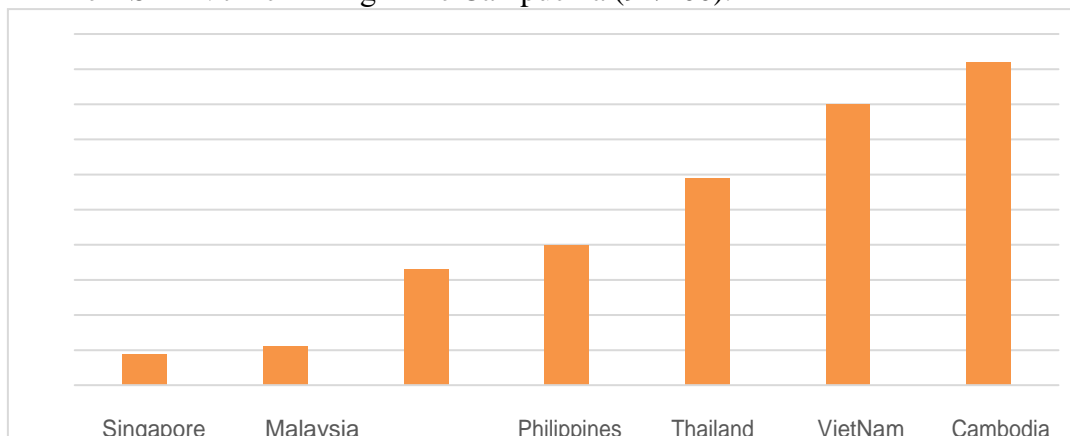


Hình 3: Thứ hạng về chỉ số lao động có chuyên môn cao của Việt Nam và các nước ASEAN

Nguồn: WEF Readiness for Future of Production Report 2018

Đối với các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch CMCN 4.0 đòi hỏi phải đào tạo ra nguồn nhân lực có các kỹ năng mới và trình độ giáo dục cao hơn so với những thập kỷ trước, bởi thị trường đòi hỏi lao động có trình độ giáo dục và đào tạo cao hơn. Thực tế hiện nay, giáo dục đại học về tổng thể vẫn chưa đáp ứng nhu cầu của các nhà tuyển dụng. Một trong những thách thức đặt ra đối với các

quốc gia đang phát triển khi tiếp cận với CMCN 4.0 chính là nguồn nhân lực có tay nghề cao. Theo số liệu trong Báo cáo về mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất trong tương lai 2018 của WEF, Việt Nam xếp hạng thuộc nhóm cuối trong bảng thứ hạng về lao động có chuyên môn cao, thứ 81/100, thậm chí xếp hạng sau Thái Lan và Philippin trong nhóm các nước ASEAN. Và cũng trong báo cáo này, thứ hạng về chất lượng đào tạo nghề của Việt Nam chỉ ở thứ 80/100, so với trong nhóm các nước ASEAN thì chỉ đứng trước Campuchia (92/100).



Hình 4: Thứ hạng về chỉ số chất lượng đào tạo nghề của Việt Nam và các nước ASEAN

Nguồn: WEF Readiness for Future of Production Report 2018

CMCN 4.0 với những công nghệ mới, làm thay đổi nền tảng sản xuất, phát sinh thêm nhiều ngành nghề mới, đồng thời đặt ra những yêu cầu mới về năng lực nhân sự. Đây là một thách thức lớn đối với giáo dục đại học Việt Nam. Vì vậy, các trường đại học ở Việt Nam cần phải nhận thức được những thách thức này, từ đó, có chiến lược phù hợp cho việc phát triển khoa học, công nghệ, thay đổi phương thức đào tạo, đầu tư cơ sở vật chất để đào tạo ra nguồn nhân lực có chất lượng cao trong thời kỳ kỹ thuật số.

3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC THÍCH ỨNG ĐƯỢC VỚI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Thiết kế lại chương trình đào tạo, đổi mới phương pháp dạy và học, nâng cao các kỹ năng mềm cho sinh viên: Cải cách hệ thống giáo dục, đào tạo, ưu tiên đào tạo hướng nghiệp gắn với việc làm và theo nhu cầu của xã hội. Quản trị đại học cũng cần có sự thay đổi, ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động giảng dạy, nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên và cán bộ quản lý. Đặc biệt, các trường đại học cũng cần nghiên cứu, bổ sung thêm các chuyên ngành đào tạo các nghề về ICT, blockchain, Trí tuệ nhân tạo (AI) để đáp ứng về nhu cầu nhân lực trong CMCN4.0. Ngoài ra, cần trang bị các kỹ năng mềm cho sinh viên ngay từ trong nhà trường, bằng cách đưa kỹ năng mềm vào trong chương trình đào tạo và chuẩn đầu ra cho sinh viên. Không những thế cần khuyến khích và đẩy mạnh việc tự học của sinh viên, tăng cường việc dạy thực tiễn từ các chuyên gia, doanh nhân... không chỉ 100% kiến thức là giáo viên giảng dạy.

Tạo mối liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Cần tập trung gắn kết hoạt động đào tạo của nhà trường với hoạt động sản xuất của doanh nghiệp thông qua các mô hình liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp, hình thành các trung tâm đổi mới sáng tạo tại các trường gắn rất chặt với doanh nghiệp. Ngoài ra, có thể đẩy mạnh việc hình thành các cơ sở đào tạo trong doanh nghiệp để chia sẻ các nguồn lực chung, từ đó hai bên cùng chủ động nắm bắt và đón đầu các nhu cầu của thị trường lao động.

Đổi mới cơ chế quản lý nhà nước đối với dạy nghề theo nhu cầu của thị trường và yêu cầu cụ thể của người sử dụng lao động: Nghiên cứu xây dựng bộ tiêu chuẩn về kỹ năng tối thiểu cần có của ngành du lịch theo yêu cầu của người sử dụng lao động; Thực hiện hỗ trợ kinh phí đào tạo cho các trường, tổ chức đào tạo nghề theo kết quả đầu ra, như số học viên được đào tạo theo nhu cầu cụ thể của doanh nghiệp, số học viên tốt nghiệp đạt chuẩn nghề theo mức trung bình của khu vực, số học viên tốt nghiệp có được việc làm trong 6 tháng kể từ khi tốt nghiệp,...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Thống kê (2017), *Báo cáo Điều tra Lao động việc làm quý 4/2017*.

2. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2017), *Báo cáo Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) 2017*.
3. Ngân hàng Thế giới Báo cáo (2018), *Doing Business*.
4. Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) (2018), *Báo cáo về xếp hạng chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII)*.
5. Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) (2018), *Báo cáo về Sự sẵn sàng cho nền sản xuất tương lai*.
6. Ban Thư ký ASEAN (2018), *Báo cáo đánh giá mức độ sẵn sàng của ASEAN đối với CMCN 4.0*.
7. Ban thư ký ASEAN (2018), *Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch*.
8. Phạm Trung Lương (2016), *Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập*, Hội thảo khoa học Trường ĐH Văn Hiến “Brexit và những vấn đề đặt ra cho Cộng đồng kinh tế ASEAN, tháng 8/2016.
9. Nguyễn Sơn Hà (2016), *Đào tạo nguồn du lịch hiện nay*, Tạp chí VHNT số 382, tháng 4/2016.
11. Vermesan, Ovidiu; Friess, Peter (2013), *Internet of Things: Converging Technologies for Smart Environments and Integrated Ecosystems*, Aalborg, Denmark: River Publishers.
12. Narayanan, Arvind; Bonneau, Joseph; Felten, Edward; Miller, Andrew; Goldfeder, Steven (2016), *Bitcoin and cryptocurrency technologies: a comprehensive introduction*. Princeton: Princeton University.
13. Fatima EL Jamiy, Abderrahmane Daif, Mohamed Azouazi and Abdelaziz Marzak (2014), *The potential and challenges of Big data - Recommendation systems next level application*, IJCSI International Journal of Computer Science Issues, Volume 11.
14. Gerlind Wisskirchen, Blandine Thibault Biacabe, Ulrich Bormann (2017), *Artificial Intelligence and Robotics and Their Impact on the Workplace*, IBA Global Employment Institute.

YÊU CẦU ĐỐI VỚI NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. Nguyễn Thùy Trang
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Từ cơ sở lý thuyết về nhân lực ngành du lịch và tiêu chuẩn nhân lực ngành du lịch, bài viết đánh giá thực trạng nhân lực ngành du lịch Việt Nam hiện nay và nhận định những yêu cầu đặt ra đối với khối nhân lực quản lý nhà nước và sự nghiệp du lịch; và khối nhân lực kinh doanh du lịch. Đây sẽ là căn cứ quan trọng để có biện pháp cần thiết nhằm đáp ứng yêu cầu nhân lực, góp phần phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Từ khóa: Du lịch Việt Nam, nhân lực, nhân lực du lịch, tiêu chuẩn nhân lực, yêu cầu nhân lực

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm 2018, du lịch Việt Nam tăng trưởng ấn tượng, đón gần 15,5 triệu khách du lịch quốc tế, tăng 19,9% so với năm 2017, phục vụ 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 620 nghìn tỷ đồng [8]. Tháng 11/2019 ghi nhận mốc mới của du lịch Việt Nam với lượng khách quốc tế đạt trên 1,8 triệu lượt người, cao nhất từ trước đến nay, nâng tổng số khách quốc tế đến nước ta trong 11 tháng đạt gần 16,3 triệu lượt người, tăng 15,4% so với cùng kỳ năm trước [9]. Đây là những thành tựu du lịch nổi bật mà Việt Nam đạt được theo đúng chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển ngành du lịch. Theo Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Đảng về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Bên cạnh những kết quả đã đạt được, ngành Du lịch còn một số hạn chế, yếu kém. Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng

của xã hội. Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao. Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu. Hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch chưa cao. Môi trường du lịch, an toàn thực phẩm và an toàn giao thông còn nhiều bất cập. Công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao. Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu. Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

Nguyên nhân chủ yếu của những hạn chế, yếu kém nêu trên là do các cấp, các ngành chưa thực sự coi du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao, mang nội dung văn hóa sâu sắc; thiếu chính sách quốc gia phù hợp để du lịch phát triển theo đúng tính chất của một ngành kinh tế vận hành theo quy luật thị trường. Thể chế, chính sách phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển, vẫn còn nặng tư tưởng bao cấp. Sự phối hợp liên ngành, liên vùng hiệu quả còn thấp; đầu tư còn dàn trải, chưa huy động được nhiều nguồn lực của xã hội cho phát triển du lịch. Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa được quan tâm đúng mức [1].

Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 là Nghị quyết đầu tiên của Đảng đề cập đến phát triển ngành du lịch. Nghị quyết chỉ ra, trong 15 năm qua, ngành Du lịch đã có bước phát triển rõ rệt và đạt được những kết quả quan trọng, rất đáng khích lệ. 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 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. Vấn đề phát triển nguồn 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. Và để công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch đạt hiệu quả, chúng ta cần chỉ ra được những yêu cầu đối với nhân lực ngành du lịch trong bối cảnh hiện nay.

2. YÊU CẦU ĐỐI VỚI NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Nhân lực ngành du lịch

2.1.1. Các khái niệm

- Du lịch

Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) đưa ra định nghĩa: *“Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là làm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư”*.

Luật Du lịch Việt Nam (2005) định nghĩa: *“Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định. (Khoản 1, Điều 4).*

- Nhân lực ngành 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 (Mạnh và Chương, 2006). 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. Ví dụ như quản lý về du lịch tại các cơ quan của Chính phủ, quản lý, hành chính tại công ty lữ hành, khách sạn,...

Nhân lực ngành du lịch có một số đặc điểm chung như sau: 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; 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; Nhân lực ngành du lịch được chia thành hai nhóm là nhân lực trực tiếp và nhân lực gián tiếp.

Nhân lực ngành du lịch được chia làm 2 khối:

(1) Nhân lực quản lý nhà nước về du lịch: Là các lao động trí óc, đòi hỏi có kiến thức tổng hợp về du lịch; có khả năng xây dựng các quy hoạch phát triển du lịch, định hướng phát triển du lịch quốc gia, địa phương; có kỹ năng xây dựng và điều phối các chương trình, sự kiện về du lịch ở quy mô quốc gia, tỉnh, thành phố. Nhóm nhân lực này chiếm số lượng nhỏ nhưng lại có vai trò quan trọng trong việc phát triển hoạt động du lịch của quốc gia và địa phương.

(2) Nhân lực trong các đơn vị kinh doanh du lịch, bao gồm:

Nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh du lịch: Chất lượng dịch vụ du lịch được cung cấp cho khách hàng phụ thuộc nhiều vào quan điểm, tư duy và phương pháp quản lý của nhóm nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh về du lịch, tổ chức kinh doanh du lịch như các khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành,...

Nhân lực trực tiếp cung ứng và kinh doanh dịch vụ tại các đơn vị kinh doanh du lịch: Trong khách sạn là nhân lực đảm nhận các công việc buồng, bàn, bar, bếp,... Trong kinh doanh lữ hành có nhân lực đảm nhận công tác điều hành tour du lịch, marketing du lịch và hướng dẫn du lịch,...

Nhân lực hỗ trợ trong các đơn vị kinh doanh du lịch: Nhóm này bao gồm nhân lực thuộc các phòng như phòng kế hoạch đầu tư; phòng tài chính-kế toán; phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp; phòng quản lý nhân sự cho đến các nhân viên; nhân viên tạp vụ... trong các công ty, khách sạn hoặc các đơn vị kinh doanh về du lịch kinh doanh du lịch.

2.1.2. Tiêu chuẩn nhân lực ngành du lịch

Để áp dụng quản trị theo năng lực, điều tiên quyết là phải mô tả và đo lường được năng lực. Mô hình ASK giúp giải quyết vấn đề này. ASK xuất hiện vào những năm 1990 với chữ A thể hiện Thái độ (Attitudes), chữ S thể hiện Kỹ năng (Skills) và chữ K thể hiện Kiến thức (Knowledge).

Khung năng lực là tập hợp các năng lực cốt lõi cần có đáp ứng theo yêu cầu của công việc. Khung năng lực thường bao gồm hai cấu phần: danh mục các năng lực và mô tả cấp độ năng lực. Với mỗi chức danh công việc, khung năng lực thường bao gồm từ 7 đến 15 năng lực. Khung năng lực là cơ sở để tuyển dụng, đánh giá, đào tạo, bồi dưỡng, phát triển năng lực của người đảm nhận công việc.

Tiêu chuẩn năng lực nhân lực quản lý nhà nước về du lịch

- Những tiêu chuẩn chung về phẩm chất chính trị, đạo đức, lối sống

Trung thành với Tổ quốc, với Đảng; kiên định đường lối đổi mới, độc lập dân tộc, dân chủ và chủ nghĩa xã hội của Đảng; chấp hành nghiêm chủ trương, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước.

Có tư tưởng đổi mới và tích cực tham gia sự nghiệp đổi mới của đất nước, của ngành; dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm cá nhân; không tham ô, tham nhũng; thực hiện cần, kiệm, liêm chính, chí công vô tư.

Có lý lịch rõ ràng, đạo đức tốt, lối sống lành mạnh, gương mẫu chấp hành nội quy, quy chế cơ quan; chân tình với đồng nghiệp, gần gũi với nhân dân, giữ gìn đoàn kết nội bộ tốt.

- Những tiêu chuẩn chuyên môn theo vị trí việc làm

Các tiêu chuẩn chuyên môn theo hướng dẫn của Bộ Nội vụ đối với công chức gồm có: trình độ chuyên môn, kinh nghiệm công tác, năng lực chuyên môn, năng lực quản lý, kỹ năng quản lý lãnh đạo, xử lý tình huống, khả năng phân tích, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng phối hợp, sử dụng ngoại ngữ, kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng tin học,...

Tiêu chuẩn năng lực nhân lực tại các đơn vị kinh doanh về du lịch

(1) Nhóm tiêu chuẩn đối với nhân lực quản lý

Nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh du lịch là những người làm việc trong tổ chức, điều khiển công việc của người khác và chịu trách nhiệm trước kết quả hoạt động của họ. Các nhiệm vụ cơ bản của một nhân lực quản lý là: (1) Hoạch định: xác định mục tiêu, quyết định những công việc cần làm trong tương lai và lên các kế hoạch hành động; (2) Tổ chức: sử dụng một cách tối ưu các tài nguyên để thực hiện kế hoạch; (3) Lãnh đạo: thông qua việc tạo ra một môi trường làm việc tốt, giúp các nhân viên làm việc hiệu quả hơn để đạt được các kế hoạch; (4) Kiểm soát: giám sát, kiểm tra quá trình hoạt động theo kế hoạch (kế hoạch có thể sẽ được thay đổi phụ thuộc vào phản hồi của quá trình kiểm soát).

- Nhân lực quản lý cấp cao: chịu trách nhiệm về những thành quả cuối cùng của tổ chức đó. Nhiệm vụ của các nhà quản lý cấp cao là đưa ra các quyết định chiến lược, tổ chức thực hiện chiến lược, duy trì và phát triển tổ chức. Các chức danh chính của nhân lực quản lý cấp cao trong một đơn vị kinh doanh du lịch là: chủ tịch hội đồng quản trị, phó chủ tịch hội đồng quản trị, các ủy viên hội đồng quản trị, các tổng giám đốc, phó tổng giám đốc, giám đốc, phó giám đốc...

- Nhân lực quản lý cấp trung: là nhà quản lý hoạt động ở dưới nhân lực quản lý cấp cao nhưng ở trên các nhân lực quản lý cấp cơ sở. Nhiệm vụ của họ là đưa ra các quyết định chiến thuật, thực hiện các kế hoạch và chính sách của đơn vị kinh doanh về du lịch, phối hợp các hoạt động, các công việc để hoàn thành mục tiêu chung. Nhân lực quản lý cấp trung trong các đơn vị kinh doanh du lịch thường là các trưởng phòng ban, các phó phòng, trưởng các bộ phận buồng, bàn, bar, bếp.

- Nhân lực quản lý cấp cơ sở: là những nhân lực quản lý ở cấp bậc cuối cùng trong hệ thống cấp bậc của các nhà quản lý trong cùng một tổ chức. Nhiệm vụ của họ là đưa ra các quyết định tác nghiệp để đốc thúc, hướng dẫn nhân viên trong công việc sản xuất kinh doanh cụ thể hàng ngày nhằm thực hiện mục tiêu chung. Các chức danh của nhân lực quản lý cấp cơ sở trong các đơn vị kinh doanh du lịch thường là: trưởng nhóm, tổ trưởng,...

(2) Nhóm tiêu chuẩn đối với nhân lực trực tiếp cung ứng, kinh doanh dịch vụ

Nhân lực trực tiếp cung ứng và kinh doanh dịch vụ ở các đơn vị kinh doanh du lịch đảm nhận nhiều công việc khác nhau tại các bộ phận trong khách sạn (buồng, bàn, bar, bếp, lễ tân, bảo vệ,...) và trong các đơn vị kinh doanh về du lịch lữ hành (kinh doanh tour, điều hành/ trợ lý tour, hướng dẫn viên theo đoàn,...).

Hệ thống kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (Vtos) đã chia thành 13 nghề cơ bản, tương ứng với mỗi nghề đòi hỏi nhân lực phải đáp ứng các tiêu chuẩn về năng lực (kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng và thái độ).

(3) Nhóm tiêu chuẩn đối với nhân lực hỗ trợ

Nhóm này bao gồm nhân lực thuộc các phòng như phòng kế hoạch đầu tư; phòng tài chính-kế toán; phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp/ hành chính - nhân sự; nhân viên làm vệ sinh môi trường; nhân viên phụ trách IT và công tác sửa chữa điện nước; nhân viên cung ứng hàng hoá; nhân viên tạp vụ... trong các công ty, khách sạn hoặc các đơn vị kinh doanh về du lịch kinh doanh du lịch. Họ không trực tiếp cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách. Nhiệm vụ chính của họ là cung cấp những nhu yếu phẩm, phương tiện làm việc cho những lao động thuộc các bộ phận khác của đơn vị kinh doanh về du lịch.

2.2. Thực trạng nhân lực ngành du lịch Việt Nam

Thực trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch hiện nay ở Việt Nam, tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch còn thấp, chỉ chiếm khoảng 43% tổng số lao động du lịch. Số lao động chưa tốt nghiệp phổ thông trung học chiếm 30% trong tổng số lao động và hơn ½ lao động làm việc trong khu du lịch không biết ngoại ngữ. Năng suất lao động Du lịch ở Việt Nam bằng 1/15 Singapore, 1/11 Nhật Bản, 1/5 Malaysia, 2/5 Thái Lan. Có thể thấy, cái thiếu của Việt Nam không phải là nhân lực phổ thông mà là nhân lực chất lượng cao.

Hiện tại, cả nước mới có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước. Trong đó chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Theo báo cáo của Tổ chức Du lịch thế giới, năm 2017, Việt Nam đứng trong top 20 điểm đến du lịch phát triển nhanh nhất thế giới. Đến năm 2025, ngành du lịch dự kiến đóng góp trên 10% GDP và mang lại thu nhập cho 6 triệu lao động. Để đạt mục tiêu này ngành du lịch cần hơn 40.000 lao động có tay nghề và chuyên môn.

Báo cáo tổng hợp về thực trạng nguồn nhân lực Việt Nam những năm qua cho thấy: lao động có trình độ đại học và trên đại học chiếm 9,7%, sơ cấp, trung cấp, cao đẳng chiếm 51%, dưới sơ cấp là 39,3%... Trong đó, chỉ có 43% được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ về các ngành nghề du lịch [3]. Ngoài ra, hơn một nửa lao động làm việc trong du lịch lại rất yếu về ngoại ngữ, đây là một hạn chế rất lớn của du lịch Việt Nam. Theo nghiên cứu của ITDR về trình độ ngoại ngữ của nguồn nhân lực ngành Du lịch cho thấy, ngoại ngữ 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.

Như vậy, nhu cầu về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Du lịch là rất lớn, trong đó đáng chú ý là nhu cầu nhân lực có trình độ cao ngày một gia tăng.

Đánh giá thực trạng nhân lực ngành du lịch Việt Nam hiện nay có thể rút ra những ưu điểm và hạn chế như sau:

Về ưu điểm: Số lượng nhân lực ngành Du lịch có xu hướng tăng, phản ánh vai trò ngày càng tăng của Ngành và tính hiệu quả của công tác xã hội hóa hoạt động du lịch. Nhìn chung, nhân lực ngành Du lịch được rèn luyện, thử thách, có bản lĩnh chính trị vững vàng; năng động, sáng tạo, khắc phục khó khăn, nỗ lực vươn lên thực hiện đường lối, chủ trương, chính sách đổi mới và phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước; có ý thức trách nhiệm, nhiệt tình và tâm huyết với nghề nghiệp, gắn bó với cơ quan, đơn vị, với ngành và đất nước. Đã đóng góp vào thành tựu xây dựng phát triển Ngành trong 50 năm qua; bước đầu xây dựng được thương hiệu Du lịch Việt Nam và những sản phẩm du lịch mang lại giá trị mới cho đất nước và xã hội. Trình độ kiến thức, kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ và năng lực quản lý nhà nước, nghiên cứu, đào tạo, quản trị kinh doanh ngày một nâng cao. Số đông được rèn luyện và thử thách trong thực tiễn, có vốn sống, giàu lòng yêu nước; trước những biến động của thời cuộc và những khó khăn của đời sống vẫn kiên định, giữ được đạo đức, phẩm chất cách mạng, có lối sống lành mạnh. Bên cạnh những cán bộ công tác lâu năm, có nhiều cống hiến và những nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân tuổi cao, vẫn tiếp tục sự nghiệp sáng tạo và cống hiến, đã xuất hiện những lao động trẻ, được đào tạo cơ bản, năng động, tự tin, dám nghĩ, dám làm, trình độ nhiều mặt và năng lực, cống hiến ngày một nâng cao, cố gắng tìm tòi cái mới, hoàn thành tốt nhiệm vụ, tiếp thu nhanh kiến thức mới và có ý chí vươn lên lập thân, lập nghiệp.

Về hạn chế: Nhân lực ngành Du lịch còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch khi hội nhập quốc tế ngày một sâu, toàn diện và yêu cầu phát triển nền kinh tế tri thức. 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 đàn làm nòng cốt đào tạo nhân lực trẻ. 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. Một bộ phận nhỏ chưa tích cực tự học, còn ngại học, kết quả làm việc không cao. Nhiều lĩnh vực chuyên môn sâu còn thiếu nhiều nhân lực. Đang thiếu nhiều cán bộ 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; đặc biệt thiếu chuyên gia đầu ngành giỏi kỹ thuật, nghiệp vụ du lịch. Chất lượng nhân lực quản lý ở địa phương còn nhiều bất cập; nhân lực thuộc các ngành nghề kinh doanh mới, doanh nghiệp mới chưa được đào tạo đầy đủ và bài bản. Bên cạnh sự mất cân đối và thiếu cán bộ có chuyên môn giỏi ở nhiều lĩnh vực, sự mất cân đối theo vùng, miền cũng là vấn đề lớn.

2.3. Yêu cầu đối với nhân lực ngành du lịch hiện nay

Sự phát triển của thế giới đang bước sang trang mới với những thành tựu có tính đột phá, trong đó yếu tố đóng vai trò trung tâm quyết định sự biến đổi về chất của nền kinh tế chính là nguồn nhân lực chất lượng cao. Đặc biệt, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, để có được tốc độ phát triển cao và bền vững, các quốc gia trên thế giới đều chú trọng đến việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, một vấn đề cấp bách có tầm chiến lược và sống còn trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế thế giới. Trong lĩnh vực du lịch, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng tạo ra những thay đổi rất cơ bản. Đó là:

- Mở rộng không gian, thời gian và thị trường du lịch
- Giảm chi phí cho các hoạt động quảng cáo, tiếp thị.
- Số hóa cơ sở dữ liệu du lịch
- Tạo ra nhiều sản phẩm du lịch mới trong đó có du lịch thực tế ảo
- Giảm chi phí trong vận hành, quản lý, giảm nhân công.
- Tăng cường liên kết trong tổ chức kinh doanh du lịch

Bảng 1: Dự báo nhu cầu nhân lực ngành Du lịch đến năm 2020 (theo ngành đào tạo)

Chỉ tiêu	Số lượng (Người)	Tỉ lệ (%)
1. Trình độ trên đại học	6.100	0,70
2. Trình độ đại học, cao đẳng	130.500	15,00
3. Trình độ trung cấp	113.110	13,00
4. Trình độ sơ cấp	194.000	22,30
5. Trình độ dưới sơ cấp (qua đào tạo tại chỗ, truyền nghề hoặc huấn luyện ngắn hạn)	426.300	49,00
Tổng	870.000	100,00

Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển du lịch

Ngành Du lịch tiếp tục tăng trưởng nhanh và bền vững theo định hướng chiến lược trong thời gian tới cùng với xu hướng tăng trưởng du lịch của khu vực. Du lịch tăng trưởng kéo theo nhu cầu nhân lực du lịch lớn, vừa là cơ hội, vừa là thách thức đối với phát triển nhân lực du lịch.

Bảng 2: Dự báo nhu cầu nhân lực ngành Du lịch đến năm 2020 (theo vị trí làm việc và theo ngành nghề)

Chỉ tiêu	Số lượng (Người)
A. Phân theo vị trí việc làm	870.000
1. Nhân lực quản lý nhà nước về du lịch	5.800
2. Nhân lực quản trị doanh nghiệp (từ cấp trưởng, phó phòng trở lên)	51.100
3. Nhân lực nghiệp vụ ở những nghề chính	809.100
B. Phân theo ngành nghề kinh doanh	870.000
1. Khách sạn, nhà hàng	408.900
2. Lữ hành, vận chuyên du lịch	113.100
3. Dịch vụ khác	348.000

Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển du lịch

Trước thực trạng về nhân lực du lịch nêu trên, 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. Trước những đòi hỏi của ngành du lịch trong bối cảnh hiện nay, để ngành du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như định hướng của Đảng, đội ngũ nhân lực ngành du lịch Việt Nam cần đáp ứng những yêu cầu sau:

(1) Đối với nhân lực khối quản lý nhà nước và sự nghiệp du lịch

Phải có kiến thức, năng lực lãnh đạo, kỹ năng trong quản lý và vận hành hoạt động du lịch, có khả năng giao tiếp, am hiểu các lĩnh vực văn hóa, lịch sử, kinh tế, chính trị...có ngoại ngữ để giao tiếp và kết nối. Thường xuyên cập nhật thông tin lý luận và thực tiễn.

Cần phát huy được năng lực, sử dụng kiến thức được đào tạo và kinh nghiệm tích lũy trong quá trình công tác vào nghiên cứu lý luận và tổng kết thực tiễn phát triển du lịch trên thế giới và trong nước để hoạch định chính sách, xây dựng hoặc góp ý xây dựng, tuyên truyền phổ biến, hướng dẫn và tổ chức thực hiện chủ trương, chính sách phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước hiệu quả; Nghiên cứu, đề xuất chính sách tạo điều kiện phát triển sản phẩm du lịch chủ đạo như du lịch biển, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái; định vị điểm đến nghỉ dưỡng biển có sức hấp dẫn cao. Có cơ chế mở rộng phát triển các sản phẩm du lịch mới, có tiềm năng như du lịch công vụ, du lịch cộng đồng, du lịch mạo hiểm, du lịch chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe, du lịch golf, du lịch vui chơi giải trí, công viên chuyên đề, tham dự sự kiện, trình diễn nghệ thuật.

Hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về du lịch sao cho đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ, liên thông, tạo cơ sở pháp lý cho các loại hình du lịch phát triển, kết nối với sự phát triển của khu vực và thế giới, tránh tạo những điểm nghẽn pháp lý trong quá trình phát triển du lịch;

Rà soát các quy định pháp luật về du lịch và dịch vụ liên quan; bãi bỏ hoặc kiến nghị bãi bỏ các quy định không hợp lý, không còn phù hợp; cải cách mạnh mẽ các thủ tục hành chính; cải thiện hơn quyền tự do kinh doanh, tăng mức độ an toàn và giảm chi phí kinh doanh.

Tăng cường nghiên cứu cấp chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển ngành, lĩnh vực; quy hoạch vùng, trung tâm, quy hoạch phát triển du lịch các địa phương; kế hoạch, đề án và chương trình hành động quốc gia về du lịch đạt hiệu quả. Nghiên cứu, phát hiện và đề xuất kịp thời với Đảng, Nhà nước, chính quyền địa phương và hệ thống chính trị thông qua các đề án, đề tài nghiên cứu khoa học cấp nhà nước, cấp bộ, cấp tỉnh và các biện pháp tháo gỡ khó khăn, đẩy mạnh phát triển du lịch, nhất là vào những thời điểm cần thiết và khó khăn, gắn hoạt động du lịch với phát triển sản xuất kinh doanh các ngành, nghề có thế mạnh, là lợi thế cạnh tranh của Việt Nam. Nghiên cứu, xây dựng và ban hành bộ tiêu chí phát triển du lịch bền vững (dựa trên các chuẩn mực, kinh nghiệm quốc tế tốt); Nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ, phát triển du lịch thông minh.

(2) Đối với nhân lực khối kinh doanh du lịch

Những yêu cầu chung là cần phải cần cù, năng động, không ngừng chau dồi nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học và kiến thức pháp luật quốc tế để kinh doanh, hội nhập; thích ứng nhanh với cơ chế mới, phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, nâng cao hiệu quả làm việc; gắn bó với doanh nghiệp, đóng góp tích cực trong xây dựng hình ảnh, thương hiệu, nâng cao sức cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh, hoàn thành nhiệm vụ được giao. Bên cạnh đó, với từng vị trí việc làm, nhân lực khối kinh doanh ngành du lịch cần đáp ứng những yêu cầu riêng như sau:

** Đối với nhân lực quản lý (bao gồm quản lý cấp cao, cấp trung, cấp cơ sở)*

Phải là những người yêu nghề, có trình độ, hiểu biết trong lĩnh vực du lịch. Sáng tạo, năng động, ngoài kiến thức chung về du lịch và quản lý, họ còn cần có chuyên môn trong từng lĩnh vực cụ thể để lãnh đạo nhân viên và các bộ phận dưới quyền.

Cần nắm bắt những xu hướng phát triển của thị trường du lịch, tìm hiểu nhu cầu của khách cũng như những gì doanh nghiệp mình đã làm và cần làm để có hướng phát triển phù hợp, vừa đáp ứng đúng sản phẩm cần thiết, vừa thu lợi nhuận cao, giảm thiểu những rủi ro không mong muốn. Bên cạnh đó, họ cũng tiến hành các nghiên cứu thị trường khác theo yêu cầu phát triển, thực hiện các biện pháp nghiệp vụ, xây dựng chương trình quảng bá cho từng sản phẩm du lịch với các mức giá cả, chất lượng để khách hàng dễ tiếp cận và chọn lựa.

** Đối với nhân lực trực tiếp cung ứng, kinh doanh dịch vụ*

Mỗi công việc trong ngành du lịch có các yêu cầu cụ thể về phẩm chất, kỹ năng, kiến thức. Nhưng yêu cầu chung nhất đối với người lao động làm việc trong ngành du lịch bao gồm:

- Có sức khỏe tốt, chịu được áp lực công việc;
- Có kỹ năng giao tiếp tốt (kể cả giao tiếp trực tiếp; qua điện thoại và giao tiếp bằng văn bản);
- Có trình độ ngoại ngữ đủ khả năng giao tiếp với khách hàng;
- Có ngoại hình, trang phục;
- Đúng giờ, sắp xếp thời gian hợp lý;
- Chú ý lắng nghe người khác;
- Có khả năng lập kế hoạch thực hiện các nhiệm vụ nhằm đạt các mục tiêu;
- Nhiệt tình, có hoài bão, có chí tiến thủ;
- Có lòng yêu nghề, có mong muốn phát triển, hoàn thiện về nghề nghiệp của mình;
- Có khả năng duy trì làm việc tốt theo nhóm;
- Có kiến thức và kỹ năng cơ bản về ứng dụng công nghệ thông tin;
- Có khả năng bán sản phẩm;
- Quan tâm giúp đỡ khách hàng, giải quyết tốt các vấn đề;
- Sẵn sàng nhận nhiệm vụ;
- Hiểu biết về luật lệ, đặc biệt là các quy định về an toàn, vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động;
- Biết tính toán nhanh;
- Có khả năng tổ chức các sự kiện;

Đây là những yêu cầu mang tính chuyên môn nghề nghiệp cao, là điều kiện để xây dựng và thực hiện tốt các yêu cầu về chất lượng trong phục vụ khách du lịch. Những yêu cầu này mang tính kỹ năng cần phải qua đào tạo, rèn luyện.

Các yêu cầu về phẩm chất cá nhân:

- Có thái độ, ý thức tốt;
- Trung thực;
- TỰ TIN;
- Thân thiện, lịch sự;
- Có tính tổ chức;
- Có tính cẩn thận, chắc chắn;
- Có tính hài hước, vui vẻ;
- Xử sự tốt với người khác, sẵn sàng hỗ trợ, giúp đỡ khách hàng và mọi người.

Đây là những yêu cầu riêng về phẩm chất cá nhân nhằm gây dựng sự thân thiện, tin tưởng của khách hàng với các sản phẩm du lịch. Nó thể hiện văn hóa bản sắc của vùng, địa phương, của con người. Những yêu cầu phẩm chất này cũng cần được giáo dục để người lao động nhận thức và tự giác phát huy những phẩm chất tốt đẹp trong quá trình phục vụ.

3. KẾT LUẬN

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp và ngày càng khẳng định vai trò quan trọng với sự phát triển kinh tế thế giới. Hiện nay, du lịch chiếm vị trí hàng đầu trong thương mại toàn cầu, được coi là ngành xuất khẩu và tạo việc làm lớn nhất thế giới. Theo Tổ chức Du lịch thế giới, trong thế kỷ XXI, du lịch trở thành hoạt động kinh tế quan trọng nhất trên phạm vi toàn cầu. Với vai trò ngày càng tăng của ngành Du lịch trong nền kinh tế thế giới, ngày càng nhiều quốc gia coi trọng phát triển du lịch, coi du lịch là động lực chính để phát triển kinh tế-xã hội.

Trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. Nhân lực ngành 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 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. Để phát triển ngành du lịch nói chung, phát triển nhân lực ngành du lịch nói riêng, những yêu cầu đối với nhân lực ngành du lịch Việt Nam hiện nay phải được quan tâm thích đáng và là nội dung trọng tâm của quá trình đào tạo, phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch(2010), *Báo cáo: Đào tạo nhân lực du lịch theo nhu cầu xã hội*
3. Nguyễn Thị Thu Hương (2017), *Thực trạng và giải pháp phát triển ngành du lịch Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Công Thương, <http://tapchicongthuong.vn/thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-nganh-du-lich-viet-nam-hien-nay-20170530111426127p0c488.htm>.
4. Kỷ yếu hội thảo khoa học (2018), *Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0*, Nxb Đại học quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
5. Lê Quân (2015), *Nghiên cứu đề xuất phát triển nhân lực ngành du lịch tỉnh Quảng Bình*, Đề tài khoa học cấp tỉnh
6. Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*
7. Tổng cục Du lịch (2016), *Tình hình hoạt động của ngành Du lịch năm 2016 và triển khai nhiệm vụ trong năm 2017*
8. Tổng cục Thống kê (2018), *Tình hình kinh tế - xã hội năm 2018*
9. Tổng cục Thống kê (2019), *Tình hình kinh tế - xã hội 11 tháng đầu năm 2019*
10. <http://www.vietnamtourism.gov.vn/>

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CÁC ĐỊA PHƯƠNG DỌC THEO TUYẾN HÀNH LANG KINH TẾ LẠNG SƠN - HÀ NỘI

TS. Nguyễn Thị Ngọc Anh
Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

TÓM TẮT

Hành lang kinh tế (HLKT) Lạng Sơn - Hà Nội dựa trên cơ sở tồn tại tuyến trục giao thông huyết mạch - quốc lộ 1A, chạy qua 4 địa phương Lạng Sơn, Bắc Giang, Bắc Ninh và Hà Nội, là một bộ phận thuộc về hai HLKT quan trọng Lạng Sơn - Hà Nội - TP. Hồ Chí Minh - Mộc Bài và Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng. Hiện nay, các địa phương dọc theo tuyến HLKT này đã có sự liên kết với nhau để phát triển du lịch và đã đạt được những thành tựu đáng kể. Một trong các lĩnh vực liên kết quan trọng đó là: đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch. 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 tốt trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Từ khóa: Hành lang kinh tế, nguồn nhân lực du lịch, liên kết, phát triển

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

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. Các tiêu chí định lượng về nguồn nhân lực lao động du lịch chất lượng cao đòi hỏi người lao động dù ở chức danh quản lý hay người lao động trực tiếp đòi hỏi phải là người có hiểu biết, vận dụng sâu sắc và linh hoạt cơ sở lý luận chuyên ngành, các chủ trương, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng và nhà nước, của chính quyền địa phương và định hướng phát triển của ngành du lịch.

Không gian du lịch của HLKT này chạy qua 4 địa phương Hà Nội, Bắc Ninh, Bắc Giang, Lạng Sơn, dựa trên sự tồn tại của tuyến trục giao thông huyết mạch chạy qua 4 địa phương nằm dọc quốc lộ 1A, có tuyến đường sắt Hà Nội - Lạng Sơn. Tuyến này có vai trò quan trọng đối với các tỉnh Lạng Sơn, Bắc Giang, Bắc Ninh đến thành phố Hà Nội. Đây cũng là một tuyến giao lưu giữa các tỉnh Nam Trung Quốc đối với Việt Nam, là một đoạn trên tuyến Xuyên Á. Trên tuyến có cửa khẩu quốc tế Hữu Nghị với khối lượng hàng hóa xuất nhập đáng kể và là một trong những đầu mối chính giao lưu với Trung Quốc [1][3]. Sự liên kết trong phát triển du lịch nói chung và trong đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch nói riêng sẽ tạo động lực cho sự phát triển du lịch bền vững.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Trên thế giới: Đã có nhiều nhà nghiên cứu về vai trò, tầm quan trọng của nguồn nhân lực như Adam Smith (1776) với tác phẩm “Sự thịnh vượng của các quốc gia”, Leonief với “Thuyết lao động lành nghề”, Altinok với “Chất lượng vốn con người với tăng trưởng kinh tế”...

Ở Việt Nam: Đã có nhiều công trình nghiên cứu, giáo trình về nguồn nhân lực đối với sự phát triển kinh tế xã hội như: *Giáo trình kinh tế nguồn nhân lực* của Mai Quốc Chánh và Trần Xuân Cầu; Vũ Bá Thể trong quyển sách: “*Phát huy nguồn lực con người để công nghiệp hóa, hiện đại hóa: Kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*”, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, Hà Nội, 2005; Bài báo khoa học: “*Một số vấn đề về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực*” của Võ Xuân Tiến, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng... Ngoài ra còn có nhiều công trình khoa học nghiên cứu, hội thảo, các bài viết đăng tải trên nhiều tạp chí khác nhau như: “*Quản lý nguồn nhân lực ở Việt Nam*”, của Phạm Thành Nghị, Vũ Hoàng Ngân; “*Những luận cứ khoa học của việc phát triển nguồn nhân lực công nghiệp cho vùng kinh tế trọng điểm phía Nam*” của Trương Thị Minh Sâm, Viện Khoa học và Xã hội tại Thành phố Hồ Chí Minh thuộc Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn Quốc gia; “*Phát triển nguồn nhân lực phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*” của Nguyễn Thanh, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh... Các luận văn, luận án về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, thực trạng và giải pháp phát triển nguồn nhân lực tại các tỉnh cũng đã được các tác giả hoàn thành như tỉnh Quảng Nam, Đà Nẵng, Ninh Bình... Các công trình nghiên cứu trên đã có những đóng góp nhất định trong việc cung cấp lý luận về phát triển

nguồn nhân lực nói chung trên các lĩnh vực (trong đó có du lịch), các ngành, các vùng của nền sản xuất xã hội trong phạm vi cả nước.

Theo sự hiểu biết chủ quan của tác giả bài báo các nghiên cứu về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trên tuyến HLKT chưa có nhiều, đó là khoảng trống còn bỏ ngỏ để tác giả bài báo tiếp tục nghiên cứu, tìm hiểu.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nguồn thông tin sử dụng trong bài báo bao gồm thông tin sơ cấp và thông tin thứ cấp. Thông tin sơ cấp được tác giả bài báo thu thập, xử lý thông tin trực tiếp từ các chuyến điều tra, khảo sát về thực trạng phát triển du lịch của Bắc Giang, Bắc Ninh, Lạng Sơn và Hà Nội, về ý kiến của cộng đồng dân cư, cũng như sự quan tâm của các nhà đầu tư, các doanh nghiệp đối với sự phát triển du lịch của các địa phương thuộc HLKT Lạng Sơn - Hà Nội. Kết quả thu thập được xử lý trên phần mềm SPSS 22.0, là cơ sở để đưa ra các giải pháp để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch các tỉnh, thành phố dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội.

Phương pháp nghiên cứu tác giả bài báo lựa chọn là sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu truyền thống và hiện đại trên nguyên tắc đảm bảo tính tổng hợp, tính hệ thống, tính hiện đại và sự phù hợp:

3.1. Phương pháp phân tích hệ thống

Phương pháp này còn được sử dụng để phân tích và xử lý số liệu, tài liệu đã điều tra, thống kê, nghiên cứu để đảm bảo kế thừa các công trình nghiên cứu trước và cũng trên cơ sở phân tích tổng hợp để xây dựng các định hướng về nâng cao chất lượng nhân lực du lịch dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội.

3.2. Phương pháp điều tra xã hội học

Tổ chức chọn mẫu, điều tra và xử lý kết quả điều tra.

Khảo sát đánh giá bằng phiếu điều tra:

- Mục tiêu điều tra chọn mẫu đánh giá: Thu thập ý kiến đánh giá của các doanh nghiệp kinh doanh lễ hành, doanh nghiệp kinh doanh khách sạn, doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng và khách du lịch về chất lượng nhân lực du lịch của 4 địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội (Lạng Sơn, Bắc Giang, Bắc Ninh, Hà Nội) và xu hướng phát triển.

- Kết quả điều tra: Tỷ lệ phiếu phát ra, thu về và phiếu sử dụng đạt hiệu quả và đảm bảo mục tiêu đề ra, phục vụ đắc lực cho quá trình nghiên cứu. Số phiếu thu về chiếm 90% số phiếu phát đi. Số phiếu được sử dụng để phân tích chiếm 99% số phiếu thu về (loại trừ các phiếu thu về có nội dung không được trả lời đầy đủ). Phiếu thu về và sử dụng đảm bảo đại diện về độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn và quốc tịch...

3.3. Phương pháp phân tích thống kê

Tác giả đã sử dụng các hàm tính toán tỉ trọng, mức tăng trưởng, diễn biến của giá trị theo thời gian để đánh giá các chỉ tiêu đã đề cập. Cơ sở số liệu để được sử dụng tính toán (nguồn thông tin thứ cấp) được lấy từ nguồn chính thức của các ấn phẩm trong nước và quốc tế; các số liệu báo cáo từ các cơ quan có liên quan của Nhà nước (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Tổng cục Thống kê, Viện Chiến lược phát triển, Cục Thống kê từ các địa phương: Lạng Sơn, Bắc Giang, Bắc Ninh, Hà Nội..., các Sở quản lý nhà nước về du lịch,...); các kết quả đã công bố tại các hội nghị, hội thảo, các cuộc điều tra, khảo sát và đề tài nghiên cứu khoa học do các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước thực hiện.

3.4. Phương pháp so sánh

So sánh các kết quả và hiệu quả phát triển du lịch theo HLKT từ năm 2010 đến 2018 trên toàn địa bàn nghiên cứu và trên tuyến HLKT. Từ đó, thấy được sự liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội sẽ mang lại hiệu quả cao hơn khi phát triển rời rạc, lỏng lẻo, không có sự liên kết theo tuyến HLKT.

3.5. Phương pháp SWOT

Khung phân tích SWOT được trình bày dưới dạng một ma trận lưới, gồm 4 phần chính: Strengths (điểm mạnh), Weaknesses (điểm yếu), Opportunities (cơ hội) và Threats (nguy cơ). Phương pháp phân tích SWOT là phương pháp phân tích chiến lược, rà soát và đánh giá tổng hợp

điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức, trong quá trình phát triển nguồn nhân lực du lịch dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội.

3.6. Phương pháp chuyên gia

Đây là phương pháp nghiên cứu định tính, cho phép tiếp cận vấn đề nghiên cứu một cách trực tiếp. Trong quá trình thực hiện nghiên cứu, tác giả đã trao đổi với các chuyên gia trong các lĩnh vực đào tạo, quản lý, sử dụng nhân lực từ đó có được cách nhìn và nhận định đúng đắn về hiện trạng và phương hướng phát triển nguồn nhân lực của các địa phương dọc theo tuyến hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Cơ sở lý luận về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch

- Nhân lực là con người nằm trong lực lượng lao động (dân số trong độ tuổi lao động) với những kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm tích lũy trong mỗi con người nhờ quá trình học tập, rèn luyện và lao động thể hiện khả năng làm việc với một trình độ nhất định trong sản xuất.

- Khả năng lao động là khả năng con người thực hiện, hoàn thành công việc, đạt được mục đích lao động. Khả năng lao động còn được gọi là năng lực. Năng lực = sức lực + trí lực + tâm lực. Công tác quản lý nhân lực đó là hoạt động tổ chức, điều hành, sắp xếp nhân lực làm sao để phát huy tối đa khả năng lao động của con người.

- Chất lượng năng lực là sự hiện thực hóa năng lực thể chất và năng lực tinh thần sáng tạo, tìm kiếm, phát hiện thông tin và vật chất hoá thông tin thành mức độ hoàn thành công việc, sản phẩm và công nghệ mới. Do đó, khả năng sáng tạo đổi mới là đặc điểm nổi bật của chất lượng năng lực nâng cao chất lượng năng lực chính là sự biến đổi trên các mặt thể lực, trí lực, kỹ năng, kiến thức và tinh thần cùng với quá trình tạo ra những biến đổi tiến bộ về cơ cấu năng lực. Nâng cao chất lượng năng lực chính là quá trình tạo lập và sử dụng năng lực toàn diện con người vì sự tiến bộ kinh tế - xã hội và sự hoàn thiện bản thân của mỗi con người. Chất lượng năng lực góp phần thực hiện tầm nhìn và sứ mệnh doanh nghiệp và giúp doanh nghiệp thực hiện nhiều chiến lược kinh doanh [9].

- Nguồn nhân lực du lịch bao gồm toàn bộ lực lượng lao động trực tiếp hoặc gián tiếp liên quan đến quá trình phục vụ khách du lịch. Nguồn nhân lực chất lượng cao là một bộ phận đặc biệt của nguồn nhân lực du lịch. Tiêu chí về trình độ yêu cầu nhân lực lao động du lịch chất lượng cao đòi hỏi phải có trình độ từ cao đẳng trở lên, tốt thạc sĩ, tiến sĩ, đảm nhiệm các nhiệm vụ quản lý nhà nước, đào tạo nghiên cứu du lịch, quản trị doanh nghiệp và lao động lành nghề là những nghề nhân, những lao động từ bậc 3 trở lên làm việc trong lĩnh vực du lịch. Thông thạo ít nhất một ngoại ngữ, có kinh nghiệm và thâm niên công tác. Ngoài những điều kiện cần, đủ trên nguồn nhân lực lao động du lịch cao phải có và vận dụng tốt kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ứng xử, giải quyết các tình huống sự cố nghề nghiệp, các kỹ năng thuộc bộ phận nghề khác...).

4.2. Hiện trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch các địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội

Ngoài số lao động trực tiếp, hoạt động du lịch còn tạo ra nhiều việc làm cho xã hội, góp phần tích cực vào nỗ lực xóa đói, giảm nghèo ở nhiều địa phương còn nhiều khó khăn ở khu vực này. Đội ngũ cán bộ công nhân viên trong du lịch giữ một vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch. Chất lượng các dịch vụ du lịch phụ thuộc rất nhiều vào trình độ chuyên môn, trình độ ngoại ngữ, vào thái độ và khả năng giao tiếp của nhân viên phục vụ. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ còn phụ thuộc vào chỉ tiêu lao động bình quân cho một phòng khách sạn. Theo kết quả điều tra của tác giả bài báo, chất lượng lao động du lịch trên tuyến HLKT chưa cao, nhiều lao động mang tính mùa vụ, điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng các dịch vụ du lịch.

Nhìn chung số lượng lao động trong ngành du lịch các địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội tăng 9,8% trong giai đoạn từ 2010 - 2018. Tuy nhiên, lao động được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ một cách có hệ thống chưa nhiều, năng suất lao động chưa cao. Khi phát triển du lịch theo tuyến HLKT, số lượng lao động trong ngành du lịch cũng sẽ chiếm tỉ trọng cao hơn và có xu hướng tăng trên tổng lãnh thổ nghiên cứu. Trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ... chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của khách du lịch. Tuy nhiên, trong một số doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài, một số doanh nghiệp Nhà nước có quy mô lớn đội ngũ lao động được đào tạo qua các trường lớp, đào tạo tại

chỗ, hoặc gửi đi đào tạo ở nước ngoài nên chất lượng có tốt hơn, đáp ứng được yêu cầu và được đánh giá khá tốt.

**Bảng 1: Nhận định về chất lượng lao động du lịch trên tuyến HLKT
Lạng Sơn - Hà Nội**

Đơn vị: %

Đối tượng điều tra	Rất tốt	Tốt	Trung bình	Kém
Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành	10,5	15,2	60,3	14
Doanh nghiệp kinh doanh khách sạn	9,6	14,5	63,4	12,5
Doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng	18,6	13,5	61,5	6,4

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả, 2018

Theo tính toán, điều tra của tác giả luận án và trên cơ sở làm việc với các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch của 4 tỉnh, thành phố (riêng Hà Nội là Sở Du lịch): Tổng số lao động du lịch tham gia trên tuyến HLKT năm 2010 chiếm khoảng 16,5%, năm 2015 chiếm khoảng 24% và năm 2018 chiếm khoảng 30% tổng số lao động du lịch của lãnh thổ nghiên cứu.

Bảng 2: Tổng hợp lao động ngành du lịch của lãnh thổ nghiên cứu

Đơn vị: Nghìn người

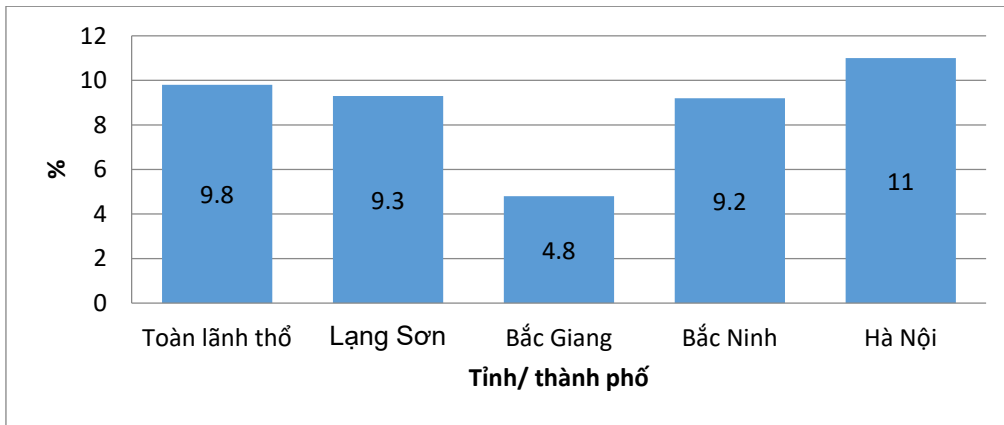
Địa phương	2010		2015		2018		Tốc độ tăng bình quân năm(%)
	Tổng số	HLKT	Tổng số	HLKT	Tổng số	HLKT	
Toàn lãnh thổ	88	14,5	108,2	25,9	153,8	46,1	9,8
Lạng Sơn	11,2	1,9	16,8	4,1	19,1	6,0	9,3
% so tổng số	12,7	12,9	15,5	15,9	12,4	12,9	
Bắc Giang	12,9	2,1	14,9	3,6	17,1	4,8	4,8
% so tổng số	14,7	14,6	13,8	13,9	11,1	10,5	
Bắc Ninh	11,4	1,8	18,0	4,3	19,3	5,2	9,2
% so tổng số	12,9	12,5	16,6	16,4	12,5	11,2	
Hà Nội	52,5	8,7	58,5	13,9	98,3	30,9	11,0
% so tổng số	59,6	60	54,1	53,8	63,9	65,4	

Nguồn: Tác giả xử lý theo số liệu thống kê [11, 12, 13, 14]

Ghi chú: Tổng số: Tổng số trên địa bàn nghiên cứu; HLKT: Tổng hợp trên tuyến HLKT.

Khác với các ngành kinh tế khác, lao động trong du lịch luôn đòi hỏi người lao động phải có một độ tuổi nhất định, đòi hỏi về giới tính, về trình độ nghiệp vụ... Phụ nữ ở độ tuổi trung bình 20 - 30 tuổi chiếm số đông trong các cơ sở phục vụ du lịch. Nam giới thường chiếm số ít hơn và độ tuổi cũng cao hơn. Trình độ học vấn của cán bộ công nhân viên nữ cũng thường thấp hơn so với nam giới. Nhìn chung, số lao động có học vấn thấp hơn thường làm việc ở các khách sạn, nhà hàng, các cơ sở dịch vụ du lịch khác... còn lao động ở các đơn vị hành chính sự nghiệp, các đơn vị quản lý nhà nước về du lịch, các công ty lữ hành - hướng dẫn... có trình độ học vấn cao hơn.

Du lịch mang tính chất thời vụ rất cao nên ảnh hưởng lớn đến việc sử dụng lao động và trả công lao động. Thông thường các cơ sở kinh doanh du lịch theo mùa sử dụng một số lao động nhất định làm việc quanh năm, số còn lại hợp đồng theo thời vụ, theo tháng, theo ngày. Ở đây nảy sinh ra mâu thuẫn mà trong ngành du lịch chưa khắc phục được đó là số lao động hợp đồng theo thời vụ có trình độ chuyên môn không cao nên ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ trong du lịch. Hiện nay, Hà Nội là nơi tập trung hầu hết các cơ sở đào tạo trình độ đại học, cao đẳng về du lịch, cung cấp nguồn lao động du lịch cho cả nước nói chung và cho 3 tỉnh Lạng Sơn, Bắc Giang, Bắc Ninh nói riêng.



Hình 1: Tốc độ tăng trưởng lao động du lịch của các địa phương dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội giai đoạn 2010 - 2018

Nguồn: Tác giả vẽ phỏng theo số liệu bảng 3.2

4.3. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch các địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội

Để có thể nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch các địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội cần phải:

Phát triển nhân lực du lịch có chất lượng cao

Nguồn lao động trong du lịch của 4 địa phương sẽ có sự tăng trưởng cao trong vòng 12 năm tới, tuy nhiên phải quan tâm vấn đề đào tạo để nâng cao chất lượng lao động. Hà Nội sẽ đóng vai trò then chốt, đào tạo lao động du lịch trên toàn tuyến với hệ thống các trường đại học, cao đẳng, trung cấp có chất lượng cao. Nhân lực du lịch chất lượng cao cần đáp ứng được các tiêu chí: *Trí lực (trình độ học vấn, kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề, kinh nghiệm làm việc và thái độ trong công việc); Thể lực (hay sức khỏe là sự phát triển hài hòa của con người cả về thể chất và tinh thần); Tâm lực (thái độ làm việc, tâm lý làm việc và khả năng chịu áp lực công việc hay còn gọi là năng lực ý chí).*

Tập trung các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch: đảm bảo chất lượng, số lượng, cân đối về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo về du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật, thiết bị giảng dạy đồng bộ, hiện đại; chuẩn hóa chất lượng giảng viên; chuẩn hóa giáo trình khung đào tạo du lịch. Xây dựng và ban hành khung trình độ nghề quốc gia trong lĩnh vực du lịch tương đương trong khu vực và quốc tế.

Bảng 3: Dự báo phát triển lao động du lịch của 4 địa phương dọc theo HLKT Lạng Sơn - Hà Nội

Đơn vị: 1000 người

Chỉ tiêu	2018		2020		2025	
	Tổng số	HLKT	Tổng số	HLKT	Tổng số	HLKT
1. Tổng lao động du lịch	153,8	46,1	218	98	518,9	441,1
Lạng Sơn	19,1	5,7	26,5	11,9	63,1	53,6
Bắc Giang	17,1	4,8	24,5	17,1	58,3	49,6
Bắc Ninh	19,3	5,6	27,0	19,3	64,3	54,7
Hà Nội	98,3	30,9	140	98,3	333,2	283,2
Tổng lao động qua đào tạo	44,1	33,9	76	60,8	378	320
<i>Tỷ trọng so tổng lao động du lịch, %</i>	28,7	34,7	34,9	50	72,8	90
2. Lao động quản lý	12,5	3,8	22	17,6	60	51
<i>Tỷ trọng so tổng lao động du lịch, %</i>	8,1	8,2	10,1	11,4	11,6	11,6

Nguồn: Số liệu các năm 2020, 2025 là dự báo của tác giả; số liệu 2018 là số liệu [11, 12, 13, 14]

Ghi chú: Tổng số: Tổng số trên địa bàn nghiên cứu; HLKT: Tổng hợp trên tuyến HLKT

Trên cơ sở làm việc với các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (riêng Hà Nội là Sở Du lịch), các công ty lữ hành và dựa vào điều tra, tính toán của tác giả luận án: Dự báo tổng lao động du lịch trên tuyến HLKT năm 2018 chiếm 30%, năm 2020 chiếm 45% và năm 2025 chiếm khoảng 65% tổng số lao động của lãnh thổ nghiên cứu.

Xây dựng chính sách và tạo cơ chế cho việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Các địa phương cần xây dựng các chính sách, định hướng cho phát triển nhân lực chất lượng cao phục vụ ngành du lịch. Đồng thời, chú trọng đến việc đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý Nhà nước, Nhà trường và doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng nhân lực có chất lượng cho ngành du lịch. Đẩy mạnh công tác đào tạo nguồn giáo viên giảng dạy về du lịch... Muốn làm được điều này, các địa phương nên xem xét một cơ chế đặc thù cho việc đào tạo về du lịch như dành nhiều chỉ tiêu đào tạo về du lịch ở nước ngoài (trong đề án đào tạo thạc sỹ, tiến sỹ của thủ đô Hà Nội); có chính sách hỗ trợ các trường được đào tạo sau đại học về du lịch đóng trên địa bàn thành phố...

Ngoài ra, các cơ sở đào tạo cần hoàn thiện khung chương trình đào tạo với định hướng tiếp cận các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới kết hợp với phát triển các hình thức đào tạo, bồi dưỡng (đào tạo đại học liên thông, sau đại học, các lớp ngắn hạn,...). Để thúc đẩy hoạt động này, các địa phương cần xây dựng các hướng dẫn và khung định hướng chương trình đào tạo ngành du lịch, đặc biệt là thủ đô Hà Nội. Gắn kết giữa cơ sở đào tạo/dạy nghề 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.

Đẩy mạnh việc đào tạo hướng đến thực hành nghề du lịch và đào tạo kỹ năng: Để làm được điều này các cơ sở đào tạo du lịch cần chủ động, có chính sách tăng cường 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. Để hỗ trợ công tác này, các địa phương cũng nên có cơ chế khuyến khích cho các cơ sở đào tạo như cho vay nguồn vốn ưu đãi, hỗ trợ chuyên gia tư vấn, tổ chức tập huấn nghề cho giáo viên, giảng viên; tổ chức các hội thi “nghề du lịch” của giảng viên...

Xây dựng cơ chế nhằm gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp như dành tỷ lệ ngân sách trong quỹ nghiên cứu khoa học của thành phố với những đề tài khoa học có địa chỉ ứng dụng cụ thể tại doanh nghiệp (VD: phát triển sản phẩm, đào tạo nhân lực, nâng cao công tác quảng bá... của một hoặc một vài đơn vị) thay vì triển khai những đề tài mang tính rộng lớn...

Ngoài ra, cần tăng cường công tác đào tạo kỹ năng như: kỹ năng ngoại ngữ, giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, sáng tạo, dịch vụ khách hàng... để người lao động có thể tự tin, chủ động phát huy được khả năng của mình trong môi trường hội nhập.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nâng cao chất lượng nhân lực du lịch sẽ góp phần tích cực trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của hoạt động du lịch, đẩy nhanh sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các địa phương dọc theo tuyến HLKT Lạng Sơn - Hà Nội. Nguồn nhân lực du lịch cao có những đóng góp thiết thực và hiệu quả cho sự phát triển du lịch bền vững, có trách nhiệm, đáp ứng được sự ra đời và phát triển của các loại hình du lịch mới. Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao phù hợp với các loại hình du lịch mới chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, với những yêu cầu cụ thể và cần có những giải pháp mang tính hệ thống để đáp ứng nhu cầu hội nhập quốc tế du lịch toàn diện ngày một sâu, rộng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2007), *Quy hoạch phát triển hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh đến năm 2020*.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2011), *Đề án Hành lang kinh tế Lạng Sơn, Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Mộc Bài*.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2014), *Quy hoạch phát triển hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội - Thành phố Hồ Chí Minh - Mộc Bài*.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2014): *Báo cáo đề án “Phát triển các hành lang, vành đai kinh tế và các cực tăng trưởng đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*.
5. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.

6. Quyết định số 1060/QĐ-BVHTTDL ngày 29/3/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển nhân lực văn hóa, thể thao và du lịch 2011-2020”.
7. Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Quy hoạch “Phát triển nhân lực ngành du lịch 2011-2020”.
8. Quyết định số 2473/2011/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.
9. Nguyễn Quyết Thắng (2015), Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh - *Hội thảo Phát triển NNL chất lượng cao theo yêu cầu tái kinh tế ở TP.HCM*, do Viện NCPT Kinh tế TP.HCM và Hội phát triển NNL nhân tài Việt Nam, 11/2015.
10. Tổng cục Du lịch (2011), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
11. UBND Bắc Ninh (2011), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến năm 2030*.
12. UBND Lạng Sơn (2011), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến năm 2030*.
13. UBND Bắc Giang (2011), *Quy hoạch ngành văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Bắc Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
14. UBND Thành phố Hà Nội (2011), *Quy hoạch phát triển du lịch thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.

CHỦ ĐỀ 2:
ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC
TRONG BỐI CẢNH MỚI

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA VIỆT NAM

PGS, TS. *Bùi Xuân Nhàn*
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ, sự phát triển của thế giới đang bước sang trang mới với những thành tựu có tính đột phá, trong đó yếu tố đóng vai trò trung tâm quyết định sự biến đổi về chất của nền kinh tế chính là nguồn nhân lực chất lượng cao. Mặc dù ngành Du lịch Việt Nam trong những năm vừa qua có bước phát triển khá nhanh, song trong bối cảnh Cộng đồng kinh tế ASEAN đã chính thức ra đời từ cuối năm 2015, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó đặc biệt là vấn đề nhân lực chất lượng cao. Nhân lực ngành Du lịch có vai trò quyết định không chỉ cho riêng sự phát triển du lịch mà còn góp phần không nhỏ vào việc phát triển kinh tế của 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 nhân lực và đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng vẫn còn nhiều bất cập cần giải quyết nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Trên cơ sở phân tích hiện trạng nguồn nhân lực Du lịch của Việt Nam, bằng các dữ liệu thứ cấp và kết quả khảo sát nội dung, chương trình, tổ chức đào tạo chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu của một số sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch, các doanh nghiệp du lịch và cơ sở đào tạo nhân lực du lịch hiện nay, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu cuộc cách mạng 4.0 trong phát triển Du lịch của Việt Nam.

Từ khóa: Nâng cao chất lượng, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo các số liệu được công bố trong bản Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch năm 2019 của WEF [4] với 140 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, Việt Nam có chỉ số về nguồn nhân lực và thị trường lao động đứng thứ 47 (sau các nước ASEAN khác là Singapore thứ 5, Malaysia thứ 15, Thái Lan thứ 27, Philippin thứ 37, Indonesia thứ 44). Các nguồn lực tự nhiên và văn hóa khá cao, đứng thứ 26 (so với các nước trong khu vực ASEAN, Việt Nam cũng đứng trong top 3 nước hàng đầu, sau Indonesia thứ 18, Thái Lan thứ 21). Nhìn chung, với lợi thế về vị trí địa lý và tài nguyên du lịch phong phú cả tự nhiên và văn hóa nên Việt Nam có điều kiện tham gia và cung ứng tất cả các loại hình sản phẩm du lịch chung của ASEAN, góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch Việt Nam hiện nay và tranh thủ được các nguồn khách nổi tour trong khu vực. Với những sản phẩm du lịch đặc thù hoặc có tiềm năng lớn của Việt Nam như du lịch thăm lại chiến trường xưa, du lịch thám hiểm hang động sẽ góp phần tăng thêm sức hấp dẫn của du lịch khu vực ASEAN nói chung và khả năng kết nối khách giữa Việt Nam với các nước trong khu vực và ngược lại. Đánh giá một cách tổng quan có thể thấy các sản phẩm du lịch của Việt Nam có sức cạnh tranh khá cao so với nhiều nước trong khu vực ASEAN nếu xét trên các yếu tố đa dạng về tài nguyên du lịch, mức độ hấp dẫn của cảnh quan thiên nhiên, giá trị văn hóa, lịch sử và các di sản. Các yếu tố khác đặc biệt là về con người và tổ chức thực hiện sản phẩm lại chỉ ở mức độ trung bình khá trong khu vực. Đây chính là thách thức lớn với ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

Thời gian qua đã có khá nhiều công trình nghiên cứu về đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch như: “*Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” của TS Đoàn Mạnh Cường; *Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập* của TS phạm Trung Lương... và cũng đã có khá nhiều bài viết đăng trong các kỷ yếu hội thảo khoa học về chủ đề này như: Kỷ yếu hội thảo khoa học, *Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, 2018; kỷ yếu hội thảo khoa học của Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu, Trường Đại học Văn Hiến về đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam... Các công trình khoa học này đã đề cập khá sâu về thực trạng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam, các yêu cầu đặt ra với nguồn nhân lực du lịch trong cách mạng công nghiệp lần thứ tư và đề xuất được khá nhiều giải pháp, kiến nghị nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu nhân lực du lịch của Việt Nam trong bối cảnh mới. Bài viết này sẽ

kế thừa một số kết quả của các công trình nghiên cứu trên để đánh giá thực trạng đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học của các cơ sở đào tạo trên địa bàn Hà Nội thời gian qua.

2. HIỆN TRẠNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA VIỆT NAM

Từ các dữ liệu thứ cấp là các số liệu thống kê, báo cáo của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch [1]; báo cáo của các doanh nghiệp/tổ chức và các cơ sở đào tạo du lịch cho thấy được bức tranh về hiện trạng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam như sau:

Về số lượng nhân lực: Hiện nay cả nước có khoảng 2.250.000 người lao động trong ngành du lịch, trong đó lao động trực tiếp khoảng trên 750.000 người được phân theo vị trí việc làm như sau: Nhân lực làm việc tại các cơ sở lưu trú chiếm 44,64% (lễ tân: 6,97%; phục vụ buồng: 13,02%; phục vụ bàn, bar: 16,28%; nhân viên chế biến món ăn: 8,37%); nhân lực làm việc trong các doanh nghiệp lữ hành chiếm 12,08% (hướng dẫn viên du lịch: 6,04%; nhân viên lữ hành, đại lý du lịch: 6,04%); nhân lực quản trị doanh nghiệp chiếm 0,63%; nhân lực quản lý nhà nước: 0,63%; nhân viên khác (bán hàng, marketing...) chiếm khoảng 36,25%.

Về trình độ đào tạo: Đối với đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ, lực lượng lao động trong ngành chủ yếu có trình độ dưới sơ cấp (đào tạo nghề dưới 3 tháng) chiếm khoảng 54,6%; đào tạo sơ cấp khoảng 17,8%; trung cấp khoảng 15,2%; đại học và cao đẳng khoảng 12,2%; trên đại học khoảng 0,2%. Theo vị trí việc làm, nhân viên có trình độ đại học đối với hướng dẫn viên du lịch khoảng 65,5%, nhân viên marketing khoảng 84,2%, lễ tân khoảng 65,3%; đối với lĩnh vực phục vụ lưu trú, nhà hàng... lao động có trình độ trung cấp lại chiếm chủ yếu: nhân viên bếp khoảng 85,61%, bàn 72,4%, buồng 70,7%, bar 75,5%. Đối với đào tạo ngoại ngữ: lao động trong ngành du lịch sử dụng được ngoại ngữ khoảng 60%, phần lớn là sử dụng tiếng Anh, trong đó 85% nhân lực có trình độ tiếng Anh ở mức cơ sở, chỉ giao tiếp được ở mức cơ bản, 15% có trình độ đại học, có thể giao tiếp thông thạo; các ngoại ngữ khác như tiếng Trung chỉ có khoảng 5%, tiếng Pháp khoảng 4% và các tiếng khác khoảng 9%. Theo vị trí việc làm thì lao động là hướng dẫn viên, lữ hành, lễ tân, phục vụ nhà hàng... có tỷ lệ sử dụng ngoại ngữ khá cao, đạt khoảng 88,6%, song số lao động sử dụng 2 ngoại ngữ còn khá thấp, chỉ khoảng 28%. Số lao động có trình độ đại học về ngoại ngữ làm nghề hướng dẫn viên khoảng 49,6%, marketing du lịch khoảng 46,8%, lễ tân khách sạn khoảng 40%; các vị trí làm việc còn lại có rất ít lao động có trình độ đại học về ngoại ngữ. Đối với trình độ tin học, toàn ngành có khoảng 68,3% lao động sử dụng được máy tính phục vụ cho yêu cầu công việc.

Về mạng lưới, ngành nghề đào tạo du lịch: Từ kết quả khảo sát qua thông báo tuyển sinh hàng năm của các cơ sở đào tạo từ năm 2017-2019 cho thấy: Hiện có 156 cơ sở tham gia đào tạo du lịch ở các trình độ. Cụ thể: có 48 trường đại học, 43 trường cao đẳng (có 10 trường cao đẳng nghề); 40 trường trung cấp (có 4 trường trung cấp nghề); 2 công ty đào tạo và 23 trung tâm, lớp đào tạo nghề. Mạng lưới cơ sở đào tạo nhân lực du lịch có ở 53 tỉnh, thành phố. Cơ cấu ngành nghề đào tạo đã có những bước chuyển mới nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu xã hội, ngành Du lịch đã phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo xây dựng 14 chương trình đào tạo chuyên nghiệp trong khuôn khổ Chương trình hành động quốc gia về du lịch, trong đó có 6 chương trình trung cấp, 2 chương trình cao đẳng, 2 chương trình đại học, 2 chương trình liên thông từ trung cấp lên cao đẳng, 2 chương trình liên thông từ cao đẳng lên đại học. Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội hướng dẫn và ban hành 8 chương trình khung đào tạo trình độ cao đẳng và trung cấp nghề du lịch...

Về quy mô và chất lượng đào tạo: Theo số liệu tuyển sinh của các cơ sở đào tạo, hàng năm cả nước tuyển sinh trên 22.000 thí sinh đào tạo về du lịch, trong đó khoảng 1.800 sinh viên đại học, 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, trên 18.000 sinh viên trung cấp. Ngoài ra, các cơ sở đào tạo còn tuyển sinh khoảng trên 5.000 người học sơ cấp nghề du lịch. Số lượng người tốt nghiệp các trình độ đào tạo về du lịch hàng năm khoảng trên 20.000 người. Hàng năm có khoảng 70% sinh viên tốt nghiệp đại học, cao đẳng có việc làm sau 6 tháng đến 1 năm tốt nghiệp; 80% học viên tốt nghiệp trung cấp, sơ cấp có việc làm đúng nghề được đào tạo sau tốt nghiệp. Chất lượng đào tạo các trình độ nhìn chung còn chưa cao.

Về năng lực đào tạo: Đội ngũ giảng viên, giáo viên, cán bộ quản lý đào tạo du lịch đang từng bước được chuẩn hóa. Hiện cả nước có trên 2.000 giảng viên, giáo viên giảng dạy về du lịch và có trên 2.500 đào tạo viên du lịch. Thông qua các dự án do Luxembourg và EU tài trợ, nhiều giảng viên, giáo viên du lịch đã được đào tạo nghiệp vụ tại nước ngoài. Dự án EU đã tổ chức 178 khóa học do

chuyên gia quốc tế và trong nước đào tạo được trên 3.300 học viên chủ yếu là giảng viên, giáo viên của các cơ sở đào tạo, trong đó có 2.579 học viên được cấp chứng chỉ Đào tạo viên du lịch của Hội đồng cấp chứng chỉ Du lịch Việt Nam. Công tác đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực du lịch thông qua Dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam do EU tài trợ, công tác đào tạo lại, bồi dưỡng viên chức quản lý và người lao động trong ngành du lịch được Tổng cục Du lịch, các doanh nghiệp và cơ sở đào tạo quan tâm tổ chức cho hàng chục ngàn lượt người học hàng năm. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ đào tạo được nâng cấp và tăng cường, việc liên kết giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp du lịch đang ngày càng được mở rộng và bước đầu có những kết quả khá tốt đẹp.

Về công tác quản lý nhà nước và hợp tác quốc tế trong đào tạo du lịch: Việc thành lập và kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về đào tạo nhân lực du lịch đã bước đầu được quan tâm, các bộ, ngành có liên quan như Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Nội vụ, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội thực hiện chức năng quản lý nhà nước về đào tạo nhân lực du lịch cho toàn quốc; các sở tương ứng của các địa phương tham mưu giúp UBND các tỉnh đào tạo nhân lực du lịch trên địa bàn từng địa phương. Các văn bản quy phạm pháp luật về giáo dục và đào tạo, đào tạo nghề đã từng bước được các bộ, ngành cụ thể hóa vào đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Về hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực du lịch: Việt Nam đã ký 44 Hiệp định song phương và văn bản hợp tác cấp chính phủ với các nước, Hiệp định hợp tác du lịch 10 nước ASEAN, thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong nghề du lịch (MRA-TP); việc tận dụng các nguồn lực quốc tế cho phát triển đào tạo nhân lực du lịch đã có khá nhiều kết quả tốt qua Dự án EU hoặc do Luxembourg tài trợ. Các cơ sở đào tạo, đặc biệt ở một số trường đại học đã có các chương trình liên kết với một số trường đại học có uy tín trên thế giới đào tạo ở trình độ đại học, thạc sĩ về du lịch.

3. KẾT QUẢ KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO VỚI SINH VIÊN TỐT NGHIỆP VÀ NHÀ TUYỂN DỤNG

Bảng 1: Một số trường đại học đào tạo trình độ đại học các ngành/chuyên ngành du lịch trên địa bàn Hà Nội

TT	Cơ sở đào tạo	Các ngành/chuyên ngành đào tạo	Số lượng tuyển sinh trung bình hàng năm
1	Trường Đại học Kinh tế quốc dân	- Quản trị khách sạn - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành - Quản trị khách sạn quốc tế	100 100 50
2	Trường Đại học Thương mại	- Quản trị khách sạn - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	200 200
3	Trường Đại học Văn hóa Hà Nội	- Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành; - Tổ chức và quản lý du lịch vùng DTTS - Văn hóa du lịch - Lữ hành-Hướng dẫn du lịch - Hướng dẫn du lịch quốc tế	100 35 180 100 100
4	Trường Đại học Mở Hà Nội	- Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (<i>đào tạo 2 chuyên ngành: Quản trị du lịch-Khách sạn và Hướng dẫn du lịch</i>)	250-300
5	Trường Đại học khoa học Xã hội và Nhân văn	- Quản trị khách sạn - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	70-80 70-80
6	Trường Đại học Hà Nội	- Quản trị khách sạn (Liên kết quốc tế) - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	60 100
7	Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội	- Quản trị khách sạn - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	120 180
8	Trường Đại học Thành Đô	- Quản trị khách sạn - Việt Nam học (Hướng dẫn du lịch) - Ngôn ngữ Anh (Tiếng Anh du lịch)	95 - -
9	Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường	- Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	190

Nguồn: Website các trường [5]

Trên địa bàn Hà Nội hiện nay có hàng chục trường đại học đào tạo trình độ đại học các ngành/chuyên ngành về du lịch. Tuy nhiên, phần lớn các trường mở ngành đào tạo du lịch trong một vài năm gần đây nên chưa có hoặc mới chỉ có một vài khóa đã tốt nghiệp. Hiện nay, phần lớn các trường đại học đã chuyển sang đào tạo 2 mã ngành là Quản trị khách sạn và Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành theo mã ngành cấp IV trình độ đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành, song các ngành/chuyên ngành đào tạo của các trường vẫn khá đa dạng (xem bảng 1).

Ngoài các trường trên, hiện nay trên địa bàn Hà Nội còn một số cơ sở đào tạo khác đã và đang mở các mã ngành đào tạo trình độ đại học về du lịch. Tuy nhiên, phần lớn các cơ sở này chưa có sinh viên tốt nghiệp.

Nhằm có thêm thông tin đánh giá chất lượng đào tạo cử nhân ngành du lịch của Trường Đại học Thương mại và của một số cơ sở đào tạo cử nhân ngành du lịch trình độ đại học trên địa bàn Hà Nội, trong các năm từ 2016 đến 2018, chúng tôi đã tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi với sinh viên tốt nghiệp ngành quản trị kinh doanh (chuyên ngành quản trị doanh nghiệp du lịch, quản trị doanh nghiệp khách sạn-du lịch...) trước đây và sinh viên tốt nghiệp hai ngành Quản trị khách sạn, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành hiện nay theo mã ngành cấp IV của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Trên cơ sở số sinh viên đã tốt nghiệp các ngành và chuyên ngành trên từ năm 2010 đến năm 2018 theo danh sách cấp bằng của các trường, trong đó của Trường Đại học là 1750 sinh viên, của các trường đại học khác ở Hà Nội khoảng trên 3300 sinh viên, chúng tôi lựa chọn 10% số sinh viên đã tốt nghiệp. Cụ thể chọn mẫu 175 sinh viên tốt nghiệp khoa Khách sạn-Du lịch Trường Đại học Thương mại; 330 sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch của các trường đại học khác ở Hà Nội theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên các sinh viên đã tốt nghiệp đang làm việc trong các doanh nghiệp du lịch ở Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng và một số tỉnh phía bắc. Với các doanh nghiệp, khảo sát được thực hiện ở các doanh nghiệp khách sạn, lữ hành, cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống trên địa bàn Hà Nội. Theo số liệu thống kê của Sở Du lịch Hà Nội [6], Hà Nội hiện có 3.499 cơ sở lưu trú du lịch (khách sạn, căn hộ du lịch, nhà nghỉ du lịch), trong đó có 561 cơ sở lưu trú du lịch đã xếp hạng; 21 cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống đạt chuẩn; 1235 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, 75 doanh nghiệp lữ hành nội địa. Các doanh nghiệp được lựa chọn khảo sát ngẫu nhiên theo danh sách của Sở Du lịch Hà Nội gồm 150 doanh nghiệp, trong đó có: 56 cơ sở lưu trú được xếp hạng; 2 cơ sở ăn uống, 92 doanh nghiệp lữ hành (5 doanh nghiệp lữ hành nội địa) có trên 10 nhân viên. Việc khảo sát được một số nghiên cứu sinh, học viên cao học, sinh viên đại học năm cuối đi thực tập tốt nghiệp thực hiện và khảo sát qua thư điện tử. Kết quả khảo sát được phản ánh ở một số chỉ tiêu trong các bảng sau (theo thang điểm 5 là tốt nhất): (xem bảng 2).

Bảng 2: Năng lực chuyên môn đạt được của sinh viên tốt nghiệp

Các tiêu chí	Sinh viên đã tốt nghiệp DHTM		Sinh viên đã tốt nghiệp các trường khác		Nhà tuyển dụng	
	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ
Nắm vững kiến thức cơ bản	175	3.8	329	3.6	140	3.9
Nắm vững kiến thức chuyên ngành	175	3.9	330	4.0	138	3.8
Khả năng áp dụng kiến thức vào thực tiễn	169	3.4	296	3.4	140	3.2
Nắm vững mục tiêu công việc	156	3.6	299	3.7	138	3.5
Kỹ năng xây dựng kế hoạch	113	3.5	313	3.5	136	3.1
Phương pháp tổ chức và triển khai	137	3.3	327	3.3	130	3.4
Kỹ năng đánh giá, kiểm tra, giám sát	125	3.6	330	3.6	131	3.5
Năng lực chuyên môn khác	101	3.2	217	3.4	45	3.1

Từ kết quả khảo sát trên cho thấy, các tiêu chí đánh giá sinh viên tốt nghiệp các chuyên ngành du lịch của Trường Đại học Thương mại và của các trường đại học khác trên địa bàn Hà Nội không có sự khác nhau nhiều và chỉ ở mức trên trung bình.

Về năng lực của sinh viên tốt nghiệp, kết quả khảo sát thể hiện trong Bảng 3 (xem Bảng 3)

Bảng 3: Năng lực làm việc của sinh viên đã tốt nghiệp

Các tiêu chí	Sinh viên đã tốt nghiệp ĐHTM		Sinh viên đã tốt nghiệp các trường khác		Nhà tuyển dụng	
	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ
Khả năng thương lượng	175	3.3	329	3.4	140	3.1
Khả năng lãnh đạo	175	3.1	330	4.3	138	3.0
Khả năng quản lý	169	3.0	296	2.9	140	3.1
Khả năng giải quyết mâu thuẫn	156	3.3	299	3.1	138	3.4
Chịu được áp lực cao của công việc	113	3.9	313	3.5	136	2.9
Khả năng hướng dẫn người khác	137	3.0	327	3.1	130	2.9
Tạo việc làm cho mình và cho người khác	125	3.0	330	3.2	131	2.9
Khả năng sử dụng ngoại ngữ trong công việc	175	2,7	330	2,9	130	2.9
Năng lực khác	101	3.3	217	3.0	50	3.2

Về mức độ hài lòng và đáp ứng công việc chung của cả sinh viên đã tốt nghiệp và nhà tuyển dụng như sau (Bảng 4)

Bảng 4: Mức độ hài lòng và đáp ứng với công việc của sinh viên tốt nghiệp

Các tiêu chí	Sinh viên đã tốt nghiệp ĐHTM		Sinh viên đã tốt nghiệp các trường khác		Nhà tuyển dụng	
	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ	Mẫu	Điểm BQ
Mức độ hài lòng	175	3.7	330	3.6	147	3.8
Mức độ đáp ứng	173	3.9	330	4.0	149	3.9

Từ một số kết quả điều tra trên cho thấy về cơ bản, sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch của các trường đã đáp ứng được nhu cầu ở mức trung bình của các nhà tuyển dụng. Tuy nhiên, khả năng sử dụng ngoại ngữ và khả năng giao tiếp của sinh viên tốt nghiệp chưa được bản thân sinh viên tốt nghiệp và nhà tuyển dụng đánh giá cao.

4. MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ, NHẬN XÉT CHUNG

Trên cơ sở khảo sát nội dung chương trình, tổ chức quản lý đào tạo trình độ đại học các ngành chuyên ngành về du lịch của một số cơ sở đào tạo ở Hà Nội và kết quả khảo sát ban đầu về chất lượng đào tạo ngành du lịch, có thể rút ra một số nhận xét sau:

Trong thời gian qua, nhất là trong 5 năm trở lại đây, để không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo nhằm đáp ứng nhu cầu của xã hội và của các doanh nghiệp trong ngành du lịch, các trường đại học đã từng bước mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực có chất lượng cao cho ngành du lịch. Cụ thể:

Một là, từ chỗ các trường đại học trong cả nước nói chung, ở Hà Nội nói riêng đào tạo cử nhân cho ngành du lịch với rất nhiều tên gọi theo ngành, chuyên ngành khác nhau, đã đổi mới toàn bộ nội dung, chương trình đào tạo theo hai mã ngành mới là Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành; Quản trị khách sạn và đã chuyển đổi các chương trình đào tạo theo hệ thống tín chỉ. Các chương trình đào tạo của các trường đã tiếp cận gần hơn với yêu cầu của thực tiễn và tiếp cận được với chương trình đào tạo quốc tế, bám sát bộ Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (VTOS);

Hai là, đã có sự gắn kết tốt hơn giữa nhà trường và doanh nghiệp, đặc biệt là từ khi Chính phủ và Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép các trường đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao theo cơ chế đặc thù. Trong cơ cấu các học phần, thay vì học thiên về lý thuyết như trước đây, số giờ thảo luận nhóm trên lớp, số giờ sinh viên tự thảo luận theo nhóm và tự học; số giờ nghe báo cáo thực tế đã tăng lên đáng kể. Trong các chương trình đào tạo có chú trọng nhiều hơn đến các học phần tự chọn nhằm rèn luyện kỹ năng thực hành như các học phần kỹ năng trình diễn vấn đề, kỹ năng tin

học và các học phần tự chọn chuyên sâu nhằm trang bị những kiến thức, kỹ năng cần thiết của sinh viên khi ra trường theo chuẩn đầu ra đã tuyên bố;

Ba là, các cơ sở đào tạo đã thường xuyên mở các hội nghị bàn về nâng cao chất lượng đào tạo với các doanh nghiệp trong ngành để lấy ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp đóng góp cho chương trình và nội dung đào tạo và đánh giá chất lượng đào tạo của sinh viên tốt nghiệp, do vậy chương trình đào tạo ngày càng sát với thực tế hơn;

Bốn là, với trình độ tin học, ngoại ngữ, kỹ năng thực hành nghề nghiệp được coi là điểm yếu của sinh viên tốt nghiệp đại học ngành du lịch, các trường đã chú trọng tăng cường các học phần thực hành về tin học và ngoại ngữ, ký kết các hợp đồng thực tập ngắn hạn với các doanh nghiệp, tăng cường liên kết với các doanh nghiệp trong ngành để đào tạo theo yêu cầu của các doanh nghiệp và các địa phương;

Năm là, xác định bước đột phá trong nâng cao chất lượng đào tạo là phải tiệm cận với các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới, nhiều trường đã có các chương trình liên kết với các trường đại học trên thế giới đào tạo cử nhân, cử nhân thực hành các chuyên ngành về du lịch;

Sáu là, để nâng cao chất lượng đào tạo, đội ngũ giảng viên phải đủ về số lượng và chất lượng đội ngũ giáo viên phải đạt chuẩn. Trong hơn những năm qua, đội ngũ giảng viên của các trường đã có sự thay đổi đáng kể. Hiện nay, số lượng giảng viên, giáo viên du lịch của cả nước đã có 2 giáo sư, 11 phó giáo sư, 37 tiến sĩ, 210 thạc sĩ, 5 chuyên gia và trên 2500 đào tạo viên du lịch đã có chứng chỉ đào tạo của Hội đồng cấp chứng chỉ Du lịch Việt Nam.

Tuy nhiên, việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch còn một số hạn chế sau:

Việc quản lý đào tạo nguồn nhân lực du lịch còn phân tán, thiếu đồng bộ, thiếu sự phối hợp. Chính sách, văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo thiếu, không đồng bộ;

Quy mô đào tạo tuy có tăng nhưng thiếu tính chuyên nghiệp, nhiều cơ sở mới mở ngành còn thiếu cả cơ sở vật chất, đội ngũ giảng viên; năng lực đào tạo chưa đồng đều, cơ cấu đào tạo chưa hợp lý, tỷ lệ nhân lực đào tạo làm công tác quản trị, giám sát so với đào tạo kỹ thuật lãnh nghề còn thiếu cân đối khá nghiêm trọng;

Mặc dù hiện nay mới chỉ có một mã ngành chính thức đào tạo trình độ sau đại học với ngành du lịch, đã có một vài trường đại học ở Hà Nội mở mã ngành đào tạo trình độ thạc sĩ về du lịch, song kết quả tuyển sinh lại khá ít, chưa hấp dẫn với người học, điều này có nguy cơ làm mất cân đối việc đào tạo trình độ cao cho ngành du lịch về lâu dài;

Việc phân bổ cơ sở đào tạo chưa hợp lý, chỉ tập trung ở một số thành phố lớn, nhiều trung tâm du lịch lớn còn thiếu các cơ sở đào tạo; quy mô tuyển sinh đào tạo trình độ đại học tăng quá nhanh trong khi điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo chưa được đáp ứng đầy đủ;

Đội ngũ giảng viên vừa thiếu về số lượng, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kiến thức thực tiễn, trình độ ngoại ngữ còn nhiều bất cập, hạn chế;

Chương trình đào tạo, phương pháp đào tạo chậm đổi mới, thiếu các giáo trình chuyên ngành phục vụ đào tạo; cơ sở vật chất đào tạo khá lạc hậu;

Thiếu sự liên kết, liên thông trong đào tạo; sự liên kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp tuy đã có, song còn nhiều hạn chế, chưa có chính sách thích hợp để thu hút các doanh nghiệp tham gia đào tạo nhân lực cho ngành...

Những hạn chế trên do nhiều nguyên nhân khác nhau, song có thể thấy rõ một số nguyên nhân cơ bản sau: (1) Chế độ, chính sách cho đào tạo nhân lực du lịch còn nhiều hạn chế; cơ chế tài chính, đầu tư cho đào tạo chưa đáp ứng được yêu cầu; chưa có cơ chế, chính sách phù hợp để tăng cường và thu hút doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo; (2) Một số cơ sở đào tạo mới chỉ chú trọng truyền thông để tăng số lượng tuyển sinh, chưa thực sự quan tâm đến chất lượng đào tạo, thiếu đầu tư cho phát triển đội ngũ, cơ sở vật chất, chương trình, giáo trình... phục vụ nâng cao chất lượng đào tạo; (3) Với người học, tư tưởng nặng về bằng cấp vẫn còn khá nặng nề; (4) Các thống kê, dự báo về nhu cầu nhân lực cho các vùng, miền còn nhiều hạn chế...

5. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Vấn đề phát triển nguồn 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 Diễn đàn ATF, các chuyên gia du lịch cho rằng: so với các nước trong khu vực, thì chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam vẫn còn hạn chế mà một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến thực trạng đó là do nhân lực du lịch 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 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 quyết định. Chỉ khi phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao 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.

Với tốc độ phát triển khá nhanh của ngành du lịch Việt Nam, nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho giai đoạn tới năm 2030 theo quyết định 201/QĐ-TTg chính phủ phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030: Chỉ tiêu về việc làm năm 2020 sẽ tạo ra 2,5 triệu lao động, trong đó có 870.000 lao động trực tiếp trong ngành. Đến 2025 tạo ra 3,5 triệu lao động trong đó có 1 triệu lao động là trực tiếp trong ngành và đến năm 2030 sẽ tạo ra 4,7 triệu lao động trong đó có 1,4 lao động là trực tiếp trong ngành. Cũng theo Tổng cục Du lịch, mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động nhưng lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm; trong đó chỉ hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên là một thách thức rất lớn đối với phát triển của ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Mục tiêu phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao thể hiện trong Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn gồm: (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.

Để thực hiện mục tiêu đào tạo nhân lực cho ngành, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao cho ngành du lịch nói riêng và các ngành kinh tế nói chung, khắc phục hạn chế trong chất lượng đào tạo nhân lực du lịch hiện tại cần thực hiện tốt một số giải pháp sau:

1. *Phải thực hiện tốt công tác dự báo nhu cầu của xã hội trong lĩnh vực du lịch.* Tổng cục Du lịch cần tiếp tục đưa ra những dự báo nhu cầu nhân lực du lịch đối với từng ngành nghề, trình độ cho đến năm 2030 dựa trên xu hướng phát triển và dự báo chiến lược phát triển của ngành du lịch. Kèm theo là những yêu cầu về phẩm chất và năng lực nghề nghiệp du lịch đặt ra với hệ thống giáo dục. Một đơn đặt hàng từ phía ngành du lịch là bảo đảm thực hiện đào tạo liên thông từ thấp lên cao nhằm đáp ứng tính chất lao động du lịch ở nhiều trình độ khác nhau. Các dự báo đó cần được xây dựng chi tiết hơn cho từng vùng, miền. Để làm tốt hơn công tác dự báo cần có các nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn của nước ngoài và tình hình thực tế ở nước ta để công tác dự báo được chính xác hơn.

2. *Cần có sự tham gia và có liên kết với các doanh nghiệp trong ngành trong công tác đào tạo.* Doanh nghiệp du lịch là nơi tiếp nhận chủ yếu sinh viên tốt nghiệp đến làm việc, do vậy, Chính phủ cần có các chính sách và biện pháp cụ thể để các doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo như tham gia vào một số Hội đồng của trường, tham gia giảng dạy, nhất là tham gia vào hướng dẫn thực tiễn cho sinh viên; cấp học bổng và đóng góp một phần kinh phí cho các trường đào tạo; miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực đào tạo... Để làm được việc này cũng rất cần có các ký kết thoả thuận giữa các trường đào tạo và các doanh nghiệp trong ngành.

3. *Cần đầu tư thành lập các trung tâm thực hành đủ mạnh để rèn các kỹ năng thực tế cho sinh viên.* Các trường có đào tạo du lịch, nhất thiết phải có được các cơ sở thực hành được trang bị đồng bộ và hiện đại. Trong thực tế hiện nay, việc kêu gọi các doanh nghiệp đầu tư thiết bị cho cơ sở thực hành không khó lắm, song như thực tế tại trường đại học Thương mại vấn đề khó giải quyết nhất hiện nay là diện tích đất để xây dựng khu thực hành theo mô hình khách sạn trường học.

4. *Cần đưa các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới vào đào tạo nguồn nhân lực cho ngành.* Hiện tại, nhiều trường đại học, trong đó có Trường Đại học Thương mại đang triển khai một số chương trình liên kết quốc tế để đào tạo cử nhân, thạc sĩ các chuyên ngành du lịch. Từ kinh nghiệm đào tạo Cử nhân thực hành liên kết với các trường của Pháp của Trường Đại học Thương mại, chúng tôi cho rằng đây là cách nhanh nhất để có được sinh viên tốt nghiệp đạt chuẩn và thông qua đó là cách tốt nhất để đào tạo đội ngũ giáo viên, cán bộ quản lý giáo dục tiên tiến cho trường. Nhằm thực hiện thảo thuận trong ASEAN, các cơ sở đào tạo/dạy nghề cần 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.

5. *Tăng cường đào tạo đội ngũ giảng viên cơ hữu và có cơ chế chính thức ký hợp đồng giảng dạy thường xuyên dài hạn với giáo viên thực tế.* Trong thực tế, phần lớn giáo viên đang dạy trong các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch là các giáo viên chuyển đổi từ các ngành, chuyên ngành khác sang, số giáo viên được đào tạo đúng chuyên ngành còn tương đối ít. Hơn nữa, với các giáo viên trên 40 tuổi có kinh nghiệm thực tiễn nhưng lại yếu về tin học và ngoại ngữ và số giáo viên trẻ hơn được đào tạo bài bản hơn lại thiếu kinh nghiệm thực tiễn. Do vậy, cần thiết phải tiến hành đào tạo gấp rút một lực lượng giáo viên mới bằng hai con đường là tự đào tạo ở trong nước với việc tạo điều kiện cho họ tham gia thực tiễn kinh doanh một vài năm, trong đó có thời gian thực tập và đào tạo ở nước ngoài và con đường thứ hai là đầu tư gửi giáo viên đi đào tạo ở nước ngoài sau đó có thời gian làm thực tế tại các doanh nghiệp. Việc mời các giáo viên là các nhà quản trị các doanh nghiệp đến giảng dạy tại các cơ sở đào tạo du lịch là hết sức cần thiết, song trong thực tế các cơ sở đào tạo gặp khá nhiều khó khăn do các yếu tố khách quan và chủ quan như việc bố trí thời gian sao cho phù hợp và vấn đề trả thù lao cho các đối tượng này. Theo quan điểm của chúng tôi cần tăng cường có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường và các doanh nghiệp thông qua các hợp đồng giảng dạy thường xuyên dài hạn, theo đó các nhà quản trị doanh nghiệp chỉ tham gia giảng dạy một phần nội dung theo quy định của các học phần cốt lõi; tham gia giảng dạy trực tiếp cho sinh viên thực tập tại doanh nghiệp.

6. *Việc biên soạn giáo trình, tài liệu học tập.* Phần lớn các cơ sở đào tạo hiện còn đang lúng túng trong việc biên soạn các giáo trình, tài liệu học tập và số tài liệu tham khảo cho sinh viên đọc còn quá ít. Cần phải đổi mới toàn diện cách biên soạn theo các hướng sau: Cơ quan quản lý, có thể là Bộ GD&ĐT hoặc Tổng cục Du lịch đứng ra tổ chức tập trung một số nhà khoa học đầu ngành biên soạn một số tài liệu chính sử dụng chung cho các cơ sở đào tạo; mua bản quyền các tài liệu nước ngoài, tổ chức biên dịch làm các tài liệu tham khảo; Tổng cục Du lịch giúp các trường tạo dựng mối liên kết với các cơ sở đối tác nước ngoài và cung cấp thông tin cập nhật về ngành cho các cơ sở đào tạo.

7. *Đổi mới phương thức điều tra, đánh giá chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch.* Trong thực tế, cũng như tình trạng chung, việc khảo sát, điều tra và tổ chức các hội nghị khách hàng để đánh giá chất lượng nguồn nhân lực qua đào tạo có chất lượng chưa cao do nhiều nguyên nhân khác nhau. Để làm tốt việc này, theo chúng tôi ngoài việc khảo sát điều tra do các cơ sở đào tạo tự làm, Tổng cục Du lịch cũng nên tổ chức điều tra hàng năm để cung cấp các dữ liệu cho các cơ sở đào tạo. Làm được việc này sẽ giúp các trường có thêm thông tin nhiều chiều và khả năng chính xác sẽ cao hơn.

8. *Tăng cường đào tạo liên thông trong ngành du lịch và hợp đồng đào tạo trực tiếp với các doanh nghiệp.* Từ thực tế trong hơn 10 năm qua ở nhiều cơ sở đào tạo, việc đào tạo sinh viên trình độ cao đẳng có kỹ năng tốt và sau đó đào tạo liên thông lên trình độ đại học theo các hình thức chuyên tu, hoàn chỉnh kiến thức... đã phát huy khá tốt do đặc thù các công việc trong ngành. Tăng cường đào tạo liên thông sẽ góp phần giải quyết khá tốt kỹ năng thực hành nghề nghiệp yếu kém của sinh viên tốt nghiệp hiện nay. Thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khoá XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; thực hiện Thông báo kết luận số 469/TB-VPCP ngày 06/10/2017 của Văn phòng Chính phủ về tình hình đào tạo nhân lực du lịch, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành Công văn số 4929/BGDĐT-GDĐH ngày 20/10/2017

hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017-2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế. Trong đó nhấn mạnh sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong đào tạo là điều kiện bắt buộc để được thực hiện cơ chế đặc thù này. Chương trình, nội dung, hình thức đào tạo phải điều chỉnh theo hướng mở, dễ dàng chuyển đổi, liên thông; chương trình cần bao gồm các học phần cốt lõi và các học phần tự chọn. Các học phần cốt lõi nhằm cung cấp kiến thức, kỹ năng nền tảng của ngành đào tạo; các học phần tự chọn theo hướng chuyên sâu về các lĩnh vực du lịch theo vùng miền, khu vực địa lý, loại hình du lịch... Rút ngắn thời gian đào tạo phù hợp với Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân. Tăng thời gian đào tạo thực hành, thực tập tại doanh nghiệp. Các cơ sở đào tạo tự chủ lựa chọn doanh nghiệp đối tác; chịu trách nhiệm trong việc kiểm tra điều kiện đảm bảo chất lượng và năng lực tham gia đào tạo của doanh nghiệp đối tác trong quá trình phối hợp đào tạo và tổ chức cho sinh viên thực hành, thực tập... thực hiện chủ trương này, một số cơ sở đào tạo theo cơ chế đặc thù bước đầu có kết quả khá tốt. Cần chuyển đổi toàn bộ các chương trình đào tạo theo hướng này để nâng cao năng lực thực hành của sinh viên tốt nghiệp.

9. “*Các cơ sở đào tạo du lịch cần 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*” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy và học tập là điều kiện bắt buộc một mặt khắc phục hạn chế do điều kiện cơ sở vật chất, nhất là khắc phục việc thiếu cơ sở thực hành, mặt khác làm tăng quá trình liên thông, chuyển đổi, tiếp cận với các mô hình đào tạo tiên tiến trên thế giới hiện nay.

KẾT LUẬN

Trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. Nhân lực ngành 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 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 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 hoá, hiện đại hoá và phát triển kinh tế tri thức của đất nước là một việc làm cần thiết, xuất phát từ yêu cầu của thực tiễn. Một số giải pháp trên nếu được thực hiện tốt sẽ góp phần quan trọng nâng cao chất lượng đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao cho đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2017), *Báo cáo tình hình đào tạo phát triển nguồn nhân lực Du lịch*;
2. TS Đoàn Mạnh Cường, *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế*, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/28647>, truy cập ngày 22/10/2019
3. Phạm Trung Lương, *Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập*, kỷ yếu hội thảo khoa học *Brexit và công đồng kinh tế ASEAN dưới góc nhìn hội nhập*, Trường Đại học Văn Hiến; <https://vhu.edu.vn>, truy cập ngày 22/10/2019
4. WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*;
5. Website của các trường đại học: <https://www.neu.edu.vn/>; <https://hou.edu.vn/>; <https://portal.huc.edu.vn/>; <http://ussv.vnu.edu.vn/>; <http://www.hanu.vn/vn/>; <https://dhcnhn.vn/>; <http://tmu.edu.vn/>; <http://hunre.edu.vn/>; <http://www.hdiu.edu.vn/>; <https://thanhdo.edu.vn/>;
6. <https://sodulich.hanoi.gov.vn/>

CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGHỀ TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

*ThS. Nguyễn Thanh Bình
Tổng cục Du lịch*

TÓM TẮT

Những năm gần đây chúng ta chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của du lịch toàn cầu, tác động mạnh mẽ và lan tỏa tới nhiều ngành, lĩnh vực liên quan, kích thích đầu tư phát triển hạ tầng, hệ thống sản phẩm, dịch vụ, mạng lưới phân phối, mang lại nguồn thu, gia tăng xuất khẩu, tạo việc làm... ở khắp các điểm đến du lịch trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Thực tế tăng trưởng của du lịch Việt Nam đã tạo tác động đột phá đến nhiều ngành, lĩnh vực trong đó có cơ sở lưu trú du lịch (CSLTDL). Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng, ngành du lịch đang gặp thách thức về nhiều mặt, đặc biệt nhân lực chưa theo kịp sự phát triển chung, dù đã huy động cộng đồng, các thành phần kinh tế và hỗ trợ của quốc tế.

Những vấn đề về nhân lực bao gồm: Quản lý còn chồng chéo; mục tiêu đào tạo chưa rõ ràng, đào tạo còn manh mún cả về quy mô và cơ cấu, chất lượng đào tạo chưa đáp ứng yêu cầu; cơ sở vật chất phục vụ đào tạo, bồi dưỡng còn lạc hậu; chưa đủ người giảng dạy có chất lượng và kinh nghiệm cho các trình độ; chương trình đào tạo chắp vá; tập trung vào đào tạo mới, ít chú trọng đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực tại chỗ, đào tạo nhân lực các ngành khác tham gia vào hoạt động du lịch và đào tạo cộng đồng; chưa quan tâm nhiều đến quản lý phát triển nhân lực và sử dụng nhân lực chưa hiệu quả.

Đối với khối CSLTDL, việc nâng cao chất lượng đào tạo, mở rộng cách thức đào tạo cho phù hợp yêu cầu thực tiễn đang là một yêu cầu cấp bách. Bài viết đã phân tích về cầu và cung nhân lực cơ sở lưu trú du lịch Việt Nam, phân tích SWOT đối với công tác đào tạo nghề cho khách sạn nói riêng và các cơ sở lưu trú du lịch nói chung, đề xuất 10 nhóm giải pháp tổng thể đối với công tác đào tạo và phát triển nhân lực khách sạn ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập, hướng đến mục tiêu phát triển bền vững, chuyên nghiệp, hiệu quả.

PHẦN MỞ ĐẦU

Những năm gần đây chúng ta chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của du lịch toàn cầu, tác động mạnh mẽ và lan tỏa tới nhiều ngành, lĩnh vực liên quan, kích thích đầu tư phát triển hạ tầng, hệ thống sản phẩm, dịch vụ, mạng lưới phân phối, mang lại nguồn thu, gia tăng xuất khẩu, tạo việc làm... ở khắp các điểm đến du lịch trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước về đẩy mạnh phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần phát triển bền vững kinh tế, văn hoá, xã hội và môi trường, gắn với bảo vệ an ninh quốc phòng, những năm qua Du lịch Việt Nam đã trở thành điểm sáng của nền kinh tế với sự tăng trưởng nhanh, đóng góp ngày càng tích cực vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Thực tế tăng trưởng của du lịch Việt Nam đã tạo tác động đột phá đến nhiều ngành, lĩnh vực trong đó có cơ sở lưu trú du lịch (CSLTDL), vượt xa dự báo của năm 2010 khi xây dựng Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, Theo đó, 2020 dự báo đón 10-10,5 triệu lượt khách quốc tế, nhưng con số 10 triệu lượt đã vượt qua từ năm 2016 (trước 4 năm).

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng, ngành du lịch đang gặp thách thức về nhiều mặt, đặc biệt nhân lực chưa theo kịp sự phát triển chung, dù đã huy động cộng đồng, các thành phần kinh tế và hỗ trợ của quốc tế.

Quy hoạch nhân lực du lịch đã xác định mục tiêu: Phát triển nhân lực ngành Du lịch 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; và 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.

Những vấn đề về nhân lực bao gồm: Quản lý còn chồng chéo; mục tiêu đào tạo chưa rõ ràng, đào tạo còn manh mún cả về quy mô và cơ cấu, chất lượng đào tạo chưa đáp ứng yêu cầu; cơ sở vật chất phục vụ đào tạo, bồi dưỡng còn lạc hậu; chưa đủ người giảng dạy có chất lượng và kinh nghiệm cho các trình độ; chương trình đào tạo chắp vá; tập trung vào đào tạo mới, ít chú trọng đào tạo lại, bồi

đưỡng nhân lực tại chỗ, đào tạo nhân lực các ngành khác tham gia vào hoạt động du lịch và đào tạo cộng đồng; chưa quan tâm nhiều đến quản lý phát triển nhân lực và sử dụng nhân lực chưa hiệu quả.

Đối với khối CSLTDL, việc nâng cao chất lượng đào tạo, mở rộng cách thức đào tạo cho phù hợp yêu cầu thực tiễn đang là một yêu cầu cấp bách.

1. HIỆN TRẠNG ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC KHỐI CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

1.1. Về cầu nhân lực cơ sở lưu trú du lịch

Bảng 1: Các loại cơ sở lưu trú du lịch Việt Nam tính đến tháng 12 năm 2018

TT	Cơ sở lưu trú	Số buồng/ căn/ cabin	Số cơ sở	Ghi chú
1	Khách sạn 5 sao	52000	157	
2	Khách sạn 4 sao	38500	291	
3	Khách sạn 3 sao	34200	490	
4	Khách sạn 2 sao	46000	1264	Giảm so với trước
5	Khách sạn 1 sao	87500	4740	
6	Khách sạn chưa xếp hạng	47000		
7	Căn hộ 5 sao	5424	13	
8	Căn hộ 4 sao	742	4	
9	Căn hộ 2 sao	20	1	
10	Căn hộ 1 sao	117	6	
11	Căn hộ cao cấp	262	2	
12	Căn hộ đạt chuẩn	954	7	căn
13	Căn hộ chưa xếp hạng	1600	1000	căn
14	Biệt thự DL cao cấp	15	1	
15	Biệt thự DL đạt chuẩn	4262	183	
16	Nhà nghỉ DL	117700	10.300	
17	Homestay	20700	3000	Thường tính bằng sức chứa
18	Tàu thủy lưu trú du lịch 2 sao	1347	104	
19	Tàu thủy lưu trú du lịch 1 sao	792	109	
20	Tàu thủy lưu trú du lịch chưa xếp hạng	100	50	
21	Bãi cắm trại du lịch	154	2	Lều
22	Cơ sở lưu trú du lịch chưa xếp hạng khác	182650	100000	
	Cộng	632849	499248	

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch, tính đến tháng 12 năm 2019, tổng số CSLTDL cả nước là 30.000 với 650.000 buồng, gồm 8 loại hình: khách sạn, tàu thủy lưu trú du lịch, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch, nhà nghỉ du lịch, homestay, bãi cắm trại du lịch, phân bố ở tất cả các tỉnh thành.

Nhân lực cần trong CSLTDL ước hơn 500.000 lao động, phân bố như sau:

Bảng 2: Lao động cần trong các cơ sở lưu trú du lịch

TT	Cơ sở lưu trú	Số buồng/ căn/ cabin	Lao động	Bình quân lao động/buồng
1	Khách sạn 5 sao	52000	104000	2
2	Khách sạn 4 sao	38500	57750	1.5
3	Khách sạn 3 sao	34200	38000	1.1
4	Khách sạn 2 sao	46000	37000	0.8
5	Khách sạn 1 sao	87500	44000	0.5
6	Khách sạn chưa xếp hạng	47000	38000	0.8
7	Căn hộ 5 sao	5424	8300	1.5
8	Căn hộ 4 sao	742	1000	1.3
9	Căn hộ 2 sao	20	20	0.8
10	Căn hộ 1 sao	117	60	0.5
11	Căn hộ cao cấp	262	350	1.3
12	Căn hộ đạt chuẩn	954	600	0.6
13	Căn hộ chưa xếp hạng	1600	1000	0.6
14	Biệt thự DL cao cấp	15	20	1.2
16	Biệt thự DL đạt chuẩn	4262	2500	0.6
17	Nhà nghỉ DL	117700	59000	0.5
18	Homestay	20700	8500	0.4
19	Tàu thủy lưu trú du lịch 2 sao	1347	900	0.6
20	Tàu thủy lưu trú du lịch 1 sao	792	400	0.5
21	Tàu thủy lưu trú du lịch chưa xếp hạng	100	50	0.5
22	Cơ sở lưu trú du lịch chưa xếp hạng khác	182650	100000	0.53
	Cộng	637111	501448	0.77

Nguồn: Vụ Khách sạn, Tổng cục Du lịch

Số lượng lao động trên tính với công suất 65-70%.

Trong 4 năm từ 2015 đến 2019, số CSLTDL đã tăng từ 19000 lên 30.000 (tăng 11.000 cơ sở), số buồng tăng 1.76 lần từ 370.000 lên 650.000 buồng, vì vậy lao động cho khối CSLTDL trung bình mỗi năm cần thêm khoảng 50.000 người.

Với xu hướng dòng khách tiếp tục hướng về khu vực Châu Á-Thái bình dương, trong đó Việt Nam như ngôi sao đang lên trong ASEAN, dự báo tăng trưởng du lịch Việt Nam 10 năm tới khá lạc quan, đến năm 2020 cả nước cần có 650.000 đến 700.000 buồng lưu trú du lịch; năm 2025 cần 950.000 đến 1.050.000 buồng và đến năm 2030 cần 1.300.000 đến 1.450.000 buồng; tốc độ

tăng trưởng bình quân 8,2-8,5% đến 2020; 7,8-8,0% giai đoạn 2020-2025 và 7-7,5% giai đoạn 2025-2030. Như vậy, năm 2020, cầu về lao động trong khối CSLTDL khoảng 540 nghìn, năm 2025 khoảng 810 nghìn và năm 2030 là 1,1 triệu, giai đoạn 2030 - 2030, trung bình cần bổ sung mỗi năm 50.000 lao động.

Bảng 3: Cơ sở lưu trú du lịch giai đoạn 2015-2018

Năm	Số CSLTDL	Tăng trưởng (%)	Tăng CSLTDL	Số buồng	Tăng trưởng (%)	Tăng buồng	Công suất (%)
2015	19000	18.7	3000	370000	11.4	38000	55
2016	21000	10.5	2000	420000	13.5	50000	57
2017	25600	21.9	4600	508000	21	88000	56.5
2018	28000	9.4	2400	550000	8.3	42000	54.2
2019	30.000	7.1	2000	650000	18	100000	52

Với đặc thù ngành dịch vụ, chủ yếu là phục vụ, CSLTDL thu hút lao động đa dạng, từ giản đơn đến trình độ cao. Nhiều bộ phận không đòi hỏi trình độ văn hóa cao, các bộ phận như phục vụ buồng, tạp vụ, vệ sinh, chăm sóc cây cảnh, bảo vệ... chiếm tỷ trọng lớn, cần được đào tạo nghề. Những bộ phận cần chuyên môn sâu là lễ tân, bếp, pha chế, kinh doanh, tin học, kỹ thuật, quản trị. Những bộ phận trực tiếp tiếp xúc với khách yêu cầu ngoại ngữ.

1.2. Về cung nhân lực và đào tạo

Theo thống kê sơ bộ, hiện ngành Du lịch có khoảng 2,5 triệu lao động, trong đó 800.000 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.

Về số lượng, lực lượng lao động trực tiếp trong khối CSLTDL khoảng 400.000 người, tăng hàng năm theo tốc độ tăng của CSLTDL nhưng mới đáp ứng 80% nhu cầu với công suất trung bình 53%, định mức 0.6 lao động/buồng. Bên cạnh những người làm việc lâu năm, có nhiều cống hiến và những chuyên gia, nghệ nhân tuổi cao, đã xuất hiện lao động trẻ, được đào tạo cơ bản, năng động, tự tin, dám nghĩ, dám làm, trình độ nhiều mặt và năng lực ngày một nâng cao, cố gắng tìm tòi, tiếp thu nhanh kiến thức mới và có ý chí vươn lên lập thân, lập nghiệp. Tuy nhiên, cơ cấu chưa đồng bộ, thiếu trầm trọng nhân lực có chuyên môn cao, đặc biệt là quản trị cấp cao nên nhiều CSLTDL phải tuyển người điều hành hạn chế về kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm quản lý. Tại các CSLTDL đạt tiêu chuẩn, định mức trung bình chỉ khoảng 0,46 lao động/buồng. Một số trung tâm du lịch thiếu lao động cục bộ thời kỳ cao điểm như dịp lễ, Tết, cuối tuần, mùa hè khu vực biển, các CSLTDL đã sử dụng nhân viên thời vụ (casual) với lực lượng chính là đội ngũ sinh viên. Tình trạng phổ biến hiện nay là CSLTDL thiếu nhân lực tay nghề cao, trong khi nhiều cử nhân du lịch phải làm những việc đòi hỏi chỉ cần đào tạo ở trình độ thấp hơn.

Bên cạnh sự mất cân đối và thiếu lao động chuyên môn giỏi ở nhiều lĩnh vực, còn có sự mất cân đối theo vùng/miền vì nhân lực phân bố không đều giữa các địa phương, địa giới du lịch; tập trung chủ yếu ở trung tâm du lịch lớn, nơi tài nguyên du lịch đã được khai thác.

Về chất lượng, nhân lực khối CSLTDL còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch khi hội nhập quốc tế ngày một sâu, toàn diện và yêu cầu phát triển nền kinh tế tri thức. 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. Nhân viên nhiều nơi chưa được đào tạo, chưa đáp ứng yêu cầu kỹ năng nghề, kỹ năng mềm, ngoại ngữ... Số lao động sử dụng được công nghệ thông tin chiếm 50%. Nhân viên kinh doanh, lễ tân, phục vụ nhà hàng cơ sở 3 sao trở lên... sử dụng ngoại ngữ chủ yếu là tiếng Anh (90%), các tiếng khác chiếm tỷ lệ nhỏ (tiếng Trung 5%, tiếng Pháp 1%, tiếng khác 4%). Ở những nơi phát triển nóng như Phú Quốc hoặc vùng sâu vùng xa (Tây Nguyên, các tỉnh miền núi phía bắc...) sử dụng nhiều lao động chuyển từ ngành khác sang, kể cả trường bộ phận. Có lao động đã được đào tạo nhưng năng lực thực tiễn chưa tương xứng với bằng cấp, có tình trạng sinh viên mới ra trường chưa đáp ứng công việc, không có kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống, tiếng Anh kém... nên đơn vị kinh doanh sau khi tuyển phải đào tạo lại.

Khả năng ngoại ngữ yếu, kỹ năng nghiệp vụ thiếu khiến nhân viên khó phát triển nghề, chuyên môn, khó khăn trong giao tiếp, giao dịch, không giới thiệu được dịch vụ của cơ sở nên một số CSLTDL phụ thuộc đơn vị gửi khách, không khai thác được nguồn khách nước ngoài trực tiếp.

Công tác đào tạo nghề cho CSLTDL: có 02 hình thức: đào tạo tại các cơ sở đào tạo và đào tạo tại chỗ (“cầm tay chỉ việc”).

Cả nước hiện có 192 cơ sở đào tạo du lịch, trong đó 62 trường đại học có khoa du lịch, 55 trường cao đẳng (với 10 trường chuyên về du lịch, 45 trường có ngành du lịch), 71 trường trung cấp, 4 trung tâm dạy nghề. Với khách sạn, các chuyên ngành chủ yếu ở trình độ trung cấp và dạy nghề là kỹ thuật chế biến món ăn, kỹ thuật phục vụ buồng, bàn, bar và lễ tân; các chuyên ngành ở trình độ cao đẳng và đại học là quản trị kinh doanh khách sạn, marketing du lịch. Theo loại hình sở hữu có cơ sở đào tạo công lập và ngoài công lập, cơ sở đào tạo đầu tư trong nước và cơ sở có vốn đầu tư nước ngoài; theo hình thức tổ chức có chính quy và không chính quy, hệ ngắn hạn và dài hạn. Hàng năm các đơn vị đào tạo du lịch cho ra trường khoảng 40.000 lao động, riêng nghề khách sạn khoảng 30.000 người.

Các khách sạn, khu du lịch liên doanh với nước ngoài, CSLTDL quy mô lớn, cơ sở có chuỗi khách sạn ở nhiều địa bàn đã chú trọng đào tạo lại và đào tạo tại chỗ, nhiều nơi có trung tâm đào tạo riêng.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch và Hiệp hội Du lịch đã định hướng, hỗ trợ tổ chức các khoá bồi dưỡng, ưu tiên nội dung quản trị nhà hàng, lễ tân, phục vụ ăn uống, quản trị lưu trú, tiếp thị, tin học... Nhiều khoá bồi dưỡng chuyên đề được tổ chức cho giám đốc, phó giám đốc khách sạn, nhân viên lễ tân; nhân viên bếp. Một số Sở Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng chương trình, kế hoạch, hàng năm tổ chức bồi dưỡng nhân lực CSLTDL trên địa bàn. Một số lượng nhỏ lao động (khoảng 200 người/ năm) được đào tạo ở nước ngoài về nước đã gia nhập đội ngũ nhân viên khách sạn.

Đánh giá công tác đào tạo nghề cho khách sạn nói riêng và các cơ sở lưu trú du lịch nói chung - Cơ hội:

Hệ thống CSLTDL Việt Nam phát triển theo xu hướng chung của thế giới với sự xuất hiện ngày càng nhiều tập đoàn quản lý và thương hiệu hàng đầu thế giới như Accord, IHG, Marriott, Starwood, Movenpick, Park Hyatt, Hilton, Wyndham, Lotte, Victoria... đã tạo bước tiến cho công nghệ khách sạn, thay đổi diện mạo và tăng cường năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam. Những tập đoàn khách sạn lớn có hệ thống đào tạo riêng, nhân sự làm việc tại đó được nâng cao nghiệp vụ, trưởng thành qua thời gian, đáp ứng yêu cầu ở hạng 4-5 sao.

Bước vào giai đoạn hội nhập quốc tế, các CSLTDL có điều kiện cọ sát mạnh hơn với thị trường du lịch khu vực và quốc tế, điều chỉnh để nâng cao sức cạnh tranh và đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu tại chỗ.

Hiệp hội đào tạo của Hiệp hội du lịch Việt Nam đã được thành lập, giúp cho công tác đào tạo nhân sự cho CSLTDL.

Liên kết và hợp tác quốc tế về đào tạo nhân lực ngành Du lịch đạt được kết quả đáng khích lệ, thu hút được vốn tài trợ, kinh nghiệm và công nghệ cho phát triển nhân lực. Các dự án nâng cao năng lực du lịch do nước ngoài tài trợ (Luxembourg và EU) đã hỗ trợ công tác đào tạo nhân lực du lịch. Một trong số những kết quả đó là Hệ thống Tiêu chuẩn kỹ năng 13 nghề (VTOS) (13 nghề gồm :Nghiệp vụ phục vụ buồng, lễ tân, nhà hàng, chế biến món ăn Âu, chế biến món ăn Việt Nam, làm bánh Âu, đặt giữ chỗ buồng khách sạn, quản lý khách sạn vừa và nhỏ, an ninh khách sạn, đại lý lữ hành, điều hành tour, hướng dẫn du lịch, đặt giữ chỗ trong lữ hành) và chuẩn tiếng Anh TOEIC trong du lịch) và việc thành lập thí điểm Hội đồng cấp chứng chỉ nghề du lịch (VTCB). Bộ tài liệu nghiệp vụ VTOS được các CSLTDL sử dụng để đào tạo tại chỗ cho nhân viên, đạt hiệu quả tốt; quy định tiêu chuẩn giám đốc và nhân viên khách sạn được xây dựng làm cơ sở cho việc sử dụng và đào tạo nhân lực gắn kết với nhau và với nhu cầu xã hội; người có nhu cầu đào tạo có thể tự học, góp phần nâng cao và công nhận tiêu chuẩn phục vụ cho nhân lực có trình độ cơ bản. Hội đồng VTCB đã cấp chứng chỉ cho hàng nghìn đào tạo viên và nhân viên khách sạn. Đã thành lập 14 trung tâm thẩm định tại 14 trường cho các nghề du lịch và hơn 47 trung tâm thẩm định tạm thời tại doanh nghiệp cho nghề phục vụ buồng, chế biến món ăn và an ninh khách sạn. Cấp trang thiết bị cho

phòng dạy và kiểm tra lý thuyết, 48 phòng thực hành của 14 trường. Trong đó, 23 phòng thuộc 9 trung tâm thẩm định tại các trường du lịch đã được VTCB chính thức phê duyệt, công nhận để tiến hành thẩm định tất cả nghiệp vụ. 1.806 thẩm định viên 12 kỹ năng nghề đã được đào tạo. Hoàn thành xây dựng ngân hàng đề thi với hơn 1.600 câu hỏi lý thuyết và thực hành trình độ cơ bản.

Công tác đào tạo nhân lực được Chính Phủ và các cơ quan quản lý du lịch, quản lý đào tạo quan tâm. Chiến lược phát triển nhân lực ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được ban hành; 63 Sở Du lịch/ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã được tập huấn xây dựng Chương trình phát triển nhân lực du lịch của địa phương. Các điều kiện tạo thuận lợi cho xã hội hóa đào tạo nhân lực du lịch được đề xuất. Đã đề xuất với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội danh mục 8 nghề và vị trí làm việc thuộc lĩnh vực Khách sạn phải sử dụng lao động qua đào tạo (Đối với ngành Khách sạn có 8 nghề, vị trí công việc: Lễ tân; Phục vụ buồng; Phục vụ nhà hàng; Phục vụ bar; Chế biến món ăn; Đặt giữ buồng; An ninh khách sạn; Quản lý khách sạn nhỏ và vừa).

Các chương trình đào tạo giám đốc khách sạn 4-5 sao do chuyên gia nước ngoài giảng dạy đã được triển khai trong năm 2016 - 2017.

Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội đã ban hành các Quyết định số 1383/QĐ-LĐTBXH ngày 31/8/2017 công bố tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia của nghề lễ tân, số 1385/QĐ-LĐTBXH ngày 31/8/2017 công bố tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia của nghề phục vụ buồng, số 1167/QĐ-LĐTBXH ngày 20/8/2019 công bố tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia của 4 nghề thuộc lĩnh vực du lịch là Hướng dẫn du lịch; Kỹ thuật chế biến món ăn; Quản trị lữ hành; Dịch vụ nhà hàng. Đây là những nghề sử dụng nhiều lao động, cần đánh giá để cấp phép hành nghề.

Bộ Lao động, Thương binh và xã hội đã ban hành Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 02/3/2017 cấp mã ngành cho du lịch, trong đó nghề Khách sạn được cấp mã ngành 581 (Du lịch, khách sạn, thể thao và dịch vụ cá nhân), 58102 (Khách sạn, nhà hàng); người điều hành, phụ trách kinh doanh (sales) khách sạn có thể theo mã ngành số 534 Kinh doanh và quản lý.

- Thách thức:

Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (Mutual Recognition Arrangement) giữa Việt Nam với các quốc gia thành viên được các Bộ trưởng Du lịch ký nhân Diễn đàn Du lịch ASEAN tháng 01/2009 tại Hà Nội. Theo đó, hệ thống tiêu chuẩn, chức danh nghề khách sạn được áp dụng và cấp chứng chỉ rộng rãi cho lao động khách sạn các nước ASEAN. Lao động nội khối ASEAN có quyền làm ở bất cứ đâu, bất cứ chức danh gì trong khách sạn khi có hợp đồng lao động với chủ đầu tư (quy định cũ không chế số lượng người lao động nước ngoài làm việc trong khách sạn). Đây là thách thức với lao động Việt Nam trong việc nâng cao tay nghề, trau dồi ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp.

Do phát triển nóng về CSLTDL, đào tạo không theo kịp nhu cầu, nhiều nơi phải tuyển người quản lý và lao động chưa qua đào tạo, chưa đủ kinh nghiệm. Do câu lớn hơn cung nên nhiều cơ sở quản lý nhân sự thiếu chặt chẽ, bỏ qua một số công đoạn trong quy trình, yêu cầu tuyển dụng.

Nhiều chủ đầu tư CSLTDL chưa quan tâm đến tuyển chọn, đào tạo, bồi dưỡng lao động. Một số người thành công ở lĩnh vực khác sang đầu tư khách sạn, can thiệp sâu vào công tác điều hành trong khi thiếu kiến thức quản lý khách sạn, chưa nhận thức được sự quan trọng của đào tạo và nhân sự chuyên nghiệp, chưa hiểu quy định trong ngành nên chưa có định hướng đào tạo phù hợp, chưa tuyển dụng và sử dụng hiệu quả đội ngũ điều hành, trưởng bộ phận chuyên nghiệp. Có nơi, chủ đầu tư đồng thời quản lý điều hành nhưng thiếu kiến thức vận hành CSLTDL nên cơ sở bị thiếu chuyên nghiệp trong thiết kế, bài trí, trang trí, hạn chế về chất lượng phục vụ, ít quan tâm đào tạo.

Ở một số nơi, người lao động trong CSLTDL chưa được coi trọng, chế độ lương, chính sách đãi ngộ, điều kiện làm việc của người lao động chưa được quan tâm đầy đủ nên khó tuyển nhân sự, lao động thường xuyên thay đổi, cơ sở đào tạo khách sạn khó tuyển sinh viên chất lượng cao.

Ngành khách sạn đòi hỏi người lao động tính kiên nhẫn, khả năng chịu đựng cao và thích ứng với môi trường, nên ai không yêu nghề khó trụ lại lâu dài. Thực tế người lao động thực sự yêu và gắn bó với CSLTDL không nhiều. Có những lao động trẻ thiếu kinh nghiệm, không hiểu hết vai trò, nhiệm vụ, vị trí làm việc của mình, không đam mê nghề khách sạn vì tâm lý phải “phục vụ người khác” hoặc không chịu được áp lực thời gian làm việc nhiều, theo ca, đi làm xa nơi ở...nên bỏ nghề sau khi học hay làm một thời gian chuyển nghề; việc đào tạo cho dân tộc thiểu số gặp trở

ngại về ngôn ngữ, văn hóa. Hiện tượng thừa, thiếu cục bộ nhân lực giữa các địa phương là khó khăn lớn.

- Điểm mạnh:

Từ năm 2015 đến nay, các nhà đầu tư Việt Nam đã khẳng định được vị thế, hình thành những chuỗi khách sạn đẳng cấp quốc tế mang thương hiệu Việt, tạo động lực và dẫn dắt thị trường. Ngoài đơn vị có truyền thống lâu năm như Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn (thương hiệu Saigontourist), Tổng Công ty Du lịch Hà Nội (thương hiệu Hanoitourist), chuỗi khách sạn Vinpearl của tập đoàn Vingroup, tập đoàn Sun Group, tập đoàn Mường Thanh, tập đoàn BRG, tập đoàn TTC, Công ty quản lý H&K... được đánh giá cao. Các nhà đầu tư Việt Nam đã thay thế nhà đầu tư nước ngoài trong nhiều dự án bất động sản du lịch cao cấp, có hệ thống đào tạo tại chỗ theo tiêu chuẩn đơn vị.

Việt Nam tiếp nhận nhiều dự án đầu tư, liên doanh với nước ngoài về xây dựng khách sạn, thuê người nước ngoài quản lý và làm tại các vị trí chủ chốt như: giám đốc điều hành, trưởng bộ phận chính (Giám đốc Kinh doanh-Sales, Bếp trưởng, Giám đốc nhà hàng -F&B, Giám đốc buồng Housekeeping, Giám đốc tài chính). Qua thời gian, nhân sự của Việt Nam được đào tạo tại chỗ, ngoại ngữ tốt hơn, có bề dày kinh nghiệm nên đã trưởng thành và chiếm lĩnh các vị trí trưởng bộ phận, giám đốc điều hành một số khách sạn trong tập đoàn toàn cầu, những vị trí trước đây chỉ người nước ngoài đảm nhiệm. Đội ngũ này góp phần không nhỏ trong công tác đào tạo tại chỗ nhân viên CSLTDL và giúp thực hành.

Công tác đào tạo lại, bồi dưỡng trong các CSLTDL có tiến bộ. Liên kết đào tạo đã khắc phục dần tính tự phát, liên kết đào tạo giữa Nhà nước-Nhà trường-Nhà sử dụng lao động đạt những kết quả tốt. Một số doanh nghiệp liên kết với cơ sở đào tạo để bồi dưỡng, huấn luyện đội ngũ lao động; tổ chức phòng hoặc trung tâm đào tạo của doanh nghiệp, bồi dưỡng ngoại ngữ, tin học, nghiệp vụ. Một số doanh nghiệp tập trung đầu tư đào tạo bộ khung bằng cách gửi đi học nước ngoài, mời chuyên gia chuỗi khách sạn quốc tế lớn đến huấn luyện hoặc gửi đi học ở cơ sở đào tạo du lịch trong nước. Nhiều doanh nghiệp ở vùng sâu vùng xa, khó tuyển nhân sự đã qua đào tạo, đã tập trung đào tạo đội ngũ giám sát, sử dụng đào tạo viên được VTCB cấp chứng chỉ và trưởng bộ phận để đào tạo lại, huấn luyện nhân viên tại chỗ. Việc cơ sở đào tạo bồi dưỡng người lao động theo đặt hàng của doanh nghiệp, hiệp hội đã phổ biến hơn.

Mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch các trình độ từ sơ cấp, trung cấp, cao đẳng đến đại học được hình thành và mở rộng. Số lượng cơ sở đào tạo tăng nhanh, phủ kín hầu hết các tỉnh; cơ cấu đa dạng về loại hình sở hữu, cấp và ngành nghề đào tạo; phần lớn tập trung ở các đô thị, trung tâm du lịch trọng điểm, địa bàn đông dân, tạo thuận lợi cho người học và gắn với nhu cầu sử dụng nhân lực. Hầu khắp các tỉnh, thành phố đã có trung tâm đào tạo, bồi dưỡng nghề du lịch ngắn hạn hoặc trung tâm đào tạo đa ngành nghề.

Năng lực của hệ thống cơ sở đào tạo, bồi dưỡng nhân lực khách sạn được cải thiện dần. Đội ngũ giảng viên, giáo viên, quản lý tăng về số lượng, từng bước được chuẩn hóa. Các cơ sở đào tạo đã chủ động xây dựng chương trình, giáo trình. Một số khoa, bộ môn du lịch ở trường đại học, cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp, dạy nghề đã và đang xây dựng chương trình các chuyên ngành/ngành; biên soạn giáo trình, tài liệu tham khảo, chuyên khảo.

Quy mô đào tạo, bồi dưỡng hàng năm tăng dần, đào tạo mới tăng mạnh, dần gắn với nhu cầu xã hội. Cơ cấu ngành, nghề đào tạo từng bước chuyển dịch theo hướng tích cực với nhiều ngành, nghề đào tạo mới xuất hiện.

Một số cơ sở đào tạo uy tín như trường Trung cấp Du lịch và Khách sạn Saigontourist, Cao đẳng Du lịch Huế, Cao đẳng Du lịch Hà Nội, Cao đẳng quốc tế Pegasus... có cơ sở thực hành chất lượng cao, thời lượng thực hành nhiều, đội ngũ giáo viên có kinh nghiệm, đã làm thực tế, tạo điều kiện cho sinh viên có thu nhập ngay từ khi đi học, ra trường có việc ngay và tự tin khi làm việc ở các CSLTDL chất lượng cao. Một số trường có học sinh, sinh viên đạt giải quốc gia, quốc tế trong các cuộc thi tay nghề quốc gia, thi tay nghề ASEAN và thế giới.

Công tác bồi dưỡng nghiệp vụ được Tổng cục Du lịch và các Sở Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chú trọng, bước đầu hỗ trợ các đơn vị. Sự cố gắng của cơ quan quản lý du lịch trung ương và địa phương khắc phục một phần tình trạng thiếu hụt và yếu kém về nhân lực CSLTDL.

- Điểm yếu:

Theo số liệu đánh giá của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF, năm 2019) về năng lực cạnh tranh, Việt Nam đứng thứ 67 trong 141 nền kinh tế, tăng 10 bậc (năm 2018 là đứng thứ 77/140). Trong đó, chỉ số cạnh tranh trụ cột thứ 8 về nguồn nhân lực và thị trường lao động Việt Nam (labour market) đứng thứ 83/141, có tăng bậc nhưng vẫn ở mức thấp. Chỉ số cạnh tranh trụ cột thứ 6 về Sự lành nghề (Skills) có tăng nhưng vẫn ở vị trí thấp, đứng thứ 93/141, trong đó chỉ số thành phần về chất lượng giáo dục nghề nghiệp (quality of vocational training) đứng rất thấp 102/141.

Cũng theo bảng xếp hạng này, năng lực cạnh tranh lõi hành và du lịch (TTCI) của Việt Nam được thăng hạng từ 67/136 lên vị trí 63/140 (TTCI xếp hạng hai năm một lần dựa trên 14 yếu tố: Tài nguyên văn hóa, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch, cơ sở hạ tầng mặt đất và cảng, cơ sở hạ tầng vận tải hàng không, môi trường bền vững, cạnh tranh về giá, môi trường kinh doanh, an ninh an toàn, chăm sóc sức khỏe và y tế, nguồn nhân lực và thị trường lao động, nền tảng công nghệ thông tin, ưu tiên về dịch vụ và du lịch, độ mở về chính sách). Tất cả được đánh giá trên thang điểm từ 1 đến 7. Năm nay có 140 quốc gia và vùng lãnh thổ được WEF xếp hạng). Trong khu vực ASEAN, Việt Nam đứng trên Philippines (vị trí 75, tăng 4 hạng); Lào (thứ 97, giảm 3 hạng); Campuchia (thứ 98, tăng 3 hạng), dưới Singapore (thứ 17, tụt 4 hạng), Malaysia (thứ 29, tụt 3 hạng); Thái Lan (thứ 31, tăng 3 hạng); Indonesia (thứ 40, tăng 2 hạng).



Hình 1: Bảng điểm chi tiết về năng lực cạnh tranh của du lịch của Việt Nam

Trong số 140 quốc gia, cạnh tranh lĩnh vực du lịch và lõi hành, với chỉ số cạnh tranh trụ cột thứ 4 về Nguồn nhân lực và lao động, Việt Nam được đánh giá chung xếp hạng 47, giảm 10 bậc.

Công tác đào tạo nhân lực du lịch dù đang hướng tới đạt được kiến thức, kỹ năng theo các tiêu chuẩn đã được thỏa thuận trong khu vực và mở rộng ra phạm vi toàn cầu nhưng vẫn chưa đạt kỳ vọng.

Phân bổ mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch còn bất hợp lý. Nhu cầu nhân lực khách sạn trong cả nước rất lớn, nhưng các cơ sở đào tạo chất lượng cao chủ yếu tập trung ở Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Nha Trang. Khu vực Tây Bắc, Đông Bắc, Tây Nam bộ và Tây Nguyên là trọng điểm du lịch hoặc đang trở thành trung tâm du lịch còn thiếu cơ sở đào tạo nghề khách sạn. Do điều kiện khó khăn, học sinh tốt nghiệp trung học phổ thông, trung học cơ sở ở các vùng này ít có điều kiện tiếp tục học cao hơn, cần đi học nghề.

Số lượng cơ sở đào tạo du lịch ngày càng gia tăng nhưng năng lực đào tạo dù có cải thiện nhưng vẫn hạn chế. Tính liên thông của chương trình là vấn đề cần giải quyết, kết cấu khung chương trình đào tạo giữa các cơ sở khác nhau về tỉ lệ giữa khối kiến thức đại cương và chuyên ngành, chưa có sự liên kết, thống nhất trong chương trình đào tạo, mục tiêu đào tạo chưa rõ ràng, không thừa nhận lẫn nhau. Một số cơ sở 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. Một số nơi công tác đào tạo còn manh mún cả về quy mô và

cơ cấu. Cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị của nhiều cơ sở đào tạo thiếu, cũ, lạc hậu, không đồng bộ và còn khoảng cách khá lớn so với các khách sạn liên doanh, khách sạn từ 3 sao trở lên, các khu nghỉ dưỡng cao cấp (resort). Phương pháp đào tạo vẫn nặng thuyết trình, độc thoại. So với chuẩn quy định và nhu cầu, đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch còn hạn chế về số lượng, chất lượng và cơ cấu, đặc biệt thiếu giáo viên tay nghề cao. Kiến thức chuyên sâu về du lịch của giảng viên, giáo viên tích lũy chủ yếu qua các lớp bồi dưỡng và tự học; số giảng viên giáo viên sử dụng thành thạo ngoại ngữ không nhiều; lực lượng giáo viên cơ hữu mỏng và khác nhau giữa các nhóm trường (Các trường công lập và đào tạo chuyên về du lịch hầu hết có tỷ lệ giáo viên cơ hữu cao, còn các trường ngoài công lập, trường mới thành lập và trường mở thêm chuyên ngành Du lịch tỷ lệ giáo viên cơ hữu thấp (thường dưới 50%). Một số giáo viên chuyển từ ngành khác sang dạy nghề CSLTDL nên thiếu kinh nghiệm thực tế, chưa đủ người giảng dạy có chất lượng và kinh nghiệm cho các trình độ. Vì vậy, chất lượng đầu ra của một số cơ sở đào tạo chưa đáp ứng nhu cầu, nhiều nhân lực đã được đào tạo còn thiếu kinh nghiệm thực tiễn, thiếu kỹ năng cần thiết. Nhiều doanh nghiệp du lịch cần nhân lực kỹ thuật thực hành có trình độ cao đẳng, nhưng các trường cao đẳng nghề Du lịch chưa đáp ứng kịp. Chất lượng đào tạo lại, bồi dưỡng hạn chế, chưa theo kịp yêu cầu của ngành Du lịch trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Một số khóa đào tạo lại, thiên về coi trọng chứng chỉ, nhằm mục tiêu “xoá nợ”, để có thể đăng ký xếp hạng CSLTDL. Một số khóa bồi dưỡng ở nước ngoài hoặc do chuyên gia nước ngoài dạy phần lớn phải phiên dịch, tốn thời gian, hiệu quả thấp.

Các cơ sở đào tạo chỉ tập trung vào đào tạo mới, ít chú trọng đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực tại chỗ, đào tạo nhân lực các ngành khác tham gia vào hoạt động du lịch và đào tạo cộng đồng; Các doanh nghiệp chưa sử dụng tốt đội ngũ đào tạo viên du lịch để đào tạo tại chỗ (Theo VTCB thì mới có 28% số đào tạo viên được EU đào tạo tức là khoảng 700 đào tạo viên trong số 2.500 đào tạo viên du lịch, được thực hiện đào tạo tại chỗ trong doanh nghiệp), còn thiếu giáo viên và tài liệu học tập. Nhiều khách sạn tuyển lao động phổ thông chưa được đào tạo kỹ năng nghề, nhưng không quan tâm đào tạo tại chỗ.

Do ngân sách nhà nước hạn chế, các khóa đào tạo, bồi dưỡng được tổ chức bởi Sở Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chưa nhiều, cơ quan trung ương chỉ tập trung bồi dưỡng đội ngũ giám đốc khách sạn và bồi dưỡng cấp tốc nhân lực vào các thời điểm phục vụ sự kiện chính trị, văn hóa lớn của đất nước.

2. GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC KHỎI CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

Cơ sở lưu trú du lịch là đơn vị cung ứng dịch vụ chính của lĩnh vực du lịch: lưu trú và nhiều dịch vụ bổ sung, liên quan trực tiếp đến con người, liên quan đến nhiều ngành nghề, công tác quản lý cần phối hợp liên ngành, nhân sự cần được đồng bộ hóa về chuyên môn. Để không tụt hậu và đáp ứng nhu cầu phát triển của đất nước, Du lịch Việt Nam đòi hỏi đội ngũ nhân lực có tri thức, chuyên nghiệp, giỏi nghiệp vụ, có kỹ năng, sử dụng tốt ngoại ngữ.

Để khắc phục những hạn chế đối với công tác đào tạo nhân lực cho CSLTDL Việt Nam, chúng tôi đề xuất một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, Xây dựng bám sát yêu cầu trong Tiêu chuẩn Việt Nam để định hướng các đơn vị trong việc tuyển dụng, đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ, ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu của từng loại, hạng CSLTDL.

Cần xây dựng đầy đủ khung trình độ quốc gia về giáo dục và đào tạo nghề trong lĩnh vực khách sạn du lịch với nội dung theo thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN để các đơn vị đào tạo có cơ sở áp dụng. Các tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia (TCKNNQG) đối với nghề khách sạn cần sớm được hoàn thiện, ban hành, phù hợp với tiêu chuẩn nghề ASEAN đã ký kết và công nhận chung.

Thứ hai, hình thành mạng lưới trung tâm thẩm định nghề du lịch theo quy định của pháp luật, phù hợp với ASEAN, xác lập hệ thống thẩm định viên đủ tiêu chuẩn trong nước và khu vực ASEAN. Điều này nhằm đảm bảo chất lượng công tác đào tạo nhân lực ngành, đáp ứng yêu cầu công việc trong nước lẫn khu vực.

Thứ ba, Củng cố, phát triển mạng lưới các cơ sở đào tạo, kết hợp và liên thông giữa các cấp độ đào tạo, giữa các chuyên ngành đào tạo đặc biệt là ngoại ngữ để đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực, đảm bảo liên kết chặt chẽ và cân đối giữa các bậc đào tạo, ngành nghề đào tạo và phân bố vùng, miền hợp lý. Xây dựng, công bố và thực hiện chuẩn trường để nâng cao năng lực đào tạo.

Đặc điểm lao động khách sạn khác biệt so với ngành nghề khác, việc xác định cơ cấu nhân lực phù hợp trình độ cần rõ để đảm bảo hiệu quả kinh tế-xã hội, tránh tình trạng “thừa thầy, thiếu thợ”. Theo kinh nghiệm phát triển nhân lực du lịch các nước EU (Theo kinh nghiệm của các nước EU, cơ cấu nguồn nhân lực theo trình độ đào tạo được xác định theo tỷ lệ: Lao động quản lý ngành là 5%, được đào tạo ở các trường đại học. Lao động kỹ thuật và giám sát là 10%, được đào tạo ở các trường Cao đẳng và các khoa chuyên ngành khách sạn và du lịch ở các trường đại học. Lao động kỹ thuật lành nghề (kỹ năng thực hành) trực tiếp sản xuất là 85%, được đào tạo ở các trường cao đẳng, trung cấp và các trung tâm dạy nghề) (Du lịch phát triển, đồng thời là thị trường trọng điểm của Du lịch Việt Nam) thì cơ cấu theo trình độ đào tạo của nhân lực Du lịch nước ta đang mất cân đối. Nhân lực quản trị, giám sát trong doanh nghiệp du lịch chiếm 25% là nhiều (tỷ trọng phù hợp khoảng 15% tổng nhân lực). Trong khi đó, tỷ trọng nhân lực kỹ thuật lành nghề chỉ là 75% (phù hợp là 85%). Tỷ lệ “thầy/thợ” hiện tại là 1:3 (hợp lý là khoảng 1:6).

Thứ tư, Phát triển chương trình, giáo trình; xây dựng và áp dụng tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp du lịch. Các cơ sở đào tạo áp dụng chương trình đào tạo phù hợp thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN, đảm bảo chuẩn đầu ra phù hợp. Tập trung cho sinh viên thực hành nhiều hơn học lý thuyết. Xây dựng các chương trình đào tạo nghề du lịch theo hướng gắn với thực tiễn, nâng cao chất lượng và kỹ năng thực hành, thay đổi giờ học các môn phù hợp với các mùa du lịch để sinh viên có điều kiện thực hành tốt hơn.

Thứ năm, đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng tiếp cận năng lực, tăng cường kỹ năng nghiệp vụ và ngoại ngữ. Để thực hiện giải pháp này cần đẩy mạnh hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp để gắn đào tạo trong trường với hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp, sinh viên được học thực tế luyện kỹ năng “mềm”. Cơ sở thực hành do trường xây dựng nếu không thực sự kinh doanh sẽ không thể nâng cao năng lực của sinh viên bằng khách sạn đang vận hành với những tình huống phát sinh hàng ngày. Sinh viên được làm việc trực tiếp sẽ học hỏi kiến thức thực tế và kỹ năng nghiệp vụ hiệu quả hơn.

Ứng dụng công nghệ mới, xu hướng mới trong phát triển nhân lực du lịch, đặc biệt là công nghệ thông tin. Liên kết với các đơn vị cung ứng giải pháp (như FPT), cho sinh viên làm quen với các công nghệ mới và phần mềm quản lý khách sạn tiên tiến. Cập nhật các xu hướng như chăm sóc sức khỏe (Wellness), bảo vệ môi trường, phát triển bền vững, tự động hóa trong nội dung đào tạo.

Thứ sáu, Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, tăng cường năng lực cơ sở đào tạo du lịch, cải thiện cơ sở thực hành. Xây dựng mô hình trung tâm thực hành nghề, khách sạn trường để sinh viên có thể vừa học lý thuyết vừa thực hành tại chỗ, như mô hình khách sạn Đệ nhất của Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn, Khách sạn của trường Cao đẳng Du lịch Huế. Huy động nguồn lực xã hội, đặc biệt các tập đoàn lớn trong bồi dưỡng, đào tạo nhân lực du lịch.

Thứ bảy, Phát triển, nâng cao năng lực đội ngũ giáo viên, giảng viên, đào tạo viên nghề khách sạn. Có thể mời/tuyển dụng những người có kinh nghiệm,giỏi nghề khách sạn, đặc biệt là trưởng bộ phận khách sạn 4-5 sao thương hiệu quốc tế làm giáo viên hoặc thỉnh giảng.

Thứ tám, Đẩy mạnh đào tạo tại chỗ trong các doanh nghiệp, đào tạo trực tuyến, sử dụng đội ngũ đào tạo viên để đào tạo tại chỗ, khuyến khích đào tạo trực tuyến.

Thứ chín, Tăng cường huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực (tài chính, công nghệ, công sức và kinh nghiệm) trong và ngoài nước cho phát triển nhân lực ngành Du lịch, tạo điều kiện các thành phần tham gia đào tạo,đẩy mạnh Hợp tác quốc tế phát triển nhân lực. Trao đổi sinh viên giữa các trường đào tạo khách sạn có uy tín trên thế giới, mời chuyên gia nước ngoài giảng dạy.

Thứ mười, Tạo môi trường thuận lợi cho phát triển nhân lực ngành Du lịch. Nâng cao nhận thức cộng đồng về du lịch, tạo cơ hội tôn vinh và nâng cao lòng yêu nghề, nâng cao hình ảnh nghề nghiệp du lịch. Việc tổ chức các cuộc thi nghiệp vụ như lễ tân, buồng, bàn bar, nấu ăn... sẽ tạo cơ hội cho sinh viên và nhân viên khách sạn trau dồi kiến thức, gặp gỡ, học hỏi, trao đổi kinh nghiệm để nâng cao tính chuyên nghiệp và chất lượng phục vụ khách, tạo không khí thi đua giữa các đơn vị, đồng thời là dịp để cán bộ, nhân viên công tác trong ngành và những người quan tâm tới hoạt động của ngành hiểu thêm về nghề phục vụ khách lưu trú (hospitality).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết số 39/NQ-CP ngày 04/10/2010 của Chính phủ về việc triển khai xây dựng Quy hoạch phát triển nhân lực cho các Bộ, ngành và địa phương giai đoạn 2011-2020.
2. Quyết định số 579/QĐ-TTg ngày 19/4/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược phát triển nhân lực Việt Nam thời kỳ 2011-2020.
3. Quyết định số 1216/QĐ-TTg ngày 22/7/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020.
4. Luật Du lịch, Luật Giáo dục, Luật Dạy nghề, Luật Cán bộ, công chức và các nghị định của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành các luật nêu trên. Quyết định số 221/2005/QĐ-TTg ngày 9 tháng 9 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ về việc xây dựng Chương trình Quốc gia phát triển nhân lực đến năm 2020. Các văn bản pháp quy có liên quan: Chiến lược phát triển giáo dục 2001-2010; Quy hoạch mạng lưới trường ĐH-CĐ thời kỳ 2001-2010; Quy hoạch mạng lưới cơ sở dạy nghề thời kỳ 2001-2010; Chương trình đổi mới giáo dục đại học, dạy nghề;
5. Nghị định số 185/2007/NĐ-CP ngày 25 tháng 12 năm 2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 04 tháng 02 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ về các đơn vị sự nghiệp thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Quyết định số 63/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Du lịch;
6. Chiến lược phát triển ngành, phát triển các lĩnh vực; quy hoạch cán bộ đến năm 2016 của Tổng cục Du lịch và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
7. Các chiến lược, quy hoạch, đề án liên quan đến du lịch và Nghị quyết của Tỉnh ủy, Thành ủy, Quyết định của Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương về công tác phát triển du lịch.
8. Các báo cáo tổng kết, báo cáo thường niên du lịch của Tổng cục Du lịch năm 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.
9. Các đề án đào tạo phát triển nguồn nhân lực liên quan đến du lịch trong và ngoài ngành; những kết quả nghiên cứu, điều tra, khảo sát về phát triển nhân lực ngành Du lịch; số liệu thống kê về phát triển nhân lực nói chung và nhân lực ngành Du lịch nói riêng; các báo cáo của 63 sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch liên quan đến phát triển nhân lực ngành Du lịch những năm vừa qua.
10. Báo cáo năm 2019 của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF).

LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THÍCH ỨNG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TS. Nguyễn Văn Lưu¹⁴

TÓM TẮT

Tăng cường liên kết 3 nhà (Nhà nước - Nhà trường - Nhà Doanh nghiệp (còn gọi là Nhà tuyển dụng lao động du lịch)) để đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực du lịch xuất phát từ yêu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, theo cơ chế đặc thù, gắn đào tạo lý thuyết với đào tạo thực hành để đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong bối cảnh hội nhập quốc tế và thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Nội dung tham luận tập trung vào: 1) Lý do phải liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; 2) Mục tiêu và nội dung liên kết; 3) Hình thức, nguyên tắc, cơ chế và giải pháp đẩy mạnh liên kết.

Từ khóa: Phát triển nguồn nhân lực; Du lịch; Liên kết 3 nhà; Hình thức, nguyên tắc, cơ chế liên kết; Giải pháp đẩy mạnh liên kết.

¹⁴ Nguyên cán bộ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

1. SỰ CẦN THIẾT PHẢI LIÊN KẾT 3 NHÀ (NHÀ NƯỚC - NHÀ TRƯỜNG - NHÀ DOANH NGHIỆP) TRONG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Ngày nay, trong xu thế hội nhập, toàn cầu hóa và tác động đa chiều với tốc độ cao của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0), của nền kinh tế tri thức, nền kinh tế chia sẻ, trước yêu cầu phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đã trở thành nhân tố quyết định khả năng cạnh tranh của quốc gia, của ngành Du lịch, của từng doanh nghiệp và của sản phẩm du lịch.

Kinh nghiệm của nhiều nước trên thế giới cho thấy, một nước có thể nghèo về tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý không thuận lợi cùng với sự khắc nghiệt của khí hậu... song, vẫn đạt được những thành tựu phát triển thần kỳ bởi lẽ họ có một chiến lược đúng để phát huy nhân tố con người trên cơ sở phát triển nguồn nhân lực. Nhân lực, trong đó có nhân lực chất lượng cao, là nguồn lực không bao giờ cạn và luôn được tái sinh với chất lượng ngày càng cao hơn so với bất cứ nguồn lực nào. Điều này đúng cả trong lĩnh vực du lịch. So với nhiều nước trên thế giới, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đã và đang bộc lộ những hạn chế nhất định, là lực cản rất lớn đến tăng năng suất lao động và chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ du lịch để nâng cao sức cạnh tranh, phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng và tác động đa chiều với tốc độ cao của CMCN 4.0.

Bối cảnh và yêu cầu nêu trên buộc Du lịch Việt Nam phải đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực du lịch. Lĩnh vực này đòi hỏi phải huy động và sử dụng hiệu quả nhiều nguồn lực để thực hiện. Muốn vậy rất cần phải liên kết trên nhiều bình diện, dưới nhiều hình thức để thực hiện, trong đó có liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà tuyển dụng (Doanh nghiệp). Liên kết Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp để phát triển nguồn nhân lực du lịch, trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu và toàn diện, đã được nhiều nước rất chú ý và đạt được nhiều thành công. Ở Việt Nam, liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được quan tâm, nhưng chưa đạt kết quả mong muốn và chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành Du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng.

Từ khi Cộng đồng ASEAN ra đời, yêu cầu thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề trong ASEAN và Chiến lược phát triển du lịch ASEAN thì liên kết 3 ba nhà trở nên cấp thiết. Đây là hình thức hợp tác và phối hợp thường xuyên các hoạt động do các tổ chức, cá nhân tự nguyện tiến hành, nhằm cùng đề ra và thực hiện các chủ trương, biện pháp liên quan đến công việc của các bên tham gia, thúc đẩy hoạt động phát triển theo hướng có lợi nhất trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Chủ thể liên kết trong phát triển nguồn nhân lực du lịch là Nhà nước, Nhà trường và Nhà doanh nghiệp.

Liên kết Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, có những lý do riêng của nó:

Thứ nhất là do Tính phức hợp của nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao: Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp quan trọng, mang nội dung văn hoá sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng, khả năng hội nhập quốc tế và xã hội hoá cao, do đó nguồn nhân lực du lịch cũng phải có những đặc tính phù hợp. Điều này đã được khẳng định cả về lý luận và thực tiễn phát triển nguồn nhân lực du lịch trên thế giới và ở Việt Nam. Phát triển nguồn nhân lực du lịch cần cả gói dịch vụ. Trong khi đó, các chủ thể tham gia phát triển nguồn nhân lực du lịch chỉ có khả năng cung cấp một, một vài dịch vụ. Vì vậy họ phải liên kết với nhau để có cả gói dịch vụ phát triển nguồn nhân lực du lịch: Từ giáo dục hướng nghiệp du lịch đến giáo dục nghề nghiệp du lịch và giáo dục đại học du lịch, từ tuyển dụng, bố trí và sử dụng đến bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch, từ đãi ngộ, trả lương, khen thưởng đến bảo hiểm nguồn nhân lực du lịch.

Thứ hai là ở Việt Nam vì cần thiết nên liên kết 3 nhà đã có trong thời bao cấp: Thời kỳ vận hành nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung, học sinh, sinh viên học du lịch được phân công thực tập tại công ty, xí nghiệp, các khách sạn, nhà hàng, công ty du lịch là doanh nghiệp quốc doanh; sau khi tốt nghiệp, họ được Nhà nước bố trí công tác. Trong mối quan hệ này, Nhà nước - với vai trò là trung tâm kế hoạch hóa và chỉ đạo toàn bộ nền kinh tế quốc dân - đã trở thành một chủ thể trung gian có vai trò chủ đạo, trực tiếp điều tiết, can thiệp sâu rộng vào cả hoạt động đào tạo của Nhà trường và hoạt động sản xuất kinh doanh du lịch của Nhà doanh nghiệp, hướng cả hai bên đạt tới mục tiêu phát triển chung mà Nhà nước đã đề ra cho phát triển từng ngành và toàn bộ hệ thống các ngành

kinh tế, văn hóa. Công cuộc đổi mới (từ 1986) tác động không nhỏ tới liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nổi bật là nguồn ngân sách bao cấp từ Nhà nước bị cắt giảm, Nhà trường và Nhà doanh nghiệp buộc phải quan tâm hơn mục tiêu tồn tại và phát triển của mình. Nhà trường quan tâm nâng cao chất lượng và tăng số lượng tuyển sinh. Nhà doanh nghiệp du lịch ưu tiên hàng đầu cho vấn đề chi phí và lợi nhuận. Trong một thời gian dài khoảng 20 năm, liên kết Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực nói chung, trong đó có nguồn nhân lực du lịch, dần trở nên lỏng lẻo và tách biệt giữa đào tạo và sử dụng nhân lực; giữa nghiên cứu và chuyển giao khoa học và công nghệ, sử dụng sản phẩm khoa học công nghệ. Đồng thời, với xu hướng chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, những can thiệp trực tiếp của Nhà nước tới hoạt động của Nhà trường và của Nhà doanh nghiệp giảm dần. Nhà nước có chủ trương ủng hộ phát triển quan hệ liên kết hợp tác giữa Nhà trường đào tạo, dạy nghề và Nhà doanh nghiệp, nhưng chưa thể chế hoá được và chưa trở thành một ưu tiên quan trọng trong giai đoạn này.

Ba là Vì lợi ích mỗi bên và xu thế chung: Từ những năm đầu tiên của Thế kỷ này, mối quan hệ hợp tác liên kết Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch dần chuyển sang một giai đoạn phát triển mới: Đa dạng hơn về loại hình hợp tác liên kết và mức độ gắn kết bắt nguồn từ chính nhu cầu các bên, phải đủ chặt chẽ, bền vững để thúc đẩy sự nghiệp phát triển nguồn nhân lực du lịch; tạo sự gắn kết, bổ sung cho nhau; tăng thu hút đầu tư trong và ngoài nước cho phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao với năng lực thực hiện tốt, được thừa nhận trong cộng đồng ASEAN và thế giới; khắc phục sự cạnh tranh không lành mạnh; đảm bảo phát triển nhanh và bền vững của nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, và của ngành Du lịch.

Về phía doanh nghiệp: Trong nền kinh tế tri thức, kinh tế chia sẻ và hội nhập quốc tế, mỗi doanh nghiệp du lịch muốn tồn tại và phát triển phải tạo ra những sản phẩm du lịch mới, đặc thù, có hàm lượng tri thức cao và có tính đột phá. Để đáp ứng, doanh nghiệp du lịch bắt đầu thực hiện các biện pháp đặt hàng, tài trợ, hợp tác với nhà trường để cùng nghiên cứu khoa học, công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, bằng cách tuyển dụng các cá nhân xuất sắc từ các trường hay trực tiếp tham gia vào quá trình đào tạo trong nhà trường (phát triển chương trình đào tạo, tham gia giảng dạy, tạo điều kiện cho học sinh, sinh viên thực hành, thực tập, cho học viên cao học và nghiên cứu sinh nghiên cứu đề tài của họ, cho giáo viên, giảng viên kiến tập...). Doanh nghiệp du lịch đã dần nhận thức rõ hơn về vai trò của mình, không chỉ là một tổ chức kinh doanh vì lợi nhuận kinh tế mà còn phải thực hiện “trách nhiệm xã hội” nên hợp tác liên kết với nhà trường (tài trợ kinh phí, cấp học bổng, tạo môi trường nghiên cứu...) là những biện pháp thiết thực thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Về phía Nhà trường đào tạo du lịch (Hiện nay Luật Giáo dục Đại học và Luật Giáo dục nghề nghiệp gọi chung là cơ sở giáo dục, bao gồm cơ sở giáo dục đại học và cơ sở giáo dục nghề nghiệp): Một xu hướng mới quan trọng là sự xuất hiện quan niệm mới về “sứ mệnh thứ ba” của nhà trường. Nhà trường đào tạo du lịch (giáo dục nghề nghiệp du lịch và giáo dục đại học du lịch) không chỉ là nơi lưu giữ, kiến tạo và truyền bá tri thức qua giảng dạy và nghiên cứu khoa học, mà còn có trách nhiệm xã hội. Để thực hiện được sứ mệnh đó, nhà trường cần mở cửa, hợp tác với bên ngoài để chuyển giao tri thức thành sản phẩm hữu ích cho cộng đồng (đào tạo nguồn nhân lực theo đặt hàng của doanh nghiệp du lịch, tăng cường bán kết quả nghiên cứu). Nhà trường cũng đang đứng trước thách thức cạnh tranh và yêu cầu nâng cao chất lượng đào tạo và nghiên cứu khoa học khi ngân sách nhà nước và các nguồn thu chưa đáp ứng đủ. Từ đó, nhà trường nảy sinh nhu cầu tiếp cận các nguồn tri thức, kinh nghiệm bên ngoài để tăng cường nội lực. Vì vậy, hợp tác với doanh nghiệp, cả doanh nghiệp du lịch công và doanh nghiệp du lịch tư, dân doanh, tạo liên kết chặt chẽ với giới nghề nghiệp là một trong những phương án tối ưu giúp nhà trường giải quyết những khó khăn và yêu cầu đặt ra.

Về phía Nhà nước: Mối quan hệ hợp tác liên kết giữa Nhà trường - Nhà doanh nghiệp hiện nay không chỉ là mối quan hệ đơn thuần giữa hai chủ thể giáo dục và kinh tế, mà là xu thế và phản ánh đặc trưng của thời kỳ chuyển đổi từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức, kinh tế chia sẻ. Vai trò của Nhà nước trong liên kết 3 nhà phải có những thay đổi để phù hợp với bản chất,

đặc điểm mới của mối quan hệ. Quản lý hoạt động liên kết Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch là một thách thức không nhỏ đối với Nhà nước, vì nó bao trùm cả nội dung quản lý nhà nước về kinh tế (đối với khu vực doanh nghiệp và hoạt động du lịch) và quản lý nhà nước về xã hội (đối với khu vực giáo dục, cả giáo dục phổ thông, giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học, trong đó có giáo dục du lịch) và khó khăn hơn trong bối cảnh hội nhập quốc tế và đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục. Thị trường sẽ liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhưng nếu chỉ để “bàn tay vô hình” là thị trường sắp xếp, thì liên kết 3 nhà sẽ tự phát, nên rất cần có sự can thiệp của Nhà nước.

2. MỤC TIÊU VÀ NỘI DUNG LIÊN KẾT 3 NHÀ TRONG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THÍCH ỨNG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

2.1. Mục tiêu liên kết 3 nhà

Mục tiêu chung của liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, là thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực du lịch; tạo gắn kết, bổ sung; tăng thu hút đầu tư trong và ngoài nước cho phát triển nguồn nhân lực du lịch, với năng lực thực hiện tốt, được thừa nhận trong cộng đồng ASEAN và thế giới; khắc phục cạnh tranh không lành mạnh; đảm bảo phát triển bền vững, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Ngoài mục đích chung này, mỗi chủ thể tham gia liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch còn có những mục đích riêng: Nhà nước liên kết để quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch, trong đó đặc biệt ưu tiên phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, hiệu quả hơn; Nhà trường liên kết để nâng cao năng lực đào tạo và nghiên cứu khoa học; và Nhà doanh nghiệp du lịch liên kết để có đủ nguồn nhân lực du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh.

2.2. Nội dung liên kết 3 nhà để phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, có nhiều nội dung, tập trung vào những việc cụ thể của các bên trong liên kết 3 nhà:

2.2.1. Những việc của Nhà nước

Nhà nước không trực tiếp triển khai các hoạt động hợp tác liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch, mà chỉ:

1) Thiết kế và triển khai thực hiện những chiến lược, điều kiện chung cho liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch.

2) Xây dựng các quy định về cơ cấu tổ chức của các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch;

3) Hỗ trợ kỹ thuật và cấp kinh phí thông qua xây dựng khung chính sách về thuế, về phát triển nguồn nhân lực du lịch; về khoa học và công nghệ... và các chính sách khuyến khích, hỗ trợ cho doanh nghiệp, cho các trường du lịch (cơ sở giáo dục đại học du lịch và cơ sở giáo dục nghề nghiệp du lịch) ngoài công lập...

Ba nhiệm vụ trên để hình thành môi trường thuận lợi (tăng cường các yếu tố động lực và giảm bớt các yếu tố rào cản) cho sự phát triển của quan hệ liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nhiệm vụ quan trọng của nhà nước trong liên kết 3 nhà để phát triển nguồn nhân lực du lịch là: Tạo môi trường, triệt để cải cách hành chính (Thể chế, thủ tục, nhân lực, tài chính): 1) Ban hành và tổ chức thực hiện các chính sách như: Chính sách về giáo dục - đào tạo; Chính sách về bảo vệ - chăm sóc sức khỏe; Chính sách về phát triển thể chất và tâm vóc; Chính sách về lao động và việc làm; Chính sách về bảo hiểm xã hội. 2) Ban hành luật lệ, thông tin tuyên truyền, huy động nguồn lực, kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm...

Các nội dung cơ bản nêu trên được cụ thể ở từng công việc như sau:

1) Xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch;

2) Xây dựng và ban hành các văn bản quy phạm pháp luật, tạo hành lang pháp lý cho phát triển nguồn nhân lực du lịch;

3) Xây dựng và ban hành các chính sách về tuyển dụng nguồn nhân lực du lịch;

4) Xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách, nâng cao năng lực hướng nghiệp, giáo dục nghề nghiệp du lịch và giáo dục đại học du lịch, thu hút và sử dụng nguồn nhân lực du lịch để thuận lợi trong liên kết 3 nhà;

5) Xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách đãi ngộ nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao;

6) Mở rộng quan hệ hợp tác, thúc đẩy sự giao lưu hợp tác về liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch giữa các vùng miền và các quốc gia;

7) Hoàn thiện bộ máy tổ chức, chỉ đạo, hướng dẫn và tổ chức thực hiện đưa các chiến lược, chính sách liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch vào cuộc sống;

8) Thanh tra, kiểm tra giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm pháp luật về phát triển và liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch.

2.2.2. Những việc của Nhà trường

Nhà trường đầu tư nâng cao năng lực giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch như đầu tư mới, nâng cấp trang thiết bị dạy và học hiện đại, đáp ứng yêu cầu gắn lý thuyết với thực hành...; đổi mới, phát triển chương trình giáo dục và giáo trình các môn học, mô đun dựa trên năng lực; và phát triển đội ngũ cán bộ quản lý giáo dục và nhà giáo.

Trong điều kiện cụ thể ở Việt Nam còn hạn chế về nguồn vốn đầu tư, đất đai và trình độ công nghệ, kinh nghiệm chuyên môn thì liên kết là giải pháp mang tính khả thi cao; thực hiện trong một quá trình lâu dài liên tục với từng bước phát triển vững chắc để đưa các cơ sở giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch hiện có ổn định tương đối, đủ tầm và khả năng tham gia vào mạng lưới đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch có hiệu quả hơn, đảm bảo tính năng động cho toàn mạng lưới cơ sở đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nhà trường tập trung vào các việc chủ yếu sau:

1) Tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị đào tạo;

2) Đổi mới phương thức và chương trình đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng và học liệu giáo dục đại học du lịch, giáo dục nghề nghiệp du lịch, bồi dưỡng du lịch;

3) Nâng cao năng lực của cán bộ quản lý đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng và đội ngũ nhà giáo (giảng viên du lịch, giáo viên du lịch, đào tạo viên du lịch);

4) Tăng cường trao đổi thông tin trợ giúp đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nghề du lịch;

5) Thành lập mới và nâng cấp các cơ sở tham gia đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch theo vùng;

6) Hình thành mạng lưới cơ sở đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng du lịch;

7) Các cơ sở đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch và cơ sở nghiên cứu có đào tạo du lịch thành lập cơ sở sản xuất, cơ sở dịch vụ phù hợp ngành nghề nghiên cứu, đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch.

Các cơ sở đào tạo trực thuộc các bộ, ngành và của các địa phương tổ chức giao lưu hàng năm giữa cán bộ, giảng viên, giáo viên, nghiên cứu sinh, học viên cao học, sinh viên, học sinh chuyên ngành du lịch mà mình đào tạo. Tạo điều kiện cho người học từng chuyên ngành được thực tập tại các cơ sở sản xuất, kinh doanh du lịch chuẩn, cao cấp tại các tỉnh, thành phố, các doanh nghiệp du lịch... Tạo điều kiện cho các hiệp hội nghề nghiệp, các câu lạc bộ giao lưu, học tập, trao đổi kinh nghiệm. Phối hợp hỗ trợ đào tạo mới và đào tạo lại nguồn nhân lực du lịch, cho các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ, cán bộ công nhân viên tại các xí nghiệp, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, dịch vụ; nâng cao nhận thức và giáo dục nghề nghiệp du lịch cho cộng đồng dân cư tại những nơi có hoạt động nghề nghiệp du lịch.

2.2.3. Những việc của Nhà doanh nghiệp

Doanh nghiệp tham gia giáo dục và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch về mọi mặt (hướng nghiệp; cấp học bổng; tạo nơi thực tập, kiến tập; đặt hàng; cử chuyên gia tham gia; góp ý chương trình, giáo trình của các cơ sở giáo dục đại học du lịch, cơ sở giáo dục nghề nghiệp du lịch; thông tin nhu cầu lao động của doanh nghiệp du lịch...); đồng thời bố trí và sử dụng nguồn nhân lực du lịch, thực hiện đãi ngộ, trả lương, bảo hiểm xã hội cho nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Phát huy vai trò và nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp trong

phát triển nguồn nhân lực du lịch: Thu hút doanh nghiệp tham gia vào xây dựng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia và chương trình, giáo trình đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng; tạo cơ sở thực tập cho học sinh, sinh viên du lịch, học viên cao học, nghiên cứu sinh du lịch và kiên tập cho giáo viên, giảng viên du lịch; hỗ trợ kinh phí cho người học, tiếp nhận sinh viên đến thực tập và tiếp nhận học sinh tốt nghiệp vào làm việc. Chú trọng phát triển các cơ sở đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch trong các doanh nghiệp du lịch.

3. HÌNH THỨC, NGUYÊN TẮC, CƠ CHẾ VÀ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT 3 NHÀ TRONG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THÍCH ỨNG VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4

3.1. Hình thức liên kết trong phát triển nguồn nhân lực du lịch

Liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao diễn ra dưới ba hình thức là liên kết ngang, liên kết dọc và liên kết chéo.

Liên kết ngang trong phát triển nguồn nhân lực du lịch là hình thức liên kết mà các doanh nghiệp du lịch cùng loại; các cơ sở giáo dục du lịch cùng cấp trình độ kết hợp với nhau để phát huy thế mạnh bổ sung cho nhau, hạn chế những yếu kém và những bất lợi trong phát triển nguồn nhân lực du lịch. Ví dụ: Hiệp hội ngành nghề, chuỗi, liên minh như hiệp hội, chuỗi, liên minh; các hiệp hội các cơ sở giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch; hội đồng hiệu trưởng, câu lạc bộ...

Liên kết dọc trong phát triển nguồn nhân lực du lịch là hình thức liên kết mà các doanh nghiệp ngành nghề khác nhau, các cơ sở giáo dục du lịch ở các cấp trình độ đào tạo du lịch khác nhau liên kết để chia sẻ tài nguyên đào tạo, dạy nghề, khắc phục hạn chế, phát huy thế mạnh; hỗ trợ nhau về mọi mặt, hợp tác phân công nhau phát triển nguồn nhân lực du lịch ở các công đoạn nối tiếp nhau.

Liên kết chéo trong phát triển nguồn nhân lực du lịch là hình thức liên kết giữa các cơ sở giáo dục du lịch với các doanh nghiệp du lịch để hình thành chuỗi giá trị phát triển nguồn nhân lực du lịch từ hướng nghiệp đến đào tạo, dạy nghề, tuyển dụng, sử dụng, đào tạo tại chỗ, bồi dưỡng và đãi ngộ nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Nhà nước tham gia vào liên kết chéo để hướng dẫn, kết nối, điều tiết, hình thành và quản lý mối liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch.

3.2. Nguyên tắc và cơ chế liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch

3.2.1. Nguyên tắc liên kết

Liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao theo 6 nguyên tắc cơ bản sau đây:

1) Liên kết trên cơ sở nhận thức đúng về lợi ích chung, bình đẳng, tự nguyện, cùng có lợi, cùng tham gia, chất lượng và hiệu quả;

2) Bình đẳng trong liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp để phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là tất cả các thành viên trong liên kết đều có đủ tư cách để tham gia như những thành viên khác trong việc quản trị liên kết. Không có một thành viên nào, hay là một số thành viên nào, có thể tự coi có tư cách được phép “cai trị” các thành viên khác trong liên kết;

3) Các bên tham gia liên kết hoàn toàn bình đẳng với nhau về quyền và nghĩa vụ. Tự nguyện có nghĩa là trong liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch, không bên nào được áp đặt, cấm đoán, cưỡng ép, đe dọa, ngăn cản bên nào; mỗi bên tham gia thực hiện đúng các cam kết theo khả năng.

4) Cùng có lợi là trong nền kinh tế thị trường mỗi bên tham gia vào quan hệ hợp tác liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp để phát triển nguồn nhân lực du lịch đều xuất phát từ lợi ích riêng của mình. Khi liên kết các bên cùng nhau thoả thuận những điều khoản liên kết có lợi nhất cho cả các bên, không được lừa dối chèn ép nhau;

5) Cùng tham gia là trong liên kết là nguyên tắc các bên tham gia xây dựng kế hoạch liên kết, triển khai thực hiện, giám sát và đánh giá liên kết; cùng được sở hữu kết quả của liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch;

6) Nguyên tắc chất lượng đảm bảo sự phù hợp của kết quả hoạt động liên kết với nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch. Hiệu quả luôn là nguyên tắc và mục đích tiến tới của liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, phát huy được tính tích cực của các bên tham gia, tận tâm, tận lực với công việc và phối hợp chặt chẽ với nhau trong liên kết, đảm bảo phối hợp một cách tốt nhất trong liên kết.

3.2.2. Cơ chế liên kết

Liên kết 3 nhà Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực du lịch thực hiện theo 4 cơ chế:

1) Kết hợp hài hòa liên kết giữa các địa phương trong một vùng, tiểu vùng và hợp tác với các địa phương khác trong cả nước và với quốc tế, nhằm góp phần nâng cao hiệu quả phát triển nguồn nhân lực du lịch và toàn bộ hoạt động phát triển du lịch, phát triển kinh tế, văn hóa xã hội;

2) Liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch trên tất cả các bình diện (cấp tỉnh, cấp huyện, các đô thị du lịch và các khu du lịch lớn, các sở, doanh nghiệp, hiệp hội du lịch) và lĩnh vực, ưu tiên những việc cấp thiết trước;

3) Liên kết cấp tỉnh (các tỉnh và thành phố) với nhau thể hiện qua một thỏa thuận phân công nhiệm vụ phát triển nguồn nhân lực du lịch của từng thành viên liên kết;

4) Phát huy vai trò của Ban Chỉ đạo Nhà nước về phát triển du lịch và Ban Chỉ đạo phát triển du lịch địa phương trong phối hợp điều hành hoạt động liên kết 3 nhà để phát triển nguồn nhân lực du lịch.

3.3. Giải pháp tăng cường liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch thích ứng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4

Để tăng cường liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, thích ứng với CMCN 4.0 cần một hệ thống 15 giải pháp cho 4 lĩnh vực (Cải cách hành chính; giáo dục; khoa học và công nghệ; và quản trị doanh nghiệp), cụ thể như sau:

3.3.1. Đối với lĩnh vực cải cách hành chính

Để tăng cường liên kết 3 nhà trong phát triển nguồn nhân lực du lịch, trong lĩnh vực cải cách hành chính cần 2 giải pháp sau:

1) *Nâng cao hiệu quả của quy trình hoạch định chính sách và ban hành văn bản quy phạm pháp luật.* Giải pháp này là việc thực hiện việc lấy ý kiến đối tượng chịu tác động một cách hiệu quả và thực chất; thực hiện đánh giá tác động của văn bản sau khi ban hành (độc lập với nhóm biên soạn); thí điểm cho phép các nhóm chuyên gia dự thảo trình cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền; xây dựng cơ sở dữ liệu các chuyên gia có năng lực tư vấn, hoạch định pháp luật;

2) *Xây dựng hệ thống thông tin thị trường lao động du lịch.* Để hỗ trợ hoạt động hợp tác liên kết Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp, giúp Nhà trường và Nhà doanh nghiệp nắm bắt chính xác thực trạng và dự báo xu hướng tương lai của thị trường lao động để đề ra những phương thức liên kết phù hợp rất cần phải có đủ thông tin về thị trường lao động du lịch, ưu tiên phân khúc nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong từng giai đoạn phát triển.

3.3.2. Đối với lĩnh vực giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch

Đối với lĩnh vực giáo dục đại học du lịch và giáo dục nghề nghiệp du lịch, tập trung vào 7 giải pháp sau đây:

1) Tăng cường đào tạo theo chuẩn đầu ra, bổ sung các tiêu chí, chỉ số đánh giá về mức độ liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao giữa Nhà trường và Doanh nghiệp;

2) Tiếp tục thực hiện kiểm định chất lượng giáo dục, chú ý kết quả đánh giá của thị trường lao động du lịch, cơ sở sử dụng lao động về chất lượng giáo dục, gắn kết quả kiểm định chất lượng với tiêu chí phân bổ ngân sách. Tăng cường yêu cầu thực hiện trách nhiệm giải trình một cách thực chất trong liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch;

3) Đổi mới cơ chế phân bổ tài chính theo các yếu tố đầu ra, gắn với các hệ thống định mức kinh tế kỹ thuật trong đào tạo, định mức phân bổ chi phí đào tạo, có sự phân biệt giữa cơ sở hoạt động có chất lượng, hiệu quả với cơ sở kém chất lượng, không hiệu quả. Nhà nước sử dụng ngân sách nhà nước như một công cụ điều chỉnh kinh tế vĩ mô để thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh giữa các cơ sở giáo dục du lịch;

4) Nghiên cứu xây dựng mô hình quản trị trường du lịch công lập theo mô hình quản trị doanh nghiệp nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động của trường đại học và cao đẳng du lịch công lập, tăng cường hiệu quả sử dụng các nguồn lực tài chính và đảm bảo chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, theo xu hướng hoạt động của trường đại học và cao đẳng du lịch công lập cũng giống như doanh nghiệp với đầu vào và đầu ra đều do thị trường quyết định;

5) Thực hiện cơ chế Nhà nước đặt hàng đào tạo phù hợp đối với một số nghề du lịch quan trọng, thu hút nhiều lao động hoặc ít người đăng ký học;

6) Bộ Giáo dục và Đào tạo và bộ Lao động - Thương binh và Xã hội chủ trì và phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ và các bộ, ngành, cơ quan liên quan xây dựng văn bản hướng dẫn thực hiện quy định cơ chế tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập;

7) Xây dựng và phát triển mối quan hệ với cộng đồng doanh nghiệp, giúp gắn đào tạo lý thuyết với thực tiễn; đa dạng hóa nguồn thu của Nhà trường.

3.3.3. Đối với lĩnh vực khoa học và công nghệ

Đối với lĩnh vực khoa học và công nghệ tập trung vào 3 giải pháp sau đây:

1) Tăng cường công tác thống kê và nghiên cứu khoa học phát triển nguồn nhân lực du lịch và nguồn nhân lực các ngành khác liên quan đến du lịch. Phối hợp các Bộ, ngành liên quan từng bước hiện đại hóa công tác thống kê ngành, trong đó có thống kê nguồn nhân lực du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch, để dự báo nhu cầu nguồn nhân lực du lịch, định hướng đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng; đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu khoa học và chuyển giao kiến thức, công nghệ về đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng.

2) Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị ứng dụng, khai thác hiệu quả công nghệ thông tin để thúc đẩy công tác đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch. Đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng khoa học - công nghệ, phương pháp mới trong đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch. Từng bước thiết lập hệ thống thông tin qua mạng giữa các trường du lịch. Mở rộng các hình thức đào tạo, dạy nghề từ xa, đào tạo, dạy nghề qua mạng (e-learning). Xây dựng giáo trình điện tử, trước mắt là giáo trình dạy nghề đối với các nghề du lịch đã được các nước ASEAN thoả thuận thừa nhận lẫn nhau trong MRA-TP.

3) Thiết lập và vận hành cơ sở dữ liệu về nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao làm cơ sở để dự báo và định hướng, quản lý công tác đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng, sử dụng và đãi ngộ nguồn nhân lực du lịch theo nhu cầu xã hội. Thành lập mạng thông tin quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch, gồm: Dữ liệu thông tin về thực trạng nguồn nhân lực du lịch, hệ thống thông tin về giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch; hệ thống thông tin thị trường lao động của Việt Nam và quốc tế. Cần xây dựng càng sớm càng tốt Đề án thành lập Trung tâm thông tin về thị trường lao động du lịch, về đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng và sử dụng nguồn nhân lực du lịch, gắn kết người sử dụng nhân lực, cơ sở đào tạo, dạy nghề, huấn luyện và bồi dưỡng và người muốn gia nhập thị trường lao động du lịch với nhau chặt chẽ hơn. Xây dựng và phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động trong nước và kết nối quốc tế, gồm những thông tin về cung, cầu lao động, các chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao... đảm bảo liên kết tất cả các đối tác tham gia thị trường lao động du lịch (Đặc biệt là liên kết 3 nhà: Nhà nước, Nhà trường, Nhà doanh nghiệp).

3.3.4. Đối với lĩnh vực quản trị doanh nghiệp du lịch

Đối với lĩnh vực quản trị doanh nghiệp du lịch tập trung vào 3 giải pháp sau đây:

1) Thành lập Quỹ Giáo dục và Đào tạo trong Doanh nghiệp du lịch, có cơ chế ưu đãi sự nghiệp tương tự như Quỹ Khoa học Công nghệ (theo Thông tư 78/2014/TT-BTC ngày 18/06/2014 của Chính phủ hướng dẫn thi hành Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 của Chính phủ quy định và hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp);

2) Có những chính sách ưu đãi thuế;

3) Có chế độ tôn vinh, vinh danh các doanh nghiệp có đóng góp tích cực trong hoạt động hợp tác, liên kết với Nhà trường trong phát triển nguồn nhân lực du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2015), *Báo cáo nghiên cứu vai trò của Nhà nước trong hợp tác trường đại học và doanh nghiệp*.
2. Bộ Tài chính, (2014), *Thông tư 78/2014/TT-BTC ngày 18/06/2014 của Chính phủ hướng dẫn thi hành Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 của Chính phủ quy định và hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp*.
3. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch (2010), *Hiệp định hợp tác Du lịch ASEAN*, Hà Nội.
4. Chính phủ nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, (2014), *Nghị quyết 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 của Chính phủ về thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với các cơ sở giáo dục đại học công lập giai đoạn 2014-2017*.
5. Chính phủ nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2008), *Nghị định số 69/2008/NĐ-CP ngày 30/05/2008 của Chính phủ về chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường*.
6. Nguyễn Văn Lư (2015), *Du lịch Việt Nam hội nhập trong ASEAN*, Nxb Văn hoá Thông tin, Hà Nội.
7. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch 2017 (Song ngữ Việt -Anh)*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2012), *Luật Giáo dục đại học (Song ngữ Việt -Anh)*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
9. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam(2016), *Luật Giáo dục nghề nghiệp (Song ngữ Việt -Anh)*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
10. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), *Luật Doanh nghiệp*.
11. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013), *Luật Khoa học và Công nghệ*.
12. Tổng cục Du lịch, *Báo cáo về Tầm nhìn ASEAN 2020 và Tuyên bố của Hiệp ước ASEAN II về hình thành 3 trụ cột là Cộng đồng An ninh ASEAN, Cộng đồng kinh tế ASEAN và Cộng đồng Văn hoá - Xã hội ASEAN*.
13. Tổng cục Du lịch, *Báo cáo về MRA-TP và Chiến lược phát triển du lịch ASEAN, tầm nhìn ASEAN 2030*.
14. TC Consulting (2013), *Quan điểm của các doanh nghiệp trong hợp tác với các trường đại học ở Việt Nam*, Kỷ yếu Hội nghị Báo cáo kết quả triển khai chương trình giáo dục đại học định hướng nghề nghiệp ứng dụng ở Việt Nam (trang 116-150). Nha Trang: Dự án POHE 2.

Tài liệu tiếng Anh

15. Davey, T., Baaken, T., Muros, V. G., & Meerman, A. (2011). *The State of European UBC. Germany: Science-to-Marketing Research Centre*.
16. Davey, T., Deery, M., & Winters, C. (2009). *30 best case studies of good practice in the area of UBC within Europe*. Germany: Science-to-Business Marketing Research Centre.
17. Technopolis. (2011). *University Business Cooperation: 15 Institutional Case Studies on the Links Between Higher Education Institutions and Businesses*. DG Education and Culture.
18. Tim Wilson DL. (2012). *A Review of Business - University Collaboration*. London: Higher Education Funding Council for England.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*PGS, TS. Hoàng Văn Thành
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) đã tạo ra những thời cơ và thách thức đan xen, tác động đến nhiều ngành, nhiều lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội. Trong đó, ngành du lịch là một trong những ngành chịu sự tác động mạnh nhất của CMCN 4.0 và để thích ứng, đòi hỏi toàn ngành phải nhanh chóng đổi mới mô hình hoạt động theo hướng “du lịch thông minh”. Muốn đổi mới phát triển du lịch trước hết cần phải đảm bảo nguồn nhân lực du lịch về số lượng, cơ cấu và chất lượng, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao, dẫn đến các cơ sở đào tạo du lịch phải nhanh chóng tiếp cận và đưa vào ứng dụng những thành tựu của CMCN 4.0, nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng yêu cầu phát triển của các doanh nghiệp và ngành du lịch trong thời gian tới. Trên cơ sở các nguồn dữ liệu thứ cấp có liên quan, bài viết phân tích những thời cơ, thách thức và yêu cầu đặt ra, thực trạng và những bất cập đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch, từ đó đưa ra một số giải pháp và kiến nghị đối với các cơ sở đào tạo, doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý nhà nước nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, cơ sở đào tạo du lịch, chất lượng đào tạo nguồn nhân lực, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

1. THỜI CƠ, THÁCH THỨC VÀ YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CMCN 4.0

1.1. Thời cơ và thách thức

Klaus Schwab, người sáng lập và chủ tịch điều hành Diễn đàn Kinh tế Thế giới, đã mô tả CMCN 4.0 là cuộc cách mạng kế tiếp và bao trùm 3 cuộc cách mạng trước đó như sau: “Cách mạng công nghiệp đầu tiên sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hóa sản xuất. Cuộc cách mạng lần 2 diễn ra nhờ ứng dụng điện năng để sản xuất hàng loạt. Cuộc cách mạng lần 3 sử dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hóa sản xuất. Bây giờ, cuộc Cách mạng Công nghiệp Thứ tư đang nảy nở từ cuộc cách mạng lần 3, nó kết hợp các công nghệ lại với nhau, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học”. Về nội dung, CMCN 4.0 diễn ra trên 3 lĩnh vực chính gồm Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý.

Lĩnh vực Công nghệ sinh học của CMCN 4.0 nghiên cứu để tạo ra những bước nhảy vọt trong Nông nghiệp, Thủy sản, Y dược, Chế biến thực phẩm, Bảo vệ môi trường, Năng lượng tái tạo, Hóa học và Vật liệu. Kỹ thuật số trong CMCN 4.0 bao gồm các yếu tố cốt lõi như Trí tuệ nhân tạo (AI), Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và Dữ liệu lớn (Big Data). Lĩnh vực Vật lý của CMCN 4.0 nghiên cứu Robot thế hệ mới, Máy in 3D, Xe tự lái, các Vật liệu mới và Công nghệ nano.

Trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch, CMCN 4.0 đã tạo ra nhiều thời cơ: Cuộc cách mạng này đã thúc đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong phát triển kinh tế nói chung, du lịch nói riêng, tạo điều kiện cho quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ dựa vào tài nguyên, lao động giá rẻ sang kinh tế tri thức, làm thay đổi căn bản khái niệm đổi mới công nghệ và thay đổi quá trình sản xuất kinh doanh, thúc đẩy quá trình tự động hóa dựa trên các thiết bị máy móc điều khiển và dây chuyền sản xuất tự động thông minh, cho phép giảm chi phí thời gian tiền bạc và nâng cao chất lượng sản phẩm. CMCN 4.0 làm gia tăng các giải pháp kết nối thế giới, tạo tiền đề cho ra đời những mô hình kinh doanh mới và mở ra những cách thức cung cấp hàng hóa và dịch vụ mới, thay đổi cách thức quản lý chuỗi cung ứng cho phép các doanh nghiệp giám sát và tối ưu hóa tài sản và các hoạt động một cách chi tiết. Bối cảnh trên đã tạo thuận lợi cho các cơ sở đào tạo du lịch đổi mới mô hình hoạt động để nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

Bên cạnh thời cơ, CMCN 4.0 cũng đặt ra nhiều thách thức đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Toàn cầu hóa là xu hướng tất yếu trong bối cảnh CMCN 4.0, làm cho sự kết nối giữa mọi người, mọi tổ chức gần như không còn khoảng cách, thời gian diễn ra sự kiện gần như đồng thời tại

mọi nơi trên thế giới. Xu hướng toàn cầu hóa thúc đẩy mọi người, mọi tổ chức vừa hợp tác vừa cạnh tranh và phụ thuộc lẫn nhau, đồng thời cũng kéo theo nhiều vấn đề như ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu, khai thác tài nguyên cạn kiệt, xung đột vũ trang, khủng bố, dịch bệnh, tệ nạn xã hội... tác động tiêu cực đến hoạt động du lịch ở mọi nơi trên thế giới. Để thích ứng với những thay đổi nhanh chóng và khó lường của môi trường kinh doanh, nâng cao trình độ quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh, thì việc đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao đã trở nên cấp thiết đối với các ngành kinh tế, trong đó có du lịch. Đây là một thách thức lớn đối với các cơ sở đào tạo du lịch hiện nay. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, Việt Nam đã và đang ký kết, tham gia các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương thế hệ mới cũng đặt ra thách thức lớn đối với các cơ sở đào tạo du lịch, nhằm cung cấp nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của thị trường nhân lực trong nước, đồng thời đủ sức cạnh tranh trên thị trường nhân lực khu vực và toàn cầu.

1.2. Yêu cầu đặt ra

Để tận dụng thời cơ, vượt qua thách thức của CMCN 4.0, nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo du lịch cần phối hợp hoạt động để phát triển, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu về số lượng, cơ cấu và chất lượng nhân lực du lịch của thị trường trong nước, khu vực ASEAN và quốc tế. Cụ thể, trong thời gian tới hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch cần đáp ứng các yêu cầu cơ bản sau đây:

- Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật về đào tạo, sử dụng và đãi ngộ nhân lực du lịch phù hợp với bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế, nhằm mục tiêu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.

- Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch, đảm bảo hợp lý về quy mô, cơ cấu và chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng nhu cầu của thị trường nhân lực du lịch.

- Hoàn thiện chương trình đào tạo, tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch, chuẩn chất lượng đầu ra của các cơ sở đào tạo du lịch theo các trình độ và loại hình đào tạo.

- Phát triển các yếu tố đảm bảo chất lượng (cơ sở vật chất, công nghệ thông tin, đội ngũ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch...)

- Tăng cường liên kết đào tạo nguồn nhân lực du lịch giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch trong nước và quốc tế.

2. THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG BẤT CẬP ĐỐI VỚI ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CMCN 4.0

Về nguồn nhân lực du lịch, hiện nay toàn ngành du lịch có trên 2,25 triệu lao động (trong đó có khoảng 1,3 triệu lao động gián tiếp), chiếm 4% lực lượng lao động cả nước. Chất lượng nguồn nhân lực du lịch khá thấp, trong số nhân lực đã qua đào tạo về du lịch có khoảng 7,5% đạt trình độ đại học và sau đại học (chiếm 3,2% tổng nhân lực toàn ngành du lịch), 50% đạt trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng (chiếm 20% nhân lực ngành du lịch), số còn lại được đào tạo nghề trình độ dưới sơ cấp (dưới 3 tháng, đào tạo tại chỗ). Trình độ ngoại ngữ của nguồn nhân lực du lịch cũng hạn chế, với tỷ lệ khoảng 60% biết ngoại ngữ, trong đó chủ yếu là tiếng Anh (42%), tỷ lệ biết các ngoại ngữ khác thấp hơn (tiếng Trung Quốc 5%, tiếng Pháp 4%...). Về trình độ công nghệ thông tin, khoảng 60% nhân lực ngành du lịch biết sử dụng máy tính, nhưng phần lớn chỉ đáp ứng những công việc đơn giản. Như vậy, đến nay vẫn còn một tỷ lệ khá cao nhân lực du lịch chưa được đào tạo chính quy hoặc chưa qua đào tạo, có trình độ và kỹ năng chuyên môn thấp, ngoài ra các kỹ năng mềm, khả năng ứng xử, trình độ ngoại ngữ, tin học cũng còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0.

Về cơ sở đào tạo du lịch, hiện nay cả nước có 156 cơ sở đào tạo, trong đó có 48 trường đại học có đào tạo về du lịch, 43 trường cao đẳng, 40 trường trung cấp, 25 trung tâm và doanh nghiệp đào tạo nghề du lịch. Cho đến nay cả nước chưa có trường đại học chuyên về du lịch. Các quy định về mã ngành/ngành đào tạo du lịch hiện đã ban hành với 4 ngành trình độ đại học và cao đẳng chuyên nghiệp, 6 nghề trình độ cao đẳng và trung cấp nghề. Đào tạo sau đại học về du lịch được triển khai ở một số trường đại học chủ yếu theo hình thức đào tạo lồng ghép với các ngành khác như: quản trị kinh doanh, quản lý kinh tế, kinh doanh thương mại, quản lý văn hóa... Hàng năm các cơ sở đào tạo du lịch cho tốt nghiệp ra trường hơn 20.000 người học, trong đó có khoảng 1.800

người đạt trình độ đại học và cao đẳng, 2.100 người được đào tạo cao đẳng nghề, 18.200 người được đào tạo trung cấp nghề, ngoài ra còn khoảng 5.000 người có trình độ sơ cấp và được đào tạo nghề dưới 3 tháng.

Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho thấy quy mô, cơ cấu và chất lượng đào tạo hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0. Nguyên nhân là do hoạt động đào tạo của các cơ sở đào tạo du lịch còn tồn tại những bất cập chủ yếu sau:

- Các cơ sở đào tạo du lịch còn chưa thống nhất khung chương trình đào tạo, chủ yếu chưa thống nhất về tỷ lệ giữa khối kiến thức cơ sở ngành và kiến thức ngành, chuyên ngành, nhiều cơ sở đào tạo du lịch trình độ đại học có tỷ lệ dạy thực hành rất thấp, dẫn đến kỹ năng nghề của sinh viên rất yếu. Các cơ sở đào tạo nghề du lịch cũng chưa thống nhất áp dụng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia hoặc quốc tế. Việc chưa thống nhất áp dụng khung chương trình đào tạo và tiêu chuẩn kỹ năng nghề giữa các cơ sở đào tạo du lịch đã gây khó khăn cho quản lý nhà nước, đặc biệt là công tác kiểm định chất lượng cơ sở đào tạo và chương trình đào tạo du lịch, đồng thời gây khó khăn cho các doanh nghiệp du lịch trong việc tuyển dụng nhân lực.

- Về đào tạo du lịch trình độ sau đại học: Hiện nay Bộ Giáo dục và Đào tạo mới chỉ qui định một mã ngành đào tạo Thạc sỹ du lịch, nhưng nhu cầu người học vẫn rất thấp nên mới có 11 trường đại học đào tạo Thạc sỹ du lịch với số lượng hạn chế, chưa tương xứng với năng lực đào tạo. Còn trình độ Tiến sỹ du lịch, do Bộ Giáo dục và Đào tạo chưa quy định mã ngành đào tạo nên chưa có trường đại học nào đào tạo Tiến sỹ du lịch. Như vậy trong những năm tới tỷ lệ nhân lực du lịch có trình độ Thạc sỹ, Tiến sỹ du lịch sẽ vẫn rất thấp, không đáp ứng được nhu cầu về nhân lực du lịch có trình độ cao trong lĩnh vực quản lý nhà nước, quản trị kinh doanh và đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

- Về đội ngũ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch: Hiện nay cả nước có hơn 5.000 người tham gia đào tạo du lịch, trong đó có 2.000 giáo viên, giảng viên, 2.580 đào tạo viên du lịch và 540 cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo. Về trình độ, trong số giáo viên, giảng viên nêu trên mới có hơn 260 người có trình độ Thạc sỹ du lịch trở lên (chiếm 13%), số còn lại có bằng Thạc sỹ, Tiến sỹ các ngành đào tạo khác như khối ngành kinh tế, xã hội - nhân văn hoặc chưa có bằng sau đại học. So với các ngành đào tạo khác, số giáo viên, giảng viên các ngành đào tạo du lịch có bằng Thạc sỹ, Tiến sỹ đúng ngành đào tạo chiếm tỷ lệ rất thấp. Ngoài ra, trình độ sư phạm, tin học và kiến thức thực tế của đội ngũ giáo viên, giảng viên cũng còn nhiều hạn chế.

- Về cơ sở vật chất và ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ đào tạo: Hiện nay nhiều trường đại học, cao đẳng có đào tạo về du lịch chưa trang bị được phòng thực hành, xưởng thực tập ngành nghề, nghiệp vụ nên sinh viên chủ yếu học lý thuyết, ít có cơ hội thực hành để vận dụng lý thuyết đã học. Các cơ sở đào tạo du lịch nói chung chưa chú trọng đầu tư nâng cấp, triển khai ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ đào tạo nguồn nhân lực du lịch, trong các lĩnh vực như: xây dựng cơ sở hạ tầng thông tin, xây dựng những công cụ thông minh trong quản lý đào tạo như phần mềm trí tuệ nhân tạo, dữ liệu thư viện, thẻ sinh viên đa năng..., triển khai mô hình giảng dạy mới như phòng học ảo, giáo viên ảo, phòng thí nghiệm, thư viện ảo..., ứng dụng công nghệ thông tin trong tuyển sinh, quản lý học sinh, quản lý giáo viên, quản lý giáo án, bài giảng số...

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CMCN 4.0

Trong thời gian tới, các cơ quan quản lý nhà nước, cơ sở đào tạo du lịch và doanh nghiệp du lịch cần triển khai thực hiện các nội dung chủ yếu sau đây nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch:

Chủ động nắm bắt xu hướng thay đổi và nhu cầu của thị trường nhân lực du lịch trong nước và quốc tế, trong bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập kinh tế quốc tế, từ đó hoàn thiện cơ chế chính sách, văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo nguồn nhân lực du lịch và quy hoạch phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch trong cả nước

Trên cơ sở thỏa thuận đạt được giữa các nước ASEAN trong xây dựng tiêu chuẩn chung cho 6 nghiệp vụ: Lễ tân, buồng phòng, bếp, dịch vụ ăn uống, đại lý du lịch và điều hành tour, với tổng số 32 chức danh nghề nghiệp (không bao hàm hướng dẫn viên du lịch), ngành du lịch và các ngành liên quan (các cơ quan quản lý nhà nước về đào tạo nguồn nhân lực du lịch của Bộ Văn hóa, Thể

thao và Du lịch, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội) cần phối hợp nghiên cứu bổ sung những nghề du lịch còn thiếu, cấp thêm mã ngành đào tạo trình độ Thạc sĩ, Tiến sĩ du lịch và ban hành danh mục nghề du lịch phải qua đào tạo, hoàn thiện và thống nhất áp dụng bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia, tương thích với bộ tiêu chuẩn của khối ASEAN, trên cơ sở đó thống nhất chuẩn chất lượng đầu ra của các cơ sở đào tạo du lịch theo các trình độ và loại hình đào tạo, để đáp ứng nhu cầu thị trường nhân lực du lịch trong nước, đồng thời có đủ sức cạnh tranh trên thị trường nhân lực quốc tế, chuẩn bị tốt nguồn nhân lực để triển khai thực hiện thỏa thuận cho phép dịch chuyển nhân lực du lịch giữa các nước trong khối ASEAN trong thời gian tới.

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần phối hợp tổ chức nghiên cứu xu hướng thay đổi và nhu cầu của thị trường nhân lực du lịch trong nước, khu vực ASEAN và quốc tế, khảo sát năng lực đào tạo của các cơ sở đào tạo du lịch hiện có ở các địa phương trong cả nước, từ đó xây dựng quy hoạch phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch trong thời gian tới, đồng thời hoàn thiện cơ chế chính sách, văn bản quy phạm pháp luật để hướng dẫn, khuyến khích các bộ, ngành, địa phương, cơ sở đào tạo đầu tư triển khai thực hiện quy hoạch, theo định hướng chủ yếu sau:

- Nghiên cứu đề xuất phương án thành lập trường đại học chuyên đào tạo về du lịch tại các thành phố, trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh. Các trường này sẽ giữ vai trò nòng cốt trong đào tạo nhân lực du lịch trình độ cao (Thạc sĩ, Tiến sĩ du lịch) và đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học.

- Khuyến khích các trường đại học, cao đẳng chưa đào tạo về du lịch, nằm trên địa bàn các thành phố, trung tâm du lịch, có đủ điều kiện đảm bảo chất lượng, thành lập khoa đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học, sau đại học và đào tạo cao đẳng, trung cấp nghề du lịch.

- Thành lập mới các cơ sở đào tạo du lịch, trước hết ưu tiên thành lập các trường, trung tâm đào tạo nghề du lịch tại các trung tâm, khu du lịch để đào tạo và cung cấp nhân lực du lịch trình độ cao đẳng, trung cấp và sơ cấp nghề du lịch cho địa phương.

Tăng cường ứng dụng những thành tựu CMCN 4.0 vào đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Ngành giáo dục và đào tạo và các cơ sở giáo dục và đào tạo nói chung cần nhanh chóng triển khai 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” đã được Thủ tướng phê duyệt. Theo đó, đến năm 2020 phấn đấu 100% các cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục và đào tạo, các cơ sở giáo dục và đào tạo thực hiện quản lý hành chính, xử lý hồ sơ công việc trên môi trường mạng, 70% cuộc họp giữa các cơ quan quản lý nhà nước và cơ sở giáo dục và đào tạo được áp dụng hình thức trực tuyến, 70% lớp bồi dưỡng chuyên môn cho giáo viên, giảng viên và cán bộ quản lý giáo dục được thực hiện qua mạng theo phương thức học tập kết hợp (blended learning), 50% hồ sơ thủ tục hành chính được xử lý trực tuyến tối thiểu mức độ 3, trong đó 30% được xử lý trực tuyến ở mức độ 4.

Trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch, các cơ sở đào tạo du lịch cần đầu tư ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ vào hoạt động đào tạo theo định hướng sau:

Bảng 1: Khung năng lực ngoại ngữ quốc gia về bậc trình độ tiếng Anh trong tuyển sinh đầu vào và chất lượng đầu ra của các trình độ đào tạo nhân lực du lịch

Bậc trình độ tiếng Anh	Chứng chỉ	Quy định đầu vào	Quy định đầu ra
Bậc 1	TOICE 300	Đào tạo nghề	Đào tạo nghề
Bậc 2	TOICE 350	Trung cấp	Trung cấp
Bậc 3	IELTS 3.5	Cao đẳng	Cao đẳng
Bậc 4	IELTS 4.5	Đại học	Đại học
Bậc 5	IELTS 5.5		

- Ứng dụng công nghệ thông tin trong đổi mới hoạt động đào tạo ngoại ngữ, chủ yếu là tiếng Anh, nhằm đáp ứng yêu cầu của khung năng lực ngoại ngữ quốc gia đối với người học từ trình độ sơ cấp, trung cấp đến cao đẳng, đại học. Đây là nội dung quan trọng tiên quyết, nhằm khắc phục hạn chế về khả năng sử dụng ngoại ngữ của nhân lực du lịch và cung cấp phương tiện cho họ tiếp cận hiệu quả hơn các thành tựu CMCN 4.0 trong hoạt động chuyên môn sau này. Đề xuất quy định

khung năng lực ngoại ngữ quốc gia về bậc trình độ tiếng Anh trong tuyển sinh đầu vào và chất lượng đầu ra của các trình độ đào tạo nhân lực du lịch (xem bảng 1).

- Tăng cường đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, triển khai ứng dụng những thành tựu của CMCN 4.0 trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở đào tạo du lịch: Ngành du lịch và các ngành liên quan cần quy định thống nhất về trang bị phòng thực hành và xây dựng các phần mềm quản lý đào tạo, giảng dạy lý thuyết và thực hành (tại cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch), phần mềm quản lý sinh viên, học sinh, quản lý giảng viên, giáo viên, quản lý giáo án, bài giảng số, quản lý ngân hàng câu hỏi thi...

- Đối với giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch, cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong đổi mới nội dung, phương pháp giảng dạy, kiểm tra đánh giá kết quả học tập của người học và nghiên cứu khoa học. Cụ thể, xây dựng và cập nhật dữ liệu kho học liệu số dùng chung, bao gồm: giáo trình, bài giảng, học liệu số đa phương tiện, phần mềm mô phỏng và các học liệu khác, xây dựng và thường xuyên cập nhật hệ thống ngân hàng câu hỏi thi các học phần, môn học...

Xây dựng quy định thống nhất về chất lượng đội ngũ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và cơ sở đào tạo du lịch cần xây dựng và triển khai áp dụng quy định thống nhất về chất lượng đội ngũ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch đối với từng trình độ đào tạo nhân lực du lịch, theo định hướng sau:

- Về chuyên môn, quy định đến thời hạn nhất định toàn bộ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch phải có bằng cấp đúng ngành đào tạo về du lịch và có trình độ cao hơn trình độ đào tạo tương ứng. Ví dụ, giảng viên đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học phải có ít nhất bằng Thạc sỹ du lịch.

- Về kỹ năng nghề và kiến thức thực tế về kinh doanh du lịch, quy định giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch phải có thời gian đi thực tế tham gia hoạt động kinh doanh tại các doanh nghiệp du lịch và nếu giảng dạy học phần, môn học liên quan đến kỹ năng nghề du lịch thì phải có chứng chỉ nghề tương ứng. Ví dụ, giảng dạy học phần Hướng dẫn du lịch thì phải có chứng chỉ Hướng dẫn viên du lịch hoặc tương đương (giấy chứng nhận đã tham gia điều hành tour du lịch).

- Về ngoại ngữ, quy định giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch phải đạt trình độ ngoại ngữ cao hơn quy định đầu ra của trình độ đào tạo tương ứng

Trên cơ sở quy định chung, các cơ sở đào tạo du lịch có kế hoạch bồi dưỡng nâng cao trình độ đội ngũ giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch, nhằm đáp ứng yêu cầu của quy định về chất lượng nêu trên.

Xây dựng quy định thống nhất về khung chương trình đào tạo, đề cương bài giảng các học phần, môn học, chuẩn chất lượng đầu ra cho các trình độ, loại hình đào tạo nhân lực du lịch

Các cơ quan quản lý nhà nước về đào tạo nguồn nhân lực du lịch, Hiệp hội Đào tạo Du lịch Việt Nam cần phối hợp với các cơ sở đào tạo du lịch để xây dựng quy định thống nhất về khung chương trình đào tạo, chuẩn đầu ra cho các trình độ, loại hình đào tạo du lịch; huy động các chuyên gia đầu ngành biên soạn một số giáo trình, biên dịch sách, tài liệu nước ngoài cần thiết cho các trình độ đào tạo để làm tài liệu tham khảo chung trong các cơ sở đào tạo du lịch trong cả nước.

Trên cơ sở quy định chung, các cơ sở đào tạo du lịch xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện chương trình đào tạo nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia và tương thích với tiêu chuẩn kỹ năng nghề của khối ASEAN và quốc tế.

Tăng cường liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch, giữa cơ sở đào tạo du lịch trong nước và quốc tế nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch

- Áp dụng cơ chế đặc thù trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Trong thời gian tới, các cơ sở đào tạo du lịch trình độ đại học cần phối hợp với các doanh nghiệp du lịch đối tác để triển khai thực hiện Công văn số 4929/BGDĐT - GDĐH ngày 20/10/2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo, hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017 - 2020 nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường nhân lực du lịch, trong bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế, góp phần đạt mục tiêu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cụ thể:

Về chương trình và tổ chức hoạt động đào tạo: Xây dựng Chương trình đào tạo theo hướng mở, dễ dàng chuyển đổi, liên thông giữa các ngành, trình độ đào tạo. Nội dung chương trình bao gồm các học phần bắt buộc nhằm cung cấp kiến thức, kỹ năng nền tảng của ngành đào tạo và các học phần tự chọn nhằm bổ sung kiến thức chuyên sâu theo các nghề du lịch, loại hình du lịch, theo vùng du lịch. Rút ngắn thời gian đào tạo phù hợp với khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân, đồng thời tăng thời gian đào tạo thực tế (thực hành, thực tập) tại doanh nghiệp đối tác. Cơ sở đào tạo tự chủ trong lựa chọn doanh nghiệp đối tác có đủ điều kiện đảm bảo chất lượng và có đội ngũ chuyên gia đủ năng lực tham gia đào tạo thực tế, chủ động lập kế hoạch và phối hợp với doanh nghiệp đối tác triển khai hoạt động đào tạo theo kế hoạch từng học kỳ và toàn khóa đào tạo.

Về cơ chế, chính sách đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Khuyến khích các cơ sở đào tạo du lịch tổ chức đào tạo văn bằng hai trình độ đại học theo các ngành đào tạo về du lịch, mở ngành đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo nhu cầu thị trường và hội nhập quốc tế. Trên cơ sở khảo sát đánh giá tình trạng việc làm và mức độ đáp ứng nhu cầu thị trường nhân lực du lịch của sinh viên đã tốt nghiệp, đánh giá các điều kiện đảm bảo chất lượng của cơ sở đào tạo du lịch và doanh nghiệp đối tác, cơ sở đào tạo du lịch được tự chủ xác định chỉ tiêu tuyển sinh và điều chỉnh chương trình đào tạo nhân lực du lịch.

- Liên kết trong nước và quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Ngoài sự liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch trong đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học theo cơ chế đặc thù nêu trên, cơ sở đào tạo du lịch cần tăng cường liên kết với các cơ sở đào tạo khác ở trong và ngoài nước, nhằm nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng nhu cầu thị trường nhân lực du lịch trong nước và quốc tế về số lượng, cơ cấu và chất lượng. Cụ thể, tổ chức hoạt động liên kết giữa các cơ sở đào tạo du lịch trong nước và quốc tế theo các định hướng chủ yếu như: liên kết trong thực hiện chương trình đào tạo thông qua trao đổi giáo viên, giảng viên và học sinh, sinh viên trong quá trình dạy và học, liên kết trong các khâu của quá trình đào tạo: đảm bảo chất lượng, tuyển sinh, tổ chức đào tạo, làm tốt nghiệp, xét và cấp bằng tốt nghiệp cho học sinh, sinh viên...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ chính trị (2019), *Nghị quyết số 52 - NQ/TW ngày 27/9/2019 về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia Cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ tư.*
2. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 579/QĐ -TTg ngày 19/4/2011 phê duyệt Chiến lược phát triển nhân lực Việt Nam thời kỳ 2011-2020.*
3. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn số 4929/BGDĐT - GDĐH ngày 20/10/2017 hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học giai đoạn 2017 - 2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế.*
4. Một số website: news.zing.vn, daotao.vhttdl.vn, vitea.vn, www.vtr.org.vn

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

*TS. Nguyễn Thị Tú
Trưởng Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Nhân lực du lịch là nguồn lực quan trọng quyết định sự phát triển du lịch của mỗi vùng, mỗi quốc gia. Cùng với xu thế phát triển ngành du lịch Việt Nam trong tiến trình hội nhập đã đặt ra yêu cầu về phát triển nguồn nhân lực và công tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Bài viết làm rõ nhu cầu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; đánh giá khái quát thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Việt Nam, từ đó nêu ra những bất cập về đào tạo nhân lực so với yêu cầu; đồng thời, đề xuất một số giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; góp phần định hướng phát triển và tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Việt Nam.

Từ khóa: Chất lượng cao, nhân lực du lịch, đào tạo

1. YÊU CẦU PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp và ngày càng khẳng định vai trò quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế thế giới. Hiện nay, du lịch chiếm vị trí hàng đầu trong thương mại toàn cầu, được coi là ngành xuất khẩu và tạo việc làm lớn nhất thế giới.

Để thực hiện mục tiêu đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển bền vững và góp phần 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, phải tháo gỡ ngay những khó khăn, vướng mắc, để khơi thông, tạo điều kiện cho ngành du lịch có những bước phát triển mới. Vấn đề phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt nhân lực chất lượng cao đang là thách thức lớn đối với du lịch Việt Nam hiện nay và trong những năm sắp tới.

Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đó là đội ngũ những người lao động có trí tuệ cao, có trình độ tay nghề giỏi, có phẩm chất tốt đẹp, được đào tạo, bồi dưỡng những kiến thức và kỹ năng hiện đại, có khả năng đáp ứng được các yêu cầu mới của ngành du lịch để hội nhập thành công với ngành du lịch của các nước trên thế giới.

Các cơ sở đào tạo cần nhận thức sâu sắc yêu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao của quá trình hội nhập là phải có đủ năng lực thực hiện một bộ phận đặc biệt là những người có học trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cao (từ cao đẳng trở lên), đủ năng lực đảm nhiệm chức danh quản lý nhà nước về du lịch, quản trị doanh nghiệp và lao động lành nghề, làm việc trong các lĩnh vực của du lịch và công việc liên quan đến du lịch. Họ sẽ là những người nòng cốt tham mưu, hoạch định kế hoạch hướng dẫn, tổ chức trong xây dựng chiến lược, chính sách phát triển; gắn kết lý luận và thực tiễn; là những người sáng tạo trong xây dựng sản phẩm du lịch chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của thị trường khách du lịch; duy trì sự phát triển bền vững du lịch.

Yêu cầu phát triển nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế là nhiệm vụ đặt ra khi ngành du lịch được trao vị trí quan trọng thực hiện nhiệm vụ phát triển ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu hệ thống kinh tế quốc dân.

Yêu cầu từ nhu cầu của các doanh nghiệp: Báo cáo của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (ITDR) cũng chỉ ra, với tốc độ tăng trưởng 7%/năm trong giai đoạn 2016-2020, ước tính nhu cầu nhân lực của ngành du lịch sẽ tăng lên khoảng 870.000 lao động. Dự báo đến năm 2020, cả nước cần khoảng 2,5 triệu lao động trực tiếp làm việc trong các cơ sở dịch vụ du lịch, đó là chưa kể đến số lượng lớn lao động cung cấp cho loại hình du lịch tàu biển. Khoảng gần 3 năm kể từ khi Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn (ngày 16/01/2017) đi vào cuộc sống, ngành Du lịch Việt Nam có nhiều thế mạnh với nhiều địa danh du lịch nổi tiếng, Đảng và Nhà nước cũng đã có nhiều chính sách đặc thù trong việc đào tạo nhân lực chất lượng cao ngành Du lịch. Tuy nhiên, thực tế vẫn trong tình trạng vừa thừa vừa thiếu về số lượng, yếu về chất lượng, chưa đáp ứng được các yêu cầu phát triển của ngành trong giai đoạn mới của nền kinh tế đất nước và hội nhập toàn cầu.

Yêu cầu từ các cơ sở đào tạo: Theo Tổng cục Du lịch (Bộ VHTTDL), mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó chỉ hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. Điều này đặt ra nhiều thách thức cho hệ thống cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch; đặc biệt là quá trình đào tạo nhân lực du lịch hướng đến chất lượng cao.

Yêu cầu từ hội nhập kinh tế quốc tế: Từ cuối năm 2015, các quốc gia 10 nước thành viên ASEAN đã ký tuyên bố thành lập Cộng đồng ASEAN dựa trên ba trụ cột chính trị - an ninh, kinh tế và văn hóa - xã hội. Hội nhập trong Cộng đồng ASEAN trên cả ba trụ cột đòi hỏi phải có nguồn nhân lực chất lượng cao (có kiến thức đầy đủ, có kỹ năng thành thạo và có đạo đức thái độ nghề nghiệp mang đậm bản sắc dân tộc và phù hợp chuẩn mực chung) mới có thể trụ vững và phát triển. Lĩnh vực du lịch được các quốc gia thành viên ASEAN xem là lĩnh vực ưu tiên trong hội nhập và xây dựng, thể hiện cụ thể trong Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN và Chiến lược phát triển du lịch ASEAN. Hội nhập đồng nghĩa với việc du lịch Việt Nam và các dịch vụ của nó phải đứng trong một quỹ đạo tiêu chuẩn quốc tế và có sự tranh đua cũng như nhu cầu ngày càng tăng về nguồn nhân lực, nhất là nhân lực du lịch chất lượng cao được thừa nhận rộng rãi trong khu vực. Để có thể di chuyển và tìm được việc làm ở các quốc gia ASEAN, bắt buộc các nước trong cộng đồng ASEAN phải tham gia sâu vào quá trình phân công lao động quốc tế, dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt của thị trường lao động ngành du lịch. Đây là một cơ hội rất lớn đối với ngành du lịch Việt Nam nhưng cũng là thách thức không nhỏ đối với các cơ sở đào tạo về du lịch của Việt Nam nói chung và các trường đại học, cao đẳng nói riêng.

2. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO Ở VIỆT NAM

Hiện nay (2019), theo thống kê của ngành du lịch, cả nước có khoảng 190 cơ sở tham gia đào tạo chuyên ngành du lịch ở trình độ thạc sỹ, đại học, cao đẳng, trung cấp và đào tạo ngắn hạn. Ngành nghề và bậc/hệ đào tạo khá phong phú, gồm: 65 trường đại học có các khoa du lịch và có 11 trường đào tạo Thạc sỹ 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... Thực hiện theo các loại hình sở hữu có cơ sở đào tạo công lập và ngoài công lập, cơ sở đào tạo 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 (cấp chứng chỉ) và dài hạn (cấp bằng).

Bằng phương pháp tìm hiểu thông tin, phỏng vấn và trao đổi trực tiếp với đại diện một số cơ sở đào tạo và cán bộ thực tế trong ngành du lịch và nhận thấy rằng: Các trường đã nhận thức được vai trò quan trọng của ngành kinh tế mũi nhọn trong phát triển kinh tế đất nước; đã coi trọng và tập trung đầu tư, triển khai các hoạt động thiết thực, phù hợp, hiệu quả nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực ngành du lịch nhằm bắt kịp yêu cầu của xã hội và hội nhập, song các yếu tố như chất lượng tuyển sinh đầu vào, khung và trình độ đào tạo theo quy định, chương trình đào tạo, học liệu, phương pháp giảng dạy,... có tác động không nhỏ đến quá trình đào tạo của các trường. Công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao có những điểm mạnh và cũng còn tồn tại một số hạn chế, bất cập cần khắc phục.

** Những điểm mạnh:*

- *Về chương trình đào tạo:* Một số ít trường đã cập nhật, mạnh dạn bổ sung đổi mới chương trình đào tạo như Đại học Thương mại, Đại học Văn Hiến,... Những điều chỉnh về số môn học, thời lượng và nội dung các môn học; tuyển chọn giảng viên cơ hữu và thỉnh giảng, đổi mới cách dạy lý thuyết và thực hành, đổi mới cách đánh giá kết quả học tập, trên nền tảng lấy ý kiến góp ý của các doanh nghiệp du lịch và tiếp thu kết quả nghiên cứu một số chương trình đào tạo ngành du lịch của một số nước phát triển như Anh, Mỹ, Canada, Thụy Sĩ, Ấn Độ, Singapore, Nhật bản, Hà Lan. Đặc biệt là chuyển đổi sang học chế tín chỉ và thực hiện xây dựng chương trình đào tạo cải tiến theo hướng ứng dụng nghề nghiệp. Tổ chức lấy ý kiến doanh nghiệp, người học và cựu sinh viên để hình thành hồ sơ năng lực của người tốt nghiệp là các hoạt động trọng tâm mà một số trường đã đề ra và bắt đầu áp dụng từ một số năm gần đây. Một số trường thực hiện chương trình cải tiến theo mô hình đào tạo theo chuẩn quốc tế với sự hỗ trợ của tổ chức PUM (Programma Uitzending Managers - Tổ chức chuyên gia tư vấn Hà Lan) như Đại học Văn Hiến, chương trình giáo dục Đại học theo định hướng ứng dụng (Profession-Oriented Higher Education-POHE) của Hà Lan như Đại học Kinh tế quốc dân.

- *Về đội ngũ giảng viên:* Các trường đã dần kiện toàn đội ngũ giảng viên cơ hữu với tiêu chí trẻ, năng động, trình độ chuyên môn phù hợp với khung năng lực giảng viên cơ hữu theo qui định của trường. Trình độ đội ngũ giảng viên hầu hết có trình độ thạc sĩ trở lên, tỉ lệ tiến sĩ và phó giáo sư ngày càng gia tăng. Bên cạnh đó, một số trường tận dụng những chuyên gia thực tế và giảng viên trình độ tiến sĩ trở lên tham gia vào lực lượng giảng viên thỉnh giảng (như Đại học Hạ Long). Định hướng phát triển đội ngũ giảng viên của nhiều trường là tiếp tục tuyển dụng bổ sung đội ngũ giảng viên có trình độ Tiến sĩ trở lên đúng chuyên ngành, đồng thời mời giảng viên có kinh nghiệm quản lý doanh nghiệp du lịch, nghiệp vụ cao tham gia giảng dạy. Thực hiện thường xuyên bồi dưỡng trình độ chuyên môn cho giảng viên về nghiệp vụ sư phạm, giảng dạy bằng bài giảng điện tử (E-learning), học tập nâng cao trình độ,...

- *Đổi mới phương pháp giảng dạy và đánh giá kết quả học tập:* (i) Thực hiện thường xuyên từ chỗ truyền đạt kiến thức thụ động chuyển sang giảng dạy tích cực (lấy người học làm trung tâm, phương pháp giảng dạy nêu vấn đề, phương pháp giảng dạy dự án, phương pháp giảng dạy ngoài trời,...), khuyến khích người học sử dụng kiến thức đã có để hình thành nên những vấn đề và chuẩn bị cho việc hình thành kiến thức mới. (ii) Thực hiện đánh giá chất lượng theo tiêu chuẩn và tiêu chí cho cả quá trình, đảm bảo được sự chính xác và công bằng. (iii) Tăng cường chất lượng hoạt động thực hành, thực tập. Tăng số lần và nội dung kiến tập tại doanh nghiệp. Phân công cho từng giảng viên theo dõi, kiểm tra giám sát và hỗ trợ cho sinh viên trong quá trình thực tập được đánh giá đúng kết quả, tránh tiêu cực. (iv) Thực hiện khảo sát phản hồi của người học, thực hiện ngay sau khi kết thúc các học phần bằng nhiều hình thức để bổ sung cho việc đánh giá được năng lực giảng dạy của giảng viên và xem xét đến khả năng tiếp thu và áp dụng kiến thức của sinh viên. (v) Các câu lạc bộ gắn với chuyên môn, hoạt động thường xuyên là môi trường để sinh viên trau dồi, học hỏi thêm và giao lưu với những chuyên gia trong lĩnh vực du lịch (CLB Du lịch của Đại học Thương mại, CLB Bartender và CLB Lữ hành của Đại học Văn Hiến; trong đó có sự tham gia của nhiều cựu sinh viên đang làm việc tại các doanh nghiệp và nhà hàng).

- *Hoạt động nghiên cứu khoa học của giảng viên và sinh viên:* đây được coi là một trong những hoạt động trọng tâm trong quá trình đào tạo của nhiều trường. Các giảng viên cơ hữu được giao nhiệm vụ nghiên cứu khoa học bằng các sản phẩm: Bài báo khoa học đăng trên tạp chí chuyên ngành, kỷ yếu các hội thảo quốc gia và quốc tế; chủ trì hoặc tham gia các đề tài nghiên cứu khoa học các cấp gắn với ngành du lịch. Chú trọng hỗ trợ phong trào nghiên cứu khoa học sinh viên. Các đề tài nghiên cứu về du lịch của sinh viên nhiều năm trở lại đây được đánh giá cao tại các hội thảo khoa học sinh viên các cấp.

- *Các hoạt động nghề nghiệp hỗ trợ nâng cao chất lượng đào tạo:* Các trường đều cố gắng đầu tư hỗ trợ sinh viên tham gia các sự kiện nhằm khẳng định vị thế của trường mình. Một số hoạt động nghề nghiệp được tổ chức mang tầm cỡ thành phố, quốc gia của các trường như Đại học Hạ Long, Đại học Văn Hiến, Đại học Thương mại liên tục từ năm nhiều năm nay.

- *Liên kết doanh nghiệp:* Nhận thức được tầm quan trọng của doanh nghiệp đối với quá trình đào tạo, khoa chuyên ngành của các trường đầu tư nhiều công sức xây dựng mối quan hệ với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch để nhận sự hỗ trợ toàn diện cho giảng viên và sinh viên. Các khoa chuyên ngành của các trường đã chính thức ký kết nhiều hợp đồng liên kết với các doanh nghiệp du lịch kinh doanh du lịch lớn (khách sạn 4 đến 5 sao, các doanh nghiệp lữ hành có thương hiệu lớn) trong nước và nước ngoài thực hiện các hoạt động hỗ trợ của doanh nghiệp cho đào tạo nhân lực du lịch nâng cao chất lượng đội ngũ.

** Những bất cập:*

Bên cạnh các thành quả của quá trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch về số lượng và chất lượng qua từng năm, những bất cập cũng đang tồn tại ở các trường:

- *Công tác xác định đối tượng và nhu cầu đào tạo:* người học chọn ngành học du lịch thông thường từ nguồn tuyển sinh thông qua các kỳ thi tuyển sinh quốc gia, nên còn thiếu tính hướng nghiệp, cách nhìn nhận về ngành nghề còn khá đơn giản (các tiêu chí tuyển chọn sơ loại chưa được chú trọng). Thực tế cho thấy ngành có sinh viên nữ chiếm tỷ lệ rất cao (hơn 80%) trong tổng số người học. Sau khi tốt nghiệp đã có khá nhiều người không làm đúng nghề vì sức khỏe, đặc điểm

công việc, gia đình,... điều này cho thấy sự lãng phí trong công tác đào tạo, đồng thời cũng tạo ra môi trường đào tạo thiếu tích cực trước nhu cầu xã hội khi cung cấp lao động.

- *Cơ sở vật chất, kỹ thuật trong đào tạo*: hầu hết các trường đều rất hạn chế. Ngoại trừ ở một số trường được hưởng thụ từ nguồn tài trợ (Luxembourg và dự án EU) và một số trường chủ động đầu tư cơ sở thực hành như Đại học Thăng Long, còn lại thì nhiều trường không có khu vực thực hành kỹ năng hoặc nếu có thì cơ sở học và phòng học, số lượng người/lớp học; dụng cụ thực hành, thực nghiệm, phòng thực hành, mô hình, phần mềm giả định,... nhìn chung chưa đáp ứng yêu cầu, người học thiếu điều kiện cọ xát với công cụ làm việc, không có cơ hội phát huy tính chủ động, sáng tạo khi còn học trong trường.

- *Thiếu cân đối giữa nguồn lực và quy mô đào tạo*: Sự thiếu hụt đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn cao và đúng chuyên ngành là vấn đề đáng quan tâm nhất hiện nay với tất cả các trường. Một số trường đã đào tạo nhân lực du lịch trình độ đại học và cao đẳng nhiều năm, nhưng phần lớn giảng viên là người được đào tạo từ các ngành khác (ngành văn hóa, xã hội, 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. Mặt khác, giáo viên còn thiếu kỹ năng, chậm cập nhật; trình độ và khả năng sử dụng ngoại ngữ, công nghệ thông tin tuy được cải thiện đáng kể nhưng đa phần chưa tự tin sử dụng. Một số cơ sở đào tạo hàng năm tuyển số lượng sinh viên rất nhiều, nhưng chuẩn đầu vào thấp và có tỉ lệ số giảng viên/tổng số sinh viên chuyên ngành hàng năm quá mất cân đối (ĐH Tài nguyên môi trường có quy mô khoảng 450 sinh viên chuyên ngành Quản trị du lịch, cử hành mỗi năm chỉ với 9 giảng viên chuyên ngành đảm trách giảng dạy; Khoa Quản trị dịch vụ du lịch và lễ hành ĐH Kinh doanh và công nghệ Hà Nội có quy mô khoảng 500 sinh viên chuyên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lễ hành mỗi năm chỉ với 10 giảng viên chuyên ngành).

- *Chương trình đào tạo*: Phần lớn các cơ sở đào tạo hiện nay chưa tiệm cận được với các chuẩn đào tạo nhân lực du lịch của thế giới và khu vực. Quá trình đào tạo ít chú trọng đầu tư vào cải tiến chương trình. Các chương trình đào tạo còn mang nặng tính hàn lâm, mất cân đối giữa lý thuyết và thực hành; đào tạo nặng lý thuyết mà thiếu thực hành nên 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 sử dụng ngoại ngữ. Chuẩn đầu ra cho chương trình đào tạo chưa cụ thể, ít gắn với tiêu chuẩn nhân lực chất lượng cao theo từng lĩnh vực chuyên môn nghiệp vụ; thiếu năng lực ngoại ngữ và một số các kỹ năng liên quan cho người học.

- *Hệ thống giáo trình*: Giáo trình phục vụ giảng dạy và học tập cho ngành du lịch còn thiếu và chưa cập nhật thường xuyên. Qua khảo sát cơ sở học liệu của một số trường đại học cho thấy Kinh tế quốc dân có hệ thống giáo trình khá đầy đủ; một số trường có tỉ lệ số giáo trình so với đầu học phần chiếm tỉ lệ thấp như ĐH Thương mại 10/23; thậm chí có trường như ĐH Tài nguyên môi trường đào tạo chuyên ngành Quản trị du lịch, cử hành nhiều năm nhưng hoàn toàn dựa vào giáo trình của các trường khác như ĐH Kinh tế quốc dân và ĐH Thương mại. Những bản dịch từ tài liệu, giáo trình của một số trường ở các nước trên thế khi áp dụng vào giảng dạy lại không thể sử dụng triệt để vì có nhiều lĩnh vực chưa phù hợp với điều kiện phát triển và đặc điểm của Việt Nam. Một phần do đổi mới chương trình đào tạo đưa nhiều học phần mới nên việc biên soạn giáo trình đang được triển khai.

- *Liên kết thị trường sử dụng lao động*: hầu hết các trường chưa có những chiến lược hiệu quả trong công tác liên kết hợp tác trách nhiệm với doanh nghiệp; về phía doanh nghiệp cũng chưa thực sự gắn kết tạo điều kiện cho cơ sở đào tạo. Hiện nay, một số trường đã mạnh dạn áp dụng đào tạo du lịch theo cơ chế đặc thù, đã có kết hợp với một số khách sạn, một số công ty du lịch để tham gia vào một số phần việc giúp sinh viên được trải nghiệm với môi trường doanh nghiệp, giúp người học thích nghi nhanh với nghề. Tuy nhiên, việc xây dựng chương trình đào tạo theo cơ chế đặc thù còn rất lúng túng. Việc bố trí thời gian để người học thực hành nghề tại doanh nghiệp còn bất cập giữa lịch trình của nhà trường với tính mùa vụ trong kinh doanh của doanh nghiệp. Khúc mắc lớn nhất trong việc bắt tay hợp tác, xây dựng môi trường thực hành thực tập cho sinh viên là sự bắt tay giữa đơn vị đào tạo và doanh nghiệp khai thác dịch vụ lễ hành, là vấn đề kinh phí. Song cho đến nay, vẫn chưa có cơ chế hỗ trợ của nhà nước đối với doanh nghiệp khi tham gia vào quá trình đào

tạo của nhà trường (hiện nay các cơ sở đào tạo phải chịu khoản này) vì vậy sự đột phá trong việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao chưa tốt.

Tóm lại, trong bức tranh chung của công tác giáo dục và đào tạo du lịch vẫn còn tồn tại nhiều bất cập, chất lượng cải thiện chưa kịp với yêu cầu ngày càng cao; tính hợp lý và đồng bộ còn hạn chế, thiếu công tác hướng nghiệp và phân luồng. Trong tình hình đó, các cơ sở đào tạo cần phải tìm ra cho mình các giải pháp phù hợp để đảm bảo phát triển bền vững trong công tác đào tạo đặc biệt là đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng nhu cầu hội nhập.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VỀ ĐÀO TẠO NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

Đảng và Nhà nước ta xác định rõ sẽ phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, nên đã và sẽ ban hành nhiều chính sách để tạo thuận lợi cho ngành du lịch phát triển. Để đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao đảm bảo hiệu quả, đáp ứng nhu cầu thời kỳ hội nhập, cần có sự đột phá trong chính sách và thực hiện những giải pháp đồng bộ, hợp qui luật:

- Cập nhật đổi mới xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến. Hoàn thiện chương trình ngành du lịch theo hướng ứng dụng, quốc tế hóa theo định hướng chuẩn quốc gia và khu vực. Các cơ sở đào tạo không ngừng đổi mới nội dung, chương trình đào tạo; tiệm cận với các chuẩn đào tạo nhân lực du lịch của thế giới và khu vực, đặc biệt là các chương trình đào tạo theo hướng ứng dụng. Các trường đã có dự án chương trình đào tạo theo hướng ứng dụng kết hợp với thành quả của các giai đoạn trong dự án và đặc biệt theo dõi sự ra đời của khung trình độ quốc gia về đào tạo du lịch để cho ra đời chương trình đào tạo ngành du lịch hoàn thiện nhất. Đảm bảo đủ và thường xuyên cập nhật đổi mới xây dựng giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến.

- Xây dựng đội ngũ giảng viên chuẩn: Để thực hiện được mục tiêu có một đội ngũ nhân lực ngành du lịch "tinh" về chất lượng, có năng lực cạnh tranh với nhân lực du lịch của khu vực và thế giới thì yếu tố chất lượng đào tạo nguồn nhân lực giữ vai trò then chốt. Muốn vậy, ngành du lịch cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó xây dựng đội ngũ giảng viên đủ chuẩn được coi là khâu đột phá.

Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ giảng viên, giảng viên; xây dựng quy chuẩn giảng viên du lịch đáp ứng khả năng giảng dạy kết hợp giữa lý thuyết và thực hành. Từng bước chuẩn hóa giảng viên theo hướng vừa giảng dạy, nghiên cứu khoa học, tham gia công việc cụ thể có liên quan đến lĩnh vực giảng dạy tại doanh nghiệp du lịch, đồng thời làm việc cùng sinh viên để sinh viên học hỏi trực tiếp.

Chuẩn hóa trình độ và khả năng ngoại ngữ của giảng viên; phải có chuẩn trình độ ngoại ngữ cử nhân hoặc có quá trình học đại học bằng ngoại ngữ; đạt kiểm tra kỹ năng thuyết trình và viết bằng ngoại ngữ hàng năm.

- Thắt chặt tính liên kết giữa cơ sở đào tạo, người học và doanh nghiệp... cùng với cơ chế của từng địa phương. Đẩy mạnh hợp tác Quốc tế với các cơ sở đào tạo du lịch có uy tín ở nước ngoài; hợp tác chặt chẽ với doanh nghiệp sử dụng du lịch đầu ra trong công tác đào tạo nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc gia, quốc tế. Tăng cường thực hiện có hiệu quả hoạt động liên kết, giao lưu doanh nghiệp du lịch. Cần nâng tầm từ "hỗ trợ lẫn nhau" thành "cùng mang lại lợi ích"; xây dựng cơ chế lợi ích với doanh nghiệp tham gia hợp tác và thuyết phục doanh nghiệp trở thành một bộ phận của trường và ngược lại.

- Tăng cường cơ sở vật chất phục vụ dạy học. Các cơ sở đào tạo cần tập trung xây dựng hệ thống phòng thực hành tiêu chuẩn quốc tế cho ngành khách sạn với phòng ngủ, nhà hàng, dịch vụ bổ sung, khu vực lễ tân,... cho ngành lễ tân hành với mô hình văn phòng giao dịch, phần mềm giữ chỗ hàng không, phần mềm giữ chỗ khách sạn trong hệ thống phân phối toàn cầu,... Nghiên cứu và triển khai hệ thống khách sạn, nhà hàng và công ty dịch vụ du lịch theo mô hình thực nghiệm công ty trong trường đại học.

- Tăng cường ứng dụng các thành tựu của cách mạng công nghệ 4.0 trong đào tạo, phát triển nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập. Quan tâm phát triển, ứng dụng các tiến bộ khoa học - công nghệ hiện đại vào công tác nghiên cứu, thực hành các hoạt động đào tạo như đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến (E-learning), xây dựng giáo trình đào tạo du lịch điện tử, ưu tiên đào tạo bằng công nghệ hiện đại để tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng được với thời đại công nghệ.

Đề tạo điều kiện cho việc thực hiện các giải pháp trên, xin kiến nghị với các bộ, ban ngành như sau:

Bộ Lao động Thương binh và Xã hội và Tổng cục Du lịch sớm hoàn thiện xây dựng và ban hành tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia đối với tất cả các lĩnh vực du lịch còn lại (ngoài nghề lễ tân và buồng đã có).

Các Bộ liên quan gồm Bộ Giáo dục - Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội thống nhất công bố chuẩn chất lượng đầu ra của đào tạo nhân lực du lịch. Nghiên cứu ban hành quy định khung trình độ quốc gia về đào tạo du lịch, về chất lượng giảng viên trực tiếp đào tạo nhân lực du lịch phù hợp với khu vực và thế giới.

Hiệp hội Du lịch Việt Nam tiếp tục liên kết tổ chức các khóa đào tạo về công nghệ như: Công nghệ DataWarehouse; Công nghệ phân tích BigData; Công nghệ Trí tuệ nhân tạo AI; An ninh mạng,... nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu triển khai du lịch trực tuyến trong thời đại kinh tế số và cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Chính phủ cần chỉ đạo các bộ ngành hoàn thiện hành lang pháp lý để thực hiện hiệu quả các chủ trương, chính sách hiện hành.

4. KẾT LUẬN

Nhu cầu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đang đặt ra những thách thức không nhỏ đối với các cơ sở đào tạo về du lịch của Việt Nam nói chung và các trường đại học, cao đẳng nói riêng. Các cơ sở đào tạo cần nhận thức đầy đủ những điểm mạnh cũng như những bất cập về thực trạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đồng thời triển khai hiệu quả một số giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Việt Nam. Hy vọng những giải pháp này sẽ giúp các cơ sở đào tạo định hướng phát triển và tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, góp phần thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển ngành du lịch ở Việt Nam trong những năm tiếp theo.

TÀI LIỆU THAO KHẢO

1. Lưu Đức Kế (2016), Thực trạng và các giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, Tọa đàm “*Giải pháp phát triển du lịch Việt Nam trở thành Ngành kinh tế mũi nhọn*” do Ban Kinh tế Trung ương chỉ đạo và phối hợp cùng Hiệp hội Du lịch Việt Nam tổ chức ngày 08/9/2016, tại khách sạn Rex, Thành phố Hồ Chí Minh
2. Hà Văn Siêu (2010), “*Nhu cầu nhân lực du lịch giai đoạn 2011-2020*”, kỷ yếu hội thảo tại Khánh Hòa.
3. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “*Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” do Trường đại học Văn Hiến phối hợp với Vụ Đào tạo, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch tổ chức ngày 2/8/2019, tại TP. Hồ Chí Minh.
4. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2011), Báo cáo tổng hợp Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
5. Nguyễn Tấn Trung, Phạm Xuân Hậu (2016), Giải pháp đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao của Trường ĐH Văn Hiến đáp ứng yêu cầu hội nhập, kỷ yếu hội thảo “*Brexit và cộng đồng kinh tế ASEAN dưới góc nhìn hội nhập*”, Trường ĐH Văn Hiến.
6. Anh Tú, Tháo “*nút thắt*” để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch (<https://giaoducthoidai.vn/giao-duc/thao-nut-that-de-nang-cao-chat-luong-nguon-nhan-luc-du-lich-4023701-v.html> đăng 3/8/2019)
7. WEBSITE:
<http://vitea.vn/thuc-trang-va-cac-giai-phap-phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam/>
<http://aep.neu.edu.vn/web/vn/c77/p74/Dao-tao/Chuong-trinh-POHE/index.aspx>
<https://ezcloud.vn/xu-huong-phat-trien-cua-nganh-kinh-doanh-khach-san-2019/>

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ HỘI NHẬP

*PGS, TS. Phạm Xuân Hậu
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Bài trình bày kết quả nghiên cứu về đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao ở thành phố Hồ Chí Minh góp phần phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, theo tinh thần nghị quyết của thành phố. Trên cơ sở phân tích hiện trạng đào tạo, những hạn chế, bất cập và nguyên nhân, đề xuất những giải pháp, kiến nghị để thực hiện việc đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng tiến trình hội nhập

Từ khóa: Du lịch TP.Hồ Chí Minh, đào tạo du lịch, nhân lực du lịch.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 đã xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu phát triển kinh tế quốc dân Việt Nam. Nhiều địa phương có điều kiện thuận lợi cũng đã xác định phát triển du lịch thành ngành mũi nhọn. Trong những năm vừa qua, tốc độ tăng trưởng lượng khách và doanh thu khá nhanh, đã góp phần đáng kể làm tăng GDP của đất nước và địa phương. Năm 2013 Việt Nam đã đón 7,57 triệu lượt khách quốc tế và 35 triệu lượt khách nội địa, đến năm 2016 khách quốc tế đã đạt 10 triệu lượt người, khách nội địa đạt 62 triệu lượt người. Theo thống kê của Tổng cục du lịch, để đảm bảo phục vụ các lĩnh vực hoạt động của ngành, mỗi năm toàn ngành cần có thêm khoảng 40.000 lao động, trong khi lượng nhân lực đào tạo của ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người [2], trong đó người có trình độ cao đẳng đại học trở lên chiếm chỉ khoảng 12%. Trong 1,3 triệu lao động du lịch cả nước, chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% đào tạo từ các ngành khác, còn khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy.

Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), điểm đến du lịch lớn nhất cả nước đã và đang khẳng định vị thế của mình trong thu hút du khách. Năm 2018 TP.HCM đón 36,5 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế khoảng 7,5 triệu lượt, khách nội địa khoảng 29 triệu lượt. Năm 2019 đặt mục tiêu đón 8,5 triệu lượt khách quốc tế, 32,77 triệu lượt khách nội địa; 6 tháng đầu năm 2019 đã đón 4,3 triệu lượt khách quốc tế, tăng 10,1% so với cùng kỳ 2018, đạt 50,1% kế hoạch đề ra. Hiện nhân lực ngành du lịch có khoảng 140 ngàn người lao động trực tiếp, trong đó có khoảng 15% trình độ đại học, 50% trình độ cao đẳng, trung cấp, còn lại là lao động nghề. Tuy nhiên, hiện nhân lực mới chỉ đáp ứng được khoảng 70% so với nhu cầu; lực lượng này không thể đảm bảo đáp ứng kịp nhu cầu của phát triển ngành, đặc biệt là trong giai đoạn hội nhập, đòi hỏi nhân lực có trình độ và chất lượng cao tham gia vào thị trường lao động quốc tế. Trong lĩnh vực đào tạo, hệ thống các cơ sở đào tạo (từ dạy nghề đến trung cấp, cao đẳng, đại học, trên đại học) đã không ngừng mở rộng qui mô, nâng cao chất lượng, đã có đóng góp đáng kể trong cung cấp lao động cho ngành. Tuy nhiên, nhìn lại tổng thể thì hoạt động đào tạo còn bộc lộ khá nhiều bất cập, từ nhận thức và trách nhiệm của cán bộ quản lý hành chính các cấp, các ngành liên quan, ngành du lịch, đến cán bộ quản lý các cơ sở đào tạo trong việc phát triển nguồn nhân lực du lịch, dẫn đến sự cạnh tranh không lành mạnh, chất lượng đào tạo hạn chế nên khó đáp ứng kịp yêu cầu phát triển ngành thời kỳ hội nhập; đặc biệt là sự đòi hỏi của cách mạng công nghiệp 4.0. Vì vậy cần có sự điều chỉnh, bổ sung hoàn thiện mới có thể tiếp tục duy trì và nâng cao vị thế, góp phần phát triển ngành trở thành ngành “mũi nhọn” trong phát triển kinh tế thành phố, đáp ứng yêu cầu của quá trình hội nhập khu vực và thế giới.

2. MỤC TIÊU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mục tiêu

- Dựa trên kết quả tổng hợp cơ sở lý thuyết và thực tiễn về đào tạo phát triển nhân lực nói chung, nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng, vận dụng vào đào tạo phát triển nhân lực du lịch (NLDL) chất lượng cao (CLC) ở TP.HCM hiện tại và tương lai.

- Phân tích, đánh giá thực trạng tổ chức đào tạo NLDL nói chung và nhân lực du lịch CLC ở thành phố trong thời gian qua (có phân tích những hạn chế và nguyên nhân), từ đó đề xuất giải pháp

và kiến nghị các cấp có thẩm quyền trong việc phát triển NLDL chất lượng cao của thành phố, đáp ứng hội nhập.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng một số phương pháp chủ yếu là: Điều tra, khảo sát các cơ sở đào tạo để nắm các dữ liệu về chương trình đào tạo, việc hợp tác với các doanh nghiệp và cơ sở đào tạo trong và ngoài nước trong đào tạo, đội ngũ giảng viên chuyên ngành, cơ sở thực hành thực tế. Đồng thời thu thập & tổng hợp thông tin, tài liệu, tư liệu có liên quan (cả lĩnh vực lí thuyết và thực tiễn) từ các cơ quan, ban ngành có liên quan, cơ quan quản lí du lịch, doanh nghiệp du lịch, để phân tích, đánh giá làm sáng tỏ về thực trạng đào tạo NLDL, CLC trong thời gian qua và những xu hướng phát triển trong thời gian tới của du lịch TP.HCM, làm nền tảng, căn cứ đề xuất giải pháp thực hiện hiệu quả.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Quan niệm về nhân lực du lịch chất lượng cao

Cho đến nay, ở Việt Nam chưa có một khái niệm đầy đủ và hoàn thiện, song có một số nhà khoa học, nhà quản lí đã đưa ra quan niệm về “ Nhân lực du lịch chất lượng cao”. Theo Nguyễn Văn Lưu (2016 - tr.10) và tương tự là Phạm Trung Lương (2017- tr. 11) đưa ra khái niệm 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 lí nhà nước về du lịch, hoạt động sự nghiệp du lịch (nghiên cứu và đào tạo du lịch), quản trị doanh nghiệp du lịch, 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. Tuy nhiên, đó chỉ 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.

Ở góc độ khoa học có thể hiểu chất lượng cao của nguồn nhân lực được thể hiện ở các cấp độ và nội dung sau đây: (i). Ở nhóm lao động gián tiếp (lãnh đạo, quản lí ngành từ cấp trưởng bộ phận trở lên, các nhà nghiên cứu; quản lí điều hành cơ sở đào tạo...) phải đạt được yêu cầu là có năng lực quản lí điều hành, có tầm nhìn sâu, rộng xu hướng phát triển ngành; biết tạo dựng và phát huy sức mạnh của từng các nhân và tập thể người lao động; luôn đổi mới, sáng tạo và thích ứng trong hoạt động điều hành; có tâm với nghề và nghệ thuật thu phục nhân tâm; nhận thức đầy đủ, đúng xu hướng vận động của ngành du lịch trong mối quan hệ với thế giới với hiện trạng đất nước.(ii). Với nhóm lao động trực tiếp (làm việc tại các bộ phận lễ tân, phục vụ buồng, bàn, hướng dẫn viên, quảng bá, tiếp thị, đầu bếp...), phải đảm bảo các yêu cầu theo các tiêu chuẩn quốc gia (VTOS), hướng tới tiêu chuẩn khu vực và quốc tế. Cụ thể, phải đảm bảo là người có đạo đức nghề nghiệp, có kỹ năng nghề, khả năng sáng tạo, kỹ năng sống, phối hợp và kết nối công việc, biết vận dụng công nghệ tiên tiến; có trình độ ngoại ngữ chuyên ngành thông thạo để sử dụng trong mọi lĩnh vực hoạt động của ngành du lịch.

3.2. Đào tạo nhân lực du lịch ở TP.Hồ Chí Minh

Tiền đề của sự ra đời và phát triển hệ thống đào tạo nhân lực cho ngành du lịch ở Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) nói riêng là “Mục tiêu chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam giai đoạn 2011-2020” gồm:

Thứ nhất là, giải quyết đủ về số lượng, đảm bảo chất lượng, cơ cấu trình độ, ngành nghề và vùng miền hợp lý, đáp ứng nhu cầu nhân lực trong nước và tham gia thị trường lao động du lịch quốc tế.

Thứ hai là, phấn đấu đạt trình độ tiên tiến trong khu vực và một số mặt tiếp cận trình độ các nước tiên tiến trên thế giới. Quy hoạch tập trung vào những lĩnh vực ưu tiên trọng điểm là hoàn thiện chính sách, cơ chế quản lí phát triển nhân lực ngành và xây dựng cơ sở dữ liệu phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Thứ ba là, phát triển mạng lưới đào tạo, bồi dưỡng giảng viên, đào tạo viên và phát triển chương trình nội dung đào tạo bồi dưỡng trong du lịch; tổ chức đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng nguồn nhân lực hiện có.

Trong kế hoạch phát triển ngành, thành phố đã xác định năm 2020 phải đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tham gia thúc đẩy kinh tế xã hội và các ngành nghề khác, với sản phẩm

phong phú, đa dạng, chất lượng cao để có thể cạnh tranh với các nước trong khu vực và đến năm 2030 phải trở thành địa phương có ngành du lịch đứng hàng đầu khu vực Đông Nam Á. Để đáp ứng yêu cầu này, các cấp chính quyền và ngành du lịch Thành phố đã tập trung đầu tư phát triển hệ thống đào tạo nhân lực theo nhiều kế hoạch, ngắn, trung, dài hạn với mức tăng trưởng hợp lý về cơ cấu, quy mô và các bậc trình độ nhằm bổ sung kịp thời trước mắt và lâu dài.

3.2.1. Về hoạt động tổ chức đào tạo

Hiện thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 63 cơ sở đào tạo (cả nước có 284 cơ sở) tham gia đào tạo nhân lực cho ngành du lịch, trong đó có 24 trường đại học (cả nước 62 trường) có khoa đào tạo du lịch (đào tạo các ngành và chuyên ngành: quản trị khách sạn, quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, hướng dẫn du lịch, văn hóa du lịch, quản trị lữ hành...); có 20 trường cao đẳng (cả nước 80 trường); 19 trường trung cấp chuyên đào tạo du lịch hoặc có khoa đào tạo du lịch, cùng hệ thống các trường trung cấp, khoa trung cấp trong trường đại học, trung tâm dạy nghề ở trong thành phố và liên kết các địa phương khác; mỗi năm cung cấp khoảng 300 lao động. Các loại hình đào tạo đa dạng về hình thức và linh hoạt về thời gian, cách học, giúp cho các đối tượng lựa chọn phù hợp với điều kiện của mình (đào tạo liên thông TCCN, TC nghề lên đại học; cao đẳng lên đại học, vừa làm vừa học, đào tạo từ xa (cấp bằng chính qui và VLVH); Các lớp ngắn hạn cấp chứng chỉ nghề (nghệ vụ lễ tân; nghệ vụ HDDL, Bồng, phòng, nấu ăn, pha chế đồ uống...) vào thứ bảy, chủ nhật, các buổi tối trong tuần.

Những trường Đại học và cao đẳng điển hình đã đang tổ chức đào tạo các ngành và chuyên ngành tạo nguồn nhân lực du lịch ở các bậc trình độ phải kể đến như: Trường Đại học Văn Hiến; trường Đại học Kinh tế TP.HCM; Đại học Văn hóa; Đại học Quốc tế Hồng Bàng; ĐH công nghệ; Đại học Tài chính - Marketing; Đại học Tôn Đức Thắng; Đại học Công nghiệp; Trường Đại học Hùng Vương; Đại học ngoại ngữ - Tin học; Đại học Văn Lang; Trường Đại học Hoa Sen; Đại học Nguyễn Tất Thành...cùng một số khoa Văn hóa học, Việt Nam học; Địa lý du lịch của các trường đại học Sư phạm; Đại học Sài Gòn; Đại học khoa học XH &NV. Các trường Cao đẳng điển hình là: Trường CĐ nghề Du lịch Sài Gòn; CĐ Kinh tế Đối ngoại; CĐ Văn hóa Nghệ thuật & Du lịch Sài Gòn; Cao đẳng Bách Việt; Cao đẳng nghề Việt Mỹ...

Trong những năm gần đây, các cơ sở đào tạo đã và đang không ngừng tăng cường phát triển, bổ sung đội ngũ giảng viên từ các nguồn trong nước và thu hút giảng viên chuyên ngành từ các nước và các doanh nghiệp lớn. Đội ngũ giảng viên trình độ trên đại học ở các trường đã chiếm tỉ lệ đáng kể. Đầu năm 2019 có khoảng 10-15% GV trình độ PGS.TS; khoảng 30% TS; khoảng 35-45% ThS, tỉ lệ này ở các trường cao đẳng thấp hơn (*Sở DL, TP.HCM, tổng hợp từ các trường 4/2019*). Tuy nhiên, giảng viên trình độ trên đại học có chuyên môn sâu về ngành nghề du lịch còn khiêm tốn, chỉ khoảng 20 -30 %. Số giảng viên này phần lớn được đào tạo từ nước ngoài, còn lại khoảng 60 - 70% có chuyên môn thuộc các ngành gần như Quản trị kinh doanh, Kinh tế, Tài chính kế toán, Địa lý du lịch, Lịch sử, Văn hóa, Tâm lý, Ngoại ngữ...

3.2.2. Về xây dựng chương trình đào tạo

Đa phần các cơ sở đào tạo thẩm nhàn và trung thành với mục tiêu đào tạo nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu xã hội, doanh nghiệp - hội nhập, nên đã thường xuyên: (i). Chủ động thực hiện cải tiến chương trình theo hướng ứng dụng nghề nghiệp, tiếp cận chương trình của khu vực và quốc tế. (ii). Xây dựng chương trình đào tạo cải tiến, có cấu trúc tỉ lệ hợp lí về thời lượng, nội dung giữa lí thuyết với thực hành, trải nghiệm (70/30, 65/35, 50/50...). (iii). Bổ sung, cập nhật kiến thức mới hiện đại phù hợp, tăng cường năng lực, trình độ ngoại ngữ, công nghệ thông tin, các kỹ năng mềm, hướng theo khung tiêu chuẩn đào tạo nhân lực chất lượng cao cả kiến thức, kỹ năng và năng lực ngang tầm khu vực và thế giới. Trong đó, đặc biệt chú ý đến sự góp ý và hỗ trợ của các doanh nghiệp du lịch cho việc thiết kế chương trình chuẩn; đổi mới các hình thức tổ chức dạy và học; bổ sung nội dung môn học gắn với thực tế công việc, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và năng lực quản lý, điều hành; thực hiện mô hình học kỳ doanh nghiệp, dưới sự hướng dẫn của cán bộ quản lý điều hành, các chuyên gia, chuyên viên có nghiệp vụ và kỹ thuật cao và chuyên nghiệp của doanh nghiệp. (iv). Chương trình xây dựng theo hướng mở, linh hoạt nhằm tạo thuận lợi cho liên thông, liên kết trong sử dụng các phương tiện, công nghệ hiện đại, thực hiện đổi mới phương pháp giảng

dạy học như giảng dạy trực tuyến (E- learning), dạy học bằng ngôn ngữ nước ngoài, giúp người học nâng cao năng lực chủ động, độc lập, sáng tạo trong quá trình học.

3.2.3. Việc liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong quá trình đào tạo

Hiện nay, có nhiều trường đã thực hiện khá tốt các hình thức liên kết doanh nghiệp trong quá trình đào tạo ở các bậc đào tạo, trong đó phải kể đến là trường Đại học Văn Hiến (VHU) đã ký kết với các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn-nhà hàng và kinh doanh lữ hành lớn của thành phố như: Park Hyatt Sai Gon Hotel, Sheraton; New World Hotel; Renaissance; Lotte Legend Hotel Saigon; InterContinental Asiana Saigon Hotel; Windsor Plaza; Rex Hotel (ngành Quản trị Khách sạn) và các công ty du lịch lữ hành nổi tiếng như Saigontourist; Vietravel; Fiditour; Đất nước Việt; Lửa Việt; TST, Du lịch Nam Phương; DL Giác Mơ Việt; DL Đông Âu; DL Đông Nam (ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch & Lữ hành) và một số trường khác như đại học kỹ thuật (HUTECH), đại học Tài chính - kinh tế (UEF) cùng một số trường cao đẳng, trung cấp nghề trong thành phố, cũng đã cùng ký kết cộng đồng trách nhiệm và nhận đỡ đầu một số lĩnh vực như: Tham gia triển khai thực hiện học kỹ doanh nghiệp của các trường; nhận hướng dẫn thực tập đầu, giữa và cuối khóa; tiếp nhận sản phẩm sau đào tạo về làm việc tại doanh nghiệp... Đó là những tín hiệu khả quan, đang trong chiều hướng phát triển tốt, giúp các trường thực hiện nhiệm vụ chính trị của mình với thành phố là đào tạo nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu xã hội.

3.3. Đánh giá chung

3.3.1. Những thành công

Nhìn chung trong những năm qua, ngành du lịch TP.HCM đã có bước phát triển “tăng tốc”. Mọi hoạt động của ngành, đặc biệt là lĩnh vực đào tạo nhân lực chất lượng cao, hướng đến việc hoàn thành trọng trách của ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố; giữ vững vị thế là điếm đến du lịch “an toàn và thân thiện” của du khách trong và ngoài nước. Điều đó đã được khẳng định qua những thành tựu đáng ghi nhận:

- Có được sự quan tâm về đầu tư ngân sách, chính sách và chỉ đạo trực tiếp trong xây dựng chiến lược, định hướng phát triển ngành nói chung và phát triển nhân lực cao nói riêng của các cấp lãnh đạo thành phố.

- Sự ra đời, phát triển cả về số lượng, chất lượng các cơ sở đào tạo, các loại hình trường (công lập, dân lập, tư thục, liên doanh liên kết...) ở các cấp trình độ từ đào tạo nghề, trung cấp, cao đẳng, đại học và trên đại học nhằm cung cấp nhân lực là những tín hiệu khả quan, rất đáng trân trọng.

- Việc cải tiến chương trình đào tạo theo hướng ứng dụng nghề nghiệp và tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật, phương tiện dạy học; đổi mới phương pháp và hình thức đào tạo phù hợp với các loại hình đào tạo mở, bước đầu đã tạo được nguồn nhân lực chất lượng làm tăng độ tin cậy với xã hội và các doanh nghiệp sử dụng lao động.

- Việc liên kết đào tạo với các trường trong khu vực và quốc tế cùng việc trao đổi nhân lực làm việc trong một số ngành dịch vụ du lịch, đã mở ra bước phát triển mới khi thực hiện theo mục tiêu của cách mạng công nghiệp 4.0; tạo dựng vị thế và mối quan hệ chặt chẽ trong tiến trình hội nhập.

- Sự gắn bó chặt chẽ và cộng đồng trách nhiệm của các doanh nghiệp du lịch trong một số hoạt động đào tạo, đã tạo niềm tin và trách nhiệm trong hoạt động đào tạo nhân lực chất lượng cao theo các tiêu chuẩn chung của ngành và cụ thể từng doanh nghiệp.

- Nhân lực đào tạo ra đã và đang tạo được niềm tin với xã hội và được các doanh nghiệp kinh doanh du lịch sử dụng có hiệu quả. Một số cơ sở đào tạo đã trở thành nơi đặt hàng cung cấp nhân lực sau đào tạo cho các doanh nghiệp du lịch trong nước và nước ngoài (Nhật Bản, Hàn Quốc...), đặc biệt là trong lĩnh vực dịch vụ du lịch.

3.3.2. Những hạn chế, bất cập

- Mặc dù các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch phát triển nhiều ở hệ thống các trường ngoài công lập, đã thực hiện đào tạo từ cách nay 20 năm, nhưng đến nay: (i). Còn khá nhiều trường vẫn chưa có được cơ sở đào tạo sở hữu cho riêng mình (phải đi thuê mượn), các điều kiện cơ sở vật chất, trang thiết bị, phương tiện và dịch vụ phục vụ đào tạo chưa đáp ứng theo chuẩn của cơ sở đào tạo mà các bộ chủ quản qui định; (ii). Chương trình đào tạo sơ cứng, chưa đồng bộ, thiếu sự mềm

đeo trong liên thông, lên kết và chưa tiếp cận theo các mức chuẩn khu vực và quốc tế, đặc biệt là nội dung trang bị các kỹ năng mềm, rèn luyện tay nghề, trình độ ngoại ngữ, công nghệ thông tin.. (iii). Đội ngũ giảng viên thiếu về số lượng (bình quân 1GV/ 100 SV trở lên); trình độ chuyên môn ngành rất hạn chế, đặc biệt là chuyên môn nghề và tay nghề, giảng dạy tiếng nước ngoài; (iv). Chất lượng đầu vào còn biểu hiện coi trọng số lượng vì lợi nhuận, lợi ích cục bộ, nên tuyển sinh chất lượng thấp. Quá trình đào tạo còn mang nặng tính chấp vá, phụ thuộc nhiều vào đội ngũ GV thỉnh giảng ngoài trường; tỉ lệ lí thuyết và thực hành, thực tế, trải nghiệm thiếu cân đối; chưa nhận được sự hỗ trợ tối đa của các doanh nghiệp, nên sản phẩm đào tạo (đầu ra) chưa làm hài lòng cùng sự mặn mà của các doanh nghiệp khi sử dụng lao động.

- Hiện thành phố Hồ Chí Minh vẫn chưa có cơ sở đào tạo bậc trình độ đại học, mang tên là trường đại học Du lịch; 100% cơ sở đào tạo bậc trình độ đại học chỉ là một khoa hoặc một ngành trong khoa của trường đại học, học viện, nên hoạt động tự chủ trong ký kết hợp tác, liên kết trong tổ chức, quản lí đào tạo rất hạn chế. Mặt khác, nhận thức và trách nhiệm của cán bộ quản lí các trường - cơ sở đào tạo còn thể hiện đậm nét về “lợi ích” cục bộ, ít vì lợi ích cộng đồng. Điều đó thể hiện qua việc tuyển sinh đầu vào đã coi trọng mục tiêu số lượng, coi nhẹ mục tiêu chất lượng (chuẩn đầu vào thấp để đảm bảo chỉ tiêu số lượng); duy trì tỉ lệ sinh viên/giảng viên quá cao so với qui định của Bộ GD&ĐT (Bộ qui định là 25SV/1GV, nhưng đa số các trường >100 SV/1GV, có trường >200SV/1GV); mỗi lớp học thường là 70 -80 SV, có trường tới 120 SV/lớp.

- Chương trình đào tạo thực hiện liên thông, công nhận lẫn nhau giữa các trường, giữa các bậc trình độ, các ngành đào tạo cùng bậc trình độ cùng tài liệu học tập chuyên môn, chuyên ngành rất hạn chế, hệ thống thư viện...tất cả chỉ mới chỉ đạt mức độ rất thấp. Vì vậy, sản phẩm đào tạo ra vẫn mang màu sắc riêng của các trường, mặc dù có cùng mã ngành đào tạo, nên đã gây khó khăn cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch khi sử dụng nhân lực vào các bộ phận của đơn vị mình.

- Phần lớn các cơ sở đào tạo nhân lực trình độ cao (bậc đại học, cao đẳng), cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho dạy và học thực hành gần như “trắng”. Máy móc, phương tiện phục vụ thực hành lạc hậu, không đủ về số lượng, không đảm bảo chất lượng, không đáp ứng với nhu cầu thực tế.

- Sự hợp tác đào tạo giữa các cơ sở trong nước và trường nước ngoài còn rất hạn chế, đặc biệt là với các trường của các nước phát triển có truyền thống và kinh nghiệm đào tạo ngành du lịch. Đã có một vài trường liên kết nhưng cũng chỉ ở mức 50+50 về thời gian đào tạo hoặc nhận SV học tập, thực tập ở năm cuối.

- Nguồn nhân lực được đào tạo ở tất cả các cơ sở, các bậc trình độ đều thiếu hụt về “kỹ năng mềm”, đơn điệu và yếu kém về ngoại ngữ, nên người học khó phát huy khả năng chủ động, sáng tạo, quyết đoán trong công việc. Kết quả khảo sát về lao động hiện tại ở một số công ty du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh năm 2018 cho thấy khoảng hơn 40% hướng dẫn du lịch và khoảng hơn 70% nhân viên lễ tân, nhà hàng chưa đạt chuẩn về ngoại ngữ theo tiêu chí của TCDL Việt Nam, hơn 70% thiếu kĩ năng giao tiếp tổng hợp, ứng xử và xử lý tình huống trong các hoạt động du lịch.

3.3.3. Nguyên nhân

- Nhận thức của cán bộ quản lí các chính quyền, ngành về vai trò, trách nhiệm của việc phát triển nhân lực chất lượng cao còn hạn chế, chưa có được tiếng nói chung, đồng bộ về vai trò và lợi ích cục bộ địa phương, ngành và lợi ích cộng đồng xã hội.

- Thiếu sự đồng bộ trong xây dựng chiến lược qui hoạch, phát triển và điều hành hoạt động đào tạo giữa các cơ quan chủ quản là GD&ĐT, LĐTB&XH, VHNT&DL qua việc xây dựng chương trình đào tạo và ban hành các tiêu chí, tiêu chuẩn nghề nghiệp ở các cấp trình độ thuộc lĩnh vực mình quản lí.

- Đội ngũ quản lí, điều hành các cơ sở đào tạo phần lớn chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch. Mặt khác, rất nhiều cơ sở đào tạo chưa hoàn toàn có sở hữu về hạ tầng đất đai về vị trí và diện tích, nên thiếu chủ động trong xây dựng chiến lược theo các chu kỳ ngắn hạn, trung hạn và dài hạn và cả kế hoạch thực hiện trang bị đồng bộ, phù hợp về cơ sở vật chất, phương tiện phục vụ giảng dạy và học tập theo nhu cầu của một cơ sở đào tạo ở các bậc trình độ.

- Các cơ sở đào tạo chưa dành nhiều đầu tư và tâm huyết cho việc đổi mới phương pháp dạy và học cùng đánh giá kết quả theo hướng tiếp cận năng lực người học. Đội ngũ giảng viên chưa sẵn

sáng và chưa chủ động đổi mới phương pháp dạy học nên người học chưa có cơ hội và động lực đổi mới cách học theo tinh thần phát huy tính độc lập, chủ động, sáng tạo.

- Sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các cơ sở đào tạo cùng cấp trình độ và các bậc trình độ khác nhau. Việc này thể hiện rõ trong tuyển sinh, các trường ở bậc trình độ cao (Đại học, cao đẳng) đều theo dõi lẫn nhau, hạ điểm tuyển đầu vào thấp cho đủ số lượng. Các cơ sở đào tạo trình độ thấp (trung cấp, nghề...) không còn nguồn tuyển đủ chỉ tiêu để đào tạo. Mặt khác, việc đánh giá đầu ra không chặt chẽ, hạ thấp chuẩn mực so với các tiêu chuẩn cần có; kết quả là sản phẩm đào tạo ra thấp, làm giảm sút độ tin cậy với các doanh nghiệp và xã hội khi sử dụng lao động.

- Còn thiếu tính pháp lý trong việc thực hiện gắn kết và cộng đồng trách nhiệm giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp du lịch trong thành phố khi thực hiện xây dựng chương trình đào tạo, nắm bắt nhu cầu của doanh nghiệp với việc các doanh nghiệp chủ động tiếp nhận, hỗ trợ bồi dưỡng nâng cao tay nghề và những kỹ năng cần thiết cho người học trong quá trình học và giai đoạn cuối hoàn thành việc học.

3.4. Khắc phục hạn chế về đào tạo nhân lực ở thành phố Hồ Chí Minh để hội nhập

Để đảm bảo thành công cho hoạt động đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao tại các cơ sở đào tạo ở thành phố Hồ Chí Minh đáp ứng yêu cầu thời kỳ hội nhập, cần thực hiện đồng bộ những nhiệm vụ cụ thể sau:

3.4.1. Đối với các bộ VHTT&DL, bộ GD&ĐT và bộ LĐTB&XH

- Cần có sự thống nhất cao về chiến lược và kế hoạch triển khai các nhiệm vụ cốt lõi cả trước mắt và lâu dài phát triển hệ thống các cơ sở đào tạo nhân lực ngành du lịch ở các cấp trình độ, đặc biệt là cấp đào tạo đại học và trên đại học theo đúng luật giáo dục đã ban hành.

- Có cơ chế chung ràng buộc trong việc thành lập các cơ sở đào tạo độc lập hoặc liên kết với các doanh nghiệp đều phải có trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ đáp ứng các yêu cầu thực tập, thực hành nghề nghiệp và cả việc đào tạo tại các doanh nghiệp.

- Thực hiện qui hoạch tổng thể xây dựng mạng lưới cơ sở đào tạo các cấp, bậc trình độ với tên gọi thống nhất, gắn với chức năng nghề nghiệp theo đúng mục tiêu sử dụng nhân lực theo các nhiệm vụ của doanh nghiệp với ngành và từng ngành.

- Tiến hành điều tra tổng thể toàn diện về lao động ngành du lịch, cả lao động trực tiếp, gián tiếp, lao động các cấp trình độ. Thực hiện đánh giá toàn diện về năng lực lao động thuộc các lĩnh vực quản lý, điều hành, lao động trực tiếp, lao động kỹ thuật, lao động giản đơn.. làm nền tảng thực hiện các dự báo nguồn nhân lực các cấp trình độ theo chiến lược phát triển ngành và của nền kinh tế thành phố cũng như cả nước.

- Thực hiện phân loại các trường đào tạo ở các cấp bậc trình độ để xác định năng lực đào tạo, phân bổ chỉ tiêu cho hợp lý. Đồng thời thường xuyên kiểm tra, đánh giá các cơ sở đào tạo, chấm dứt đào tạo tại các cơ sở vi phạm qui định về điều kiện đào tạo, đồng thời kiên quyết không cấp phép cho những cơ sở không đủ chuẩn đào tạo.

3.4.2. Với UBND thành phố Hồ Chí Minh, sở Du lịch và các sở liên quan

Trên cơ sở chiến lược phát triển nhân lực nói chung và nhân lực trình độ quốc tế, hội nhập của thành phố, UBND thành phố cần giao trách nhiệm cụ thể:

- Các sở chủ đạo là LĐTB&XH, DL, GD&ĐT và các sở liên quan, phải nâng cao nhận thức, cộng đồng trách nhiệm, xây dựng kế hoạch thống nhất, đồng bộ trong việc đầu tư phát triển hệ thống các cơ sở đào tạo các bậc trình độ của thành phố, đảm bảo về qui mô số lượng, chất lượng đào tạo theo tiêu chí và tiêu chuẩn thống nhất.

- Các doanh nghiệp có sử dụng lao động từ các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch có trách nhiệm đầu tư về nhân lực, vật lực trong khả năng của mình vào các hoạt động tham gia xây dựng chương trình đào tạo theo chuẩn; hỗ trợ xây dựng cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ đào tạo; giúp các cơ sở đào tạo thực hiện các học kỳ doanh nghiệp; thực tập thực tế; sử dụng nhân lực sau đào tạo.

- Sở Du lịch chủ động thực hiện quản lý ngành, kết hợp chặt chẽ với các cơ sở đào tạo thực hiện các nghiên cứu về nhu cầu thị trường lao động du lịch trong, ngoài nước về các bậc trình độ trong các hoạt động du lịch, làm nền tảng cùng các sở liên quan xác lập mạng lưới và mô hình đào tạo các bậc trình độ phù hợp với thực tế của thành phố.

- Thường xuyên tiếp cận, theo dõi về mức độ đáp ứng về đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, mức độ thực hiện các qui định về tuyển chọn đầu vào, tổ chức đào tạo, tiến độ đào tạo và khả năng liên kết doanh nghiệp của các cơ sở đào tạo theo qui định của Bộ GD&ĐT, LĐTĐ&XH, và sở DL, báo cáo với UBND thành phố và chịu trách nhiệm về những nội dung báo cáo.

3.4.3. Đối với các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp du lịch

*** Với các cơ sở đào tạo**

- Lãnh đạo các cơ sở đào tạo cần nâng cao nhận thức, trách nhiệm và thẩm nhuần phương châm đào tạo vì mục tiêu “chất lượng cao”, đáp ứng nhu cầu xã hội. Hạn chế tối đa hướng đến chấm dứt quan điểm đào tạo vì mục đích “lợi nhuận trước mắt”, mà phải vì lợi ích lâu dài, làm nền tảng để thực hiện điều hành các hoạt động đào tạo tại cơ sở của mình.

- Xây dựng cơ chế liên kết chặt chẽ, đảm bảo tính pháp lí trong cộng đồng trách nhiệm giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong các hoạt động, xây dựng chương trình đào tạo, sử dụng đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, có kinh nghiệm quản lý, cho chủ động sử dụng các cơ sở thực hành, thực tập nghề nghiệp.

- Các cơ sở đào tạo (không phân biệt bậc trình độ) cần thường xuyên tổ chức hoạt động giao lưu, trao đổi thiết kế chương trình đào tạo, kinh nghiệm quản lý, triển khai các hoạt động học thuật, tổ chức các cuộc thi tay nghề cho người học, để người học có cơ hội học tập kinh nghiệm lẫn nhau.

- Xây dựng cơ chế và chính sách khuyến khích kịp thời về vật chất và tinh thần để đội ngũ giảng viên tự giác, chủ động thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy, đánh giá kết quả đúng tiêu chí, chuẩn mực, đồng thời tăng cường hoạt động bồi dưỡng kỹ năng mềm và nâng cao trình độ trình độ ngoại ngữ, tạo động lực cho người học thể hiện tính chủ động, độc lập, sáng tạo trong học tập.

- Các cơ sở đào tạo cần có kế hoạch thường xuyên hàng năm, thực hiện đánh giá đầy đủ toàn diện về thực trạng năng lực đào tạo của cơ sở mình (của đội ngũ giảng viên dạy lý thuyết, hướng dẫn thực hành nghề; cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ đào tạo, hợp tác đào tạo) làm nền tảng xây dựng kế hoạch điều chỉnh, bổ sung kịp thời cho phù hợp với mục tiêu phát triển của cơ sở, thành phố và cả nước.

*** Với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch**

Lãnh đạo doanh nghiệp cần nhận thức đầy đủ và có trách nhiệm trong việc tham gia nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực tại các cơ sở đào tạo, chính là để phục vụ tốt cho ngành và doanh nghiệp mình, để tạo sự gắn kết chặt chẽ với cơ sở đào tạo:

- Đầu tư từng phần hoặc toàn diện vào các cơ sở đào tạo về cơ sở vật chất phục vụ đào tạo. Doanh nghiệp phải coi việc tham gia xây dựng chương trình đào tạo cho đúng chuẩn mực; tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực tập nghề, đánh giá chất lượng đào tạo; sử dụng những sản phẩm mình tham gia tạo ra là trách nhiệm.

- Cùng các cơ sở đào tạo xây dựng chiến lược phát triển doanh nghiệp gắn với sử dụng nhân lực các trình độ, theo các kế hoạch ngắn, trung và dài hạn để các cơ sở đào tạo làm nền tảng xây dựng các chỉ tiêu, kế hoạch đào tạo nhân lực mới và đào tạo lại, nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân lực hiện hữu của doanh nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Trong xã hội phát triển, nhân lực luôn là yếu tố quyết định sự tồn tại, phát triển đất nước. Chất lượng của nguồn nhân lực tạo ra năng lực cạnh tranh cho nền kinh tế và từng ngành sản xuất. Sản phẩm đào tạo ngành du lịch có thể được coi như một loại “sản phẩm đặc biệt”, nó vừa giữ vai trò tạo ra các sản phẩm du lịch khác vừa là sản phẩm phục vụ trực tiếp cho du khách trong chuyến du lịch. Vì vậy, việc tổ chức đào tạo nhân lực thuộc các trình độ tại các loại trường ở cả nước nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng cần phải đạt được những yêu cầu cơ bản như: đảm bảo sản phẩm có chất lượng chuyên môn nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp. Việc tổ chức đào tạo phải chuẩn mực. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ đào tạo phải đảm bảo tiêu chuẩn hiện đại, không chạy theo số lượng vì mục đích lợi nhuận. Đặc biệt chú ý đến giải pháp đổi mới bộ máy cán bộ quản lý các cơ sở đào tạo và đội ngũ giảng viên (cả về số lượng và chất lượng) mới hy vọng khẳng định được vị thế của ngành đào tạo “hot” trong hệ thống đào tạo nhân lực thành phố góp phần thực hiện thành công nhiệm vụ “ngành kinh tế mũi nhọn” của thành phố thời kỳ đổi mới và hội nhập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ VHTT&DL (2011), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*, TTCP phê duyệt 12/2011
2. Bộ VHTT&DL (2011), *Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đến năm 2020*, Bộ VHTT&DL phê duyệt 2011.
3. Phạm Xuân Hậu (2015) *Bổ sung nhân lực CLC và chuyên nghiệp, nhiệm vụ then chốt trong phát triển du lịch, ĐBSCL, TCKH, ĐHSP*. TP. Hồ Chí Minh, 4/2015
4. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á-ASEAN (2015), *Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề DL - sách hướng dẫn cho các cơ sở lễ hành và khách sạn*.
5. Kỷ yếu hội thảo khoa học (2008), *Đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch theo nhu cầu xã hội*, TP.Hồ Chí Minh tháng 3/2008.
6. Phạm Trung Lương (2017), *Đổi mới tư duy và giải pháp cho mô hình đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao*. Kỷ yếu tọa đàm khoa học “Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đáp ứng nhu cầu xã hội và hội nhập, Khoa du lịch -Đại học Văn Hiến, 2017.
7. Nguyễn Văn Lưu (2016), *Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao yếu tố cốt lõi trong các nguồn lực phát triển du lịch*, Kỷ yếu hội thảo “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao- Thực trạng và giải pháp”, NXB ĐHQG Hà Nội.
8. Thủ tướng Chính phủ (2012) “*Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) đến năm 2020*” Quyết định số 939/QĐ-TTg ngày 19/7/2012.
9. TT Dự báo NCNL&TT Thị trường lao động TP.HCM, *Phân tích thị trường lao động và dự báo nhu cầu nguồn nhân lực tại TP.HCM các năm 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018*.

CÁC VẤN ĐỀ TRONG ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN NGÀNH KHÁCH SẠN

*ThS. Hoàng Thị Thùy Dương, TS. Nguyễn Thị Hoa Hồng
Trường Đại học Ngoại thương*

TÓM TẮT

Đào tạo nhân viên là một trong những hoạt động quản trị nguồn nhân lực quan trọng của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp đang kinh doanh trong môi trường cạnh tranh khốc liệt và luôn thay đổi như ngành khách sạn. Hoạt động đào tạo nhân viên đảm bảo nhân viên có đủ kỹ năng và kiến thức để cung cấp các dịch vụ tốt, tăng mức độ hài lòng của khách hàng sau khi trải nghiệm dịch vụ khách sạn. Tuy nhiên, việc thiết kế, tổ chức và đánh giá hoạt động đào tạo trong ngành này còn nhiều vấn đề cần giải quyết. Bài viết bàn về các vấn đề phổ biến trong đào tạo nhân viên ngành khách sạn với những khó khăn gắn với đặc điểm điển hình của ngành mà rất nhiều các doanh nghiệp đang gặp phải, đồng thời đưa ra kinh nghiệm tổ chức các hoạt động đào tạo trong ngành này tại một số nơi trên thế giới.

Từ khóa: Đào tạo, khách sạn, phương pháp đào tạo

1. GIỚI THIỆU VỀ NGÀNH KHÁCH SẠN VÀ HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN

Ngành khách sạn đề cập chủ yếu đến ngành kinh doanh cung cấp chỗ ở/ nhà ở và dịch vụ ăn uống cho khách hàng khi họ đi xa gia đình. Hoạt động này bao gồm các lĩnh vực khác nhau trong ngành dịch vụ như lưu trú, nhà hàng, tổ chức sự kiện, công viên giải trí, vận tải hành khách, tàu du lịch và nhiều dịch vụ khác trong ngành du lịch. Đây là ngành công nghiệp hàng tỷ đô la chủ yếu phụ thuộc vào sự sẵn có về thời gian giải trí, thư giãn cùng như thu nhập sẵn có của khách hàng. Mỗi đơn vị kinh doanh trong ngành này như nhà hàng, khách sạn, hoặc thậm chí một công viên giải trí sẽ có các nhóm công việc như bảo dưỡng duy trì cơ sở hoạt động, vận hành trực tiếp (nhân viên phục vụ, nhân viên buồng phòng, nhân viên vận chuyển hành lý, nhân viên nhà bếp, nhân viên pha

chế,...), quản lý, tiếp thị và quản trị nhân lực. Ngành khách sạn được chia thành các bộ phận dựa theo những kỹ năng cần thiết cho mảng công việc liên quan. Các bộ phận bao gồm lưu trú, nhà hàng, tổ chức meeting và sự kiện, trò chơi, nghỉ ngơi giải trí, dịch vụ du lịch và thông tin du khách (Acquaful, Dedume, Appiah, 2012).

Ngành khách sạn là ngành điển hình để nghiên cứu về kỹ năng trong dịch vụ. Mặc dù được coi là một ngành không đòi hỏi nhiều kỹ năng bậc cao (nếu xét đến những kỹ năng về yêu cầu kỹ thuật thực tế trong công việc), nhưng ngành du khách sạn vẫn là một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong nền kinh tế của nhiều nước như Vương quốc Anh, Thái Lan,... và phải đối mặt với những thách thức thực sự trong việc đáp ứng các yêu cầu về kỹ năng cho thị trường lao động đang thay đổi. Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng có đến 10% lực lượng lao động toàn cầu đang làm việc trong lĩnh vực khách sạn hoặc công việc liên quan, vì vậy đây là một lĩnh vực không thể bỏ qua trong các nghiên cứu và bàn luận khoa học cũng như thực tiễn (Baum, 2002).

Trong kinh doanh khách sạn hiện đại, điều cần quan tâm nhất là yếu tố năng lực của con người, đặc biệt là tài năng hay chất lượng của nhân viên. Mức độ chất lượng dịch vụ phụ thuộc rất nhiều vào phẩm chất của nhân viên. “Chất lượng” đề cập đến ở đây là kiến thức, kỹ năng và tư duy nhằm đảm bảo sự sống còn và phát triển của khách sạn. Vì vậy, đào tạo nhân viên được coi là công việc rất cần thiết, vừa làm tăng năng suất, hiệu quả công việc vừa trang bị cho nhân viên kiến thức chuyên môn, kỹ năng và tư duy đúng đắn từ những người đi trước. Đào tạo nhân viên cũng thúc đẩy và truyền cảm hứng cho họ bằng cách cung cấp cho nhân viên tất cả các thông tin cần thiết trong công việc cũng như giúp họ nhận ra tầm quan trọng của công việc.

2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NHU CẦU ĐÀO TẠO TRONG NGÀNH DU LỊCH KHÁCH SẠN



Hình 1: Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu đào tạo trong ngành khách sạn

2.1. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

Mặc dù trong các ngành khác, nhu cầu về lực lượng lao động giảm do sự phát triển của công nghệ hiện đại nhưng ngành du khách sạn vẫn cung cấp thêm việc làm cho khoảng 52.000 người, chỉ tính riêng trong tháng 6 năm 2013 và nhu cầu đã tăng 503% trong bốn năm qua (Rowe, 2013). Các số liệu thống kê cũng cho thấy ngành khách sạn là ngành kinh doanh dựa vào con người vì công nghệ không thể thay thế được mức độ dịch vụ mà nhiều khách hàng mong đợi (Hayes & Ninemeier, 2009, trang 172). Vì vậy, đầu tư vào tài sản là con người được coi rất đáng giá trong ngành này. Khách hàng chắc chắn sẽ cảm thấy sự khác biệt giữa dịch vụ được cung cấp bởi đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, chất lượng cao và đội ngũ nhân viên không có động lực làm việc. Hơn nữa, việc nhận được đào tạo từ công ty cho nhân viên cảm giác rằng công việc của họ là quan trọng, qua đó thúc đẩy và mang lại động lực cho nhân viên làm việc tại công ty không chỉ bởi lý do vì tiền.

Ngoài ra, nhìn vào các khía cạnh nội bộ, không giống như những ngành khác, ngành du lịch khách sạn có tính đa dạng cao bởi bản thân sản phẩm được cung cấp và đặc điểm khách hàng. Ngành khách sạn không đơn giản chỉ bao gồm các dịch vụ khách sạn và nhà hàng mà nhiều người thường hiểu lầm. Phân khúc thực sự cung cấp một loạt các dịch vụ bao gồm ăn ở, ẩm thực và các hoạt động kinh doanh khác như câu lạc bộ, thể thao, dịch vụ vui chơi giải trí, tàu du lịch, sông bạc, công viên giải trí và kinh doanh buôn bán (Hayes & Ninemeier 2009). Ngành này vì thế có nhu cầu

cao về những nhân viên năng động, có nhiều kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm để đáp ứng mong muốn của rất nhiều khách hàng trong ngày.

Tuy nhiên thị trường lao động trên thực tế cho thấy thiếu hụt nguồn cung đối với nhân viên có trình độ (Woods 2006, trang 188). Mặc dù may mắn là có một nhóm lao động khác dù không đạt được đủ kỹ năng và kiến thức nhưng vẫn sẵn sàng tiếp nhận công việc, việc sử dụng nhóm lao động này có thể là một giải pháp để giải quyết vấn đề thiếu hụt, nhưng nó không thể được thực hiện mà không có sự can thiệp của đào tạo.

Mặt khác, ngành khách sạn bao gồm các hoạt động kinh doanh liên quan đến trách nhiệm, trong đó một số tập huấn được coi là bắt buộc theo luật như an toàn thực phẩm, kiến thức về đồ uống có cồn hoặc tránh quấy rối tình dục... (Hayes & Ninemeier 2009). Thiếu đào tạo có thể dẫn đến các vấn đề nghiêm trọng do nhân viên không được đào tạo hoặc được thông tin chuẩn xác. Ngộ độc thực phẩm có thể xảy ra nếu một đầu bếp chưa được đào tạo pha trộn cua và quả hồng với nhau hoặc phục vụ thịt nhồi nhưng thịt chưa được nấu chín. Trường hợp của nhà hàng Man Fu Yuan trong khách sạn Intercontinental ở Singapore xảy ra vào tháng 12 năm 2012 là một trường hợp điển hình. Nhà hàng đã phải đóng cửa sau khi nghi ngờ gây ra hơn 200 trường hợp bị ngộ độc thực phẩm (TheSundayTimes 2013). Ngoài nguy cơ bị kiện, nó có thể dẫn đến những hậu quả lớn hơn làm mất lòng trung thành của khách hàng và danh tiếng của doanh nghiệp nếu việc đào tạo không được thực hiện nghiêm túc.

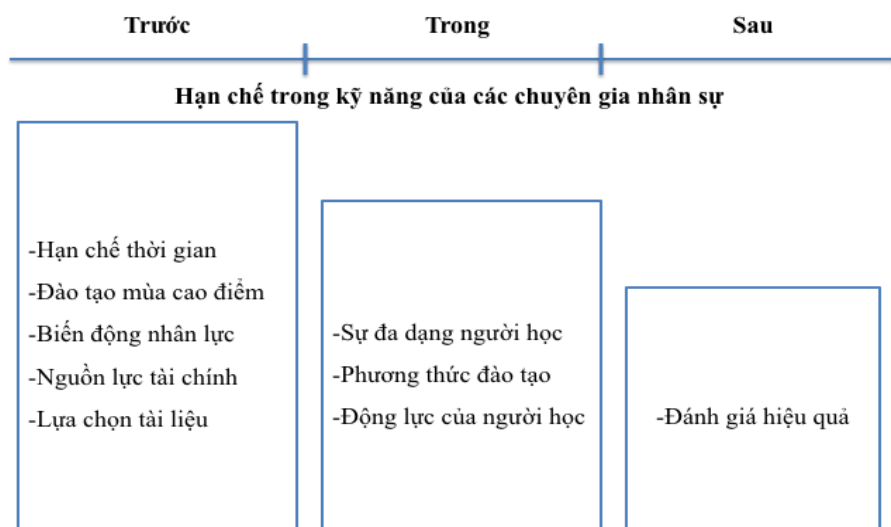
2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Sự gia tăng cạnh tranh cũng ảnh hưởng đến nhu cầu ngày càng tăng trong vấn đề đào tạo. Dưới áp lực của một thị trường cạnh tranh cao, nhiều nhà cung cấp dịch vụ khách sạn gây ấn tượng về việc sử dụng chiến lược phân biệt sản phẩm để đạt được độ nhận biết về thương hiệu, đặc biệt là những khách sạn lớn như Marriott, Ritz Carleton hay Hilton (Andrews 2009). Các tiêu chuẩn khác nhau được áp dụng để tạo ra sự khác biệt trong dịch vụ, từ chất lượng dịch vụ nói chung, thái độ của nhân viên đến các tiêu chuẩn chi tiết hơn như cách gấp khăn, cách đặt bàn và để bộ dao đĩa, lời chào mừng và thời gian tối đa cho phép để thực hiện dịch vụ nhận phòng... Những công việc thực tế này một lần nữa nhấn mạnh về nhu cầu đào tạo vì ngay cả nhân viên tốt nghiệp chuyên ngành du lịch khách sạn hoặc kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực này vẫn đòi hỏi thời gian, công sức và nguồn kiến thức phù hợp để đáp ứng theo các quy định mới.

Trong ngành khách sạn đang phát triển nhanh, đào tạo trở thành một công cụ hỗ trợ hữu ích cho tổ chức nhằm đáp ứng được với những thay đổi không thể tránh khỏi trong tương lai. Một công ty có thể là người tiên phong và giành được lợi thế cạnh tranh so với các công ty khác nếu có thể dự đoán đúng xu hướng thị trường và có sự chuẩn bị tốt từ trước. Ví dụ, sự phát triển của công nghệ dẫn đến việc đổi mới hệ thống kiểm tra hoạt động sẽ đồng thời đòi hỏi nhân viên phải có trình độ cao hơn về kỹ năng tin học để có thể đưa hệ thống vào hoạt động. Một xu hướng điển hình nữa là toàn cầu hóa. Để hài hòa các nền văn hoá khác nhau trong cùng một tổ chức, công ty không chỉ cần nâng cao nhận thức về văn hoá cho nhân viên của mình mà còn có khả năng thích nghi và làm việc trong môi trường mới khi việc trao đổi nhân lực giữa các quốc gia trở nên phổ biến hơn. Ngoài ra, doanh nghiệp có thể có nhu cầu tung ra một sản phẩm mới hoặc các yêu cầu tiêu chuẩn mới do sự thay đổi sở thích của khách hàng. Việc đào tạo lại do vậy phải liên tục theo nhu cầu để giải quyết những vấn đề này.

3. CÁC VẤN ĐỀ CHUNG CỦA ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN

Những thách thức này được liệt kê tương ứng theo thời gian của quá trình đào tạo, trong đó các hạn chế về kỹ năng của các chuyên gia nhân sự đặc biệt có ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình vì họ là những người chủ chốt chịu trách nhiệm chủ yếu cho tất cả các hoạt động đào tạo.



Hình 2: Các vấn đề chung của đào tạo nhân viên trong ngành khách sạn

Nguồn: Uyen Do, 2013

3.1. Hạn chế kỹ năng của các chuyên gia nhân sự

Để quá trình đào tạo diễn ra suôn sẻ từ đầu đến cuối, những người làm việc trong bộ phận nhân sự hoặc thực hiện trách nhiệm về nhân sự đóng góp một phần quyết định trong thành công này. Tuy nhiên, hầu hết các hoạt động dịch vụ khách sạn là quá nhỏ để tận hưởng dịch vụ có các chuyên gia đặc biệt để thực hiện chức năng nhân sự (Hayes & Ninemeier, 2009, 19). Điều tồi tệ hơn là ngay cả khi các nhà điều hành doanh nghiệp lớn có đủ khả năng để có những người chuyên về nhân sự thì công việc của những người này không chỉ liên quan đến vấn đề đào tạo mà còn bao gồm mọi thứ liên quan đến "nguồn nội bộ" của họ. Hạn chế về thời gian và kỹ năng của các nhà quản lý nhân sự, do đó, làm cho việc đào tạo khó được tiến hành dưới những điều kiện tốt nhất.

3.2. Khó khăn về thời gian và lập kế hoạch đào tạo

Đào tạo tốn kém không chỉ về mặt tiền mà cả về thời gian. Thời gian dành cho đào tạo để có kết quả tương đương với thời gian nhân viên và người quản lý, trong trường hợp các nhà quản lý chịu trách nhiệm đào tạo cho cấp dưới của họ, không làm việc. Nếu không có đồng nghiệp thay thế được chỉ định giúp nhân viên hoàn thành công việc hàng ngày của họ thì nhân viên được cử đi tham gia một khóa đào tạo cụ thể có thể không có mặt tại khóa học được vì thời gian đào tạo trùng với thời gian làm việc. Tình hình này đặc biệt đúng trong mùa cao điểm hoặc giờ cao điểm hàng năm trong công ty. Hơn nữa, trong các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ 24 giờ như khách sạn, hầu hết nhân viên được yêu cầu làm việc theo ca, nên nếu nhân viên luân phiên thực hiện các công việc tương tự thì họ sẽ phải làm việc cả ngày (Guo và cộng sự, 2013). Những người làm việc vào ban đêm có thể cảm thấy mệt mỏi và muốn nghỉ ngơi hơn là đi đào tạo. Người lập kế hoạch đào tạo cũng phải dành một khoảng thời gian giữa các khoá đào tạo vì tính đến thực tế là quá nhiều đào tạo có thể gây ra các phản ứng phụ bất ngờ. Thời gian là cần thiết để các học viên áp dụng lý thuyết vào thực tiễn. Sắp xếp thời gian cho các khóa học do đó có thể là một vấn đề rất khó khăn.

3.3. Khó khăn khi tập huấn trong mùa cao điểm

Các hoạt động của du lịch khách sạn sử dụng một số lượng đáng kể các nhân viên theo mùa. Khách hàng không quan tâm xem họ là nhân viên cố định hay tạm thời. Họ chỉ quan tâm rằng những người này là đại diện cho công ty cung cấp dịch vụ. Cung cấp các khóa đào tạo ngắn hạn và đảm bảo chất lượng dịch vụ cho các nhân viên tạm thời do đó đã trở thành một mối quan tâm lớn của nhiều nhà quản lý khi mùa cao điểm đang đến. Vì những người này không cam kết với tổ chức nhiều như nhân viên cố định, nó ảnh hưởng đến sự sẵn lòng học tập của họ để cải thiện hiệu suất tổ chức. Những người quản lý phải chịu trách nhiệm về cả việc quản lý công việc kinh doanh và quản lý nhân sự có thể thấy rất căng thẳng trong những khoảng thời gian bận rộn này để giải quyết phần lớn công việc.

3.4. Tỷ lệ luân chuyển nhân viên cao

"Tại sao chúng tôi cần đào tạo những người không chắc chắn gắn bó lâu dài? Không phải là nó có rủi ro và lãng phí nếu họ chuyển sang làm việc cho đối thủ cạnh tranh của chúng tôi và chia

sẽ kiến thức và thông tin mà họ đã học được từ chúng tôi cho họ?” Những câu hỏi phổ biến này thường làm cho các nhà quản lý khách sạn không muốn đi đào tạo. Điều này xuất phát từ thực tế tỷ lệ luân chuyển nhân viên trong ngành khách sạn khá cao (Davies và các cộng sự, 2001). Thị trường lao động cạnh tranh cao là một trong những lý do chính cho phép nhân viên nhảy từ công ty này sang công ty khác để tìm kiếm cơ hội tốt hơn. Bên cạnh đó, nhiều nhân viên làm việc trong ngành này là những người lao động không cố định và bán thời gian, những người chỉ ở lại với doanh nghiệp trong một khoảng thời gian ngắn (Davies và các cộng sự 2001). Mặc dù lý do để không đào tạo này là hợp lý, nhưng thiếu đào tạo lại có thể dẫn đến sự không hài lòng của nhân viên và tăng lý do từ bỏ công việc của họ. Điều này đặc biệt đúng đối với những nhân viên mới mà việc đào tạo và hướng dẫn đầy đủ ở giai đoạn đầu có nhiều ảnh hưởng đến quyết định của họ có gắn bó với tổ chức hay không (Deery 2008).

3.5. Thiếu nguồn lực tài chính

Trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ, nơi mà mỗi khoản tiền được chi tiêu đều đáng giá, các nhà quản lý nhân sự sẽ phải vật lộn để duy trì các hoạt động đào tạo bằng nguồn ngân sách eo hẹp. Khi cuộc suy thoái kinh tế 2008 xảy ra, thậm chí cả các tổ chức lớn cũng phải chịu đựng tình huống tương tự vì ngân sách đào tạo chắc chắn sẽ nằm trong số những đầu mục đầu tiên bị cắt (MacLean, 2013). Thiếu nguồn lực tài chính sẽ hạn chế hiệu quả đào tạo từ việc thu thập các tài liệu có chất lượng và thu hẹp phạm vi áp dụng các phương pháp đào tạo.

3.6. Khó khăn trong việc lựa chọn thông tin và tài liệu tập huấn

Ngày nay, nhờ sự phát triển nhanh chóng của Internet, những người đào tạo có thể dễ dàng truy cập vào một nguồn tư liệu khổng lồ có sẵn trên mạng một cách dễ dàng. Chỉ bằng một cú nhấp chuột và một số từ khóa, họ có thể chọn trong hàng ngàn kết quả được cung cấp. Vấn đề nêu trên về nguồn tài chính hạn chế cũng khuyến khích việc sử dụng các nguồn tài nguyên miễn phí này để giảm chi phí. Mặc dù tính tiện lợi trong cách làm này dường như mang lại lợi ích cho các giảng viên đang tìm kiếm các nguồn lực để thiết kế các chương trình đào tạo, nhưng lại không đảm bảo chất lượng và độ tin cậy của các nguồn này. Một vấn đề khác cần quan tâm là xác định ranh giới giữa thông tin cần phải biết và biết chính xác để chú ý tới một điểm cần thiết hơn. Điều quan trọng không kém, những người lên kế hoạch đào tạo nên đảm bảo rằng các học viên không bị quá tải bởi lượng kiến thức được cung cấp.

3.7. Quản lý sự đa dạng của học viên

Môi trường làm việc của ngành khách sạn tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển một lực lượng lao động đa dạng. Các khách sạn, nhà hàng, các câu lạc bộ yêu cầu một số lượng lớn nhân viên để thực hiện các vị trí khác nhau cho các loại công việc khác nhau, từ nhân viên mới đến những vị trí cấp cao như quản lý và giám đốc. Sự đa dạng được thể hiện dưới dạng độ tuổi, giới tính, khả năng tâm lý/thể chất, khuynh hướng tình dục, chủng tộc và sắc tộc. Những yếu tố này đặt ra rất nhiều thách thức cho hoạt động đào tạo cần phải tinh tế hơn với sự khác biệt giữa các cá nhân. Các giá trị khác nhau, nhu cầu, sở thích và sự mong đợi phải được đưa vào cân nhắc để lựa chọn phương pháp đào tạo thích hợp nhất phù hợp với tất cả nhân viên mà không gây ra xung đột không lường trước.

3.8. Hạn chế của các phương pháp đào tạo

Về kỹ thuật đào tạo, đào tạo nhân viên có thể được chia thành nhiều loại, trong đó có hai khái niệm thường được nghe: đào tạo tại chỗ (on-the-job training) và đào tạo ngoài công việc (off-the-job training). Hai phương pháp này được phân biệt theo vị trí diễn ra hoạt động đào tạo. Trong khi đào tạo thực hành được thực hiện khi các nhân viên học ngay tại nơi làm việc và được ưu tiên hơn bởi vì nó cung cấp kiến thức cần thiết để thực hiện công việc "chính xác", đào tạo lý thuyết cho phép nhân viên học cách xa nơi làm việc, tập trung nhiều hơn vào các kỹ năng mềm và kiến thức tổng quát giúp thực hiện công việc "tốt hơn".

Tuy nhiên, mỗi một trong những phương pháp này đều có những hạn chế nhất định. Trên thực tế, đào tạo tại chỗ thường bị nhầm lẫn là hướng dẫn một hoặc một nhóm học viên bằng cách chỉ đơn giản để họ xem và học hỏi một đồng nghiệp có kinh nghiệm hơn. Nhân viên giàu kinh nghiệm phải thực hiện thêm trách nhiệm này có thể thấy khó chịu khi có ai đó theo dõi trong khi họ làm việc nếu họ không được thông báo và chuẩn bị trước. Bên cạnh đó, vì các nhà đào tạo khá quen

với công việc họ thực hiện, họ có thể bỏ qua một số bước. Tình cờ những sai lầm này không ngừng gây ra "hiệu ứng domino" xấu khi các học viên tiếp tục truyền những thông tin không đầy đủ cho các đồng nghiệp khác. Sự gián đoạn ở giữa đào tạo khi người đào tạo bận cũng có thể gây ra một môi trường học tập dễ nản lòng.

Đào tạo ngoài công việc thường diễn ra dưới hình thức lớp học. Các hoạt động ngoại khóa tương tự như tham dự hội nghị, hội thảo, hội thảo trên web, học tập trực tuyến cũng đang được nhiều người ưa chuộng. Những loại hình đào tạo này tốn nhiều chi phí hơn vì công ty phải chuẩn bị cơ sở vật chất bên ngoài môi trường làm việc thực tế. Ngoài ra, để làm cho các thông điệp được gửi đi có vẻ sống động hơn và hấp dẫn đối với các học viên, nhà thiết kế chương trình đào tạo phải sáng tạo và linh hoạt bằng các phương pháp khác nhau như sử dụng thuyết trình PowerPoint, video, đóng vai, nghiên cứu điển hình, một số học viên là những người học thiên nhiên về quan sát trực tiếp trong khi ngoài công việc có thể không đủ để dạy các bài tập thể chất vì không đủ kinh nghiệm.

3.9. Động lực học tập của nhân viên

Học viên học tốt nhất khi họ có động lực học tập (Hayes & Ninemeier 2009). Động lực sẽ kích thích sự sẵn sàng lưu giữ thông tin và khuyến khích họ tích cực tham gia vào các hoạt động đào tạo. Nếu không có sự chuẩn bị này, tâm trí của họ có thể phản đối các thông tin được cung cấp bởi vì họ chưa sẵn sàng tiếp nhận nó. Lý do khiến học viên không quan tâm đến việc đào tạo là cả nội tại lẫn bên ngoài.

Về các lý do nội tại, học viên sẽ không được khuyến khích nếu họ nghĩ rằng họ đã có được kiến thức được cung cấp bởi khóa học. Điều này đặc biệt đúng đối với những người lao động có kinh nghiệm, những người quá tự tin trong việc thực hiện công việc của họ qua nhiều năm. Đối với nhân viên mới và những người nghĩ rằng khả năng thăng tiến của họ thấp (ví dụ những người làm trong các vị trí phục vụ buồng phòng hay nhà hàng), họ có rất ít động lực đặt nỗ lực để cải thiện hiệu suất công việc hiện tại của họ. Ngoài ra, nhiều nhân viên tuyên bố rằng họ ngại đến lớp vì đã lâu từ ngày họ rời khỏi trường học. Đó là lý do tại sao họ nghĩ những điều như lớp học, bài tập hoặc kiểm tra không phù hợp với họ nữa.

Bên cạnh những lý do phát sinh từ động lực nội tại của nhân viên, các nguyên nhân khác cũng xuất phát từ phía đào tạo như điều kiện vật chất của lớp học, thái độ không khuyến khích của giảng viên, mức độ khó đáp ứng được đầy đủ đối với khả năng của học viên hoặc lịch trình không phù hợp. Học viên có thể sẽ mất lòng nhiệt tình của họ nếu khóa học lấy đi thời gian nghỉ ngơi hoặc thời gian dành cho các hoạt động kinh doanh cá nhân khác của họ.

3.10. Khó khăn trong việc đánh giá hiệu quả đào tạo

Bởi vì kết quả quá trình đào tạo là rất khó nhìn nhận nên thách thức mà nhiều nhà quản lý thấy khó khăn nhất để giải quyết là kiểm tra hiệu quả thực sự của đào tạo và chứng minh rằng nó là chi phí xứng đáng. Nhiều phương pháp được thực hiện để thu thập dữ liệu về sự hài lòng và sự tiến bộ của những người đào tạo như yêu cầu phản hồi từ học viên, kiểm tra, so sánh với kết quả thực hiện trước... Tuy nhiên, chỉ có rất ít người trong số họ có thể kết nối kết quả đào tạo với ROI - tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư, điều này làm cho độ tin cậy của đánh giá hiệu quả có thể bị nghi ngờ (Decenzo & Robbins, 2010, trang 200). Trên hết, khó khăn trong việc đánh giá kết quả đào tạo thực sự gia tăng vì nó phụ thuộc rất nhiều vào các hoàn cảnh khác nhau và sự can thiệp của các yếu tố khác. Hiệu suất tổng thể chỉ phụ thuộc vào một bộ phận duy nhất. Vì vậy, đánh giá hiệu quả của một phần căn cứ vào thành công hay thất bại của toàn bộ tổ chức vẫn còn là vấn đề tranh cãi.

4. MỘT SỐ KINH NGHIỆM ĐÀO TẠO TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN

4.1. Kinh nghiệm đào tạo trong ngành khách sạn tại Australia

Hình thức đào tạo rất hiệu quả được các doanh nghiệp trong ngành du lịch tại Australia sử dụng là đào tạo trong công việc thông qua hoạt động luân chuyển công việc. Hầu hết các khách sạn và resort tại Australia sử dụng hình thức luân chuyển công việc nhằm giúp tạo kỹ năng đa dạng cho các cá nhân viên làm việc tại trong nhiều phòng khác nhau. Các hoạt động này còn được thiết kế để giúp nhân viên có được kinh nghiệm và khả năng thay đổi thích nghi trong nhiều môi trường. Một số tổ chức tạo điều kiện cho nhân viên được lựa chọn thay đổi công việc trong chuỗi nhà hàng, khách sạn của mình ở nhiều nơi khác nhau. Để khuyến khích nhân viên trau dồi kỹ năng, gần 80% doanh

nghiệp được điều tra sử dụng chính sách trả lương hay khoản thưởng cho nhân viên khi đạt được thành tích nào đó trong việc phát triển và trau dồi kỹ năng làm việc (Cairncross và Kelly, 2008).

Ngoài ra, các doanh nghiệp trong ngành này cũng đầu tư nhiều vào hoạt động đào tạo tại các Cục Tư vấn đào tạo nghề hay các cơ sở đào tạo nghề khác. Hầu hết các khóa đào tạo được diễn ra hàng tháng, trong một số doanh nghiệp nhân viên tạm thời cũng được tạo điều kiện tham gia đào tạo nâng cao kỹ năng trong khi vẫn được trả lương.

4.2. Kinh nghiệm đào tạo online trong ngành du lịch khách sạn tại Mỹ

Để giải quyết phần nào vấn đề về thời gian và chi phí trong đào tạo, các doanh nghiệp trong ngành du lịch khách sạn tại Mỹ sử dụng đào tạo online khá rộng rãi cùng với sự hỗ trợ của các hiệp hội và cơ quan quản lý. Phương thức đào tạo này có nhiều tác dụng như vẫn cung cấp lượng lớn lý thuyết cần thiết cho người học (thậm chí với sự phát triển của công nghệ, các bài giảng online còn cung cấp kiến thức tổng hợp hơn các bài học trực tiếp trên lớp), đào tạo được số lượng lớn học viên, thuận tiện cho việc sắp xếp thời gian đồng thời vẫn kết hợp được cùng với phương thức đào tạo tại chỗ. Hiện nay có các khóa học online sau đây phục vụ nhu cầu đào tạo nhân viên của các khách sạn tại Mỹ:

Các khóa học (có cấp chứng chỉ) online về đảm bảo an toàn tại các cơ sở kinh doanh đồ uống có cồn được 40 bang trên toàn nước Mỹ chấp nhận tổ chức bởi khá nhiều tổ chức.

- Các khóa học được tổ chức bởi Học viện đào tạo thuộc Hiệp hội Khách sạn và lưu trú Mỹ cho các đối tượng đang làm việc trong ngành với 8 nội dung: tài chính kế toán, ăn uống, quản trị khách sạn, quản trị nhân sự khách sạn, giới thiệu về ngành du lịch khách sạn, marketing trong kinh doanh du lịch khách sạn, quản lý buồng phòng và chủ đề riêng cho quản lý club và spa (American Hotel, trích trong Geoffrey L. W., 2012)

- Các Khóa học thạc sỹ và quản lý du lịch khách sạn cao cấp dành cho các nhà quản lý được rất nhiều trường đại học tại Mỹ tổ chức (Bảng 1).

Bảng 1: Chương trình quản trị du lịch khách sạn online tại một số trường Đại học tại Mỹ

Bằng cấp	Nội dung	Trường cung cấp
Thạc sỹ	Du lịch bền vững	Arizona State University
Thạc sỹ	Quản trị du lịch khách sạn	Florida International University
Thạc sỹ	Quản trị trong lĩnh vực thực phẩm và giải trí Khoa học dinh dưỡng và thực phẩm	Sheffield Hallam University
Thạc sỹ	Quản trị hoạt động casino và game	Auburn University
Thạc sỹ		Drexel University Online

Nguồn: Geoffrey L. W., 2012

KẾT LUẬN

Để doanh nghiệp có đủ năng lực cạnh tranh trong môi trường kinh doanh đầy biến động hiện nay, chất lượng nhân sự phải được đặt trọng tâm hàng đầu, đặc biệt với các ngành dịch vụ lấy sự hài lòng của khách hàng làm mục tiêu kinh doanh cốt lõi như ngành du lịch khách sạn. Ngoài tuyển chọn nhân sự với các kỹ năng và phẩm chất phù hợp, việc đào tạo nhân sự nhằm bổ sung và hoàn thiện các kỹ năng cần thiết cũng là vấn đề gây không ít khó khăn cho các nhà quản trị khách sạn như năng lực người đào tạo, thời gian, ngân sách, phương pháp và cách đánh giá trong đào tạo ngành có số lượng nhân viên bán thời gian, nhân viên thời vụ và tỷ lệ luân chuyển cao như ngành này. Việc kết hợp linh hoạt các phương pháp, luân chuyển nhân viên trong hệ thống hoặc tận dụng đào tạo online là các giải pháp hữu hiệu mà rất nhiều doanh nghiệp có thể cân nhắc học hỏi và áp dụng trong hoạt động kinh doanh của mình. Với sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0, doanh nghiệp trong ngành khách sạn sẽ phải giải quyết nhiều yêu cầu về đào tạo cho nhân viên hơn để cạnh tranh với các đối thủ khác trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Acquaful, Dedume, Appiah, (2012), “*Staff Training and Development in the Hospitality Industry, Problems and Challenges -A Comparative Study of SSNIT and KNUST Guest Houses at Kumasi in the Ashanti Region of Ghana*”. International Journal of Management and Commerce Innovation. Vol 3 Issue 2, 179 - 195.

2. Andrews, S. (2009), “*Sales & Marketing: A textbook for the hospitality industry*”, New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited.
3. Baum T. (2002), “*Skills and Training for the Hospitality Sector: a review of issues. Journal of Vocational Education and Training*”, Vol 54, No 03, 343 - 363.
4. Cairncross & Kelly, (2008), “*Human resource development and ‘casualisation’ in hotel and resorts in Eastern Australia: Getting the best to the customers?*”, Journal of Management & Organization, Volum 14, p367 - p385.
5. Cherrington D.J, (1995), “*The Management of Human resource*”, Prentice Hall, New Jersey.
6. Davies, D., Taylor, R., Savery, L, (2001), “*The role of appraisal, remuneration and training in improving staff relations in the Western Australian accommodation industry: a comparative study*”. Journal of European Industrial Training, 25(7), pp. 366 - 373.
7. Decenzo, D., A. & Robbins, S., P, (2007), “*Fundamentals of Human Resource Management. New Jersey*”, John Wiley & Sons, Inc
8. Deery, M (2008), “*Talent management, work-life balance and retention strategies*”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20(7), pp. 792 -806
9. Guo, Y., Liu, Y., Huang, X., Rong, Y., He M, et al (2013), “*The Effects of Shift Work on Sleeping Quality*”, Hypertension and Diabetes in Retired Workers.
10. Hayes, D., K. & Ninemeier, J., D, (2009), “*Human Resources Management in the Hospitality Industry*”, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
11. MacLean, D., (2013), “*Straight talk on strategic issues. Tightening your training budget*”. TheWaterCooler.[Avalaibleat:<http://watercoolernewsletter.com/tightening-your-training>]
12. Uyen Do, (2013), “*Improving the effectiveness of staff training in hotel, case study: Hotel X*”. [Available at: <http://sh.diva-portal.org/smash/get/diva2:651957/FULLTEXT01.pdf>]
13. Wellen, Geoffrey L.,(2012). "Recommendations for Online Training in Hospitality Organizations" UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 1482. [Available at <http://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/1482.>]
14. Woods, R., H. (2006), “*Managing Hospitality Human Resources. Michigan: The Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association*”.

LIÊN KẾT ĐÀO TẠO QUỐC TẾ: GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

*ThS. Ngô Thanh Hà, ThS. Kim Hoàng Giang
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Bài báo chú trọng nghiên cứu hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua liên kết đào tạo quốc tế. Kết quả nghiên cứu cho thấy các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch tại Việt Nam mang lại nhiều lợi ích về chất lượng, thời gian và chi phí; tuy nhiên, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế nhất định, hạn chế vai trò và đóng góp của hình thức đào tạo này trong phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua liên kết đào tạo quốc tế.

Từ khóa: Liên kết đào tạo, quốc tế, nguồn nhân lực, chất lượng cao, du lịch, Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm qua, du lịch là ngành có nhiều đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Theo số liệu báo cáo của Tổng cục Du lịch, doanh thu của ngành du lịch năm 2018 đạt hơn 620.000 tỷ đồng (khoảng 27 tỷ USD), tăng khoảng 11% so với năm 2017 và tăng gấp hơn

10 lần kể từ năm 2008. Bên cạnh đó, năm 2018, Việt Nam thu hút 15,5 triệu lượt khách quốc tế và 80 triệu lượt khách nội địa, tăng lần lượt 20% và 21,4% so với năm 2017. Đặc biệt, đóng góp của du lịch vào lĩnh vực việc làm tại Việt Nam là rất lớn, góp phần nâng cao mức sống và tạo công ăn việc làm cho người lao động. Hiện nay, Việt Nam có khoảng 1,3 triệu lao động phục vụ trong lĩnh vực du lịch (chiếm 2,5% tổng số lao động cả nước), trong đó có khoảng 20% lao động chỉ được huấn luyện tại chỗ, chưa qua đào tạo chính quy. Do vậy, cùng với tiến độ tăng trưởng du lịch như hiện nay, đòi hỏi mỗi năm cần phải đào tạo thêm khoảng 25.000 lao động mới cho ngành du lịch.

Mục tiêu phát triển của du lịch Việt Nam đến năm 2025 là trở thành điểm đến hấp dẫn hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á, phấn đấu đạt 30 triệu khách quốc tế và đóng góp trên 10% vào GDP. Để đạt được mục tiêu đó, chất lượng nhân lực phục vụ trong ngành du lịch cần phải được nâng cao hơn nữa, bởi phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là điều kiện cần thiết để du lịch Việt Nam xóa dần khoảng cách với du lịch của các quốc gia phát triển trên thế giới và trong khu vực. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, nguồn nhân lực du lịch hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển cả về mặt cơ cấu, chất lượng và số lượng của thị trường du lịch Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, các tiêu chuẩn về chất lượng đối với đội ngũ nhân lực ngành du lịch Việt Nam càng khắt khe hơn nữa để đáp ứng tốt nhu cầu thị trường. Vì vậy, công tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch là vấn đề mang tính cấp thiết đối với sự phát triển du lịch của mỗi địa phương và của quốc gia.

Trong những năm gần đây, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch ngày càng được quan tâm hơn tại Việt Nam. Các chương trình này cho phép người học không phải di chuyển sang một quốc gia khác để học tập và sinh sống; đồng thời các trường có liên kết đào tạo với các tổ chức giáo dục nước ngoài sẽ được tiếp cận với những chương trình đào tạo tiên tiến và được chuyển giao những phương pháp dạy học mới. Đồng thời, các chương trình này tạo điều kiện cho sinh viên ngành du lịch nâng cao trình độ ngoại ngữ và có cơ hội được đào tạo theo chuẩn quốc tế. Với những lợi ích này, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch được xem là giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0 hiện nay (Việt Anh, 2019).

Xuất phát từ các vấn đề nêu trên, tác giả quyết định lựa chọn thực hiện chủ đề về: “***Liên kết đào tạo quốc tế: giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam***”. Nghiên cứu tập trung làm rõ thực trạng liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại Việt Nam và khả năng cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, từ đó đề xuất một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua liên kết đào tạo quốc tế.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Chương trình liên kết đào tạo quốc tế

Theo định nghĩa của Hội đồng Châu Âu (2002), chương trình liên kết đào tạo quốc tế bao gồm tất cả các chương trình học, các khóa học nghiên cứu hoặc các dịch vụ giáo dục (bao gồm cả các chương trình đào tạo từ xa) mà trong đó, người học không sống ở cùng một quốc gia với tổ chức cấp bằng. Những chương trình như vậy có thể thuộc hệ thống giáo dục của một quốc gia và được vận hành bởi hệ thống giáo dục của một quốc gia khác, hoặc nó có thể được vận hành một cách độc lập trong bất kỳ hệ thống giáo dục quốc gia nào.

Theo UNESCO/OECD (2005), chương trình liên kết đào tạo quốc tế bao gồm các chương trình giáo dục trong đó giáo viên, học viên, chương trình học, đơn vị đào tạo và các tài liệu phục vụ đào tạo vượt ra ngoài biên giới một quốc gia. Chương trình đào tạo quốc tế có thể bao gồm các chương trình đào tạo được cung cấp bởi cả các trường công và trường tư, hoặc được cung cấp bởi các tổ chức phi lợi nhuận, cũng như các tổ chức hoạt động dựa trên lợi nhuận. Các chương trình này có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức, từ đào tạo trực tiếp (ví dụ: du học) tới các hình thức đào tạo từ xa (sử dụng rất nhiều các công nghệ và bao gồm cả hình thức học trực tuyến).

Về cơ bản, đặc trưng của chương trình liên kết đào tạo quốc tế là bối cảnh đào tạo. Cụ thể, chương trình liên kết đào tạo quốc tế đề cập tới quá trình mà một học viên hoặc một tổ chức giáo dục tại một nước cung cấp các chương trình hoặc các dịch vụ giáo dục của họ tại một đất nước khác (nước chủ nhà). Chính vì vậy, các chương trình này cho phép sinh viên học và nhận bằng quốc tế,

mà không phải di chuyển ra nước ngoài (Healey và Michael, 2015; Bannier, 2016; He và Wilkins, 2017). Có thể nói, bản chất của mô hình liên kết đào tạo quốc tế đó là tạo điều kiện để sinh viên có cơ hội được tiếp cận tới các chương trình và phương pháp đào tạo tiên tiến, được sử dụng tại nhiều trường đại học có uy tín trên thế giới, mà không phải ra nước ngoài.

Liên kết đào tạo quốc tế mang lại nhiều lợi ích cho sinh viên, cho các tổ chức đào tạo trong nước và cho nền kinh tế. Có thể thấy, khi nền kinh tế ngày càng phát triển thì nhu cầu du học để nâng cao kiến thức và cập nhật những kiến thức mới đang ngày càng gia tăng. Tuy nhiên, đây không phải là lựa chọn tối ưu với nhiều người bởi du học khá tốn kém và đòi hỏi người học cần có khả năng thích nghi với môi trường sống, môi trường học tập một cách nhanh chóng. Với ưu điểm người học không phải di chuyển sang một nước khác để học tập và sinh sống, hình thức du học tại chỗ chính là giải pháp cho các sinh viên nâng cao kiến thức và cập nhật các kiến thức mới mà khả năng tài chính còn eo hẹp. Sinh viên tham gia các chương trình liên kết đào tạo với nước ngoài vừa học theo chương trình học của nước ngoài, bằng cũng sẽ do trường nước ngoài cấp hoặc công nhận, hơn nữa chi phí lại rẻ hơn so với đi du học (Bannier, 2016).

Việc tổ chức các chương trình liên kết đào tạo quốc tế cũng mang lại lợi ích cho các trường đại học trong nước. Các trường có liên kết đào tạo với các tổ chức giáo dục nước ngoài sẽ được tiếp cận với những chương trình đào tạo tiên tiến và được chuyển giao những phương pháp dạy học cũng như nghiên cứu mới, các hệ thống quản lý giáo dục mới. Các chương trình này tạo điều kiện cho sinh viên cũng như các giảng viên trong nước nâng cao trình độ ngoại ngữ và khả năng đào tạo theo chuẩn quốc tế. Các chương trình đào tạo liên kết là một bước tiến đưa hoạt động giáo dục của các nước đang phát triển đến gần hơn với những nền giáo dục tiên tiến. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo cũng có nhiều chương trình đào tạo mới đa dạng và phong phú hơn, tăng tính cạnh tranh giữa các trường đại học, giúp thu hút được nhiều sinh viên hơn đến với cơ sở đào tạo. Ngoài ra, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế giúp giảm tải áp lực lên các cơ sở đào tạo công lập. Đối với nền kinh tế, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế không chỉ mang lại lợi ích về nguồn nhân lực có chất lượng cao, mà còn giúp hạn chế tình trạng chảy máu chất xám (He và Wilkins, 2017).

2.2. Thách thức và ưu thế của các chương trình đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch trước nhu cầu thị trường về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Hiện nay, tại Việt Nam, đào tạo ngành du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu hiện tại về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, đặc biệt trong bối cảnh xu hướng phát triển tương lai và dưới tác động của CMCN 4.0 (Phan Thị Ngân, 2018). Ngành đào tạo du lịch chịu tác động một phần bởi đặc thù của chính ngành này và một phần bởi các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài. Xét về đặc thù của ngành du lịch, có hai thách thức chính.

Thứ nhất, nếu đào tạo du lịch vẫn giữ hướng phát triển như một lĩnh vực nghiên cứu học thuật nghiêm túc thì cần phải chú ý hơn đến việc phát triển kiến thức liên ngành. Chỉ bằng cách này, đào tạo ngành du lịch mới có thể phát triển những đặc thù riêng của nó như một lĩnh vực học thuật chứ không chỉ là ứng dụng của các ngành khác. Điều này chỉ có thể được thực hiện nếu chúng ta có đủ một lượng học giả theo đuổi ngành này theo hướng nghiên cứu nghiêm túc. Và ngành du lịch chỉ có thể trở thành một ngành nghiên cứu học thuật khi các kiến thức liên ngành được phát triển mạnh mẽ hơn. Khi đó ngành du lịch có thể cung cấp nền tảng cho cộng đồng học thuật và có những đóng góp trong phạm vi rộng hơn (Jonckers, 2005).

Thứ hai, ngành đào tạo du lịch hiện nay không chỉ đào tạo theo hướng đào tạo nghề mà còn cần phải cung cấp cho sinh viên các kỹ năng tư duy tự do, tư duy phản biện. Các kiến thức du lịch lúc này chỉ đóng vai trò nền tảng và sinh viên cần tự phản ánh và đánh giá kiến thức cũng như áp dụng những kiến thức đó một cách phù hợp và linh hoạt trong công việc. Như vậy, thách thức ở đây chính là làm sao để đạt được sự cân bằng giữa đào tạo nghề với đào tạo học thuật trong du lịch. Một mặt, các chương trình đào tạo du lịch không tập trung nhiều vào kiến thức nghề hoặc kiến thức ngoại khóa sẽ phải đối mặt với nguy cơ mất đi thị trường đối với đối tượng sinh viên học nghề. Mặt khác, nếu như các chương trình đào tạo về du lịch không có nền tảng học thuật vững chắc thì các chương trình này chỉ đơn thuần phản ánh lại thế giới quan xung quanh chứ không thể cung cấp cho người học những kiến thức sâu bên trong và những thách thức mà thế giới đang phải đối mặt. Trong khi đó, đây lại là một trong những đóng góp đặc thù mà một ngành học thuật cần phải có (EC, 2001).

Bên cạnh đó, thách thức từ môi trường bên ngoài cũng rất đáng kể đối với hoạt động đào tạo chuyên ngành du lịch trước nhu cầu thị trường. Xu hướng toàn cầu hóa và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đặt ra cho ngành đào tạo du lịch nhiều thách thức mới. Hiện nay, sự phát triển nhanh chóng của ngành kinh doanh du lịch quốc tế khiến cho nhu cầu về nguồn nhân sự có chất lượng và có tính cạnh tranh quốc tế cao ngày càng tăng. Rất nhiều các thị trường tiềm năng như Trung Quốc, Ấn Độ, và Brazil cũng như các khu vực Đông Âu và Trung Đông đã và đang phát triển hết sức mạnh mẽ và trở thành những thị trường đầy hứa hẹn cho ngành công nghiệp du lịch (Ayoun và cộng sự, 2010). Do ngành công nghiệp du lịch rất đa dạng và có định hướng quốc tế, các nhà tuyển dụng phải dựa vào nguồn khách quốc tế rất nhiều và cần phải đáp ứng được nhu cầu của họ (Hearns, Devine và Baum, 2007; Sangpikul, 2009). Tuy nhiên, các kỹ năng quốc tế của sinh viên du lịch hiện nay vẫn còn khá cơ bản. Các chương trình đào tạo mới chỉ tập trung chủ yếu vào đào tạo ngoại ngữ, chưa đi sâu vào các kỹ năng chăm sóc và làm việc với khách hàng quốc tế hay cung cấp cho sinh viên các kiến thức văn hóa đặc trưng của các nước để từ đó sinh viên có thể thay đổi linh hoạt và đáp ứng được nhiều đối tượng khách hàng khác nhau (Jonckers, 2005).

Trước những thách thức trên, việc liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch đang cho thấy những lợi thế so với các mô hình đào tạo truyền thống trong nước nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Trước hết, mô hình đào tạo quốc tế cung cấp cho sinh viên một môi trường quốc tế để học tập và phát triển, qua đó giúp sinh viên phát triển nhóm kỹ năng quốc tế hóa. Làm việc trong môi trường quốc tế là một kỹ năng cần được xây dựng và phát triển lâu dài, liên tục thông qua các trải nghiệm thực tế. Chính vì vậy, mặc dù các chương trình đào tạo trong nước có thể cung cấp các nội dung đào tạo về văn hóa, nhưng sinh viên vẫn rất khó để áp dụng một cách tự nhiên trong thực tế. Học tập và tương tác trong môi trường quốc tế một cách thường xuyên cho phép sinh viên phát triển nhóm kỹ năng này một cách tự nhiên và dễ dàng hòa nhập vào môi trường làm việc mới sau khi tốt nghiệp (Sangpikul, 2009).

Bên cạnh đó, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế du lịch góp phần giải quyết tình trạng thiếu nguồn nhân lực chất lượng có trình độ sử dụng ngoại ngữ. Trong các chương trình này, hầu hết các môn học đều được thiết kế và giảng dạy bằng Tiếng Anh, giúp sinh viên nâng cao trình độ sử dụng ngôn ngữ, đặc biệt là có khả năng sử dụng các thuật ngữ chuyên ngành một cách nhuần nhuyễn. Ngoài ra, trong các chương trình liên kết đào tạo quốc tế về du lịch, sinh viên được học theo các chương trình đào tạo mới nhất đang được giảng dạy tại các trường đại học có tiêu chuẩn quốc tế. Đây là cơ hội để sinh viên tiếp cận với những kiến thức mới và nắm bắt được những xu hướng mới trong ngành công nghiệp du lịch trên thế giới. Từ đó, sinh viên có thể cải thiện các kỹ năng về phát triển và thiết kế sản phẩm du lịch, kỹ năng marketing và bán hàng cũng như tiếp cận được với các mô hình quản trị kinh doanh du lịch mới hiện đang được áp dụng tại nhiều nơi trên thế giới.

Trong bối cảnh CMCN 4.0 hiện nay, để có thể thành công trong ngành công nghiệp du lịch, sinh viên cần có năm nhóm kỹ năng chính sau để có thể làm việc hiệu quả:

- *Nhóm kỹ năng về phát triển, thiết kế sản phẩm và trải nghiệm du lịch* bao gồm các kỹ năng thiết kế và phát triển các sản phẩm và trải nghiệm du lịch chất lượng cao và quan trọng hơn là phải phát triển được những sản phẩm theo nhu cầu của khách hàng. Ngành công nghiệp du lịch cần nguồn lao động có khả năng phát triển được các dịch vụ có tính cạnh tranh và linh hoạt cao từ sự kết hợp giữa ngành du lịch và các ngành khác. Đây là một kỹ năng đa ngành, đòi hỏi người lao động có khả năng sáng tạo, có kỹ năng phân tích và xem xét nhiều yếu tố khác nhau như tài nguyên thiên nhiên, con người, ẩm thực... để phát triển các sản phẩm du lịch một cách linh hoạt và đưa ra những gói du lịch với nhiều trải nghiệm đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

- *Kỹ năng bán hàng và truyền thông* bao gồm các hoạt động quản lý bán hàng và các hoạt động marketing du lịch qua các kênh khác nhau. Điều kiện tiên quyết mà nguồn nhân lực du lịch cần phải có để thực hiện được công việc trong lĩnh vực này là hiểu biết về quá trình mua bán các dịch vụ du lịch và có khả năng xác định cũng như hiểu được các mô hình và các kênh bán hàng phù hợp. Bên cạnh đó, lao động du lịch cũng cần có khả năng tận dụng các công cụ và công nghệ trong việc quảng cáo cho các dịch vụ và các điểm đến trên các kênh truyền thông. Ngoài ra, khi làm việc trong lĩnh vực du lịch, khả năng nắm bắt được các xu hướng số hóa cũng như các công nghệ tương

lai là vô cùng cần thiết, đặc biệt là trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đang diễn ra tại nhiều nơi trên thế giới như hiện nay (Sanna-Mari, 2017).

- Nhóm kỹ năng thứ ba mà nhân lực ngành du lịch cần phải có đó chính là *kỹ năng hợp tác và tạo dựng mối quan hệ* trong phát triển kinh doanh du lịch. Nói cách khác, lao động du lịch cần có kỹ năng nhận thức được chuỗi giá trị và tạo dựng những mối quan hệ giá trị và tối đa hóa các mối quan hệ hợp tác chiến lược trong phát triển kinh doanh du lịch. Đây là kỹ năng quan trọng giúp họ phát triển trong ngành du lịch. Du lịch là một lĩnh vực có liên quan tới nhiều các nhóm ngành khác như nhà hàng, khách sạn, hàng không... Chính vì vậy, nhân lực ngành du lịch cần có các kỹ năng để tạo dựng mối quan hệ cũng như hợp tác với các tổ chức và doanh nghiệp có liên quan để phát triển sản phẩm và trải nghiệm cho khách hàng, đồng thời kết hợp thực hiện các hoạt động marketing và bán hàng với các tổ chức khác có liên quan (Adick, 2018).

- Nhóm *kỹ năng quốc tế hóa* bao gồm những kỹ năng như xác định và tiếp cận nhiều nhóm khách hàng quốc tế khác nhau và để làm được điều này nhân lực ngành du lịch cần có một mức độ hiểu biết nhất định về các thị trường khác nhau (Sanna-Mari, 2017). Nhóm kỹ năng quốc tế hóa cũng liên quan tới việc sáng tạo và thay đổi những sản phẩm du lịch để đáp ứng được nhu cầu cũng như mong đợi của các nhóm khách quốc tế khác nhau. Để tăng doanh thu, các sản phẩm du lịch cần phải được quảng cáo sao cho khách hàng dễ tiếp cận, dễ tìm kiếm và đặt hàng. Ngoài ra, các kỹ năng chăm sóc khách hàng và khả năng ngôn ngữ cũng là những kỹ năng mà lao động ngành du lịch cần phải có để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Nhóm *kỹ năng quản lý vận hành kinh doanh du lịch* bao gồm các kỹ năng quản trị chiến lược và phát triển mô hình vận hành kinh doanh định hướng mục tiêu và tập trung vào khách hàng trong môi trường cạnh tranh. Nhóm kỹ năng này bao gồm các kỹ năng xác định và đánh giá các yếu tố để tạo ra một mô hình kinh doanh du lịch có lợi nhuận và nắm rõ các kiến thức về các yếu tố định giá. Lao động ngành du lịch cần áp dụng nguyên tắc xây dựng và vận hành mô hình kinh doanh dựa trên nhu cầu của khách hàng và có thể ứng dụng các mô hình công nghệ tiên tiến. Bên cạnh đó, nhóm kỹ năng này còn bao gồm các kỹ năng liên quan tới việc xác định các yếu tố trong môi trường vận hành và áp dụng các xu hướng phát triển bền vững vào mô hình kinh doanh du lịch (Sanna-Mari, 2017).

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này sử dụng các phương pháp sau: (i) phương pháp thu thập, phân tích tổng hợp thông tin từ các tài liệu thứ cấp cũng như (ii) thu thập các tài liệu sơ cấp thông qua quan sát, phỏng vấn các chuyên gia du lịch, chuyên gia đào tạo du lịch và các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch.

Các dữ liệu thứ cấp bao gồm các nghiên cứu khoa học, các báo cáo khoa học, tạp san chuyên đề, tạp chí, các biên bản hội nghị, công trình nghiên cứu và các thông tin thống kê liên quan đến vấn đề nghiên cứu. Để thu thập các dữ liệu thứ cấp, trước hết, tác giả giới hạn và xác định các tài liệu nghiên cứu cần tham khảo bao gồm các nghiên cứu, sách, báo cáo tài liệu liên quan tới ngành du lịch, lao động trong ngành du lịch cũng như các tài liệu về đào tạo nguồn lao động cho ngành du lịch và liên kết đào tạo quốc tế trong những năm gần đây.

Để thu thập các dữ liệu sơ cấp, trước hết, tác giả xác định thông tin và các dữ liệu cần thiết cho bài nghiên cứu để từ đó xây dựng được các câu hỏi phù hợp cũng như xác định được đối tượng phỏng vấn phù hợp giúp khai thác được những thông tin này. Mục đích phỏng vấn là thu thập thông tin về thực trạng liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại Việt Nam và khả năng cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch. Sau khi đã có danh sách các câu hỏi phỏng vấn và có được sự đồng ý của các đối tượng tham gia phỏng vấn, tác giả tiến hành phỏng vấn 15 người trong đó có 5 chuyên gia trong lĩnh vực du lịch, 6 chuyên gia trong lĩnh vực đào tạo du lịch và 4 nhà nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch.

Sau khi đã có đủ các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp, tác giả tiến hành phân tích, tổng hợp các tài liệu đã thu thập được để thấy được nhu cầu về nguồn nhân lực của ngành du lịch hiện tại về mặt số lượng và chất lượng cũng như thực trạng liên kết đào tạo quốc tế nguồn nhân lực cho ngành du lịch hiện nay tại Việt Nam. Bên cạnh đó, tác giả cũng tìm và phân tích, tổng hợp thông tin về liên kết đào tạo quốc tế trong ngành du lịch của các nước khác trên thế giới để từ đó học hỏi kinh nghiệm cũng như rút ra bài học cho việc xây dựng chương trình đào tạo theo mô hình liên kết quốc tế cho nguồn nhân lực du lịch tại Việt Nam.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại Việt Nam và khả năng cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch

Hiện nay, tại Việt Nam, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch chủ yếu tập trung vào các nội dung chính như Quản trị du lịch, Quản trị Khách sạn, Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống, ... Các chương trình này chủ yếu được liên kết với hai quốc gia Anh và Pháp, đào tạo chủ yếu là văn bằng cử nhân. Theo Cục Hợp tác quốc tế - Bộ Giáo dục và Đào tạo, tính đến ngày 21/3/2017, có 09 chương trình liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch hiện còn hoạt động tại Việt Nam của các trường đại học (chiếm tỷ lệ khoảng 4,29% trong tổng số 210 chương trình liên kết đào tạo quốc tế tất cả các chuyên ngành).

Kết quả nghiên cứu chỉ ra thực trạng liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch tại Việt Nam cụ thể như sau:

Về quy mô đào tạo, các chuyên gia tham gia phỏng vấn cho rằng so với các mô hình đào tạo du lịch truyền thống, quy mô học viên của các chương trình liên kết đào tạo quốc tế vẫn còn tương đối hạn chế. Nguyên nhân một phần do các chương trình này chưa phổ biến tại Việt Nam, một phần do mức học phí của các chương trình này vẫn còn khá cao so với mặt bằng mức sống chung tại Việt Nam. Việc triển khai đào tạo trong phạm vi nhỏ giúp chất lượng của chương trình đào tạo được quản lý một cách chặt chẽ hơn nhưng lại gây khó khăn và tiêu tốn nguồn lực của các đơn vị triển khai. Tuy nhiên, với sự tăng lên của xu hướng quốc tế hóa giáo dục, đặc biệt là trong ngành du lịch - một ngành mang tính quốc tế cao thì số lượng học viên tham gia các mô hình đào tạo du lịch liên kết quốc tế đang ngày một tăng lên.

Bảng 1: Các chương trình liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch hiện còn hoạt động tại Việt Nam của các trường đại học

T T	Cơ sở giáo dục Việt Nam	Đối tác nước ngoài	Nước	Văn bằng	Chuyên ngành
1	Trường ĐH Hà Nội	Trường ĐH IMC-Krems	Áo	Cử nhân	Kinh doanh chuyên ngành Quản trị Du lịch và Lữ hành
2	Trường ĐH Anh quốc Việt Nam	Trường ĐH Staffordshire	Anh	Cử nhân	Quản trị du lịch
3	Trường ĐH Bà Rịa - Vũng Tàu	Tổ chức Giáo dục Pearson	Anh	Cao đẳng	Quản trị Khách sạn
4	Trường ĐH Công nghệ TP. Hồ Chí Minh	Trường Đại học Cergy - Pontoise	Pháp	Cử nhân	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống quốc tế
5	Trường ĐH Duy Tân	Trường ĐH Coventry	Anh	Cử nhân	Du lịch
6	Trường ĐH Hoa Sen	Tổ chức Edexcel	Anh	BTEC HND	Quản trị Nhà hàng khách sạn
		Vatel Development	Pháp	Cử nhân	Quản lý Khách sạn - Nhà hàng quốc tế
7	Trường ĐH Nguyễn Tất Thành	Tổ chức Edexcel (Văn phòng Nam Á tại Malaysia)	Anh	Cao đẳng	Quản trị Khách sạn
		Trường ĐH Gloucestershire	Anh	Cử nhân	Quản trị khách sạn chiến lược

Nguồn: Cục Hợp tác quốc tế - Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2017

Về chi phí đào tạo, mặc dù chi phí của các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch rẻ hơn so với việc đi du học; tuy nhiên, mức học phí của các chương trình này vẫn còn ở mức tương đối cao so với mặt bằng chung do các tài liệu sử dụng trong giảng dạy đều được cung cấp bởi các trường đối tác nước ngoài, cơ sở vật chất tốn kém hơn và chi phí cho giảng viên cũng cao hơn. Thông thường, chi phí cho giảng viên Việt Nam giảng dạy các chương trình quốc tế sẽ cao hơn so

với chi phí cho giảng viên Việt Nam giảng dạy các chương trình trong nước từ 4-5 lần. Bên cạnh đó, để đảm bảo chất lượng đầu ra, hầu hết các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch đều có giảng viên nước ngoài giảng dạy và chi phí cho giảng viên nước ngoài cũng cao hơn chi phí cho các giảng viên Việt Nam một cách đáng kể. Đó là chưa kể đến các khoản chi phí về đi lại, nhà ở và thị thực cho đội ngũ giảng viên này.

Về nội dung chương trình, trong các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch, nội dung chương trình học phụ thuộc hoàn toàn vào các chương trình học của nước ngoài. Để đảm bảo tiêu chuẩn và chất lượng đào tạo mà các chương trình liên kết đào tạo sử dụng, toàn bộ giáo trình, nội dung giảng dạy từ phía đối tác cung cấp, không sửa đổi hoặc nếu sửa đổi thì rất ít khiến cho tính linh hoạt của chương trình không cao. Bên cạnh đó, các chương trình của nước ngoài thường được xây dựng dựa trên bối cảnh ngành du lịch của nước đó, điều này khiến các kiến thức trong chương trình học đôi khi chưa thực sự phù hợp với bối cảnh ngành du lịch tại Việt Nam.

Về hoạt động tuyển sinh, hầu hết các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch đều có quy trình tuyển sinh rõ ràng và các tiêu chí tuyển sinh này thường được xây dựng dựa trên các tiêu chí mà trường đối tác đưa ra. Ngoài ra, do tính chất quốc tế nên các chương trình liên kết này thường được giảng dạy bằng Tiếng Anh, chính vì vậy khả năng Tiếng Anh luôn là một trong những yếu tố tiên quyết trong quá trình tuyển sinh. Tuy nhiên, do số lượng học viên tham gia vào các chương trình này vẫn còn tương đối hạn chế nên việc kiểm duyệt chất lượng đầu vào tại Việt Nam vẫn chưa được thắt chặt. Bên cạnh đó, có một thực tế là năng lực sử dụng Tiếng Anh của học sinh sau khi tốt nghiệp THPT tại Việt Nam phần lớn là chưa cao nên tiêu chuẩn Tiếng Anh đầu vào cho các chương trình liên kết quốc tế vẫn còn tương đối thấp (chỉ khoảng 400 - 450 TOFEL hoặc 5.0 - 5.5 IELTS) gây ảnh hưởng không tốt tới quá trình đào tạo.

Về cơ sở vật chất, theo các chuyên gia, tại Việt Nam, các phòng học của các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch được thiết kế sao cho tiệm cận nhất với tiêu chuẩn quốc tế để đảm bảo chất lượng của khóa học. Thông thường, các cơ sở vật chất cơ bản cần phải có bao gồm điều hòa, máy chiếu... Bên cạnh đó, tùy thuộc vào đặc điểm từng môn học, phòng học được bày trí và trang bị các phương tiện giảng dạy tiên tiến để phục vụ quá trình học. Không chỉ có nội dung chương trình đào tạo du lịch mà mô hình quản lý đào tạo cũng như quản lý sinh viên cũng được xây dựng dựa trên mô hình quản lý của trường đối tác. Bên cạnh đó, hầu hết các mô hình liên kết đào tạo quốc tế đều xây dựng các cơ sở vật chất khác để hỗ trợ quá trình học tập của học viên như xây dựng thư viện với nhiều tài liệu nước ngoài và cơ sở dữ liệu để phục vụ tốt nhất cho quá trình học tập của học viên. So với các chương trình trong nước, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế nói chung và chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch nói riêng thường có cơ sở vật chất tốt hơn.

Về quản lý chất lượng đào tạo, công tác kiểm tra đánh giá chất lượng đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch hầu hết được thực hiện bởi đơn vị hợp tác tại Việt Nam nhưng được quản lý chặt chẽ bởi trường đối tác, đặc biệt là đối với chương trình mà đơn vị đối tác trực tiếp cấp bằng. Vì vậy, hiện nay, tại Việt Nam, vấn đề quản lý chất lượng đào tạo khá được chú trọng nhằm đảm bảo yếu tố đầu ra cho ngành du lịch trong nước trước bối cảnh phát triển và cuộc CMCN 4.0 hiện nay.

Về khả năng cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, nhìn chung, tại Việt Nam, du lịch là một ngành kinh tế đang phát triển, nhu cầu đối với một số loại hình du lịch ngày càng tăng, chẳng hạn như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm... Đồng thời, sự xuất hiện của cuộc CMCN 4.0 khiến mức độ cạnh tranh về du lịch giữa các quốc gia gia tăng, đòi hỏi khả năng cung cấp các sản phẩm du lịch chất lượng cao của các doanh nghiệp cho những nhóm đối tượng mục tiêu khác nhau để đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Kết quả phỏng vấn cho thấy, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch tại Việt Nam mang lại nhiều lợi ích; tuy nhiên, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế nhất định. Các chương trình vẫn còn rời rạc, chưa bài bản, thiếu tính bền vững và chưa thực sự phù hợp với thực trạng ngành công nghiệp du lịch tại Việt Nam, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế có nhiều thay đổi dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Tính liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch vẫn chưa cao, dẫn đến tình trạng nguồn lao động ngành du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường. Hiện nay, tại Việt Nam, mô hình liên kết đào tạo quốc tế trong ngành du lịch không phải là một mô hình mới; tuy nhiên, nhà nước, các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo

và học viên cần nhìn nhận được những hạn chế của các chương trình liên kết này để có thể đưa ra các giải pháp hiệu quả nhằm cung cấp kịp thời nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

4.2. Kinh nghiệm đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại một số quốc gia trên thế giới

Trong những năm gần đây, chương trình liên kết đào tạo quốc tế nói chung và liên kết đào tạo quốc tế trong ngành du lịch nói riêng đang trở thành một lựa chọn phổ biến của nhiều tổ chức giáo dục tại nhiều quốc gia trên thế giới. Dưới đây là một số kinh nghiệm đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại một số cơ sở đào tạo của các quốc gia trên thế giới đã đạt được nhiều thành tựu và khẳng định được ưu thế của mô hình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch so với đào tạo thông thường.

- Trường cao đẳng Lapland (LTC) - Phần Lan

Trường cao đẳng Lapland (LTC) là một trường chuyên đào tạo du lịch của Phần Lan. Mục tiêu đào tạo chính của Lapland là cung cấp cho ngành công nghiệp du lịch Phần Lan nguồn lao động chuyên nghiệp có hiểu biết về các nền văn hóa khác nhau trên thế giới và có khả năng làm việc với các khách hàng quốc tế. Để thực hiện mục tiêu này, LTC đã hợp tác với các đơn vị lữ hành tại Allgau Đức để các sinh viên du lịch Phần Lan có cơ hội được học tập và thu thập kinh nghiệm làm việc thực tế. Khu vực Allgau (Đức) là một địa điểm sôi động và có hoạt động du lịch diễn ra quanh năm. Trong khi đó, Lappish (Phần Lan) chỉ có một mùa du lịch cao điểm duy nhất vào giữa mùa Đông. Chính vì vậy, việc hợp tác với các đơn vị lữ hành tại Allgau một mặt sẽ mang đến cho sinh viên Phần Lan cơ hội được trải nghiệm công việc thực tế trong ngành du lịch quanh năm. Mặt khác, sự hợp tác này cũng giúp giải quyết tình trạng thiếu lao động cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại Allgau.

Về cơ bản, nội dung của mô hình thực tập này được các sinh viên, giảng viên và các đại diện của các doanh nghiệp du lịch tại quốc gia này khá ủng hộ. Việc đưa mô hình thực tập này vào chương trình học chính thức là cần thiết, đây vừa là thách thức nhưng cũng là động lực cho các sinh viên du lịch tại Phần Lan. Tuy nhiên, các đại diện từ phía các doanh nghiệp du lịch cũng cho rằng chương trình thực tập vẫn chưa thực sự thực tế ở một mức độ nào đó. Bên cạnh đó, cả sinh viên, giảng viên và các doanh nghiệp du lịch đều nhận thấy những thách thức khi triển khai mô hình thực tập này, trong đó thách thức lớn nhất đó chính là mô hình này vẫn chưa thực sự quen thuộc với sinh viên. Ngoài ra, các trường cần xây dựng những đối tác chiến lược bền vững trong lĩnh vực du lịch để đảm bảo trường có thể gửi sinh viên đến thực tập thường xuyên.

- Đại học Công nghệ ứng dụng Kempten - Đức

Dự án giáo dục du lịch LeTo Erasmus+ là một dự án liên kết giáo dục quốc tế được thực hiện nhằm thúc đẩy trao đổi kinh nghiệm và hiểu biết cho sinh viên trong môi trường làm việc quốc tế giữa các tổ chức đối tác là đại học Kempten, Breda và Lapland. Trong dự án này, rất nhiều mô hình đào tạo liên kết quốc tế về du lịch đã được thực hiện. Mô hình được thực hiện bởi đại học công nghệ ứng dụng Kempten (Đức) có tên Infomarkt (Chợ thông tin). Trong mô hình này, khoa du lịch của trường đại học công nghệ ứng dụng Kempten đã tích cực tổ chức các chương trình trao đổi hàng năm đối với các sinh viên nước ngoài tại Đức và sinh viên Đức được gửi ra nước ngoài. Sự kiện tương tác này được đã được hưởng ứng bởi rất nhiều sinh viên và có tác động tích cực tới động lực của sinh viên trong quá trình thực tập ở nước ngoài.

Thông qua sự kiện trao đổi này, sinh viên sẽ có thêm thông tin từ những trải nghiệm của các sinh viên trở về sau chương trình thực tập tại nước ngoài. Cụ thể, các sinh viên sau khi trở về từ các chương trình trao đổi sẽ chia sẻ lại cho các sinh viên trong nước về những trải nghiệm mình đã có được trong suốt quá trình học tập ở nước ngoài cả về mặt kiến thức lẫn văn hóa. Đồng thời, đưa ra lời khuyên và gợi ý cho các sinh viên chuẩn bị tham gia trao đổi. Khi tham gia sự kiện này, những chủ đề mà các sinh viên thường quan tâm sẽ được đưa ra thảo luận. Các sinh viên trở về từ các chương trình trao đổi sẽ chuẩn bị các tài liệu, tranh ảnh và thông tin cần thiết để chia sẻ với các sinh viên khác.

Điểm cộng của Infomarkt là số lượng sinh viên tham gia là gần như không giới hạn và tạo được không khí tương tác cao. Bên cạnh đó, các sinh viên tham gia sự kiện có thể tự do chọn các chủ đề mà mình quan tâm để tìm hiểu. Ngoài ra, đại học công nghệ ứng dụng Kempten cũng ứng dụng một phương pháp khác để lưu lại các thông tin một cách chi tiết hơn. Để thực hiện điều này, các sinh viên đã hoàn thành chương trình thực tập quốc tế sẽ lưu lại trải nghiệm của mình dưới định

dạng podcast và các báo cáo. Mặc dù đây là một cách thu thập và trao đổi thông tin rất hay; tuy nhiên, thách thức chính trong mô hình này đó là cần rất nhiều nguồn lực để có thể thu thập và lưu trữ thông tin.

- Hệ thống tín dụng giáo dục và đào tạo nghề Châu Âu (ECVET) - Phần Lan

Chương trình đào tạo thông qua làm việc thực tế là một phần của dự án đào tạo du lịch LeTo nằm dưới sự bảo trợ của hệ thống tín dụng giáo dục và đào tạo nghề Châu Âu (ECVET) đã và đang được triển khai ở Phần Lan như một phần của phát triển hệ thống đào tạo nghề và giáo dục đại học (Opetushallitus, 2015). Mục đích của chương trình này là nhằm tạo điều kiện để sinh viên thấy được mối liên quan giữa thực tế với các nghiên cứu khoa học, đồng thời học được những kiến thức mới từ thực tế.

Nguyên tắc giáo dục cơ bản của ECVET là kiến thức có thể học được ở bất cứ đâu, bất cứ thời điểm nào. Kỹ năng của sinh viên có thể được đánh giá bởi các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch chứ không chỉ bởi các giáo viên trong trường đại học mà sinh viên theo học nếu trong thỏa thuận về hợp tác và giáo dục giữa các bên đảm bảo được việc đánh giá các yếu tố về chuyên môn và kỹ năng của sinh viên theo các tiêu chí tương ứng và các nhu cầu đặc thù của từng quốc gia.

- Công ty Learning Company Newways - Hà Lan

Learning Company Newways là một công ty chuyên về học tập và giáo dục chuyên nghiệp thuộc Đại học Khoa học Ứng dụng Breda. Công ty này cung cấp cho sinh viên tốt nghiệp cơ hội để thu thập kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực nghiên cứu của họ. Cụ thể, công ty chịu trách nhiệm tổ chức và thực hiện các chuyến đi dã ngoại và du ngoạn toàn cầu, tổ chức các sự kiện, hội thảo, hội nghị, thuyết trình, thăm công ty và các buổi định hướng cho sinh viên mới. Trong hai năm 2015 - 2016, công ty này đã tổ chức 29 chuyến đi thực địa, 60 sự kiện và 10 hội nghị/ hội thảo. Trong đó, công ty đã hỗ trợ tổ chức chuyến thực địa cho khoảng 60 sinh viên đến Dubai và Thái Lan trong 2 tuần cũng như tổ chức Hội nghị về Quản lý Du lịch và Hàng không Kinh doanh.

Mô hình liên kết đào tạo của Learning Company Newways giúp cung cấp các kỹ năng và kinh nghiệm làm việc cho sinh viên ngành du lịch của trường Đại học Khoa học Ứng dụng Breda. Thông qua các chuyến dã ngoại, thực địa ... tại các quốc gia có ngành du lịch phát triển trên thế giới, sinh viên có nhận thức đúng đắn hơn về thị trường việc làm sau khi tốt nghiệp. Đồng thời, với sự liên kết đào tạo như vậy, việc phát triển đội ngũ nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu quốc tế hóa trở nên dễ dàng hơn trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay.

4.3. Một số bài học kinh nghiệm quốc tế trong liên kết đào tạo quốc tế phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ngành du lịch

Trên cơ sở các kinh nghiệm đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại một số quốc gia trên thế giới, tác giả rút ra một số bài học đối với các chương trình liên kết đào tạo quốc tế trong phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam cụ thể như sau:

Thứ nhất, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch nên lấy chất lượng đào tạo là mục tiêu hàng đầu. Khi mà số lượng các chương trình liên kết đào tạo quốc tế đang phát triển tại Việt Nam, tiêu chí lựa chọn chương trình của học viên sẽ là chất lượng đào tạo chứ không phải là các tiêu chí như quy mô, học phí... Cùng với chất lượng đào tạo, các đơn vị cũng nên cải thiện cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ đi kèm, xây dựng cơ sở dữ liệu và hệ thống thư viện riêng... nhằm đảm bảo những yêu cầu về chất lượng đào tạo du lịch cho chương trình.

Thứ hai, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch cần được thường xuyên cập nhật, đổi mới theo hướng linh hoạt trên cơ sở đáp ứng chuẩn đầu ra phù hợp với yêu cầu thị trường và cuộc CMCN 4.0. Bên cạnh đó, các chương trình này phải thắt chặt mối quan hệ với các sinh viên, học viên tham gia, chú trọng đến mối quan tâm, sở thích của họ để triển khai một cách hiệu quả và sát với thực tế.

Thứ ba, để nâng cao hiệu quả của các chương trình liên kết đào tạo, vai trò kết nối của các Hiệp hội, cơ quan quản lý... là rất cần thiết nhằm kiến tạo môi trường giúp các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch có điều kiện hợp tác trong đào tạo phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam.

Thứ tư, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch tại Việt Nam cần đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong công tác nghiên cứu, đào tạo du lịch như đào tạo từ

xa, đào tạo trực tuyến (E-learning), xây dựng giáo trình đào tạo du lịch điện tử... để tận dụng được những thành quả mà cuộc CMCN 4.0 mang lại.

Thứ năm, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch cần được phát triển trên cơ sở hợp tác song phương và đa phương với các cơ sở đào tạo nước ngoài, đặc biệt là với các cơ sở đào tạo du lịch trong khối ASEAN và khu vực châu Á - Thái Bình Dương nhằm gắn kết đào tạo với sử dụng nguồn nhân lực trên cơ sở vừa đáp ứng yêu cầu ngành vừa thực hiện liên kết vùng; tiếp tục thu hút vốn đầu tư nước ngoài và công nghệ tiên tiến phục vụ phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP

Bài viết tập trung nghiên cứu hệ thống cơ sở lý luận về chương trình liên kết đào tạo quốc tế; những thách thức trong đào tạo chuyên ngành du lịch trước nhu cầu thị trường và ưu thế của các chương trình đào tạo quốc tế du lịch so với đào tạo trong nước để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Tác giả sử dụng phương pháp thu thập, phân tích tổng hợp thông tin từ các tài liệu thứ cấp cũng như thu thập các tài liệu sơ cấp thông qua quan sát, phỏng vấn các chuyên gia du lịch, chuyên gia đào tạo du lịch và các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch.

Trên cơ sở đó, tác giả làm rõ thực trạng liên kết đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại Việt Nam và khả năng cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch. Nhìn chung, các chương trình liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch tại Việt Nam mang lại nhiều lợi ích; tuy nhiên, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế nhất định. Các chương trình vẫn còn rời rạc, chưa bài bản, thiếu tính bền vững và chưa thực sự phù hợp với thực trạng ngành công nghiệp du lịch tại Việt Nam, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế có nhiều thay đổi dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Điều này dẫn đến tình trạng nguồn lao động ngành du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường du lịch Việt Nam những năm gần đây.

Bài viết cũng tập trung nghiên cứu kinh nghiệm đào tạo quốc tế chuyên ngành du lịch tại một số quốc gia trên thế giới như Phần Lan, Đức, Hà Lan, từ đó rút ra một số bài học kinh nghiệm về vai trò của các chương trình liên kết đào tạo quốc tế trong phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam. Cuối cùng, tác giả đề xuất một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua liên kết đào tạo quốc tế. Chúng tôi hy vọng rằng kết quả nghiên cứu này sẽ góp phần vào việc phát triển ngành du lịch Việt Nam một cách bền vững thông qua đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch.

Nghiên cứu đưa ra một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam thông qua liên kết đào tạo quốc tế. Có 03 nhóm giải pháp được đưa ra hướng đến các nhóm đối tượng khác nhau, gồm: (i) các trường, (ii) các doanh nghiệp ngành du lịch, và (iii) nhà nước và các cơ quan quản lý, cụ thể như sau:

- Nhóm giải pháp từ phía các trường

Thứ nhất, các trường và các cơ sở đào tạo du lịch cần lựa chọn kỹ lưỡng đối tác nước ngoài để đảm bảo chất lượng cho chương trình liên kết đào tạo cũng như sự phù hợp của chương trình liên kết đối với bối cảnh du lịch tại Việt Nam. Đây là một thách thức đối với các trường đại học tại Việt Nam bởi việc liên kết với đối tác kém chất lượng sẽ gây ảnh hưởng xấu tới chất lượng đào tạo của chương trình liên kết cũng như uy tín của trường.

Thứ hai, các trường cần thường xuyên có các nghiên cứu, khảo sát để xác định và cập nhật nhu cầu thị trường lao động trong lĩnh vực du lịch về cả mặt số lượng lẫn chất lượng để từ đó lựa chọn các chương trình liên kết, hợp tác quốc tế phù hợp với bối cảnh du lịch tại Việt Nam. Bên cạnh đó, việc đánh giá chương trình liên kết một cách thường xuyên cũng giúp các trường phát triển các chương trình liên kết của mình một cách hiệu quả.

Thứ ba, các trường cần liên tục tổ chức các chương trình tập huấn, đào tạo phát triển đội ngũ giáo viên có trình độ cao, am hiểu về ngành du lịch trong nước và hiểu về chương trình giảng dạy của trường đối tác để đảm bảo chất lượng các chương trình liên kết đào tạo du lịch. Bên cạnh đó, các trường cần đẩy mạnh mô hình liên kết giữa cơ quan quản lý nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp du lịch để đảm bảo cung và cầu trong đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch Việt Nam.

Thứ tư, các trường cần chú trọng quản lý nghiêm ngặt, chặt chẽ các chương trình liên kết đào tạo du lịch, ngay từ quá trình tuyển sinh, nhập học và trong suốt quá trình học cũng như kết thúc chương trình liên kết. Các cơ sở đào tạo phải đảm bảo quy trình tuyển sinh nhanh gọn, trung thực, dễ dàng với người học để tránh tâm lý ngại ngần của người học khi nghĩ đến sự phức tạp của các chương trình liên kết đào tạo du lịch.

- Nhóm giải pháp từ phía các doanh nghiệp ngành du lịch

Thứ nhất, các doanh nghiệp ngành du lịch cần đẩy mạnh gắn kết với các trường và các cơ sở đào tạo trong suốt quá trình liên kết đào tạo quốc tế để tạo điều kiện thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và sử dụng lao động sau tốt nghiệp. Để thực hiện liên kết có hiệu quả đòi hỏi sự chia sẻ lâu dài của cả hai bên. Đây là điều kiện tiên quyết để từ đó, hai bên xây dựng chiến lược rõ ràng trong hợp tác đào tạo nguồn nhân lực.

Thứ hai, các doanh nghiệp ngành du lịch nên phát triển và mở rộng nhiều hình thức hợp tác với các cơ sở liên kết đào tạo quốc tế để tăng cường chất lượng đào tạo nguồn nhân lực. Các doanh nghiệp có thể cùng tham gia đào tạo bằng cách đánh giá, phản biện nội dung chương trình để nhà trường cải tiến, chỉnh sửa phù hợp với thực tế; cử các cán bộ doanh nghiệp có kinh nghiệm trực tiếp giảng dạy trong giờ học ngoại khóa tại nhà trường hoặc doanh nghiệp; tổ chức hướng nghiệp, cấp học bổng, cùng tham gia công tác nghiên cứu khoa học với nhà trường...

Thứ ba, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh gắn kết với các cơ sở liên kết đào tạo quốc tế ngành du lịch và các hiệp hội nghề nghiệp để dự báo nhu cầu lao động, xây dựng chuẩn đầu ra và đào tạo sinh viên có kỹ năng đáp ứng yêu cầu ngành nghề trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0 hiện nay. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần 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 tại Việt Nam.

- Nhóm giải pháp từ phía nhà nước và các cơ quan quản lý

Thứ nhất, nhà nước cần phải tiếp tục cải thiện cơ chế xét duyệt các chương trình liên kết đào tạo trong ngành du lịch để đảm bảo chất lượng đầu ra của các chương trình liên kết, hạn chế việc cấp phép tràn lan dẫn đến khó khăn trong quản lý. Ngoài ra, cũng cần thắt chặt quy trình kiểm soát chất lượng sau khi cấp phép thông qua kiểm tra, đánh giá chất lượng các chương trình liên kết quốc tế trong ngành du lịch một cách thường xuyên từ khâu tuyển sinh cho đến khâu kiểm tra đánh giá để đảm bảo tính minh bạch cũng như chất lượng đầu ra của nguồn lao động.

Thứ hai, nhà nước và các cơ quan quản lý cần liên tục cập nhật và hoàn thiện hệ thống đánh giá và các tiêu chuẩn nghề nghiệp trong ngành du lịch phù hợp với điều kiện tại Việt Nam để từ đó các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch có thể dựa vào đó để lựa chọn và xây dựng các chương trình liên kết phù hợp. Bên cạnh đó, cũng cần tăng cường phổ biến về các tiêu chuẩn và hệ thống đánh giá này trên nhiều kênh khác nhau, áp dụng đồng đều trên cả nước nhằm tạo tiền đề để xây dựng chương trình và nâng cấp đào tạo đối với các cơ sở đào tạo.

Thứ ba, nhà nước và các cơ quan quản lý cần tích cực tạo mối liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch, các tổ chức đào tạo trong ngành du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch để từ đó xây dựng các chương trình liên kết đào tạo quốc tế phù hợp với nhu cầu của thị trường. Các chương trình liên kết đào tạo quốc tế thường được xây dựng dựa trên bối cảnh tại nước của trường đối tác nên sẽ có thể chưa thực sự phù hợp với bối cảnh nền công nghiệp du lịch tại Việt Nam. Sự tham mưu của các cơ quan du lịch cũng như sự tham mưu của các đơn vị lý hành trong quá trình xây dựng chương trình học là vô cùng cần thiết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Việt Anh (2019), “*Đẩy mạnh liên kết đào tạo nhân lực ngành du lịch*”, Báo Nhân dân điện tử ngày 29/05/2019: <https://www.nhandan.com.vn/du-lich/item/40349202-day-manh-lien-ket-dao-tao-nhan-luc-nganh-du-lich.html>
2. 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.
3. Cục Hợp tác quốc tế - Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017): http://icd.edu.vn/Uploads/imgs/2017/03/LKDT_21.3.2017.pdf

4. Adick C. (2018), “*Transnational education in schools, universities, and beyond: Definitions and research areas*”, *Transnational Social Review*, 8(2), 124-138.
doi:10.1080/21931674.2018.1463057.
5. Ayoun B., Johnson M. K., Vanhyfte M., O'Neill M. (2010), “*A comparison study of US and non-US education internationalization practices of hospitality and tourism programs*”, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(4), 335-361.
6. Bannier B. J. (2016), “*Global trends in transnational education*”, *International Journal of Information and Education Technology*, 6(1), 80-84.
7. Council of Europe (2001), “*Code of Good Practice in the Provision of Transnational Education*”, adopted by the Lisbon Recognition Convention Committee at its second meeting, Rīga, 6 June 2001.
8. He L., Wilkins S. (2017), “*Achieving legitimacy in cross-border higher education: Institutional influences on Chinese international branch campuses in South East Asia*”, *Journal of Studies in International Education*, 1-19.
9. Healey N.M., Michael L. (2015), “*Towards a new framework for analysing transnational education*”, *Higher Education Policy*, 28(3), 369-391.
10. Hearn N., Devine F., Baum T. (2007), “*The implications of contemporary cultural diversity for the hospitality curriculum*”, *Education+ Training*, 49(5), 350-363.
11. Jonckers P. (2005), *General trends and skill needs in the tourism sector in Europe*, CEDEFOP Panorama series, 115.
12. Sanna-Mari Renfors (2017), *Skills Needed in International Tourism Business Development: Study of Higher Tourism Education in Finland*, Satakunta University of Applied Sciences.
13. Sangpikul A. (2009), “*Internationalization of hospitality and tourism higher education: a perspective from Thailand*”, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2), 2-20.
14. UNESCO (2005), *Guidelines for Quality Provision in Cross-border Higher Education*, UNESCO, www.unesco.org/education/guidelines_E.indd.pdf

TĂNG CƯỜNG MỐI LIÊN KẾT TRONG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI KHOA DU LỊCH HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

TS. Phạm Hồng Long
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội

TÓM TẮT

Chính thức có quyết định thành lập vào ngày 21 tháng 10 năm 1995 trên cơ sở ngành Địa lý Du lịch của Đại học Tổng hợp Hà Nội có từ năm 1992, tuy vẫn chỉ là một ngành non trẻ so với rất nhiều chuyên ngành đào tạo khác, Khoa Du lịch học Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn đã và đang từng bước khẳng định vị trí và vai trò của mình trong việc đào tạo nguồn nhân lực có trình độ và chất lượng cao cho ngành Du lịch Việt Nam. Nhiều sinh viên, học viên của Khoa tốt nghiệp ra trường đã giữ những cương vị quan trọng trong các cơ quan quản lý nhà nước, các viện nghiên cứu, trường đại học, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và khách sạn... trên cả nước và cả ở nước ngoài. Với những đặc thù rất riêng, Khoa đã có những thuận lợi nhất định trong việc khẳng định uy tín đào tạo của mình. Bài viết này nhìn nhận lại những mối liên kết trong đào tạo nguồn nhân lực của Khoa để nhằm đưa ra những bài học kinh nghiệm và định hướng nhằm nâng cao hiệu quả và tăng cường các mối liên kết này.

Từ khóa: Liên kết, đào tạo, nguồn nhân lực, du lịch, Khoa Du lịch học

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Yếu tố con người luôn đóng vai trò quan trọng, quyết định sự thành công của mọi ngành sản xuất dịch vụ. Trong lĩnh vực dịch vụ du lịch, việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là yêu cầu và nhiệm vụ cấp thiết nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày nay.

Những thành công của ngành du lịch thời gian vừa qua có sự đóng góp tích cực của đội ngũ lao động trong ngành cả trực tiếp và gián tiếp. Chỉ tính riêng đóng góp trực tiếp du lịch lữ hành đã chiếm khoảng 6,6% GDP của cả nước trong khi đó lao động của ngành chỉ chiếm khoảng 5,2% tổng việc làm (WTTC, 2016). Điều này đã chứng tỏ, hiệu quả, năng suất lao động của nhân lực du lịch cao hơn mức trung bình của cả Việt Nam.

Tuy nhiên, nhân lực ngành du lịch còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhiệm vụ phát triển du lịch trong bối cảnh mới. Số lượng nhân lực còn ít, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với yêu cầu, nhân lực có trình độ, tay nghề cao chưa nhiều và chưa đồng đều. Kiến thức hội nhập, ngoại ngữ, năng lực sáng tạo, ý thức, kỷ luật và đạo đức nghề nghiệp của lao động du lịch còn hạn chế chưa tương ứng với yêu cầu, nhiệm vụ và tốc độ phát triển nhanh chóng của ngành.

Ra đời vào năm 1995, qua gần 25 năm xây dựng và phát triển, Khoa Du lịch học Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn đã và đang từng bước khẳng định vị trí và vai trò của mình trong việc góp phần đào tạo nguồn nhân lực có trình độ và chất lượng cao cho ngành Du lịch Việt Nam. Với những đặc thù rất riêng như nằm trong Đại học Quốc gia Hà Nội, là cơ sở duy nhất ở Việt Nam đào tạo cả 3 bậc cử nhân, thạc sĩ và tiến sĩ du lịch... Khoa có những thuận lợi nhất định trong việc khẳng định uy tín đào tạo của mình. Một trong những thế mạnh của Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn là các mối liên kết hợp tác, phối hợp với các tổ chức, đơn vị, cá nhân trong và ngoài nước. Bài viết này hướng tới nhìn nhận những mối quan hệ này, trên cơ sở đó rút ra những bài học kinh nghiệm và định hướng cho công tác đào tạo nguồn nhân lực của Khoa.

2. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC TẠI KHOA DU LỊCH HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội được chính thức thành lập vào năm 1995 (Năm 1992, chuyên ngành Địa lý Du lịch đã được mở ở Trường ĐH Tổng hợp Hà Nội, là tiền thân của Khoa Du lịch học) với sứ mệnh bồi dưỡng và đào tạo nhân lực trình độ cao cho ngành Du lịch Việt Nam. Gần 25 năm hình thành và phát triển, Khoa đã đạt được nhiều thành tích trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu khoa học và hợp tác quốc tế.

Số lượng hơn 3000 sinh viên chính quy, gần 1000 học viên cao học và hàng nghìn sinh viên các lớp tại chức, ngắn hạn được đào tạo dù chưa phải là nhiều, nhưng đã đáp ứng phần nào yêu cầu về nhân lực cho hoạt động du lịch Việt Nam, lấp dần khoảng cách giữa kiến thức khoa học, nghiên cứu du lịch với kinh nghiệm và kiến thức thực tế, nâng cao khả năng cạnh tranh của đội ngũ lao động trong ngành Du lịch.

Hiện nay, trong nội dung đào tạo, sinh viên và học viên của Khoa Du lịch học được trang bị những kiến thức về văn hóa, địa lý, lịch sử, kinh tế, nghiệp vụ du lịch, lữ hành, sự kiện... vừa đầy đủ vừa chuyên biệt, có sự kết hợp giữa lý thuyết và rèn luyện kỹ năng cũng như có tính thời đại để đáp ứng những yêu cầu khác nhau và tạo cơ hội để sinh viên hòa nhập tốt với môi trường lao động trong ngành du lịch, khách sạn, sự kiện trong bối cảnh hội nhập với khu vực và thế giới.

Các chương trình đào tạo của Khoa hiện nay như sau:

Đối với chương trình sau đại học:

- Tiến sĩ ngành, chuyên ngành Du lịch
- Thạc sĩ chuyên ngành Du lịch

Đối với chương trình cử nhân, Khoa Du lịch học đang thực hiện 02 chương trình đào tạo đại học chính quy:

- Cử nhân ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành
- Cử nhân ngành Quản trị Khách sạn

Trong đó, chương trình đào tạo cử nhân ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành được phân làm 02 hướng ngành là:

- Quản trị Lữ hành
- Quản trị Sự kiện

Cả hai chương trình đào tạo được thiết kế nhằm cung cấp những kiến thức tổng hợp và chuyên sâu trong lĩnh vực du lịch, khách sạn và sự kiện, giúp các bạn sinh viên sau khi ra trường thích ứng tốt với sự biến đổi của thị trường lao động. Sinh viên của Khoa sau khi tốt nghiệp có khả năng làm việc độc lập và hòa đồng với tập thể, nhận thức và giải quyết tốt những vấn đề thực tiễn trong hoạt động kinh doanh du lịch, khách sạn, sự kiện và nhiều lĩnh vực khác, đặc biệt là có tầm nhìn chiến lược để đạt được thành công trong mọi vị trí công việc, trong môi trường có yếu tố nước ngoài cũng như hội nhập với nghiên cứu khoa học du lịch trong khu vực và thế giới.

Bên cạnh những chương trình chính quy kể trên, Khoa Du lịch học còn có *các chương trình đào tạo ngắn hạn* để cấp chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn và nghiệp vụ điều hành, cũng như các chương trình đào tạo theo yêu cầu. Các chương trình đào tạo ngắn hạn được thiết kế sáng tạo phù hợp với những học viên đã đi làm - có thể học hoàn toàn vào các buổi tối và ngày nghỉ. Các môn học trong chương trình sẽ trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên sâu và các kỹ năng về hướng dẫn, điều hành, kỹ năng mềm...nhằm giúp các bạn học viên đạt được thành công trên con đường trở thành những nhân lực chủ chốt ngành Du lịch.

3. CÁC MỐI LIÊN KẾT TRONG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC TẠI KHOA DU LỊCH HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Với vị thế là đơn vị nằm trong hệ thống Đại học Quốc gia Hà Nội - một cơ sở đào tạo đại học, sau đại học, nghiên cứu và ứng dụng khoa học-công nghệ, đa ngành, đa lĩnh vực, chất lượng cao, giữ vai trò nòng cốt, quan trọng trong hệ thống giáo dục đại học ở Việt Nam; cũng như trong Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn là một trong những đơn vị nòng cốt của Đại học Quốc gia Hà Nội, là trường hàng đầu đào tạo về các khoa học xã hội và nhân văn ở Việt Nam, đã cho Khoa Du lịch học một thương hiệu rất danh giá trong việc liên kết đào tạo nguồn nhân lực không chỉ trong phạm vi trong nước mà cả ở tầm quốc tế.

3.1. Liên kết quốc tế

Kể từ khi thành lập đến nay, Khoa Du lịch học đã xây dựng mối quan hệ hợp tác với khoảng hơn 30 trường đại học và tổ chức quốc tế trong đó có các tiêu biểu như Trường Đại học Toulouse Le Mirail (Pháp), Đại học Rikkyo (Nhật Bản), trường Du lịch thuộc Đại học Khoa học Ứng dụng Munich (Đức), Đại học Greifswald (Đức), Đại học Chiang Mai (Thailand), Đại học Taylor (Malaysia), Đại học Quảng Tây (Trung Quốc), Đại học Kent, Đại học Bradford (Vương quốc Anh), Đại học Arizona (Mỹ)... qua đó trao đổi cán bộ, sinh viên trong Khoa sang học tập và tiếp nhận các học giả và sinh viên quốc tế làm việc và học tập tại Khoa. Có thời điểm, Khoa đã có các lớp đào tạo thạc sĩ liên kết với Đại học Toulouse Le Mirail, kết quả của các lớp đào tạo này là rất tốt. Bên cạnh đó, các chương trình đào tạo, các môn học, tài liệu của Khoa đã dần được cập nhật và quốc tế hóa, đã bước đầu thu hút được sinh viên, học viên nước ngoài đến học tập tại Khoa như các sinh viên/học viên của Lào, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đức, Nhật.

Việc liên kết quốc tế cũng giúp nâng lực ngoại ngữ của lực lượng cán bộ, sinh viên, có thể phát huy tốt. 100% cán bộ, kể cả cán bộ văn phòng có trình độ ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh sau B. Gần 2/3 cán bộ toàn khoa có khả năng giảng dạy và viết bài bằng tiếng Anh, lực lượng nòng cốt này phân bố rất đồng đều trong 3 bộ môn của Khoa. Sinh viên Khoa Du lịch học ngày càng được đánh giá cao về năng lực ngoại ngữ và chuyên môn.

Việc liên kết quốc tế cũng giúp Khoa luôn tổ chức được các seminar, hội thảo, hội nghị chuyên đề quốc tế có sự tham gia của các giáo sư, đối tác nước ngoài, qua đó góp phần nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ, sinh viên trong Khoa cũng như nâng cao vị thế của Khoa trong bối cảnh hội nhập khu vực và quốc tế.

3.2. Liên kết trong nước

3.2.1. Liên kết với các cơ quan quản lý du lịch Trung ương và địa phương

Do có vị trí nằm ở trung tâm của Hà Nội, nên từ khi thành lập đến nay Khoa Du lịch học luôn có mối quan hệ tốt với các cơ quan quản lý du lịch của Trung ương và địa phương lân cận Hà Nội (đặc biệt là của Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng, Ninh Bình, Lạng Sơn...) trong việc xây dựng chương trình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành và cho các địa phương.

Khoa Du lịch học luôn là thành viên tích cực tham gia tham mưu, đề xuất và xây dựng các đề án phát triển nguồn nhân lực của ngành thông qua Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, cũng như trực tiếp được tham gia đào tạo nhân lực cho ngành.

Khoa Du lịch học cũng luôn phối hợp với các địa phương thông qua Ủy ban Nhân và Sở Văn hóa Thể thao Du lịch/Sở Du lịch để đào tạo và tập huấn cho nhân lực làm du lịch về du lịch cộng đồng, marketing và truyền thông trong du lịch, nghiệp vụ hướng dẫn, nghiệp vụ điều hành, kỹ năng ứng xử, giao tiếp văn minh trong du lịch, quản lý nhà hàng, khách sạn...

3.2.2. Liên kết với cơ sở đào tạo về du lịch

Với vị thế là một cơ sở trọng điểm quốc gia đào tạo về ngành quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, ngành quản trị khách sạn và có cả đào tạo thạc sĩ, tiến sĩ du lịch, nên trong nhiều năm Khoa Du lịch học luôn được các trường và viện đào tạo du lịch mời phối hợp để liên kết đào tạo các chương trình từ ngắn hạn, đến cử nhân (hệ tại chức), và thạc sĩ. Khoa Du lịch học đã đào tạo các lớp cử nhân và thạc sĩ ở nhiều địa phương như Quảng Ninh, Hải Phòng, Yên Bái, Huế, Nha Trang, Thành phố Hồ Chí Minh... Những nhân lực du lịch được đào tạo tại chỗ này góp phần không nhỏ cho việc phát triển du lịch ở các địa phương - tỉnh thành.

3.2.3. Liên kết với doanh nghiệp

Xác định trong môi trường kinh doanh ngày càng biến đổi, chỉ kiến thức hay chỉ kinh nghiệm làm việc thôi thì không đủ để làm nền tảng cho sinh viên, học viên xây dựng sự nghiệp lâu dài trong ngành du lịch khách sạn, mà hơn thế sinh viên, học viên phải được thực tập, thực tế, điền dã để tích lũy kinh nghiệm và kỹ năng làm việc, qua đó thích nghi tốt với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp ra trường. Bản thân các doanh nghiệp cũng cần các mối quan hệ với cơ sở đào tạo để có được nguồn nhân lực chất lượng cao. Cho nên Khoa Du lịch học luôn có mối quan hệ rất mật thiết với các doanh nghiệp du lịch khách sạn trên cả nước nhằm tăng cường, bổ sung kiến thức thực tiễn nghề nghiệp cho sinh viên, đáp ứng chuẩn đầu ra của ngành đào tạo cũng như nhu cầu xã hội. Khoa hiện có mối liên kết rất tốt với các doanh nghiệp lớn như Vin Pearl, FLC, Vietravel, Hanoi Tourism, các doanh nghiệp thuộc câu lạc bộ du lịch có trách nhiệm RTC, các khách sạn lớn như JW Marriot, Melia, Intercontinental Landmark...

Các hoạt động hợp tác giữa Khoa và các doanh nghiệp là:

- Mời các chuyên gia từ doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình đào tạo, tham gia giảng dạy, hướng nghiệp, hướng dẫn sinh viên làm nghiên cứu khoa học/khóa luận/niên luận, tham gia nói chuyện chuyên đề.
- Tạo điều kiện cho người học tham gia các hoạt động thực tập, thực tế, học tập tại doanh nghiệp.
- Giới thiệu công việc bán thời gian hoặc thời vụ tại các doanh nghiệp du lịch cho người học, liên kết với doanh nghiệp để bảo đảm cơ hội việc làm cho người học sau khi tốt nghiệp.
- Hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác tuyển dụng, quảng bá hình ảnh doanh nghiệp trong nhà trường, giới thiệu ứng viên cho doanh nghiệp.
- Cử giáo viên, giảng viên sang các doanh nghiệp khảo sát thực tế, học tập, trao đổi kinh nghiệm phục vụ hoạt động giảng dạy.
- Các doanh nghiệp tài trợ các suất học bổng cũng như các hoạt động liên quan đến các cuộc thi gắn với ngành, nghề đào tạo.
- Hàng năm tổ chức gặp mặt để lắng nghe phản hồi và đề xuất của doanh nghiệp đối với hoạt động đào tạo của cơ sở, kết hợp với doanh nghiệp trong việc đánh giá chất lượng đào tạo định kỳ (về chuyên môn, kỹ năng, thái độ, ngoại ngữ...).
- Nghiên cứu nhu cầu nhân lực (cả số lượng và chất lượng) của các doanh nghiệp du lịch để định hướng quy mô và cơ cấu tuyển sinh hàng năm của cơ sở.

3.2.4. Liên kết với cựu sinh viên

Chất lượng đào tạo của một trường đại học thể hiện ở mức độ thành công của cựu sinh viên. Đây chính là những biểu hiện sinh động nhất của một đại học có bề dày và danh tiếng. Khoa Du lịch học với bề dày đào tạo gần 25 năm nên có đội ngũ cựu sinh viên/học viên hùng hậu, nhiều người thành công, giữ các cương vị quan trọng tại các doanh nghiệp du lịch- khách sạn, các khu du

lịch, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các trường đại học và cao đẳng có đào tạo du lịch trên cả nước... Đó là nguồn nhân lực có chuyên môn cao, đáp ứng tốt nhu cầu xã hội.

Khoa Du lịch học luôn giữ mối liên hệ tốt với hội cựu sinh viên của Khoa thông qua những hoạt động thường niên như tổ chức các buổi nói chuyện chia sẻ định hướng nghề nghiệp, trao các suất học bổng cho các sinh viên, tổ chức các buổi tham quan thực tập thực tế tại các doanh nghiệp do cựu sinh viên làm chủ...

4. CÁC BÀI HỌC TRONG LIÊN KẾT ĐÀO TẠO

Thứ nhất, trong mỗi liên kết đào tạo với các đối tác, cần chú trọng tới tính hiệu quả của các mối liên kết này. Thực tế, Khoa Du lịch học có khá nhiều các mối liên kết đào tạo với các đối tác quốc tế, tuy nhiên thì hiệu quả của các mối liên kết này còn hạn chế và chưa tương đồng giữa số lượng và chất lượng. Trong mỗi quan hệ với doanh nghiệp cũng thế, sự liên kết giữa Khoa với một số doanh nghiệp, đơn vị tuyển dụng trong công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực còn lỏng lẻo, chưa có kế hoạch dài hạn và thiếu hiệu quả. Khoa thông thường gửi sinh viên đến các cơ sở thực tập, doanh nghiệp nhưng không có một cam kết hay kế hoạch dài hạn với một số đơn vị, doanh nghiệp sinh viên thực tập.

Thứ hai, liên kết đào tạo nhân lực phải dựa trên nguyên tắc bình đẳng, hai bên cùng có lợi. Trong một số mối liên kết, đặc biệt với các doanh nghiệp, thông thường các doanh nghiệp luôn mong muốn có được nguồn nhân lực chất lượng cao về làm việc, nhưng lại không sẵn sàng việc chia sẻ hỗ trợ Khoa trong việc tiếp nhận sinh viên đến thực tập cũng như định hướng nghề nghiệp cho sinh viên... Điều này cũng làm cho các mối liên kết dễ bị phá vỡ.

Thứ ba, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao cũng như tính phức hợp của nhu cầu phát triển nguồn nhân lực nên cần chú trọng các mối liên kết ở nhiều bình diện, nhiều chủ thể và các hình thức khác nhau trong đào tạo nguồn nhân lực. Không thể chỉ chú trọng liên kết quốc tế và ngược lại, mà cần phải kết hợp nhiều hình thức và chủ thể liên kết.

5. CÁC ĐỊNH HƯỚNG LIÊN KẾT CỦA KHOA DU LỊCH HỌC TRONG THỜI GIAN TỚI

Thứ nhất, trong thời gian tới Khoa cần chú trọng liên kết với các trường đại học danh tiếng của nước ngoài để mở các chương trình đào tạo liên kết (trước đây, Khoa đã từng có chương trình thạc sĩ liên kết với Đại học Toulouse, hiệu quả của chương trình rất tốt. Tuy nhiên hiện nay, chương trình này không còn được duy trì). Các chương trình đào tạo này có thể là các chương trình đào tạo chính khóa như chương trình đào tạo đại học, các chương trình đào tạo sau đại học (đặc biệt ưu tiên chương trình đào tạo này), các khóa học mùa hè (2 tuần đến 1 tháng)... Việc liên kết này sẽ mang lại hiệu quả thông qua trao đổi chuyên môn, chuyên gia công nghệ đào tạo và nghiên cứu cho cán bộ trong Khoa. Hơn thế nữa, các mối quan hệ liên kết giữa Khoa và cơ sở đào tạo nước ngoài giúp tăng giá trị của các văn bằng, nâng tầm vị thế của Khoa, cũng như thu hút được đông đảo sinh viên trong nước và nước ngoài theo học.

Thứ hai, tăng cường mối liên kết có kế hoạch và lâu dài giữa Khoa với các doanh nghiệp và các đơn vị tuyển dụng thông qua nhiều hình thức không chỉ là gửi sinh viên tới thực tập ở các doanh nghiệp, đơn vị tuyển dụng lao động mà còn là các hình thức khác như hợp tác đào tạo tại doanh nghiệp cho sinh viên, học viên; bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ doanh nghiệp, mời cán bộ doanh nghiệp...

Thứ ba, trong bối cảnh ngành Du lịch được coi là ngành kinh tế mũi nhọn ở nhiều địa phương và trên cả nước, thì nhu cầu nhân lực ngày càng gia tăng. Khoa cần tăng cường các mối quan hệ với các địa phương để nâng cao chất lượng và số lượng cũng như thể hiện vị thế và vai trò nổi bật của mình trong việc đào tạo nguồn nhân lực có trình độ và chất lượng cao cho ngành Du lịch ở các địa phương.

6. KẾT LUẬN

Đào tạo nhân lực là công việc quan trọng đối với ngành Du lịch Việt Nam để phát triển du lịch bền vững. Việc này đã, đang và sẽ còn thu hút sự quan tâm của các nhà giáo, nhà khoa học, nhà kinh doanh, nhà quản lý và của toàn xã hội. Trong gần 25 năm qua, Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn cùng với nhiều cơ sở đào tạo khác trong cả nước, đã từng bước thực hiện việc đào tạo nhân lực cho ngành Du lịch Việt Nam từ cấp độ bồi dưỡng ngắn hạn, đại học

cho đến sau đại học - phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và sự phát triển của ngành Du lịch Việt Nam. Cho đến nay, dù đã đạt được nhiều thành tựu trong công tác đào tạo và khẳng định được vị thế, Khoa Du lịch học vẫn luôn nỗ lực phấn đấu với mong muốn cung cấp những “sản phẩm” nhân lực trình độ cao cho ngành Du lịch nước nhà, phấn đấu dần xuất hiện trên bản đồ đào tạo du lịch khách sạn trong khu vực. Trong những nỗ lực khẳng định vị thế của đơn vị như vậy, Khoa Du lịch học đã có nhiều nỗ lực trong việc mở rộng các mối liên kết cả quốc tế lẫn trong nước về đào tạo nguồn nhân lực, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Du lịch nước nhà. Bài viết này giúp những người trong cuộc và tất cả những người quan tâm cùng nhìn lại thực trạng công tác liên kết hợp tác đào tạo nhân lực du lịch ở Khoa Du lịch học cũng như đưa ra những bài học và định hướng cho hoạt động này trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Hồng Long (2014). Đào tạo du lịch và khách sạn ở Malaysia. *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, Số tháng 11/2014, Trang 34-35.
2. Nguyễn Ngọc Dung (2015). Liên kết trong đào tạo theo nhu cầu xã hội. *Kỷ yếu Hội thảo Đào tạo du lịch trong trường đại học nghiên cứu*.
3. Nguyễn Quang Vinh, Nguyễn Hồng Loan (2017). Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động du lịch gián tiếp ở các tỉnh phía Bắc. *Kỷ yếu Hội thảo Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở các tỉnh phía Bắc*.
4. Nguyễn Văn Lưu (2015). Liên kết tốt ba nhà, nhà nước - nhà trường - nhà tuyển dụng, đề đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, *Kỷ yếu Hội thảo Đào tạo du lịch trong trường đại học nghiên cứu*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Trần Đức Thanh (2001). Những bước đi ban đầu trong việc đào tạo cử nhân du lịch tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. *Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Kỷ yếu Hội nghị Khoa học kỷ niệm 5 năm thành lập Khoa Du lịch học 1995-2000*, (trang 7 - 11). Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2011). *Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.

VĂN HÓA DU LỊCH TRONG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

*PGS, TS. Dương Văn Sáu
Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

TÓM TẮT

“**VĂN HÓA DU LỊCH** là khoa học nghiên cứu, khai thác có chọn lọc các giá trị của văn hóa để phát triển du lịch và nâng cao hàm lượng văn hóa trong các mối quan hệ cung - cầu của hoạt động du lịch; góp phần quảng bá văn hóa, tạo sự phát triển du lịch bền vững”. Văn hóa Du lịch được xác định là khoa học nghiên cứu ứng dụng làm rõ giá trị Du lịch của Văn hóa và làm rõ giá trị Văn hóa trong hoạt động Du lịch. Văn hóa thuộc về con người, Du lịch là hoạt động trong xã hội hiện đại của con người; do đó Văn hóa Du lịch là yếu tố tất yếu trong hoạt động du lịch đương đại. Đó là hai quá trình “Kinh tế hóa Văn hóa” và “Văn hóa hóa Kinh tế” diễn ra đồng thời trong hoạt động du lịch. Muốn làm tốt quá trình “hai trong một” này (2 in 1) cần làm rõ nội hàm của Văn hóa Du lịch trong đào tạo nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay. Bài viết dưới đây sẽ làm rõ vấn đề đó.

Từ khóa: Nhân lực du lịch, văn hóa du lịch, cách mạng công nghiệp

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Con người là yếu tố quyết định thành công của mọi công việc trong xã hội. Trong hoạt động du lịch, chất lượng và hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực là yếu tố quyết định thành công của kinh tế du lịch. Bản chất và nội hàm của hoạt động Du lịch là Văn hóa, nói tới Văn hóa trong du lịch là nói

tới Văn hóa Du lịch. Chỉ có con người mới có Văn hóa và văn hóa quyết định thành công của mọi quá trình, mọi lĩnh vực kinh doanh vậy nên đào tạo nguồn nhân lực du lịch có chuyên môn sâu, có văn hóa cao chính là nhiệm vụ xuyên suốt của Văn hóa Du lịch trong đào tạo nhân lực du lịch. Xét dưới góc độ chuyên môn, Văn hóa Du lịch là khoa học trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao, đáp ứng các yêu cầu của thực tế hoạt động du lịch, tạo tiền đề cho sự phát triển du lịch bền vững, trở thành một trong những thế mạnh của Du lịch Việt Nam.

Chúng ta đang trong giai đoạn tiến hành cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, công nghệ càng ngày càng phát triển với tốc độ, chất lượng và hiệu quả cao; yếu tố công nghệ chi phối mọi hoạt động xã hội nhưng trên hết, yếu tố con người vẫn là yếu tố quyết định. Nói tới Du lịch là nói tới Văn hóa trong hoạt động Du lịch, tức là nói tới Văn hoá Du lịch; điều đó có nghĩa rằng Văn hóa Du lịch càng có ý nghĩa quyết định trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư trong lĩnh vực du lịch. Vậy Văn hóa Du lịch trong đào tạo nhân lực du lịch sẽ thể hiện như thế nào để có thể đáp ứng yêu cầu của du lịch hiện đại? cũng như du lịch hiện đại sẽ khai thác và sử dụng Văn hóa Du lịch như thế nào trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh để tạo ra sự phát triển bền vững?...

2. NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ ĐẶC ĐIỂM NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Trong xã hội hiện đại, nguồn nhân lực [human resources; manpower] là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của xã hội, bởi nguồn nhân lực chính là chủ nhân của xã hội. Theo Đại Từ điển tiếng Việt: “Nhân lực là sức người dùng trong sản xuất”. Nhân lực là nguồn lực lao động hoạt động trong một lĩnh vực nào đó của đời sống xã hội trên một địa bàn nhất định, trong những khoảng thời gian nhất định. Là ngành kinh tế dịch vụ mang tính tổng hợp cao, đối tượng chính của du lịch là du khách. Kết quả hoạt động du lịch chính là kết quả hoạt động phục vụ du khách. Như mọi ngành kinh tế khác, yếu tố quyết định chất lượng, hiệu quả của các hoạt động kinh doanh du lịch chính là nguồn nhân lực hoạt động trong ngành du lịch. Do đó, để hoạt động kinh doanh du lịch hiệu quả cần phải quan tâm sâu sắc đến việc đào tạo nguồn nhân lực trong ngành du lịch. Nguồn nhân lực hoạt động trong ngành du lịch sẽ tạo ra các sản phẩm du lịch, phục vụ các nhu cầu khác nhau của du khách. Tất cả những người tham gia vào quá trình sản xuất và cung ứng các sản phẩm du lịch tới tay chính là nhân du khách lực du lịch - yếu tố quyết định chất lượng, hiệu quả của kinh tế du lịch. Nhân lực du lịch là nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch trên một địa bàn cụ thể trong những khoảng thời gian nhất định. Muốn đảm bảo nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao, cần phải xem xét, đánh giá, điều chỉnh quá trình đào tạo nguồn nhân lực này một cách khoa học, hợp lý.

Cũng như bất kỳ một ngành kinh tế nào khác, nguồn nhân lực hoạt động trong ngành du lịch cũng bao gồm hai nguồn nhân lực chính, đó là nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp và nguồn nhân lực hoạt động gián tiếp. Trong đó nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp giữ vai trò quyết định sự thành công của ngành kinh tế quan trọng này. Nguồn nhân lực trực tiếp hoạt động trong ngành du lịch, bao gồm:

- Những người làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Đây là đối tượng đầu tiên phải kể đến trong kinh tế du lịch của một đất nước đang chuyển hướng trên bước đường xây dựng một nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của nhà nước. Nguồn nhân lực này làm việc trong các cơ quan chuyên ngành của Chính phủ, các Bộ, ngành của Trung ương và địa phương. Đó là các cán bộ chuyên môn làm việc tại các bộ phận chuyên trách quản lý nhà nước thuộc ngành Văn hóa Thể thao và Du lịch.

- Những người trực tiếp đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực cho ngành du lịch. Đây là một bộ phận đông đảo trong các trường đại học, cao đẳng, trung học nghề của ngành Du lịch, các khoa Du lịch trong hệ thống các trường đại học và cao đẳng, trung học chuyên nghiệp trên toàn quốc. Với nhiều qui mô và cấp độ đào tạo khác nhau, các cơ sở đào tạo đang là cơ sở đầu tiên đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực đa dạng, chất lượng cao cho kinh tế du lịch của đất nước.

- Những người làm việc trực tiếp trong ngành du lịch trên địa bàn các địa phương; bao gồm toàn bộ cán bộ công nhân viên ở tất cả các bộ phận nằm trong các công ty du lịch, các hãng lữ hành, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên khắp các địa bàn nơi diễn ra hoạt động du lịch. Những người trực tiếp kinh doanh du lịch ở các vị trí khác nhau của ngành kinh tế trọng điểm này của đất nước. Toàn bộ những người làm việc ở các vị trí khác nhau trong 4 lĩnh vực kinh doanh du lịch là những người lao động trực tiếp, bao gồm: Những người làm việc trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành

trên cả nước. Những người làm việc trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú, các khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng... tại các đô thị, các khu du lịch trên địa bàn cả nước. Những người làm việc trong lĩnh vực kinh doanh vận chuyển khách du lịch đưa khách đến và đi, đưa du khách vận chuyển nội vùng và tham gia trung chuyển trong các chương trình du lịch khác nhau. Những người làm việc trong lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ hỗ trợ phục vụ các nhu cầu đa dạng của du khách tại các tuyến điểm du lịch, các khu du lịch trên khắp cả nước. Những người làm việc trong lĩnh vực Kinh doanh khu du lịch, đô thị du lịch. Đó là những người đang làm việc tại các dự án du lịch đã và đang triển khai trên địa bàn các địa phương...

Trong mỗi một lĩnh vực, lại có rất nhiều các vị trí khác nhau với các nhiệm vụ và chức năng khác nhau. Tất cả những cá nhân đó được tổ chức, sắp xếp, biên chế thành những tổ chức với cơ cấu khác nhau... Đó là những người trực tiếp làm việc trong ngành du lịch. Trong nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp lại hình thành đội ngũ lao động chuyên nghiệp và đội ngũ lao động thời vụ. Đội ngũ lao động thời vụ trong ngành du lịch thường xuất hiện ở những nơi có hoạt động du lịch diễn ra không thường xuyên. Ví dụ như ở các khu du lịch biển, do điều kiện thời tiết chi phối nên hầu như các hoạt động du lịch biển thường chỉ diễn ra trong các tháng mùa hè. Vào thời điểm này, tại các khu du lịch biển du khách đổ về rất đông, chủ yếu là khách nội địa tạo nên cơn sốt nhân lực. Các nhà nghỉ, khách sạn, nhà hàng hoạt động hết công suất và phải thuê nhân công thời vụ để tham gia vào những công việc phục vụ khách tại các khách sạn, nhà hàng...

Ngoài những người hoạt động trực tiếp, nguồn nhân lực hoạt động gián tiếp trong ngành du lịch bao gồm: Những người làm các công việc khác nhau tại các tuyến điểm du lịch quốc gia. Tại các tuyến điểm này, để phục vụ hoạt động du lịch có rất nhiều các công việc khác nhau đòi hỏi nhiều người làm việc trong các dịch vụ có liên quan đến hoạt động du lịch: từ các nhân viên bảo vệ, những người bán và kiểm soát vé, những người cung ứng các dịch vụ lưu niệm, dịch vụ ẩm thực, nghỉ ngơi, giải trí, lưu trú ngắn... đến những người làm công tác điều phối và quản lý giao thông, vệ sinh môi trường, thu gom và xử lý rác thải... Những cá nhân và tổ chức làm công tác nghiên cứu ở các hình thái và cấp độ khác nhau mà nội dung và kết quả nghiên cứu có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến ngành du lịch của các địa phương và đất nước: các Viện nghiên cứu phát triển du lịch; các cơ quan có trách nhiệm trong thiết kế kiến trúc, qui hoạch như các cơ quan chức năng có liên quan của ngành xây dựng, tài nguyên và môi trường... Những người hoạt động trong các lĩnh vực thông tin - truyền thông bao gồm các cơ quan báo chí, đài phát thanh, truyền hình, nhà xuất bản... trên địa bàn cả nước mà nội dung thông tin đăng tải do họ cung cấp có liên quan, phục vụ hoạt động du lịch của đất nước và của các địa phương. Những người làm ở các khâu công việc mà có liên quan đến việc xuất nhập cảnh của du khách: các cơ quan chức năng của bộ Ngoại giao, sở Ngoại vụ, các nhân viên tại các cửa khẩu, các nhân viên an ninh, biên phòng, hải quan, thuế vụ, kiểm dịch... mà trong công việc của họ có một phần liên quan đến hoạt động du lịch. Tất cả những người mà công việc của họ ít nhiều có liên quan đến hoạt động du lịch đều là những nguồn nhân lực gián tiếp trong ngành du lịch.

Phương châm của giáo dục - đào tạo hiện nay là “Đào tạo theo nhu cầu và yêu cầu xã hội” đã và đang chi phối tới tất cả các cơ sở đào tạo trong đó có các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Xu hướng đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay theo hướng chuyên nghiệp hóa, chuyên môn hóa để tạo nên sự khác biệt trong kinh doanh du lịch. Chuyên nghiệp hóa, chuyên môn hóa sẽ tạo ra nét đặc sắc, sự riêng biệt ở nơi đến và sử dụng các dịch vụ phục vụ khách du lịch. Chuyên nghiệp sẽ đem đến cho du khách ấn tượng về sự khác biệt, tránh sự đồng điệu, đơn điệu dễ tạo nên sự nhàm chán, không kích thích nhu cầu của khách trong khám phá và thẩm nhận.

Những vấn đề đang được đặt ra đối với công tác đào tạo, như: đào tạo đa cấp hay đơn cấp, chuyên ngành hay đa ngành? Những thuận lợi và khó khăn của nó. Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp nên nếu chỉ đào tạo chuyên môn hẹp sẽ gây khó khăn cho công tác luân chuyển nguồn nhân lực. Để giải quyết tốt điều này, giải pháp phù hợp đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở bậc Đại học có lẽ sẽ là đào tạo tổng hợp, đa ngành chiếm tỷ trọng 1/3 dung lượng đào tạo, 2/3 dung lượng chuyên môn sẽ dành cho đào tạo chuyên ngành, chuyên môn sâu trên một lĩnh vực, khía cạnh nào đó của kinh doanh du lịch mà cơ sở đào tạo có thế mạnh.

Tăng hàm lượng văn hóa trong nội dung và chương trình đào tạo như việc bắt buộc phải đưa vào chương trình các môn học thuộc về văn hóa kinh doanh hay gia tăng những hiểu biết về ứng xử văn hóa truyền thống của cha ông để biết khai thác phục vụ quá trình kinh doanh phù hợp với các đối tượng du khách khác nhau.

Bám sát thực tế phát triển của ngành, từ đó thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo chuyên đề ngắn hạn đáp ứng yêu cầu đặt ra từ thực tế hoạt động kinh doanh du lịch. Đó là những động thái cụ thể để đáp ứng yêu cầu: “Đào tạo theo nhu cầu và yêu cầu của xã hội”. Đó chính là những biểu hiện cụ thể của Văn hóa Du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên, từ thực tế của phát triển du lịch trên địa bàn cả nước cho thấy, nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam: trẻ, thiếu và yếu; tính chuyên nghiệp chưa cao, thiếu tính đồng bộ. Nhiều người, nhiều vị trí công việc thiếu những tiền lệ và sự trải nghiệm; nhiều người đang trong quá trình tìm tòi, tiếp cận để học hỏi, bổ sung, hoàn thiện mình. Nhìn chung, nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam có một số đặc điểm sau đây:

+ Đặc điểm về giới tính, tuổi tác, sức khỏe: một số lĩnh vực phù hợp với nam giới, một số lĩnh vực lại phù hợp với nữ giới. Ví dụ như các lĩnh vực qui hoạch, đầu tư, kinh doanh lữ hành phù hợp với nam giới; các lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nhà hàng, các dịch vụ bổ sung thường phù hợp với nữ giới. Hầu hết ở các bộ phận làm việc có tính động rất cao, đều đòi hỏi sức khỏe, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ nên cần những người trẻ tuổi, xông xáo nhưng trong công việc cũng luôn đòi hỏi người lao động phải có kinh nghiệm thực tế.

+ Đặc thù công việc: du lịch là hoạt động mang tính động rất cao, luôn biến đổi và phát triển không ngừng. Nội dung công việc liên quan đến nhiều đối tượng, thành phần khác nhau. Kết quả công việc luôn chịu sự tác động của hiệu quả tài chính, tiền bạc trong kinh doanh nên thường xuất hiện tính thực tế, thực dụng cao.

+ Tính liên ngành, liên vùng, liên đới cao đòi hỏi sự phối kết hợp cao, sâu và rộng mang tính đồng bộ... giữa nhiều cơ quan, ban ngành, doanh nghiệp; các cá nhân và tổ chức; giữa các địa phương vùng miền; giữa các quốc gia trong khu vực và quốc tế.

+ Tính tổng hợp, kế thừa cao những kết quả thành tựu, kinh nghiệm của những người đi trước, của những hoạt động kinh doanh đã và đang hoàn thành. Trong kinh doanh du lịch, đôi khi xuất hiện tình trạng “hót vàng” của nhau giữa các doanh nghiệp khi thời cơ và điều kiện cho phép.

+ Tính luân chuyển nhanh chóng, kịp thời: sự luân chuyển vị trí, nhiệm vụ; luân chuyển địa bàn, hình thức hoạt động. Ví dụ, các sinh viên, những người làm trong các ngành văn hóa - ngoại ngữ, sư phạm đang nhiều người có xu hướng chuyển sang hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Những người đã kinh qua thời gian làm hướng dẫn viên có thể chuyển vào vị trí người tổ chức, điều hành du lịch... Điều đó dẫn đến yêu cầu chuyển đổi, cập nhật bổ sung, hoàn thiện và nâng cao kiến thức phải được tiến hành thường xuyên, liên tục như một dòng chảy không ngừng.

+ Tính linh hoạt, thích ứng cao đòi hỏi sự tích cực, chủ động, nhạy bén, sáng tạo... nhưng phải tuân thủ luật pháp trên tinh thần “thượng tôn pháp luật” đồng thời lại phải phù hợp với những thông lệ trong nước và quốc tế; phù hợp với lễ thói, luật tục, với truyền thống bản địa của các địa phương, vùng miền.

+ Tính chuyên biệt, chuyên nghiệp trong một số lĩnh vực cao đòi hỏi tính chính xác, cụ thể, khách quan, khoa học. Ví dụ, các nhân viên điều hành du lịch phải đảm bảo tính chính xác nhưng linh hoạt, thích ứng cao và luôn bám sát thực tế các chương trình du lịch. Các hướng dẫn viên phải luôn bình tĩnh, sáng suốt, quyết đoán trong công việc nhưng phải thể hiện sự vui vẻ, hòa nhã... trong tiếp xúc và làm việc với du khách.

Hoạt động du lịch luôn đòi hỏi và đặt ra yêu cầu ngày càng cao cả về số và chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng các vị trí khác nhau (trực tiếp hay gián tiếp) trong ngành du lịch. Những yêu cầu luôn cụ thể, sát thực cả về nội dung và hình thức. Cụ thể, với hướng dẫn viên du lịch, cần có “hai nội và ba ngoại”. “Hai nội”, gồm: nội dung (nắm chắc kiến thức chuyên môn); nội tình (nắm chắc diễn biến tình hình công việc cụ thể tương ứng với các không gian và thời gian cụ thể). “Ba ngoại”, gồm: ngoại hình (có sức khỏe, hình thức đẹp, trang phục, trang thiết bị phù hợp, hiệu quả...); ngoại ngữ (sử dụng hiệu quả ngôn ngữ đối với các đối tượng khách khác nhau); “ngoại tình” (có tình cảm, thân thiện với người ngoài (tức du khách) - xây dựng tình cảm đúng đắn, thân thiện với du khách)...

3. NỘI HÀM ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC VĂN HÓA DU LỊCH

Đào tạo nguồn nhân lực Văn hóa Du lịch được cụ thể hóa là thông qua chương trình đào tạo, nội dung và phương cách đào tạo như thế nào để cung cấp nguồn nhân lực để giải quyết tốt được hai vấn đề cơ bản của Văn hóa Du lịch, đó là: “*Nghiên cứu, khai thác có chọn lọc các giá trị văn hóa để phát triển du lịch và nâng cao giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch*”. Tức là làm rõ giá trị Du lịch của Văn hóa và làm rõ giá trị Văn hóa trong Du lịch. Để giải quyết được nội dung thứ nhất, trong chương trình đào tạo nhân lực du lịch các môn học cần đưa vào nghiên cứu để làm rõ giá trị của các thành tố của văn hóa Việt Nam, chỉ ra những đặc sắc, hấp dẫn của văn hóa Việt Nam. Sử dụng thành quả của các ngành nghiên cứu khác như địa lý học, văn hóa học, lịch sử học, nhân học... đưa kết quả nghiên cứu đã đạt được vào nội dung các môn học để làm sáng rõ các tài nguyên, nguồn lực du lịch và cách thức để khai thác có hiệu quả các nguồn tài nguyên, nguồn lực đó để phát triển du lịch mà vẫn bảo tồn được nguồn tài nguyên thiên nhiên và các giá trị văn hóa bản địa. Trong chương trình đào tạo, tùy theo đối tượng và loại hình đào tạo có thể xây dựng các chương trình đào tạo với dung lượng phù hợp nhưng nhất thiết phải có các môn học về tài nguyên, nguồn lực du lịch, như: Địa lý du lịch, Tài nguyên và môi trường du lịch Việt Nam cũng như các môn về Phát triển du lịch cộng đồng, gắn với sự phát triển du lịch của các địa phương và đất nước. Những môn học được xác định là cơ sở của Văn hóa Du lịch mà nội dung hướng tới tìm hiểu, nghiên cứu ứng dụng về các thành tố của văn hóa Việt Nam (gồm cả vật thể và phi vật thể) đưa vào hoạt động du lịch như: Hệ thống di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam; nghiên cứu Lễ hội Việt Nam (bao gồm lễ hội truyền thống và lễ hội hiện đại ở Việt Nam); nghiên cứu, tìm hiểu về Phong tục tập quán truyền thống Việt Nam; Các loại hình nghệ thuật truyền thống Việt Nam; Văn hóa ẩm thực Việt Nam; Văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam, Phát triển du lịch cộng đồng... Tóm lại là các môn học nghiên cứu, đánh giá giá trị của các tài nguyên văn hóa, nguồn lực du lịch nhân văn trên mọi miền đất nước. Những tài nguyên này đã và đang trở thành "nguyên liệu" để tạo ra các sản phẩm của công nghiệp du lịch. Các tài nguyên văn hóa được khai thác để trở thành điểm đến căn bản trong các chương trình du lịch văn hóa. Đó là các di tích lịch sử - văn hóa, các danh lam thắng cảnh hay các làng nghề truyền thống, các lễ hội dân gian truyền thống... Tất cả những thành tố của Văn hóa Việt Nam phải được nghiên cứu, tìm hiểu chọn ra những giá trị đặc sắc, hấp dẫn, thích ứng cho việc khai thác phát triển du lịch. Một trong những thế mạnh lớn nhất của du lịch Việt Nam hiện nay là văn hóa nhưng không phải thành tố nào của văn hóa cũng có thể khai thác để phát triển du lịch. Trong việc khai thác giá trị của văn hóa, cần nghiên cứu chuyên sâu, tìm hiểu những giá trị đặc sắc nổi bật để đưa vào kinh doanh du lịch. Văn hóa Việt Nam rất đặc sắc nhưng việc khai thác nó để phát triển du lịch vẫn còn đang nằm dưới dạng “tiềm ẩn”. Đôi khi chúng ta vẫn chưa hiểu hết về văn hóa của chúng ta, chưa thấy hết giá trị mà chúng ta đang nắm giữ. Chính vì vậy, việc nghiên cứu chuyên sâu để góp phần “giải mã văn hóa”, “giải ảo hiện thực” văn hóa Việt Nam, giúp cho du khách hiểu đúng hơn, sâu hơn, hay hơn, hấp dẫn và thu hút khách hơn trong hoạt động du lịch.

Ví dụ sau đây sẽ góp phần minh chứng cho điều đó: khi đưa du khách tới thăm "Vườn hoa con cóc" ở Thủ đô Hà Nội, ngoài các nội dung văn hóa - lịch sử khác có liên quan, hướng dẫn viên có thể nói về ***Ý nghĩa hình tượng con cóc*** trong văn hóa phương Đông, như sau: “Hoàng đế Lê Thánh Tông (黎聖宗:1442 - 1497) đã từng có bài thơ Vịnh Con Cóc (dịch Nôm):

“Bác mẹ sinh ra vốn áo sồi,
Chôn nghiêm thăm thẳm một mình ngòi.
Chép miệng dăm ba con kiến gió,
Nghiến răng rung chuyển bốn phương Trời!”

Không phải tự nhiên mà một con vật xấu xí được một vị Hoàng đế nổi tiếng “Võ công Văn trị” là Lê Thánh Tông ca ngợi như vậy. Cóc vốn là con vật sống lưỡng nghi (trên cạn và dưới nước). Chúng thường sống ở nơi ẩm thấp như gầm giường trong các gia đình ở nông thôn xưa kia, hay các bờ ao, gò đống... ăn côn trùng như kiến, muỗi, ruồi... Mặc dù vậy, trong văn hóa truyền thống con Cóc lại có vị trí rất quan trọng. Người Việt Nam thường gọi là Thầy đồ Cóc có lẽ bởi: *thứ nhất*, người Việt quan niệm: “Chữ ở bụng (tối/sáng dạ)” trong khi con Cóc có cái bụng to, chứa được nhiều chữ! *Thứ hai*, bước nhảy của Cóc rất chậm chạp, chắc chắn (kể cả khi bị người đuổi, đập) nên chẳng nó biểu trưng cho phong thái đỉnh đạc của Ông thầy đồ? Ở Nghiên đài trước cầu Thê Húc dẫn vào đền Ngọc Sơn (Hà Nội), chiếc nghiên mực hình trái đào được đặt trên lưng 3 con Cóc cũng

với ý nghĩa về sự chuyên chở chữ nghĩa, đạo lý vậy. Xấu xí nhưng tư thế đĩnh đạc, ngồi uy nghi, nên người ta thường ví: “Oai như Cóc” là vì vậy. Tuy chậm chạp nhưng phản xạ bắt mồi của Cóc lại rất nhanh (Cóc bắt ruồi). Phải chăng vì vậy mà con Cóc mang sự tương phản giữa nội dung bên trong với bề ngoài xấu xí của nó. Điều quan trọng hơn là trong cổ tích, người ta quan niệm con Cóc có thể “điều khiển” được Đấng tối cao là ông Trời để làm mưa xuống như câu thơ kể trên: “Nghiến răng rung chuyển bốn phương Trời!”. Mà nước thì vốn được coi là nguồn gốc của sự sống: “Vạn vật khởi u thủy: Muôn vật đều bắt đầu từ nước”. Trong truyện cổ tích “Cóc kiện Trời”, Cóc biểu trưng cho Quyền lực, chỉ có Cóc mới điều khiển được gấu, hổ, cáo, ong, cua... để yêu cầu Trời phải làm mưa. Vậy nên người ta dành cho con Cóc một sự tôn trọng nhất định thể hiện qua câu ca: ”Con Cóc là cậu ông Trời - Hễ ai đánh nó thì Trời đánh cho!”. Câu hỏi là: Tại sao Cóc lại là CẬU ông Trời chứ không phải là Ông, Bác hay Chú của ông Trời? Có lẽ điều này bắt nguồn từ vị thế người Cậu trong chế độ Mẫu hệ xa xưa có vai trò đặc biệt quan trọng? [Trong gia đình người Việt hôm nay, người Cậu vẫn rất có uy tín bên ngoài, nhất là với chị của mình (tức Mẹ của chúng ta)]. Con Cóc, đặc biệt là Cóc Tía biểu trưng cho sự gan dạ, người ta nói "Gan cóc tía" là vì vậy nên trong tranh dân gian Đông Hồ có bức tranh em bé ôm Cóc Tía biểu trưng cho mong muốn em bé luôn gan dạ, nghĩa nhân; thể hiện qua câu: “Trai tài ôm Cóc tía - Gái sắc bế Rùa xanh”. Thịt Cóc vốn nhiều canxi nên ngay giữa Thủ đô Hà Nội ngày nay, người ta vẫn đi rao bán rong ruốc làm từ thịt đùi con Cóc để bé nhanh cứng cáp.

Con Cóc, tên chữ Hán gọi là *Thiềm thừ* (蟾蜍), thường mang ý nghĩa về sự giàu sang, phú quý nên dân gian thường ví như con Cóc vàng và trong nghệ thuật tạo hình điêu khắc phong thủy, người ta thường tạo hình con Cóc ngậm đồng tiền với mong muốn giàu sang, phú quý sẽ đến với mỗi gia đình. Một con Cóc nhỏ, xấu xí nhưng mang khá nhiều ý nghĩa tích cực. Văn hóa Việt Nam thật là phong phú, tìm hiểu mãi chưa bao giờ hết. Vậy nên người ta mới nói: “Bề học vô bờ...”. Tất cả vẫn còn là phía trước! [Dương Văn Sáu]. Ví dụ nêu trên là những “mảnh vỡ văn hóa” đâu đó trong cuộc sống này về ý nghĩa, giá trị của văn hóa Việt Nam chính là những minh họa cụ thể cho nội dung thứ nhất này. Cũng trên cơ sở nghiên cứu các giá trị đặc sắc của văn hóa các địa phương, vùng miền từ đó đưa ra các quy hoạch đầu tư du lịch trên cơ sở, nền tảng tự nhiên và văn hóa để đưa ra các dự án phát triển du lịch phù hợp... tạo nên sự độc đáo, tính hấp dẫn, khả thi của các dự án đầu tư du lịch ở các địa phương.

Nội hàm thứ hai của Văn hóa Du lịch là vấn đề nâng cao giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch tức là xây dựng và phát triển văn hóa kinh doanh trong các doanh nghiệp du lịch, nâng cao những ứng xử văn hóa trong giao tiếp giữa người tổ chức kinh doanh với du khách, giữa du khách với du khách, giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với du khách... Ứng xử văn hóa và ứng xử có văn hóa là không thể thiếu trong hoạt động du lịch; là nhân tố quyết định sự thành công của kinh tế du lịch. Đó chính việc xây dựng phong cách chuyên nghiệp của các cá nhân và tập thể trong hoạt động du lịch. Để làm tốt điều này, trong đào tạo Văn hóa Du lịch cần có các môn học nghiên cứu *Tâm lý du khách, Văn hóa kinh doanh, Kỹ năng thuyết trình, Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong du lịch...* những môn học về đào tạo nghiệp vụ kinh doanh du lịch, như: *Nghiệp vụ kinh doanh lễ hành, Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, Nghiệp vụ tổ chức, điều hành các chương trình du lịch, Tổ chức hoạt náo trong hoạt động hướng dẫn du lịch; Lễ tân du lịch, Nghiệp vụ kinh doanh khách sạn - nhà hàng du lịch; Xây dựng sản phẩm du lịch, Marketing du lịch...* Tất cả các môn học mang tính chất đào tạo nghiệp vụ này nhằm nâng cao kỹ năng chuyên môn nghề nghiệp du lịch đối với nguồn nhân lực du lịch, đồng thời nâng cao giá trị văn hóa kinh doanh trong các lĩnh vực chuyên môn để tạo ra phong cách văn hóa trong kinh doanh. Nâng cao tính chuyên nghiệp, tăng tính hấp dẫn đối với khách hàng, nâng cao chất lượng và hiệu quả kinh doanh; giữ vai trò tiên quyết, góp phần đặc biệt quan trọng tạo ra sự phát triển du lịch bền vững. Đây là những công việc cụ thể trong quá trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch nhằm góp phần “nâng cao hàm lượng văn hóa trong các mối quan hệ cung - cầu của hoạt động du lịch”.

4. KẾT LUẬN

Văn hóa Du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch cũng phản ánh cơ cấu nội dung chương trình đào tạo của một số cơ sở đào tạo nhân lực du lịch. Những cơ sở đào tạo có nguồn gốc xuất xứ, nền tảng là các cơ sở thuộc lĩnh vực văn hóa hay lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn khi

chuyển sang đào tạo nguồn nhân lực du lịch sẽ mang xu hướng đào tạo là “kinh tế hóa văn hóa”. Tức là khai thác các giá trị của văn hóa để phát triển du lịch. Với các cơ sở đào tạo thuộc lĩnh vực kinh tế, thương mại thì nội dung đào tạo nhằm nâng cao hàm lượng văn hóa trong các mối quan hệ cung - cầu trong hoạt động du lịch, theo hướng “văn hóahóa kinh tế”. Hai xu hướng song hành như vậy trong các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay chính là những biểu hiện cụ thể của Văn hóa Du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch.

Văn hóa Du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch cũng đặt ra câu hỏi cần phải trả lời: “Đào tạo chuyên ngành hay đa ngành với các trường Đại học?”, “Việc đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ đào tạo nguồn nhân lực du lịch như thế nào?”... Trong thực tế đào tạo hiện nay, người ta nói nhiều tới việc Du lịch là hoạt động “tay không bắt giặc!” cũng bởi kinh tế du lịch là kinh tế dịch vụ cho nên kinh doanh du lịch là sự kết nối các dịch vụ để đáp ứng các lợi ích cung cầu. Thực tế hiện nay cho thấy, với các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở bậc Đại học, các cơ sở đào tạo Hướng dẫn viên du lịch đã và đang thực hiện hình thức đào tạo này khá hiệu quả và việc ít phải đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ đào tạo nghề. Với hướng đào tạo này, nhiều năm gần đây ở khoa Văn hóa Du lịch trường Đại học Văn hóa Hà Nội đã hình thành và phát triển *Triết lý đào tạo Đại học: “THAY ĐỔI TƯ DUY - KHƠI NGUỒN SÁNG TẠO”*; chuyển đổi các phương pháp giảng dạy đào tạo từ “Chuyển giao tri thức” sang “Phát triển năng lực sáng tạo của người học”. Để thực hiện tốt nội dung, yêu cầu này, 3 vấn đề cốt lõi cần phải đạt được trong chương trình đào tạo để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch; hình thành “Ba chuyên” bao gồm: *kiến thức văn hóa lịch sử chuyên sâu - khả năng sử dụng các ngoại ngữ chuyên ngành du lịch chuyên biệt và phong cách làm việc chuyên nghiệp* trong các khâu công việc tương ứng với những không gian và thời gian cụ thể của các chương trình du lịch. Khoa Văn hóa Du lịch, trường Đại học Văn hóa Hà Nội trong chặng đường hơn ¼ thế kỷ đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho đất nước luôn bám sát tiêu chí, mục đích đào tạo thể hiện qua Slogan: “Đi cùng tri thức” đã luôn bám sát vào 3 chuyên đó để rồi đã tạo lập nên thương hiệu của mình: Thương hiệu Văn hóa Du lịch!



Hình 1: Logo biểu trưng và Slogan hành động của khoa Văn hóa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội

Với các cơ sở đào tạo nghề, các trường cao đẳng, trung cấp nghề du lịch nhất thiết phải được đầu tư hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng tương ứng phục vụ đào tạo nghề. Ở các cơ sở đào tạo thuộc loại hình này cần đi cùng với sự phát triển hiện đại của khoa học và công nghệ trong đào tạo nghề du lịch trên thế giới hướng tới Du lịch 4.0 ở Việt Nam. Đi cùng với đó là khai thác các giá trị văn hóa dân tộc đặc sắc để tạo ra những sản phẩm mang đặc trưng, bản sắc văn hóa dân tộc, vùng miền, tạo nên những sản phẩm du lịch mang đặc trưng văn hóa vùng miền, văn hóa dân tộc trong quá trình hội nhập. Bản sắc văn hóa dân tộc tạo nên ấn tượng và sự khác biệt! Ấn tượng và sự khác biệt tạo nên sự hấp dẫn, sức hút và thành công của hoạt động du lịch! Hiện nay, Văn hóa Du lịch trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch được cụ thể hóa vào thực tiễn hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch chính là quá trình chuẩn hóa và nâng cao các kỹ năng nghề tương ứng với các vị trí công việc đã được qui định trong Tiêu chuẩn nghề VTOS 2013 của Tổng cục Du lịch xây dựng dưới sự tài trợ, giúp đỡ của Liên minh châu Âu trong những năm vừa qua.

Bao trùm lên hết thảy các nội dung chương trình của các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch là việc nâng cao trình độ và khả năng sử dụng ngoại ngữ đối với người học. Vì hoạt động du lịch mang tính quốc tế nên nguồn nhân lực du lịch yêu cầu phải sử dụng được các ngoại ngữ ở mức độ cần thiết tương ứng với các vị trí công việc khác nhau trong các doanh nghiệp du lịch; đặc biệt là nhân viên trong các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế cũng như nhân viên trong các bộ phận khác nhau của các khách sạn có khả năng đón tiếp và phục vụ khách quốc tế. Việc phổ cập

tiếng Anh là yêu cầu quan trọng, bắt buộc với bất cứ doanh nghiệp du lịch nào mà có yếu tố nước ngoài trong kinh doanh. Bên cạnh đó, việc đào tạo một số ngoại ngữ hiếm như tiếng Nhật, tiếng Hàn, tiếng Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha... trở thành những lợi thế của các cá nhân cũng như các doanh nghiệp đón tiếp và phục vụ các dòng khách nói trên. Việc sử dụng các ngoại ngữ trong giao tiếp là yếu tố căn bản; ngoài ra cần nâng cao việc sử dụng ngoại ngữ chuyên ngành du lịch, đặc biệt trong hoạt động hướng dẫn du lịch cũng như các khâu nghiệp vụ trong kinh doanh khách sạn - nhà hàng du lịch. Cần mở rộng các vốn từ vựng chuyên biệt có liên quan đến văn hóa Việt Nam, đến các thành tố chuyên biệt trong văn hóa truyền thống của dân tộc như các từ vựng có liên quan đến tôn giáo - tín ngưỡng bản địa, kiến trúc, điêu khắc trong các di tích; phong tục tập quán truyền thống; lễ hội truyền thống, làng nghề truyền thống, các món ăn, đồ uống phục vụ du khách, lối sống, nếp sống của các cộng đồng cư dân... Ngoại ngữ là yếu tố đặc biệt quan trọng, không thể thiếu để khai thông hoạt động du lịch quốc tế; là phương tiện để phát triển du lịch không rào cản, du lịch không biên giới; là công cụ đặc hữu để truyền tải các giá trị đặc sắc của văn hóa dân tộc đến đông đảo bạn bè và du khách quốc tế; tăng tính hấp dẫn và khả năng kết nối của du lịch Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam (2017), *Nghị quyết 08-NQ/TW* của Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ban hành ngày 16/01/2017.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tổng cục Du lịch (2013), “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”, H.2013.
3. *Luật Du lịch* số 09/2017/QH14, Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam ban hành ngày 19/06/2017.
4. *Luật Di sản Văn hóa và nghị định hướng dẫn thi hành* (2002), NXB Chính trị Quốc gia, H.2002.
5. Lê Hồng Lý (chủ biên), Dương Văn Sáu, Đặng Hoài Thu (2010), giáo trình “*Quản lý di sản văn hóa với phát triển du lịch*”, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, H.2010.
6. Đồng Ngọc Minh, Vương Lôì Đình (2001), *Kinh tế du lịch và Du lịch học*, NXB Trẻ. 2001.
7. Dương Văn Sáu (2017), *Giáo trình Di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2017.
8. Dương Văn Sáu (2018), *Giáo trình Lễ hội Việt Nam trong sự phát triển du lịch*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2018.
9. Dương Văn Sáu (2019), *Giáo trình Văn hóa Du lịch*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2019.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC HỌC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH CỦA SINH VIÊN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

*ThS. Nguyễn Đức Hiếu
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đang tác động đachiều lên tất cả các lĩnh vực hoạt động du lịch của Việt Nam; trong đó có việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch; đặc biệt là kỹ năng tiếng Anh. Ngày nay việc giảng dạy và học tập tiếng Anh trong lớp học cũng như trực tuyến đã trở nên dễ dàng hơn với việc ứng dụng công nghệ kỹ thuật số và mạng Internet cho cả người dạy và người học. Người giảng dạy tiếng Anh cần phải cập nhật không chỉ các tài liệu giảng dạy truyền thống, mà còn tìm ra các chiến lược và phương pháp thích hợp để cải tiến cách dạy và học trong lớp thông qua giao tiếp kỹ thuật số. Bài báo tập trung vào những ý tưởng này với hy vọng người giảng dạy có thể tự nhìn lại cách giảng dạy của mình và tìm ra các phương pháp và quy trình giảng dạy mang tính ứng dụng để cả người dạy và người học có thể đi đúng hướng theo mục tiêu dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam.

Từ khóa: Công nghệ kỹ thuật số, Cách mạng công nghệ 4.0, Nhân lực, Du lịch, Tiếng Anh

1. GIỚI THIỆU

Giáo dục là một trong những lĩnh vực đặc biệt quan trọng, được Đảng, Nhà nước và toàn xã hội quan tâm, đầu tư trong tất cả các cấp học, bậc học; trong đó có việc đào tạo tiếng Anh cho học sinh, sinh viên (SV). Chính phủ, Bộ GD-ĐT đã triển khai nhiều giải pháp để nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ trong toàn hệ thống các trường học và bậc học tại Việt Nam, đặc biệt là nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại các trường cao đẳng, đại học. Việc tổ chức dạy và học ngoại ngữ đã và đang được đầu tư rất lớn với mục tiêu SV “*tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng và đại học có đủ năng lực ngoại ngữ sử dụng độc lập, tự tin trong giao tiếp, học tập, làm việc trong môi trường hội nhập, đa ngôn ngữ, đa văn hóa; biến ngoại ngữ trở thành thế mạnh của người dân Việt Nam, phục vụ sự nghiệp CNH, HĐH đất nước*” (Thủ tướng Chính phủ, 2008)

Tiếng Anh được xác định là một trong những năng lực quan trọng của sinh viên khi ra trường của tất cả các ngành đào tạo hiện nay tại Việt Nam. Từ thời kỳ đổi mới (1986) của đất nước, đến tác động của việc toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế thế giới trong đó có giáo dục Đại học, nhu cầu tăng cường khả năng dạy và học tiếng Anh trở thành một mục tiêu quan trọng trong việc cải cách giáo dục Đại học tại Việt Nam. Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề, chính phủ đã có những chương trình đào tạo và hợp tác với các đối tác trong việc phát triển các chương trình đào tạo cũng như hỗ trợ giáo viên, giảng viên và chuyên gia đi học tập tại nước ngoài. Rất nhiều giảng viên và chuyên gia sau khi tập huấn từ nước ngoài về đã mang rất nhiều những kiến thức và phương pháp giúp phát triển các chương trình đào tạo mà họ đã học được áp dụng tại cơ sở đào tạo. Một số các lý thuyết, quy trình và phương pháp đã được áp dụng có thể kể ra đây như: tiếng Anh giao tiếp, hệ thống thông tin hỗ trợ học tiếng Anh, hợp tác giảng dạy tiếng Anh.... (Tuyet, 2013).

Một trong những điểm yếu của lao động du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực như: Singapore, Thái Lan, Philippines... là sử dụng ngoại ngữ kém hơn. Chỉ có 60% lao động du lịch biết sử dụng ngoại ngữ, trong đó chủ yếu tiếng Anh (42%), còn lại tiếng Trung (5%), tiếng Pháp (4%) và một vài ngoại ngữ khác. Tuy nhiên, số lao động du lịch có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chiếm tỷ lệ thấp (khoảng 15%), chủ yếu là bộ phận hướng dẫn viên và lễ tân khách sạn. Cũng có khoảng 60% lao động du lịch biết sử dụng máy tính phục vụ công việc nhưng chủ yếu chỉ đáp ứng các công việc đơn giản. (Báo văn hóa, 2019).

Theo báo cáo của Bộ Giáo dục và Đào tạo chỉ có 49.3% sinh viên sau khi ra trường đạt yêu cầu về tiếng Anh, 19% sinh viên không đạt yêu cầu và 32% cần đào tạo lại. Theo nghiên cứu của Tuyet Mai (2016) đã cung cấp số liệu về trình độ tiếng Anh của sinh viên năm nhất thì điểm số TOEIC trung bình đạt được từ 220-24/900, và chỉ ra rằng sinh viên cần 360 giờ học tiếng Anh để đạt được điểm TOEIC 450-500/900, trong khi sinh viên chỉ có 225 giờ trên lớp để học tiếng Anh trong suốt 4 năm học (Tuyet Mai, 2016).

Theo Đề án Ngoại ngữ Quốc gia 2020 nhằm mục tiêu đến năm 2020, đa số thanh niên Việt Nam tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng và đại học có đủ năng lực ngoại ngữ sử dụng độc lập, tự tin trong giao tiếp, học tập làm việc trong môi trường hội nhập, đa ngôn ngữ, đa văn hóa, biến ngoại ngữ trở thành thế mạnh của người Việt Nam, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Mục tiêu cụ thể của Đề án Ngoại ngữ quốc gia trong hệ thống các trường đại học như sau: đối với các ngành học không chuyên ngữ, sau khi tốt nghiệp, sinh viên phải đạt trình độ tối thiểu bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ; đối với các ngành chuyên ngữ, sinh viên tốt nghiệp cao đẳng phải đạt trình độ bậc 4, tốt nghiệp đại học phải đạt trình độ bậc 5 đồng thời được đào tạo ngoại ngữ hai đạt trình độ bậc 3 khung năng lực ngoại ngữ. Một vài con số cụ thể để nhận ra mục tiêu phân đầu như sau: đối với giáo dục nghề nghiệp, mục tiêu đặt ra là đến năm 2020, có khoảng 60% học sinh trung cấp, 100% sinh viên trường cao đẳng và tới năm 2025, 90% học sinh trường trung cấp đạt trình độ bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam và có thể sử dụng tiếng Anh trong việc làm. Ở bậc đại học không chuyên ngữ, đến năm 2020 sẽ có khoảng 70% sinh viên và đến năm 2050 tất cả sinh viên phải đạt chuẩn đầu ra khi tốt nghiệp (bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam).

Chất lượng của việc dạy và học tiếng Anh tại các cơ sở đào tạo là một dấu hỏi lớn, có rất nhiều vấn đề được chỉ ra trong việc dạy tiếng Anh với hai chương trình phổ biến hiện nay là dạy Tiếng Anh cơ bản (English as a foreign language - EFL) và tiếng Anh chuyên ngành (English for

specific purposes - ESP). Các nhân tố có thể được liệt kê ra như: lớp học quá đông sinh viên, tài liệu giảng dạy không đầy đủ, trình độ sinh viên không đồng đều, giảng viên có trình độ tiếng Anh không đạt yêu cầu, thiếu thời gian thực tập tiếng Anh, phương pháp giảng dạy thiếu hiệu quả, giảng viên không đầu tư nhiều cho bài giảng, tập trung giảng dạy ngữ pháp, đánh giá thấp vai trò của sinh viên (Khuong, 2015).

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

Việc tạo động lực cho sinh viên trong việc học tiếng Anh được rất nhiều học giả và nhà nghiên cứu quan tâm và đã có nhiều công trình trong việc tìm ra các phương pháp giúp sinh viên cảm thấy hứng thú cho việc học tiếng Anh. Để có thể tìm ra các phương pháp thích hợp thì việc tìm ra các yếu tố làm giảm sút động lực (Demotivation) học tập của sinh viên là tiền đề để có thể đánh giá tổng thể các nhân tố tác động và đề ra giải pháp khắc phục. Theo nghiên cứu của Gorham and Christophel (1992) thì các yếu tố tác động làm suy giảm động lực học tập được chia làm ba loại: Thái độ giảng viên, chương trình giảng dạy, và nội dung giảng dạy. Richard và Thu Trang (2007) đưa ra một số tác động ảnh hưởng trực tiếp lên động lực học tập tiếng Anh của sinh viên như: nhân tố bên trong từ bản thân sinh viên, các nhân tố bên ngoài liên quan đến thái độ giảng viên, môi trường học tập và các yếu tố khác từ xã hội và nghề nghiệp.

Ngoài việc học tiếng Anh theo các trình độ từ cơ bản đến nâng cao để phát triển các kỹ năng thì việc học tiếng Anh chuyên ngành đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực ngoại ngữ cho sinh viên. Việc đưa tiếng Anh vào trong bối cảnh cụ thể của công việc hoặc tình huống trong ngành nghề liên quan giúp sinh viên nâng cao kỹ năng nghề, kiến thức về nghề, cũng như nhu cầu giao tiếp ngoại ngữ trong công việc, vấn đề là làm sao đạt được hiệu quả cao nhất trong việc dạy tiếng Anh chuyên ngành là một câu hỏi lớn. Theo một số nghiên cứu chỉ ra rằng, giảng viên dạy tiếng Anh chuyên ngành đóng vai trò như là một chuyên gia (Hyland, 2007), không chỉ có chuyên môn tiếng Anh cao mà họ còn có kiến thức trong lĩnh vực nghề đang dạy.

Dudley-Evans and St John (1998) khẳng định rằng người học tham gia các khoa học tiếng Anh chuyên ngành là sinh viên ở các trường đại học hay cao đẳng, hoặc là những người đã đi làm việc. Sinh viên tham gia khóa học tiếng Anh nên có trình độ Tiếng Anh cơ bản cấp độ trung cấp hoặc tối thiểu là sơ cấp.

Eliss and Jonson (1994) và Duley (1998) đã đề xuất về yêu cầu đối với giảng viên dạy tiếng Anh chuyên ngành như sau:

- Giảng viên dạy tiếng Anh chuyên ngành phải tốt nghiệp đại học ngành ngôn ngữ Anh bởi vì dạy tiếng Anh chuyên ngành là dạy ngôn ngữ chứ không phải dạy chuyên môn. Giảng viên phải biết khơi dạy sự thích học Tiếng Anh của sinh viên để sau này các em sử dụng tiếng Anh để phục vụ chuyên môn của mình.

- Giảng viên phải có kiến thức cơ bản về chuyên ngành đó và họ phải là người có thể thiết kế khóa học và phát triển tài liệu.

- Giảng viên phải là một nhà nghiên cứu để phát triển tài liệu và đưa ra các phương pháp giảng dạy ngôn ngữ thích hợp.

- Giảng viên phải là một người biết hợp tác cùng đồng nghiệp, cùng sinh viên và phải có thái độ tích cực để hướng sinh viên yêu nghề.

Tiếng Anh chuyên ngành du lịch là tiếng Anh mang đặc thù chuyên môn ở lĩnh vực hẹp. Hệ thống chủ điểm của tiếng Anh chuyên ngành du lịch gắn với các nội dung chuyên sâu của chuyên ngành, mang tính đặc thù riêng của ngành du lịch và rất cần thiết cho công việc của hướng dẫn viên du lịch. Như vậy, để hiểu được thế nào là tiếng Anh chuyên ngành du lịch, chúng ta cần phải nắm được các khía cạnh công việc đòi hỏi người hướng dẫn viên du lịch sử dụng tiếng Anh. Trong nghiên cứu đăng trên tạp chí English for Specific Purposes World, NittayaSanguanngarm (2011) đã tổng hợp hai nhiệm vụ chính của hướng dẫn viên cần sử dụng tiếng Anh:

- Dẫn chương trình du lịch (đón khách tại điểm; cung cấp thông tin cần thiết cho khách; thuyết minh tuyến điểm và giới thiệu các kiến thức văn hóa, lịch sử, xã hội liên quan; trả lời câu hỏi và thắc mắc của khách; tiễn khách).

- Lên và mô tả lịch trình chương trình du lịch.

Tiếng Anh chuyên ngành du lịch cũng không nằm ngoài bối cảnh chung của việc học và sử dụng tiếng Anh phổ thông và tiếng Anh chuyên ngành. Muốn sử dụng được tiếng Anh chuyên ngành du lịch, người học phải tương đối thông thạo tiếng Anh chuyên ngành để có cơ sở về kiến thức ngôn ngữ, kỹ năng diễn đạt và kỹ năng nhận thức hỗ trợ cho tiếng Anh hướng dẫn du lịch hình thành và phát triển. Do đặc thù công việc, các hướng dẫn viên du lịch cần có khả năng giao tiếp tốt không chỉ liên quan đến giao tiếp thông thường hay tiếng Anh để thực hiện các nhiệm vụ cụ thể mà còn cần vốn tiếng Anh sâu rộng về mọi lĩnh vực, đặc biệt là các kiến thức văn hóa.

Như vậy, tiếng Anh chuyên ngành du lịch được xem là một yếu tố cơ bản hình thành nguồn nhân lực có năng lực nghề nghiệp cao, thích nghi với đòi hỏi khắt khe của thị trường sức lao động. Trình độ hiểu biết và sử dụng tiếng Anh, đặc biệt là tiếng Anh chuyên ngành du lịch rõ ràng đóng vai trò có tính xung lực trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả của nhân lực ngành Du lịch theo những chuẩn mực quốc tế.

3. ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN VIỆC HỌC TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN

3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực học tiếng Anh của sinh viên

Việc giám sát động lực học tiếng Anh từ phía sinh viên đã được cảnh báo và nêu ra để bàn bạc trong thời gian dài, tuy rằng đã có những thay đổi tích cực trong việc giảng dạy cũng như cải thiện môi trường học tập, thì vấn đề học tiếng Anh của sinh viên vẫn tiếp tục giảm sút và kỹ năng về tiếng Anh của sinh viên mới ra trường chưa đạt yêu cầu vẫn đang là một thực trạng phổ biến hiện nay (Khuong, 2015).

Đã có nhiều nghiên cứu để tìm ra các yếu tố tác động đến việc suy giảm động lực học ngoại ngữ từ phía sinh viên, các nghiên cứu chỉ ra các tác động lên sinh viên trong việc học ngoại ngữ được tóm gọn trong ba nhân tố chính: nhân tố bên trong từ phía bản thân sinh viên, và nhân tố bên ngoài đến từ giáo viên, môi trường học tập và các tác động khác (Richard, 2007). Thái độ học tập, kinh nghiệm từ những thất bại hoặc thành công trong việc học và lòng tự trọng là những yếu tố chính từ phía bản thân sinh viên tác động đến động lực học tiếng Anh.

Thái độ học tập tác động rất lớn đến động lực học tiếng Anh của sinh viên, khác với những môn học mà sinh viên được học bằng tiếng Việt, thì việc học tiếng Anh đòi hỏi ở sinh viên nỗ lực học tập rất lớn; có thể kể ra các yếu tố trong thái độ học tập mà sinh viên thường gặp khó khăn như: khó khăn trong việc phát âm, vốn từ ngữ lớn và sự phức tạp trong ngữ pháp. Mỗi yếu tố trên có những tác động khác nhau đến sinh viên, và đa số sinh viên cảm thấy việc học ngữ pháp tiếng Anh là khó khăn lớn nhất mà họ gặp phải và làm giảm động lực học của họ (Trang, 2007).

Nhưng đó chưa phải là yếu tố lớn nhất tác động đến sinh viên, những kinh nghiệm đến từ việc thất bại và thành công trong việc học ảnh hưởng trực tiếp lên động lực học tập của sinh viên; các yếu tố có thể liệt kê ra đây như: thất bại trong việc hiểu bài học, thua kém các bạn trong lớp, khó khăn trong việc trả lời câu hỏi từ giảng viên, khó khăn trong việc giao tiếp bằng tiếng Anh, và kết quả thấp cho dù đã nỗ lực trong việc học. Ngoài hai yếu tố lớn như đã nói thì một phần lý do đến từ lòng tự trọng của sinh viên, việc bị giảng viên la mắng hay chê cười từ bạn bè trong lớp học về thành tích làm sinh viên cảm thấy bị xúc phạm và dẫn đến việc họ mất động lực trong việc học. Ngoài ra sinh viên còn bị một số tâm lý như: sợ mất mặt trước đám đông, tự ti về bản thân cũng phần nào tác động lên việc học của sinh viên. Các yếu tố được xếp thứ tự từ lớn đến nhỏ tác động đến việc làm giảm động lực học của sinh viên đối với môn tiếng Anh thể hiện trong bảng 1.

Bảng 1: Các yếu tố bên trong tác động đến việc học tiếng Anh của sinh viên

Nhân tố bên trong		
Thái độ trong việc học	Kinh nghiệm trong việc học	Lòng tự trọng
Ngữ pháp phức tạp	Khó khăn trong tiếp thu bài học	Không tự tin
Vốn từ vựng lớn	Khó khăn trong việc giao tiếp bằng tiếng Anh	Cảm thấy bị xúc phạm
Khó khăn trong việc phát âm	Kết quả học tập thấp	
	Khó khăn trong việc trả lời câu hỏi hay làm bài tập	
	Thua kém bạn bè cùng lớp	

Nguồn: Richard, 2007; Cam Thi Hong Khuong, 2015; Hoang van van

Tuy nhiên các nhân tố từ phía bản thân sinh viên có thể khắc phục được phần nào giúp sinh viên có thêm động lực trong việc học và họ có thể kiểm soát được. Vấn đề lớn nhất mà sinh viên gặp phải ở đây là các nhân tố bên ngoài có tác động rất lớn đến động lực học tiếng Anh của sinh viên. Các nhân tố bên ngoài như giảng viên giảng dạy, môi trường học tập và các yếu tố khác đến từ xã hội và gia đình. Giảng viên tiếng Anh được nhắc đến nhiều trong các nghiên cứu về việc dạy và học ngoại ngữ trong các trường Đại học, các yếu tố liên quan đến giảng viên có thể được liệt kê ra như sau: Thái độ của giảng viên, kiến thức và chuyên môn giảng dạy, phương pháp giảng dạy và phương pháp kiểm tra đánh giá.

Các yếu tố được liệt kê trong bảng 2 cho thấy cách nhìn nhận của sinh viên về giảng viên thông qua thái độ, phương pháp giảng dạy cũng như các phương thức kiểm tra đánh giá tác động lên động lực học tiếng Anh của sinh viên, các tác động này gần như không phân biệt cho sinh viên học các chuyên ngành khác nhau ở cấp độ tiếng Anh cơ bản (English as Foreign Language). Trong các yếu tố kể trên thì phương pháp giảng dạy và thái độ giảng viên tác động rất lớn đến giảng viên (Hong, 2014). Sự thiếu quan tâm và nhiệt huyết của giảng viên đến từ nhiều yếu tố bị tác động bởi môi trường khách quan và áp lực của cuộc sống, dẫn đến việc giảng viên không thực sự để hết tâm trí vào việc giảng dạy cho sinh viên, tuy nhiên nó có thể được khắc phục nếu có sự quan tâm từ các cấp quản lý. Về yếu tố phương pháp giảng dạy sẽ được nói nhiều hơn trong phần sau trong việc đề cập đến việc giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên ngành du lịch tại các trường đại học, vì đây là yếu tố có tác động lớn nhất đến việc phát triển kỹ năng cho sinh viên cũng như tạo động lực cho sinh viên học tập.

Bảng 2: Yếu tố tác động từ giảng viên lên động lực học tập của sinh viên

Nhân tố bên ngoài			
Giảng viên			
Thái độ giảng viên	Chuyên môn	Phương pháp giảng dạy	Phương pháp kiểm tra đánh giá
Thiếu sự quan tâm và nhiệt huyết	Uy tín thấp	Không sáng tạo, nhàm chán	Kiểm tra ngoài những gì trong sách
Nghiêm khắc và không linh động	Phát âm không đúng và khó hiểu	Giảng dạy không đầy đủ	không phân biệt theo trình độ
Xúc phạm sinh viên		Lượng bài không hợp lý	Phản hồi thiếu chính xác
Thiên vị		Nói quá nhanh	
		Thường xuyên kiểm tra sinh viên	
		Bài học giới hạn theo sách giáo khoa	
		Các bài học lặp lại theo từng lớp	
		Mỗi giảng viên có mỗi phương pháp khác nhau	

Nguồn: Richard, 2007; Cam Thi Hong Khuong, 2015; Hoang Van Van

Môi trường học tập cũng quyết định một phần quan trọng trong việc tạo động lực học tập cho sinh viên trong việc học tiếng Anh. Qua bảng 3 có thể thấy các yếu tố từ môi trường học tập ảnh hưởng phần nào đến việc học tiếng Anh của sinh viên, tuy nhiên có thể thấy các yếu tố này có thể được cải thiện nếu có sự đầu tư đúng mức và nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của môn học tiếng Anh.

Bảng 3: Các yếu tố từ môi trường học tập và các yếu tố khác

Môi trường học tập				
Không khí lớp học	Cơ hội sử dụng tiếng Anh	Điều kiện học tập	Thời gian trên lớp	Sách giáo khoa
Căng thẳng	Ít cơ hội thực tập tiếng Anh tại lớp	Lớp đông sinh viên	Thời gian học không thuận lợi	Nhàm chán
Im lặng và	Không có cơ hội thực	Phương tiện giảng	Thời gian học ít	Không phân

buồn chán	tập tiếng Anh với người nước ngoài	dạy không đầy đủ		biết trình độ sinh viên
Hành vi tiêu cực		Trình độ sinh viên không đồng đều		Sách hướng dẫn
		Thiếu các hoạt động ngoại khóa		
Các yếu tố khác				
Nghĩa vụ		Thay đổi tiêu cực		
Yêu cầu từ phụ huynh		Sự thay đổi giảng viên từ tốt sang không tốt		
Yêu cầu về đầu ra tiếng Anh		Thay đổi môi trường học tập, bạn bè mới		
Yêu cầu của nghề nghiệp				
Phải học quá nhiều môn				

Nguồn: Richard, 2007; Cam Thi Hong Khuong, 2015; Hong, 2014

3.2. Khuynh hướng giảng dạy hiện nay

Đề có tầm nhìn toàn cầu trong việc cải thiện việc giảng dạy và học tập ngoại ngữ nói chung và tiếng Anh nói riêng, chúng ta cần tiếp cận ba xu hướng chủ chốt về giảng dạy trên thế giới trong thế kỷ XXI.

Chuyển giao bằng kỹ thuật số (Digital Delivery): Không còn tập trung hoàn toàn vào sách làm nguồn cung cấp nội dung giảng dạy, các nhà giáo dục và người học đều có thói quen sử dụng các mạng trên Internet để tìm kiếm các thông tin đáng tin cậy, có giá trị và cập nhật đến từng giây phút.

Thiết lập động lực theo sở thích (Interest-Driven): Mặc dù thông thường người học đợi đến tuyển sinh đại học như tại Việt Nam, hoặc từ năm thứ ba như tại Hoa Kỳ mới chọn ngành học, xu hướng ngày nay người học được định hướng sở thích chuyên ngành ngay từ khi mới bước vào trường trung học. Trên cơ sở sở thích và nhu cầu của người học, các chương trình đào tạo được xây dựng cho phù hợp.

Kỹ năng thế kỷ XXI (21st century Skills)

- Giáo dục toàn cầu hiện nay tập trung chú ý đến việc đào tạo con người hay nhân lực cho thế kỷ 21 nhằm giáo dục cho người học đạt được nhu cầu: sẵn sàng cho thế giới thực ngoài kia (real-world deadiness).

- Những chủ đề như tính hợp tác, khả năng đổi mới, tư duy phê phán và truyền thông được cho là quan trọng như nhiều môn học cơ bản khác vì đó là những kỹ năng thực tiễn có thể ứng dụng ở thế giới bên ngoài nhà trường.

- Tuy nhiên, không chỉ là các kỹ năng thực tiễn mà điều quan trọng hơn là người học có thể “lướt” trong thế giới kỹ thuật số quanh họ với sự tự tin, không hề sợ hãi. Tìm ra được thông tin cần thiết trong hàng triệu thông tin trên mạng, biết thông tin nào đáng tin cậy, thông tin nào đáng vứt bỏ trong vô số nguồn của mạng Internet. Người học cũng cần biết cách và đóng góp điều gì cho cộng đồng mạng toàn cầu, và biết cách để trở thành công dân kỹ thuật số có trách nhiệm.

3.3. Giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành cho sinh viên Đại học

Tiếng Anh chuyên ngành là một trong những môn học bắt buộc ở trình độ Đại học đối với sinh viên, đối với các ngành học mà sự tương tác với tiếng Anh rất nhiều như Du lịch hay kinh doanh thì tiếng Anh gần như là kỹ năng bắt buộc để có thể làm việc cũng như phát triển sự nghiệp, và với xu hướng toàn cầu hóa cũng như hội nhập kinh tế khu vực nó càng trở nên cấp thiết và mang yếu tố quyết định. Đánh giá được vai trò quan trọng của việc giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành, tuy nhiên vẫn còn rất nhiều trở ngại trong việc nâng cao chất lượng của giảng viên cũng như sinh viên để có thể đạt được kết quả tốt. Đa số giảng viên hiện nay giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành thường không có kinh nghiệm và kiến thức chuyên sâu về ngành mà họ giảng dạy, vẫn chú yếu là chú trọng trong việc dạy ngữ pháp cũng như kỹ năng đọc và viết (Lai, 2017)

3.3.1. Các yếu tố liên quan đến sinh viên

Sự khác nhau về vùng miền cũng như hệ thống giáo dục tại các cơ sở địa phương dẫn đến trình độ sinh viên có sự chênh lệch và đặc biệt là tiếng Anh. Sự tiếp xúc với môn học tiếng Anh có sự khác nhau về thời gian và phương pháp giảng dạy cũng như trình độ của sinh viên và giảng viên.

Kể đến nhu cầu sử dụng tiếng Anh ở mỗi khu vực và ngành khác nhau nên cũng ảnh hưởng đến việc dạy tiếng Anh chuyên ngành (To Hoa, 2016). Chính những sự khác nhau ở trên dẫn đến sinh viên có trình độ khác nhau và không đồng đều khi bắt đầu các môn học tiếng Anh ở đại học, dẫn đến các kỹ năng cơ bản về nghe, nói, đọc, viết cũng khác nhau.

Sự khác nhau giữa tiếng Việt và tiếng Anh, đặc biệt là tiếng Anh chuyên ngành. Sinh viên gặp khó khăn trong việc hiểu các khái niệm, các tình huống trong công việc và xử lý công việc bằng tiếng Anh. Sinh viên đã quen thuộc trong việc sử dụng tiếng Việt trong việc xử lý các tình huống cũng như đọc các khái niệm, và khi chuyển qua tiếng Anh thì họ cần nhiều thời gian hơn để có thể hiểu được, và nhiều sinh viên bỏ cuộc khi không thể nhớ và áp dụng tiếng Anh chuyên ngành cho công việc của họ. Một khó khăn mà sinh viên thường xuyên gặp phải chính là vốn từ, việc học tiếng Anh cơ bản đã là một khó khăn cho sinh viên trong việc có được vốn từ vựng phong phú, thì khi chuyển qua học tiếng Anh chuyên ngành sẽ thực sự là trở thành một thách thức rất lớn cho sinh viên trong việc có thể ghi nhớ hết được (Tuyet Mai, 2016).

3.3.2. Các yếu tố liên quan đến giảng viên

Việc dạy tiếng Anh chuyên ngành phụ thuộc nhiều vào tài liệu giảng dạy và bài giảng của giảng viên. Hiện nay việc thiếu các sách về tiếng Anh chuyên ngành đang gây khó khăn cho sinh viên và cả giảng viên trong việc tìm tài liệu để học và giảng dạy. Đa số các tài liệu chỉ tập trung phát triển các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và dịch thuật. Giảng viên sử dụng tài liệu để dạy sinh viên trong việc đọc tài liệu và ghi nhớ từ vựng (Lâm, 2011).

Trình độ giảng viên và phương pháp giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành còn nhiều bất cập. Giảng viên không có nhiều kinh nghiệm và kiến thức để có thể giúp sinh viên sử dụng tiếng Anh trong các tình huống cụ thể liên quan đến ngành nghề mà họ sẽ làm việc. Ngoài ra, sự thiếu thốn về phương tiện và thời gian giảng dạy cũng phần nào làm giảm hiệu quả của việc giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành (Ho, 2011).

Việc xây dựng đề cương để hỗ trợ cho giảng viên tiếng Anh chuyên ngành còn thiếu và đó là một thách thức lớn cho các chương trình đào tạo hiện nay. Việc giảng viên không có kiến thức chuyên ngành về lĩnh vực mà giảng dạy sẽ được hỗ trợ nhiều hơn nếu họ có đề cương môn học giúp họ định hình được việc sẽ giảng dạy như thế nào và sử dụng công cụ gì để đạt hiệu quả cao nhất (Lai, 2017).

3.3.3. Các yếu tố khác

Việc tổ chức lớp học như hiện nay gây một khó khăn lớn cho giảng viên trong việc giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành, với số lượng sinh viên trung bình trên 50 người một lớp học thực sự là tình huống khó cho giảng viên trong việc tiếp cận được sinh viên, giúp sinh viên thực hiện các tình huống và đánh giá được từng sinh viên (Hong, 2014).

Với việc phải hoàn thành các môn học và đạt kết quả tốt là thách thức với sinh viên và cả giảng viên. Đạt được điểm số tốt vẫn là mục tiêu quan trọng với sinh viên trong mỗi môn học và tiếng Anh chuyên ngành cũng không ngoại lệ. Và giảng viên cũng tập trung trong việc giảng dạy để sinh viên có thể đạt điểm cao mà bỏ qua các kiến thức thực sự cần thiết cho sinh viên (Hong Khuong, 2015).

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DẠY VÀ HỌC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH CHO SINH VIÊN DU LỊCH

4.1. Xây dựng chương trình đào tạo

Các cơ sở đào tạo chương trình tiếng Anh chuyên ngành du lịch nên phối hợp với nhau trong thiết kế và xây dựng chương trình đủ năng lực, đảm trách tốt việc xây dựng chương trình nhằm đảm bảo hiệu quả giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành cho người học. Trong việc xây dựng chương trình phải chú ý đến tính liên tục và tính kế thừa để nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh chuyên ngành cho đội ngũ hướng dẫn viên đang công tác trong ngành du lịch trên địa bàn tỉnh. Xây dựng và phát triển chương trình đào tạo tiếng Anh chuyên ngành cho nghề hướng dẫn du lịch theo hướng chuẩn hóa và thống nhất. Đổi mới cơ bản việc xây dựng chương trình đào tạo dựa vào chuẩn kiến thức, kỹ năng được quy định trong các thang chuẩn đánh giá năng lực tiếng Anh quốc gia và quốc tế hiện hành.

4.2. Phát triển tài liệu dạy học

Phát triển tài liệu dạy học là một trong những kỹ năng quan trọng của người dạy. Với sự trợ giúp của những tổ chức nước ngoài, tài liệu mẫu về tiếng Anh du lịch, các đơn vị đào tạo cần phối hợp để thống nhất biên soạn bộ giáo trình chuẩn, cập nhật và phù hợp với nhu cầu đào tạo mới. Phát triển tài liệu dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch cho nghề hướng dẫn du lịch phù hợp với thực tế hoạt động nghiệp vụ ở địa bàn tỉnh; cập nhật phù hợp với nhu cầu đào tạo mới và dùng thống nhất trên toàn quốc. Đẩy mạnh việc triển khai xây dựng ngân hàng đề thi trên cơ sở quy chuẩn cho lĩnh vực hướng dẫn du lịch dựa trên các chương trình, giáo trình và tài liệu tham khảo chung đã được thống nhất.

Để dạy học tiếng Anh du lịch theo nhu cầu xã hội, trước hết cần vạch ra các mục tiêu cần đạt được của học phần, từ đó xây dựng các bài học và lựa chọn tài liệu phù hợp. Hiện nay, có rất nhiều tài liệu dạy học tiếng Anh du lịch phổ biến. Tuy nhiên, lựa chọn một, hai hoặc ba giáo trình đáp ứng đủ các mục tiêu đặt ra là điều khó khả thi. Vì vậy, cần thiết phải biên soạn một bộ giáo trình phù hợp bằng việc lựa chọn các bài dạy đáp ứng mục tiêu dạy học từ các bộ giáo trình có sẵn kết hợp sử dụng tài liệu thực tế và các bài do giảng viên tự biên soạn. Bên cạnh đó, việc kết hợp sử dụng tài liệu thực tế cũng là một giải pháp cần thiết. Ngoài các bài học có trong giáo trình đã xuất bản, việc dạy học tiếng Anh cho hướng dẫn viên du lịch cần phải theo hướng tiếp cận tài liệu hiện đại. Vì vậy, cập nhật các thông tin du lịch trên mạng Internet về thực tế công việc của một hướng dẫn viên du lịch để đưa vào bài học là một phần quan trọng trong dạy học tiếng Anh chuyên ngành du lịch cho người học.

4.3. Hình thức tổ chức dạy học

Đa dạng các hình thức tổ chức dạy học nhằm phát triển kiến thức, kỹ năng và thái độ cho hướng dẫn viên ngành du lịch.

Thứ nhất, dạy học tiếng Anh theo định hướng giao tiếp: Xuất phát từ mục đích sử dụng ngôn ngữ, việc dạy học tiếng Anh du lịch chủ yếu nhằm phát triển khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh trong các tình huống du lịch. Dạy học tiếng Anh du lịch theo phương pháp dạy giao tiếp qua đối thoại đòi hỏi người học phải biết cách sử dụng tiếng Anh để tham gia vào các cuộc thảo luận, đàm thoại về các vấn đề liên quan đến du lịch.

Thứ hai, dạy học tiếng Anh du lịch theo định hướng phát triển tính tự chủ cho người học: Sử dụng bài tập lớn cá nhân, bài tập lớn theo nhóm giúp người học chủ động tự nghiên cứu, tìm hiểu sâu hơn các vấn đề về văn hóa du lịch của một vùng miền cụ thể theo sở thích cá nhân và nhu cầu công việc.

Thứ ba, dạy học tiếng Anh du lịch theo chủ đề: Tổ chức các hoạt động dạy học (nghe, nói, đọc, viết, thuyết trình...) xoay quanh các vấn đề liên quan đến văn hóa du lịch như ẩm thực, phong tục tập quán, làng nghề, lễ hội, di tích lịch sử... Các chủ đề mà các hướng dẫn viên thường gặp trong công việc thực tế.

Thứ tư, dạy học tiếng Anh du lịch theo tình huống: Người học đóng vai nhân viên công ty lữ hành, hướng dẫn viên du lịch ở các địa điểm du lịch. Ở mỗi vai, người học phải biết sử dụng ngôn ngữ phù hợp, có thái độ ứng xử lịch sự, thể hiện tính chuyên nghiệp. Các tình huống tương tác với khách du lịch thực tế được lồng vào trong bài học nhằm nâng cao năng lực giải quyết vấn đề, khả năng phản xạ tiếng Anh cho hướng dẫn viên du lịch và thuyết minh viên.

4.4. Hình thức kiểm tra, đánh giá

- Đa dạng hình thức kiểm tra, đánh giá thường xuyên. Cụ thể, ngoài hình thức bài kiểm tra viết truyền thống, có thể sử dụng các hình thức đánh giá thông qua thuyết trình, bài tập lớn cá nhân và nhóm, đóng vai trong các tình huống du lịch.

- Đánh giá bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết. Trên thực tế ở phần lớn các khóa học, vì một số điều kiện khách quan, hình thức đánh giá chủ yếu thông qua bài kiểm tra đọc - viết trên giấy. Tuy nhiên, đối với các lớp bồi dưỡng tiếng Anh cho hướng dẫn viên du lịch và thuyết minh viên, các bài kiểm tra cần được thiết kế đặc thù, chú trọng vào kiểm tra năng lực giao tiếp, kỹ năng nghe nói và xử lý các tình huống du lịch mà họ gặp phải.

4.5. Nâng cao năng lực đội ngũ giáo viên giảng dạy

Theo nhu cầu xã hội, việc dạy học tiếng Anh du lịch không chỉ dừng lại ở việc truyền thụ kiến thức chuyên ngành bằng tiếng Anh cho người học, mà điều quan trọng hơn là phát triển kỹ

năng giao tiếp, khả năng sử dụng kiến thức chuyên ngành hiệu quả trong quá trình làm việc phục vụ khách du lịch nước ngoài. Vì vậy, giáo viên giảng dạy tiếng Anh cho hướng dẫn viên phải là giáo viên tiếng Anh. Với kỹ năng tổ chức các hoạt động ngôn ngữ trong và ngoài lớp học, giáo viên tiếng Anh có khả năng biến quá trình tiếp thụ kiến thức chuyên ngành bị động của sinh viên thành quá trình học tập chủ động, tích cực.

Hơn nữa, để đạt được chất lượng đào tạo theo yêu cầu, việc đào tạo giáo viên chuyên ngành nói chung và tiếng Anh du lịch nói riêng là một yếu tố rất quan trọng vì ngoài kiến thức ngôn ngữ và văn hóa nói chung, giáo viên cần có kiến thức chuyên ngành chuyên sâu nhất định. Để đáp ứng yêu cầu này, giáo viên tiếng Anh du lịch cần phải tham gia các khóa bồi dưỡng, các hội thảo chuyên ngành, đồng thời làm việc trực tiếp với giáo viên chuyên ngành để có kiến thức sâu hơn về lĩnh vực du lịch.

Với vai trò của người giáo viên tiếng Anh chuyên ngành, ngoài việc nắm vững mục tiêu của học phần, hiểu rõ nội dung dạy học, hình thức tổ chức dạy học, và kiểm tra đánh giá, còn phải linh hoạt để nắm bắt những thay đổi trong ngành, nhằm đáp ứng việc dạy học hướng tới nâng cao năng lực người học, đáp ứng yêu cầu chuyên môn nghiệp vụ của người học và nhu cầu của xã hội vốn không ngừng phát triển và thay đổi. Điều này yêu cầu người giáo viên tiếng Anh chuyên ngành phải luôn cập nhật thông tin, tự học hỏi để theo kịp sự phát triển của ngành.

4.6. Một số ví dụ về ứng dụng công nghệ cụ thể qua Internet mang tính toàn cầu

Chương trình TED (Technology, Entertainment, Design): đây là một chuỗi chương trình dưới dạng các cuộc trò chuyện ngắn, hiệu quả theo nhiều chủ đề khoa học, kinh doanh và toàn cầu với hơn 110 ngôn ngữ khác nhau. Người nói chuyện là những diễn giả nổi tiếng khắp toàn cầu. Đây là chương trình giúp người học trau dồi tiếng Anh và kiến thức có tính toàn cầu ngoài lớp học.

Ứng dụng chương trình Duolingo Apps: đây là một chương trình học tiếng Anh miễn phí ứng dụng qua smartphone mà phần nhiều người học Việt Nam ngày nay đều có. Người dạy trên lớp có thể ra bài tập và kiểm tra tiến độ học tập của người học theo hệ thống bảng theo dõi.

Sử dụng mạng xã hội (Social Networks): theo thống kê của trung tâm IACP Center for Social Media, hàng ngày Facebook có lượng người sử dụng 1 tỉ 3 người và Twitter có 175 triệu người. Mạng xã hội là một công cụ rất tốt để tạo ra cộng đồng học tập và lộ trình giao tiếp. Ví dụ, hàng ngày người dạy có thể cung ứng một số điểm cho người học như Phát âm trong ngày hay từ vựng mỗi ngày.

Web Quests: đây là trang mạng được xây dựng bởi Trường Đại học San Diego, Hoa Kỳ, rất hấp dẫn với người học khi sử dụng Internet để xây dựng kỹ năng tiếng Anh. Người dạy giao bài làm để người học sử dụng vốn tiếng Anh của mình làm bài cho người dạy đánh giá. Người dạy cũng có thể tự thiết kế chương trình giảng dạy của mình cho người học.

Trên đây là một vài ví dụ cho việc ứng dụng công nghệ trong giảng dạy ngoài lớp học để việc dạy và học ngoại ngữ có thể thực hiện theo thời gian 24/7, tiện lợi cho nhiều người học tiếng Anh ngày nay. Tất nhiên, người dạy tiếng Anh cũng cần có trình độ giao tiếp được bằng công nghệ thông tin để có thể tiến hành các công cụ này hiệu quả.

5. KẾT LUẬN

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, ngày càng khẳng định vai trò quan trọng với sự phát triển kinh tế Việt Nam nói riêng và kinh tế ASEAN nói chung. Theo Tổ chức Du lịch thế giới, trong thế kỷ 21 du lịch trở thành hoạt động kinh tế quan trọng nhất trên phạm vi toàn cầu. Với vai trò ngày càng tăng của ngành du lịch, nhiều quốc gia đã coi du lịch là động lực chính để phát triển kinh tế - xã hội.

Theo đó, để lao động du lịch Việt Nam, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch có thể đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của du khách trong bối cảnh hiện nay, thì vấn đề đào tạo, nâng cao năng lực tiếng Anh chuyên ngành cần được quan tâm thường xuyên và có giải pháp cụ thể triển khai trong thời gian sắp tới.

Từ việc phân tích cơ sở lý luận và kết quả thu được qua khảo sát về nhận thức, năng lực tiếng Anh của hướng dẫn viên du lịch, chúng tôi đề xuất những giải pháp về việc xây dựng chương trình, biên soạn giáo trình, phương pháp dạy học, hình thức kiểm tra đánh giá và bồi dưỡng giáo viên nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng nhu cầu xã hội về sử dụng tiếng Anh chuyên ngành lĩnh vực du lịch một cách hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoài Anh (2019), Nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên. *Nguồn dẫn:*<http://vanhoadoisong.vn/web/trang-chu/du-lich/nang-cao-chat-luong-doi-ngu-huong-danvien-thuyet-minh-vien.html>
2. Báo văn hóa, “Nguy cơ phá vỡ thị trường lao động Du lịch”, <http://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid/21278> truy cập 25/10/2019
3. Thủ tướng Chính phủ (2008). *Quyết định số 1400/QĐ-TTG ngày 30/9/2008 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt đề án “Dạy và học ngoại ngữ trong hệ thống giáo dục quốc dân giai đoạn 2008-2020”*.
4. Trần Anh Tuấn (2014), *Dự báo nguồn nhân lực và thông tin thị trường lao động Thành phố*. <http://www.dubaonhanluchcmc.gov.vn/>, Retrieved February 25, 2015.
5. Do, T.X.D., and Cai, N.D.A. (2010). Teaching ESP in the new context: Challenges and solutions. *Journal of Sciences - Hue University*, 60, 31-41.
6. Hoa, N.T.T, and Mai, P.T.T. (2016). Difficulties in Teaching English for Specific Purposes: Empirical Study at Vietnam Universities. *Higher Education Studies*; Vol. 6, No. 2, 154-161.
7. Hong, K.T.C (2015). An evaluation of english teaching and learning in tourism training programs in vietnam. *International Journal of Arts & Sciences*; 561-572.
8. Trang, T.T.T, and Richard B. Baldauf Jr. (2007). Demotivation: Understanding Resistance to English Language Learning - The Case of Vietnamese Students. *The Journal of Asia TEFL* Vol 4, No 1, 79-105.
9. Tuyet, T. T. (2013). Factors affecting teaching and learning English in Vietnamese universities. *The Internet Journal Language, Culture and Society* (38), 138-145.
10. Gorham, J. and Christophel, D. M. (1992). Students' perceptions of teacher behaviors as motivating and demotivating factors in college classes. *Communication Quarterly* 40.
11. Hutchinson, T. & Waters, A. (1993). English for specific purposes, Target needs. *Cambridge: Cambridge University Press*.
12. Hutchinson, Tom & Waters, Alan (1987). English for Specific Purposes: A learner centered approach. *Cambridge University Press*.
13. Johns, A. (1991). English for Specific Purposes: Its History and Contribution. Teaching English as a Second or Foreign Language. *Boston: Heinle and Heinle Publishers*.
14. Lai, H.T (2017). What English Language Teachers Should Know about ESP. *Language in India*; Vol. 17, 197-205.
15. Lam, Q. Đ. (2011). English for specific purposes: Problems of teaching contents. *Báo Ngôn ngữ và Đời sống số-Language & Life*, 11(193).
16. Nguyen, H. T., Warren, W., & Fehring, H. (2014). Factors affecting English language teaching and learning in higher education. *English Language Teaching*, 7(8), 94-105.
17. Sanguanngarm, N., Sukamolson, S., & Anantasate, B. (2011). The development of an “English for Tourist Guides” course using a task-based approach to enhance the oral English communication ability of Chiang Mai Rajabhat University Undergraduates. *English for Specific Purposes World*, 10(31), 1-21.

ĐÀO TẠO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU KỸ NĂNG CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

*TS. Trần Thị Bích Hằng
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Bài viết tập trung hệ thống hóa yêu cầu kỹ năng cần thiết đối với nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành; đồng thời bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp nhằm phản ánh toàn diện thực trạng đào tạo và mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, trường Đại học Thương mại tại các vị trí nghiệp vụ trong doanh nghiệp lữ hành. Từ đó, bài viết nhận định một số vấn đề đặt ra và đưa ra đề xuất góp phần đáp ứng yêu cầu kỹ năng cho sinh viên sau khi tốt nghiệp và có thể đảm nhận tốt vị trí nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành.

Từ khóa: Doanh nghiệp lữ hành, đào tạo kỹ năng, kỹ năng, Đại học Thương mại

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch ngày càng phát triển mạnh mẽ và mang lại những đóng góp đáng kể về kinh tế - xã hội. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), trong năm 2018, du lịch quốc tế đã đóng góp 10% GDP toàn cầu, 7% giá trị xuất khẩu quốc tế, 30% giá trị xuất khẩu ngành dịch vụ và 1/10 việc làm trên toàn thế giới. Riêng tại Việt Nam, năm 2018, tổng thu từ khách du lịch (KDL) đạt 637 nghìn tỷ đồng, đóng góp 10% GDP cả nước, tạo 6 triệu việc làm (trong đó có 2 triệu việc làm trực tiếp). Các chuyên gia du lịch cũng dự báo kết quả nêu trên sẽ tiếp tục tăng trưởng trong thời gian tới.

Rõ ràng, sự phát triển của du lịch đã mang lại cơ hội việc làm trong lĩnh vực du lịch nói chung và lĩnh vực lữ hành nói riêng. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách và nâng cao khả năng tiếp cận cơ hội việc làm tại các nước trong khu vực sau khi Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (Asean) đã thông qua *Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong Asean (MRA) về Nghề Du lịch*, nhân viên nghiệp vụ không chỉ cần phải đáp ứng tốt yêu cầu về kiến thức, thái độ mà còn phải hoàn thiện về kỹ năng. Điều này cũng đặt ra yêu cầu đối với các cơ sở đào tạo du lịch cần chú trọng đào tạo và trang bị tốt kỹ năng cho sinh viên, làm hành trang vững vàng trước khi tiếp cận môi trường làm việc trong và ngoài nước.

Trường Đại học Thương mại là cơ sở đào tạo có bề dày 60 năm hình thành và phát triển. Trường là cơ sở đào tạo đa ngành, đa nghề, trong đó, ở lĩnh vực đào tạo ngành du lịch, trường được xem là cơ sở đào tạo có bề dày và quy mô đào tạo hàng đầu cả nước. Sau 55 năm đào tạo, trường đã góp phần cung cấp hàng vạn lao động chất lượng cao, có kiến thức, kỹ năng thành thực và thái độ làm việc nghiêm túc, yêu nghề. Từ năm 2013, trường Đại học Thương mại bắt đầu triển khai chương trình đào tạo (CTĐT) ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (DVDL&LH) với mục tiêu sinh viên tốt nghiệp đáp ứng các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ và đảm nhận tốt nhiều vị trí việc làm, trong đó có các vị trí quản trị tác nghiệp doanh nghiệp kinh doanh DVDL&LH.

Theo kết quả điều tra việc làm của Khoa Khách sạn - Du lịch đối với sinh viên tốt nghiệp năm 2017 cho thấy nhiều sinh viên tốt nghiệp đã chọn làm việc khởi đầu tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong doanh nghiệp lữ hành (DNLH) - đây là những vị trí không chỉ phù hợp trong hiện tại mà còn giúp họ tiếp tục học hỏi, tích lũy kinh nghiệm để chinh phục các vị trí quản lý trong DNLH và các doanh nghiệp kinh doanh du lịch khác. Vậy ở các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong DNLH, sinh viên sau tốt nghiệp thực sự cần những kỹ năng gì và đã đáp ứng tốt yêu cầu về kỹ năng hay chưa? Để trả lời câu hỏi này, bài viết tập trung hệ thống hóa yêu cầu kỹ năng cần thiết đối với nhân viên nghiệp vụ tại DNLH; đồng thời bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp nhằm phản ánh toàn diện thực trạng đào tạo và mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH, trường Đại học Thương mại tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong DNLH. Từ đó, bài viết nhận định một số vấn đề đặt ra và đưa ra đề xuất góp phần đáp ứng yêu cầu kỹ năng cho sinh viên sau khi tốt nghiệp và có thể đảm nhận tốt vị trí nhân viên nghiệp vụ tại DNLH.

2. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Bàn về kỹ năng của nhân viên ngành du lịch, đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đề cập đến. Trong đó, nhiều nghiên cứu đã tập trung luận giải rõ khái niệm kỹ năng và phân biệt các thuật ngữ kỹ năng, kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng cứng, kỹ năng mềm,... (Vũ Xuân Hùng, 2016; Bùi Loan Thùy, Phạm Đình Nghiêm, 2010;...). Các tác giả cũng khẳng định rõ kỹ năng được hình thành do quá trình đào tạo, rèn luyện và đúc rút kinh nghiệm từ cuộc sống, công việc,...; kỹ năng rất cần thiết cho việc phát triển nghề nghiệp của con người.

Bên cạnh đó, cũng đã có nhiều nghiên cứu đề cập chuyên sâu đến kỹ năng của nhân lực trong ngành du lịch. Các nghiên cứu của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), 2012; Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2013; Syed Najmuddin Syed Hassan và cộng sự (2009); Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương và cộng sự (2009); Nguyễn Doãn Thị Liễu và cộng sự (2011);... đều nhận định nhân lực ngành du lịch cần thiết phải hội đủ các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và thái độ; trong đó, một số kỹ năng quan trọng cần phải có được là kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống, kỹ năng quan sát, kỹ năng tổ chức, kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng tin học, kỹ năng ngoại ngữ,...

Tuy nhiên, cho đến nay chưa có nghiên cứu nào bàn về thực trạng đào tạo kỹ năng của sinh viên ngành Quản trị DVĐL&LH trường Đại học Thương mại và đề xuất các ý kiến liên quan để nâng cao mức độ đáp ứng yêu cầu về kỹ năng cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Đây cũng là khoảng trống nghiên cứu mà bài viết sẽ kế thừa các nghiên cứu trước đó để trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu: (1) Yêu cầu kỹ năng của nhân viên nghiệp vụ tại DNLH là gì? (2) Thực tiễn và đề xuất về đào tạo góp phần nâng cao mức độ đáp ứng yêu cầu về kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH, trường Đại học Thương mại tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong DNLH?

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết kết hợp nguồn dữ liệu thứ cấp (Kết quả nghiên cứu từ sách, giáo trình, bài báo khoa học; Các văn bản quản lý của Nhà nước, của trường Đại học Thương mại; Báo cáo tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp Khoa Khách sạn - Du lịch) và dữ liệu sơ cấp (được thu thập thông qua kỹ thuật quan sát và phỏng vấn nhà quản trị DNLH và sinh viên sau tốt nghiệp đã và đang làm việc tại DNLH) để hệ thống cơ sở lý thuyết về yêu cầu kỹ năng của nhân viên nghiệp vụ tại DNLH và nghiên cứu thực trạng đào tạo và mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH của trường Đại học Thương mại.

Ngoài ra, bài viết cũng sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích thực trạng và nhận định mức độ đáp ứng yêu cầu và những vấn đề đặt ra trong đào tạo kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH, trường Đại học Thương mại.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ YÊU CẦU KỸ NĂNG CỦA NHÂN VIÊN NGHIỆP VỤ TẠI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

3.1. Doanh nghiệp lữ hành và nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành

3.1.1. Doanh nghiệp lữ hành

Cùng với quá trình phát triển du lịch, DNLH đã ra đời và theo thời gian đã có nhiều biến động về nội dung hoạt động. Giai đoạn đầu, DNLH hoạt động với tư cách là đại lý du lịch - trung gian cầu nối giữa KDL và nhà cung cấp dịch vụ du lịch (DVĐL). Sau này, khi hoạt động lữ hành đã phát triển mạnh mẽ hơn, DNLH cũng hoàn thiện nội dung và chức năng hoạt động.

Hiểu một cách toàn diện, *DNLH là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích lợi nhuận thông qua việc tổ chức xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho KDL. Ngoài ra, các DNLH còn tiến hành các hoạt động trung gian bán sản phẩm của các nhà cung cấp DVĐL hoặc thực hiện các hoạt động kinh doanh tổng hợp khác nhằm phục vụ các nhu cầu của KDL từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng.* (Theo Nguyễn Doãn Thị Liễu và cộng sự, 2011)

Theo quy định của Luật Du lịch Việt Nam (2017), DNLH hoạt động kinh doanh lữ hành phải được cấp phép. Nếu muốn tổ chức kinh doanh chương trình du lịch quốc tế, DNLH phải được cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế. DNLH được cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế hoặc được cấp phép kinh doanh lữ hành nội địa sẽ được kinh doanh lữ hành nội địa.

3.1.2. Nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành

Để thực hiện nội dung và chức năng hoạt động kinh doanh, DNLH cần thiết phải đảm bảo các yếu tố nguồn lực đầu vào quan trọng, đó là nhân lực, vật lực và tài lực. Trong đó, yếu tố nhân lực đóng vai trò quan trọng và có tính chất quyết định.

Tại DNLH, với nội dung hoạt động kinh doanh đã đề cập nói trên, các vị trí nhân viên nghiệp vụ (lao động trực tiếp) quan trọng của doanh nghiệp là: nhân viên thị trường, nhân viên điều hành và hướng dẫn viên du lịch.

Nhân viên thị trường có nhiệm vụ chủ yếu là nghiên cứu thị trường, thiết kế chương trình du lịch, thực hiện quảng cáo, xúc tiến, bán và phát triển thị trường khách,...

Nhân viên điều hành có nhiệm vụ chủ yếu là quan hệ với nhà cung cấp DVDL, đặt giữ chỗ và sắp xếp các dịch vụ để đảm bảo việc tổ chức thực hiện chương trình du lịch đã ký kết với khách hàng,...

Hướng dẫn viên du lịch có nhiệm vụ chủ yếu là quản lý đoàn khách, giao dịch với đối tác cung cấp DVDL, giám sát dịch vụ đảm bảo dịch vụ cung cấp đúng với cam kết, hướng dẫn và hỗ trợ đoàn khách trong chuyến đi,...

3.2. Các kỹ năng cần thiết của nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành

Hiểu một cách đơn giản, *Kỹ năng là khả năng vận dụng những kiến thức thu nhận được trong một lĩnh vực nào đó vào thực tế.* (Viện Ngôn ngữ học, 1998)

Có thể phân loại kỹ năng làm 2 nhóm: kỹ năng cứng và kỹ năng mềm. Trong đó: Kỹ năng cứng là khả năng học vấn, kinh nghiệm và sự thành thạo về chuyên môn. Kỹ năng “cứng” được tích lũy, rèn luyện từ nhóm các kỹ năng trí tuệ, kỹ năng giao tiếp căn bản (nghe, nói, đọc, viết), kỹ năng tự học,... Kỹ năng mềm là những thuộc tính về tính cách con người, không mang tính chuyên môn, không hữu hình. Kỹ năng mềm phản ánh khả năng, cách thức tiếp cận và phản ứng với môi trường xung quanh, không phụ thuộc vào trình độ chuyên môn. (Theo Bùi Loan Thùy, Phạm Đình Nghiêm, 2010).

Tổng hợp các nghiên cứu của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), 2012; Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2013; Syed Najmuddin Syed Hassan và cộng sự (2009); Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương và cộng sự (2009); Nguyễn Doãn Thị Liễu và cộng sự (2011);... và thông qua kết quả phỏng vấn một số nhà quản trị DNLH trên địa bàn Hà Nội, có thể tổng kết các kỹ năng chủ yếu nhân viên nghiệp vụ tại DNLH cần trang bị để đảm nhận tốt các nhiệm vụ đặt ra như sau (xem bảng 1):

Bảng 1: Yêu cầu kỹ năng chủ yếu của nhân viên nghiệp vụ tại doanh nghiệp lữ hành

STT	Kỹ năng	Yêu cầu
1	Kỹ năng giao tiếp	Được vận dụng để nhân viên giao tiếp với khách hàng, nhà cung cấp DVDL,.... Đòi hỏi nhân viên cần vận dụng tốt ngôn ngữ nói, ngôn ngữ hình thể để có kỹ năng giao tiếp khéo léo, tự tin, tạo được ấn tượng và niềm tin cho đối tượng giao tiếp.
2	Kỹ năng thuyết trình	Được vận dụng để nhân viên truyền tải thông tin đến KDL, đến đồng nghiệp, đến nhà cung cấp DVDL,.... Đòi hỏi nhân viên thông tin truyền cảm, ngắn gọn, dễ hiểu và thuyết phục.
3	Kỹ năng quan sát	Được vận dụng để nhân viên quan sát và nắm bắt tâm lý, thái độ của KDL, nhà cung cấp DVDL,.... Đòi hỏi nhân viên cần có kỹ năng quan sát tinh tế, cảm nhận nhanh và chính xác tâm lý, thái độ của đối tượng để từ đó có những ứng biến cần thiết, phù hợp trong giao tiếp, ứng xử,....
4	Kỹ năng lắng nghe	Được vận dụng để nhân viên nắm bắt ý kiến của KDL, đồng nghiệp, nhà cung cấp DVDL,.... Đòi hỏi nhân viên cần kết hợp tốt kỹ năng biểu cảm, thái độ tiếp thu, sự tập trung để nắm bắt đầy đủ, chính xác ý kiến của đối tượng nhằm có những cách thức xử lý vấn đề phù hợp và tránh được những xung đột đáng tiếc.
5	Kỹ năng làm chủ cảm xúc	Được vận dụng để nhân viên tạo hòa khí và giữ cân bằng các mối quan hệ Đòi hỏi nhân viên điềm tĩnh trước mọi tình huống, luôn giữ tâm thế lịch sự, vui vẻ, cởi mở, thoải mái, tránh bị cảm xúc cá nhân chi phối trong công việc.
6	Kỹ năng	Được vận dụng để nhân viên xử lý các tình huống trước, trong và sau khi

	xử lý tình huống	thực hiện dịch vụ đối với KDL, nhà cung cấp DV DL,... Đòi hỏi nhân viên cần có khả năng làm chủ tình huống, ứng biến linh hoạt, phản ứng nhanh, xử lý khéo léo, phù hợp hoàn cảnh và đối tượng.
7	Kỹ năng lập kế hoạch	Được vận dụng để nhân viên quản lý và chủ động mọi công việc Đòi hỏi nhân viên có khả năng lên lịch trình, thiết lập chi tiết kế hoạch các phần công việc theo chức trách, nhiệm vụ.
8	Kỹ năng tổ chức	Được vận dụng để nhân viên sắp xếp tổ chức thực hiện các công việc Đòi hỏi nhân viên phải thể hiện được sự nhanh nhẹn, tính chuyên nghiệp trong sử dụng nguồn lực, thời gian,... để tổ chức thực hiện các công việc.
9	Kỹ năng làm việc độc lập	Được vận dụng để xử lý các công việc kịp thời, không có sự trợ giúp Đòi hỏi nhân viên phải thể sự khả năng tư duy, phán đoán, ra quyết định độc lập trong những tình huống cần thiết.
10	Kỹ năng làm việc nhóm	Được vận dụng trong những tình huống làm việc nhóm Đòi hỏi nhân viên phải có khả năng phối kết hợp, phát huy tinh thần đồng đội; tránh đề cao “cái tôi”.
11	Kỹ năng ngoại ngữ	Được vận dụng trong giao tiếp, thỏa thuận và ký kết hợp đồng,... với KDL nước ngoài, đối tác, nhà cung cấp DV DL ở nước ngoài Đòi hỏi nhân viên phải có kỹ năng sử dụng ngoại ngữ thành thạo để phục vụ yêu cầu công việc.
12	Kỹ năng tin học	Được vận dụng để giao dịch với KDL, đối tác, nhà cung cấp DV DL,... Đòi hỏi nhân viên có kỹ năng sử dụng máy tính nối mạng, vận hành các phần mềm tin học văn phòng và các phần mềm chuyên dụng trong ngành du lịch.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

4. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO VÀ MỨC ĐỘ ĐÁP ỨNG YÊU CẦU KỸ NĂNG CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI TẠI CÁC VỊ TRÍ NHÂN VIÊN NGHIỆP VỤ TRONG DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

4.1. Thực trạng đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, trường Đại học Thương mại

Từ năm 2013, trường Đại học Thương mại chính thức đưa CTĐT ngành Quản trị DV DL&LH vào giảng dạy (gọi tắt là CTĐT đại trà). Tính đến nay, CTĐT đại trà đã vận hành được 6 năm. Đến năm 2018, căn cứ vào Công văn số 4929/BGDĐT-GD&DH của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) ngày 20/10/2017 Hướng dẫn cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực trình độ đại học giai đoạn 2017-2020 theo hướng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế, trường Đại học Thương mại đưa vào giảng dạy CTĐT ngành Quản trị DV DL&LH theo cơ chế đặc thù (gọi tắt là CTĐT đặc thù) song song với CTĐT đại trà. Đến nay, CTĐT đặc thù đã vận hành được năm thứ 2.

Về cơ bản, khối kiến thức cơ sở ngành và ngành của cả hai CTĐT đại trà và đặc thù đều bao gồm một số học phần chuyên môn chuyên sâu như: Tổng quan du lịch, Văn hóa du lịch, Marketing du lịch, Tài nguyên du lịch, Hướng dẫn du lịch, Kinh tế du lịch, Quản trị tác nghiệp doanh nghiệp lữ hành, Quản lý điểm đến, Du lịch bền vững, Quản trị sự kiện. Tuy nhiên, CTĐT đặc thù đã được bổ sung thêm một số học phần thực tập tại cơ sở thực tế với thời lượng 50% thời gian đào tạo như: Thực tập nhận thức về DV DL&LH, Thực tập nghiệp vụ DV DL&LH và Thực tập quản trị tác nghiệp DV DL&LH.

Việc giảng dạy các học phần chuyên môn của CTĐT ngành Quản trị DV DL&LH hiện được nhà trường phân công cho khoa Khách sạn - Du lịch đảm nhận. Đội ngũ giảng viên cơ hữu của khoa hiện bao gồm 23 giảng viên, trong đó có 4 PGS, 9 TS, 14 ThS, 12 nghiên cứu sinh. Tuy nhiên, các giảng viên trình độ cao, có kinh nghiệm giảng dạy lâu năm và kinh nghiệm thực tiễn dày dặn lại ít tham gia giảng dạy trình độ đại học. Ngoài ra, nhà trường còn ký thỏa thuận hợp tác với các cơ sở thực tế uy tín trong nước để gửi sinh viên đi kiến tập, thực tập như: CTCP Đầu tư Du lịch Hà Nội (Hanoi tourism Jsc.), CTCP Đầu tư Dịch vụ Du lịch Việt Nam (Open tour), Công ty TNHH khu du lịch Vịnh Thiên Đường (ALMA), CTCP Mặt trời Việt Nam (SunVina Travel Jsc.),...

Mỗi năm học, quy mô đào tạo của ngành Quản trị DV DL&LH, trường Đại học Thương mại dao động từ 150-200 sinh viên (đối với CTĐT đại trà) và khoảng 100 sinh viên (đối với CTĐT đặc thù).

4.2. Mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, trường Đại học Thương mại tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong doanh nghiệp lữ hành

4.2.1. Chuẩn đầu ra về kỹ năng

Để đánh giá mức độ đáp ứng kỹ năng nghề của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH, trước hết cần nghiên cứu chuẩn đầu ra (CĐR) đã được nhà trường công bố.

Thực tế, gắn với CTĐT, trường Đại học đã công bố CĐR ngành Quản trị DVDL&LH với yêu cầu đối với sinh viên tốt nghiệp phải đạt chuẩn các kỹ năng chung căn bản của ngành và kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành Quản trị DVDL&LH (xem bảng 2) và sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc ở một số vị trí quản trị tại DNLH và một số doanh nghiệp du lịch khác.

Bảng 2: Yêu cầu về kỹ năng đối với sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Trường Đại học Thương mại

STT	Kỹ năng
1	Kỹ năng cứng
	- Lập luận và giải quyết vấn đề kinh tế, kinh doanh và quản lý
	- Nghiên cứu và khám phá tri thức về quản trị DVDL&LH
	- Tư duy theo hệ thống
	- Hình thành ý tưởng quản trị DVDL&LH
	- Thiết kế dự án/phương án kinh doanh DVDL&LH
	- Triển khai, vận hành dự án/phương án kinh doanh DVDL&LH
	- Đánh giá dự án/phương án kinh doanh DVDL&LH
2	Kỹ năng mềm
	- Kỹ năng làm việc theo nhóm
	- Kỹ năng giao tiếp
	- Kỹ năng thu thập, xử lý thông tin để giải quyết vấn đề trong kinh doanh DVDL&LH
	- Kỹ năng tiếng Anh (tương đương bậc 3/6)
	- Kỹ năng sử dụng tin học (sử dụng thành thạo phần mềm tin học văn phòng)

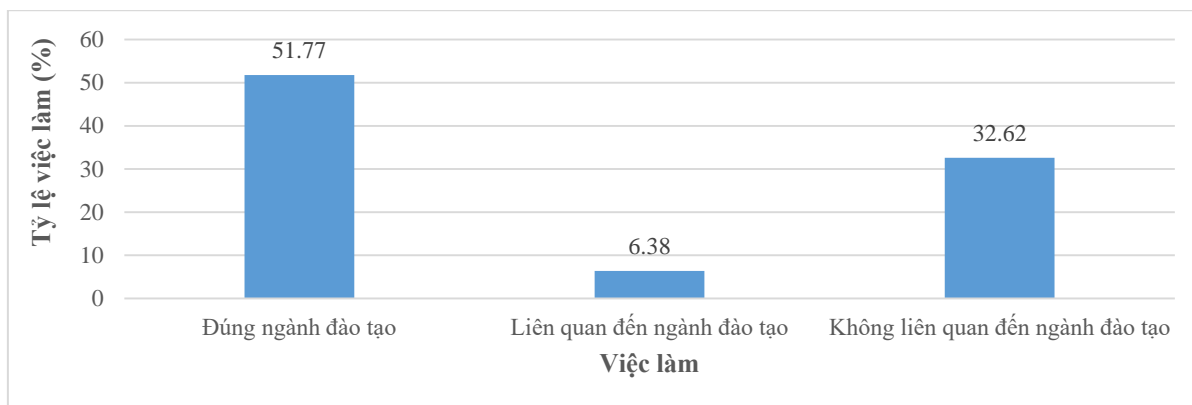
Nguồn: Trường Đại học Thương mại (2017)

Có thể thấy, yêu cầu về kỹ năng theo CĐR của nhà trường về cơ bản bao trùm được các yêu cầu kỹ năng đối với nhân viên nghiệp vụ tại DNLH đã đề cập đến ở bảng 1. Bên cạnh đó, nhà trường cũng luôn chú trọng hoàn thiện CTĐT, xây dựng mẫu số 4 (MS4) các học phần trong CTĐT đảm bảo phủ đầy các yêu cầu kỹ năng đặt ra. Điều này đã phần nào phản ánh việc đào tạo của nhà trường đã thực sự coi trọng trang bị kỹ năng cần thiết cho sinh viên.

4.2.2. Mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong doanh nghiệp lữ hành

Mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH có thể đánh giá thông qua tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp có việc làm đúng chuyên ngành đào tạo và những phản hồi, đánh giá của doanh nghiệp sử dụng lao động cũng như ý kiến của sinh viên tốt nghiệp sau thời gian làm việc tại DNLH.

Như đã đề cập ở trên, việc triển khai đào tạo ngành Quản trị DVDL&LH của trường Đại học Thương mại được thực hiện từ năm 2013, đến nay đã có 3 khóa sinh viên tốt nghiệp ra trường. Để phục vụ cho việc kiểm định chất lượng đào tạo, nhà trường đã chỉ đạo các khoa chuyên ngành lấy ý kiến của người học về tình hình việc làm của sinh viên sau khi đã tốt nghiệp 1 năm. Đến nay, Khoa Khách sạn - Du lịch đã tổ chức lấy ý kiến và có kết quả báo cáo tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp năm 2017; việc lấy ý kiến về tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp năm 2018 cũng đang được triển khai thực hiện.



Hình 1: Tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH, trường Đại học Thương mại năm 2017

Nguồn: Khoa Khách sạn - Du lịch (2017)

Thông qua kết quả báo cáo tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp năm 2017 (Khoa Khách sạn - du lịch, 2017) cho thấy tỷ lệ sinh viên có việc làm sau tốt nghiệp rất cao và hơn một nửa sinh viên làm việc đúng ngành đào tạo. Cụ thể: Trong số 141/171 sinh viên tốt nghiệp phản hồi ý kiến có 135 sinh viên đã có việc làm (đạt tỷ lệ 95,74%); trong đó: 73 sinh viên có việc làm đúng ngành đào tạo (51,77%), 9 sinh viên có việc làm liên quan đến ngành đào tạo (6,38%) và 46 sinh viên (32,62%) có việc làm không liên quan đến ngành đào tạo (xem hình 1).

Trong đó, sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH làm việc không chỉ tại DNLH mà còn làm việc tại khách sạn, nhà hàng và các loại hình doanh nghiệp du lịch khác. Tại DNLH, các vị trí việc làm của sinh viên tốt nghiệp thường là nhân viên thị trường, điều hành và một số là hướng dẫn viên du lịch. Sau một thời gian làm việc, một số sinh viên đã được cất nhắc ở các vị trí quản lý cấp cơ sở và cấp trung.

Qua phỏng vấn nhanh với lãnh đạo một số DNLH có sử dụng sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVĐL&LH của trường Đại học Thương mại cũng như phản hồi của sinh viên tốt nghiệp đã và đang làm việc tại một số DNLH nhận được một số kết quả như sau:

Về cơ bản, sinh viên sau tốt nghiệp đã có những kỹ năng cần thiết để đảm nhận vị trí nhân viên nghiệp vụ tại DNLH. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại hạn chế về kỹ năng của một số sinh viên sau tốt nghiệp. Cụ thể:

- Kỹ năng giao tiếp: Sinh viên đã mạnh dạn trong giao tiếp nhưng hiệu quả chưa cao, chưa tạo được ấn tượng do chưa biết kết hợp thành thực ngôn ngữ nói và ngôn ngữ cơ thể. Ngoài ra, việc giao tiếp qua điện thoại cũng còn hạn chế do thiếu kinh nghiệm.

- Kỹ năng thuyết trình: Sinh viên đã biết thuyết trình ý tưởng song đôi khi còn lúng túng, chưa gãy gọn và chưa thuyết phục do tư duy thiếu mạch lạc và chưa tự tin.

- Kỹ năng quan sát: Sinh viên biết quan sát nhưng chưa tinh tế, chưa nắm bắt, chưa cảm nhận nhanh và chính xác tâm lý, thái độ của đối tượng để có ứng biến phù hợp và hiệu quả.

- Kỹ năng lắng nghe: Sinh viên biết lắng nghe song chưa kết hợp tốt kỹ năng biểu cảm, thái độ tiếp thu cho nên đôi khi gặp phải những xung đột không đáng có với đối tượng giao tiếp.

- Kỹ năng làm chủ cảm xúc: Sinh viên có ứng xử lịch sự, vui vẻ, cởi mở nhưng đôi khi còn thiếu bình tĩnh trong giao tiếp, vẫn bị cảm xúc cá nhân chi phối trong công việc.

- Kỹ năng xử lý tình huống: Sinh viên đã biết xử lý một số tình huống phát sinh trong công việc nhưng tính linh hoạt chưa cao. Một số tình huống phức tạp còn lúng túng trong xử lý.

- Kỹ năng lập kế hoạch: Sinh viên đã chủ động lên kế hoạch công việc nhưng chưa thật sự khoa học.

- Kỹ năng tổ chức: Sinh viên đã thể hiện được khả năng tổ chức, sắp xếp thực hiện công việc nhưng mức độ chuyên nghiệp chưa cao.

- Kỹ năng làm việc độc lập: Sinh viên có khả năng làm việc độc lập nhưng khả năng tư duy, phán đoán còn chậm, việc ra quyết định có mức độ phù hợp chưa cao.

- Kỹ năng làm việc nhóm: Sinh viên đã biết phối kết hợp trong công việc, tuy nhiên vẫn có hiện tượng “ỷ lại”, ngại thể hiện bản thân trong nhóm.

- Kỹ năng ngoại ngữ: Sinh viên sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp ở mức độ trung bình khá và khá.
- Kỹ năng tin học: Sinh viên sử dụng các phần mềm tin học văn phòng khá thành thạo và biết sử dụng internet tốt; tuy nhiên sinh viên hầu như chưa biết và chưa sử dụng được các phần mềm chuyên dụng như phần mềm quản lý tour, phần mềm điều hành tour, phần mềm booking,...

Mặc dù vậy, các nhà quản trị và sinh viên cũng khẳng định rằng, sau một thời gian ngắn làm việc tại DNLH, được đào tạo tại chỗ và học hỏi, đúc kết kinh nghiệm, sinh viên nhanh chóng phát triển kỹ năng và đáp ứng khá tốt yêu cầu công việc.

Ngoài ra, các nhà quản trị DNLH cũng nhận định rằng sinh viên đào tạo theo chương trình đặc thù được thực tập bắt buộc tại cơ sở thực tế là một lợi thế rất lớn để hoàn thiện kỹ năng, do sinh viên không chỉ được học lý thuyết mà còn được thực tập nhận thức về ngành nghề, được thực hành nghiệp vụ tại các DNLH nên ý thức nghề nghiệp rõ ràng hơn. Quá trình trải nghiệm tại các cơ sở thực tế giúp sinh viên có ý thức tiếp nhận và tự trau dồi kỹ năng. Mặt khác, môi trường thực tế cũng giúp sinh viên có cơ hội học tập và rèn luyện các kỹ năng cần thiết cho nhân viên nghiệp vụ tại DNLH.

5. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ ĐỀ XUẤT Ý KIẾN GÓP PHẦN ĐÁP ỨNG YÊU CẦU KỸ NĂNG CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI TẠI CÁC VỊ TRÍ NHÂN VIÊN NGHIỆP VỤ TRONG DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

5.1. Một số vấn đề đặt ra

Để đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH, làm việc tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ tại DNLH, có thể nhận định một số vấn đề đặt ra cho công tác đào tạo của trường Đại học Thương mại như sau:

Thứ nhất, mặc dù CĐR ngành Quản trị DVDL&LH khẳng định đào tạo nghề quản trị, sinh viên tốt nghiệp có cơ hội việc làm tại các vị trí quản trị cấp cơ sở và cấp trung tại DNLH và một số loại hình doanh nghiệp du lịch khác. Việc xác định CĐR như vậy hoàn toàn hợp lý song thực tiễn cho thấy sinh viên sau khi tốt nghiệp phải bắt đầu từ các vị trí nhân viên nghiệp vụ trước khi phát triển sự nghiệp ở các vị trí quản trị tại DNLH. Do đó, CĐR về kỹ năng cần được xây dựng cụ thể hơn.

Thứ hai, trong CTĐT hiện nay, việc trang bị kỹ năng cho sinh viên chủ yếu được lồng ghép thông qua các học phần chuyên môn. Các học phần thực tập tại cơ sở thực tế có khả năng trang bị kỹ năng tốt cho sinh viên lại chỉ bắt buộc trong CTĐT đặc thù. Vì vậy, cần phải có phương án hoàn thiện CTĐT để việc trang bị kỹ năng cho sinh viên đạt hiệu quả cao hơn.

Thứ ba, công tác tổ chức đào tạo cũng còn bất cập. Một số giảng viên giảng dạy các học phần chuyên môn có tuổi nghề còn trẻ, thiếu kinh nghiệm thực tiễn nên việc lồng ghép đào tạo kỹ năng cho sinh viên còn yếu. Mặt khác, những hạn chế về không gian, thiết bị, chi phí,... của môi trường thực tế cũng gây khó khăn cho việc tiếp nhận và học tập các học phần thực tập của sinh viên tại các DNLH. Chính vì vậy, đội ngũ giáo viên trẻ cần tăng cường kinh nghiệm thực tiễn trong đào tạo kỹ năng cho sinh viên. Ngoài ra, nhà trường cũng cần tăng cường liên kết với các cơ sở thực tế, cùng bàn bạc để khắc phục những khó khăn trong tổ chức đào tạo sinh viên tại doanh nghiệp.

Thứ tư, ý thức, thái độ học tập của một số sinh viên chưa thật tốt; nhận thức nghề nghiệp của sinh viên chưa đầy đủ, cho nên sinh viên còn thụ động trong học tập và chưa coi trọng việc trang bị kỹ năng trong quá trình học tập tại trường. Do đó, nhà trường cần có biện pháp nâng cao ý thức và thái độ, nhận thức nghề nghiệp và tính chủ động trong rèn luyện kỹ năng cho sinh viên.

5.2. Một số đề xuất

Để góp phần giúp cho sinh viên tốt nghiệp đáp ứng tốt yêu cầu kỹ năng tại các vị trí nhân viên nghiệp vụ trong DNLH, bài viết đề xuất một số ý kiến như sau:

5.2.1. Đề xuất với Chính phủ

Mặc dù CTĐT đặc thù ngành Quản trị DVDL&LH mới chỉ được triển khai từ năm 2017 nhưng chủ trương đổi mới về CTĐT theo hướng chú trọng thực hành rất phù hợp với yêu cầu thực tiễn nghề DVDL&LH, phần nào đã khắc phục được một số hạn chế của CTĐT đại trà tại trường Đại học Thương mại. Chính vì vậy, sau giai đoạn thí điểm 2017-2020, Chính phủ cần rà soát, đánh giá những kết quả đạt được, hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân để tiếp tục rút kinh nghiệm, đồng thời ra văn bản chỉ đạo Bộ GDĐT hướng dẫn các trường triển khai chương trình đặc thù vào đào tạo đại trà theo hướng mở, tăng cường tính chủ động cho nhà trường.

Để việc triển khai đào tạo chương trình đặc thù thuận lợi, Chính phủ cũng cần có cơ chế cụ thể về hợp tác đào tạo trong và ngoài nước, về liên kết đào tạo giữa nhà trường với cơ sở thực tế.

5.2.2. Đề xuất với Bộ Giáo dục và Đào tạo

Bộ GDĐT tăng cường tổ chức trao đổi kinh nghiệm xây dựng và tổ chức triển khai CTĐT ngành Quản trị DVDL&LH để các trường có thể nâng cao chất lượng đào tạo nói chung và nâng cao khả năng đào tạo đáp ứng yêu cầu kỹ năng nói riêng.

Bộ GDĐT cần tăng cường phối kết hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL) để có cơ chế thúc đẩy quan hệ hợp tác, liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo, góp phần hoàn thiện kỹ năng nghề nghiệp cho người học.

5.2.3. Đề xuất với Trường Đại học Thương mại

Trường Đại học Thương mại cần tiếp tục nghiên cứu nhu cầu xã hội để hoàn thiện CDR và CTĐT ngành Quản trị DVDL&LH. Trong đó, CDR cần cụ thể hơn về các yêu cầu kỹ năng để một mặt định hướng tốt hơn cho người học, mặt khác làm cơ sở đổi mới và hoàn thiện CTĐT.

Đối với CTĐT ngành Quản trị DVDL&LH, nhà trường có thể tiếp tục đào tạo song song 2 chương trình đại trà và đặc thù nhưng tiến tới hợp nhất 2 chương trình theo hướng đưa chương trình đặc thù vào đào tạo đại trà. Trước mắt, khi chưa hợp nhất 2 CTĐT, nhà trường nên hoàn thiện CTĐT đại trà theo hướng đưa học phần Thực tập nhận thức về DVDL&LH và Thực tập nghiệp vụ DVDL&LH vào nhóm học phần bắt buộc; đồng thời, nghiên cứu đưa một số học phần kỹ năng chuyên sâu vào CTĐT để tăng tính hiệu quả của đào tạo kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên.

Trường Đại học Thương mại cũng cần có cơ chế để các giảng viên có trình độ cao, có kinh nghiệm giảng dạy lâu năm và kinh nghiệm thực tiễn dày dặn tham gia giảng dạy các học phần chuyên môn nhiều hơn. Khuyến khích các giảng viên trẻ tăng cường học tập, thực tế tại doanh nghiệp để việc giảng dạy có tính thực tiễn cao hơn, hỗ trợ trang bị kỹ năng cho sinh viên nhiều hơn.

Nhà trường cần tăng cường mở rộng quan hệ hợp tác với các DNLH trên cả nước để mở rộng cơ hội thực tập, học hỏi và trau dồi kỹ năng cho sinh viên nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Nhà trường cần chỉ đạo khoa Khách sạn - Du lịch nâng cao nhận thức nghề nghiệp cho sinh viên thông qua các buổi sinh hoạt lớp hành chính, thông qua định hướng hoạt động đối với Câu lạc bộ Du lịch của sinh viên trong khoa và các hoạt động chuyên môn khác của sinh viên; đồng thời chỉ đạo Đoàn thanh niên, Hội sinh viên, các câu lạc bộ nghề nghiệp tại nhà trường tích cực trao đổi nâng cao ý thức, thái độ tự giác, tích cực học tập để từ đó mỗi sinh viên ý thức rõ rệt hơn về nghề, về yêu cầu kỹ năng nghề nghiệp, giúp sinh viên chủ động và tích cực hơn trong học tập và tự trau dồi kỹ năng trước khi tốt nghiệp.

5.2.4. Đề xuất với doanh nghiệp lữ hành

Để nâng cao khả năng tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng tốt yêu cầu kỹ năng, các DNLH cũng cần tích cực hỗ trợ và tham gia cùng nhà trường trong đào tạo trên tinh thần hai bên cùng có lợi. Các DNLH cũng coi đây là cơ hội để tiếp cận và thu hút nhân lực chất lượng cao.

Quá trình tiếp nhận sinh viên thực tập, DNLH cũng cần sắp xếp trang thiết bị, tạo điều kiện để sinh viên được tiếp xúc và trải nghiệm thực tế luân phiên tại các vị trí việc làm ở các bộ phận nghiệp vụ như thị trường, điều hành, hướng dẫn. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cử cán bộ có kinh nghiệm hướng dẫn và giúp sinh viên học tập, hoàn thiện kỹ năng nghề.

5.2.5. Các đề xuất khác

- *Đối với giảng viên:* Cần nâng cao trình độ chuyên môn, tăng cường tiếp cận thực tế và trau dồi kinh nghiệm, đổi mới phương pháp giảng dạy để góp phần trang bị cho sinh viên những kỹ năng cần thiết, đáp ứng tốt nhu cầu xã hội.

- *Đối với sinh viên:* Cần tăng cường nhận thức về tầm quan trọng của yêu cầu kỹ năng; chủ động và tích cực tìm tòi, học hỏi, hoàn thiện kỹ năng từ các học phần lý thuyết cũng như thực hành tại các cơ sở thực tế.

6. KẾT LUẬN

Kỹ năng đóng vai trò quan trọng giúp sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH nhanh chóng hội nhập với môi trường làm việc trong và ngoài nước; đồng thời giúp người học có thể phát triển sự nghiệp trong tương lai. Mặc dù mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị DVDL&LH, trường Đại học Thương mại hiện còn những hạn chế nhất định

song với sự chung tay của các cấp, các ngành trong hoàn thiện CTĐT, tổ chức đào tạo,... chắc chắn mức độ đáp ứng yêu cầu kỹ năng của sinh viên trường Đại học Thương mại sẽ trở nên tốt hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Vũ Xuân Hùng (2016), *Bàn về phát triển kỹ năng nghề nghiệp*, Tạp chí Khoa học dạy nghề, số 35, tháng 8/2016.
2. Khoa Khách sạn - Du lịch, Trường Đại học Thương mại (2018), *Báo cáo tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp năm 2017*.
3. Nguyễn Doãn Thị Liễu (chủ biên) (2011), *Giáo trình Quản trị tác nghiệp doanh nghiệp lữ hành*, NXB Thống kê.
4. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (chủ biên) (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
5. Quốc hội Nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch*, NXB Chính trị Quốc gia.
6. Bùi Loan Thùy, Phạm Đình Nghiệm (2010), *Giáo trình Kỹ năng*.
7. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2013), *Bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam*.
8. Trường Đại học Thương mại (2017), *Chuẩn đầu ra ngành, chuyên ngành Quản trị DVDL&LH*.
9. Trường Đại học Thương mại (2017), *CTĐT ngành Quản trị DVDL&LH*.
10. Trường Đại học Thương mại (2018), *CTĐT ngành Quản trị DVDL&LH theo cơ chế đặc thù*.
11. Viện Ngôn ngữ học (1998), *Từ điển tiếng Việt*, NXB Đà Nẵng.

Tài liệu tiếng Anh

12. OECD (2012), *“Policy Approaches to Skills Development in Tourism”*, in OECD Tourism Trends and Policies 2012, OECD Publishing, Paris.
13. Syed Najmuddin Syed Hassan, Mohd Fauzi Kamarudin, Muhd Akmal Noor Rajikon, Rosli Saadan, Ahmad Rozelan Yunus, Ramlee Mustapha, Mustafa Omar Universiti Teknikal Malaysia Melaka (2009), *Importance of Soft Skills in Tourism Industry of Malacca Malaysia*, Proceedings of ICERI2009 Conference, 16th-18th Nov 2009, Madrid, Spain.
14. <https://blog.ssth.ch/top-10-soft-skills-hospitality-tourism>, Swiss School of Tourism and Hospitality, cập nhật lúc 13:12 ngày 16/10/2019.

ĐÀO TẠO NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH HÒA BÌNH

ThS. Vũ Lan Hương
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong thời gian qua, ngành du lịch cả nước nói chung và du lịch tỉnh Hòa Bình nói riêng đã có nhiều chuyển biến tích cực. Một trong những vấn đề được quan tâm hàng đầu là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 bùng nổ, đòi hỏi nhân lực du lịch phải đáp ứng những yêu cầu mới.

Bài viết đã khái quát những vấn đề lý thuyết chung về chất lượng nhân lực du lịch và vấn đề đào tạo nâng cao chất lượng nhân lực du lịch; Phân tích, chỉ rõ một số thực trạng trong công tác đào tạo nhân lực du lịch tại tỉnh Hòa Bình trong thời gian vừa qua; Đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác đào tạo nhân lực du lịch tỉnh Hòa Bình trong thời gian tới.

Từ khóa: Chất lượng nhân lực du lịch, du lịch Hòa Bình, đào tạo nhân lực

ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) dựa trên phát minh của nhiều ngành công nghệ cao (như internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, in 3D, thực tế ảo, công nghệ tế bào,...) nhằm

làm cho các quá trình sản xuất và dịch vụ thông minh hơn, hiệu quả hơn, tiến đến tự động hóa hoàn toàn mà không cần có sự tham gia của con người. Cuộc cách mạng này tuy mới bắt đầu (từ đầu thế kỉ XXI) nhưng đã và đang làm thay đổi sâu sắc và toàn diện đối với mọi mặt của đời sống xã hội.

Bên cạnh đó, du lịch có vị trí ngày càng quan trọng đối với kinh tế thế giới. Nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam, đặt mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nước mình. Dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 nhiều lĩnh vực du lịch mới ra đời (như du lịch trực tuyến, du lịch thông minh, du lịch 4.0) đem lại hiệu quả vượt trội so với trước đây. Điều này cũng đòi hỏi cần phải có những thay đổi căn bản và nâng cao chất lượng đối với đội ngũ lao động trực tiếp và gián tiếp tham gia vào hoạt động cung ứng du lịch ở Việt Nam nói chung và ở tỉnh Hòa Bình nói riêng.

1. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU BÀI VIẾT

Bản về đào tạo nhân lực nói chung, đã có rất nhiều tác giả tiến hành nghiên cứu, chẳng hạn như “Quản trị nguồn nhân lực” của tác giả PGS.TS. Trần Thị Kim Dung (Nxb Tài chính - 2018), Giáo trình “Quản trị nhân lực căn bản” của tác giả Mai Thanh Lan, Nguyễn Thị Thanh Nhân (Nxb Thống kê - 2016), “Quản trị nguồn nhân lực - tập 2” (sách dịch) do Hương Huy biên dịch (Nxb Giao thông Vận tải - 2008). Những cuốn sách và giáo trình này làm rõ vai trò, ý nghĩa của công tác đào tạo nhân lực cũng như cung cấp cơ sở lý luận về công tác đào tạo nhân lực nói chung.

Bản về đào tạo nhân lực du lịch có những công trình nghiên cứu như các bài viết trong Kỷ yếu Hội thảo quốc gia lần thứ 2 “Đào tạo nhân lực du lịch theo nhu cầu xã hội” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2010), các bài viết trong Hội thảo khoa học toàn quốc “Đào tạo du lịch theo định hướng nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2017), Sách “Quản trị nguồn nhân lực ngành khách sạn” của tác giả Lưu Trọng Tuấn (chủ biên, Nxb Lao động Xã hội - 2014), bài viết “Liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch Tây Bắc” của PGS.TS. Lê Anh Tuấn đăng trên Tạp chí Du lịch (2016),... Các công trình nghiên cứu này đem lại những cách tiếp cận khác nhau về vấn đề đào tạo nhân lực trong lĩnh vực du lịch theo quan điểm của từng tác giả.

Liên quan đến hoạt động đào tạo nhân lực tại tỉnh Hòa Bình, hiện mới chỉ có những bài viết mang tính thông tin, thông báo về các hoạt động đào tạo du lịch tại địa phương, chưa có công trình nào nghiên cứu tổng quát hoạt động đào tạo nhân lực du lịch của tỉnh. Chính vì vậy, tác giả đã lựa chọn chủ đề này cho bài viết với mục đích tìm hiểu để đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng công tác đào tạo nhân lực du lịch tại tỉnh Hòa Bình, góp phần thúc đẩy phát triển hoạt động kinh doanh du lịch tại địa phương, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Trong bài viết này, tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê, tổng hợp, phân tích các vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến công tác đào tạo nhân lực của ngành du lịch nói chung và của tỉnh Hòa Bình nói riêng. Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp thu thập từ các nguồn như Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hòa Bình, Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình,...

2. LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ ĐÀO TẠO NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG

2.1. Nhân lực du lịch

Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO): “Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư”.

Tại Việt Nam, du lịch được định nghĩa là “các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác” (Luật Du lịch 2017).

Nhân lực ngành du lịch là một bộ phận của nhân lực nói chung. Nhân lực 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 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. Chẳng hạn như các cán bộ quản lý về du lịch tại các cơ quan của Chính phủ hoặc cán bộ quản lý, nhân viên hành chính tại công ty lữ hành, khách sạn,...

Nhân lực tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch: Là các lao động trí óc, đòi hỏi có kiến thức tổng hợp về du lịch; có khả năng xây dựng các quy hoạch phát triển du lịch, định hướng phát triển du lịch quốc gia, địa phương; có kỹ năng xây dựng và điều phối các chương trình, sự kiện về du lịch ở quy mô quốc gia, tỉnh, thành phố. Nhóm nhân lực này chiếm số lượng nhỏ nhưng lại có vai trò quan trọng trong việc phát triển hoạt động du lịch của quốc gia và địa phương. Bao gồm các vị trí việc làm thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng Cục Du lịch, Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp tỉnh, Lãnh đạo UBND tỉnh được phân công phụ trách mảng du lịch, Ban quản lý khu du lịch thuộc tỉnh.

Nhân lực trực tiếp cung ứng và kinh doanh dịch vụ tại các đơn vị kinh doanh du lịch: bao gồm các chức danh nghề theo 6 nghiệp vụ du lịch đã được ASEAN công nhận theo MRA-TP như lễ tân, buồng, bếp, dịch vụ ăn uống, đại lý du lịch và điều hành tour (không bao gồm chức danh quản lý khách sạn, Giám đốc khách sạn).

Nhân lực quản lý tại các đơn vị kinh doanh du lịch: Các vị trí việc làm thuộc ban giám đốc khách sạn; đơn vị kinh doanh về du lịch lữ hành; trưởng các bộ phận, phòng ban; tổ trưởng, trưởng nhóm trong các đơn vị kinh doanh du lịch. Chất lượng dịch vụ du lịch được cung cấp cho khách hàng phụ thuộc nhiều vào quan điểm, tư duy và phương pháp quản lý của nhóm nhân lực này.

Nhân lực hỗ trợ trong các đơn vị kinh doanh du lịch: Nhóm này bao gồm nhân lực thuộc các phòng như phòng kế hoạch đầu tư; phòng tài chính - kế toán; phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp; phòng quản lý nhân sự cho đến các nhân viên; nhân viên làm vệ sinh môi trường; nhân viên phụ trách công nghệ thông tin và công tác sửa chữa điện nước; nhân viên cung ứng hàng hoá; nhân viên tạp vụ,... trong các công ty, khách sạn hoặc các đơn vị kinh doanh về du lịch kinh doanh du lịch.

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. Các vị trí việc làm tương ứng với việc thực hiện những nhiệm vụ khác nhau và đặc trưng riêng trong ngành du lịch, khó thay thế được cho nhau khi cần. Lý do dẫn đến sự xuất hiện đặc điểm này là sự đa dạng trong cấu thành của dịch vụ du lịch, bao gồm các dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú, các dịch vụ bổ sung,... Trong từng nhóm này, các dịch vụ cụ thể lại vô cùng đa dạng, dẫn đến yêu cầu chuyên môn hóa đặc trưng cho từng lao động thực hiện ứng với từng loại dịch vụ.

Thứ hai, nhân lực ngành du lịch có đặc điểm là tỷ lệ lao động trẻ, lao động nữ, lao động thời vụ trong ngành du lịch cao hơn các ngành khác. Do nhu cầu của khách du lịch là phải được phục vụ một cách nhanh chóng, kịp thời mọi lúc mọi nơi, được quan tâm đến cả những vấn đề nhỏ nhất,... Vì vậy, đối tượng lao động trẻ và lao động nữ có vẻ như thích hợp hơn so với nhóm còn lại. Ngoài ra, do đặc thù về tính thời vụ trong kinh doanh nên việc sử dụng lao động thời vụ cũng là một đặc điểm dễ thấy.

Thứ ba, thời gian làm việc của nhân lực ngành du lịch phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng. Cụ thể, thời gian làm việc chủ yếu của nhân lực ngành du lịch, đặc biệt là lao động trực tiếp, thường vào những kỳ nghỉ, dịp nghỉ lễ dài ngày khi mà lao động thuộc các nhóm ngành khác không phải làm việc và ngược lại.

2.2. Chất lượng nhân lực du lịch

Chất lượng nguồn nhân lực là yếu tố quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh và sự thành công của mỗi quốc gia.

Chất lượng nhân lực là sự tổng hợp của nhiều yếu tố bộ phận như trí tuệ, trình độ, sự hiểu biết, đạo đức, kỹ năng, sức khỏe, thẩm mỹ.v.v... của người lao động. Trong các yếu tố trên thì trí lực và thể lực là hai yếu tố quan trọng trong việc xem xét đánh giá chất lượng nguồn nhân lực. Tuy vậy, trong hoạt động kinh doanh du lịch, yếu tố ý thức thái độ cũng là một yếu tố vô cùng quan trọng để đánh giá chất lượng lao động. Tùy từng nội dung công việc cụ thể mà mức độ quan trọng của các yếu tố trên cũng có thể khác nhau.

Thực tế cho thấy, nhân lực du lịch đa phần đòi hỏi phải có kỹ năng, chất lượng nhân lực du lịch thể hiện ở khả năng đáp ứng yêu cầu công việc ở các cấp độ khác nhau, tùy thuộc vị trí công việc mà họ đảm nhận.

Chất lượng nhân lực du lịch có thể được thể hiện ở nhiều khía cạnh khác nhau, bao gồm: các loại bằng cấp, chứng chỉ phù hợp lĩnh vực chuyên môn mà nhân sự đang đảm trách, kỹ năng giao tiếp và phục vụ khách, kỹ năng làm việc chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, ứng xử, khả năng xử lý các tình huống trong công việc, khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm,...

Chất lượng nhân lực du lịch chịu tác động ảnh hưởng của cả các nhân tố khách quan và chủ quan. Các nhân tố khách quan ảnh hưởng đến chất lượng nhân lực du lịch bao gồm: chiến lược, các chính sách, chương trình về du lịch quốc gia, vùng và địa phương nói chung và về phát triển nhân lực ngành du lịch; Chất lượng ngành giáo dục và đào tạo các cấp; 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; Nhu cầu du khách và xu hướng phát triển ngành du lịch; Nhu cầu khách hàng; Sự phát triển của thị trường lao động. Các nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến chất lượng nhân lực du lịch như: Các nhân tố thuộc về đội ngũ nhân lực ngành du lịch (bao gồm nhận thức, năng lực thực tại, nhu cầu và khát vọng của chính nhân lực du lịch); Các nhân tố thuộc về đơn vị kinh doanh/đơn vị kinh doanh về du lịch về du lịch (bao gồm chiến lược kinh doanh và chiến lược nguồn nhân lực của đơn vị kinh doanh về du lịch du lịch; Thực trạng các hoạt động quản trị nhân lực của đơn vị kinh doanh về du lịch du lịch; Yêu cầu của công việc và vị trí công tác). Ngoài ra, chất lượng nhân lực du lịch còn chịu ảnh hưởng của các nhân tố đặc thù của địa phương như vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên, các giá trị lịch sử, nền văn hóa, ngôn ngữ, con người,... Đây là những nhân tố tạo ra sự khác biệt về sản phẩm, dịch vụ du lịch, qua đó tạo ra lợi thế cạnh tranh cho địa phương.

2.3. Đào tạo nhân lực du lịch

Đào tạo nhân lực là quá trình cung cấp cho người lao động các kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết nhằm thực hiện tốt công việc, đảm bảo mục tiêu của tổ chức. Hay đào tạo còn được hiểu là quá trình tác động làm cho người lao động có thể thực hiện được chức năng, nhiệm vụ có hiệu quả hơn trong công tác của họ.

Mục đích của công tác đào tạo là giúp cho người lao động làm việc theo đúng tiêu chuẩn nghiệp vụ ứng với từng công việc cụ thể, nhờ đó mà tối đa hóa hiệu quả công việc của người lao động, giảm bớt tai nạn lao động, giảm thiểu công tác kiểm tra, nâng cao tính ổn định và năng động của tổ chức.

Hoạt động đào tạo bao gồm 3 nội dung lớn là đào tạo kiến thức, đào tạo kỹ năng và đào tạo thái độ cho người lao động trong công việc. Đào tạo kiến thức giúp cho người lao động có được sự hiểu biết nền tảng về công việc mà họ được phân công đảm nhiệm. Trong khi đó, đào tạo kỹ năng giúp cho người lao động biết được cách thức thực hiện cụ thể cho từng phần công việc và làm chủ được công việc của mình. Đào tạo thái độ trong công việc giúp người lao động hiểu được vai trò, vị trí của mình, để từ đó có cách giao tiếp, ứng xử và thực hiện các công việc được phân giao với chất lượng tốt nhất.

Hoạt động đào tạo có thể được tiến hành với nhiều dạng thức khác nhau, bao gồm đào tạo nhân lực nguồn và đào tạo lao động đương nhiệm.

Đào tạo lao động nguồn hay chính là hoạt động đào tạo chính quy tại các trường đại học, cao đẳng, trung cấp, dạy nghề. Với hình thức này, học viên phải tuân thủ chương trình đào tạo đã được quy định sẵn, việc học tập mang tính chất bài bản, chuyên nghiệp, thời gian học tập cũng được quy định cụ thể ứng với từng chương trình đào tạo. Kết thúc khóa học, người học sẽ được cấp các loại văn bằng, chứng chỉ tương ứng với chương trình đã học.

Đào tạo cho lao động đương nhiệm được phân chia thành đào tạo tại các doanh nghiệp và đào tạo ngoài doanh nghiệp. Đào tạo cho lao động đương nhiệm được thực hiện với mục đích bổ sung, củng cố kiến thức cho người lao động đang làm việc. Đối tượng đào tạo có thể là người đã được đào tạo hoặc chưa từng được đào tạo về lĩnh vực công việc đảm nhận. Việc đào tạo này giúp cho người lao động có đầy đủ kiến thức, kỹ năng, thái độ để thực hiện công việc của mình được tốt hơn, để phát triển sự nghiệp hay đơn giản là để đủ điều kiện làm việc ở vị trí công việc đó. Người thực hiện đào tạo có thể là các cán bộ, người lao động lành nghề tại doanh nghiệp hoặc các chuyên

gia trong cùng lĩnh vực. Đào tạo ngoài doanh nghiệp là doanh nghiệp cử người lao động đi đào tạo ở các trung tâm đào tạo, các doanh nghiệp khác, các trường đại học, cao đẳng, trung cấp hoặc ở nước ngoài. Tuy đối tượng mà doanh nghiệp xác định phương thức đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn cho phù hợp.

Ngoài ra, nói đến đào tạo nhân lực du lịch không thể không nói đến hoạt động đào tạo cho một nhóm nhân lực du lịch có vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển du lịch, đó chính là cộng đồng cư dân tại điểm đến du lịch. Họ là đối tượng vừa hưởng lợi và vừa phải chịu đựng những sức ép, sức ảnh hưởng từ việc phát triển du lịch tại địa phương nơi họ sinh sống. Việc mở các lớp đào tạo cho người dân, giúp họ hiểu được vai trò, vị trí của họ, giúp họ biết cách làm kinh tế đồng thời làm sao để giữ gìn bản sắc văn hóa, các yếu tố đặc trưng của bản địa, làm sao để “hòa nhập nhưng không hòa tan” là một điều vô cùng quan trọng. Vì vậy, ngoài việc quan tâm đến đào tạo nhân lực trong các doanh nghiệp, trong các cơ quan, ban, ngành hoạt động trong lĩnh vực du lịch, cần phải rất quan tâm đến vấn đề đào tạo đối với cộng đồng cư dân địa phương.

2.4. Những vấn đề đặt ra cho đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0

Cách mạng Công nghiệp 4.0 tận dụng sức mạnh lan tỏa của số hóa và công nghệ thông tin với sự đột phá của trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật và dữ liệu lớn, đang tạo ra sự thay đổi to lớn trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Đối với du lịch, công nghệ hiện đại giúp cho phương thức xúc tiến quảng bá trở nên đa dạng hơn và làm thay đổi phương thức đi du lịch, trải nghiệm của du khách. Du khách có thể dễ dàng tìm hiểu, so sánh, lựa chọn những điểm đến và dịch vụ phù hợp nhất, đặc biệt là có thể khám phá điểm đến bằng công nghệ thực tế ảo mà không nhất thiết phải trực tiếp đến với điểm đến du lịch.

Trong bối cảnh đó, những vấn đề đặt ra rất cấp thiết đối với nhân lực du lịch như:

Vấn đề về kiến thức, kỹ năng chuyên môn và thái độ của đội ngũ nhân lực du lịch: Đây là vấn đề quan trọng, quyết định phần lớn chất lượng cung cấp dịch vụ du lịch. Lao động du lịch phải được đào tạo bài bản về các vấn đề liên quan đến lĩnh vực chuyên môn của họ. Công tác đào tạo phải đảm bảo gắn kết chặt chẽ với thực tiễn công việc, chú trọng đào tạo về thái độ của người lao động trong công việc. Kết quả đào tạo phải đảm bảo cho người học có đầy đủ năng lực thực hiện công việc mà ít cần phải đào tạo lại.

Vấn đề về khả năng sử dụng và vận dụng công nghệ trong công việc: Không chỉ là kiến thức, kỹ năng chuyên môn, lao động du lịch đang đứng trước yêu cầu về khả năng sử dụng thành thạo công nghệ trong hoạt động ngành nghề của mình. Đảm bảo yêu cầu này sẽ giúp người lao động kế thừa, phát huy, tận dụng được những thành tựu của khoa học vào trong công việc của mình, giúp tiếp cận dễ dàng hơn với khách hàng cũng như giúp nâng cao hiệu quả trong công việc. Ngoài ra, việc am hiểu và vận dụng thành thạo công nghệ cao trong công việc còn giúp nhân lực du lịch tạo ra được những dịch vụ mới, mang tính sáng tạo, giúp đổi mới sản phẩm dịch vụ, tạo ra ưu thế cạnh tranh và thu hút được khách hàng.

Vấn đề bị thay thế bởi công nghệ, máy móc: Do sự phát triển của thành tựu khoa học công nghệ, máy móc dần có thể thay thế cho sức lao động của con người và làm cho mọi việc dường như trở nên đơn giản hơn. Nếu như đội ngũ nhân lực du lịch không thể hiện được vai trò khác biệt của bản thân thì đến một lúc nào đó có thể bị máy móc đánh gục. Chẳng hạn như khi đi du lịch, thay vì thuê một hướng dẫn viên, khách hàng có thể sử dụng các ứng dụng công nghệ để biết thông tin về điểm đến. Trong bối cảnh đó, để tạo nên sự khác biệt, người hướng dẫn viên phải là người thực sự am hiểu và tường tận về điểm đến để cung cấp thông tin cho khách hàng, đồng thời phải thể hiện được sự quan tâm, hiếu khách mà cung cấp cho họ những trải nghiệm mà ứng dụng công nghệ kia không thể cho họ.

Vấn đề về nhận thức và định kiến xã hội: Trước đây, người ta thường rất xem thường người làm nghề dịch vụ, cho rằng ai đó không thể làm được nghề gì khác thì làm phục vụ. Rõ ràng, đây là một quan điểm rất sai lầm, nghề làm dịch vụ không hề đơn giản như chúng ta làm tưởng, nó đòi hỏi người làm nghề không những phải có kiến thức, kỹ năng chuyên môn cần thiết mà còn cần có tinh thần, thái độ, thiên hướng dịch vụ mà đôi khi không phải cứ đào tạo qua loa là có thể có được.

3. THỰC TIỄN ĐÀO TẠO NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH HÒA BÌNH

3.1. Khái quát du lịch Hòa Bình

Tỉnh Hòa Bình có 6 dân tộc anh em cùng chung sống bao gồm các dân tộc như Mường, Kinh, Thái, Tày, Dao, Mông, mỗi dân tộc có bản sắc văn hóa đặc trưng trong phong tục, tập quán, kiến trúc nhà ở, lễ hội. Trên địa bàn tỉnh có nhiều di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh được quản lý, bảo vệ, tài nguyên du lịch phong phú, Hòa Bình có điều kiện phát triển nhiều loại hình du lịch đặc trưng như: Du lịch văn hóa, du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, du lịch tâm linh, du lịch thể thao giải trí,... thu hút ngày càng đông đảo khách du lịch trong nước và quốc tế.

Toàn tỉnh Hòa Bình có trên 20 khu, điểm du lịch văn hóa gắn với sinh thái; 9 điểm du lịch địa phương đã được UBND tỉnh có quyết định công nhận điểm du lịch cấp tỉnh; 7 công ty lữ hành nội địa, chi nhánh văn phòng đại diện hoạt động trên địa bàn tỉnh; 412 cơ sở lưu trú đã được thẩm định, trong đó có 6 khách sạn 3 sao, 23 khách sạn 2 sao, 8 khách sạn 1 sao, 233 nhà nghỉ, 142 nhà sàn du lịch cộng đồng. Hoạt động kinh doanh vận tải du lịch hiện có 6 hãng xe tắc xi với hàng trăm đầu xe và hơn 100 phương tiện tàu, thuyền chở khách du lịch tập trung trên khu vực Hồ Hòa Bình.

Với những tài nguyên du lịch thiên nhiên và nhân văn rất có giá trị, du lịch Hòa Bình đang trên đà phát triển trong những năm gần đây. Các loại hình du lịch gắn với các tuyến điểm du lịch tại Hòa Bình có thể kể đến như sau:

Du lịch văn hóa cộng đồng: người dân tộc Thái Bản Lác, Poong Cọm, Bản Văn... huyện Mai Châu; người dân tộc Mường xóm Mỗ, huyện Cao Phong, xóm Ải, huyện Tân Lạc...; người dân tộc Mông các xã Hàng Kia, Pà Cò huyện Mai Châu...

Du lịch sinh thái: Tại các điểm du lịch Đảo Dừa, Đảo Xanh, Cối xay gió... trên khu Hồ Hòa Bình; các khu rừng đặc dụng Ngọc Sơn - Ngổ luông, huyện Lạc Sơn - Tân Lạc; Pu Canh, huyện Đà Bắc, Thượng Tiến Kim Bôi...

Du lịch tâm linh: Tại các Lễ hội Chùa Tiên, huyện Lạc Thủy; lễ hội Đền Bờ huyện Cao Phong - Tân Lạc; lễ hội Khai hạ Mường Bi, huyện Tân Lạc; lễ hội Xên Mường, huyện Mai Châu; và các lễ hội dân gian tại các điểm di tích lịch sử, đền, chùa trên địa bàn tỉnh...

Du lịch nghỉ dưỡng: Tại các Khu du lịch suối khoáng, huyện Kim Bôi; mỏ nước nóng huyện Lạc Sơn...

Du lịch thể thao giải trí: Tại Sân gôn Phương Hoàng, huyện Lương Sơn; môn thể thao dù lượn tại xã Ngọc Sơn, huyện Lạc Sơn; các môn leo núi, bơi thuyền Hồ Hòa Bình; đi bộ, xe đạp tại thành phố Hòa Bình,...

Bên cạnh hình thức du lịch thông thường, du lịch phượt cũng rất phát triển tại Hòa Bình trong thời gian qua. Cảnh sắc thiên nhiên phong phú, phong tục tập quán cư dân đa dạng đã cuốn hút một lượng không nhỏ những đoàn khách du lịch phượt đến với miền đất này. Một số cung đường phượt tại Hòa Bình được giới trẻ ưa thích có thể kể đến bao gồm:

Tuyến 1: Hà Nội - Hòa Bình - Mai Châu - Cao Phong - Kim Bôi - Bãi Chạo - Hà Nội

Tuyến 2: Hà Nội - Bãi Chạo - Cửu thác Tú Sơn (Lương Sơn) - Kim Bôi - Hòa Bình - Thác Thăng Thiên - Kỳ Sơn - Hà Nội

Tuyến 3: Hà Nội - Thác Thăng Thiên (Kỳ Sơn) - Hòa Bình - Thung Nai - Du lịch lòng hồ - Hà Nội

Tuyến 4: Hà Nội - Hòa Bình - Mai Châu - Hà Nội.

Trong những năm gần đây, Hòa Bình luôn là điểm đến hấp dẫn của khách du lịch trong nước và quốc tế. Sự hấp dẫn của du lịch Hòa Bình cũng như sự tăng trưởng vượt trội của du lịch Hòa Bình trong những năm vừa qua có thể được thấy rõ qua bảng 1:

Bảng 1: Lượng khách và tổng thu từ khách du lịch của tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2016 - 2018

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2016	2017	2018
1	Tổng lượt khách	Nghìn lượt	2.270	2.461	2.700
	Tốc độ tăng trưởng tổng lượt khách	%	-	8,41	9,71
	- Khách quốc tế	Nghìn lượt	222	261	320
	Tỷ trọng	%	9,78	10,61	11,85
	- Khách nội địa	Nghìn lượt	2.048	2.200	2.380

	Tỷ trọng	%	90,22	89,39	88,15
2	Tổng thu từ khách du lịch	Tỷ đồng	1.038	1.216	1.500
	Tốc độ tăng trưởng tổng thu từ khách du lịch	%	-	17,15	23,36

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hòa Bình

Qua bảng 1, ta thấy được tổng lượt khách đến du lịch Hòa Bình trong những năm qua có sự tăng trưởng tương đối đều, tốc độ tăng trưởng hàng năm tăng 9 - 10%/năm. Tuy nhiên, trong đó ta có thể dễ dàng thấy được lượng khách chủ yếu vẫn là khách nội địa (chiếm khoảng 90% tổng lượng khách). Lượng khách quốc tế chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ khoảng 10%, tuy vậy, tỷ trọng khách quốc tế đã có sự cải thiện đáng kể trong thời gian gần đây. Sự gia tăng về tổng lượng khách đã kéo theo sự gia tăng về tổng doanh thu từ khách du lịch. Trong khi tốc độ tăng trưởng lượng khách trung bình đạt 9-10% thì tốc độ tăng trưởng tổng thu từ khách có sự gia tăng trội hơn trong những năm gần đây (năm 2017 là 17,15%, năm 2018 là 23,36%). Điều này cho thấy khách du lịch đã chi tiêu nhiều hơn, phản ánh phần nào sự phát triển của các dịch vụ tại điểm đến. Thời gian tới, để đạt được mục tiêu về tổng lượng khách, tổng thu từ khách, đặc biệt là khách quốc tế, du lịch Hòa Bình cần có sự đầu tư hơn nữa để có thể cung cấp dịch vụ với chất lượng tốt nhất, bao gồm cả hoạt động đào tạo nâng cao chất lượng nhân lực du lịch.

Hiện nay, UBND tỉnh chỉ đạo Sở Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ động phối hợp với các ngành, đơn vị liên quan xây dựng đề án cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn và đề án phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh đến năm 2020. Theo đề án phát triển du lịch tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, mục tiêu đến năm 2020, du lịch tỉnh đón 3,2 triệu lượt khách, tạo việc làm cho 14.000 lao động, trong đó có 4.888 lao động trực tiếp có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch. Do đó, việc đào tạo, nâng cao nguồn nhân lực du lịch là một trong những nhiệm vụ quan trọng, góp phần nâng cao chất lượng hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh.

3.2. Thực trạng đào tạo và chất lượng nhân lực du lịch tỉnh Hòa Bình

Hàng năm, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hòa Bình phối hợp với các trường chuyên nghiệp tổ chức các lớp tập huấn nghiệp vụ về du lịch, kỹ năng kinh doanh lưu trú tại nhà dân; nghiệp vụ thuyết minh viên du lịch; nghiệp vụ lễ tân, buồng, bàn, bar, quản lý cơ sở lưu trú; nghiệp vụ du lịch cho lái xe ô tô, lái tàu, thuyền, nhân viên trên phương tiện ô tô, tàu thuyền phục vụ khách du lịch...

Trong giai đoạn 2007 - 2017, Sở đã mở được 28 lớp tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch cho 1.790 lượt học viên là cán bộ quản lý Nhà nước từ tỉnh đến cơ sở; người quản lý, nhân viên phục vụ tại các cơ sở khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng; thuyết minh viên, nhân viên phục vụ và điều khiển phương tiện vận chuyển khách du lịch trên địa bàn tỉnh. Riêng trong năm 2017 đã mở 9 lớp bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch cho 742 học viên. Trong đó có 3 lớp cho người điều khiển phương tiện và nhân viên phục vụ trên tàu, thuyền vận chuyển khách du lịch với 290 học viên; 3 lớp cho 300 học viên là cán bộ, chuyên viên phụ trách công tác du lịch Phòng Văn hóa - Thể thao các huyện, thành phố, cán bộ văn hóa xã, chủ các đơn vị và hộ kinh doanh hoạt động du lịch; 2 lớp bồi dưỡng kỹ năng nghề du lịch homestay cho các hộ kinh doanh lưu trú du lịch tại nhà dân; 1 lớp cho lái xe ô tô và nhân viên phục vụ trên xe ô tô vận chuyển khách du lịch.

Năm 2018, Sở đã phối hợp mở 7 lớp bồi dưỡng, tập huấn nghiệp vụ cho gần 500 lượt người là cán bộ quản lý và người hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh.

Trong 6 tháng đầu năm 2019, Sở phối hợp mở 6 lớp tập huấn và bồi dưỡng nguồn nhân lực cho gần 200 người, trong đó tập trung vào các lĩnh vực đào tạo kỹ năng nghề cho mô hình du lịch cộng đồng; kỹ năng quảng bá thương hiệu và xây dựng văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Về công tác đào tạo dài hạn, hiện ở Hòa Bình có một số trường đại học, cao đẳng có đào tạo về du lịch như Đại học Hòa Bình, Cao đẳng Kinh tế Kỹ thuật Hòa Bình, Cao đẳng Kỹ thuật Công nghệ Hòa Bình, Cao đẳng Sư phạm Hòa Bình,...

Với những số liệu kể trên, có thể thấy rằng trong thời gian qua, công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch cũng đã được quan tâm nhằm dần từng bước đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch. Tuy nhiên, các hoạt động đào tạo ngắn hạn tại địa phương còn thiếu độ bài bản, chủ yếu mang tính

chất thông tin, cung cấp kiến thức cơ bản cho hoạt động phục vụ thường ngày của nhân lực du lịch. Học viên đa phần là những lao động phổ thông, nhu cầu học tập nâng cao trình độ bản thân không nhiều, đa phần tham gia học tập theo yêu cầu và đôi khi là học để được cấp chứng chỉ, để đáp ứng điều kiện tối thiểu của công việc chứ không phải để nâng cao chất lượng. Đối với hoạt động đào tạo tại các cơ sở đào tạo du lịch, chương trình và chất lượng đào tạo không đồng đều, đôi khi còn thiếu sự linh hoạt và gắn kết với thực tế.

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hòa Bình, tính đến đầu năm 2019, toàn tỉnh có hơn 3.100 lao động đang hoạt động trong lĩnh vực du lịch; trong đó gần 300 người có trình độ đại học, trên đại học; trên 400 người có trình độ trung cấp, cao đẳng; hơn 1.000 người có trình độ sơ cấp và gần 1.500 lao động phổ thông. Như vậy có thể thấy rằng, đa đa số nhân lực du lịch của Hòa Bình là những người chưa từng được đào tạo chuyên môn. Điều này rõ ràng có ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng du lịch của tỉnh nhà.

Mặc dù thời gian qua, tỉnh đã có chủ trương tận dụng triệt để nguồn nhân lực du lịch được đào tạo từ những cơ sở đào tạo có uy tín, tại các thành phố lớn như Hà Nội nhưng vẫn tồn tại một thực tế là nhân lực du lịch được đào tạo bài bản sau khi học xong thường ở lại các thành phố lớn, nơi có cơ hội việc làm, mức thu nhập và các điều kiện sống tốt hơn. Đối với lao động du lịch của tỉnh có thể nói về số lượng không thiếu nhưng thiếu lao động chất lượng cao. Số lao động có trình độ cao không nhiều. Tại các doanh nghiệp, khách sạn, resort chỉ có một số vị trí quản lý là lao động có trình độ cao, còn lại đa số lao động qua đào tạo cấp chứng chỉ đủ để đảm bảo điều kiện hoạt động. Đặc biệt, trong bối cảnh CMCN 4.0 đang bùng nổ như hiện nay thì yêu cầu đặt ra đối với việc phát triển nhân lực cho du lịch Hòa Bình không chỉ là đào tạo nhân lực đảm bảo có kiến thức, kỹ năng chuyên môn mà còn là nhân lực am hiểu về công nghệ thông tin để ứng dụng công nghệ cao vào kinh doanh du lịch, phát triển du lịch thông minh đáp ứng nhu cầu du khách trong thời đại mới.

4. GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH HÒA BÌNH

4.1. Quan điểm

- Cán bộ quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh có trách nhiệm định hướng nghề nghiệp, dự báo nhu cầu, khuyến khích và thúc đẩy quá trình xã hội hóa đào tạo, phát triển nhân lực ngành du lịch. Cán bộ tại các cơ sở đào tạo, dạy nghề du lịch có trách nhiệm thiết kế, cung cấp các sản phẩm đào tạo gắn với nhu cầu và đặc thù của Hòa Bình. Các đơn vị kinh doanh về du lịch tích cực tham gia vào mạng lưới liên kết tạo nguồn, đào tạo và đào tạo lại nhân lực ngành du lịch.

- Đổi mới hoạt động đào tạo, bồi dưỡng trong cả khu vực công và tư để trang bị các năng lực mới theo yêu cầu của thị trường, xu thế phát triển của ngành và đặc biệt là yêu cầu phát triển các sản phẩm thế mạnh đặc thù của Hòa Bình.

- Gia tăng thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao từ trong và ngoài tỉnh để giải quyết nhu cầu trước mắt. Trong giai đoạn tới, để nâng cao chất lượng nhân lực ngành du lịch, các nhiệm vụ trọng tâm là chuẩn hóa và phát triển, do đó tỉnh rất cần nhân lực có năng lực tư vấn, thiết kế, đào tạo và chuyển giao công nghệ đào tạo.

4.2. Giải pháp

Nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân lực quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh

Nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân lực quản lý nhà nước về du lịch cần theo hướng chú trọng vào đào tạo đạt chuẩn năng lực theo chức danh thay vì bằng cấp. Để đào tạo đạt chuẩn năng lực theo chức danh, cần phải nghiên cứu để xây dựng mô hình khung năng lực cho từng chức danh công việc. Tiếp đó, cần có kế hoạch rà soát và đào tạo cho đội ngũ nhân lực quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh để đạt được những năng lực cần thiết, đáp ứng yêu cầu công việc.

Vấn đề này cần phải có những nghiên cứu sâu hơn, cũng như phải học hỏi việc ứng dụng của các tỉnh, thành phố khác để đạt được hiệu quả mong muốn.

Nâng cao chất lượng nhân lực cho các đơn vị kinh doanh về du lịch trên địa bàn tỉnh

Để nâng cao chất lượng nhân lực cho các đơn vị kinh doanh về du lịch trên địa bàn tỉnh, cần thực hiện các giải pháp sau:

- Tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch tại địa phương: Phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch đủ về số lượng, hợp lý về cơ cấu, chuẩn về chất

lượng để đáp ứng nhu cầu đào tạo, tăng quy mô đào tạo, hiệu quả đào tạo, bồi dưỡng nhân lực ngành du lịch; Nâng cao trình độ tin học, ngoại ngữ và phương pháp giảng dạy để giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch đủ khả năng giảng dạy, tự nghiên cứu, trao đổi chuyên môn, cập nhật kiến thức mới, tham gia hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước; Đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng khoa học - công nghệ, phương pháp mới trong đào tạo du lịch; Khuyến khích các cơ sở đào tạo du lịch lập cơ sở dịch vụ phù hợp với lĩnh vực đào tạo để người học có điều kiện thực hành đồng thời tạo thêm kinh phí đào tạo, nghiên cứu (chẳng hạn như mô hình khách sạn - trường học); Khuyến khích các cơ sở đào tạo du lịch tại địa phương hoàn thiện chương trình đào tạo, đào tạo gắn kết với thực tiễn thông qua việc kết nối với các doanh nghiệp du lịch, tạo môi trường thực tập, kiên tập thực tế cho sinh viên từ ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

- Tăng cường hợp tác giữa các cơ sở đào tạo du lịch, cơ sở kinh doanh du lịch với các cơ quan quản lý cấp địa phương trong việc xác định nhu cầu nhân lực du lịch, xây dựng và triển khai chương trình đào tạo đảm bảo chất lượng, đáp ứng nhu cầu xã hội.

- Triển khai chương trình hỗ trợ cho các đơn vị kinh doanh về du lịch: Tinh đóng vai trò chuyển giao chương trình đào tạo và hỗ trợ một phần kinh phí cho người học, các đơn vị kinh doanh về du lịch đóng vai trò tổ chức triển khai và tiếp nhận người học vào thực tập.

- Tiếp tục triển khai các hoạt động đào tạo ngắn hạn cho nhân lực du lịch tại địa phương, yêu cầu các cơ sở kinh doanh du lịch tại địa phương cử người tham gia học tập. Mặc dù hiệu quả từ những hoạt động đào tạo này không lớn nhưng phần nào sẽ tác động đến nhận thức của người lao động, tác động theo kiểu “mưa dầm thấm lâu”, dần dần tạo ra sự thay đổi trong ý thức và nhận thức của nhân lực du lịch.

Tăng cường công tác bồi dưỡng kiến thức về du lịch cho các hộ dân cư

Trong mọi vấn đề, dân luôn là “gốc”, việc khai thác du lịch cũng chính là sử dụng các điều kiện sinh sống của người dân để kinh doanh, vì vậy mà cần phải có hành động nâng cao nhận thức của cư dân, cho họ thấy được cái “lợi ích” mà họ có thể nhận được thì mới tạo được lòng tin, sự ủng hộ từ họ.

Do vậy, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh cần phối hợp với Ủy ban nhân dân các cấp để tổ chức nhiều hơn các lớp học bồi dưỡng kiến thức làm du lịch cho người dân. Nội dung của các lớp học là để giúp người dân hiểu rõ lợi ích mà du lịch đem lại, có cách làm du lịch khoa học, hợp lý và lâu dài hơn, tránh hiện tượng chộp giật, “chặt chém” du khách.

Trên thực tế đã có rất nhiều địa phương áp dụng biện pháp này và đã thu được những hiệu quả nhất định. Công tác bồi dưỡng, tập huấn du lịch cho cư dân địa phương cần được thực hiện một cách nghiêm túc, lâu dài và thường xuyên để những quan điểm, cách thức làm du lịch đúng đắn được ngấm sâu vào trong nhận thức của họ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2017), *Kỷ yếu Hội thảo khoa học toàn quốc “Đào tạo du lịch theo định hướng nghị quyết số 08-NQ/TW*.
2. Mai Thanh Lan, Nguyễn Thị Thanh Nhân (2016), *Quản trị nhân lực căn bản*, Nxb Thống kê.
3. Ủy ban Nhân dân tỉnh Hòa Bình (2014), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2014-2020, tầm nhìn đến 2030*.
4. Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012), *Tài liệu Phát triển du lịch cộng đồng*.
5. Website:
<http://www.baohoabinh.com.vn/>
<http://ipa.hoabinh.gov.vn/>
<http://sovanhoa.hoabinh.gov.vn/>
<http://www.vtr.org.vn/>
<http://vietnamtourism.gov.vn/>

ỨNG DỤNG KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN MỞ TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH, KHÁCH SẠN

*TS. Nguyễn Thị Hồng Vân
Trường Đại học Ngoại thương*

TÓM TẮT

Sự tăng trưởng mạnh mẽ của du lịch dẫn đến nhu cầu nhân lực trong lĩnh vực du lịch, khách sạn tăng cao hơn bao giờ hết. Những năm gần đây, du lịch, khách sạn luôn nằm trong top những ngành khao khát nhân sự nhất. Để có thể đáp ứng được nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành du lịch, khách sạn, trường Đại học Ngoại thương cần tăng cường đổi mới phương pháp và cập nhật nội dung giảng dạy, tăng cường ứng dụng công nghệ mới trong đào tạo. Khóa học trực tuyến mở (MOOCs) là một trong những xu hướng phát triển trong giáo dục đại học hiện nay, hỗ trợ nhu cầu học tập suốt đời. Bài viết này tập trung phân tích và đánh giá những khóa học trực tuyến mở trong ngành du lịch, khách sạn, phân tích ưu và nhược điểm của khóa học trực tuyến mở; đồng thời đưa ra các giải pháp cho giảng viên, sinh viên và các nhà quản lý để ứng dụng khóa học trực tuyến mở (MOOCs) trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương.

Từ khóa: Du lịch, đào tạo trực tuyến, khóa học trực tuyến mở, MOOCs, quản trị khách sạn

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra trên toàn cầu, đem đến nhiều cơ hội và thách thức đối với các trường đại học. Nhiệm vụ hàng đầu của các trường đại học hiện nay đó là đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng tính tương tác, tăng tính thực tiễn của mô hình kinh doanh mới. Việc đẩy mạnh nghiên cứu, đổi mới nội dung và phương pháp để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu đào tạo của thị trường lao động là cần thiết. Đặc biệt, việc tăng cường ứng dụng các công nghệ thông tin vào giảng dạy như đào tạo trực tuyến, lớp học ảo, khóa học trực tuyến mở là xu hướng hàng đầu hiện nay. Việc đánh giá thực trạng, khả năng ứng dụng, và các giải pháp ứng dụng các công nghệ mới, cụ thể là khóa học trực tuyến mở là điều cần thiết. Các khóa học trực tuyến mở được phát triển trên thế giới hơn 10 năm qua, đem lại nhiều lợi ích cho cộng đồng như học tập linh hoạt, chủ động, và học tập suốt đời trên nền tảng các khóa học online, mở và miễn phí. Với sự chủ động trong thời gian và phương pháp tiếp nhận sáng tạo, học trực tuyến tương tác sẽ dần thay thế mô hình học trực tuyến truyền thống và mở ra cơ hội để thế hệ trẻ chuẩn bị tốt cho mình những kiến thức, kỹ năng đáp ứng nhu cầu công việc hiện tại cũng như sự nghiệp tương lai.

Tại trường Đại học Ngoại thương, việc ứng dụng các khóa học trực tuyến mở MOOCs cũng đã được nhắc tới nhiều năm trước tuy nhiên chưa có một nghiên cứu nào chuyên sâu về các giải pháp áp dụng cho một ngành học cụ thể. Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn của việc tìm tài liệu và đề cương tham khảo cho xây dựng chương trình đào tạo ngành du lịch, khách sạn, tác giả nhận thấy việc ứng dụng các khóa học trực tuyến mở MOOCs cho ngành học mới, đặc biệt là ngành du lịch, khách sạn là một hướng đi mới. Chính vì vậy, việc nghiên cứu các khóa học trực tuyến mở nhằm đổi mới phương pháp, cập nhật nội dung giảng dạy, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn là cần thiết; việc đề xuất một số giải pháp nhằm ứng dụng khóa học trực tuyến mở (MOOCs) trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương là có ý nghĩa thực tiễn.

2. GIỚI THIỆU VỀ KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN MỞ

2.1. Khái niệm và sự phát triển của khóa học trực tuyến mở (MOOCs)

MOOCs là từ viết tắt của Massive Open Online Courses. MOOCs là các khóa học trực tiếp nhắm tới số lượng lớn người tham gia trên phạm vi rộng lớn, được truy cập miễn phí qua mạng Internet với đặc tính mở (Phạm Thành, 2018). Là nguồn mở cho tất cả mọi người, không đòi hỏi phải chứng thực trình độ mới có thể tham gia, cung cấp các khóa học trực tuyến hoàn chỉnh và hoàn toàn miễn phí (Nguyễn Tấn Công, 2017).

Các khóa học trực tuyến mở (MOOCs) đã được phát triển thành công từ năm 2008, với mục đích rõ ràng không chỉ mang đến nhiều cơ hội học tập mà còn để cải thiện kinh nghiệm học tập.

Tóm lại, MOOCs là các khóa học trực tuyến, không có yêu cầu đầu vào chính thức, không có giới hạn tham gia và miễn phí (Gaebel, 2013). Năm 2012, Ivy Các trường đại học League tại

Hoa Kỳ bắt đầu tung ra các khóa học trực tuyến miễn phí, hợp tác với các công ty tư nhân. Những khóa học được mở cho số lượng sinh viên không giới hạn, thậm chí lên đến hơn 50.000 sinh viên mỗi khóa dường như không phải là ngoại lệ (Catalina U. & Anca N., 2015).

Ý nghĩa của khóa học trực tuyến mở - MOOCs:

M (Massive): đại trà, khả năng cung cấp cho số đông người học, lớn hơn nhiều so với các hình thức học tập truyền thống trên lớp. Lượng người học trên MOOCs có thể lên tới hàng trăm nghìn người. Một ví dụ điển hình là trong năm 2011, khóa học Machine Learning của Giáo sư Andrew Ng thuộc ĐH Stanford được triển khai trên hệ thống Coursera, thu hút trên 100.000 học viên tham gia trên toàn thế giới, là khóa học đông người tham gia nhất của Coursera cho đến hiện nay (Nguyễn Tấn Công, 2017).

O (Open): tính mở, không giới hạn người học, không đòi hỏi điều kiện tiên quyết như chứng nhận kiến thức hay bằng cấp, và hoàn toàn miễn phí. Đồng thời, tính mở của khóa học MOOCs cũng thể hiện ở trong vấn đề bản quyền - nội dung của khóa học có thể tái sử dụng trong mục đích học tập và giảng dạy (Zafrin N. và cộng sự, 2013). Đây là đặc điểm mà khóa học MOOCs hữu ích cho các giảng viên tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam có thể tiếp cận những kiến thức mới một cách dễ dàng và miễn phí.

O (Online): trực tuyến trên nền tảng mạng Internet. Các khóa học MOOCs được cung cấp hoàn toàn trực tuyến, không bị giới hạn bởi thời gian, không gian, khoảng cách địa lý. Với kết nối Internet, người học có thể học mọi lúc mọi nơi thông qua máy tính hay điện thoại thông minh.

C (Course): Mang ý nghĩa là một khóa học hoàn chỉnh. Các khóa học trực tuyến mở MOOCs được cung cấp đầy đủ tài nguyên học tập như bài giảng, tài liệu tham khảo, công nghệ tương tác, bài tập, bài kiểm tra, v.v...

Các khóa học MOOCs được phát triển mạnh mẽ tại các nước phát triển, đặc biệt là Hoa Kỳ với các hệ thống đầu tiên và mạnh nhất hiện nay là: Coursera, Edx và Udacity. Các hệ thống này liên kết với các trường đại học nổi tiếng, cung cấp các khóa học có giá trị cho người học trên toàn thế giới. Trong đó Coursera là công giáo dục trực tuyến mở đại trà phi lợi nhuận lớn nhất hiện nay do ĐH Stanford, ĐH Michigan, ĐH Princeton và ĐH Pennsylvania khởi xướng, tới nay đã thu hút khoảng 15 triệu người dùng, hơn 100 đại học trên thế giới tham gia cung cấp khóa học. Phần sau của bài viết sẽ phân tích cụ thể một số khóa học trực tuyến mở hữu ích cho đào tạo ngành du lịch, khách sạn được cung cấp bởi các trường đại học trên các nền tảng trên.

2.2. Ưu và nhược điểm của khóa học trực tuyến mở

- Ưu điểm:

Khóa học trực tuyến mở MOOCs có đầy đủ những ưu điểm của các khóa học trực tuyến (e-learning) như sau:

Tính linh hoạt: các khóa học trực tuyến mở có thể đến được với người học ở mọi nơi trên thế giới, cho người học điều kiện để tiếp xúc với những khóa học, chủ đề hay nội dung mà người học quan tâm. Các khóa học trực tuyến mở được phục vụ theo nhu cầu người học, chứ không nhất thiết phải bám theo một thời gian biểu cố định. Vì thế người học có thể tự điều chỉnh quá trình học, lựa chọn cách học phù hợp nhất với hoàn cảnh của mình. Bảng danh mục bài giảng sẽ cho phép học viên lựa chọn đơn vị tri thức, tài liệu một cách tùy ý theo trình độ kiến thức và điều kiện truy cập mạng của mình (Bahaa G. & Karin G., 2019).

Miễn phí: người học có cơ hội du học tại chỗ với các khóa học được cung cấp bởi các trường đại học hàng đầu trên thế giới mà không phải trả tiền. Giảng viên và sinh viên các trường đại học có thể cập nhật những chủ đề mới, học tập theo đam mê học tập suốt đời.

Tính chủ động: Đối với hình thức học trực tuyến tương tác, người học giữ vai trò chủ động trong việc thu nhận kiến thức. Người học được toàn quyền lựa chọn khóa học, thời gian học, làm sao cho phù hợp nhất với trình độ của bản thân. Tuy nhiên, cần có người theo sát tiến độ học tập để đưa ra những lời khuyên, sự hỗ trợ kịp thời giúp người học đạt được mục tiêu đề ra.

Trải nghiệm tiện ích công nghệ: Nhiều học viên ban đầu có thể cảm thấy có chút khó khăn khi tiếp cận việc học qua công nghệ mới, tuy nhiên khi đã làm quen thì họ sẽ nhận ra được sự tiện bộ cũng như tính tiện ích của phương pháp học này. Các giáo trình, tài liệu được sắp xếp khoa học, từ trình độ thấp lên trình độ cao, đi kèm với đó là các bài kiểm tra đánh giá theo từng mức độ; cũng

chính việc số hóa đã khiến cho công tác tra cứu, lưu trữ trở nên đơn giản và nhanh chóng chỉ với vài thao tác click chuột.

- Nhược điểm:

Bên cạnh những ưu điểm nổi trội của các khóa học trực tuyến mở MOOCs kể trên, hình thức đào tạo này còn tồn tại một số hạn chế sau:

Về phía người học: Tham gia học tập dựa trên các khóa học trực tuyến mở đòi hỏi người học phải có khả năng làm việc độc lập với ý thức tự giác cao độ. Bên cạnh đó, cũng cần thể hiện khả năng hợp tác, chia sẻ qua mạng một cách hiệu quả với giảng viên và các thành viên khác. Người học cũng cần phải biết lập kế hoạch phù hợp với bản thân, tự định hướng trong học tập, thực hiện tốt kế hoạch học tập đã đề ra (Chong và cộng sự, 2019).

Về phía nội dung học tập: Trong nhiều trường hợp, không thể và không nên đưa ra các nội dung quá trừu tượng, quá phức tạp. Đặc biệt là nội dung liên quan tới thí nghiệm, thực hành mà Công nghệ thông tin không thể hiện được hay thể hiện kém hiệu quả. Hệ thống các khóa học trực tuyến mở cũng không thể thay thế được các hoạt động liên quan tới việc rèn luyện và hình thành kỹ năng, đặc biệt là kỹ năng thao tác và vận động.

Về yếu tố công nghệ: Sự hạn chế về kỹ năng công nghệ của người học sẽ làm giảm đáng kể hiệu quả, chất lượng dạy học dựa trên các khóa học trực tuyến mở. Bên cạnh đó, hạ tầng công nghệ thông tin (mạng internet, băng thông, chi phí...) cũng ảnh hưởng đáng kể tới tiến độ, chất lượng học tập.

Về kết quả học tập: Khó đánh giá được trình độ, khả năng của người học: việc đánh giá kết quả hoàn toàn phụ thuộc vào các công cụ trực tuyến, không thể đánh giá hết được khả năng của người học trong một môi trường làm việc thực tế. Do đó các chứng chỉ học tập trực tuyến mở chỉ mang tính tham khảo, không có giá trị đánh giá về mặt bằng cấp.

Trên đây là những đánh giá về ưu và nhược điểm của các khóa học trực tuyến mở, theo tác giả, để có thể ứng dụng các khóa học trực tuyến mở trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương, cần có những nghiên cứu chuyên sâu của các giảng viên trực tiếp giảng dạy các môn học, để từ đó có những định hướng, hướng dẫn, hỗ trợ và giám sát sinh viên học tập để đạt được kết quả tốt nhất. Phần sau của bài nghiên cứu này sẽ đánh giá một số khóa học trực tuyến mở mà tác giả cho là hữu ích cho các giảng viên và sinh viên ngành du lịch, khách sạn cùng những đề xuất để ứng dụng các khóa học này trong giảng dạy.

3. ỨNG DỤNG KHÓA HỌC MỞ TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH, KHÁCH SẠN

3.1. Ngành đào tạo Quản trị khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương

Quản trị khách sạn là ngành học chuyên đào tạo, cung cấp kiến thức liên quan đến ngành du lịch, khách sạn. Quản trị khách sạn là các công việc liên quan đến quản lý, tổ chức các hoạt động của khách sạn hiệu quả, hợp lý. Những người quản lý khách sạn phải thường xuyên lập các báo cáo công việc, tài chính, các bản thu, bản chi; lập ra các nguyên tắc làm việc cho nhân viên trong nhiệm vụ quản lý nhân sự, quản lý số phòng khách thuê và số phòng còn trống,... Những yêu cầu và kỹ năng trong ngành du lịch, khách sạn đó là khả năng linh hoạt, nhạy bén trong giao tiếp và xử lý tình huống, biết cách nắm bắt tâm lý khách hàng. Và đặc biệt, kỹ năng ngoại ngữ và công nghệ thông tin là những yêu cầu tiên quyết cho những nhà quản trị khách sạn trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Hiện tại, trường Đại học Ngoại thương đã và đang giảng dạy ngành du lịch, khách sạn trong các chương trình liên kết. Trong thời gian tới, Khoa Quản trị kinh doanh trường Đại học Ngoại thương sẽ cho ra mắt ngành đào tạo Quản trị khách sạn dành cho hệ tiêu chuẩn và chất lượng cao. Đây là một hướng đi đúng đắn của Nhà trường và Khoa Quản trị kinh doanh trong việc mở rộng đào tạo đa ngành theo định hướng mục tiêu, thực hiện được sứ mạng và tầm nhìn của Khoa và Nhà trường đó là đào tạo nhân tài và cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực quản trị kinh doanh theo hướng chuyên sâu - Quản trị khách sạn, đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp và toàn xã hội.

Cơ hội nghề nghiệp ngành này đang rộng mở với những bạn trẻ yêu thích giao tiếp quốc tế, hòa nhập đa văn hóa, thành thạo ngoại ngữ, có khả năng lãnh đạo, có chuyên môn tốt và tư duy chiến lược nhanh nhạy. Người học Quản trị khách sạn có thể đảm nhiệm các công việc như Quản trị khách sạn, Quản trị dịch vụ ẩm thực, Quản trị phòng, Quản trị tiền sảnh, Quản trị kinh doanh và chăm sóc khách hàng, Quản trị nhân sự, Quản trị hành chính văn phòng tại các khách sạn đẳng cấp quốc tế trong và ngoài nước. Môi trường làm việc đẳng cấp, chuyên nghiệp trong không gian sang

trọng, cơ hội gặp gỡ những người nổi tiếng, từ những chính trị gia đến các siêu sao trên thế giới, sự giao lưu với những con người mới, văn hoá mới mỗi ngày, tuy vậy Quản trị khách sạn - ngành học được xếp vào vị trí đáng mơ ước lại đang khan hiếm nguồn nhân lực có chuyên môn cao. Hiện tượng khan hiếm này xảy ra ở không ít các khu du lịch, nhà hàng và khách sạn ở Việt Nam. Theo Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch), mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó chỉ hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. Nhiều sinh viên dù được đào tạo chính quy ở các trường đại học, cao đẳng... nhưng khi được tuyển dụng làm việc hầu hết doanh nghiệp đều phải đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung về kỹ năng mềm, ngoại ngữ (Hoàng Tú Ân, 2019).

3.2. Các khóa học trực tuyến mở trong ngành du lịch, khách sạn trên thế giới

Trên thế giới, các trường đại học đào tạo ngành du lịch, khách sạn đã và đang tích cực mở rộng ứng dụng các khóa học trực tuyến mở (MOOCs) nhằm tìm kiếm một phương tiện kinh tế hơn, định hướng đại chúng và năng lực hơn để trau dồi thêm các học viên được trang bị cả kỹ năng nghề nghiệp và kiến thức (Chong và cộng sự 2019). Định hướng này trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn thúc đẩy các khóa học MOOCs phát triển và mở rộng nhanh chóng. Theo thống kê của Chong và cộng sự (2019) thì chỉ năm 2014 mới chỉ có 3 khóa học MOOCs trong ngành du lịch, khách sạn, tới năm 2017 thì có hơn 42 khóa học MOOCs trong lĩnh vực này. Một số trường Đại học đã như Massachusetts Institute of Technology (MIT), Stanford University, Cornell University... đã phát triển các khóa học và chương trình giảng dạy trong lĩnh vực quản trị dịch vụ, quản trị khách sạn.

Một số chương trình và khóa học hữu ích cho ngành du lịch, khách sạn được cung cấp bởi các trường đại học hàng đầu thế giới:

Viện công nghệ Massachusetts (MIT): cung cấp một số khóa học trực tuyến mở trên nền tảng MIT's OpenCourseWare: <https://ocw.mit.edu/index.htm> bao gồm các khóa học như Quản trị dịch vụ (Management of Services: Concepts, Design and Delivery), Quản trị nhân sự chiến lược (Strategic HR Management), Truyền thông nâng cao cho lãnh đạo (Advanced Communication for Leaders). Tất cả các khóa học trực tuyến mở này đều cung cấp bài giảng, bài tập về nhà và bài đọc trên web hoặc trong sách giáo trình. Tất cả các tài liệu khóa học có thể được xem trên trang web hoặc tải xuống trong một tệp nén.ZIP.

Trường Đại học Stanford University: cung cấp các video giáo dục miễn phí thông qua nền tảng eCorner: <https://ecorner.stanford.edu/> cung cấp cho sinh viên và các nhà quản trị những video bài giảng, không bao gồm bài tập về nhà, bài đọc, hoặc bài kiểm tra. Video có thể được xem trên trang web, cũng cung cấp các sự kiện trực tiếp thường xuyên. Các khóa học nổi bật được cung cấp tại đây là về Khởi nghiệp, Đổi mới sáng tạo, Văn hóa, và Chiến lược. Đây là các khóa học theo những xu hướng mới nhất của ngành Quản trị kinh doanh, và rất hữu ích cho ngành đào tạo Quản trị khách sạn trong bối cảnh mới, khi mà ngành giáo dục đang hướng tới giáo dục 4.0, đại học thông minh, và đổi mới sáng tạo.

Trường Đại học Cornell University: cung cấp một loạt các MOOCs trên nền tảng edX: <https://www.edx.org/school/cornellx>. Các khóa học miễn phí này được cung cấp luân phiên và có thời hạn trên hệ thống, vì vậy người học cần kiểm tra các khóa học đang được cung cấp. Các khóa học này không có được tính và hệ thống tín chỉ, tuy nhiên người học có thể đăng ký kiểm tra và nhận chứng chỉ theo hệ tín chỉ với chi phí là 49 Đô la Mỹ. Các khóa học liên quan trực tiếp tới ngành du lịch, khách sạn đó là:

- Giới thiệu về Quản lý khách sạn toàn cầu(Introduction to Global Hospitality Management): là một trong nhiều MOOCs xoay vòng của Cornell và dạy sinh viên về các khái niệm cơ bản liên quan đến quản lý dịch vụ khách sạn trên phạm vi toàn cầu. Được cung cấp thông qua edX và Cornell SC Johnson College of Business, các chủ đề trong khóa học này bao gồm quản lý tài sản, hoạch định chiến lược, bất động sản và thương mại điện tử. Đây là chương trình học chứa nhiều môn học có thể làm tài liệu tham khảo hữu ích trong việc giảng dạy ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương.

- Cấu trúc các thỏa thuận kinh doanh để thành công(Structuring Business Agreements for Success): là một khóa học miễn phí luân phiên khác thu hút sinh viên của bất kỳ ngành nào, trong đó có quản lý dịch vụ hoặc khách sạn. Khóa học được dạy bởi ba giáo sư luật tại Đại học Cornell,

về việc xây dựng các thỏa thuận hoặc hợp đồng kinh doanh hiệu quả và hợp pháp. Khóa học này bao gồm các tài liệu cấp độ giới thiệu và mất khoảng năm tuần để hoàn thành.

Đại học Brentwood Open Learning College (BOLC): cung cấp các khóa học khách sạn trực tuyến miễn phí 100% tại <https://www.bolc.co.uk/>. Đây là trường đại học có trụ sở tại Vương quốc Anh, BOLC cung cấp dịch vụ đào tạo từ xa với chi phí hợp lý cho sinh viên trên toàn thế giới trong lĩnh vực kinh doanh, quản lý, kế toán và các lĩnh vực học nghề khác. Sinh viên có thể được nhận bằng tốt nghiệp được công nhận trong một loạt các chuyên ngành hoặc hoàn thành các khóa học ngắn cấp độ giới thiệu miễn phí sau khi đăng ký tài khoản.

The screenshot shows the website for Brentwood Open Learning College. The URL is <https://www.bolc.co.uk/hotel-management-courses-online.htm>. The page has a navigation menu with links for Home, About BOLC, and Contact Us. Below the menu is a search bar with the placeholder text "Search course here". The main content area is titled "Hotel Management" and contains a paragraph describing the online hotel management courses. Below this is a "Hotel ..." section with a "Read more +" button. The main content area displays four course cards:

- Certificate in Hotel Management (Level 3):** Hotel Management Certificate Online. Online, provides fascinating insights and essential.
- Diploma in Hotel Management (Level 4):** Diploma in Hotel Management There are numerous definitions available for hospitality industry. Generally speaking,
- Hotel Management Course (Short Course):** Free Hotel Management Courses. The hospitality industry is one of the world's strongest, wealthiest and most resilient....
- Hotel Management Course (Level 1):** Online Hospitality Course The modern hospitality industry is one of unique strength, stability and importance. To...

Hình 1: Trang thông tin về các khoá học trực tuyến mở Quản trị khách sạn của BOLC

Nguồn: BOLC, 2019

- Khóa học Quản lý khách sạn (Hotel Management): là một phiên bản rút gọn của khóa học văn bằng (có trả phí) đầy đủ của Brentwood nhưng vẫn cung cấp một danh sách đầy đủ các môn học về quản lý khách sạn, hoạt động văn phòng và dịch vụ dọn phòng. Khóa học này nhằm mục đích giới thiệu sinh viên quan tâm đến ngành khách sạn, phục vụ trước khi vào các môn học chuyên sâu hơn. Tất cả các tài liệu khóa học được cung cấp đầy đủ và sinh viên có thể được cấp chứng chỉ hoàn thành khóa học.

- Du lịch và Lữ hành (Travel and Tourism): là một khóa học ngắn hạn, miễn phí khác do BOLC cung cấp và hướng tới việc cung cấp cho sinh viên một bản giới thiệu toàn diện về ngành du lịch. Sinh viên được học những điều cơ bản về quản lý hoạt động du lịch và biết được họ cần những kiến thức gì để thành công trong thế giới du lịch. Cả khóa học này và khóa học quản lý khách sạn ở trên đều không có điều kiện tiên quyết và được mở để đăng ký bất cứ lúc nào.

Đại học St. Petersburg College: cung cấp các chương trình cử nhân và liên kết, các chương trình cấp chứng chỉ trong một loạt các chuyên ngành. Các chương trình này bao gồm Quản lý Khách sạn và Du lịch và các chứng chỉ chuyên ngành trong các lĩnh vực như quản lý thực phẩm và đồ uống, tất cả đều mang đến cho sinh viên cơ hội học khóa 3 tín chỉ đầu tiên miễn phí.

- Giới thiệu về Khách sạn/Du lịch (Intro to Hospitality/Tourism): là một trong những khóa học ba tín chỉ đầu tiên mà sinh viên tham gia trong các chương trình Quản lý khách sạn và du lịch. Sinh viên trong chương trình này có nhận được một chương trình học bổng sáng tạo được tài trợ thông qua quan hệ đối tác với Hiệp hội Khách sạn/Nhà nghỉ Pinellas County, Học bổng Foundation của trường đảm bảo rằng khóa học du lịch và khách sạn 3 tín chỉ đầu tiên của sinh viên sẽ có học phí miễn phí. Khóa học này có các lựa chọn lớp học trực tuyến và trực tiếp và giới thiệu nhiều lĩnh vực khác nhau mà sinh viên sẽ gặp trong chương trình cấp bằng cũng như lịch sử và tương lai của ngành.

- Khóa học chuyên sâu về Quản trị khách sạn trên Coursera (Hotel Management: Distribution, Revenue and Demand Management Specialization): được cung cấp bởi ESSEC Business School, khóa học bao gồm 4 môn học chuyên sâu trong lĩnh vực quản trị khách sạn. Người học có thể đăng ký học tập online theo thời gian linh hoạt, hoàn thành các nội dung học và dự án thực hành. Người học thường mất 4 tháng để hoàn thành chương trình này và được cấp chứng chỉ khi kết thúc khóa học.

Hình 2: Các khoá học chuyên sâu về Quản trị khách sạn trên Coursera

Nguồn: Coursera, 2019

Ngoài những khóa học chuyên ngành trong lĩnh vực Quản trị khách sạn, các nền tảng trực tuyến mở có cung cấp rất nhiều khoá học tiếng Anh trực tuyến cho ngành du lịch, khách sạn và du lịch như: English for Tourism: Restaurant Service English for Tourism: Tourist Information and Guided Tours Diploma in International Tourism English Language... Các khóa học trực tuyến mở chuyên sâu về Tiếng Anh chuyên ngành du lịch, khách sạn và du lịch cung cấp cho sinh viên cơ hội tự học tập, rèn luyện và nâng cao trình độ ngoại ngữ, trang bị hành trang nghề nghiệp và có cơ hội phát triển tốt hơn.

Với sự bùng nổ của MOOCs trong lĩnh vực quản trị khách sạn, việc đánh giá thành công của các khóa học này đang trở thành mối quan tâm của nhiều nhà khoa học, trong đó có ý kiến cho rằng cần đánh giá kết quả trên cả hai phía là cung và cầu. Tuy nhiên, trên góc độ giáo viên giảng dạy, tác giả cho rằng việc đánh giá khả năng ứng dụng các khóa học trực tuyến mở vào giảng dạy ngành du lịch, khách sạn là việc làm nghiêm túc và đem lại lợi ích cho cả giảng viên và sinh viên tại trường Đại học Ngoại thương, nhất là đối với các môn học chuyên ngành và ngoại ngữ.

3.3. Xu hướng và khả năng ứng dụng khóa học mở trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương

Các khóa học trực tuyến mở đã thu hút hàng triệu người học trong vài năm qua (Bahaa & Karin, 2019; Chong và cộng sự, 2019). Các khóa học trực tuyến mở này được phát triển từ các đại học truyền thống nổi tiếng như Stanford, hay MIT và đang đem đến cơ hội học tập lớn cho cả giảng viên, sinh viên, và doanh nghiệp để có thể tự học, tự hoàn thiện năng lực theo nhu cầu (Phạm Thành, 2019). Các khóa học trực tuyến mở trong ngành du lịch, khách sạn được đề cập đến ở phần trên cung cấp các nội dung cập nhật, hữu ích và dễ dàng tiếp cận cho mọi đối tượng người học. Việc phát triển các khóa học trực tuyến mở là xu thế tất yếu trong thời đại số hóa, nền kinh tế chia sẻ và cách mạng công nghiệp 4.0.

Tại trường Đại học Ngoại thương, việc triển khai các khóa học MOOCs đang có những điều kiện thuận lợi bao gồm: công nghệ (phần cứng và phần mềm sẵn sàng cho học trực tuyến), con người (giảng viên và sinh viên sẵn sàng cho việc giảng dạy trực tuyến và học tập bằng tiếng Anh trên môi trường Internet). Cụ thể, về công nghệ, trường Đại học Ngoại thương đã trang bị cơ sở hạ

tầng với 6 phòng máy tính, mỗi phòng được trang bị trên 40 máy tính tốc độ cao; kết nối mạng Internet băng thông rộng; 01 phòng đọc đa năng với trên 20 máy tính thực hành. Nền tảng học trực tuyến e - learning có sẵn tại trường, khả năng ứng dụng công nghệ mới của giảng viên, và khả năng học tập bằng tiếng Anh của sinh viên. Cụ thể, hệ thống học trực tuyến trên nền tảng công nghệ quản trị học tập mã nguồn mở Moodle tại website <http://elearning.ftu.vn/> đã được xây dựng, triển khai và phát triển từ năm 2008. Cho đến nay, đã có một số môn học hoàn thiện nội dung và triển khai đại trà theo quy chế đào tạo trực tuyến tại trường, điển hình như môn học Thương mại điện tử và Tiếng anh chuyên ngành. Các khóa học này cho phép giảng viên có thể giảng dạy hoàn toàn trực tuyến hoặc kết hợp với giảng dạy trên lớp. Các khóa học cung cấp đầy đủ cho sinh viên tài liệu học tập, bài giảng, sách giáo trình online, bài tập trắc nghiệm/tự luận trực tuyến, diễn đàn trao đổi và tương tác.



Hình 3: Website Elearning của Trường Đại học Ngoại thương

Nguồn: Elearning FTU, 2019

Ngoài ra, mỗi giảng viên tại trường Đại học Ngoại thương cũng có thể tự xây dựng website cá nhân và lớp học trực tuyến trên nền Google như New Google Sites và Google Classroom một cách chủ động và với sự hỗ trợ của Trung tâm thông tin.

Về con người, các giảng viên tại trường Đại học Ngoại thương hiện đang giảng dạy các chương trình chất lượng cao, tiên tiến, liên kết có thể giảng dạy bằng tiếng Anh và trình độ tin học đạt chuẩn quy định của Bộ Giáo dục và đào tạo. Các khóa học trực tuyến mở được cung cấp miễn phí thông qua nền tảng Internet và phần lớn bằng tiếng Anh. Do đó, để có thể học tập tốt trên các khóa học trực tuyến mở, người học cần có khả năng sử dụng máy tính và Internet thành thạo, cũng như khả năng ngoại ngữ đủ để hiểu được và tiếp thu được các bài giảng. Sinh viên tại trường Đại học Ngoại thương được đào tạo kỹ năng công nghệ thông tin và ngoại ngữ tốt, hoàn toàn có khả năng học tập trên các nền tảng MOOCs.

Chính vì vậy, cơ hội phát triển các khóa học trực tuyến nhằm hỗ trợ cho việc giảng dạy trên lớp cho các giáo viên bằng cách tận dụng các nguồn tài nguyên trên nền tảng MOOCs là rất có triển vọng và có thể thực hiện được. Tuy nhiên, cần có những giải pháp và cơ chế cụ thể để khuyến khích giảng viên và sinh viên khai thác tài nguyên trên nền tảng khóa học trực tuyến mở MOOCs. Sau đây, tác giả xin đề xuất một số giải pháp để có thể tăng cường ứng dụng các khóa học trực tuyến mở trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn tại trường Đại học Ngoại thương.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM ỨNG DỤNG KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN MỞ TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH, KHÁCH SẠN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

4.1. Giải pháp dành cho giảng viên

Thứ nhất, giảng viên cần tự trau dồi và cập nhật kiến thức thông qua các khóa học trực tuyến mở theo triết lý học tập suốt đời. Các khóa học trực tuyến mở MOOCs là cơ hội vô cùng lớn cho chính những người dạy học. Các khóa học như “Foundations of Teaching for Learning” sẽ giúp

giảng viên phát triển năng lực sư phạm, các khóa học chuyên ngành sẽ giúp giảng viên cập nhật và nâng cao chuyên môn. Qua đó, người giảng viên có thể nâng tầm hiểu biết về nghề giáo, về việc học tập của con người, về chương trình giáo dục, lập kế hoạch giảng dạy, đánh giá, các quy tắc và giá trị cốt lõi của nghề dạy, cũng như cách thức phát triển mạng lưới quan hệ nghề nghiệp... đặc biệt hữu ích đối với việc bồi dưỡng giảng viên trẻ.

Thứ hai, giảng viên cần đánh giá cụ thể nội dung từng khóa học để từ đó xem xét khả năng triển khai ứng dụng thí điểm cho ngành đào tạo Quản trị khách sạn, sử dụng phương pháp kết hợp giữa đào tạo trực tuyến và giảng dạy trên lớp. Các hình thức ứng dụng có thể là khai thác nội dung bài giảng, tài liệu, bài tập trên khóa học trực tuyến mở để phát triển hệ thống elearning tại trường, hoặc sử dụng một số khóa (courses) học trên MOOCs cho các môn học tự chọn, ngoại khóa, tính điểm chuyên cần hoặc tương đương. Để đảm bảo đánh giá chính xác kết quả học tập và năng lực của sinh viên cần áp dụng những cơ chế đánh giá theo quy định của nhà trường như kiểm tra và thi cử một cách nghiêm túc.

Thứ ba, giảng viên cần nâng cao vai trò cố vấn học tập để tăng cường hỗ trợ, tư vấn, định hướng, giúp đỡ sinh viên học tập theo định hướng mục tiêu. Việc này là cần thiết đặc biệt khi triển khai các khóa học trực tuyến, bởi lẽ khi không có sự tiếp xúc trực tiếp, sinh viên dễ dẫn đến chán nản và bỏ cuộc giữa chừng. Việc tăng cường và thúc đẩy động lực học tập cho sinh viên trên các khóa học trực tuyến đòi hỏi sự kiên trì, tâm huyết, cũng như sáng tạo của giảng viên thông qua các bài tập, bài thực hành, dự án và các hình thức khác chứ không chỉ dựa trên cơ chế tính điểm chuyên cần. Đồng thời, việc kết hợp với các công nghệ tương tác trên mạng xã hội như Facebook, Zalo, Youtube cũng là một hướng đi sáng tạo giúp việc học tập trên lớp kết hợp với học trực tuyến thú vị và hấp dẫn hơn. Qua đó giảng viên sẽ giúp cho sinh viên biết được mình cần học khóa nào, vào thời gian (kỳ học) nào, kết hợp các nhóm ra sao, cần sử dụng các công cụ học tập/tương tác nào để tối ưu hóa việc học tập. Điều này sẽ giúp sinh viên không cảm thấy đơn độc khi tham gia các khóa học trực tuyến, và tăng sức hấp dẫn của các tiết học kết hợp giữa online và offline.

4.2. Giải pháp dành cho sinh viên

Ngày nay cả thế giới và Việt Nam đang tiến vào cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư hay còn gọi là công nghiệp 4.0. Cuộc cách mạng này sẽ biến đổi cách sống, làm việc và giao tiếp của toàn nhân loại theo cách hoàn toàn mới, đặt con người trước cuộc cạnh tranh việc làm và chinh phục trí tuệ nhân tạo, robot. Để có thể đương đầu với thách thức khi nước ta thực sự bước vào cuộc cách mạng công nghiệp này, các bạn sinh viên phải chuẩn bị cho mình tri thức về công nghệ thông tin và trình độ ngoại ngữ tốt, kỹ năng mềm thành thạo và kinh nghiệm làm việc thực tế để mở ra cánh cửa bước vào sân chơi toàn cầu hóa. Đặc biệt, là sinh viên ngành học Quản trị khách sạn việc trau dồi kỹ năng công nghệ thông tin và ngoại ngữ càng trở nên quan trọng. Đây là hành trang cốt yếu để sinh viên ngành du lịch, khách sạn ra trường có thể cạnh tranh được trên thị trường lao động. Do vậy, sinh viên cần xác định rõ mục tiêu và nhiệm vụ học tập khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

Tài nguyên trên Internet là vô tận, nhưng lại chỉ giới hạn ở mục đích giải trí thì sẽ là lãng phí tuổi trẻ, thời gian và tiền bạc. Sinh viên cần chủ động nắm bắt những cơ hội học tập, trải nghiệm, tự tu dưỡng, rèn luyện và theo đuổi triết lý học tập suốt đời. Qua đó mới có thể tự tin và tìm được những hướng đi đúng đắn, có những lựa chọn sáng suốt trong học tập trên các khóa học trực tuyến mở. Đồng thời, sinh viên cần tích cực chia sẻ, kết nối, giao lưu để đẩy mạnh các hình thức học tập theo nhóm, “học thầy không tày học bạn”, đồng thời cần ghi nhớ phương châm “muốn đi nhanh thì đi một mình, muốn đi xa thì phải đi cùng nhau” thì mới có thể thành công được.

4.3. Một số kiến nghị cho các nhà quản lý

Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, việc tăng cường đầu tư và ứng dụng công nghệ thông tin, hướng tới xây dựng đại học thông minh là xu thế tất yếu. Việc phát triển hệ thống đào tạo trực tuyến của riêng trường Đại học Ngoại thương là việc làm cấp bách. Nhà trường có thể cân nhắc việc phát triển hệ thống Elearning trên nền tảng Moodle Learning Management System, kết hợp với các công nghệ mới như trên nền tảng Google Classroom, Google cloud, cùng với các công nghệ tương tác trên mạng xã hội như Facebook, Youtube, Zalo, và thậm chí các công nghệ IoT, trí tuệ nhân tạo AI, robot... cũng nên được xem xét. Trong tương lai, các công nghệ mới sẽ còn biến đổi không ngừng, các chi phí cho phần cứng và phần mềm ngày càng giảm đi và có nhiều sự lựa chọn.

Việc kết hợp đối tác công tư, đẩy mạnh liên kết với doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp công nghệ sẽ giúp mở rộng cơ hội ứng dụng công nghệ thông tin và đưa công nghệ mới vào giảng dạy là một xu thế không thể đảo ngược.

Ứng dụng các khóa học trực tuyến mở trong đào tạo ngành du lịch, khách sạn nói riêng, và các ngành đào tạo tại trường Đại học Ngoại thương nói chung là một hướng đi cần nhận được sự quan tâm đúng đắn của các nhà quản lý và lãnh đạo Nhà trường. Cùng với đó là việc cần thiết phải xây dựng chiến lược ứng dụng công nghệ thông tin cho Nhà trường, hướng tới đẩy mạnh ứng dụng công nghệ mới trong giảng dạy, đổi mới phương pháp và cập nhật nội dung giảng dạy trong giai đoạn tới (2020 - 2025) và tầm nhìn đến năm 2030. Mục tiêu là xây dựng trường Đại học Ngoại thương thành trường đại học thông minh và đạt tiêu chuẩn quốc tế.

KẾT LUẬN

Các khóa học trực tuyến mở (MOOCs) là tài nguyên hữu ích có thể khai thác nhằm đổi mới phương pháp và cập nhật nội dung giảng dạy không chỉ cho ngành du lịch, khách sạn mà còn mở ra nhiều cơ hội cho các ngành khác. Việc đánh giá và xem xét khả năng ứng dụng vào từng môn học cụ thể thì cần có sự tham gia của các nhà khoa học, các bộ môn, và giảng viên. Đồng thời cần có những cơ chế khuyến khích, tạo động lực cho cả giảng viên và sinh viên nhằm đẩy mạnh phong trào tự học, tự bồi dưỡng theo triết lý học tập suốt đời.

Đây là một trong những nghiên cứu khởi đầu của tác giả trong chủ đề tăng cường ứng dụng các công nghệ mới vào đổi mới giảng dạy đại học. Hướng nghiên cứu tiếp theo của tác giả đó là tìm hiểu các xu hướng công nghệ mới như thực tế ảo, trí tuệ nhân tạo, công nghệ tương tác trên mạng xã hội vào giảng dạy đại học. Đồng thời, phân tích những nhân tố ảnh hưởng tới việc ứng dụng lớp học ảo, khóa học trực tuyến mở, và đào tạo trực tuyến (elearning) tới việc giảng dạy cũng là một hướng nghiên cứu khác trong tương lai của tác giả rất mong nhận được sự quan tâm và hợp tác của các nhà khoa học có cùng quan điểm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Tú Ân (2019), “Giải mã sức hút ngành du lịch, khách sạn”, Truy cập ngày 10/5/2019 tại địa chỉ: <http://hct.edu.vn/tin-tuc/giai-ma-suc-hut-nganh-quan-tri-khach-san>
2. Bahaa G. & Karin G. (2019), “When it comes to MOOCs, where you are from makes a difference”, *Computers & Education*, Volume 136, July 2019, Pages 49-60
3. BOLC (2019) *Hotel Management*, retrieved on 20 May 2019 at <https://www.bolc.co.uk/hotel-management-courses-online.htm>
4. Catalina U. & Anca N. (2015), “MOOCs in Our University: Hopes and Worries”, *The 6th International Conference Edu World 2014 “Education Facing Contemporary World Issues”*, 7th - 9th November 2014
5. Chong X., Hanqin Q., & Soo M. (2019), “Challenges and opportunities for effective assessments within a quality assurance framework for MOOCs”, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, Volume 24, June 2019, Pages 1-16
6. Công, Nguyễn Tấn (2017), “Khóa học trực tuyến mở - xu hướng phát triển giáo dục đại học”, *Tạp chí Thư viện Việt Nam*, Số 4. - tr. 31-38 năm 2017
7. Coursera (2019), *Hotel Management: Distribution, Revenue and Demand Management Specialization*, retrieved on 20 May 2019 at <https://www.coursera.org/specializations/hotel-management>
8. Elearning FTU (2019), Hệ thống học trực tuyến, truy cập ngày 20 tháng 5 năm 2019 tại địa chỉ <http://elearning.ftu.vn/>
9. Phạm Thành (2018), MOOC: Mô hình giáo dục của tương lai, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, truy cập ngày 20 tháng 5 năm 2019 tại địa chỉ <https://khoa hocvacongnghevietnam.com.vn/khcn-trung-uong/20269-mooc-mo-hinh-giao-duc-cua-tuong-lai.html>
10. Phạm Thành (2019), “Mô hình MOOC và những điều cần biết”, truy cập ngày 20 tháng 5 năm 2019 tại địa chỉ <http://www.vjsonline.org/career/mo-hinh-mooc-va-nhung-dieu-can-biet>
11. Zafrin N. và cộng sự (2013) “A New Use for MOOCs: Real-World Problem Solving”, *HBR*, 4-7-2013 retrieved on 20 May 2019 at <https://hbr.org/2013/07/a-new-use-for-moocs-real-world/>

**ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH
TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0
TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH THANH HÓA**

*ThS. Lê Thị Ngọc, ThS. Nguyễn Thị Giang
Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra những đột phá về công nghệ và trí tuệ nhân tạo, có ảnh hưởng sâu rộng đến toàn bộ các hoạt động trong ngành du lịch. Nó giúp cho ngành du lịch tạo ra nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững. Theo đó, để thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch nói chung và trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch nói riêng cũng phải có những bước thay đổi mạnh mẽ trong việc xây dựng lại chương trình, nâng cao năng lực giảng viên, ứng dụng công nghệ mới và gắn đào tạo với doanh nghiệp để có được đội ngũ nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu sử dụng trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: Đào tạo, nhân lực du lịch, cách mạng công nghiệp 4.0, cơ sở đào tạo

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm qua, cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 hay còn gọi là “cách mạng số” đang hình thành ngày một rõ nét với nền sản xuất tự động hóa và công nghệ hóa. Cách mạng Công nghiệp 4.0 diễn ra trên 3 lĩnh vực chính gồm Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý dựa trên các yếu tố kỹ thuật cốt lõi là Trí tuệ nhân tạo (AI), Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data). [2]

Cuộc CMCN 4.0 đã và đang làm thay đổi nhanh chóng cơ cấu lao động và thị trường lao động. Các hệ thống tự động hóa sẽ thay thế dần lao động thủ công trong toàn bộ nền kinh tế, máy móc và trí tuệ nhân tạo thay thế sức người, nhu cầu sử dụng nhân lực trình độ cao tăng lên trong khi nhu cầu sử dụng lao động kỹ năng thấp ngày càng giảm. Điều này sẽ tạo áp lực lớn đối với thị trường lao động, các quốc gia đang phát triển sẽ đối mặt với tình trạng dư thừa lao động và gia tăng thất nghiệp. [1]

Du lịch là ngành công nghiệp không khói thu hút hàng tỷ du khách, đóng góp đáng kể cho nền kinh tế thế giới. Theo báo cáo của Hiệp hội Du lịch và Lữ hành Thế giới năm 2016 riêng trong khu vực APEC, du lịch đóng góp 1.320 tỷ USD, tạo ra 67 triệu việc làm, đóng góp 6,1% xuất khẩu của khu vực. Sự phát triển đột phá về công nghệ trong cuộc CMCN 4.0 sẽ hỗ trợ ngành du lịch cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, tuy nhiên sự xuất hiện các robot thông minh làm việc thay thế con người trong hoạt động du lịch sẽ xuất hiện tình trạng một số bộ phận lao động bị thất nghiệp, và đòi hỏi lao động phải có chất lượng ngày càng cao. Vì vậy, yêu cầu đặt ra là nguồn nhân lực ngành du lịch phải đủ trình độ chuyên môn cũng như những kỹ năng cần thiết để tiếp cận và sử dụng các thành tựu mà CMCN 4.0 mang lại nhằm thích ứng và phát triển hoạt động kinh doanh của mình.

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa là một trong 48 cơ sở giáo dục đại học trong cả nước thực hiện nhiệm vụ đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực cho ngành du lịch trên địa bàn Thanh Hóa và phạm vi cả nước. Do đó, để có thể thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 thì Nhà trường cần phải cung cấp được cho thị trường đội ngũ nhân lực du lịch giỏi chuyên môn, vững nghiệp vụ, có trình độ tin học, ngoại ngữ, đủ kỹ năng cần thiết để dễ dàng hòa nhập và thích nghi với yêu cầu ngày càng cao của thị trường lao động.

Do vậy, trong bài viết này tác giả nêu lên những yêu cầu đối với đào tạo nhân lực ngành du lịch trong giai đoạn hiện nay, tập trung phân tích thực trạng hoạt động đào tạo nhân lực du lịch tại trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch của Nhà trường trong kỷ nguyên cách mạng này.

2. YÊU CẦU ĐỐI VỚI ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Theo Tổng cục Du lịch, cả nước hiện có trên 1,3 triệu lao động trong ngành du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng số lao động trong cả nước; trong đó số lao động được đào tạo từ ngành du lịch

chiếm 42%, lao động từ các ngành nghề khác là 38% và khoảng 20% số lao động chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ. Điều này dẫn đến một thực tế là số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu vừa yếu nhưng số lao động chưa đáp ứng được yêu cầu lại dư thừa. Khó khăn nhất của ngành du lịch hiện nay là thiếu nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu về ngoại ngữ. Có tới 30-40% hướng dẫn viên du lịch, điều hành tour và 70-80% nhân viên lễ tân nhà hàng không đạt chuẩn về ngoại ngữ vì tiêu chuẩn đầu ra của các trường đào tạo đều nằm dưới chuẩn.

Theo dự báo, ngành Du lịch cả nước sẽ cần trên 2 triệu lao động trực tiếp vào năm 2020, chưa kể một lượng lao động cung cấp cho du lịch tàu biển. Tuy nhiên hiện nay các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch mỗi năm chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của ngành, vì vậy các doanh nghiệp du lịch không thể tuyển đủ nhân viên [6]. Bên cạnh đó, cơ cấu trình độ nguồn nhân lực du lịch Việt Nam có sự chênh lệch rất lớn; trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng chiếm 51%, trình độ dưới sơ cấp chiếm 40%, trình độ đại học và sau đại học chiếm 9%. Tỷ lệ 40% trình độ dưới sơ cấp là một thách thức rất lớn đối với ngành Du lịch Việt Nam. Đội ngũ trình độ dưới sơ cấp chưa được đào tạo bài bản, thiếu kiến thức, thiếu kỹ năng nghiệp vụ đặc biệt là thiếu về ngoại ngữ giao tiếp.

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 trên là do nhân lực du lịch 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 [6].

Do đó, để ngành Du lịch Việt Nam bắt kịp được xu thế phát triển của thời đại và tận dụng tốt những thành tựu về công nghệ của cuộc CMCN 4.0 mạng lại thì yêu cầu đặt ra là nguồn nhân lực du lịch nước ta phải được đảm bảo cả về số lượng lẫn chất lượng. Chỉ có nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch mới duy trì được thương hiệu và chất lượng phục vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Lĩnh vực chủ yếu tạo nguồn và có ảnh hưởng quyết định trực tiếp chất lượng nguồn nhân lực chính là công tác giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch. Vì vậy, trước tiên cần phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về du lịch đảm bảo liên kết chặt chẽ và cân đối giữa các bậc đào tạo, ngành nghề đào tạo. Chú trọng mở rộng đào tạo trình độ đại học và sau đại học tại các cơ sở du lịch hiện có. Có cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp liên kết với nhà trường mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ, tại các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch, công lập, ngoài công lập và các cơ sở có vốn đầu tư của nước ngoài.

Ngoài ra, để đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng sự phát triển và ứng dụng nhanh chóng của công nghệ hiện đại từ cuộc CMCN 4.0 thì hệ thống đào tạo cả nước cần sớm đổi mới nội dung và chương trình đào tạo nhằm đáp ứng trước những thay đổi từ thực tiễn, giảm thời gian lý thuyết, tăng thời gian thực hành, nâng cao cơ sở vật chất đào tạo.

Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo cần chú ý đến đào tạo nguồn nhân lực du lịch với khả năng sử dụng và ứng dụng khoa học công nghệ phát triển du lịch thông minh [7, tr.144].

3. HIỆN TRẠNG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH THANH HÓA

Khoa Du lịch - Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa được thành lập năm 2004 với sứ mạng đào tạo nguồn nhân lực du lịch không chỉ cho tỉnh Thanh Hóa mà còn cho cả nước. Hiện nay, khoa Du lịch đang đào tạo 03 ngành du lịch trình độ đại học, cụ thể: ngành Du lịch; Quản trị khách sạn; Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Ngay từ khi mới thành lập, khoa Du lịch đã quyết tâm triển khai đào tạo lấy chất lượng làm hàng đầu với mục đích đào tạo đội ngũ nhân lực du lịch có trình độ chuyên môn cao, kỹ năng nghề thuần thục, khả năng ngoại ngữ tốt đáp ứng nhu cầu xã hội. Ta có thể thấy rõ hơn thực trạng đào tạo tại khoa Du lịch qua các phân tích sau đây:

3.1. Về chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo

Các ngành đào tạo du lịch trình độ đại học tại khoa Du lịch (ngành Du lịch; Quản trị khách sạn; Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành) đều được ban hành và công khai trên cổng thông tin điện tử của Nhà trường. Theo đó, sau khi hoàn thành chương trình đào tạo, người học phải có kiến thức; kỹ năng; năng lực tự chủ và tự chịu trách nhiệm và phẩm chất đạo đức theo quy định tại Thông tư 07/2015 của Bộ Giáo dục và Đào tạo, cũng như các yêu cầu của nhà trường.

Bên cạnh đó, Khoa Du lịch đã thường xuyên cập nhật, bổ sung đổi mới chương trình đào tạo. Từ năm 2012 đến nay, đã thực hiện 2 lần cập nhật cải tiến chương trình đào tạo, cụ thể: Quản

trị khách sạn vì chính các năm 2015, 2017; ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành vì chính năm 2017; ngành Du lịch được thiết kế và đưa vào giảng dạy năm 2018. Nhà trường điều chỉnh theo hướng đào tạo nhân lực theo nhu cầu xã hội, lấy ý kiến góp ý của các chuyên gia và tham khảo một số chương trình đào tạo ngành du lịch như Đại học Thương Mại, Viện Đại học Mở Hà Nội, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn thành phố Hồ Chí Minh,... Theo đó, khối lượng kiến thức toàn khóa của 03 ngành du lịch với tỉ lệ các khối kiến thức cụ thể như sau:

Bảng 1: Tỉ lệ các khối kiến thức trong các ngành đào tạo du lịch

Khối kiến thức Ngành đào tạo	GD ĐC	CSN	CN	Bổ trợ	Thực tập, tốt nghiệp	Tổng g TC	TC LT	Tỷ lệ (%)	TC TH	Tỷ lệ (%)
Ngành Du lịch	38	26	41	11	9	125	77	61,6	48	38,4
Quản trị khách sạn	38	24	52	4	8	126	100	79,4	26	20,6
Quản trị Dịch vụ du lịch và Lữ hành	38	22	52	6	8	126	105	83,3	21	16,7

Nguồn: Khoa Du lịch, trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hoá

Ngành Du lịch được khoa thiết kế và chính thức đưa vào đào tạo năm 2018. Năm bắt được nhu cầu xã hội đối với nhân lực du lịch ngày nay không chỉ vững chuyên môn, nghiệp vụ mà còn phải có nhiều kiến thức thực tế, hội đủ các kỹ năng như: kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống... Vì vậy trong Chương trình đào tạo của ngành Du lịch có số tín chỉ thực hành tương đối cao: 48 tín chỉ thực hành (chiếm 38,4%); 125 tín chỉ (chiếm 61,6%). Tỉ lệ tín chỉ thực hành và lý thuyết tương đối phù hợp, đảm bảo cung cấp đầy đủ các kiến thức lý luận và có thời gian cho sinh viên thực hành, thực tế tại cơ sở thực hành của nhà trường và doanh nghiệp.

Tuy nhiên hai ngành Quản trị khách sạn và Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành có số tín chỉ thực hành tương đối thấp. Ngành Quản trị khách sạn với 26 tín chỉ (chiếm 20,6%), ngành Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành với 21 tín chỉ (chiếm 16,7%) trên tổng số 126 tín chỉ... Như vậy, đối với một ngành đòi hỏi nhiều kỹ năng chuyên môn nghề nghiệp như ngành du lịch thì thời lượng các học phần thực hành được xây dựng như trên mới chỉ cung cấp kiến thức về mặt lý luận mà đã bỏ qua việc xây dựng môi trường ứng dụng thực tiễn, điều đó sẽ không đảm bảo cung cấp đầy đủ kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên trước khi ra trường lập nghiệp, đây cũng chính là nguyên nhân dẫn đến tình trạng nhiều nhà tuyển dụng băn khoăn khi tuyển dụng những sinh viên mới ra trường.

3.2. Về các nguồn lực của Nhà trường

- Đội ngũ giảng viên

Hiện nay, đội ngũ giảng viên cơ hữu của Khoa Du lịch cơ bản được đào tạo đúng ngành, đảm bảo tiêu chuẩn của Bộ Giáo dục và Đào tạo, năng động, sáng tạo. Tính đến tháng 10 năm 2018 số giảng viên cơ hữu là 29 người trong đó có 1 PGS.TS, 10 Tiến sĩ và 20 Thạc sĩ (9 thạc sĩ chuyên ngành du lịch, còn lại là ngành gần). Theo đó, trong thời gian tới, nhà trường vẫn tiếp tục tuyển dụng bổ sung đội ngũ giảng viên có trình độ Tiến sĩ trở lên đúng chuyên ngành. Thường xuyên bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn cho giảng viên, có 100% GV cơ hữu đã được bồi dưỡng nghiệp vụ sư phạm; 10 giảng viên tham gia các khóa tập huấn do dự án EU tổ chức. Ngoài ra, nhà trường đang cử nhiều giảng viên đi học tập nâng cao trình độ, hiện có 4 GV đang làm NCS tại các trường đại học và viện nghiên cứu trong nước.

Tuy nhiên, một thực trạng cho thấy giảng viên khoa Du lịch có trình độ ngoại ngữ chưa cao. Việc nghiên cứu tài liệu hay giao tiếp với các đối tác nước ngoài còn kém làm giảm tính hiệu quả của công việc.

- Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo

Sau một thời gian xây dựng, đến nay cơ sở chính của nhà trường đã cơ bản hoàn thiện với đầy đủ các hạng mục công trình phục vụ cho việc dạy và học của giảng viên và sinh viên nhà trường. Các phòng học xây dựng đạt tiêu chuẩn về diện tích, ánh sáng, chỗ ngồi theo quy định. Ngoài ra, để phục vụ cho đào tạo thực hành tại khoa Du lịch, nhà trường chú trọng đầu tư trang thiết bị với 1 trung tâm thực hành Du lịch có các phòng học theo từng nghiệp vụ như phòng Lễ tân; nhà hàng; phòng chế biến món

ăn... Các phòng học lý thuyết của nhà trường được trang bị đầy đủ hệ thống máy tính kết nối máy chiếu đa năng, hệ thống âm thanh đảm bảo cho giảng viên thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy.

Tuy nhiên, cơ sở thực hành còn thiếu và chưa đạt chuẩn. Mặc dù nhà trường đã cố gắng đầu tư cơ sở vật chất cho trung tâm thực hành du lịch, tuy nhiên mới chỉ đáp ứng nhu cầu thực hành nghiệp vụ lĩnh vực khách sạn, nhà hàng. Trong khi đó, còn thiếu phòng thực hành cho các nghiệp vụ hướng dẫn, thuyết minh và điều hành du lịch. Mặt khác, một số phòng thực hành lễ tân, buồng, bar còn chưa đạt chuẩn và thiếu trang thiết bị phục vụ cho học thực hành kỹ năng. Chính những khó khăn đã hạn chế việc thực hành nghề của sinh viên và ảnh hưởng đến chất lượng lao động khi ra trường. Chất lượng cơ sở vật chất tại cơ sở 2 đối với các phòng học lý thuyết đang dần một xuống cấp, máy tính hư hỏng nhiều, bàn ghế chập vá, không đồng bộ ảnh hưởng nhiều tới chất lượng giảng dạy và học tập của cả giảng viên và sinh viên.

- Giáo trình, tài liệu giảng dạy

Ngay từ khi nâng cấp lên trường Đại học, Nhà trường đã triển khai đến giảng viên việc biên soạn ĐCCT, tập bài giảng phục vụ cho quá trình giảng dạy. Theo đó, tính đến thời điểm năm 2018, hệ thống chương trình chi tiết và tài liệu giảng dạy 3 chuyên ngành đại học tại Khoa được giảng viên biên soạn chương trình chi tiết và vận dụng vào thực tiễn dạy học, đúc kết được nhiều kinh nghiệm quý báu. Đặc biệt, các phương pháp dạy học hiện đại được đa số giảng viên sử dụng đã tăng cường khả năng tự học, tự nghiên cứu và hoạt động nhóm của HS- SV. Các ngành nghề đào tạo tại Khoa đều được xác định chuẩn đầu ra (chuẩn về kiến thức, kỹ năng chuyên ngành, thái độ nghề nghiệp) theo tiêu chí định hướng của Bộ GD-ĐT.

- Chương trình thực tập, thực tế của sinh viên

Với mục tiêu cung ứng cho xã hội những nhân lực du lịch vững chuyên môn, giỏi nghiệp vụ, thành thực kỹ năng nghề, sinh viên được Khoa Du lịch thường xuyên tổ chức các chuyến đi thực hành, thực tế tại cơ sở. Cụ thể, sinh viên ngành Quản trị Khách sạn, Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành được đến các các đơn vị như: Khách sạn Mường Thanh, Khách sạn Thiên Ý, Khách sạn Sao Mai, Khu nghỉ dưỡng FLC... Tại đây sinh viên được thực hành các nghiệp vụ bàn, buồng, bar, bếp với các trang thiết bị hiện đại cùng với yêu cầu thực tế của nhà tuyển dụng tương lai, từ đó sinh viên được bổ sung thêm kiến thức và hoàn thiện dần các kỹ năng nghề của mình. Sinh viên ngành Du lịch, được tham gia các chuyến đi điền dã tại các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh để học hỏi thêm về văn hóa - lịch sử, kỹ năng hướng dẫn và thuyết trình từ đó hiểu rõ hơn về ngành học và tăng kỹ năng nghề của mình.

Tuy nhiên, thời lượng cho các chương trình thực hành, thực tế của giảng viên và sinh viên còn ít, chưa được theo dõi và đánh giá một cách bài bản và khoa học. Việc đánh giá sinh viên trong thời gian thực hành, thực tế chỉ được thực hiện bởi giảng viên, chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp, vì vậy việc nhìn nhận năng lực của sinh viên còn mang tính chủ quan.

- Công tác nghiên cứu khoa học của Giảng viên và Sinh viên

Nghiên cứu khoa học được xem là một trong những nhiệm vụ quan trọng để nâng cao chất lượng dạy học của giảng viên và sinh viên khoa Du lịch. Hiện nay, tất cả giảng viên cơ hữu của Khoa được giao nhiệm vụ nghiên cứu khoa học bằng các sản phẩm như: Bài báo khoa học đăng trên tạp chí khoa học nhà trường và các tạp chí chuyên ngành trung ương; bài viết trong kỷ yếu của các hội thảo quốc gia và quốc tế về du lịch. Năm học 2017 - 2018, giảng viên trong khoa đã có 10 bài đăng trong kỷ yếu hội thảo quốc tế Giáo dục đại học trong bối cảnh hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN, do nhà trường tổ chức; 03 bài đăng Tạp chí khoa học - Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa; 02 bài đăng trên Tạp chí Văn hóa nghệ thuật. Ngoài ra, trong năm học vừa qua, giảng viên trong khoa cũng hoàn thành nghiệm thu 01 đề tài cấp tỉnh; 01 cấp trường, đang triển khai 02 đề tài. Nhà trường cũng chú trọng hỗ trợ phong trào sinh viên nghiên cứu khoa học. Các đề tài nghiên cứu về du lịch của sinh viên nhiều năm trở lại đây được đánh giá cao tại các hội thảo khoa học sinh viên cấp trường, cụ thể, năm học 2017 - 2018, sinh viên khoa du lịch có 01 đề tài sinh viên đạt giải nhất, 01 đề tài giải nhì.

3.3. Quy mô đào tạo

Đầu năm 2012, nhà trường liên tục được Bộ Giáo dục & Đào tạo cho phép mở các mã ngành đào tạo lĩnh vực du lịch trình độ đại học, cụ thể: Ngành Việt Nam học (chuyên ngành Văn hóa Du lịch) tuyển sinh năm 2012; Ngành Quản trị Khách sạn tuyển sinh năm 2013; Ngành Quản trị Dịch

vụ Du lịch và Lễ hành tuyển sinh năm 2014. Ngành Du lịch tuyển sinh năm 2018. Trong thời gian qua, Khoa Du lịch ngày càng khẳng định được vị thế của mình trong việc đào tạo ra những nhân lực du lịch giỏi nghiệp vụ, đẹp phong cách phù hợp với yêu cầu và mong muốn của nhà tuyển dụng. Có thể thấy số lượng sinh viên theo học tại Khoa Du lịch ngày càng tăng giai đoạn 2015 - 2019 trong bảng dưới đây.

Bảng 2: Số lượng sinh viên nhập học giai đoạn 2015- 2019 tại Khoa Du lịch

Các ngành đào tạo	2015	2016	2017	2018	2019
Việt Nam học (Chuyên ngành Du lịch)	50	45	40	-	-
Quản trị khách sạn	50	67	70	100	85
Quản trị dịch vụ du lịch và lễ hành	45	52	55	60	75
Ngành Du lịch	-	-	-	65	75
Tổng	145	164	165	225	235

Nguồn: Khoa du lịch, trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hoá

Qua bảng số liệu trên ta thấy số lượng sinh viên tham gia học tại khoa Du lịch ngày càng tăng. Năm 2019 tăng 90 sinh viên so với năm 2015. Điều này cho thấy Nhà trường nói chung và Khoa Du lịch nói riêng đã và đang rất nỗ lực trong việc thu hút người học vào trường. Tuy nhiên, số lượng trên chưa thật sự nhiều so với lượng thí sinh theo học cùng ngành tại các trường trung ương. Mặt khác, nhà trường cũng chưa cung ứng được đủ về số lượng nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu xã hội ở Thanh Hóa và khu vực.

3.4. Kết quả đạt được

Tính từ năm 2012, Khoa Du lịch đào tạo trình độ đại học và liên thông đại học đến nay đã có 05 khóa sinh viên chính quy; 02 khóa liên thông đã tốt nghiệp với gần 400 sinh viên.

Qua khảo sát thực tế về tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp hàng năm, cụ thể trong hai năm gần nhất (2017; 2018), tỷ lệ sinh viên du lịch có việc làm cao đạt trên 90%. Tuy nhiên, cũng còn một bộ phận sinh viên chưa xin được viên làm và đang làm các công việc trái chuyên ngành đào tạo.

Nhận thức được vai trò và trách nhiệm của cơ sở đào tạo, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa đã và đang có những thay đổi theo hướng phát triển và hoàn thiện nhằm cung cấp nguồn nhân lực nói chung và nhân lực du lịch nói riêng giỏi chuyên môn, nghiệp vụ, đủ kỹ năng, ngoại ngữ... để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội.

4. NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH TRƯỚC CMCN 4.0 TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH THANH HÓA

Trước sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, đòi hỏi nhân lực du lịch không những phải vững chuyên môn, nghiệp vụ mà còn phải có tư duy nhạy bén, trình độ ngoại ngữ, tin học tốt, đủ kỹ năng và dễ dàng thích ứng với xu hướng phát triển của xã hội. Để cung cấp nguồn nhân lực du lịch đảm bảo yêu cầu trên thì Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa phải phát huy được những thế mạnh của mình và cần phải có thêm những định hướng mới trong công tác đào tạo. Do đó, tác giả xin đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch của Nhà trường đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 như sau:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên

Nhà trường cần nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ giảng viên thông qua các hình thức đào tạo: đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng, trau dồi kinh nghiệm về lĩnh vực du lịch (đặc biệt đối với các giảng viên ngành gần sang tiếp cận giảng dạy lĩnh vực du lịch), kỹ năng và nghiệp vụ sư phạm,... Hàng năm, các giảng viên trong khoa cần dành thời gian đi nghiên cứu thực tế tại các trung tâm du lịch, các doanh nghiệp lễ hành, khách sạn - nhà hàng để nâng cao kiến thức, năng lực chuyên môn, nắm bắt xu thế phát triển du lịch, từ đó vận dụng vào công tác giảng dạy mang cách hiệu quả nhất. Khoa du lịch cần xây dựng quy chuẩn đội ngũ giảng viên đáp ứng khả năng giảng dạy kết hợp giữa lý thuyết và thực hành. Từng bước chuẩn hóa giảng viên theo công thức: 1 tuần làm việc = 2 ngày giảng dạy + 2 ngày nghiên cứu khoa học + 2 ngày thực tế (tham gia công việc cụ thể có liên quan đến lĩnh vực giảng dạy) tại doanh nghiệp du lịch + 1 ngày làm việc cùng sinh viên (quan hệ cộng sự cùng làm việc để sinh viên học hỏi trực tiếp). Tất cả các hoạt động phải được minh chứng bằng sản phẩm cụ thể.

Đi đôi với việc chuẩn hóa bằng cấp, trình độ chuyên môn, đội ngũ giảng viên cần tự chú trọng nâng cao trình độ ngoại ngữ (tiếng Anh) và tin học, đây là hai công cụ hỗ trợ lớn cho giảng viên trong công tác giảng dạy, tự nghiên cứu, trao đổi chuyên môn trực tiếp với chuyên gia nước ngoài, tham gia các hội nghị, hội thảo, diễn đàn quốc tế và học tập, tu nghiệp ở nước ngoài. Cố gắng trong vài năm nữa giảng viên chuyên ngành có thể đảm bảo dạy song ngữ, có như vậy mới đảm bảo đào tạo được đội ngũ lao động du lịch theo đúng tiêu chuẩn nghề mà các nước ASEAN đặt ra trong "Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRAs) của khu vực ASEAN.

Thứ hai, tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị theo hướng đào tạo thực hành kỹ năng nghề

Nhà trường cần nhanh chóng hoàn thiện việc xây dựng trung tâm thực hành du lịch mới tại cơ sở chính. Đặc biệt, cần tham khảo ý kiến của các chuyên gia và doanh nghiệp du lịch trong việc bố trí các trang thiết bị trong các phòng thực hành nghiệp vụ. Theo đó, cần bám sát các tiêu chuẩn quốc tế cho ngành khách sạn với phòng ngủ, nhà hàng, chế biến món ăn, khu vực lễ tân, quầy bar...; ngành lữ hành, hướng dẫn với mô hình văn phòng giao dịch, điều hành tour, phần mềm giữ chỗ hàng không, phần mềm giữ chỗ khách sạn trong hệ thống phân phối toàn cầu,... Đặc biệt, cần sớm triển khai hệ thống khách sạn, nhà hàng và doanh nghiệp dịch vụ du lịch theo mô hình thực nghiệm công ty trong trường đại học.

Thứ ba, Nhà trường phải đảm bảo số lượng chuyên gia công nghệ thông tin

Một trong những yếu tố cốt lõi của CMCN 4.0 là Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT). Nó là sự kết nối giữa thế giới thật và ảo thông qua phần mềm công nghệ thông tin, kỹ thuật số và kết nối mạng, do vậy kiến thức và kỹ năng về công nghệ thông tin và kỹ thuật số có vai trò rất quan trọng đối với nhà trường cũng như người học. Vì vậy, việc trang bị cho sinh viên du lịch các kiến thức kỹ thuật số và kỹ năng có liên quan để đáp ứng nhu cầu xã hội trong nền công nghiệp 4.0 là việc làm hết sức cần thiết. Do đó, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa phải có đội ngũ Giảng viên, Chuyên gia công nghệ thông tin chất lượng cao, có khả năng truyền đạt và đào tạo ra những sinh viên giỏi, nhạy bén và tinh thông trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Ngoài ra, sinh viên cũng phải được trang bị trình độ ngoại ngữ đủ để có thể làm việc ở mọi nơi trong tư cách là một công dân trong xã hội hiện đại.

Thứ tư, Nhà trường cần đổi mới phương thức và phương pháp đào tạo với sự ứng dụng mạnh mẽ của Công nghệ thông tin, công nghệ kỹ thuật số và hệ thống mạng

Hiện nay, Nhà trường đã và đang ứng dụng công nghệ thông tin trong quá trình giảng dạy như: hệ thống bài giảng điện tử, sử dụng máy tính để tìm kiếm tài liệu... Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ thông tin này chưa thật sự hiệu quả. Nhiều giảng viên làm theo kiểu đối phó vì quen với lối dạy truyền thống nhất là đối với các giảng viên đã vào nghề lâu năm.

Vì vậy, để thích ứng với CMCN 4.0 việc ứng dụng CNTT trong giảng dạy cần được thực hiện nghiêm túc mà sáng tạo. Giảng viên phải đồng bộ truyền đạt kiến thức cho sinh viên bằng các bài giảng điện tử; Giảng viên và sinh viên có thể tìm kiếm, tra cứu tri thức về mọi lĩnh vực. Hiện nay, có hai cách để tìm kiếm các thông tin trên mạng Internet: tìm kiếm tĩnh và tìm kiếm động. Tìm kiếm tĩnh là sử dụng danh bạ website. Chỉ cần gõ chính xác địa chỉ website là người dùng có thể truy cập vào trang thông tin điện tử để khai thác thông tin. Tìm kiếm động là tìm kiếm trực tuyến, cách này sử dụng những địa chỉ website là công cụ tìm kiếm (Search Engine). Website tìm kiếm hữu hiệu nhất hiện nay là trang <http://www.google.com.vn>. Từ cửa sổ trang web này, người truy cập chỉ cần gõ trực tiếp những từ hoặc cụm từ cần tìm và gõ phím Enter, các trang chủ sẽ kết nối (link) đến các địa chỉ chứa những từ hoặc cụm từ người sử dụng cần tìm. Khi đó Giảng viên và sinh viên có thể in trực tiếp hoặc lưu trữ bằng cách download các tài liệu liên quan.

Thứ năm, xây dựng cơ chế phối hợp trong đào tạo giữa Nhà trường với các doanh nghiệp du lịch

Trước sự phát triển nhanh chóng của CMCN 4.0 Nhà trường cần đào tạo nguồn nhân lực theo “những gì thị trường cần” và hướng tới chỉ đào tạo “những gì thị trường sẽ cần”. Theo mô hình mới này, việc gắn kết giữa cơ sở giáo dục đại học với Doanh nghiệp là yêu cầu cấp thiết. Hơn nữa, ngày 20/10/2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành công văn 4929 /BGDDĐT-GDĐH về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành du lịch. Theo đó, các cơ sở giáo dục đại học cần tăng cường thực hiện có hiệu quả hoạt động phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch.

Vì vậy, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa cần xây dựng và thực hiện cơ chế phối hợp trong đào tạo giữa Nhà trường và Doanh nghiệp du lịch theo các nội dung sau:

- Phối hợp xây dựng chương trình đào tạo

Chất lượng đào tạo phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố trong đó có chương trình đào tạo (CTĐT). Vì vậy, để cung ứng đội ngũ nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu khắt khe của doanh nghiệp, thì chương trình đào tạo cần phải có sự tham gia góp ý của doanh nghiệp. Vì vậy, nhà trường cần phải đẩy mạnh và thực hiện phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch có thương hiệu để xây dựng chương trình đào tạo, nội dung, phương pháp, giáo trình, tài liệu...tối ưu nhất, tiên tiến nhất, phù hợp với thực tiễn yêu cầu của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập. Các nội dung đưa vào cần bổ sung theo hướng giảm tải khối lượng kiến thức lý thuyết, tăng kiến thức thực tế, thực hành, chú trọng hơn các môn học mang tính liên ngành và các môn học kỹ năng, giảm bớt chương trình chính khóa tăng chương trình ngoại khóa, khuyến khích sinh viên tham gia các hoạt động xã hội. Bên cạnh đó, chương trình đào tạo cần đảm bảo tính hiện đại, cập nhật với xu thế đào tạo của thế giới. Cần đưa vào chương trình các học phần mang tính ứng dụng công nghệ thông tin, các học phần du lịch thông minh, du lịch sáng tạo,...

- Phối hợp giảng dạy các học phần thực hành

Tùy thuộc vào đặc điểm mỗi học phần, đặc biệt là các học phần thực hành kỹ năng chuyên ngành mà nhà trường lựa chọn mời chuyên gia ở các doanh nghiệp giảng dạy cho phù hợp. Doanh nghiệp du lịch giảng dạy, hướng dẫn các nội dung liên quan đến các kỹ năng đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. Doanh nghiệp là nơi thực hành của sinh viên khi triển khai giảng dạy các học phần thực hành, vì vậy doanh nghiệp cần tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận với các nghiệp vụ ngành; sử dụng cơ sở vật chất, trang thiết bị, phần mềm... của doanh nghiệp để đào tạo thực hành.

- Phối hợp tổ chức các hoạt động thực tập, thực tế và đánh giá sinh viên

Để sinh viên có thể tự tin vững nghiệp vụ, giỏi kỹ năng sau khi ra trường thì Nhà trường cần phối hợp với doanh nghiệp để thực hiện các chương trình thực tập, thực tế. Theo đó, doanh nghiệp tạo điều kiện cho sinh viên ngành du lịch tiếp cận môi trường kinh doanh thực tế, sử dụng trang thiết bị, cơ sở vật chất trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ du lịch phục vụ học tập. Doanh nghiệp cử cán bộ, chuyên gia có chuyên môn phù hợp để hướng dẫn, giảng dạy sinh viên ngành du lịch thực tập, thực tế theo mục tiêu cụ thể của từng ngành đào tạo.

Doanh nghiệp du lịch, cần cử đại diện theo dõi, tham gia vào kiểm định, đánh giá chất lượng đầu vào và đầu ra của sinh viên; cung cấp thông tin về nhu cầu nhân lực của mình cho nhà trường để nhà trường có kế hoạch điều chỉnh chương trình, nội dung và phương pháp giảng dạy cũng như kế hoạch bố trí sinh viên đến thực tập, giới thiệu tuyển dụng... đảm bảo theo đúng yêu cầu doanh nghiệp đặt ra.

- Hợp tác NCKH và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu

Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp. Nhà trường và doanh nghiệp hỗ trợ chuyên môn trong xây dựng và thực hiện các đề án, dự án, đề tài nghiên cứu khoa học, hội nghị, hội thảo khoa học trong lĩnh vực Du lịch. Kết quả nghiên cứu của các đề án, đề tài khoa học sẽ được Nhà trường và Doanh nghiệp triển khai ứng dụng vào thực tiễn theo chức năng, nhiệm vụ của mỗi bên.

5. KẾT LUẬN

Tóm lại, để cung cấp nguồn nhân lực du lịch năng động, nhạy bén và có trình độ chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, thì các cơ sở đào tạo nói chung và Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa nói riêng cần có định hướng rõ ràng và tìm cho mình những giải pháp đào tạo phù hợp và hiệu quả. Vì vậy, với những giải pháp trên tác giả hi vọng nó có thể góp một phần trong việc nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch của Nhà trường đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chung Thị Vân Anh (2017), *Cách mạng công nghiệp 4.0 với giáo dục đại học nói chung và Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu nói riêng*, 22/11/2017.
2. Khương Nha và Duy An (2017), *Cách mạng công nghiệp 4.0 là gì?* website: <http://news.zing.vn/cach-mang-cong-nghiep-40-lagi-post750267.html>, 29/5/2017.

3. Lê Thị Bưởi, Lê Thị Ngọc (2016), *Một hướng đào tạo nhân lực du lịch cho các cơ sở đào tạo đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN*, Hội thảo khoa học quốc tế, Giáo dục đại học trong bối cảnh hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN.
4. Đoàn Mạnh Cường (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế "Phát triển Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế".
5. Phan Văn Trường (2017), *Ngành Giáo dục "đón đầu" cuộc Cách mạng 4.0 ra sao?* <https://baoquocte.vn/nganh-giao-duc-don-dau-cuoc-cach-mang-40-ra-sao-47536.html>, 14/4/2017.
6. Vũ Văn Tuyền và các tác giả (2019), *Nghiên cứu xây dựng cơ chế phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo nhân lực ngành du lịch tại trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*, đề tài cấp trường, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa.
7. Nguyễn Anh Tuấn (2019), *Đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế "Phát triển Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế".

ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH Ở TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÁP ỨNG NHU CẦU PHÁT TRIỂN VÀ HỘI NHẬP

*ThS. Vũ Hương Lan, TS. Phạm Hồng Long
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội*

TÓM TẮT

Hướng dẫn viên là đại sứ thương hiệu, hình ảnh của một điểm đến, một quốc gia. Do vậy, hướng dẫn viên đóng một vai trò đặc biệt quan trọng. Hiện nay, ở Việt Nam, nghề hướng dẫn ngày càng thu hút được sự quan tâm của nhiều bạn trẻ. Trên phạm vi cả nước, đã có nhiều cơ sở đào tạo hướng dẫn viên du lịch. Tuy nhiên, thực trạng đội ngũ hướng dẫn viên hiện nay còn thiếu về số lượng, yếu về chất lượng, cơ cấu hướng dẫn viên còn chưa đảm bảo, việc quản lý và bồi dưỡng hướng dẫn viên du lịch còn nhiều khó khăn. Trong bối cảnh đó, nhiều cơ sở đào tạo đã có những nỗ lực nhằm giúp đào tạo và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch Việt Nam. Bài viết này đánh giá thực trạng đội ngũ hướng dẫn viên cũng như thực trạng đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên, những khó khăn, bất cập trong đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên, trên cơ sở đó đưa ra những đề xuất và kiến nghị giúp cho việc đào tạo hướng dẫn viên du lịch ở trường đại học đáp ứng nhu cầu phát triển và hội nhập.

Từ khóa: Đào tạo, hướng dẫn viên, Khoa Du lịch học

1. VAI TRÒ CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP

Trong danh mục các công việc của nghề du lịch, hướng dẫn viên có vai trò đặc biệt quan trọng. Theo Paul Morrison, một thành viên sáng lập tạp chí Wanderlust, chuyên về du lịch mạo hiểm hàng đầu của Anh, và là cha đẻ của Giải thưởng dành cho Hướng dẫn viên xuất sắc nhất thế giới Paul Morrison Guide Award, ông đặc biệt đánh giá cao tầm quan trọng của một hướng dẫn viên đối với ngành công nghiệp du lịch. Những hướng dẫn viên có tài năng chính là người có khả năng dẫn dắt du khách phát hiện ra những điều nhỏ nhất nhưng có ý nghĩa, họ biết cách kích thích sự đam mê khám phá của du khách, và như vậy, du khách không bao giờ cảm thấy nhàm chán hay đơn điệu khi tham gia tour của họ. Nói một cách khác, họ chính là những "người hùng" của công nghệ du lịch.

Hướng dẫn viên là người mà khách tiếp xúc nhiều nhất trong một chuyến du lịch, góp phần lớn vào thành công của một chuyến đi. Trong một tour du lịch, họ có vai trò là người phục vụ với các công việc đã được phân công cụ thể, là cầu nối của công ty và các cơ sở dịch vụ với khách du

lịch, vừa là marketing viên không chuyên, là đại sứ cho địa phương, cho đất nước, là người chiến sĩ bảo vệ an ninh quốc gia, an toàn du lịch.

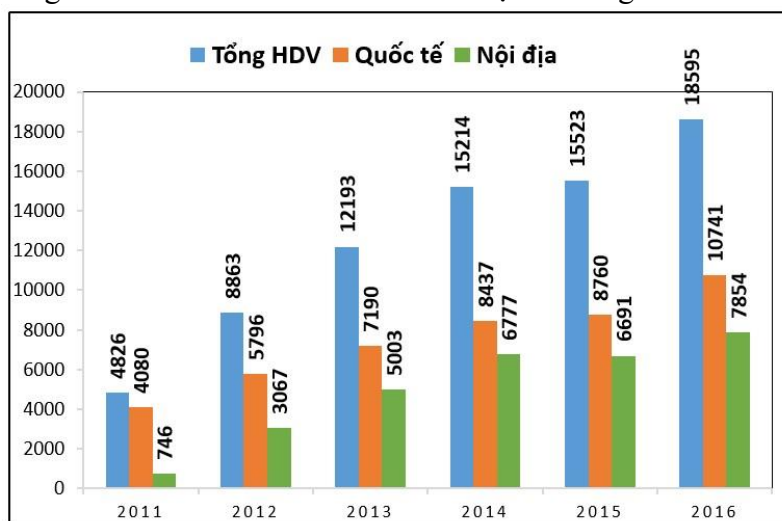
Với những vai trò quan trọng ấy, đội ngũ hướng dẫn viên luôn được coi là một trong những bộ mặt của ngành du lịch mỗi quốc gia. Từ khi ngành Du lịch Việt Nam hòa cùng dòng chảy với cả nước hội nhập với quốc tế, chúng ta có nhiều cơ hội để gia tăng số lượng khách. Cơ cấu thành phần khách đa dạng hơn, những yêu cầu đòi hỏi về dịch vụ, về chất lượng hướng dẫn cũng cao hơn và phong phú hơn. Điều đó cũng gây một sức ép rất lớn đến đội ngũ hướng dẫn viên của Việt Nam. Các hướng dẫn viên càng cần phải rèn luyện kỹ năng nghề, rèn luyện ngoại ngữ và các tiêu chuẩn phục vụ khách... để có thể đáp ứng được các yêu cầu đa dạng ấy. Chất lượng hướng dẫn viên tốt là yếu tố cơ bản để có thể kéo theo sự hài lòng của khách về sản phẩm du lịch, khách có thể khám phá được nhiều nét độc đáo, hấp dẫn trong tour du lịch. Từ đó, hình ảnh của du lịch Việt Nam có thể được nâng cao hơn trong con mắt của bạn bè quốc tế, và như vậy sẽ tăng lượng khách mới và lượng khách quay trở lại.

2. THỰC TRẠNG ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH HIỆN NAY

Thứ nhất: Thiếu về số lượng hướng dẫn viên phục vụ khách

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch vào tháng 7 năm 2007, Việt Nam có 5758 hướng dẫn viên có thẻ (Thời điểm đó chỉ có một loại thẻ Hướng dẫn viên quốc tế), trong đó hướng dẫn viên Tiếng Anh chiếm số lượng lớn nhất, khoảng 43%, tương đương là 2476 người, tiếp theo là tiếng Trung chiếm 23%, tương đương 1325 người. Số lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2007 là 4,2 triệu lượt.

Số lượng hướng dẫn viên từ năm 2011 đến 2016 cụ thể trong biểu đồ dưới đây:



Biểu đồ 1: Số lượng hướng dẫn viên du lịch Việt Nam theo các năm

Năm 2016 cả nước có hơn 18.500 hướng dẫn viên du lịch, gồm 10.700 hướng dẫn viên quốc tế phục vụ gần 10 triệu lượt khách và trên 7.800 hướng dẫn viên trong nước phục vụ trên 90 triệu lượt khách. Trong số 10.741 HDV quốc tế, tiếng Anh có 5.791 người, tiếng Trung Quốc có 1.957 người, tiếng Pháp có 1.118 người, tiếng Nhật Bản có 477 người.

Như vậy, lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2016 tăng gấp 2,38 lần so với lượng khách quốc tế đến năm 2006, tuy nhiên, số lượng hướng dẫn viên quốc tế chỉ tăng gấp 1,72 lần.

Theo thống kê mới nhất trên Cơ sở dữ liệu trực tuyến hướng dẫn viên du lịch của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, tính đến ngày 31/7/2019, Việt Nam có 25.310 hướng dẫn viên có thẻ, trong đó hướng dẫn viên quốc tế là gần 16 ngàn, nội địa gần 9000, và hướng dẫn tại điểm là khoảng 500 người.

Lượng khách du lịch Việt Nam năm 2018 có sự tăng trưởng vượt bậc, chúng ta đã đón được 15,6 triệu lượt khách du lịch quốc tế, lượng khách nội địa là 80 triệu lượt. Số lượng khách tăng lên kéo theo nhu cầu về hướng dẫn viên tăng, tuy nhiên theo các chuyên gia tính toán, số lượng hướng dẫn viên có thẻ chỉ đáp ứng được 40% nhu cầu thực tế đối với khách quốc tế, và số lượng hướng dẫn viên nội địa còn thiếu nhiều hơn, chỉ đáp ứng khoảng 15% nhu cầu thực tế của khách nội địa.

Chính vì vậy, tình trạng sử dụng hướng dẫn viên không có thể là thực tế phổ biến của các công ty du lịch vào những mùa cao điểm, thiếu hướng dẫn viên, mặt khác, nhiều hướng dẫn viên có thể thì lại không hành nghề trên thực tế.

Thứ hai: Mất cân đối về cơ cấu

Hướng dẫn viên du lịch Việt Nam không chỉ thiếu về số lượng mà còn bị mất cân đối về cơ cấu theo ngoại ngữ, theo giới tính, theo tỉnh thành. Về mặt ngoại ngữ, số lượng khách quốc tế của Việt Nam rất đa dạng, nhưng phần lớn hướng dẫn viên của chúng ta sử dụng tiếng Anh nên thiếu rất nhiều các hướng dẫn viên nói các thứ tiếng khác.



Biểu đồ 2: Cơ cấu hướng dẫn viên quốc tế theo ngoại ngữ sử dụng năm 2016

Về mặt giới tính, do đặc thù công việc, 2/3 số lượng hướng dẫn viên Việt Nam là nam giới, nữ giới chỉ chiếm 1/3, và rất nhiều trong số hướng dẫn viên nữ có thể đi hướng dẫn trên thực thực tế. Số lượng hướng dẫn viên cũng tập trung ở những tỉnh thành lớn, phát triển du lịch như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh... các tỉnh thành khác có số lượng hướng dẫn viên rất ít.

Thứ ba: Đội ngũ Hướng dẫn viên phức tạp về thành phần, một số còn chưa đảm bảo về chất lượng

Bên cạnh sự thiếu hụt về số lượng, hướng dẫn viên du lịch Việt Nam còn yếu về chuyên môn, nghiệp vụ. Theo đánh giá của khách du lịch và các công ty lữ hành, chất lượng hướng dẫn viên chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường, thực trạng này là một khó khăn của ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thứ 4: Công tác quản lý đội ngũ hướng dẫn viên, bồi dưỡng nâng cao trình độ hướng dẫn viên gặp nhiều khó khăn.

Do nhiều bất cập trong cơ chế, chính sách nên việc quản lý hướng dẫn viên trên thực tế gặp nhiều khó khăn. Hơn nữa, do đặc thù của nghề nghiệp, phần lớn hướng dẫn viên làm việc theo chế độ cộng tác với công ty lữ hành, tỉ lệ “nhảy việc” đối với hướng dẫn viên cũng rất cao, thời gian công tác không cố định nên mặc dù nhiều công ty lữ hành muốn bồi dưỡng, nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên cũng gặp nhiều khó khăn trong công tác tổ chức, hoặc sau khi đào tạo xong hướng dẫn viên lại cộng tác với công ty khác gây nên sự lãng phí chi phí đào tạo.

3. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆN NAY, LẤY VÍ DỤ TẠI KHOA DU LỊCH HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Theo danh mục mã ngành đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo hiện nay, mã ngành Hướng dẫn du lịch chỉ được đào tạo ở bậc Trung cấp và Cao đẳng. Ở bậc đại học, hướng dẫn du lịch là một chuyên ngành trong ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành hoặc ngành Việt Nam học. Thời lượng dành cho học phần Hướng dẫn du lịch cả lý thuyết và thực hành thường không nhiều. Về cơ bản, mỗi trường đều có hệ thống giáo trình hoặc bài giảng riêng nhưng đều có điểm chung đó là đã từng bước áp dụng tiêu chuẩn VTOS về nghề Hướng dẫn du lịch trong giảng dạy, kết hợp học lý thuyết với thực hành và rèn luyện kỹ năng.

Tại Khoa Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, với sinh viên học ngành Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, hết năm thứ 2 sẽ được lựa chọn 2 chuyên ngành là Lữ hành - Hướng dẫn hoặc Quản trị sự kiện. Với chuyên ngành Lữ hành - Hướng dẫn, sinh viên sẽ có 3 tín chỉ cho học phần Hướng dẫn du lịch và 3 tín chỉ cho học phần Thực hành chuyên ngành, bên cạnh đó là 3 tín chỉ thực tập tổng hợp, tổng cộng 9 tín chỉ. Bên cạnh các học phần về nghiệp vụ hướng dẫn thì còn có rất nhiều các học phần khác cung cấp các kiến thức và kỹ năng cho Hướng dẫn viên như: Điểm tuyến Du lịch Việt Nam, Địa lý Du lịch, Hành vi tiêu dùng du lịch, Giao tiếp và Lễ tân ngoại giao, Du lịch sinh thái...

Từ trước tới nay, các giảng viên tham gia giảng dạy học phần Hướng dẫn du lịch cả lý thuyết và thực hành của Khoa đều định hướng sử dụng Bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (VTOS) theo 4 nội dung sau:

- Tham chiếu để điều chỉnh chương trình đào tạo cho hài hòa với tiêu chuẩn VTOS
- Sử dụng VTOS để xây dựng giáo trình giảng dạy, soạn bài giảng, áp dụng các phương pháp giảng dạy và học tập tích cực, lấy người học làm trung tâm.
- Bước đầu tiến hành đào tạo theo tiêu chuẩn VTOS
- Sử dụng tiêu chuẩn VTOS để tiến hành đánh giá năng lực sinh viên

Biên soạn bài giảng

Các giảng viên đồng thời là các đào tạo viên đã chủ động kết hợp VTOS mới với giáo trình đã có để thiết kế những bài giảng cụ thể, mang tính kỹ năng nhiều hơn tính lý thuyết, tăng cường thực hành cho sinh viên. Thay vì giảng dạy theo các chương như trước kia, các bài giảng được thiết kế thành các chuyên đề, định hướng theo lĩnh vực nghề nghiệp mà sinh viên hướng tới, chủ yếu ở mức độ chứng chỉ hỗ trợ dẫn đoàn du lịch bậc 1, chứng chỉ Hướng dẫn du lịch bậc 2 và bậc 3 và Thuyết minh viên du lịch (do đặc thù nữ sinh viên cao hơn nam). Các giáo viên cũng tham khảo khung chương trình của các khóa tập huấn về Hướng dẫn du lịch, Thuyết minh du lịch theo tiêu chuẩn VTOS của EU để thiết kế các nội dung chính của môn Hướng dẫn du lịch cho sinh viên và các học viên lớp ngắn hạn. Theo đó nội dung môn học sẽ được thiết kế thành 15 chuyên đề, có sự kế thừa và phát triển của VTOS cũ và mới, kết hợp với các giáo trình khác.

Nội dung bài giảng là căn cứ chung để thực hiện môn học, tuy nhiên, khi thực hiện các giảng viên áp dụng hết sức linh hoạt tùy theo từng đối tượng sinh viên và học viên, tùy theo khảo sát về nhu cầu và định hướng nghề nghiệp của từng lớp học để có những điều chỉnh hợp lý trong nội dung giảng dạy.

Đổi mới phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá

Bên cạnh việc thiết kế nội dung bài giảng hợp lý nhất, bài giảng trên lớp cũng mang tính trực quan, sinh động và cụ thể hơn với việc giảng viên sưu tầm các mẫu, phiếu, biểu, các công cụ HDV sử dụng trong một tour du lịch cụ thể... từ phía các công ty lữ hành, các khách sạn để sinh viên có cơ hội làm quen và thực hành. Trong quá trình học, giảng viên luôn chú ý áp dụng các phương pháp giảng dạy tích cực, lấy người học làm trung tâm như thảo luận nhóm, thuyết trình, làm mẫu, nhận biết đồ vật... Để rèn luyện các kỹ năng cho sinh viên, phần thực hành trên lớp cũng sinh động và gây hứng thú bằng việc cho sinh viên xem phim, đóng tình huống thực tế. Nhằm gắn việc học lý thuyết với thực tế nhiều hơn, các giảng viên cũng mời các hướng dẫn viên giỏi đến để chia sẻ những kiến thức thực tế, chủ yếu tập trung đến các chuyên đề như tổ chức teambuilding, kỹ năng hướng dẫn, các vấn đề liên quan đến thủ tục hải quan và xuất nhập cảnh.

Các buổi học thực hành ngoài trời cùng với các chuyến đi thực tế là cơ hội để sinh viên được rèn luyện các phần việc kỹ năng của HDV du lịch. Không chỉ dừng lại ở các điểm du lịch ở Hà Nội hoặc các vùng lân cận như Ninh Bình, Bắc Ninh, Quảng Ninh, các tour thực hành tổng hợp Nghiệp vụ hướng dẫn với mỗi một lớp học là cơ hội cho thầy và trò trải nghiệm các vùng đất xa xôi khác nhau, không lớp nào giống lớp nào như Lào Cai, Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Điện Biên, tour DMZ... Khi tham gia tour, sinh viên được chia thành các nhóm để thực hiện các công việc chuẩn bị và thực hiện tour từ việc đặt các dịch vụ ăn uống, vận chuyển đến thực hành việc hướng dẫn trên xe, hướng dẫn tại điểm đến việc phân chia phòng khách sạn, giải quyết các tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện chuyến du lịch...

Không chỉ đổi mới trong giảng dạy, công tác kiểm tra đánh giá của môn học cũng đề cao tính thực hành và áp dụng theo tiêu chuẩn VTOS. Với mỗi đơn vị năng lực được thiết kế trong VTOS 2013 đều có phần Hướng dẫn đánh giá và Phương pháp đánh giá, đây chính là căn cứ hữu ích cho các giảng viên khi tiến hành kiểm tra đánh giá. Các giảng viên cho sinh viên tích cực thực hành trên lớp theo các nội dung đã học để lấy điểm chuyên cần, điểm giữa kỳ được tính bằng điểm bài tập thông qua việc chia sinh viên trong thành các nhóm, mỗi nhóm chọn 1 chủ đề hoặc 1 điểm du lịch cụ thể để quay Video clip thực hành hướng dẫn, thuyết minh về chủ đề hoặc điểm du lịch đó. Sinh viên thay nhau làm hướng dẫn viên, các sinh viên còn lại làm khách, sau đó các nhóm nộp bài, giáo viên và sinh viên các nhóm cùng xem lại video clip và sẽ có phần đánh giá, nhận xét, rút kinh nghiệm của chính sinh viên và giáo viên. Cách làm này được sinh viên rất hưởng ứng, tất cả các bạn sinh viên đều hăng hái tham gia, thông qua thực tế các sinh viên đều được rèn luyện rất nhiều về kỹ năng và nghiệp vụ. Cuối kỳ, thay vì thi viết, giảng viên sẽ tiến hành thi thực hành và vấn đáp để kiểm tra các đơn vị năng lực đã được học. Đó chính là cách đánh giá rất sát lực học của sinh viên.

4. CÁC KHÓ KHĂN, BẤT CẬP TRONG ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH Ở BẠC ĐẠI HỌC HIỆN NAY

Thứ nhất, tên gọi của các chương trình đào tạo và khung chương trình đào tạo hướng dẫn viên du lịch của các trường đại học là khá khác nhau. Do đó thời lượng dành cho học phần Hướng dẫn du lịch, cả lý thuyết và thực hành cũng khác nhau. Dẫu vậy, thực tế thời lượng dành cho học phần Hướng dẫn du lịch ở các trường là không nhiều, dẫn đến việc không đủ thời gian để học kỹ từng kỹ năng, nghiệp vụ. Hơn nữa, số lượng sinh viên cho mỗi lớp học lại đông, thông thường là từ 30 đến 80 sinh viên/lớp nên sinh viên không đủ thời gian thực hành, giáo viên cũng không thể sửa kỹ năng cho từng sinh viên được. Việc điều chỉnh chương trình để tăng thời lượng cho môn học cũng gặp nhiều khó khăn do các ràng buộc về quy chế khi xây dựng chương trình đào tạo. Điều này dẫn đến việc sinh viên ra trường gặp những lúng túng nhất định khi thực tế đi hướng dẫn ở các công ty du lịch.

Thứ hai, các trường đào tạo cũng gặp khó khăn trong vấn đề về thiếu các phòng thực hành, các trang thiết bị hiện đại phục vụ cho việc giảng dạy và học tập của sinh viên. Đây là thực trạng phổ biến ở hầu hết các cơ sở đào tạo đại học có đào tạo ngành, chuyên ngành hướng dẫn du lịch.

Thứ ba, về kinh phí đào tạo. Việc gắn lý thuyết với thực hành thực tế cũng được các trường chú trọng, tuy nhiên khi muốn tổ chức các chuyến đi thực tế dài ngày, hoặc chọn các điểm đến xa, hoặc tổ chức các tour đi nước ngoài (để học hỏi rèn luyện kỹ năng cho phần hướng dẫn viên outbound)... thì các đơn vị đào tạo lại gặp khó khăn về kinh phí. Hầu hết các trường đại học công lập và nhiều trường dân lập hiện nay thu học phí không cao, học phí chỉ bao gồm các hoạt động tổ chức giảng dạy tại trường nên các chuyến đi thực tế như vậy sinh viên phải tự trang trải kinh phí toàn bộ, và việc tổ chức tour với chi phí cao sẽ nằm ngoài khả năng chi trả của phần lớn sinh viên.

Thứ tư, về tài liệu giảng dạy. Hầu hết ở các trường đại học hiện nay, các tài liệu giảng dạy về hướng dẫn du lịch chủ yếu là các tài liệu được biên soạn từ lâu bởi một số học giả và chuyên gia trong nước. Trong khoảng 5 năm trước đây, các tài liệu hệ thống VTOS đã dần được sử dụng, tuy nhiên, các tài liệu này cũng đã thiếu cập nhật trong bối cảnh hiện nay. Hơn thế nữa, việc “*học chay, dạy chay*”, dựa chủ yếu theo kinh nghiệm của cán bộ giảng dạy với nhiều nội dung còn khá phổ biến ở các trường.

Thứ năm, về đội ngũ cán bộ giảng dạy. Ở các trường đại học còn có tình trạng đội ngũ cán bộ tham gia giảng dạy ngành, chuyên ngành hướng dẫn có trình độ chưa đồng đều. Có trường thì có đội ngũ cán bộ giảng dạy được đào tạo bài bản theo các chương trình đào tạo của trường, ngành và có nhiều kinh nghiệm thực tiễn đối với nghề hướng dẫn. Tuy nhiên, ở nhiều trường, đội ngũ cán bộ giảng dạy còn yếu về lý thuyết, và đặc biệt là chưa có nhiều kinh nghiệm thực tiễn với nghề hướng dẫn. Đây cũng là rào cản lớn cho việc nâng cao chất lượng đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch.

Thứ sáu, về văn bằng. Do tên gọi và khung chương trình đào tạo về hướng dẫn du lịch ở các trường là khác nhau, do vậy văn bằng được cấp cho sinh viên ở các trường cũng khác nhau. Thực tế, có một số văn bằng của một số trường hiện nay còn gặp khó khăn khi người học tốt nghiệp và hành nghề. Đơn cử với ngành Việt Nam học, chuyên ngành Hướng dẫn du lịch của Đại học Phương

Đông, sinh viên được học 8 tín chỉ lý thuyết Hướng dẫn du lịch, 4 tín chỉ cho thực hành Nghiệp vụ hướng dẫn, 2 tín chỉ thực hành chuyên ngành, tổng cộng 14 tín chỉ. Tuy nhiên điều bắt cấp là chuyên ngành Hướng dẫn du lịch không được thể hiện trên bằng tốt nghiệp của sinh viên mà chỉ ghi Cử nhân Việt Nam học, theo đó các sinh viên tốt nghiệp cũng không đủ điều kiện cấp thẻ Hướng dẫn viên mà vẫn phải tham gia kỳ thi lấy chứng chỉ Nghiệp vụ hướng dẫn theo quy định của Tổng cục Du lịch. Đây cũng là điều thiết thời cho các sinh viên theo học chuyên ngành này. Hy vọng, trong thời gian sắp tới đây khi sửa đổi Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL thì những bắt cấp về văn bằng sẽ được tháo gỡ.

5. CÁC ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

Căn cứ trên việc phân tích những thực trạng, khó khăn và bắt cấp trong đào tạo hướng dẫn viên du lịch ở các trường đại học cũng như để bắt kịp với bối cảnh hội nhập toàn cầu hiện nay đòi hỏi cần phải có biện pháp để nâng dần cả về chất lượng và số lượng của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch. Dưới đây là một số đề xuất, kiến nghị với các bên liên quan trong công tác đào tạo và phát triển đội ngũ hướng dẫn viên du lịch ở Việt Nam:

5.1. Đối với các cơ sở đào tạo

Thứ nhất, do đặc thù là ngành có tính giao lưu quốc tế cao, cho nên cần chú trọng công tác tuyển sinh đầu vào đối với học sinh, sinh viên học du lịch, đặc biệt chỉ tuyển sinh các học sinh và sinh viên có năng lực học ngoại ngữ tốt. Cần có sự phân loại các lớp học ngoại ngữ cho phù hợp. Hơn thế nữa cũng cần có lộ trình từng bước tăng cường biên soạn và giảng dạy các môn học bằng ngoại ngữ mà lấy nền tảng là tiếng Anh. Ngoại ngữ là cánh cửa mở ra nhiều cơ hội giao tiếp, tiếp xúc với thế giới bên ngoài, đặc biệt với ngành du lịch, ngoại ngữ là công cụ quan trọng để giúp cho các sinh viên khi vào công việc chủ động và tự tin thực hiện nhiệm vụ được giao phó. Chính vì vậy, nâng cao, củng cố trình độ ngoại ngữ cho toàn bộ đội ngũ hướng dẫn viên du lịch là một nhiệm vụ quan trọng của du lịch Việt Nam để chuẩn bị tâm thế cho hội nhập du lịch khu vực.

Thứ hai, tăng cường tính liên thông giữa các môn học liên quan trong chương trình. Để khắc phục hạn chế về việc thời lượng dành cho học phần Hướng dẫn không nhiều, cần thiết lập sự liên thông, kết nối giữa các học phần gần gũi để tăng cơ hội thực hành nghiệp vụ hướng dẫn. Lấy ví dụ: các học phần như Địa lý Du lịch, Điềm tuyến du lịch Việt Nam, Marketing du lịch... khi tổ chức giảng dạy cũng thường có các chuyến đi khảo sát thực tế hoặc thực hành, các giảng viên có thể lồng ghép 1 phần kỹ năng của môn Hướng dẫn du lịch như để cho sinh viên tự lên chương trình, tự đặt các dịch vụ, tự làm hướng dẫn viên trong tour... Như vậy, sau chuyến đi, sinh viên không chỉ học được các vấn đề của môn học như các điểm du lịch, tuyến du lịch, cách thức marketing quảng bá mà còn thực hành được nghiệp vụ hướng dẫn.

Thứ ba, tổ chức giảng dạy theo lớp nhỏ. Với định hướng thực hành rất cao, học phần Hướng dẫn du lịch cần được tổ chức giảng dạy theo quy mô lớp nhỏ, lý tưởng là dưới 30 sinh viên. Điều này cũng đồng nghĩa với việc tăng chi phí giảng dạy, tuy nhiên với định hướng chất lượng đặt lên hàng đầu thì các cơ sở đào tạo cũng nên thực hiện.

Thứ tư, tăng cường đào tạo thêm một số kỹ năng cần thiết cho sinh viên theo học ngành hướng dẫn:

- Đưa các môn học Diễn giảng công cộng (để nâng cao kỹ năng thuyết trình) thành môn học chính, bổ sung môn học về kỹ năng giao tiếp trong chương trình đào tạo (để nâng cao kỹ năng giao tiếp và ứng xử của sinh viên).

- Bổ sung các kỹ năng sống giúp cho sinh viên nhận diện nguy hiểm và có kỹ năng thoát hiểm như tham gia học các kỹ năng sơ cứu, cứu thương cơ bản, kỹ năng thoát hiểm khi có sự cố hỏa hoạn, học bơi.

- Quan tâm đến rèn luyện thể lực, sức khỏe cho sinh viên, rèn luyện cho sinh viên các kỹ năng làm việc nhóm, tham gia các hoạt động teambuilding để xây dựng đội ngũ và rèn luyện thể lực, phát huy sự sáng tạo.

- Nghiên cứu đào tạo thêm cho sinh viên học các môn học nhằm nâng cao tính thẩm mỹ của sinh viên về thời trang, các nhãn hàng thời trang, học trang điểm, học nhiếp ảnh, MC...

- Đào tạo và kiểm tra thêm về giúp sinh viên biết cách xây dựng kế hoạch, lập báo cáo để phục vụ học tập cũng như công việc sau này. Hướng dẫn cho sinh viên biết cách quản lý tài chính đơn giản để thực hiện các công việc liên quan đến thanh quyết toán.

- Phát triển và bồi dưỡng các môn năng khiếu của sinh viên (nếu có).

Thứ năm, cần hoàn thiện hệ thống bài giảng, giáo trình cho một số môn học còn thiếu nhằm tránh tình trạng “dạy chay”, “học chay” của cả thầy lẫn trò. Bổ sung các kiến thức mới, đương đại vào hệ thống các bài giảng, giáo trình đã được biên soạn từ lâu. Hệ thống tư liệu, sách tham khảo (đặc biệt là bằng tiếng Anh) cần được bổ sung từ nhiều nguồn, có thể từ sự hỗ trợ của Nhà nước, từ nguồn kêu gọi ủng hộ của các tổ chức xã hội, doanh nghiệp, cựu sinh viên.

Thứ sáu, tăng cường mối liên kết có kế hoạch và lâu dài giữa các cơ sở đào tạo du lịch với các doanh nghiệp và các đơn vị tuyển dụng thông qua nhiều hình thức không chỉ là gửi sinh viên tới thực tập ở các doanh nghiệp, đơn vị tuyển dụng lao động mà còn là các hình thức khác như hợp tác đào tạo tại doanh nghiệp cho sinh viên, học viên; bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ doanh nghiệp, mời cán bộ doanh nghiệp, đơn vị tuyển dụng tham gia hướng dẫn thực tập tốt nghiệp, làm khóa luận... Với nhiều doanh nghiệp, tổ chức hàng năm đều có các khóa đào tạo dành cho nhân viên mới hoặc nhân viên thực tập về nghiệp vụ hướng dẫn hoặc các nghiệp vụ khác, đây là cơ hội tốt để các sinh viên được đào tạo thêm về nghiệp vụ hoặc việc liên kết để sinh viên đi phụ tour cũng là cơ hội đào tạo thực tế rất tốt.

Thứ bảy, cần chú trọng liên kết với các trường đại học danh tiếng trong khu vực và quốc tế để mở các chương trình đào tạo liên kết. Các chương trình đào tạo này có thể là các chương trình đào tạo chính khóa như chương trình đào tạo đại học, cao đẳng, các khóa học mùa hè (2 tuần đến 1 tháng)... Các mối quan hệ liên kết giữa cơ sở đào tạo trong nước và cơ sở đào tạo nước ngoài giúp tăng giá trị của các văn bằng, nâng tầm vị thế và chất lượng, cũng như thu hút được đông đảo sinh viên trong nước và nước ngoài theo học.

Thứ tám, tổ chức thi chứng chỉ nghiệp vụ cho sinh viên ngay sau khi tốt nghiệp. Các cơ sở đào tạo cũng nên tổ chức kỳ thi cấp Chứng chỉ Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch cho các sinh viên có nhu cầu ngay sau khi tốt nghiệp, thời điểm này rất thuận tiện cho sinh viên để tạo điều kiện cho sinh viên có thể được cấp thẻ Hướng dẫn viên theo quy định.

5.2. Đối với các doanh nghiệp du lịch

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần tạo điều kiện cho sinh viên có đủ kiến thức và trình độ vào thực tập, làm part - time (làm bán thời gian), như vậy sẽ giải quyết được vấn đề thiếu lao động của doanh nghiệp mà sinh viên thì được trực tiếp với công việc thực tế. Thực hiện ký kết hợp đồng đào tạo giữa doanh nghiệp và cơ sở đào tạo theo nguyên tắc đặt hàng, đào tạo theo nhu cầu công việc như vậy, vừa tận dụng được trang thiết bị của các doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực vừa đảm bảo công tác đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng được yêu cầu thực tế của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, đối với hoạt động phục vụ khách du lịch, doanh nghiệp nhất thiết phải sử dụng đội ngũ hướng dẫn viên có thể, có trình độ và kiến thức chuyên môn nghiệp vụ tốt.

Thứ hai, có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng thường xuyên về kỹ năng, chuyên môn, nghiệp vụ và đặc biệt là kiến thức pháp luật cập nhật. Trên thực tế, các doanh nghiệp du lịch hiện nay đang dần có xu hướng tự đào tạo để bổ sung và hoàn thiện thêm các kỹ năng mềm cho các nhân viên mới. Nhiều doanh nghiệp có chương trình đào tạo lại sau tuyển dụng. Việc kết hợp giữa cung và cầu chặt chẽ, thường xuyên sẽ rút ngắn thời gian và công sức của doanh nghiệp sau tuyển dụng cũng như nâng cao vai trò, vị thế của nhà trường trong công tác đào tạo.

5.3. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Thứ nhất, nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên du lịch là yêu cầu quan trọng để nâng cao chất lượng đào tạo. Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần có những dự án nhằm bồi dưỡng thường xuyên chuyên môn nghiệp vụ du lịch cho họ. Đội ngũ giảng viên cần không ngừng được nâng cao trình độ và phát triển chuyên sâu thông qua đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng, trau dồi kinh nghiệm và thực tế dưới mọi hình thức ở trong nước cũng như ngoài nước, đồng thời luôn tìm cách và có cơ chế để tăng cường thu hút chuyên gia giỏi đầu ngành trong lĩnh vực du lịch là người nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài, những người có

nhiều kinh nghiệm trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch tham gia vào công tác đào tạo nhân lực.

Thứ hai, theo thông tư 24/2017/TT-BGDĐT về Ban hành danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV trình độ đại học thì hiện nay vẫn chưa có ngành hướng dẫn du lịch. Nên chăng bổ sung ngành này vào mã ngành đào tạo đại học.

Thứ ba, quy hoạch phát triển mạng lưới các cơ sở đào tạo hướng dẫn viên du lịch cũng như tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo theo cơ cấu vùng, miền, nhưng ưu tiên đầu tư cho các cơ sở đào tạo chuyên về du lịch ở các thành phố và trung tâm, điểm du lịch lớn.

Thứ tư, tạo cơ chế và đi đầu trong việc tăng cường và mở rộng liên kết giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các địa phương, các cơ sở đào tạo du lịch, các hiệp hội nghề nghiệp và các doanh nghiệp trong đào tạo và sử dụng nhân lực hướng dẫn viên du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu hướng dẫn viên du lịch cho xã hội trong thời buổi hội nhập.

6. KẾT LUẬN

Đào tạo luôn giữ vai trò vô cùng quan trọng trong việc xây dựng và phát triển đội ngũ nhân lực trong ngành du lịch đồng đảo về mặt số lượng, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động, có kỹ năng và nghiệp vụ, có đạo đức nghề nghiệp. Đào tạo hướng dẫn viên du lịch ở bậc Đại học là lĩnh vực cần đầu tư, quan tâm, phối hợp đối với cả các cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý nhà nước, từ đó để hình thành nên đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu phát triển và hội nhập, để các hướng dẫn viên thực sự là “người hùng của công nghệ du lịch”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sách:

1. Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (2015). *Kỷ yếu hội thảo khoa học Đào tạo du lịch trong trường đại học nghiên cứu*, Nhà Xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, tr27 - 48, tr100-tr119, tr187 - 197, tr200 - 213, tr215-225.
2. Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2006). *Luật Du lịch Việt Nam*.
3. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2007). *Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch 2007*.
4. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2013). *Tiêu chuẩn nghề hướng dẫn du lịch, 2013*.

Website:

5. ANTD (2016). *Hướng dẫn viên du lịch còn thiếu và yếu*. <http://www.dulichvietnam.com.vn/huong-dan-vien-du-lich-con-yeu-va-thieu.html>, đăng nhập ngày 9/6/2016.
6. Trần Phú Cường (2016). *Du lịch Việt Nam hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN*. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/19743>, đăng nhập ngày 9/6/2016.
7. Phạm Thu Thủy (2006). *“Mỗi ngày sắp tới sẽ là một ngày vui”*. <http://vietbao.vn/Phong-su/Moi-ngay-sap-toi-se-la-mot-ngay-vui/20567160/262/>, đăng nhập vào ngày 30/7/2019.
8. Nguyễn Đăng Tiến (2018). *Nhu cầu nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch - Cơ hội và thách thức*. <http://ftf.saodo.edu.vn/nghien-cuu-trao-doi/nhu-cau-nguon-nhan-luc-huong-dan-vien-du-lich-co-hoi-va-thach-thuc-67.html>, đăng nhập vào ngày 30/7/2019.
9. Tra cứu Hướng dẫn viên (2019). <http://huongdanvien.vn/index.php/guide/cat/05>, đăng nhập vào ngày 31/7/2019.

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ TỚI SỰ THỎA MÃN CÔNG VIỆC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

*ThS. Phùng Mạnh Hùng
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng tới sự thỏa mãn công việc của người lao động trong ngành khách sạn tại thị trường Việt Nam. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 200 người lao động đang làm việc tại các khách sạn 4 và 5 sao tại miền Bắc, khu vực Nam Trung Bộ và miền Nam. Các phương pháp kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA), phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) đã được sử dụng trong nghiên cứu này. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 03 yếu tố tác động tới sự thỏa mãn trong công việc của người lao động gồm: thu nhập, cơ hội đào tạo và thăng tiến, sự quan tâm của lãnh đạo. Trong đó: yếu tố tác động mạnh nhất là thu nhập, tiếp theo là cơ hội đào tạo và thăng tiến, cuối cùng là sự quan tâm của lãnh đạo.

Từ khóa: Sự thỏa mãn công việc, Người lao động trong ngành khách sạn, Thị trường Việt Nam

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh các quốc gia đối mặt với tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng trầm trọng do các chính sách phát triển kinh tế ưu tiên ngành sản xuất, chế tạo đã làm nảy sinh các mâu thuẫn trong định hướng phát triển nền kinh tế. Điều này đã thúc giục Chính phủ các nước cần tìm ra con đường dung hòa giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường. Không nằm ngoài xu hướng này, Chính phủ Việt Nam đã đề ra chiến lược phát triển ngành du lịch và hiện thực hóa tầm nhìn “Việt Nam trở thành một điểm đến toàn cầu”, là một ngành kinh doanh đóng góp đáng kể vào GDP, ít gây tổn hại cho môi trường và giải quyết vấn đề việc làm. Thông qua sự đổi mới liên tục thể chế và chính sách nhằm tạo ra một môi trường đầu tư hấp dẫn, Việt Nam đã trở thành điểm đến của các tập đoàn khách sạn tầm cỡ khu vực và thế giới. Tính đến hết năm 2018, tổng số cơ sở lưu trú du lịch hiện có khoảng 28.000 với 556.000 buồng (tăng 9,3% về lượng buồng so với năm 2017). Trong đó, hạng 5 sao có 145 khách sạn với 47.111 buồng (tăng 20,8% về cơ sở và tăng 36,3% số lượng buồng so với năm 2017), hạng 4 sao có 279 khách sạn với 35.467 buồng (tăng 6,4% về cơ sở và tăng 4,2% về số lượng buồng so với năm 2017) (Atkinson, 2018).

Tiềm năng phát triển du lịch của Việt Nam là rất lớn với một nền ẩm thực phong phú, nhiều thắng cảnh và di sản được UNESCO công nhận, cơ sở hạ tầng giao thông kết nối các địa điểm du lịch thuận tiện, hình ảnh du lịch Việt Nam được quảng bá rộng rãi trên các phương tiện truyền thông thế giới, chính sách miễn thị thực đơn phương cho công dân 13 quốc gia và song phương cho công dân 9 quốc gia. Tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2018 tăng 29% và tổng lượng khách nội địa tăng 18%, Việt Nam được đánh giá là một trong 6 quốc gia có tốc độ tăng trưởng du lịch nhanh nhất thế giới và là quốc gia có tốc độ tăng trưởng du lịch nhanh nhất châu Á và Đông Nam Á (Pololikashvili, 2018). Với tiềm năng to lớn này sẽ khuyến khích các tập đoàn khách sạn có uy tín trên thế giới tiếp tục gia nhập vào thị trường Việt Nam cũng như khuyến khích sự mở rộng quy mô kinh doanh của các đối thủ cạnh tranh hiện tại, từ đó đe dọa sự phát triển của doanh nghiệp khách sạn Việt Nam tại chính thị trường quê nhà. Vì vậy các doanh nghiệp khách sạn Việt Nam cần không ngừng đổi mới chất lượng dịch vụ khách sạn nhằm tạo ra các trải nghiệm mới cho khách hàng, muốn thực hiện được điều này doanh nghiệp cần quan tâm tới yếu tố “*sự thỏa mãn trong công việc của người lao động*” bởi vì chất lượng dịch vụ phần lớn được quyết định bởi người cung cấp dịch vụ, một khi người lao động thỏa mãn trong công việc thì chất lượng dịch vụ tốt hơn và họ có thể đề xuất các ý tưởng để doanh nghiệp đổi mới dịch vụ. Xuất phát từ những luận cứ này tác giả đề xuất định hướng nghiên cứu tác động của các yếu tố tới sự thỏa mãn trong công việc của người lao động trong ngành khách sạn Việt Nam.

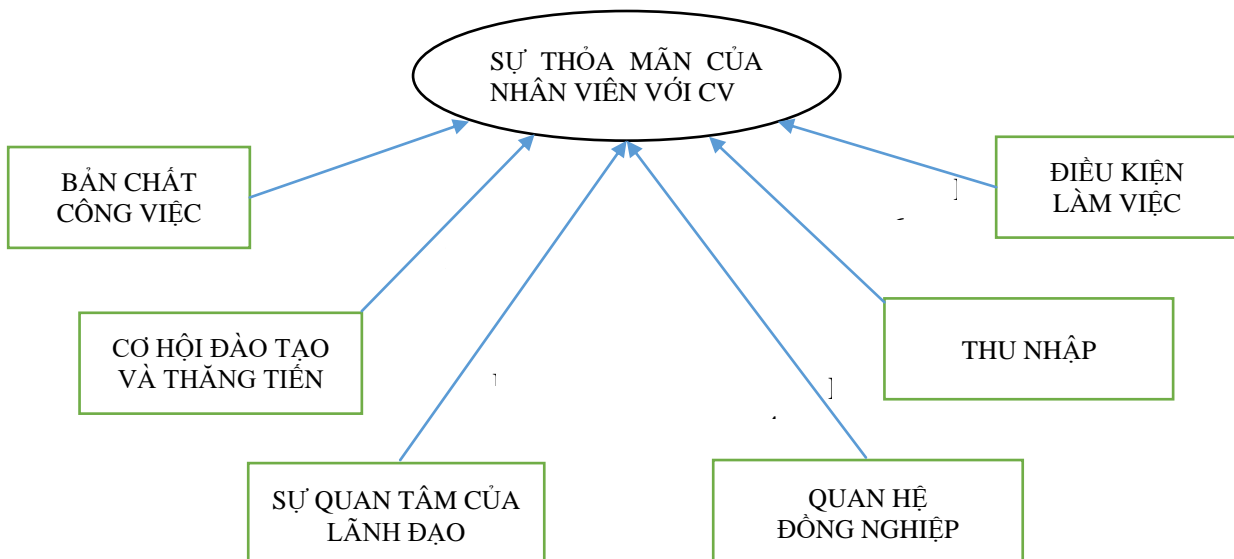
2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Có nhiều nghiên cứu khác nhau trên thế giới cho thấy sự hài lòng của nhân viên đóng một vai trò then chốt trong việc thực hiện công việc, một nhân viên hạnh phúc sẽ là một nhân viên có năng suất, một nhân viên hạnh phúc thường nói rằng nhân viên đó hài lòng với công việc của họ. Hay nói cách khác, sự hài lòng của nhân viên là một trong những vấn đề cốt yếu đối với năng suất lao động và hiệu quả sản xuất kinh doanh (E.A. Locker, G.P. Latham, 1990). E.A. Locker (1976) cho rằng "Sự hài lòng của nhân viên trong công việc là một trạng thái cảm xúc chủ vị hoặc tích cực từ kết quả thẩm định công việc hoặc kinh nghiệm làm việc của một người". Tương tự như vậy, Fieldman và Arnold nhấn mạnh "Sự hài lòng của nhân viên trong công việc sẽ được định nghĩa là số lượng ảnh hưởng tích cực nói chung hoặc cảm xúc mà các cá nhân có đối với công việc của mình".

Bàn về các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ hài lòng của nhân viên đối với công việc, Luddy (2005) nhấn mạnh tới các yếu tố bao gồm: vị trí công việc, sự giám sát của cấp trên, mối quan hệ với đồng nghiệp, nội dung công việc, sự đãi ngộ và các phần thưởng (gồm: thăng tiến, điều kiện vật chất của môi trường làm việc, cơ cấu tổ chức). Herzberg et al. (1959) thì cho rằng, có hai nhóm yếu tố liên quan đến sự thỏa mãn trong công việc là nhóm yếu tố động viên và nhóm yếu tố duy trì. Các yếu tố động viên gồm thành tích, sự công nhận, công việc có tính thử thách, sự tiến bộ và trưởng thành trong công việc. Các yếu tố duy trì gồm chính sách công ty và cách quản trị của công ty, sự giám sát của cấp trên, lương bổng, các mối quan hệ với đồng nghiệp, điều kiện làm việc, đời sống cá nhân, sự đảm bảo cho công việc. Chỉ có những yếu tố động viên mới có thể mang lại sự thỏa mãn cho nhân viên và nếu không thực hiện tốt các yếu tố duy trì sẽ gây ra sự bất mãn trong nhân viên. Chỉ số mô tả công việc (Job Descriptive Index, JDI) của Smith et al. (1969) đề cập đến 5 nhóm yếu tố: đặc điểm công việc, sự lãnh đạo từ cấp trên, thu nhập và phụ cấp, cơ hội đào tạo và thăng tiến, quan hệ với đồng nghiệp ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của nhân viên trong công việc. Dựa trên bộ chỉ số này, Spector (1997) đã phát triển bảng khảo sát mô tả công việc (Job Satisfaction Survey, JSS) nhưng JDI vẫn được đánh giá cao về giá trị và độ tin cậy, nó được sử dụng rộng rãi trong cả thực tiễn và lý thuyết (Green, 2000).

Sau khi tham khảo các mô hình nghiên cứu trong nước và trên thế giới, tác giả nhận thấy bộ tiêu chí JDI được sử dụng để đánh giá các yếu tố tác động tới sự thỏa mãn của người lao động trong nhiều ngành nghề khác nhau và đều cho kết quả mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thị trường. Bên cạnh đó, bộ tiêu chí JDI phân biệt rõ ràng các yếu tố tác động, số lượng các yếu tố vừa phải, bao quát các khía cạnh về sự thỏa mãn trong công việc. Do vậy, tác giả lựa chọn ứng dụng bộ tiêu chí JDI để xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động tới sự thỏa mãn công việc của người lao động trong ngành khách sạn tại thị trường Việt Nam, trong đó tác giả bổ sung thêm một yếu tố tác động là "điều kiện làm việc".



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Các giả thuyết nghiên cứu bao gồm:

H1: Yếu tố “bản chất công việc” có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Yếu tố “bản chất công việc” phản ánh mức độ phù hợp về bản chất công việc với năng lực, mong muốn của người lao động. Bản chất công việc phù hợp được thể hiện qua các khía cạnh như: sự phù hợp với năng lực và chuyên môn, khả năng hiểu rõ công việc thực hiện, công việc đem lại động lực công hiến, sáng tạo cho người lao động (Luddy, 2005).

H2: Yếu tố “cơ hội đào tạo và thăng tiến” có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Yếu tố “cơ hội đào tạo và thăng tiến” là khái niệm phản ánh người lao động có được tạo các cơ hội phát triển và thăng tiến sự nghiệp tại tổ chức trong quá trình làm việc hay không. Cơ hội thăng tiến được xem như một yếu tố kích thích hay động viên người lao động trong lý thuyết của Herzberg (1959).

H3: Yếu tố “lãnh đạo” có tác động tích cực đến sự hài lòng trong công việc.

Người lãnh đạo tác động tới cảm xúc, hiệu quả làm việc và sự thỏa mãn với công việc của người lao động thông qua cách mà họ muốn truyền tải suy nghĩ và cảm xúc của bản thân tới người lao động. Người lãnh đạo trong một số trường hợp tỏ ra độc đoán sẽ làm cho người lao động không hài lòng với công việc. Nhưng một người lãnh đạo tỏ ra quan tâm tới người lao động chỉ bằng một vài hành động nhỏ cũng làm cho nhân viên cảm động và nỗ lực hơn. Như vậy lãnh đạo không chỉ tác động lên suy nghĩ và cảm xúc của người lao động mà còn ảnh hưởng đến động lực làm việc (Burns, 1978).

H4: Yếu tố “đồng nghiệp” có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Đồng nghiệp là những người làm việc trong cùng tổ chức hoặc gần hơn là những người làm việc cùng bộ phận với nhau. Yếu tố “đồng nghiệp” được gọi là tốt khi trong tổ chức, người lao động sẵn sàng giúp đỡ lẫn nhau, phối hợp làm việc một cách hiệu quả, các mối quan hệ không căng thẳng, môi trường làm việc thân thiện và quan hệ giữa các cá nhân là đáng tin cậy. Để quan hệ đồng nghiệp tốt thì cần không ngừng bồi đắp cho văn hóa doanh nghiệp (Quân, 2007).

H5: Yếu tố “thu nhập” có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Yếu tố “thu nhập” trong nghiên cứu này xem xét dưới các khía cạnh như sự phù hợp giữa tiền lương với mức độ đóng góp của người lao động, người lao động có thể sống bằng mức lương hiện tại, các khoản thu nhập khác ngoài lương như: thưởng, phụ cấp được phân chia công bằng. Ngoài ra, nghiên cứu còn xem xét đến khía cạnh quan hệ so sánh với thu nhập của đơn vị khác. Một số nghiên cứu cho rằng ít có bằng chứng cho thấy tiền lương có ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc, tuy nhiên trong điều kiện các quốc gia đang phát triển như Việt Nam thì thu nhập vẫn là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc. (Dung, 2005), (Hà Nam Khánh Giao, 2011).

H6: Yếu tố “điều kiện làm việc” có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Yếu tố “điều kiện làm việc” là tình trạng nơi làm việc của người lao động, bao gồm các yếu tố như: sự an toàn của nơi làm việc, trang thiết bị phục vụ cho công việc của người lao động... Người lao động được tạo điều kiện làm việc tốt sẽ đánh giá tốt về công việc của mình, ngược lại họ sẽ cảm thấy bất mãn với điều kiện làm việc mà họ phải chấp nhận (Gutenberg, 2015).

2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Để đánh giá tác động của các yếu tố tới sự thỏa mãn của người lao động trong ngành khách sạn tại thị trường Việt Nam, tác giả triển khai qua các bước: Một là, đánh giá độ tin cậy của các biến đo lường khái niệm nghiên cứu thông qua hệ số Cronbach's Anpha; Hai là, đánh giá tính hội tụ và phân biệt của các biến đo lường qua phân tích nhân tố khám phá EFA; Ba là, đánh giá mô hình đo lường có phù hợp với dữ liệu thị trường bằng phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA; Bốn là, sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để đánh giá tính chất và mức độ tác động của các yếu tố tới sự thỏa mãn của người lao động trong công việc.

2.3. Phương pháp thu thập dữ liệu

Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu theo hạn ngạch (quota) với đối tượng nghiên cứu là người lao động có thâm niên làm việc trên 5 năm ở các bộ phận của khách sạn gồm: buồng phòng, lễ tân, dịch vụ F&B. Nhân viên làm việc càng lâu năm thì càng hiểu rõ các đặc điểm trong công việc của mình tại khách sạn từ đó có câu trả lời mang tính khách quan. Theo nhiều nhà nghiên cứu, cỡ mẫu càng lớn càng tốt nhưng cũng có những tiêu chuẩn nhất

định với từng phương pháp cụ thể. Với nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và cấu trúc tuyến tính (SEM) đòi hỏi cỡ mẫu tối thiểu là 150 nếu số nhóm yếu tố từ 7 trở xuống và mỗi nhóm yếu tố chứa nhiều hơn 3 biến quan sát (Hair & Black, 2010). Trong nghiên cứu này sử dụng 7 nhóm yếu tố với tổng số biến quan sát 34 và cỡ mẫu 200, trong đó số phiếu điều tra hợp lệ 193 là hoàn toàn phù hợp. 200 phiếu điều tra phân phối theo hạn ngạch cho hệ thống khách sạn 4 và 5 sao thuộc sở hữu các doanh nghiệp Việt Nam trong đó: khu vực miền Bắc là 50, khu vực Nam Trung Bộ (gồm: Đà Nẵng, Quảng Nam, Nha Trang) là 75, khu vực miền Nam là 75. Lý do cỡ mẫu khu vực Nam Trung Bộ và miền Nam vượt trội hơn vì hai khu vực này có thị trường du lịch phát triển năng động hơn.

Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Chỉ tiêu	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	32	16.6 %
	Nữ	161	83.4 %
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	69	35.8 %
	Đã kết hôn	124	64.2 %
Trình độ học vấn	Trung cấp	139	72 %
	Cao đẳng	41	21.2 %
	Đại học trở lên	13	6.7 %
Độ tuổi	20 đến 25	34	17.6 %
	26 đến 35	108	56 %
	36 đến 45	32	16.6 %
	Trên 45	19	9.8 %
Thu nhập	3 đến dưới 5 triệu	76	39.4 %
	5 đến dưới 7 triệu	101	52.3 %
	7 đến dưới 10 triệu	11	5.7 %
	10 triệu trở lên	5	2.6 %

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Để đánh giá tác động của các yếu tố tới sự thỏa mãn của người lao động trong ngành khách sạn Việt Nam, trong đó tập trung vào hệ thống khách sạn 4 và 5 sao là bộ mặt của ngành, tác giả sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để đánh giá độ tin cậy thang đo và sử dụng ma trận xoay nhân tố, sau đó sử dụng phần mềm AMOS 22.0 để đánh giá sự phù hợp của mô hình đo lường với thông tin thị trường, tính hội tụ và tính phân biệt của các biến đo lường, sau đó phân tích mối quan hệ tuyến tính giữa các nhóm yếu tố. Cụ thể như sau:

3.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

3.1.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo các khái niệm là biến độc lập

Để đánh giá độ tin cậy của thang đo các khái niệm nghiên cứu, tác giả sử dụng chỉ số Cronbach's Alpha với tiêu chuẩn từ 0.6 là thang đo đủ điều kiện. Ngoài ra thang đo cần đảm bảo hệ số tương quan biến - tổng lớn hơn hoặc bằng 0.3 (Trọng & Ngọc, 2008). Phân tích cụ thể với các nhóm biến độc lập cho kết quả như sau: nhóm biến bản chất công việc kí hiệu là CV có chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.809; nhóm biến cơ hội đào tạo và thăng tiến kí hiệu là DT có chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.825; nhóm biến sự quan tâm của lãnh đạo kí hiệu là LD có chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.835; nhóm biến quan hệ đồng nghiệp kí hiệu là DN có chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.853; nhóm biến thu nhập kí hiệu là TN có chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.831. Các thang đo trong từng nhóm biến này đều đảm bảo độ tin cậy bởi hệ số Cronbach's Anpha tổng đáp ứng yêu cầu 0.6 trở lên, hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 và không có sự chênh lệch đáng kể giữa chỉ số Cronbach's Anpha tổng và Cronbach's Anpha nếu loại biến. Tuy nhiên với nhóm biến điều kiện làm việc kí hiệu là DK cần loại hai biến DK4 và DK5 do hệ số tương quan biến - tổng nhỏ hơn 0.3.

Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo biến độc lập

Kí hiệu	Tiêu chí	Hệ số tương quan biến - tổng	Cronbach's Anpha nếu loại biến
CV1	Công việc phù hợp với năng lực và chuyên môn của anh/chị	0.653	0.749
CV2	Anh/chị cảm thấy công việc của mình rất thú vị	0.667	0.741
CV3	Công việc của anh/chị có nhiều thách thức	0.680	0.733
CV4	Anh/chị thấy việc phân chia công việc hợp lý	0.515	0.815
DT1	Anh/chị thấy có nhiều cơ hội thăng tiến khi làm việc	0.678	0.766
DT2	Anh/chị thấy chính sách đề bạt rõ ràng	0.693	0.759
DT3	Anh/chị được đào tạo nâng cao chuyên môn và phát triển nghề nghiệp	0.561	0.817
DT4	Đơn vị tạo nhiều cơ hội để anh/chị phát triển cá nhân	0.668	0.770
LD1	Lãnh đạo quan tâm đến cấp dưới	0.519	0.826
LD2	Anh/chị nhận được nhiều sự hỗ trợ của cấp trên	0.574	0.816
LD3	Lãnh đạo lắng nghe quan điểm và suy nghĩ của người lao động	0.765	0.775
LD4	Lãnh đạo coi trọng sự đóng góp của nhân viên	0.486	0.830
LD5	Lãnh đạo đối xử công bằng với nhân viên cấp dưới	0.672	0.795
LD6	Lãnh đạo có năng lực điều hành công việc tốt	0.645	0.800
DN1	Đồng nghiệp thường sẵn lòng giúp đỡ lẫn nhau	0.735	0.795
DN2	Đồng nghiệp của anh/chị phối hợp làm việc tốt	0.708	0.807
DN3	Đồng nghiệp của anh/chị rất thân thiện	0.757	0.785
DN4	Đồng nghiệp của anh/chị rất tin cậy trong công việc	0.584	0.860
TN1	Tiền lương tương xứng với kết quả làm việc	0.600	0.807
TN2	Anh/chị có thể sống hoàn toàn dựa vào thu nhập từ công ty	0.610	0.803
TN3	Tiền lương được trả công bằng giữa các nhân viên	0.468	0.835
TN4	Tiền lương ngang bằng với làm việc ở những nơi khác	0.716	0.780
TN5	Tiền lương được trả đầy đủ và đúng hạn	0.693	0.785
TN6	Chính sách lương/thưởng công bằng	0.575	0.812
DK1	Anh/chị thấy thời gian làm việc không quá dài	0.604	0.444
DK2	Anh/chị không thường xuyên phải làm thêm giờ	0.603	0.448
DK3	Phương tiện, máy móc, thiết bị cho công việc đầy đủ	0.482	0.517
DK4	Anh/chị thấy nơi làm việc an toàn	0.162	0.674
DK5	Thời gian đi lại từ nhà đến cơ quan phù hợp	0.143	0.689

3.1.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo khái niệm là biến phụ thuộc**Bảng 3: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo biến sự hài lòng của người lao động với công việc**

Kí hiệu	Tiêu chí	Hệ số tương quan biến - tổng	Cronbach's Anpha nếu loại biến
HL1	Anh/chị thấy hài lòng với mối quan hệ với cấp trên của mình	0.532	0.883
HL2	Anh/chị thấy hài lòng với thu nhập của mình	0.856	0.807
HL3	Anh/chị hài lòng với điều kiện làm việc tại đơn vị	0.602	0.872
HL4	Anh/chị coi cơ quan như ngôi nhà thứ hai của mình	0.692	0.847
HL5	Nói chung anh/chị hài lòng với công việc hiện tại	0.850	0.809

Các thang đo khái niệm sự hài lòng của người lao động với công việc đều có độ tin cậy đáp ứng tiêu chuẩn với chỉ số Cronbach's Anpha tổng là 0.872, hệ số tương quan biến - tổng của từng thang đo đạt trên 0.3 và không có sự chênh lệch đáng kể giữa chỉ số Cronbach's Anpha nếu loại biến với chỉ số Cronbach's Anpha tổng.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA các khái niệm nghiên cứu

Do nghiên cứu có sử dụng phân tích nhân tố khẳng định và phân tích cấu trúc tuyến tính nên tác giả sử dụng phép trích Principal Axis Factoring và phép quay không vuông góc Promax trong phân tích nhân tố khám phá. Từ 29 biến quan sát tác giả loại 2 biến quan sát và đưa 27 biến còn lại vào phân tích nhân tố khám phá, kết quả thu được như sau:

3.2.1. Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập

Để phân tích EFA có ý nghĩa, hệ số KMO và kiểm định Bartlett's cần ở trong khoảng giá trị phù hợp, hệ số KMO cần ở trong khoảng 0.5 và 1, kiểm định Bartlett's cần nhỏ hơn 0.05 (Hair & Black, 2010). Kết quả phân tích EFA các biến độc lập cho thấy chỉ số KMO là 0.845 trong ngưỡng cho phép ($0.5 < KMO = 0.845 < 1$) và phản ánh phân tích nhân tố phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Kiểm định Bartlett's đạt giá trị sig = 0.00 là tốt ($sig = 0.00 < 0.05$) và cho thấy các biến đo lường trong cùng nhân tố có tương quan với nhau. Tổng phương sai trích đạt 62.287 (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu và cho biết 6 nhóm nhân tố giải thích được 62.287% độ biến thiên của dữ liệu. Điều này cho thấy kết quả phân tích EFA là hoàn toàn phù hợp.

Bảng 4: Kết quả phân tích ma trận xoay nhân tố

Ký hiệu biến đo lường	Ma trận xoay nhân tố					
	F1	F2	F3	F4	F5	F6
TN4	.936					
TN5	.778					
TN2	.600					
TN1	.595					
TN6	.587					
TN3	.506					
DT1		.862				
DT2		.710				
DT3		.630				
DT4		.614				
DK2			.974			
DK1			.961			
DK3			.533			
DN1				.836		
DN3				.800		
DN2				.765		
LD5					.786	
LD6					.770	
LD3					.699	
CV3						.850
CV2						.732
CV1						.554

Từ ma trận xoay nhân tố, kết quả thu được là từ 27 biến quan sát được rút gọn lại còn 22 biến quan sát, đây là những biến có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5 phản ánh sự biến thiên dữ liệu trong biến quan sát chủ yếu được giải thích bởi biến tiềm ẩn. Các biến bị loại là những biến không xuất hiện trong ma trận xoay nhân tố vì hệ số tải không đạt yêu cầu hoặc tải cho các biến tiềm ẩn khác nhau và chênh lệch hệ số tải nhỏ hơn 0.3, các biến quan sát này gồm: CV4, LD1, LD2, LD4, DN4, DK4, DK5. Các biến quan sát còn lại trong ma trận xoay hội tụ ở 6 nhóm nhân tố khác nhau do vậy chúng đảm bảo tính hội tụ và phân biệt. Điểm đáng chú ý là sự hội tụ mang tính đồng nhất phản ánh các biến quan sát đo lường cùng một khái niệm hội tụ vào với nhau do vậy tên gọi các nhóm nhân tố vẫn không đổi. TN1, TN2, TN3, TN4, TN5, TN6 giải thích cho biến tiềm ẩn thu nhập; DT1, DT2, DT3, DT4 giải thích cho biến tiềm ẩn cơ hội đào tạo và thăng tiến; DK1, DK2,

DK3 giải thích cho biến tiềm ẩn điều kiện làm việc; DN1, DN2, DN3 giải thích cho biến tiềm ẩn quan hệ đồng nghiệp; LD3, LD5, LD6 giải thích cho biến tiềm ẩn sự quan tâm của lãnh đạo; CV1, CV2, CV3 giải thích cho biến tiềm ẩn bản chất công việc.

3.2.2. Phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc

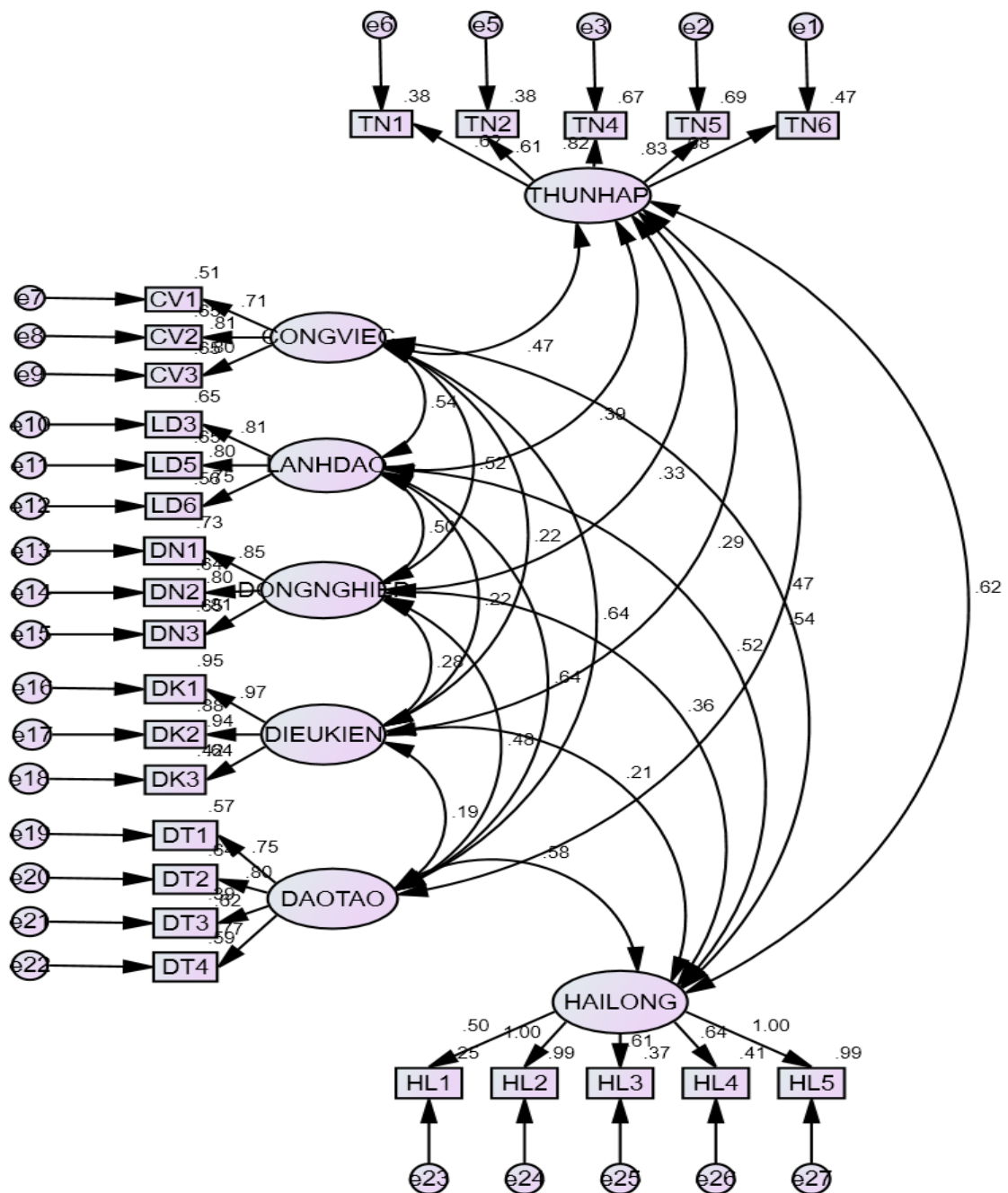
Sau khi đưa các biến HL1, HL2, HL3, HL4 và HL5 vào phân tích nhân tố khám phá kết quả thu được là hệ số KMO đạt giá trị 0.768 là trong ngưỡng cho phép ($0.5 < KMO = 0.768 < 1$) và phản ánh phân tích nhân tố phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kiểm định Bartlett's đạt giá trị sig là 0.00 ($sig < 0.05$) là hoàn toàn phù hợp và phản ánh các biến đo lường có tương quan với nhau. Tổng phương sai trích đạt 67.686 (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu và cho biết nhóm nhân tố giải thích được 67.688% độ biến thiên của dữ liệu.

3.3. Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Bảng 5: Kiểm định tính hội tụ, tính phân biệt và độ tin cậy tổng hợp của các thang đo

	CR	AVE	MSV	SQRT	Điều Kiện	Công Việc	Lãnh đạo	Đồng nghiệp p	Đào tạo	Hài lòng	Thu nhập
Điều kiện	0.896	0.747	0.086	0.864	0.864						
Công việc	0.820	0.603	0.410	0.777	0.220	0.777					
Lãnh đạo	0.829	0.618	0.411	0.786	0.221	0.539	0.786				
Đồng nghiệp	0.861	0.675	0.272	0.821	0.283	0.522	0.499	0.821			
Đào tạo	0.826	0.545	0.411	0.738	0.194	0.640	0.641	0.475	0.738		
Hài lòng	0.877	0.605	0.382	0.778	0.213	0.468	0.524	0.359	0.581	0.778	
Thu nhập	0.839	0.515	0.382	0.718	0.293	0.470	0.395	0.326	0.538	0.618	0.718

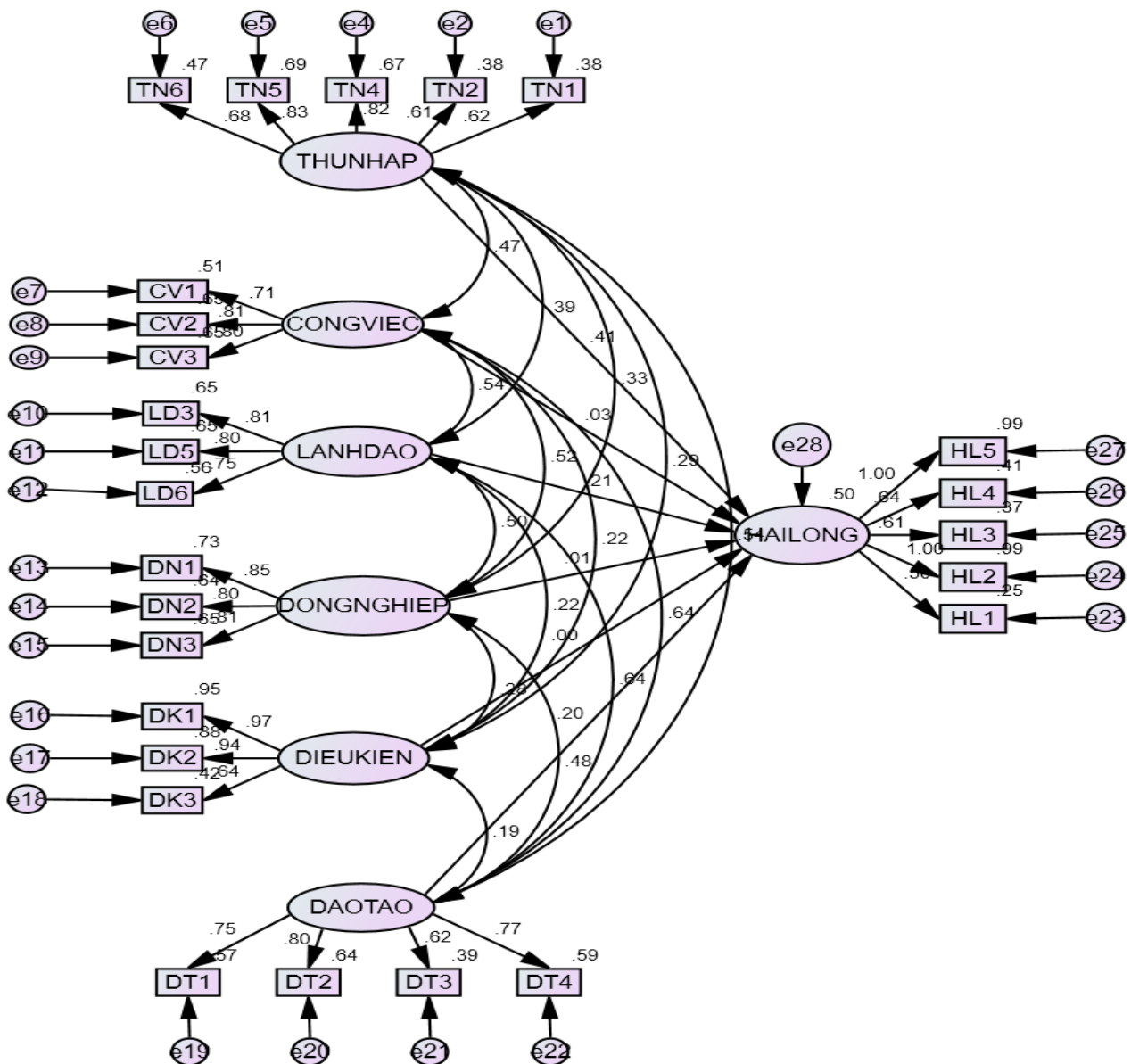
Sau khi đánh giá tính hội tụ, tính phân biệt và độ tin cậy của các nhóm thang đo biến phụ thuộc và biến độc lập một cách riêng rẽ để loại bỏ bớt các biến quan sát không đạt yêu cầu, tác giả tiếp tục đưa các nhóm biến độc lập và phụ thuộc vào chung một mô hình để phân tích nhân tố khẳng định, nối các nhóm biến bằng các đường covariance, sau đó đánh giá tính hội tụ, tính phân biệt và độ tin cậy tổng hợp của các biến quan sát, kết quả là: hệ số tải nhân tố chuẩn hóa của biến TN3 không đạt yêu cầu ($0.496 < 0.5$); chỉ số AVE của nhóm biến thu nhập không đạt yêu cầu ($0.471 < 0.5$) do vậy tác giả đã tiến hành loại bỏ biến TN3 và tiến hành chạy lại mô hình. Kết quả thu được là: độ tin cậy tổng hợp đạt yêu cầu với chỉ số $CR > 0.7$ và hệ số tải nhân tố ở tất cả các biến đều lớn hơn 0.5; tính hội tụ đạt yêu cầu với chỉ số $AVE > 0.5$; tính phân biệt đạt yêu cầu với các chỉ số $MSV < AVE$; Để đánh giá độ phù hợp của mô hình với thông tin thị trường, các nhà nghiên cứu sử dụng các chỉ số: $CFI \geq 0.8$; $GFI \geq 0.9$; $CMIN/df < 5$, $RMSEA \leq 0.08$ (Hu & Bentler, 1999). Kết quả chạy CFA dạng chuẩn hóa cho biết: $CMIN/df = 2.651$; $CFI = 0.873$; $GFI = 0.915$; và $RMSEA = 0.737$. Như vậy mô hình nghiên cứu hoàn toàn phù hợp với thông tin thị trường.



Hình 2: Kết quả chạy mô hình CFA dạng chuẩn hóa

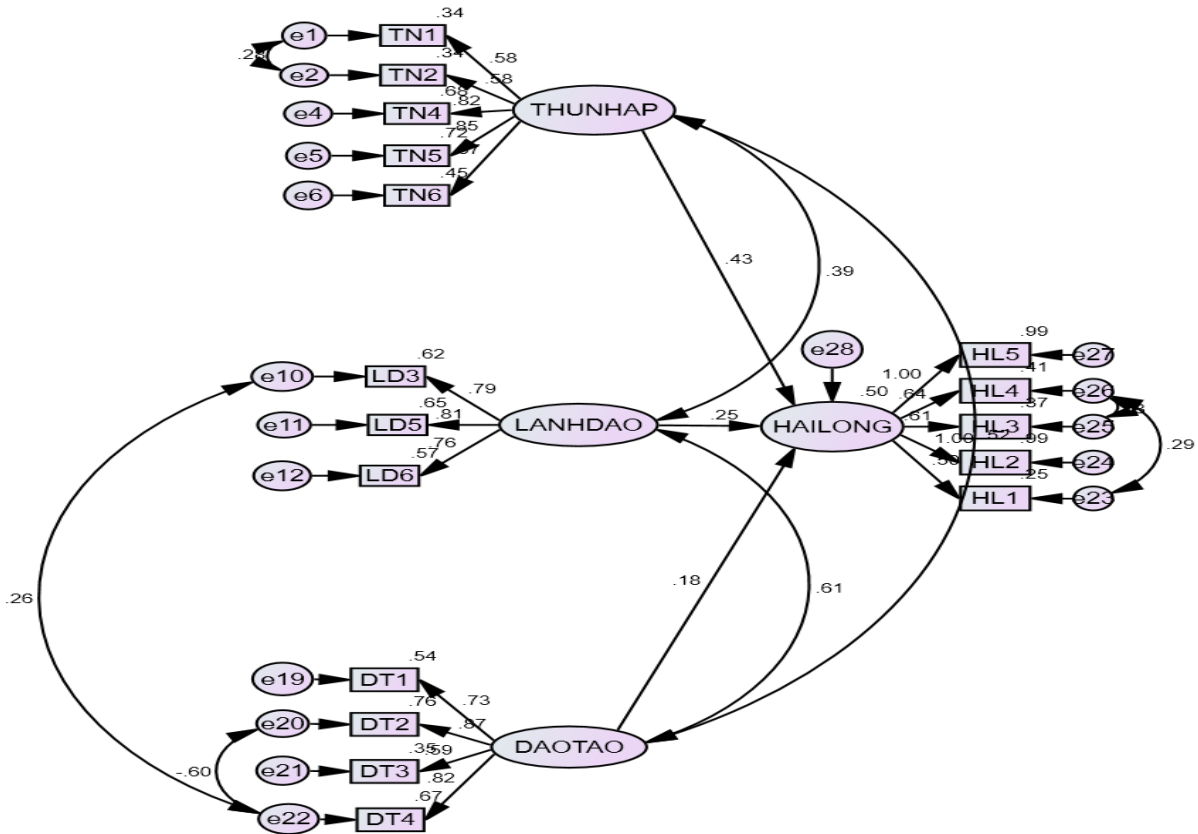
3.4. Phân tích cấu trúc tuyến tính

Sau khi chạy CFA, tác giả tiếp tục chạy mô hình cấu trúc tuyến tính để đánh giá mối quan hệ giữa các biến độc lập tới biến phụ thuộc với giả thiết các biến độc lập: thu nhập, bản chất công việc, sự quan tâm của lãnh đạo, mối quan hệ với đồng nghiệp, điều kiện làm việc và cơ hội đào tạo/thăng tiến đều có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người lao động trong hệ thống các khách sạn tại thị trường Việt Nam. Kết quả cho thấy các biến độc lập gồm: bản chất công việc, điều kiện làm việc và quan hệ đồng nghiệp không thực sự tác động lên biến phụ thuộc sự hài lòng của người lao động vì chúng không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 90% ($\text{sig} \leq 0.1$). Cụ thể là: bản chất công việc có $\text{sig} = 0.782$; điều kiện làm việc có $\text{sig} = 0.964$; quan hệ đồng nghiệp có $\text{sig} = 0.905$. Do vậy chúng ta bác bỏ các giả thiết H1: Bản chất công việc có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người lao động trong công việc; giả thiết H4: Quan hệ đồng nghiệp có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người lao động trong công việc; và giả thiết H6: Điều kiện làm việc có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người lao động trong công việc.



Hình 3: Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) dạng chuẩn hóa

Sau khi loại ba biến không đạt yêu cầu và chạy lại mô hình cấu trúc tuyến tính thì chỉ số RMSEA là 0.824 trong khi chỉ số RMSEA cần ≤ 0.08 , các chỉ số khác vẫn trong tiêu chuẩn. Để cải thiện vấn đề này, tác giả tiến hành nối các phần dư bằng các đường covariance. Nguyên tắc nối là nối các đường covariance giữa các cặp phần dư có chỉ số MI từ cao xuống thấp và không nên nối quá nhiều đường covariance. Trong nghiên cứu này tác giả nối giữa các cặp phần dư bao gồm: e20 và e22; e10 và e22; e1 và e2; e23 và e26; e25 và e26. Sau khi nối xong và chạy lại mô hình, tác giả thu được các chỉ số phản ánh độ phù hợp của mô hình như sau: CMIN/df = 2.594; CFI = 0.926; GFI = 0.908; và RMSEA = 0.786. Tất cả các chỉ số đều nằm trong tiêu chuẩn cho phép và mô hình vẫn phù hợp với thông tin thị trường. Vấn đề tiếp theo cần quan tâm là các biến tiềm ẩn: Thu nhập có trọng số chưa chuẩn hóa = 0.555, cơ hội đào tạo và thăng tiến có trọng số chưa chuẩn hóa = 0.222, sự quan tâm của lãnh đạo có trọng số chưa chuẩn hóa = 0.364; tất cả các trọng số này đều mang dấu dương có nghĩa là các biến phụ thuộc này có tác động thuận chiều lên biến phụ thuộc sự hài lòng của người lao động với công việc. Trọng số chuẩn hóa của biến thu nhập = 0.426; trọng số chuẩn hóa của biến sự quan tâm của lãnh đạo = 0.255 và trọng số chuẩn hóa của biến cơ hội đào tạo và thăng tiến = 0.179;



Hình 4: Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM dạng chuẩn hóa chỉnh sửa

4. CÁC KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Từ kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính có thể khẳng định có ba yếu tố tác động tới sự thỏa mãn trong công việc của người lao động trong ngành khách sạn Việt Nam, tuy nhiên mức độ là khác nhau: Thu nhập có tác động lớn nhất tới sự thỏa mãn bởi thu nhập là yếu tố gắn liền với điều kiện và chất lượng cuộc sống của người lao động, thu nhập là yếu tố không chỉ quan trọng đối với người lao động trong ngành khách sạn mà phần lớn các ngành khác. Cơ hội đào tạo và thăng tiến là yếu tố có mức độ tác động lớn thứ 2, lao động trong ngành khách sạn yêu cầu nhiều kỹ năng và nếu lao động đáp ứng được có thể thăng tiến lên những vị trí công việc cao hơn. Kiến thức, kỹ năng và vị trí công việc cũng là cái đích vươn tới bên cạnh thu nhập. Cuối cùng, sự quan tâm của lãnh đạo có ảnh hưởng thấp nhất tới sự thỏa mãn của người lao động, một trong những nguyên nhân khiến lao động bỏ việc là áp lực từ phía lãnh đạo. Do vậy người lao động cũng cân nhắc giữa việc đi hay ở lại công ty căn cứ vào sự quan tâm của lãnh đạo với người lao động. Tăng cường sự thỏa mãn của người lao động trong công việc là hết sức quan trọng và nó lại càng quan trọng hơn trong ngành khách sạn và du lịch bởi đây là ngành coi nguồn nhân lực là yếu tố then chốt tới chất lượng dịch vụ. Người lao động càng thỏa mãn với công việc thì nhân tài trong tổ chức sẽ không rời bỏ tổ chức đó, từ đó góp phần tăng cường chất lượng dịch vụ khách sạn và nâng cao khả năng cạnh tranh. Để cải thiện sự thỏa mãn trong công việc của người lao động trong ngành khách sạn Việt Nam, tác giả đề xuất các giải pháp:

Một là, cải thiện thu nhập cho người lao động. Thu nhập bình quân của người lao động trong ngành khách sạn hiện nay đang thấp hơn những ngành khác trong khi đây là ngành có giờ giấc làm việc theo ca gây ảnh hưởng xấu tới sức khỏe cho người lao động. Khách sạn cũng có tính mùa vụ và tình trạng đông khách hay ít khách có thể ảnh hưởng tới vấn đề thu nhập của người lao động, do vậy người đứng đầu khách sạn cần có chính sách lương thỏa đáng và cân đối.

Hai là, tạo điều kiện để người lao động có cơ hội học tập, cải thiện kỹ năng và được bố trí lên các vị trí công việc cao hơn. Đối với các khách sạn cao cấp, khách hàng thường yêu cầu sự phục vụ hoàn hảo, vì vậy việc đào tạo các kỹ năng phục vụ là hết sức quan trọng vì vậy khách sạn cần cân đối giữa thời gian làm việc và học tập để tạo cơ hội cho tất cả người lao động có thể tham gia các

khóa học kỹ năng, lịch học cũng cần linh hoạt. Sự thăng tiến trong công việc với những lao động có kỹ năng tốt cần đảm bảo tính công bằng.

Ba là, tăng cường sự quan tâm của lãnh đạo cấp trên với cấp dưới. Sự quan tâm của lãnh đạo với công việc và đời sống cá nhân người lao động cũng làm cho người lao động có động lực để hoàn thành tốt hơn công việc của mình, từ đó họ thêm gắn bó với khách sạn hơn và coi đó như ngôi nhà thứ hai của mình. Những hành động nhỏ nhưng thường xuyên của lãnh đạo sẽ giúp họ hiểu từng người lao động và có phương pháp tác động phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Atkinson, K. (2018). *Báo cáo khảo sát ngành dịch vụ khách sạn năm 2018*. TP Hồ Chí Minh: Grant Thornton.
2. Burns. (1978). *Leadership*. Newyork: Harper and Row.
- Dung, T. K. (2005). *Đo lường mức độ thỏa mãn đối với công việc trong điều kiện của Việt Nam*. Tạp chí Phát triển Khoa học, 8-20.
3. E.A. Locker, G.P. Latham. (1990). *Work Motivation and Satisfaction: Light at the End of the Tunnel*. Psychological Science, 240-246.
4. Green, J. (2000). *Job Satisfaction of Community College Chairpersons*.
- Gutenberg, J. (2015). *The Impact of Working conditions and Personality Traits on the Job Satisfaction of Media Professionals*. Media Industries.
5. Hà Nam Khánh Giao, V. T. (2011). *Đo lường sự thỏa mãn công việc của nhân viên sản xuất tại Tập đoàn Tân Hiệp Phát*. Tạp chí Phát triển Kinh tế, 248-260.
6. Hair, J. F., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
7. Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1999). *Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives*. Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal.
8. Luddy, N. (2005). *Job Satisfaction amongst Employees at a Public Health Institution in The Western Cape*. Cape Town: University of the Western Cape.
9. Pololikashvili, Z. (2018). *Annual Report*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
10. Quân, N. M. (2007). *Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*. Hà Nội: Lao động Xã hội.
11. Trọng, H., & Ngọc, C. N. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO CHO THỦ ĐÔ HÀ NỘI

ThS. Phùng Thị Hạnh
Trường Đại học Thủ Đô Hà Nội

TÓM TẮT

Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là một trong những nhiệm vụ quan trọng của chiến lược phát triển kinh tế- xã hội Thủ đô Hà Nội đến năm 2030. Hà Nội có nhiều lợi thế so với cả nước về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nhưng cũng đang tiềm ẩn nhiều thách thức to lớn. Nhân lực du lịch chất lượng cao của Hà Nội đang ở trong tình trạng chưa đáp ứng đủ yêu cầu phát triển, chưa được sử dụng hiệu quả, mạng lưới cơ sở đào tạo chưa được quy hoạch đồng bộ, tỷ lệ lao động qua đào tạo còn thấp, cơ cấu ngành nghề và sự phân bố lao động chưa hợp lý... Các giải pháp cần được thực hiện đồng bộ bao gồm quy hoạch lại mạng lưới cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đổi mới tổ chức đào tạo nhân lực du lịch để nâng cao chất lượng đào tạo, tập trung vào đào tạo nhân tài, có chính sách sử dụng thu hút nhân tài và phát triển các mối quan hệ hợp tác trong và ngoài nước để phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

Từ khóa: Du lịch, nhân lực du lịch chất lượng cao, cơ hội việc làm, ngành kinh tế mũi nhọn

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch Việt Nam nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng với tiềm năng to lớn về tự nhiên, xã hội và nhân văn, trong những năm qua đã bước đầu phát triển đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ. Tính chung cả nước năm 2018 đón 16 triệu khách quốc tế và hơn 80 triệu khách nội địa, doanh thu mang lại 620.000 tỷ đồng (Tổng cục Du lịch). Năm 2019 Việt Nam vinh dự được chọn là điểm đến du lịch hàng đầu Châu Á - Giải thưởng Du lịch Thế Giới 2019 (World Travel Award). Riêng thành phố Hà Nội năm 2018 đón 6,005,268 lượt khách quốc tế, 20,296,000 lượt khách nội địa, tổng thu từ du lịch đạt 77,480 tỷ đồng (Thống kê Sở Du lịch Hà Nội 2018). Năm 2019, Hà Nội đón nhận danh hiệu là *điểm đến thành phố hàng đầu Thế giới 2019*.

Tuy nhiên, nhìn vào thực tế ngành du lịch cả nước nói chung và ngành du lịch Thủ Đô Hà Nội nói riêng, đúng như Nghị Quyết Trung Ương 8 Khóa XII của Đảng đã nêu ra: “ Du lịch chưa thực sự phát triển tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội, nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu, vừa yếu...”. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế chúng ta cần chú ý đến chất lượng nguồn nhân lực mới có thể cạnh tranh được với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Hiện nay ngành du lịch Hà Nội đang phấn đấu đạt được các mục tiêu quan trọng mà Nghị Quyết Trung Ương 8 khóa XII đã đề ra: “*Đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội... Phấn đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác*”. Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành du lịch phát triển hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á. Để đạt được các mục tiêu đã đề ra, đòi hỏi các Bộ, Ban, Ngành phải có những giải pháp hữu hiệu, thực tế, đặc biệt cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho Thủ Đô Hà Nội.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Hiện nay, chưa có công trình khoa học nào tập trung nghiên cứu một cách đầy đủ, chi tiết về các giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho Thủ Đô Hà Nội. Tuy nhiên, có một số tài liệu của Tổng cục Du lịch, của các đơn vị như Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, Tạp chí Du lịch, các cơ sở đào tạo du lịch và một số tài liệu khoa học khác có đề cập đến phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho cả nước. Nội dung chủ yếu thường được đề cập trong các tài liệu khoa học này là thông tin về thực trạng, yêu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch và có đề xuất một số giải pháp chung cho đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch. Cụ thể như:

Năm 2006, Tổng cục Du lịch có đề tài nghiên cứu cấp ngành về “*Thực trạng và giải pháp chủ yếu phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*” đề cập một số nội dung, trong đó có hai nội dung chủ yếu là: (i) thực trạng ngành Du lịch Việt Nam; (ii) các định hướng, giải pháp hiện nay để thực hiện mục tiêu đưa Du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Nhóm tác giả trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội và chuyên gia tư vấn Viện Nghiên cứu Chính sách Quốc gia Nhật Bản năm 2006 phối hợp xây dựng Báo cáo “*Tăng cường năng lực quản lý và xúc tiến các hoạt động thương mại dịch vụ của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*” thuộc Dự án VIE/02/009. Nội dung Báo cáo tập trung làm rõ một số vấn đề về: (i) thực trạng, xu hướng phát triển của ngành Du lịch Việt Nam, (ii) đánh giá sản phẩm du lịch Việt Nam, (iii) điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức và một số khuyến nghị, giải pháp phát triển bền vững đối với du lịch Việt Nam.

Kỷ yếu hội thảo: “*WTO - Những giải pháp phát triển Du lịch Việt Nam*” do Tạp chí Du lịch Việt Nam phối hợp với Ban Quốc tế - Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam tổ chức năm 2006, có nội dung thực trạng và giải pháp đẩy mạnh tốc độ phát triển Du lịch Việt Nam và công tác đào tạo, sử dụng nguồn nhân lực trong ngành Du lịch.

Tài liệu dùng trong Hội thảo phát triển nguồn nhân lực ngành Du lịch: “*Báo cáo công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch thời gian qua và phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đến năm 2010*” của Tổng cục Du lịch, tháng 9/2004 đã nêu (i) tình hình, kết quả đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch; (ii) những hạn chế của công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch và nguyên nhân; (iii) phương hướng, mục tiêu và nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục đẩy mạnh đào tạo bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2010 và những năm tiếp theo.

Tài liệu về: “*Chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đến năm 2015*” của Tổng cục Du lịch năm 2006, tập trung vào các nội dung: thực trạng và định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch; chương trình hành động phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2015.

Luận văn thạc sỹ của tác giả Trần Quang Hào năm 2009 “*Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay*” đã nêu được tầm quan trọng của nguồn nhân lực du lịch, thực trạng nguồn nhân lực du lịch đang vừa thiếu vừa yếu cả về số lượng lẫn chất lượng. Đồng thời luận văn đã nêu ra được một số nhóm giải pháp: kiện toàn tổ chức và nhân sự phụ trách công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch; xây dựng, hoàn thiện cơ chế chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch; xây dựng đội ngũ giáo viên đáp ứng yêu cầu phát triển; duy trì, mở rộng hoạt động hợp tác quốc tế.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2011 đã ban hành “*Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020*”. Trong Quy hoạch này đã nêu ra được hiện trạng phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam hiện nay; Phương hướng và mục tiêu phát triển nhân lực ngành du lịch, đồng thời đưa ra các giải pháp phát triển.

Tác giả Phạm Trung Lương năm 2012, trong bài báo “*Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” đã đưa ra được một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch hướng đến chuẩn quốc tế như: nâng cao nhận thức về yêu cầu hội nhập về nhân lực du lịch; tổ chức hệ thống đào tạo du lịch phù hợp với yêu cầu hội nhập; đẩy mạnh liên kết đào tạo du lịch; tăng cường vai trò của Hiệp hội Du lịch trong hoạt động đào tạo.

Tác giả Trần Hồng Việt năm 2012, “*Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho Thủ Đô Hà Nội*”, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, nghiên cứu này đã nêu được tầm quan trọng của việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong việc phát triển kinh tế - xã hội cho Thủ Đô Hà Nội. Đồng thời đã đề xuất được một số giải pháp hữu hiệu. Nhưng nghiên cứu này đề cập đến phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho tất cả các ngành chứ không tập trung, nghiên cứu sâu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của Thủ Đô Hà Nội.

Như vậy, tất cả các công trình nghiên cứu nêu trên mới chỉ tập trung đưa ra thực trạng và một số giải pháp cơ bản phát triển nguồn nhân lực du lịch cho cả nước chứ chưa đề cập đến vấn đề phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho Thủ Đô Hà Nội. Vì vậy nghiên cứu đề tài “*Giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho Thủ Đô Hà Nội*” trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày nay là rất cần thiết.

3. NỘI DUNG

3.1. Khái niệm nguồn nhân lực chất lượng cao

Thời gian qua, định hướng về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao được đề cập, trở thành phổ biến, và đã hiện diện trong chủ trương và chính sách, được cụ thể hóa trong Chiến lược, Quy hoạch phát triển du lịch và Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được ban hành. Thời gian gần đây, thay vì sử dụng “nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao” thì “nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao” được đề cập, bàn luận nhiều hơn, thể hiện việc xã hội, thực tiễn ngành quan tâm và đòi hỏi cần cụ thể hóa hơn, rõ hơn tiến tới định lượng, đánh giá được yếu tố “chất lượng cao” của nguồn nhân lực du lịch.

Theo TS. Nguyễn Văn Lưu (2016), *khái niệm*: “*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, hoạt động sự nghiệp du lịch (nghiên cứu và đào tạo du lịch), quản trị doanh nghiệp du lịch, 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*”.

Đối với nhóm gián tiếp (lãnh đạo, quản lý, nhà nghiên cứu, đào tạo...): “*Nguồn nhân lực chất lượng cao của nhóm gián tiếp phải đạt được yêu cầu phải có tài trong lãnh đạo, quản lý, sử dụng và biết cách giữ chân người tài hay nói cách khác là biết cách định vị nguồn nhân lực; phải có tâm trong thu phục lòng người, phát huy lòng yêu nghề, khả năng cống hiến và sáng tạo; phải có tầm nhìn xu hướng vận động của ngành du lịch trong mối quan hệ với thế giới với hiện trạng đất nước, dự báo và có kế hoạch sánh ngang, vượt qua đối thủ*”.

Đối với nhóm *trực tiếp* (lễ tân, phục vụ buồng, bàn, hướng dẫn viên, đầu bếp...): phải đảm bảo các yêu cầu về đạo đức nghề nghiệp, kỹ năng nghề, khả năng sáng tạo, kỹ năng sống, phối hợp công việc, biết vận dụng công nghệ tiên tiến phù hợp... và một yêu cầu tối quan trọng trong phục vụ du lịch, đó là trình độ ngoại ngữ, đặc biệt là ngoại ngữ chuyên ngành.

Như vậy, theo các quan điểm nêu trên và theo thực tiễn ngành, nguồn nhân lực chất lượng cao không chỉ tập trung, hay khu trú trong một bộ phận hoặc một lĩnh vực nào đó của ngành du lịch mà được phân bố đều khắp các lĩnh vực, các cấp độ chuyên môn nghề nghiệp. Mỗi cấp độ, mỗi lĩnh vực chuyên môn nghề nghiệp đòi hỏi những yêu cầu về trình độ chuyên môn, nghề nghiệp bao gồm: kiến thức, kỹ năng, thái độ tương ứng như trên đã đề cập ở trên.

Tổ chức đào tạo nguồn nhân lực thời gian tới cần xuất phát từ quan điểm và nhận thức về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, chuẩn về nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của thực tiễn phát triển ngành, đòi hỏi của xã hội và doanh nghiệp, xác định chuẩn đầu ra, xây dựng chương trình đào tạo phù hợp, tổ chức quy trình đào tạo thích ứng trên cơ sở phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch.

3.2. Nhu cầu sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao của Thủ Đô Hà Nội

Nguồn nhân lực du lịch của cả nước nói chung và Hà Nội nói riêng đang rất thiếu đặc biệt là đội ngũ các nhà quản lý du lịch, lực lượng lao động qua đào tạo có chất lượng cao. Theo Đề án quy hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch Hà Nội giai đoạn 2011- 2020, Hà Nội hiện có 15 trường đại học, 18 trường cao đẳng, 27 trường trung cấp, 10 trung cấp nghề, 1 trung tâm dạy nghề, 1 chi nhánh đào tạo nghề. Dự báo nhu cầu sử dụng lao động du lịch của cả nước đến 2020 là rất lớn 870.000 người. Hiện tại các trường đại học, cao đẳng, trung cấp du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu xã hội. Theo Quy hoạch phát triển du lịch Thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến 2030; trước mắt đến năm 2020, lực lượng lao động trực tiếp trong ngành Du lịch Hà Nội khoảng 127.800 người, lao động gián tiếp 383.000 người. Đến năm 2030, ngành du lịch Thủ Đô cần 250.000 lao động trực tiếp, 750.000 lao động gián tiếp mới đáp ứng được nhu cầu của sự phát triển.

Hiện nay việc tuyển sinh ở các bậc đào tạo mới đáp ứng được hơn 65% nhu cầu đào tạo du lịch của xã hội (đã loại trừ nhu cầu ảo), khoảng 75% nhu cầu nhân lực làm việc trực tiếp của Ngành. Các doanh nghiệp thiếu nhân lực lành nghề, nhưng sau tuyển dụng những người vừa tốt nghiệp lại phải đào tạo lại. Đào tạo nghề nhân, giám đốc, chức danh quản lý cao cấp và chuyên gia chưa được chú trọng, chưa có cơ sở đào tạo nào làm việc này. Đào tạo lại và bồi dưỡng chưa theo kịp yêu cầu. Số lượng lao động du lịch phải đào tạo lại và bồi dưỡng rất lớn, nhưng các trung tâm đào tạo ở các doanh nghiệp và các lớp đào tạo lại, bồi dưỡng do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, Sở du lịch tổ chức đáp ứng thấp.

Chất lượng đào tạo chưa được đảm bảo. Tình trạng phổ biến hiện nay là các doanh nghiệp du lịch thiếu nhân lực tay nghề cao trong khi nhiều cử nhân du lịch phải làm những công việc đòi hỏi chỉ cần đào tạo ở trình độ thấp hơn, nhưng kỹ năng phải lành nghề. Nhiều doanh nghiệp du lịch rất cần đội ngũ nhân lực kỹ thuật thực hành có trình độ cao đẳng lành nghề nhưng chưa đáp ứng kịp. Chất lượng đào tạo lại, bồi dưỡng hạn chế, chưa theo kịp yêu cầu ngày càng cao của ngành Du lịch trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Một số khoá đào tạo lại, bồi dưỡng cán bộ, công chức thiên về coi trọng chứng chỉ, nhằm mục tiêu “xoá nợ”, để có đủ chứng chỉ xét bổ nhiệm vào ngạch, nâng lương, nâng ngạch, chưa thực hiện được mục tiêu nâng cao trình độ. Một số khoá bồi dưỡng ở nước ngoài hoặc do chuyên gia nước ngoài dạy phần lớn phải qua phiên dịch, tốn thời gian, hiệu quả thấp. Việc đào tạo lại, bồi dưỡng lao động tại doanh nghiệp còn nhiều bất cập, thiếu giáo viên và tài liệu học tập. Nhiều doanh nghiệp (nhất là khách sạn, nhà hàng) tuyển dụng lao động phổ thông vào làm việc, chưa được đào tạo kỹ năng nghề, nhưng không quan tâm đào tạo tại chỗ.

3.3. Thực trạng phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của Thủ Đô Hà Nội

Mặc dù có rất nhiều cố gắng trong việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nhưng thực tế hiện nay, nguồn nhân lực du lịch còn nhiều hạn chế cả về số lượng lẫn chất lượng, cơ cấu chưa đồng bộ và năng lực thực tiễn chưa tương xứng với bằng cấp. Theo thông kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm toàn ngành có thêm 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành Du lịch chỉ chiếm 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 chưa đáp ứng được các vị

trí việc làm, hầu hết các doanh nghiệp đều phải mất thời gian, công sức đào tạo lại về kỹ năng nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ và đặc biệt là ý thức nghề nghiệp.

Hà Nội là trung tâm đào tạo nguồn nhân lực du lịch lớn của cả nước, cung ứng nguồn nhân lực ngành Khách sạn - Nhà hàng - Du lịch chủ yếu cho các tỉnh Phía Bắc. Tại Hà Nội có nhiều trường đại học, cao đẳng, nhiều trung tâm đào tạo nghề du lịch. So với cả nước, chất lượng nguồn nhân lực du lịch tại Hà Nội có cao hơn (70% đã qua đào tạo, trong khi cả nước ước tính trung bình có khoảng 30% qua đào tạo), tuy nhiên vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường Hà Nội và cả nước.

Nhu cầu về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở Hà Nội ngày càng trở nên cấp thiết bởi lượng khách quốc tế và khách nội địa đến Thủ Đô hàng năm đều tăng. Tính đến năm 2017, Hà Nội hiện có khoảng 100.000 lao động trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch, tập trung ở các cơ sở lưu trú; doanh nghiệp lữ hành; khu, điểm du lịch, vui chơi, giải trí; nhà hàng, quán bar... Về bộ phận quản lý, theo thống kê của Sở Du lịch Hà Nội, hiện thành phố mới chỉ có 114 người, bao gồm công chức Sở Du lịch Hà Nội; viên chức phụ trách xúc tiến du lịch thuộc Trung tâm xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch Hà Nội; công chức kiêm nhiệm quản lý du lịch tại các quận, huyện, thị xã. Nguồn nhân lực du lịch của Thủ Đô dù đã có sự gia tăng, song vẫn chưa đáp ứng được tốc độ phát triển, nhất là đội ngũ quản lý.

Trước sức ép của sự phát triển như vậy, Thành ủy, Ủy ban nhân dân Thành phố và các cấp, ngành liên quan đã có những quyết sách mạnh mẽ để đầu tư nâng cao chất lượng, chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch. Nghị quyết số 06 - NQ/TU, ngày 26/6/2016 của Thành Ủy Hà Nội về “phát triển du lịch Thủ Đô Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020 và những năm tiếp theo” đã nêu rõ: đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch là giải pháp trọng tâm để đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ Đô. Trong đó, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao về chuyên môn, ngoại ngữ, nhận thức chính trị, trách nhiệm công dân, ý thức, đạo đức nghề nghiệp, văn hóa giao tiếp để tham gia hoạt động du lịch được thành phố đặc biệt chú trọng.

Để giải quyết những bất cập và hạn chế về nguồn nhân lực du lịch của Thủ Đô, đòi hỏi sự chung tay của các Cấp - Ngành, các cơ sở đào tạo du lịch, các doanh nghiệp du lịch, sự chỉ đạo xuyên suốt của các cơ quan quản lý Nhà nước, đề ra được các giải pháp thực sự hữu hiệu và thực tế.

3.4. Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho Thủ đô Hà Nội trong thời gian tới

3.4.1. Hoàn thiện và triển khai quy hoạch lại mạng lưới các cơ sở đào tạo của Hà Nội và trên địa bàn Hà Nội

Chuyển dịch cơ cấu đào tạo theo hướng tăng quy mô đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ nền kinh tế tri thức trong các lĩnh vực kỹ thuật, công nghệ cao và các ngành dịch vụ (nhà hàng, du lịch, nông lâm nghiệp, y tế giáo dục), khoa học cơ bản. Trong đào tạo nghề, chú trọng lực lượng lao động trực tiếp có tay nghề cao, giảm bộ phận gián tiếp. Trong đào tạo đại học và sau đại học, chú trọng đào tạo những người “thầy” thực sự, đội ngũ tri thức chuyên gia, cán bộ quản lý, cán bộ nghiên cứu khoa học giỏi.

Bố trí quy hoạch lại mạng lưới cơ sở giáo dục đào tạo Hà Nội và trên địa bàn, hình thành các khu đại học tập trung trong đó 1 khu tại đô thị trung tâm, 5 khu tại phía Đông Nam và 2 khu phía Đông Bắc, đồng thời phát triển hệ thống các trường dạy nghề và trung học chuyên nghiệp tại các quận huyện. Quy hoạch phát triển, tái thiết, cải tạo xây dựng và giãn các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, đầu tư phát triển các trung tâm nghiên cứu, các trường đầu ngành và các trường truyền thống trọng điểm. Các cơ sở đào tạo khác sẽ chuyển thành các trung tâm nghiên cứu, hợp tác quốc tế hoặc đào tạo chất lượng cao sau đại học.

3.4.2. Xây dựng, hoàn thiện chương trình khung cho các bậc đào tạo du lịch

Hiện nay mới có chương trình khung đào tạo trung học chuyên nghiệp ngành du lịch. Tuy nhiên, chương trình này trước đây do Bộ Giáo dục và Đào tạo định khung chương trình, ngành Du lịch chỉ tham gia một phần trong khuôn khổ dành cho cơ quan chủ quản, không có sự tham gia của các đơn vị, doanh nghiệp sử dụng lao động. Do đó, không đáp ứng được nhu cầu của người sử dụng lao động và lãng phí quỹ thời gian đào tạo. Xây dựng chương trình khung cho đào tạo nghề cần có sự tham gia chủ động, tích cực của ngành Du lịch (Bộ Văn hoá, Thể

thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch) phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, Tổng cục Dạy nghề, đặc biệt là sự tham gia tích cực của các cơ sở sử dụng lao động. Đối với đào tạo bậc đại học cũng cần có sự thống nhất nội dung chương trình trong khuôn khổ chương trình khung áp dụng trong toàn quốc. 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. Đối với các chuyên môn cần kỹ năng nghề thì chương trình đào tạo cần tập trung cho rèn luyện kỹ năng nghề và kiến thức thực tế. Xây dựng và thống nhất thực hiện chương trình đào tạo liên thông đối với các ngành nghề đào tạo trong du lịch, từ bậc đào tạo nghề (sơ cấp) lên trung cấp, cao đẳng, đại học và sau đại học để rút ngắn thời gian, tiết kiệm kinh phí đào tạo; góp phần nhanh chóng nâng cao trình độ chuyên môn cho lao động du lịch, tăng cường khả năng hội nhập quốc tế về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, tiến tới quốc tế hoá lao động du lịch Việt Nam; khuyến khích xã hội học tập, tạo động lực cho mọi người liên tục phấn đấu, học tập và lao động, tạo nên bộ máy hoạt động liên hoàn, không ngừng nghỉ trong môi trường hoạt động du lịch.

3.4.3. Xây dựng, phát triển đội ngũ giáo viên đáp ứng yêu cầu phát triển

Giải pháp này không mới, nhưng rất cần được quan tâm, chú trọng trong công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch. 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 giáo viên thông qua công tác tuyển dụng, sử dụng, đào tạo, bồi dưỡng, thực hiện chế độ chính sách, đảm bảo nguyên tắc khách quan, công bằng, công khai, dân chủ, minh bạch; đề xuất, kiến nghị những vấn đề còn vướng mắc với các cơ quan có thẩm quyền để kịp thời có biện pháp giải quyết, điều chỉnh, bổ sung. Mặt khác, các cơ quan quản lý cấp trên cần dành sự quan tâm, hỗ trợ, tranh thủ mọi cơ hội và khả năng có thể để phát triển, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ này. Thực hiện tốt việc phân cấp cho các cơ sở đào tạo công lập quyền chủ động trong xây dựng, phát triển đội ngũ giáo viên, nhất là việc tuyển chọn giáo viên đảm bảo yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ là hai yếu tố cơ bản để thực sự nâng cao chất lượng đầu vào và tiếp tục đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ trong quá trình công tác, đáp ứng yêu cầu của thời kỳ mới, thời kỳ phát triển nhanh và bền vững. Đối với ngành Du lịch, thời gian tới đây cần xây dựng và triển khai Chương trình mục tiêu phát triển Du lịch để thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó có Chương trình phát triển đội ngũ giáo viên đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch của đất nước.

3.4.4. Đổi mới tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo hướng tập trung nâng cao chất lượng đào tạo, gắn đào tạo với nhu cầu thực tiễn sử dụng và ưu tiên tập trung bồi dưỡng nhân tài

Cải cách căn bản và sâu sắc hệ thống giáo dục quốc gia hiện hành. Xây dựng hệ thống giáo dục quốc gia mới tiên tiến, hiện đại (về tổ chức, cơ sở vật chất- kỹ thuật, đội ngũ giáo viên, nội dung chương trình và phương pháp dạy, học) phù hợp với các tiêu chí, chuẩn mực quốc tế cùng với xây dựng được hệ thống các cơ sở đào tạo nhân lực tiên tiến, hiện đại, đa dạng và đồng bộ.

Xây dựng và triển khai thực hiện chương trình bồi dưỡng và đào tạo nhân tài, đặc biệt là hình thành và phát triển đội ngũ chuyên gia đầu ngành trong các lĩnh vực quản lý hành chính, ngoại giao và kinh tế đối ngoại, quản trị kinh doanh, giáo dục - đào tạo, hoạt động khoa học - công nghệ, tư vấn hoạch định chính sách, pháp lý, y học, văn hoá - nghệ thuật. Đào tạo, xây dựng và phát triển các nhóm nhân lực cốt yếu trong các ngành nghề trọng điểm: công nghệ thông tin, cơ khí - tự động hoá, vật liệu mới, công nghệ biển, công nghệ sinh học, y học, năng lượng, công nghệ môi trường và công nghệ vũ trụ.

Hỗ trợ các doanh nghiệp để thực hiện đào tạo lại và nâng cao chất lượng nhân lực, chú trọng đối với các ngành kinh tế trọng điểm. Tổ chức các lớp bồi dưỡng để đào tạo nghề cho người chưa qua đào tạo hoặc cập nhật và bổ sung kiến thức, nâng cao kỹ năng, tay nghề cho người lao động.

3.4.5. Tăng cường mở rộng quan hệ hợp tác với các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để thu hút vốn đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Lĩnh vực đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch hiện nay được rất nhiều quốc gia và các tổ chức quốc tế quan tâm. Do đó, bên cạnh việc tiếp tục khai thác có hiệu quả các nguồn tài trợ của các nước, các tổ chức quốc tế đã và đang được triển khai thực hiện, cần tiếp tục tích cực tìm kiếm,

vận động các nguồn tài trợ mới. Ở cấp quản lý Ngành, Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, một mặt cần tranh thủ sự phối hợp, ủng hộ của các bộ, ngành trong việc phối hợp, hỗ trợ vận động tài trợ quốc tế cho đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch. Mặt khác, cần chú ý tới việc động viên, khuyến khích, vinh danh kịp thời các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước đã trực tiếp tham gia đóng góp công sức vào quá trình vận động, kêu gọi nguồn tài trợ có kết quả. Trên cơ sở các hiệp định, kế hoạch và chương trình hợp tác giữa Việt Nam với các nước, các tổ chức quốc tế đã được ký kết, cần tích cực, chủ động xây dựng và đề xuất các dự án, chương trình triển khai các hoạt động hợp tác cụ thể, trong đó có đề xuất tài trợ cho hoạt động phát triển nguồn nhân lực du lịch. Ngoài ra, cũng cần tiếp tục nghiên cứu kế hoạch tiến hành các hoạt động hợp tác phát triển du lịch với các nước, các tổ chức quốc tế khác có tiềm năng và có quan hệ kinh tế, chính trị tốt để tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ về tài chính, công nghệ và kinh nghiệm đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch.

3.4.6. Áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch

Thành phố Hà Nội cần có chính sách khuyến khích thực hiện hình thức đào tạo văn bằng thứ hai ngành du lịch; khuyến khích các cơ sở đào tạo linh hoạt mở ngành đào tạo nhân lực du lịch theo nhu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế.

Các cơ sở đào tạo du lịch ở Hà Nội cần có chính sách liên kết với các doanh nghiệp được tự chủ, xác định chỉ tiêu tuyển sinh theo hướng mở rộng quy mô đối với các ngành đào tạo về du lịch, điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp với thị trường lao động ngành du lịch.

Thành phố cần có chính sách khuyến khích các chuyên gia, cán bộ kỹ thuật, cán bộ quản lý... có kinh nghiệm hoạt động nghề nghiệp của doanh nghiệp tham gia đào tạo nhân lực du lịch, đặc biệt là giảng dạy, hướng dẫn các nội dung liên quan đến các kỹ năng nghề đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. Các chuyên gia phải là người tốt nghiệp thạc sỹ trở lên hoặc tốt nghiệp đại học có từ 3 năm kinh nghiệm trở lên đúng ngành tham gia đào tạo. Trên cơ sở thống nhất với doanh nghiệp đối tác về tỷ lệ thời gian tham gia đào tạo của các chuyên gia, cơ sở đào tạo được tính các chuyên gia là giảng viên cơ hữu phù hợp với tỷ lệ thời gian tham gia đào tạo để xác định chỉ tiêu tuyển sinh các Ngành Du lịch.

Thành phố cần có chính sách thu hút các nhà khoa học Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia quốc tế về du lịch tham gia công tác đào tạo ở các cơ sở đào tạo đại học. Hợp tác giữa cơ sở đào tạo đại học với doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp. Khuyến khích doanh nghiệp tham gia đào tạo cùng với các trường cao đẳng, đại học. Doanh nghiệp cử chuyên gia tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, đánh giá kết quả học tập của sinh viên.

Thành phố cần tăng cường tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn nhằm bổ sung, cập nhật kiến thức, kỹ năng, tăng cơ hội tìm việc làm cho sinh viên ngành du lịch đã tốt nghiệp.

Thống kê tỉ lệ có việc làm của sinh viên sau 12 tháng tốt nghiệp các ngành du lịch và công khai trên trang thông tin điện tử của các cơ sở đào tạo.

Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch; khuyến khích các cơ sở đào tạo liên kết với các trường đại học của các nước phát triển để đào tạo các ngành du lịch.

4. KẾT LUẬN

Để rút ngắn thời gian và khoảng cách với du lịch các nước phát triển, Hà Nội phải trở thành điểm đến “An toàn - Thân thiện - Hấp dẫn”, xứng với tiềm năng và vị thế vốn có thì chất lượng nguồn nhân lực du lịch được coi là giải pháp chiến lược lâu dài. Thành phố Hà Nội cần có những giải pháp phát triển nguồn nhân lực như: hoàn thiện và triển khai quy hoạch lại mạng lưới các cơ sở đào tạo của Hà Nội và trên địa bàn Hà Nội; xây dựng, hoàn thiện chương trình khung cho các bậc đào tạo du lịch; xây dựng, phát triển đội ngũ giảng viên đáp ứng yêu cầu phát triển; đổi mới tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo hướng tập trung nâng cao chất lượng đào tạo, gắn đào tạo với nhu cầu thực tiễn sử dụng và ưu tiên tập trung bồi dưỡng nhân tài; tăng cường mở rộng quan hệ hợp tác với các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để thu hút vốn đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo nhân lực du lịch. Có như vậy phần nào mới đáp ứng được nhu cầu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của Thủ Đô.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011-2020*, Hà Nội.
2. Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch (2011), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
3. Cục Thống kê Hà Nội (2018), *Niên Giám Thống kê*.
4. Trần Quang Hào (2009), *Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch*, Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn.
5. Trần Phú Cường (2016), *Du lịch Việt Nam hội nhập Cộng đồng kinh tế Asean*. Tạp chí Du lịch, tháng 3/2016.
6. Trần Văn Hùng (2010), *Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho các trường đại học*, Báo Giáo dục Thời đại.
7. Thành ủy Hà Nội (2016), *Nghị Quyết 06 - NQ/TU, ngày 26/6/2016, “Về phát triển du lịch Thủ Đô Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020 và những năm tiếp theo”*.
8. Phạm Trung Lương (2015), *Phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Tuyển tập Hội thảo quốc tế “Toàn cầu hóa du lịch và địa phương hóa du lịch”, TP. Hồ Chí Minh.
9. Sở Du lịch Hà Nội (2017), *Kế hoạch số 19/KH -SDL về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực Du lịch 2017*.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

ThS. Yi Kim Quang
Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu

TÓM TẮT

Chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch là yếu tố cốt lõi mang tính quyết định sự thành công trong hoạt động kinh doanh dịch vụ. Trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0, việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh dịch vụ đã góp phần gia tăng chuỗi giá trị và trải nghiệm dịch vụ mới cho khách du lịch. Bên cạnh đó, đòi hỏi nguồn lao động du lịch phải có kiến thức, kỹ năng tay nghề và khả năng thích ứng với điều kiện làm việc trong môi trường mới. Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) trong bối cảnh chung của xu hướng phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0), bên cạnh những cơ hội là muôn vàn thách thức, cần phải có những giải pháp đồng bộ và hiệu quả cho vấn đề đào tạo nguồn nhân lực du lịch hội đủ các yếu tố về “chất” và “lượng” đáp ứng yêu cầu của sự phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch là khâu đột phá nhằm gia tăng khả năng cạnh tranh và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch của vùng.

Từ khóa: *Chất lượng đào tạo, nguồn nhân lực du lịch, đồng bằng sông Cửu Long, cách mạng công nghiệp 4.0*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đồng bằng sông Cửu Long là một bộ phận của châu thổ sông Mekong có dân số khoảng 17,5 triệu người và diện tích 40.576,6 km² (chiếm khoảng 13% diện tích và hơn 19% dân số cả nước), đóng góp khoảng 18% GDP cả nước, bao gồm một thành phố trực thuộc trung ương là Thành phố Cần Thơ và 12 tỉnh. Vùng có vị trí chiến lược quan trọng nằm liền kề vùng Đông Nam Bộ, phía Bắc giáp Campuchia, phía Tây Nam là Vịnh Thái Lan, phía Đông Nam là Biển Đông.

Trong định hướng phát triển du lịch, tùy được xác định là vùng du lịch độc lập có hệ thống tài nguyên du lịch đặc thù, có các cửa khẩu hàng không quốc tế và nhiều điều kiện thuận lợi cho sự phát triển du lịch nhưng vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng hiện có. Năm 2018, đồng

bằng sông Cửu Long đã đón 40.745.296 lượt khách đến tham quan du lịch, tăng 16,8% so với năm 2017. Trong đó, có 3.420.109 lượt khách quốc tế, tăng 19,8%; doanh thu đạt 23.782,7 tỷ đồng, tăng 38% so với năm 2017; đứng thứ 4 sau các vùng Đông Nam bộ, Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Nam Trung bộ. Bên cạnh đó, chất lượng của đội ngũ nguồn nhân lực du lịch vẫn còn là hạn chế lớn nhất của vùng.

Yếu tố nhân lực được xác định giữ vai trò đặc biệt quan trọng cấu thành nên sản phẩm du lịch; chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực du lịch góp phần quyết định chất lượng của sản phẩm - dịch vụ cung cấp cho khách du lịch và góp phần gia tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, điểm đến. Trong xu thế của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhiệm vụ đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu lại càng trở nên cấp bách hơn bao giờ hết. Trong đó, chú trọng đào tạo nguồn lao động có những chuyển biến mạnh cả về chất và lượng, nâng cao trình độ và kỹ năng tay nghề sử dụng công nghệ tạo ra những giá trị gia tăng vượt trội và mang lại những trải nghiệm tuyệt vời cho khách du lịch. Do đó, bài viết nhằm đánh giá thực trạng và những hạn chế còn tồn tại, gợi ý những chính sách và giải pháp góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại đây, gắn công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đáp ứng yêu cầu xã hội, có khả năng cạnh tranh cũng như đáp ứng được những yêu cầu phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

2. SỰ CẦN THIẾT NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC TRONG THỜI KỲ CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Theo cách tiếp cận phổ quát có thể hiểu: Công nghiệp 4.0 là xu hướng trong việc tự động hoá và trao đổi dữ liệu trong hệ thống không gian mạng thực tế ảo, ứng dụng trí tuệ nhân tạo, phần mềm và điện toán đám mây... trong hoạt động kinh doanh nhằm giúp các doanh nghiệp tạo lập chuỗi giá trị và cung cấp các sản phẩm dịch vụ thoả mãn nhu cầu khách hàng. Việc ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch góp phần mang lại những trải nghiệm vượt trội và mang lại nhiều giá trị gia tăng hơn cho khách hàng. Do đó, đòi hỏi chất lượng của nguồn nhân lực du lịch phải đáp ứng các tiêu chí về trình độ, năng lực chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ/sự lành nghề, khả năng giao tiếp ngoại ngữ và sử dụng công nghệ thông tin... trong quá trình cung cấp các sản phẩm - dịch vụ du lịch đạt chất lượng cao. Qua đó, góp phần hình thành và phát triển hệ thống những phẩm chất, năng lực, sức sáng tạo, sự chủ động, có kỹ năng và thái độ phù hợp với ngành/ngành, phù hợp với từng vị trí việc làm mà người lao động sau quá trình được đào tạo có thể hành nghề một cách có năng suất và hiệu quả nhất.

Du lịch là một ngành dịch vụ đặc thù mang tính tổng hợp cao, mỗi công đoạn trong hành trình du lịch bao gồm hoạt động dịch vụ lữ hành, hướng dẫn, vận chuyển, lưu trú, vui chơi giải trí, ẩm thực và các dịch vụ liên quan khác... đều cần đến vai trò của người phục vụ trực tiếp. Nhưng trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0, với sự thay đổi trong nhu cầu và hành vi tiêu dùng, cộng với việc ứng dụng công nghệ vào một phần hoặc toàn bộ trong chuỗi cung ứng dịch vụ đã góp phần làm cho sản phẩm du lịch có tính độc đáo và có chất lượng cao, gia tăng sức cạnh tranh và tạo sự khác biệt so với các sản phẩm du lịch truyền thống. Vì vậy, vấn đề nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch là yếu tố then chốt, là động lực góp phần cho sự phát triển của ngành du lịch theo hướng hiện đại, bắt kịp xu hướng của sự phát triển trong thời kỳ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tiếp cận được những chuẩn mực của khu vực và quốc tế.

Trong báo cáo “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030*” của Tổng cục du lịch cũng đã nhấn mạnh mục tiêu phát triển nguồn nhân lực đảm bảo đủ về số lượng, cân đối về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo, đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển sâu, nhanh và bền vững với sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, địa phương. Phần đầu đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của vùng, tạo thêm nhiều cơ hội việc làm góp phần nâng cao đời sống và thu nhập. Bên cạnh đó, góp phần gia tăng sức cạnh tranh và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch, ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ trong công tác phục vụ, mang lại sự đa dạng cho các loại hình sản phẩm và dịch vụ với nhiều giá trị gia tăng hơn trong mục tiêu nâng cao sự hài lòng và những trải nghiệm cho khách du lịch tại điểm đến.

3. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Những năm qua, công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã được quan tâm và có những chuyển biến nhất định, đóng góp tích cực vào sự nghiệp phát triển du lịch trong toàn vùng. Tuy nhiên, chất lượng đào tạo của nguồn nhân lực du lịch tại đây vẫn còn nhiều hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng, chưa đáp ứng được những yêu cầu đặc biệt đối trình độ chuyên môn và nghiệp vụ của người lao động trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Sự phát triển của ngành du lịch ở vùng đồng bằng sông Cửu Long trong những năm qua đã kéo theo nhu cầu về nguồn nhân lực ngày càng gia tăng. Về cơ bản, dân số của vùng hiện nay ước đạt 17.512.900 người. Số lượng lao động du lịch du lịch trong vùng tăng nhanh. Tốc độ tăng trưởng trung bình toàn vùng ước đạt 8-9%, đóng góp khoảng 18.7% GDP cả nước. Tính đến năm 2015 có 36.209 lao động trực tiếp trong ngành du lịch (chiếm khoảng 7% so với cả nước). Các địa phương có số lượng lao động trực tiếp trong ngành du lịch cao nhất là Kiên Giang, Bến Tre, Cần Thơ và Cà Mau. Lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên là 10.288.600 người tuy nhiên tỷ lệ lao động đã qua đào tạo đang làm việc chỉ ở mức 10,2% thấp hơn nhiều so với mức trung bình chung 18,2% của cả nước.

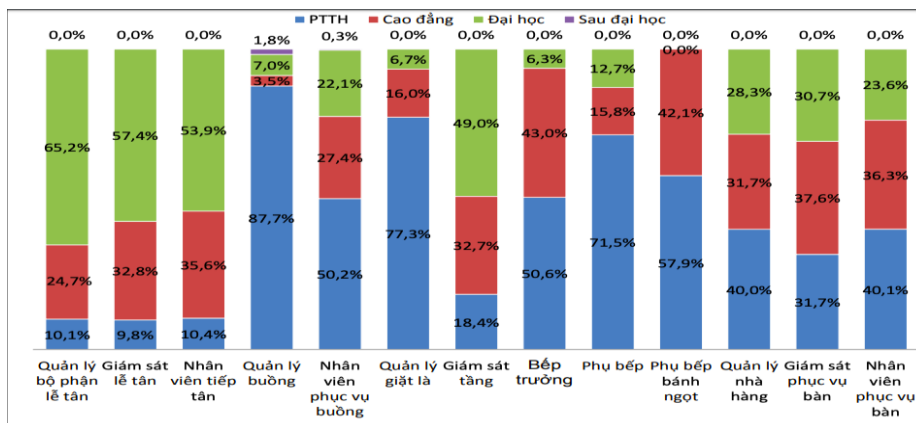
Theo báo cáo “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030*” thống kê về thực trạng lao động theo trình độ thì tỷ lệ lao động chưa qua đào tạo chiếm 51%. Trong đó khi, lao động có trình độ đại học và sau đại học chiếm tỷ lệ rất nhỏ, không đáng kể (đạt 8%). Điều đó cho thấy tình trạng thiếu hụt nguồn lao động có trình độ chuyên môn cao và đã qua đào tạo.

Bảng 1: Thống kê lao động vùng Đồng bằng sông Cửu Long theo trình độ

Chỉ tiêu	Tỷ lệ
1. Đại học và Sau đại học	8%
2. Cao đẳng - Trung cấp	14%
3. Ngành khác chuyển sang	27%
4. Chưa qua đào tạo	51%

Nguồn: Tổng cục du lịch

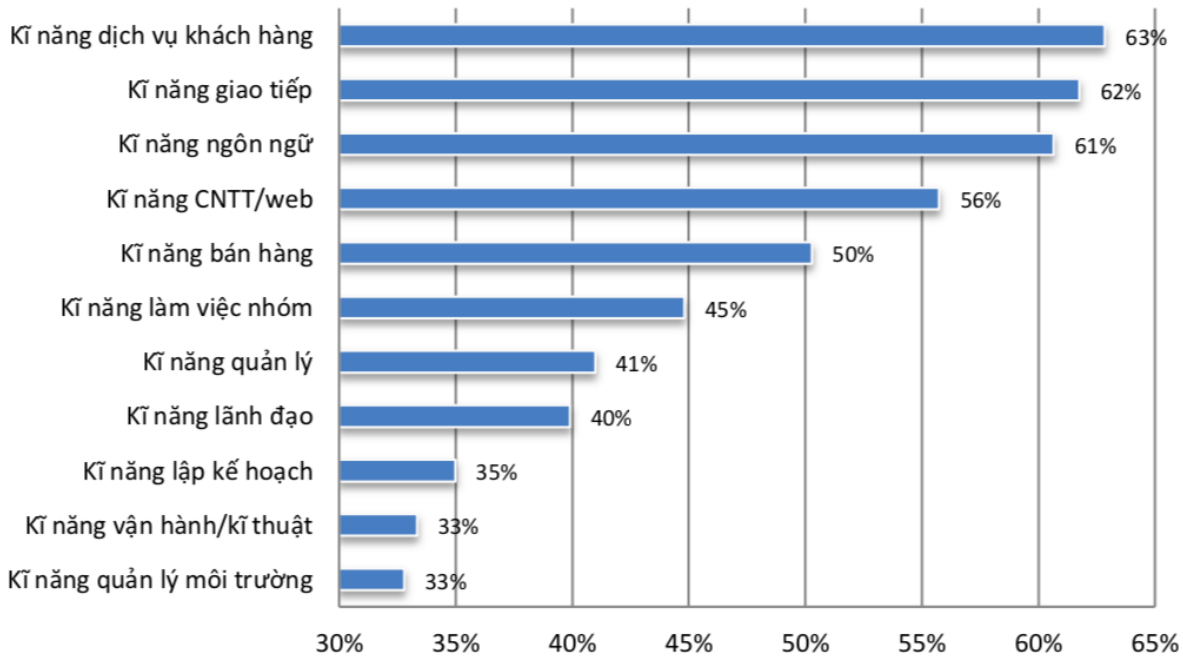
Bên cạnh đó, theo báo cáo nghiên cứu khảo sát nguồn nhân lực du lịch tại 3 tỉnh ĐBSCL (Cần Thơ, Kiên Giang và An Giang) năm 2015 của Dự án EU về thống kê tỷ lệ bằng cấp theo các vị trí công việc tại các cơ sở kinh doanh lưu trú cho thấy: Các vị trí nhân viên ở các vị trí công việc như nhân viên phục vụ phòng, quản lý giặt là, nhân viên bếp, giám sát và quản lý nhà hàng... đa số sử dụng lao động phổ thông. Tỷ lệ người lao động có trình độ đại học tương đối thấp.



Hình 1: Thống kê bằng cấp theo vị trí công việc

Nguồn: Tổng cục du lịch.

Bên cạnh đó, theo đánh giá chung thì chất lượng phát triển kỹ năng tại các cơ sở giáo dục đại học - đào tạo khối ngành lưu trú vẫn rất hạn chế về chất lượng. Đặc biệt là chất lượng đào tạo kỹ năng công nghệ thông tin và web (chỉ đạt 56%).



Hình 2: Chất lượng đào tạo kỹ năng tại các trường đại học

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Như vậy, vùng đồng bằng sông Cửu Long sẽ phải cân có những chiến lược và giải pháp đồng bộ hiệu quả cho mục tiêu phát triển và đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện tại, đáp ứng những yêu cầu phát triển nhanh và bền vững của ngành, không những làm thay đổi cả về “lượng” mà còn chuyển biến cả về “chất” trong thời kỳ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay vẫn còn một số hạn chế sau:

Một là, theo thống kê về hiện trạng hệ thống các cơ sở tham gia đào tạo cung cấp nguồn nhân lực du lịch cho toàn vùng vẫn còn ít, gồm có: Đại học Cần Thơ, Đại học Tây Đô, Đại học Nam Cần Thơ, Đại học Cửu Long, Cao đẳng nghề Du lịch Cần Thơ, Trung cấp văn hóa nghệ thuật Cần Thơ... với các chuyên ngành du lịch như quản lý khách sạn, quản lý nhà hàng, quản lý tour, hướng dẫn viên du lịch hoặc thông qua các ngành khác như Anh văn, Việt Nam học, Địa lý du lịch, Văn hóa du lịch... với hệ thống cơ sở thực hành, thực tập còn nhiều hạn chế. Điều này dẫn đến thực trạng người lao động không đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp về kỹ năng, sự lành nghề khi tham gia vào thị trường lao động. Bên cạnh đó, quá trình đào tạo chưa gắn liền với thực tiễn hoạt động của ngành/nghề, chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp nên chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch chưa cao.

Hai là, đội ngũ đào tạo viên/giáo viên/giảng viên trong đào tạo ngành du lịch của vùng chưa đáp ứng yêu cầu về số lượng cả chất lượng. Lực lượng giáo viên, giảng viên, đào tạo viên đến từ nhiều nguồn đa dạng khác nhau và không đúng chuyên ngành; chưa trải qua hoặc có ít kinh nghiệm từ thực tiễn, một bộ phận sinh viên giỏi mới ra trường được giữ lại hoặc được đào tạo từ nước ngoài thì còn trẻ; bên cạnh đó là những hạn chế về trình độ ngoại ngữ và phương pháp sư phạm hiện đại. Đội ngũ những người làm công tác quản lý, đào tạo vừa có tâm vừa có tầm, giữ vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng chính sách và định hướng nhằm góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở giáo dục.

Ba là, chương trình giảng dạy của một số cơ sở đào tạo vẫn còn mang tính chấp vá; nội dung chương trình đào tạo mang tính hàn lâm, nặng về lý thuyết và chưa được đổi mới cập nhật với xu hướng phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Hệ thống giáo trình, giáo án, tài liệu tham khảo dùng trong đào tạo các ngành/nghề du lịch vẫn còn thiếu và chưa thống nhất; gây khó khăn cho việc triển khai đánh giá, đào tạo dẫn đến chất lượng đào tạo không thống nhất của cả vùng.

Bốn là, vấn đề đào tạo kỹ năng cho nguồn lao động du lịch trong vùng chưa được chú trọng. Đặc biệt là kỹ năng ngoại ngữ, tin học và đào tạo kỹ năng mềm (*kỹ năng xử lý vấn đề, giải quyết*

than phiền, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo, tâm lý ứng xử, khởi nghiệp...) nhằm thay đổi tư duy lẫn nhận thức, phát triển năng lực toàn diện cho người lao động. Việc sử dụng thành thạo những tiến bộ của khoa học - công nghệ vào quá trình cung cấp dịch vụ cho du khách vẫn còn gặp nhiều hạn chế. Dẫn đến các sản phẩm du lịch và dịch vụ thiếu sự sáng tạo, khả năng cạnh tranh thấp, chi tiêu khách du lịch không cao, lưu trú ngắn ngày... do không mang lại trải nghiệm thú vị cho khách du lịch.

Năm là, chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch còn phụ thuộc vào chất lượng nguồn tuyển sinh. Bên cạnh đó, công tác tuyên truyền và hướng nghiệp, tư vấn chọn nghề chưa thật sự tốt dẫn đến tình trạng bỏ học. Thực trạng sinh viên sau khi ra trường không có đam mê theo nghề, không làm việc đúng với chuyên ngành được đào tạo hoặc chuyển hướng sang các ngành nghề khác trong khi các doanh nghiệp trong ngành du lịch tại vùng ĐBSCL vẫn luôn trong tình trạng “*khát*” nhân lực làm được việc, có trình độ chuyên môn cao... Và điều quan trọng, cơ chế chính sách và chế độ đối với lao động trong ngành du lịch nói chung vẫn chưa thực sự hấp dẫn, để có thể thu hút và giữ chân được người lao động có chất lượng cao phục vụ cho sự phát triển ngành du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Trong thời gian tới, nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại vùng đồng bằng sông Cửu Long đáp ứng những yêu cầu trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0 cần triển khai thực hiện những giải pháp sau đây:

Thứ nhất, đối với hệ thống các cơ sở đào tạo cần thực hiện các giải pháp như: phát triển quy mô đào tạo các ngành/ngành du lịch trọng điểm cần cho sự phát triển của vùng. Xây dựng và chuẩn hoá hệ thống cơ sở vật chất, phòng thực hành/mô phỏng hiện đại. Gia tăng những trải nghiệm thực tế cho người học. Tăng cường liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch trong vùng trong đào tạo và tạo nguồn đầu ra cho người lao động.

Thứ hai, phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên, đào tạo viên có năng lực chuyên môn giỏi, kiến thức và kỹ năng vững vàng. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo có thể hợp tác và liên kết với các doanh nghiệp để mời chuyên gia, nhà quản lý đang công tác trong ngành tham gia vào công tác đào tạo. Nhằm nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao tại các cơ sở giáo dục.

Thứ ba, cần chuẩn hóa tài liệu và giáo trình phục vụ học tập và giảng dạy tại các cơ sở đào tạo nghề du lịch theo khung trình độ nghề du lịch quốc gia để làm cơ sở thống nhất trong công tác kiểm tra đánh giá, thẩm định và công nhận năng lực nghề cho lao động du lịch; tiến tới cấp chứng chỉ/chứng nhận phù hợp với Tiêu chuẩn Năng lực chung về nghề Du lịch trong ASEAN (ACCSTP) và đáp ứng các quy định của thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau MRA-TP. Cần tích cực đổi mới nội dung và chương trình đào tạo theo hướng chú trọng phát triển kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn, gắn công tác đào tạo theo nhu cầu phát triển của ngành, vùng và xã hội. Liên kết và có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong việc cho sinh viên tiếp cận thực tế những chuẩn mực trong nghề. Gia tăng thời lượng thực hành/thực tập cho người học, có thể ứng dụng mô hình “*nhà trường- doanh nghiệp*” hoặc “*học kỳ doanh nghiệp*” nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Xây dựng đổi mới chương trình đào tạo theo xu hướng phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, bổ sung các module hoặc học phần nhằm trang bị cho người học những nền tảng kiến thức ứng dụng khoa học và công nghệ có thể làm việc sau này như: kỹ năng thực hành các phần mềm quản lý chuyên ngành, khả năng ứng dụng các phần mềm vào các nghiệp vụ chuyên môn phục vụ khách hàng và gia tăng những trải nghiệm sáng tạo cho du khách. Bên cạnh đó, chú trọng trang bị cho người lao động các kỹ năng mềm như: xử lý tình huống, làm việc nhóm, sự hiểu biết về văn hóa và tâm lý ứng xử của các quốc gia... Có như vậy, lực lượng lao động du lịch ở vùng đồng bằng sông Cửu Long hoàn toàn có thể đáp ứng những yêu cầu phát triển của thời kỳ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và có khả năng cạnh tranh với lao động của các nước trong khu vực và quốc tế.

Thứ tư, cần có những chính sách đột phá về cơ chế và chế độ thu hút nguồn lao động du lịch có chất lượng cao. Thực hiện tốt công tác tuyên truyền và hướng nghiệp cho người học tại các cơ sở đào tạo góp phần định hướng nghề nghiệp; đảm bảo yêu cầu về số lượng và cân đối về cơ cấu lao động trong vùng, ngành/ngành, trình độ đào tạo.

Thứ năm, đẩy mạnh thực hiện kêu gọi đầu tư và xã hội hóa trong đào tạo du lịch, liên kết hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong vùng. Liên kết thực hiện và triển khai các dự án giữa nhà trường và doanh nghiệp, những dự án mang tính thực tiễn cao gắn việc thúc đẩy ứng dụng những mô hình “*du lịch thông minh*” góp phần tạo ra những sản phẩm du lịch đột phá, gia tăng tính cạnh tranh cho du lịch của vùng và phù hợp với xu hướng cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

5. KẾT LUẬN

Vùng đồng bằng sông Cửu Long với những lợi thế về tài nguyên du lịch, nguồn lao động có cơ cấu trẻ và đa dạng; con người siêng năng cần cù chịu khó và có lòng hiếu khách, ngành du lịch nơi đây từng bước có sự phát triển với tốc độ nhanh chóng, ổn định.

Ngành du lịch nơi đây đang đứng trước những cơ hội lớn nhưng thách thức cũng không hề nhỏ. Trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, xu hướng quản lý, chuỗi cung ứng sản phẩm dịch vụ và trải nghiệm khách hàng ngày càng có sự thay đổi rõ rệt, biến động không ngừng. Sự phân công lao động trong ngành du lịch ở phạm vi khu vực và quốc tế đang có cấu trúc, quy mô và cơ chế vận hành mới. Quá trình phát triển tạo ra những thay đổi với những tiêu chí và yêu cầu cao hơn. Do đó, điều quan trọng là cần phải bắt kịp những thay đổi trong xu hướng mới, phát huy thế mạnh của lực lượng lao động du lịch chất lượng cao nhằm tạo ra lợi thế so sánh để có những chiến lược, chính sách phát triển phù hợp cho ngành du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2014). *Du lịch Việt Nam, thực trạng và giải pháp phát triển*. Hà Nội.
2. Thu Dị (2015). *Du lịch Việt Nam, nhiều thách thức khi hội nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN*. www.dubaonhanluhcmc.gov.vn, 21/3/2019.
3. Dự án EU - Chương trình ESRT. *Phân tích nhu cầu nguồn nhân lực và đào tạo của ngành du lịch Việt Nam*.
4. Đồng bằng sông Cửu Long. www.wikipedia.org, 9/4/2019.
5. Nguyễn Thị Thúy Hương, *Giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong cộng đồng ASEAN*, Tạp chí giáo dục số 376 (kì 2 - 2/2016).
6. Phạm Trung Lương (2016). *Đào tạo phát triển nguồn nhân lực trong bối cảnh hội nhập*. Hội thảo “Brexit và cộng đồng kinh tế ASEAN dưới góc nhìn hội nhập”. Đại học Văn Hiến.
7. Hồng Nhung (2016). *VTOS - Công cụ hỗ trợ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch*. www.vietnamtourism.gov.vn, 17/3/2019.
8. Lan Phương (2015). *Nâng cao chất lượng nhân lực du lịch để chuẩn bị cho hội nhập*. www.vietnamplus.vn, 20/8/2016.
9. Yi Kim Quang (2017). *Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở đồng bằng sông Cửu Long, Thực trạng và giải pháp*. Báo cáo Hội thảo khoa học quốc tế do ĐH Nam Cần Thơ, MUST University và ĐH Cửu Long phối hợp tổ chức.
10. Thủ tướng Chính Phủ (2011). *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, ban hành kèm theo QĐ số 2473/QĐ-TTg.
11. Hoàng Văn Thái (2016). *Vấn đề đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao trình độ cao đẳng tại Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội hiện nay*. www.htc.edu.vn, 12/3/2019.
12. Tổng cục du lịch (2016). *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030*. Hà Nội.

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY NHẪM ĐÁP ỨNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG THỜI ĐẠI CMCN 4.0.

*ThS. Đinh Thị Trà Nhi
Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Việc vận dụng các phương pháp dạy học tích cực hướng đến người học luôn được các cơ sở đào tạo quan tâm và là một trong những giải pháp để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong thời đại cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, trong đó nguồn nhân lực chất lượng cao ngành du lịch được xem là khâu đột phá. Nội dung bài viết tập trung phân tích đổi mới phương pháp dạy học hiện đại thay thế cho những phương pháp cũ trước đây nhằm đào tạo đội ngũ du lịch có chất lượng cao, vững tay nghề, đáp ứng tối đa nhu cầu của xã hội. Để hòa nhập vào cuộc cách mạng công nghệ 4.0, yếu tố then chốt là nguồn lực, do đó cần cải cách giáo dục, đào tạo để tạo ra những con người đáp ứng đầy đủ năng lực, theo tiêu chuẩn 4.0, cần có những nhận thức đầy đủ về vị trí cũng như vai trò của mình để đáp ứng làn sóng công nghệ 4.0, trong đó vai trò dạy và học của đội ngũ giảng viên và sinh viên là rất quan trọng.

Từ khóa: Nguồn nhân lực, chất lượng cao, cách mạng công nghiệp 4.0, đào tạo, đổi mới, phương pháp ĐẶT VẤN ĐỀ

Khác với những cuộc Cách mạng công nghiệp (CMCN) trước đây, CMCN 4.0 có sự khác biệt lớn về phạm vi và hệ thống, về tốc độ quy mô chưa từng có tiền lệ trong lịch sử, không chỉ diễn ra ở tất cả các lĩnh vực tại một quốc gia, khu vực mà còn diễn ra trên phạm vi toàn cầu. Đây là một cuộc cách mạng đang là xu thế tác động trực tiếp đến sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi một quốc gia, một trong những công nghệ quan trọng là Big Data (Dữ liệu lớn), được xem là yếu tố cốt lõi để sử dụng và phát triển vạn vật Internet (Internet of Things) và trí tuệ nhân tạo (AI).

Trong thời gian vừa qua, khái niệm về cuộc CMCN 4.0 được cho là sẽ làm thay đổi, một cuộc đổi mới ở tất cả các ngành nghề, tạo ra một sự thay đổi lớn lao trong đời sống kinh tế, xã hội. Và đây chính là một thách thức không hề nhỏ cho ngành giáo dục trong việc đào tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng với nhu cầu của thời đại mới, thời đại công nghệ 4.0.

Để bắt kịp với xu hướng mới và hòa nhập vào cuộc cách mạng công nghệ 4.0, yếu tố hàng đầu then chốt nhất là nguồn lực. Do đó, việc đòi hỏi trong khâu giáo dục đào tạo cần phải cải cách để tạo ra những con người đáp ứng đầy đủ năng lực, kỹ năng, theo đúng tiêu chuẩn 4.0. Như vậy, đây chính là thời gian mà giáo dục Việt Nam cần có những nhận định đúng, đầy đủ về vị trí cũng như vai trò của mình để theo kịp, đáp ứng kịp làn sóng công nghệ 4.0 trong thời đại này, trong đó vai trò của giảng dạy, phương pháp truyền đạt, phương pháp truyền thụ những bài học mang tính ứng dụng là rất quan trọng.

1. KHÁI QUÁT VỀ NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ TÁC ĐỘNG CỦA CMCN 4.0 ĐẾN GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VIỆT NAM

1.1. Khái quát nguồn nhân lực du lịch hiện nay

Nguồn nhân lực ngành du lịch hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế cả về số lượng lẫn chất lượng. Việc thu hút, đào tạo và sử dụng nhân lực khỏi ngành du lịch còn hạn chế so với nhu cầu chung. Đến năm 2020, ngành du lịch sẽ đóng góp hơn 10% GDP, tạo ra bốn triệu việc làm trực tiếp. Nhưng theo số liệu từ Viện Nghiên cứu và Phát triển Du lịch Việt Nam, tính đến hết năm 2015, ngành du lịch có khoảng hơn 2,2 triệu lao động với hơn 600.000 lao động trực tiếp. Điều này khẳng định còn nhiều tiềm năng để phát triển ngành này, nhưng theo đó nó cũng có những bộc lộ khoảng cách về nhân lực của ngành.

Trình độ tay nghề của một bộ phận lớn lực lượng lao động trực tiếp còn hạn chế, phục vụ du lịch còn theo kiểu thói quen, theo kinh nghiệm và chủ yếu theo bản năng tự nhiên. Đội ngũ hướng dẫn viên không chỉ yếu về trình độ ngoại ngữ, không tinh thông nghề nghiệp mà còn thiếu những hiểu biết về truyền thống văn hóa, lịch sử cũng như những giá trị của các danh lam thắng cảnh, tính chuyên nghiệp chưa cao, và đôi khi có thái độ không đúng với du khách. Thực tế cho thấy, hiện nay ở hầu hết các khách sạn cao cấp đều vấp phải những khó khăn trong việc tìm kiếm nhân viên đã qua

đào tạo một cách có bài bản, giỏi ngoại ngữ. Chính vì vậy mà hầu hết những sinh viên chuyên ngành du lịch sau khi được tiếp nhận công việc đều phải qua lớp đào tạo ngắn hạn.

Đội ngũ quản lý nhà nước và doanh nghiệp chưa theo kịp với sự phát triển và hội nhập; ở các cơ quan quản lý và doanh nghiệp khác, đội ngũ quản lý còn thiếu kiến thức về quản trị du lịch, thậm chí không có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch. Điều này khá phổ biến ở các câu lạc bộ doanh nghiệp Nhà nước và đặc biệt là các doanh nghiệp tư nhân. Như vậy, tính chuyên nghiệp trong doanh nghiệp du lịch còn bị hạn chế.

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm toàn ngành cần thêm 40.000 lao động nhưng trong đó chỉ có khoảng 20.000 lao động tốt nghiệp từ các cơ sở đào tạo, trong đó chỉ có khoảng 1.800 là sinh viên đại học, cao đẳng chuyên nghiệp, 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, còn lại là học sinh trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn dưới ba tháng. Các con số này cho thấy, nguồn nhân lực không những thiếu về số lượng mà còn thiếu trầm trọng đội ngũ được đào tạo chính quy.

Thực tế cho thấy, nguồn nhân lực do các cơ sở đào tạo cung cấp cho thị trường chưa đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp, nhất là nguồn nhân lực quản lý. Ngay cả khi tuyển đúng người được đào tạo đúng ngành học du lịch, nhưng các doanh nghiệp vẫn mất thời gian, công sức đào tạo lại nguồn nhân lực du lịch.

Hiện nay, có khoảng 60% lực lượng lao động của ngành biết ngoại ngữ nhưng chủ yếu vẫn là tiếng Anh chiếm (42%), tỷ lệ biết tiếng Trung Quốc chỉ 5%, tiếng Pháp 4%... Trong đó, số lao động có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ chỉ đạt 15%, và cũng chỉ tập trung chủ yếu ở bộ phận hướng dẫn viên du lịch hay lễ tân khách sạn.

Tuy nhiên, chất lượng của du lịch Việt Nam hiện nay đang dần dần được nâng cao. Trong những năm qua, hoạt động đào tạo, bồi dưỡng cho nguồn nhân lực du lịch luôn được quan tâm và chú trọng. Tuy nhiên, vấn đề còn tồn đọng hiện nay của đội ngũ lao động trong du lịch là “vừa yếu, vừa thiếu”. Ngoại trừ một số doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài, đội ngũ lao động được đào tạo tại chỗ, hoặc gửi đi đào tạo ở nước ngoài nên chất lượng khả quan hơn, đáp ứng được yêu cầu và được đánh giá khá cao, còn về cơ bản chất lượng nguồn nhân lực còn thấp, số lượng chưa đáp ứng nhu cầu phát triển của du lịch để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

1.2. Tác động CMCN 4.0 đối với nguồn nhân lực du lịch

Nhân lực ngành Du lịch có vai trò quyết định không chỉ riêng sự phát triển của ngành mà còn có nhiều đóng góp vào việc phát triển kinh tế của đất nước. Trong những năm qua, ngành du lịch đã có những bước phát huy những hiệu quả trong khai thác và huy động các thành phần kinh tế và sự hỗ trợ của quốc tế cho phát triển nhân lực. Công tác phát triển nguồn nhân lực cho ngành dù có những kết quả nhất định, nhưng vẫn còn nhiều bất cập, còn yếu về chuyên môn và kỹ năng để hội nhập

Theo báo cáo của VITEA (*Hiệp Hội Đào Tạo Du Lịch Việt Nam*), so với các nước trong khu vực, chất lượng du lịch của Việt Nam vẫn còn khá nhiều hạn chế, một trong những nguyên nhân dẫn đến thực trạng đó là do nhân lực ngành Du lịch Việt Nam vừa thiếu về số lượng và cả chất lượng chuyên môn nghiệp vụ. Hiện nay cả nước hiện có khoảng 1,7 triệu lao động đang làm việc trong ngành Du lịch, nhưng tỉ lệ lao động có chuyên môn nghiệp vụ du lịch chỉ đạt khoảng 43%, hơn 50% số lao động làm du lịch không biết nhiều ngoại ngữ. Dự báo đến năm 2020, ngành Du lịch cần thêm khoảng 40.000 lao động. Tuy nhiên, năng lực đào tạo của các trường Đại học, Cao Đẳng, Trung Cấp vẫn chưa thể đáp ứng được kỳ vọng với con số này.

Vấn đề phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực có chất lượng cao đang là một thách thức lớn đối với du lịch Việt Nam trước yêu cầu của tình hình mới như hiện nay. Để có được sản phẩm đạt chất lượng cao, đòi hỏi nguồn nhân lực du lịch hội đủ những điều kiện cần và đủ, kết hợp cùng các bên liên quan, các tổ chức, cá nhân cùng hỗ trợ. Chỉ có chiến lược phát triển nguồn nhân lực được quan tâm đúng mức và hợp lý mới duy trì được thương hiệu du lịch nước nhà, và đảm bảo chất lượng phục vụ trong bối cảnh hội nhập sâu rộng trên nhiều lĩnh vực như hiện nay.

Và để hiện thực hóa mục tiêu của Chính phủ đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển kinh tế du lịch mang tính bền vững và đóng góp xứng đáng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, đòi hỏi phải có những chính sách mang tính đột phá đối với nhân lực du lịch chất lượng cao, những giải pháp đi đôi với hiện thực tạo điều kiện cho phát triển du lịch, trong đó không thể không đề cập đến phát triển nhân lực du lịch nước nhà.

1.3. Tác động của CMCN 4.0 đối với các lĩnh vực Giáo Dục đại học của Việt Nam

CMCN 4.0 tạo ra những cơ hội, cũng như đặt ra những yêu cầu tất yếu phải xây dựng một nền giáo dục 4.0. Theo đó, giáo dục là một hệ sinh thái mà mọi người có thể học tập mọi lúc, mọi nơi, với những thiết bị công nghệ được kết nối. Giáo dục 4.0 có một sự thay đổi lớn trong mục tiêu và cách thức đào tạo, chuyển từ truyền thụ kiến thức từ một kênh người dạy đến người học sang khai phóng tiềm năng, đồng thời trao tác quyền sáng tạo cho từng cá nhân. Người dạy sẽ chuyên dần sang một vai trò mới là người hướng dẫn, người thiết kế, xúc tác, cố vấn và tạo một môi trường học tập chủ động.

Phạm vi tương tác trong giáo dục 4.0 khá rộng lớn, khoảng cách về địa lý, không gian, thời gian gần như xóa nhòa. Môi trường giáo dục không chỉ diễn ra trong phạm vi nhà trường mà mở rộng ra phạm vi toàn cầu. Người học có thể tự chủ động nghiên cứu tài liệu, tương tác với giảng viên ở mọi thời điểm bằng máy tính hoặc điện thoại thông minh. Với giáo dục 4.0, giúp tiết kiệm được khá nhiều mặt lợi về thời gian, công sức cũng như chi phí.

Tuy nhiên, đối với các trường Đại học hiện nay, Giáo dục 4.0 đòi hỏi phải tạo ra nguồn nhân lực có kỹ năng mới và trình độ giáo dục cao hơn những năm ở những thập niên trước, bởi thị trường đang đòi hỏi lao động có trình độ giáo dục và đào tạo cao hơn. Nhưng trong thực tế hiện nay, giáo dục đại học về tổng thể vẫn chưa đáp ứng nhu cầu của các nhà tuyển dụng.

Rất nhiều những nghiên cứu về Giáo dục 4.0 đã minh chứng rằng giáo dục Đại học bị đặt trước những thách thức rất lớn, đơn cử như ngành Công nghệ thông tin, Công nghệ sinh học... đã tăng lên rất nhiều so với những năm trước đó. Bên cạnh đó, do nhu cầu đào tạo của các ngành tăng giảm khác nhau thì nội dung đào tạo cũng khác nhau. Bằng cấp trong thời đại 4.0 ít được đề cập đến, nhân lực sẽ được đánh giá theo những giá trị mà họ mang tới cho xã hội.

Giáo dục 4.0 là cải thiện nguồn vốn con người có thể đáp ứng được các yêu cầu về kiến thức và kỹ năng liên tục thay đổi trong môi trường lao động mới. Điều này đặt ra cho nền giáo dục nước nhà một sứ mệnh to lớn là chuẩn bị đội ngũ nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển của toàn cầu. Vấn đề mà nhiều quốc gia đều nhận thấy là cần thiết để chuyển một nền giáo dục được trang bị về mặt kiến thức, kỹ năng cho người học, sang một nền giáo dục phát triển năng lực, thúc đẩy đổi mới và sáng tạo cho người học, đáp ứng những yêu cầu đặt ra cho công dân trong thời đại CMCN 4.0.

Bên cạnh đó, phải nói đến vai trò của trường đại học, nơi cung ứng nguồn nhân lực lao động cho xã hội có trình độ cao, yếu tố quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế xã hội. Nên việc hướng đến sự giáo dục, tập trung đến việc học cá nhân hóa triệt để hơn.

Có thể thấy rằng, cuộc CMCN 4.0 có sức ảnh hưởng trực tiếp đến giáo dục, nơi trực tiếp đào tạo nguồn nhân lực cho xã hội, cho công nghiệp 4.0. Để thích ứng nhu cầu nhân lực cho kỷ nguyên số, đồng thời tận dụng thế mạnh của CNTT, đã có rất nhiều trường đại học trên thế giới nói chung và nền giáo dục Việt Nam nói riêng đã và đang đổi mới, theo kịp xu thế toàn cầu. Do đó giáo dục 4.0 đang được đánh giá là mô hình phù hợp. Những thách thức là không nhỏ, luôn đặt ra những yêu cầu của các trường Đại học một mặt phải đẩy mạnh nghiên cứu phát triển các công nghệ mới đáp ứng yêu cầu công nghiệp 4.0, một mặt phải tự mình thay đổi để phù hợp với yêu cầu của xu thế, của hội nhập trên phạm vi toàn cầu.

1.4. Tác động của CMCN 4.0 đối với đào tạo ngành Du lịch

Theo số liệu thống kê và dự báo của Tổng cục Du lịch, với tốc độ tăng trưởng 7%/ năm trong giai đoạn 2016 - 2020, du lịch được đánh giá là ngành có nhu cầu nguồn nhân lực cao gấp 2 đến 3 lần so với một số ngành khác như Tài chính, Y tế, Giáo dục... Như đã trình bày ở mục 1.1 mỗi một năm du lịch cần 40.000 lao động, tuy nhiên số nhân lực cung ứng cho du lịch từ các trường đào tạo du lịch ra trường chỉ khoảng 15.000 người, trong đó hơn 12% trình độ Đại Học, Cao Đẳng. Chỉ tính riêng tại Tp. HCM, theo số liệu từ Sở Du lịch Tp.HCM, dự kiến từ nay đến năm 2020, mỗi năm thành phố cần khoảng 21.600 lao động trong khối ngành dịch vụ. Cụ thể dự báo năm 2020 tăng 40% so với năm 2015. Trong đó, nhu cầu nhân lực có trình độ trên đại học được dự báo chiếm 0,7%; trình độ đại học, cao đẳng chiếm 15%; trình độ trung cấp chiếm 13%; trình độ sơ cấp chiếm 22,3% và trình độ dưới sơ cấp chiếm 49%. Cụ thể:

Bảng 1: Dự báo nhu cầu nguồn nhân lực ngành Du lịch đến năm 2020*Theo trình độ đào tạo*

TRÌNH ĐỘ	SỐ NGƯỜI	TỶ LỆ (%)
Trên đại học	6.100	0,7
Cao đẳng - Đại học	130.500	15,0
Trung cấp	113.500	13,0
Sơ cấp	194.000	22,3
Dưới sơ cấp (Qua đào tạo tại chỗ, truyền nghề hoặc huấn luyện ngắn hạn)	426.300	49,0
TỔNG CỘNG	870.000	100

Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển du lịch

Theo dự báo nhóm ngành Lữ hành, Nhà hàng, Khách sạn là một trong những nhóm ngành cần nhiều lao động. Vì vậy cần chú trọng đầu tư vào việc đào tạo chất lượng nguồn nhân lực theo hướng gắn với nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội; phải thống kê chính xác lượng cung cầu lao động của ngành này để việc đào tạo cân đối cung - cầu thị trường lao động, tránh tình trạng nhân lực khối ngành Du lịch vừa thừa lại vừa thiếu.

Tổng cục Du lịch Việt Nam đã đưa bộ “Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam” làm tài liệu chuẩn phục vụ việc giảng dạy tại các cơ sở đào tạo du lịch, phần nào đáp ứng được những yêu cầu từ phía tuyển dụng. Tuy nhiên, bộ tài liệu chuẩn này vẫn chưa được áp dụng rộng rãi trong các loại hình cơ sở đào tạo du lịch, làm cơ sở để hoàn chỉnh, thống nhất giáo trình giảng dạy.

Đặc thù của ngành du lịch trong quá trình đào tạo cần gắn lý thuyết với thực hành để sinh viên có sự gắn kết với thực tế, nhưng các cơ sở đào tạo thường thiếu trang thiết bị phục vụ cho môn học. Điều này gây khó khăn cho sinh viên khi học tập và ảnh hưởng đến chất lượng lao động khi ra trường. Nhân lực du lịch là phải có kỹ năng nghiệp vụ để phục vụ du khách với tâm lý, nhu cầu, ngôn ngữ, văn hóa... rất khác nhau. Những kiến thức, phong cách và kỹ năng lao động phải được du khách thừa nhận, lại phải thường xuyên thay đổi theo sự biến động của thị trường; sự thay đổi của quy trình công nghệ phục vụ; sự xuất hiện những ngành nghề mới... Nhiều nghề cần kỹ năng tuy giản đơn, nhưng đòi hỏi quy trình khắt khe, chi tiết, có phong thái, bản sắc, ấn tượng riêng tạo ra thương hiệu của mỗi cơ sở cung cấp dịch vụ.

Đây là một ngành có tỷ lệ luân chuyển lao động cao, có nhiều thang bậc trong mỗi nghề, cần được đánh giá và xác định đào tạo ngành du lịch là đào tạo nghề, không nghiêng về đào tạo năng khiếu, đào tạo nhân tài. Đào tạo nghiệp vụ phải gắn liền với thực hành là vấn đề đặc biệt cần chú ý trong khâu đào tạo, phát triển và sử dụng nhân lực du lịch, và chỉ được giải quyết thỏa đáng nếu có sự hỗ trợ cao trong đầu tư và phát triển nguồn nhân lực du lịch đạt chuẩn và đáp ứng nhu cầu xã hội trước áp lực của cuộc CMCN 4.0.

2. LÝ LUẬN VÀ THỰC TRẠNG PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆN NAY

2.1. Lý luận về phương pháp giảng dạy Đại học

Phương pháp giảng dạy được hiểu là những hình thức, những cách thức của giảng viên (người dạy, người truyền thụ) thực hiện thông qua mục tiêu dạy học, được xác định, phù hợp với những nội dung và điều kiện giảng dạy cụ thể.

Theo tác giả Tôn Quang Cường trong ấn bản “Lý luận và phương pháp giảng dạy” nhận định Phương pháp giảng dạy bao gồm phương pháp dạy học và phương pháp học tập.

Phương pháp dạy là phương pháp tổ chức hoạt động nhận thức cho người học, phương pháp điều khiển các hoạt động trí tuệ và thực hành tự học, dạy học kiểu tìm hiểu, dạy học giải quyết vấn đề, phương pháp giáo dục ý thức và thái độ đúng đắn cho sinh viên.

Có thể minh chứng thông qua tác giả Đinh Văn Tiến - Ulrich Lipp (2003), phương pháp dạy có một số đặc điểm cơ bản như sau: Định hướng thực hiện mục tiêu dạy học; Là thống nhất của phương pháp giảng dạy và phương pháp học; Thực hiện thống nhất chức năng trong giáo dục và đào tạo; Là sự thống nhất của logic nội dung dạy học và logic nội dung dạy học và logic tâm lý nhận thức. Phương pháp dạy học đều có mặt mạnh, mặt yếu, trên hết là sự thống nhất của các hình thức hành động và phương tiện dạy học.

Đổi mới phương pháp dạy học truyền thống là lấy giảng viên làm trung tâm, truyền giảng kiến thức vào bài giảng dựa vào giáo trình đã có sẵn. Tuy nhiên, đây là phương pháp đã quá lạc hậu, không mang lại nhiều cơ hội cho sinh viên cùng tham gia vào quá trình giảng dạy, dẫn đến thụ động và làm hạn chế khả năng học, ghi nhớ, tập trung của người nhận kiến thức, không khuyến khích trao đổi thông tin đa chiều.

Hiện nay, các trường đại học tiên tiến đã thực hiện phương pháp dạy học chủ động nhằm giúp sinh viên chủ động hơn việc học cũng như có thêm những trải nghiệm thông qua việc học;

- *Phương pháp động não*: là cách vận dụng những kinh nghiệm và sáng kiến mỗi người trong thời gian tối thiểu tùy vào từng vấn đề (Osvorn, 1963).

- *Phương pháp học dựa trên vấn đề*: Là việc nghiên cứu có chiều sâu về một chủ đề học tập, là để học được nhiều hơn về một chủ đề chứ không phải tìm ra những câu trả lời đúng đắn

- *Phương pháp mô phỏng*: Thường được tập trung nhiều trong nghiên cứu khoa học, là quá trình phát triển mô hình hóa rồi mô phỏng một đối tượng nghiên cứu. Tuy nhiên, đối với ngành Du lịch hiện nay, những môn học mang tính học thuật kỹ năng ra thì những môn học của Du lịch luôn dùng phương pháp này trong tất cả các môn thực tế.

- *Phương pháp Nghiên cứu tình huống*: Phương pháp này dựa trên các tình huống thực tế của các sinh viên và giảng viên. Mục đích chính của phương pháp này là để miêu tả, trao đổi kinh nghiệm và cách thức giải quyết vấn đề và những mâu thuẫn, xung đột bằng lời... cách giải quyết vấn đề và những mâu thuẫn khi thực hiện công việc

- *Phương pháp suy nghĩ - từng cặp nếu quan điểm*: Cho sinh viên cùng đọc và suy nghĩ về một chủ đề, sau đó những sinh viên ngồi bên cạnh nhau để có thể cùng thảo luận, trao đổi ý kiến và kinh nghiệm của từng cá nhân trong một thời gian nhất định và chia sẻ cho cả lớp.

- *Phương pháp hoạt động nhóm (teamwork)*: Đây là phương pháp khá phổ biến hiện nay, bởi tính linh hoạt, được chia thành từng nhóm nhỏ từ 5 đến 7 thành viên. Phụ thuộc vào mục đích, yêu cầu của vấn đề học tập, các nhóm sẽ được phân chia ngẫu nhiên hay có chủ định. Khi làm việc nhóm, các thành viên phải làm việc theo quy định do giảng viên đặt ra hoặc do chính nhóm đặt ra.

- *Phương pháp học dựa vào dự án*: theo các nhà nghiên cứu về giáo dục kết luận, đây là phương pháp tổ chức việc dạy và học thông qua các dự án hay công trình thực tế. Dự án ở đây được hiểu là những nhiệm vụ phức tạp và các câu hỏi hay vấn đề mang tính chất kích thích người học tìm hiểu, khám phá. Giải pháp đó bao gồm các trải nghiệm thiết kế - triển khai.

- *Phương pháp đóng vai*: đây là phương pháp tổ chức cho sinh viên thực hành một số cách ứng xử, hay giải quyết tình huống giả định.

- *Nghiên cứu tình huống*: Phương pháp này dựa trên các tình huống thực tế của các sinh viên và giảng viên. Mục đích của tình huống này nhằm mô tả, trao đổi kinh nghiệm về cách thức giải quyết vấn đề và những mâu thuẫn trong khi thực hiện những công việc đó.

- *Phương pháp học tập phục vụ cộng đồng*: (Service Learning; Community - based learning) Nhà nghiên cứu Jacoby, 1996 đã phân tích phương pháp gồm hoạt động dạy và học mà thông qua đó người học áp dụng được những kiến thức học được trong lớp vào điều kiện thực tế, đồng thời kết quả của quá trình học tập đáp ứng nhu cầu của cộng đồng và được cộng đồng sử dụng.

2.2. Thực trạng phương pháp giảng dạy tại các trường đại học hiện nay

Theo kết quả khảo sát của sinh viên dành cho hai khối ngành Kinh tế và Kỹ thuật về phương pháp giảng dạy với những môn đã học và đang học được trường Đại học Tài Chính - Marketing (UEF) Tp HCM kết hợp cùng Tổ chức giáo dục chất lượng cao SEMEO-RETRACT- Tp HCM khảo sát với kết quả như bảng 2.2.

Kết quả khảo sát này cho thấy, giảng viên dạy và học tại các trường đại học, cao đẳng (phía Nam) đã sử dụng phương pháp dạy học tích cực, vận dụng thường xuyên phương pháp dạy kết hợp với lý thuyết và thực hành trong khi đó phương pháp dạy học theo dự án và mô phỏng lại không được thường xuyên (do bản chất của một vài môn học). Với khối ngành kinh tế rất rộng, nhưng qua khảo sát này cho thấy việc dạy và học theo dự án lại không được chú trọng, trong khi đó phương pháp này giúp sinh viên phát huy khả năng sáng tạo, tư duy, từ đó người học tham gia vào thiết kế đưa ra những quyết định. Ngoài ra vận dụng theo phương pháp dạy học theo dự án sẽ giúp cho sinh

viên nâng cao được kỹ năng làm việc nhóm, khám phá những vấn đề gắn liền với cuộc sống, giúp sinh viên theo đuổi được ước mơ, sở thích của chính mình.

Bảng 2: Ý kiến của sinh viên khối ngành kinh tế về phương pháp giảng dạy các môn học thuộc khối ngành

Các phương pháp dạy học tích cực	Mức độ thực hiện		
	Thường xuyên	Không thường xuyên	Không có
1. Dạy kết hợp giữa lý thuyết và thực hành	97,7%	3%	0%
2. Thảo luận theo nhóm và giải quyết vấn đề	86,66%	13,34%	0%
3. Dạy học theo dự án	21,67%	55%	23,33%
4. Dạy học theo mô phỏng	3,33%	38,33%	58,33%

Nguồn: Tổ chức giáo dục chất lượng cao SEMEO-RETRACT tại TpHCM

Tuy nhiên, việc dạy áp dụng các phương pháp tích cực giữa lý thuyết và thực hành; hay học tập theo nhóm; theo dự án... là một hình thức dạy học theo hướng tích cực, hiện đại. Những hình thức này “khởi thủy” được áp dụng giảng dạy vào những môn kỹ thuật ở các trường phổ thông và đại học trên thế giới, đặc biệt ở những nước phát triển. Quá trình học tập theo những phương pháp tích cực giúp sinh viên cũng cố được kiến thức và xây dựng được các kỹ năng hợp tác, giao tiếp và học tập độc lập, chuẩn bị hành trang cho các em trong sự nghiệp học tập và đối mặt với các thử thách trong cuộc sống. Theo dự án Việt - Bỉ: Áp dụng những phương pháp giảng dạy tích cực là một chuỗi các hoạt động dựa trên động cơ bên trong của người học, nhằm khám phá và phát hiện một phần của thực tế, gồm các chuỗi hoạt động thực tế: Thực hiện nghiên cứu; Khám phá các ý tưởng theo sở thích; Tìm hiểu và xây dựng kiến thức; Học liên môn; Giải quyết các vấn đề; Cộng tác với các thành viên trong nhóm; Giao tiếp; Phát triển kỹ năng, thái độ và sự đam mê.

Hiện nay, việc áp dụng vào giảng dạy những phương pháp tích cực, vừa lồng ghép lý thuyết vừa thực hành đi kèm, là những xu hướng chung trong đào tạo, đặc biệt là những trường Đại học có khoa, ngành đào tạo về Du lịch; Khách sạn - Nhà Hàng như: Đại học HUFLIT; Nguyễn Tất Thành; Tôn Đức Thắng; Hoa Sen; Hutech... luôn hướng tới mục tiêu đào tạo, phương pháp dạy học tích cực trong đó việc áp dụng những phương pháp này được xem là một hoạt động tìm hiểu sâu về một chủ đề cụ thể với mục tiêu, tạo cơ hội để người học được nghiên cứu vấn đề thông qua việc kết nối thông tin từ doanh nghiệp, từ những kỹ năng, năng lực nghề nghiệp giá trị và thái độ nhằm xây dựng kiến thức và phát triển khả năng và thái độ học tập suốt đời.

Trong bối cảnh của cuộc CMCN 4.0 lan tỏa mạnh mẽ như hiện nay, ngành Du lịch và lữ hành, hay ngành Khách sạn - Nhà hàng, xét về bản chất vẫn là một trong 3 ngành “Công nghiệp không khói” có tốc độ phát triển nhanh chóng đóng góp rất lớn về GDP cho cả nước. Nên, việc sử dụng những phương pháp giảng dạy tích hợp nhằm hướng đến phát triển năng lực thực hiện công việc cụ thể của nghề nghiệp đối với người học. Quá trình tổ chức hoạt động dạy và hoạt động học với các nội dung, kiến thức, kỹ năng và thái độ tích hợp. Một số nội dung bài học trong modul như phục vụ Nhà hàng; hay pha chế đồ uống; hay nghiệp vụ lữ hành... được tích hợp dạy giao tiếp Tiếng Anh để hình thành năng lực giao tiếp bằng ngôn ngữ quốc tế, sử dụng công nghệ trong việc theo dõi đơn hàng (order) của khách hàng, hay đặt tour, tuyến... Tích hợp nội dung giảng dạy với hình thức lý thuyết, dạy mẫu và hướng dẫn thực hành được áp dụng vào quá trình giảng dạy. Đặc biệt, để đem lại hiệu quả cao thì việc bố trí lớp học phù hợp, thuận tiện sự dụng những trang thiết bị, phương tiện, dụng cụ và nguyên liệu để tổ chức hoạt động dạy và học.

Trong bối cảnh “số hóa” yêu cầu đòi hỏi việc áp dụng những phương pháp dạy học tích cực phù hợp với thực tiễn công việc, phải đạt được mục tiêu và nội dung đã xác định để người học hình thành năng lực. Vì vậy, để đổi mới phương pháp học cụ thể cần phải phù hợp với mục tiêu đào tạo, nội dung đặc thù của từng môn học, modul và yêu cầu của đầu ra chương trình đào tạo đối với từng nghề, đặc biệt là ngành Du lịch - Dịch vụ; Khách sạn - Nhà Hàng đòi hỏi tính ứng dụng cao, sát với thực tế. Điều này đòi hỏi tính đa dạng và sáng tạo của người giảng viên thể hiện bằng cách cải thiện phương pháp dạy học đối với ngành học, môn học được đảm nhiệm.

3. ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY NHẪM ĐÁP ỨNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ 4.0

Sự lan truyền rộng rãi của cuộc CMCN 4.0 lên tất cả các lĩnh vực của đời sống, ngành nghề đòi hỏi yêu cầu về kỹ năng lao động của con người ngày một cao hơn. Nếu người lao động không tự nâng cao năng lực tay nghề, kỹ năng thích ứng nhanh sẽ tự đào thải khỏi thị trường lao động. Một câu hỏi đặt ra là làm thế nào để đào tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng với nhu cầu trong bối cảnh như hiện nay?

Cuộc CMCN lần thứ 4 cùng với những cơ hội và không kém những thách thức liên tiếp đưa ra nhiều hội thảo khoa học, trên tất cả các lĩnh vực, từ sản xuất, công nghệ đến dịch vụ, trong đó, lĩnh vực giáo dục là một trong những lĩnh vực cần có sự thay đổi tích cực thích nghi và là lĩnh vực quan trọng, nơi đào tạo, cung cấp nguồn lực có chất lượng cao cho thị trường lao động. Bên cạnh đó, ngành Du lịch đòi hỏi một lực lượng lao động lớn, trong tất cả các ngành nghề du lịch, người học du lịch sẽ đáp ứng được như thế nào trong thời đại 4.0?

Để hòa nhập vào cuộc CMCN 4.0 hệ thống giáo dục cần phải có những đổi mới để tạo ra những sinh viên, hay nguồn lao động có đầy đủ năng lực đáp ứng nhu cầu thị trường, cần phải thay đổi tư duy quá trình giảng dạy và học bởi quá trình dạy và học là một trong những yếu tố then chốt để tiến tới đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục theo hướng công nghệ 4.0.

Giáo dục 4.0 sẽ là những thách thức không nhỏ cho các trường đại học, các trường ĐH ở Việt Nam vẫn có những hạn chế trong việc đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của đội ngũ nhân lực có trình độ, có chất lượng cao. Do đó, với cuộc CM 4.0 sẽ đặt ra cuộc đua cạnh tranh nguồn nhân lực chất lượng cao không chỉ trong nước mà mang tính toàn cầu. Người lao động cần có tuy duy sáng tạo, khả năng thích nghi môi trường làm việc tránh nguy cơ thất nghiệp, bị sa thải vì thiếu năng lực, chuyên môn.

Để bắt kịp xu hướng số hóa nền kinh tế 4.0 như hiện nay, các trường đại học cần phải đổi mới nhanh chóng, thay đổi mục tiêu, nội dung, hình thức và phương pháp dạy và học, phương thức đánh giá, đầu ra của người học, thực hành và thực nghiệm định hướng vào công nghệ. Nên, cần đổi mới phương pháp giảng dạy để thích ứng với thời đại:

- Đội ngũ giảng dạy cần phải tự nhận thức được những vấn đề quan trọng trong xu thế tất yếu để phải thay đổi tư duy quá trình giảng dạy. Cần phải đổi mới quá trình dạy từ cách dạy truyền thống trước đây sang phương pháp dạy hiện đại phù hợp với thời đại 4.0 bằng cách chuyển từ truyền thụ kiến thức sang hình thành phẩm chất và phát triển năng lực người học, phát huy tối đa tiềm năng của người học.

- Đổi mới mục tiêu đào tạo theo năng lực chuyên môn: Phương pháp dạy học tích cực định hướng và chú trọng vào kết quả, đầu ra của quá trình đào tạo và hướng đến người học có thể làm được những công việc cụ thể trong thực tiễn nghề nghiệp theo tiêu chuẩn quy định.

- Đổi mới nội dung, chương trình đào tạo theo hướng mở, hướng tích cực: chương trình cần được xây dựng dựa trên tiếp cận mục tiêu. Mục tiêu được thể hiện dưới các tiêu chuẩn đầu ra chính là các kết quả của người học mà thị trường lao động đang cần. Chương trình đào tạo được thiết kế dựa trên phân tích nghề (occupational analysis) và phân tích chức năng của vị trí việc làm theo hướng mở, linh hoạt.

- Đổi mới phương thức và phương pháp tổ chức đào tạo: Đào tạo dựa trên những phương pháp giảng dạy tích cực cần chú trọng vào việc giải quyết vấn đề và hình thành năng lực thực hiện cho người học hơn là tập trung giải quyết nội dung chương trình. Vì vậy, phương thức và phương pháp đào tạo dựa trên yếu tố mở thể hiện ở 2 góc độ: Đào tạo dựa trên công việc và đào tạo tại nơi làm việc.

- Đổi mới việc kiểm tra, đánh giá kết quả đào tạo theo hướng tích cực: Việc đánh giá năng lực thực hiện được của người học trong quá trình đào tạo được thực hiện theo tiêu chuẩn, tiêu chí (criteria referenced assessment). Các tiêu chí đánh giá năng lực của người học được xác định từ quá trình phân tích nghề và phân tích chức năng tại vị trí việc làm của nghề. Để đánh giá người học hoàn thành chương trình đào tạo chúng ta căn cứ vào sự thông thạo tất cả các năng lực ghi trong hồ sơ năng lực của người học và trong chương trình đào tạo.

- Đổi mới quản lý đào tạo theo mô hình đào tạo năng lực chất lượng: Khác với đào tạo theo niên chế, đào tạo theo năng lực tích cực là phương thức đào tạo mở, linh hoạt gắn với thực tế nghề nghiệp và nhu cầu người học. Vì vậy, khi chuyển sang đào tạo này đòi hỏi phải đổi mới căn bản về cơ chế quản lý, đặc biệt là đổi mới quản lý chương trình và tổ chức đào tạo.

- Đề thích nghi với những thách thức, các trường đại học cần giảng dạy những kiến thức tích hợp, đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường giảng dạy kỹ năng làm việc nhóm, tự học, biết cách tìm hiểu vấn đề, giải quyết vấn đề, xử lý thông tin, chủ động hơn trong các phương pháp.

- Đối với ngành du lịch, việc giảng dạy không chỉ học trên sách vở, đòi hỏi ở bản thân người giảng dạy cần có những năng lực, những kiến thức ngành nghề vững chắc để triển khai những hoạt động giảng dạy tại lớp và thực địa có hiệu quả. Phương pháp gắn với hiện trường, gắn với doanh nghiệp là phương pháp mang lại cái nhìn tổng thể về ngành nghề mà nhân lực du lịch hoàn toàn có thể tiếp cận ngay từ lúc ngồi ở ghế nhà trường. Chính vì vậy, việc học trong thời đại 4.0, không chỉ đóng khung trong giảng đường đại học, lớp học... mà cần phải mở rộng liên kết với bên ngoài với doanh nghiệp, với thị trường lao động. Không những thế, vận dụng internet để liên kết với thế giới, tìm kiếm thông tin, xử lý thông tin, giải quyết các vấn đề liên quan tới thực tiễn của cuộc sống.

- Phương pháp giảng dạy cần phải được đổi mới mạnh mẽ, mạnh dạn sử dụng các công cụ như internet, giáo dục trực tuyến, sử dụng công nghệ điện toán đám mây cho phép người dạy có thể cung cấp tài liệu cho người học và thu thập lại kết quả của người học trong quá trình giảng dạy một cách linh hoạt về thời gian cũng như tạo ra một không gian phù hợp với điều kiện và nhu cầu của người học. Đặc biệt, cần đầu tư trang thiết bị phòng học thích ứng với kỹ thuật số, bài giảng được giảng trên phần mềm tương tác, giảng viên không cần dùng đến bảng trắng như thông thường mà có thể tích ứng trên màn hình tivi có bài giảng, và trực tiếp lấy ví dụ hay để sinh viên giải quyết vấn đề thông qua tương tác trực tuyến.

- Ngoài ra, người dạy cần phải tìm ra phương thức giảng dạy và cấu trúc hỗ trợ người học phát triển những kỹ năng học tương tác, cộng tác và độc lập với nhau. Luôn có ý nghĩ phê phán, sáng tạo, tư duy và nhiệt tình của người học, bên cạnh đó, người dạy cần phải hỗ trợ về mặt tâm lý, tư vấn, cố vấn, hướng nghiệp cho người học.

- Thay đổi phương pháp đánh giá, kiểm tra trên cơ sở đánh giá “năng lực” gồm cả 3 yêu cầu: Kỹ năng, kiến thức, thái độ. Cuối kỳ thay vì thi viết, sinh viên được thay thế thi thực hành và vấn đáp để kiểm tra các đơn vị “năng lực đã được học.

- Phương pháp cần thay đổi trong quá trình giảng dạy mới là cần có sự gắn kết chặt chẽ và thường xuyên giữa Khoa/ Trường với doanh nghiệp du lịch trong quá trình đào tạo. Đề giảng viên có cái nhìn sâu rộng hơn, lồng ghép vào bài giảng những tình huống thực tế nhất, mang tính thiết thực, để đến giai đoạn người học gạt hái những thành tựu sau khi rời ghế giảng đường đến với doanh nghiệp, thì doanh nghiệp không cần phải mất quá nhiều thời gian cũng như tiền bạc để đào tạo lại từ đầu.

Như vậy, quá trình giảng dạy cần phải chuyển biến tích cực từ tuyên thụ kiến thức sang hình thành phẩm chất và kỹ năng phát triển năng lực người học, tổ chức một nền giáo dục mở, thực nghiệm, thực học, phát triển giáo dục mở, theo hướng chú trọng về chất lượng và hiệu quả, phát huy tối đa tiềm năng của mỗi cá nhân.

4. KẾT LUẬN

Cuộc CMCN 4.0 đưa đến những đòi hỏi ở con người cần có năng lực, tư duy và sáng tạo, có kỹ năng phân tích, tổng hợp thông tin và có khả năng làm việc độc lập. Do đó, để cung ứng cho xã hội những chất lượng cao, đặc biệt là ngành Du lịch, cơ sở đào tạo du lịch cần phải có sự đổi mới mạnh mẽ trong khâu đào tạo, phương pháp giảng dạy tích cực, đổi mới phương pháp giảng dạy thực sự là một yêu cầu cấp bách trong gian đoạn hiện nay và rất cần thiết cho nhu cầu dạy và học:

- Xây dựng công cụ quản lý phần mềm nhân tạo, kho tài liệu và đẩy mạnh liên kết với các trường với nhau và các doanh nghiệp du lịch.

- Cải tiến chất lượng giảng dạy, thực hành thông qua thực địa, trên tuyến, cần xây dựng phòng thực hành mô phỏng du lịch.

- Giảng dạy theo dự án và mô hình công ty để tạo cơ hội cho sinh viên tự làm ra sản phẩm của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch (2011), *Chiến lược phát triển nhân lực văn hóa, thể thao và du lịch 2011 - 2020*.
2. Đinh Văn Tiến - Ulrich (2003), *Cẩm nang phương pháp sư phạm*, NXB Tp. HCM;

3. Hiệp hội Du lịch Tp HCM (2009), tài liệu Hội nghị về “Đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch Tp HCM, giai đoạn 2010 - 2020”.
4. Tôn Quang Cường: *Lý luận và phương pháp giảng dạy* (2010), NXB Giáo Dục.
5. Trần Khánh Đức (2013) *Lý Luận và Phương Pháp dạy học hiện đại*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
6. Kỷ yếu hội thảo quốc tế (2016), *Các loại hình du lịch hiện đại*, TP Hồ Chí Minh.
7. <http://bnews.vn/apec-2017>, Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam, *Nguồn nhân lực là động lực của sự phát triển*.

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Dương Hồng Hạnh
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Trong Diễn đàn ATF, các chuyên gia cho rằng nhân lực du lịch 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 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 quyết định. Khi phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao 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. Hoạt động đào tạo nhân lực du lịch của nước ta cần được đầu tư và thực hiện đồng bộ, đặc biệt là tại các địa phương với du lịch phát triển. Tổ chức UNESCO công nhận Quần thể danh thắng Tràng An là Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới: hình ảnh, thương hiệu du lịch Ninh Bình trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế ngày càng lớn mạnh. Tuy nhiên, thách thức đặt ra đối với ngành du lịch Ninh Bình là cần có nguồn nhân lực (cả người quản lý lẫn hoạt động dịch vụ) có chất lượng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách. Vì vậy, bài viết tập trung vào việc đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động đào tạo của tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Du lịch, đào tạo, đào tạo nguồn nhân lực

ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động vào nhiều ngành, nhiều lĩnh vực ở nước ta. Trong đó, ngành Du lịch cũng nhanh chóng phát triển theo mô hình "du lịch thông minh". Đội ngũ nhân lực phải đảm bảo kỹ năng, nghiệp vụ và thành thạo sử dụng các phần mềm, công nghệ quản lý du lịch thông minh. Vì thế, các cơ sở đào tạo du lịch cần nhanh chóng tiếp cận và đưa các ứng dụng tiên tiến của công nghệ thông minh, trí tuệ nhân tạo vào trong giảng dạy và thực hành. Ninh Bình đang là điểm đến hấp dẫn, nằm trong top 5 địa phương có nguồn lực phát triển du lịch ở Việt Nam, nằm trong top 50 điểm đến lý tưởng năm 2018 do tạp chí Business Insider bình chọn. Năm 2020, Việt Nam chọn Ninh Bình là nơi đăng cai tổ chức sự kiện Năm du lịch quốc gia với chủ đề "Hoa Lư - Cố đô ngàn năm". Chính vì vậy, Ninh Bình đã ưu tiên cho việc đào tạo nhân lực du lịch để đảm bảo phát triển du lịch bền vững và cập nhật xu thế trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết, tác giả đã sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp thông qua các tài liệu như sách, báo, báo cáo, tạp chí chuyên ngành, kỷ yếu hội thảo có liên quan đến đào tạo nhân lực du lịch. Các số liệu được thu thập từ Báo cáo tổng kết du lịch của tỉnh Ninh Bình, trang web liên quan. Trên cơ sở dữ liệu thứ cấp thu được kết hợp với phương pháp so sánh, phân tích, diễn giải và suy luận làm rõ thực trạng đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh công nghệ 4.0. Ngoài ra, phân tích còn dựa trên kết quả phỏng vấn chuyên sâu để luận giải một số vấn đề về hoạt động đào tạo nhân lực du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH

1.1. Khái niệm nhân lực, đào tạo nhân lực, nhân lực du lịch

Khái niệm nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là một khái niệm rộng, bao gồm hai khía cạnh: Thứ nhất đó là toàn bộ sức lao động và khả năng hoạt động của lực lượng lao động xã hội, thứ hai là sức lao động, khả năng trình độ, ý thức của từng cá nhân và mối quan hệ qua lại giữa các cá nhân đó. Mặt thứ hai của nguồn nhân lực đang ngày càng được quan tâm và rất có ý nghĩa đối với sự phát triển kinh tế-xã hội và nói lên chất lượng của nguồn nhân lực.

Khái niệm đào tạo nhân lực

Theo Nguyễn Văn Điềm và Nguyễn Ngọc Quân (2007): “Đào tạo nguồn nhân lực được hiểu là các hoạt động học tập nhằm giúp người lao động có thể thực hiện hiệu quả hơn chức năng và nhiệm vụ của mình. Đó chính là quá trình học tập làm cho người lao động nắm vững hơn về công việc của mình, là những hoạt động học tập nhằm nâng cao trình độ, kỹ năng của người lao động để thực hiện nhiệm vụ lao động hiệu quả hơn”

Trong Giáo trình *Quản trị nhân lực* (2008) nêu rõ: “Đào tạo nhân viên là quá trình cung cấp các kiến thức, hoàn thiện các kỹ năng, rèn luyện các phẩm chất nghề nghiệp cho nhân viên trong khách sạn nhằm đáp ứng yêu cầu trong quá trình thực hiện công việc của họ ở cả hiện tại và tương lai”.

Khái niệm nhân lực du lịch

Nhân lực du lịch đó là lực lượng lao động trong ngành và trong cộng đồng xã hội tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào hoạt động du lịch với một năng lực tay nghề, trình độ nhận thức nhất định cùng với những phẩm chất tối thiểu về thể lực, trí tuệ, đạo đức. Chất lượng nhân lực ở đây chính là yếu tố cấu thành năng lực, phẩm chất thực tế của đội ngũ tham gia vào hoạt động du lịch đảm bảo khả năng tạo hiệu quả phát triển bền vững cho các lĩnh vực hoạt động du lịch.

Đào tạo (và đào tạo lại) về du lịch là những giải pháp nhằm trang bị, nâng cao kiến thức, kỹ năng tác nghiệp cho đội ngũ nhân lực các loại đủ năng lực, phẩm chất tham gia vào từng lĩnh vực hoạt động du lịch cụ thể.

1.2. Nội dung hoạt động đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Nội dung hoạt động đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ gồm các nội dung sau: xác định nhu cầu đào tạo, xây dựng kế hoạch đào tạo, tổ chức thực hiện đào tạo, đánh giá kết quả đào tạo

Xác định nhu cầu đào tạo sẽ gồm: Chiến lược phát triển du lịch của tỉnh, Kế hoạch nhân sự, Tiêu chuẩn thực hiện công việc, Trình độ, năng lực chuyên môn của người lao động, Nguyên vọng của người lao động. Phương pháp thường dùng để xác định nhu cầu đào tạo là phương pháp thu thập thông tin như phỏng vấn cá nhân, dùng bảng hỏi, thảo luận nhóm, quan sát nhân viên tác nghiệp....

Xây dựng kế hoạch đào tạo: xác định mục tiêu, đối tượng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho đào tạo, dự tính kinh phí đào tạo, kế hoạch chi tiết về đào tạo, kế hoạch về biện pháp giám sát đào tạo, kế hoạch về phương pháp đánh giá đào tạo

Tổ chức triển khai thực hiện đào tạo: Triển khai thực hiện đào tạo (Mời giảng viên, thông báo danh sách và tập trung người học, chuẩn bị tài liệu, chuẩn bị các điều kiện, triển khai quản lý đào tạo. Hoạt động đào tạo cho nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng 4.0 là cần nhiều kỹ năng nhận biết, giải quyết vấn đề hơn chỉ đào tạo những kiến thức chuyên sâu và hẹp, có thể được giải quyết bởi trí tuệ nhân tạo (AI). Thực tế, các công việc đơn lẻ như Lễ tân khách sạn, Hướng dẫn viên du lịch, Nhân viên bán hàng... đã được thay thế hoàn toàn bằng rô bốt; trong tương lai gần, các nghề phức tạp hơn như Phiên dịch, Tư vấn luật, Giáo viên... cũng có thể được thực hiện bởi máy móc với trí tuệ nhân tạo... Vì vậy, nhân lực cho thị trường lao động 4.0 cần nhiều hơn kiến thức chuyên ngành đơn lẻ; người học cần được trang bị kiến thức đa ngành, xuyên lĩnh vực, tư duy tích cực, kỹ năng tổng hợp...

Đánh giá kết quả đào tạo: đánh giá về mục tiêu, đánh giá kết quả đạt được, các phương pháp đánh giá: phỏng vấn, trắc nghiệm, báo cáo dưới dạng chuyên đề, dự án, xử lý các tình huống

2. THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Khái quát chung về du lịch Ninh Bình

Tỉnh Ninh Bình nằm ở phía Nam vùng đồng bằng sông Hồng, có vị trí địa lý ở vào khoảng từ 19^o50' - 20^o26' vĩ độ Bắc và từ 105^o32' - 106^o20' kinh độ Đông. Phía Bắc tỉnh Ninh Bình giáp Hà Nam; phía Đông giáp Nam Định; phía Đông Nam giáp biển Đông; phía Tây và Tây Nam giáp Thanh Hóa; phía Tây giáp Hòa Bình.

Hoạt động du lịch tiếp tục phát triển mạnh mẽ, lượt khách đến với Ninh Bình giai đoạn 2016 - 2019 tăng trưởng bình quân 5,4%/năm. 10 tháng đầu năm 2019, toàn tỉnh đón 6.850.000 lượt khách, trong đó: khách quốc tế đạt 750.000 lượt khách; Doanh thu đạt: 3.200 tỷ đồng, tăng 13,3 % so với cùng kỳ năm 2018.

Du lịch Ninh Bình đã ứng dụng công nghệ 4.0 với sự thành công đó là ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động. Cổng thông tin du lịch với địa chỉ tên miền truy cập là visitninhbinh.vn và Ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động với tên gọi là Ninh Bình Tourism. Cổng thông tin du lịch và ứng dụng du lịch thông minh hỗ trợ du khách tối đa trong trải nghiệm hành trình du lịch, có thể tra cứu bản đồ tương tác với thông tin chính xác về các địa điểm, đặt dịch vụ khách sạn, nhà hàng dễ dàng, giúp tiết kiệm thời gian và chi phí. Từ sau 2 tháng đưa vào hoạt động, hệ thống du lịch thông minh của Ninh Bình đã thu hút trên 200 đơn vị (96%) cơ sở lưu trú du lịch, dịch vụ, khách sạn, nhà hàng tại địa phương tham gia; trung bình mỗi ngày có trên 200 lượt truy cập của du khách vào hệ thống nhằm tìm kiếm thông tin du lịch. Hệ thống du lịch thông minh còn đưa ra những thống kê, báo cáo dữ liệu, thông tin của người dùng, doanh nghiệp, quản lý phân hồi, góp ý của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch, giúp cơ quan quản lý đưa ra những điều chỉnh, có chiến lược phù hợp.

2.2. Thực trạng về hoạt động đào tạo nhân lực du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Hoạt động đào tạo nhân lực du lịch được dựa trên thông tin về số lượng và chất lượng nhân lực, dưới đây là quy hoạch phát triển nhân lực du lịch:

Về yêu cầu số lượng nhân lực ngành du lịch đến năm 2020:

Bảng 2.1: Số lượng nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 – 2020

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2015	Tỉ lệ % tăng TB	Năm 2020	Tỉ lệ % tăng TB
	Tổng số	418.250	620.100	9,6	870.300	8,1
1	Theo loại lao động					
1.1	Lao động quản lý	32.500	56.100	14,5	83.300	9,7
1.2	Lao động nghiệp vụ	387.100	564.000	9,2	787.000	7,9
	1) Lễ tân	37.200	51.000	7,4	69.500	7,2
	2) Phục vụ buồng	48.800	71.500	9,3	98.000	7,4
	3) Phục vụ bàn, bar	68.400	102.400	9,9	153.000	9,8
	4) Chế biến món ăn	35.700	49.300	7,6	73.400	9,7
	5) Hướng dẫn	20.600	30.800	9,9	45.000	9,2
	6) VPDL, DL lữ hành	31.100	52.600	13,8	81.400	10,9
	7) Nhân viên khác	145.300	206.400	8,4	266.700	6,0

Nguồn: Quy hoạch Phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020

Về yêu cầu trình độ nhân lực ngành du lịch đến năm 2020:

Ninh Bình cũng nằm trong quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020, nguồn nhân lực của tỉnh về số lượng và chất lượng cũng còn nhiều bất cập, nên cần tập trung về đào tạo. Trong toàn tỉnh có hơn 5.000 lao động làm du lịch. Theo khảo sát của Sở Du lịch, trong số lao động này chỉ có khoảng 17% có trình độ đại học và sau đại học; 25% có trình độ cao đẳng, còn lại là trình độ sơ cấp và chưa qua đào tạo. Đó là số lao động mặc dù có bằng cấp nhưng chưa hẳn đã được đào tạo đúng chuyên ngành du lịch mà là chuyển từ các lĩnh vực khác sang.

Bảng 2.2: Chất lượng nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020

TT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2015	Tỉ lệ % tăng TB	Năm 2020	Tỉ lệ % tăng TB
	Tổng số	418.250	620.100	9,6	870.300	8,1
2	Theo trình độ đào tạo					
2.1	Trên đại học	1.450	2.400	13,1	3.500	9,2
2.2	Đại học, cao đẳng	53.800	82.400	10,6	113.500	7,5
2.3	Trung cấp và tương đương	78.200	115.300	9,5	174.000	10,2
2.4	Sơ cấp	98.700	151.800	10,7	231.000	10,4
2.5	Dưới sơ cấp (học nghề tại chỗ)	187.450	268.200	8,6	348.300	5,9

Nguồn: Quy hoạch Phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020

Ninh Bình hiện chưa có hệ thống đào tạo riêng, chưa có cơ sở dạy nghề du lịch. Đại học Hoa Lư mới chỉ đào tạo một số ít chuyên ngành về du lịch, đồng thời Sở cũng đã phối hợp mở các lớp bồi dưỡng tại chỗ, nhưng nguồn nhân lực đào tạo theo hình thức này sẽ hạn chế về kỹ năng làm việc và kinh nghiệm thực tế. Việc thu hút lao động được đào tạo bài bản giàu kinh nghiệm về Ninh Bình thì lại khó do các đối tượng này yêu cầu cao về mức lương, môi trường làm việc cũng như các điều kiện để phát triển năng lực bản thân.

Xác định nhu cầu đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng 4.0

Theo kế hoạch, đến năm 2025 Ninh Bình sẽ đón khoảng 9,6 triệu lượt khách du lịch, trong đó, khách quốc tế là 1 triệu lượt, còn lại là khách nội địa. Số lượng cơ sở lưu trú dự kiến cũng sẽ đạt con số trên 500, trong đó khách sạn 3-5 sao là 20 cơ sở, khách sạn 1-2 sao là 60 cơ sở. Theo đó, ngành sẽ cần khoảng 7.600 số lao động trực tiếp. Trong khi đó hiện nay, toàn tỉnh mới có hơn 5.000 lao động làm du lịch. Trên địa bàn tỉnh, du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, tăng nguồn thu ngân sách, giải quyết việc làm cho nhiều lao động. Do vậy, việc xác định nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng hàng đầu... Bên cạnh đó, để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ cơ bản ban đầu, đội ngũ lao động làm du lịch cũng xác định không ngừng phấn đấu học tập, đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực, trình độ theo hướng chuyên nghiệp.

Xây dựng kế hoạch đào tạo

Trong phương hướng phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, một trong những giải pháp tập trung chỉ đạo đó là chuẩn hoá và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch, được cụ thể tại Nghị quyết 15 của Tỉnh uỷ và Kế hoạch số 07 của UBND tỉnh. Ngành chức năng, các đơn vị liên quan đang nỗ lực tiến hành điều tra, thống kê, phân tích lao động trong ngành Du lịch, làm cơ sở xác định nhu cầu đào tạo, xây dựng kế hoạch, lộ trình đào tạo ở từng giai đoạn, trong đó chú trọng nguồn nhân lực trực tiếp, mà chủ yếu là lao động nông nghiệp chuyển đổi sang lĩnh vực du lịch. Hiện nay, Sở Du lịch Ninh Bình đang khẩn trương tập trung xây dựng kế hoạch đào tạo, hoạt động đầu tiên đang được triển khai đó là xây dựng chương trình, giáo án chung đào tạo về du lịch

Tổ chức thực hiện đào tạo

Ngành Du lịch tỉnh đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức đào tạo các khoá ngắn hạn, sơ cấp nghề ở các bộ phận và bồi dưỡng giáo dục cộng đồng cho hàng nghìn lao động tại các đơn vị, địa phương. Ngành đã được tỉnh ưu tiên dành nguồn kinh phí, ngành đã liên kết với nhiều đơn vị tổ chức đào tạo khoá đầu tiên ngành hướng dẫn viên, thuyết minh viên, nấu ăn, lễ tân... cho gần 300 người (ưu tiên những người có hộ khẩu tại Ninh Bình) tại Trường Đại học Hoa Lư, với mục tiêu cung cấp bổ sung thêm cho ngành một lực lượng lao động chính quy, bài bản, chuyên nghiệp.

Nguồn nhân lực du lịch tiếp tục được đào tạo, nâng cao chất lượng, cơ bản đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch đến Ninh Bình. Giai đoạn 2016 - 2019, Sở Du lịch đã phối hợp với các trường Đại học, Cao đẳng có chuyên ngành du lịch, các đơn vị có liên quan tổ chức 17 lớp tập huấn, bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch (quản lý, lễ tân, buồng bàn, bar...) cho gần 1.000 cán bộ, lao động làm việc tại các khu, điểm, đơn vị kinh doanh du lịch; 08 lớp bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn viên, điều hành doanh nghiệp lữ hành cho 318 học viên; 09 lớp bồi dưỡng nâng cao kỹ

năng giao tiếp ứng xử văn minh du lịch cho 2.088 người dân địa phương; tổ chức 02 Hội thi nấu ăn giỏi ngành Du lịch.

Ở Ninh Bình, cơ sở vật chất hạ tầng chưa thể đầu tư đồng bộ, đặc biệt là nguồn nhân lực du lịch còn thiếu và yếu. Hiện nay, các khách sạn, nhà hàng đang rất thiếu nhân lực, không có nhân lực kế thừa. Các sinh viên khi học xong thường muốn tìm một nơi làm việc ổn định và có thu nhập cao. Trong bối cảnh đó, xung quanh Ninh Bình các khu công nghiệp, trở thành môi trường hấp dẫn. Số lượng người lao động mong muốn sống bằng nghề du lịch cũng không nhiều. Sự phối hợp chặt chẽ với các trường đại học, cao đẳng du lịch trung ương cũng như địa phương để đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng làm du lịch, giao tiếp trong du lịch giúp các sinh viên tự tin khi làm nghề

Tỉnh Ninh Bình thường xuyên phối hợp với Ban Dân vận Tỉnh ủy, Hội Liên hiệp phụ nữ tỉnh tổ chức các hội nghị, tập huấn tuyên truyền nếp sống văn minh du lịch tới các đơn vị kinh doanh du lịch và người dân tham gia làm du lịch tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh. Ngoài ra, ngành còn thường xuyên phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức các lớp tập huấn nghiệp vụ du lịch, hướng dẫn viên, thuyết minh viên, các lớp ngoại ngữ tiếng Anh, tiếng Trung, tiếng Pháp; tổ chức các cuộc thi như thi nấu ăn, thi hướng dẫn viên, thuyết minh viên, lễ tân... cho nhân viên, cán bộ quản lý ở các Ban, trạm quản lý các khu, điểm du lịch, các nhà hàng, khách sạn trên địa bàn tỉnh. Đối với những lao động tham gia làm du lịch ở các địa phương nơi có các di tích, danh lam thắng cảnh, ngành mở các lớp bồi dưỡng kiến thức du lịch cộng đồng về xây dựng nếp sống văn minh, văn hoá trong du lịch, qua đó góp phần làm chuyển biến trong phong cách, thái độ và ý thức phục vụ khách du lịch.

Đồng thời tiếp tục tổ chức các khoá, lớp đào tạo, nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho cán bộ quản lý của ngành, cũng như người dân tham gia làm du lịch. Một số lĩnh vực thiếu nhân lực trước mắt cần phải tập trung đào tạo ngay như lễ tân, bàn, bar, kỹ thuật chế biến món ăn, thuyết minh viên, bán hàng, chụp ảnh, vận chuyển khách, thậm chí có thể lựa chọn cả phương pháp đào tạo ngắn hạn như "cầm tay chỉ việc"... Tỉnh Ninh Bình cũng luôn khuyến khích các doanh nghiệp phối hợp với các cơ quan chức năng của tỉnh trong đào tạo nguồn nhân lực.

Đánh giá kết quả đào tạo

Ngành du lịch của tỉnh đã thực hiện các bước đánh giá về mục tiêu, đánh giá kết quả đạt được, các phương pháp đánh giá dưới dạng báo cáo chuyên đề. Sau các chương trình tập huấn đào tạo do Sở Du lịch tổ chức, các phiếu lấy ý kiến về chất lượng đào tạo, chất lượng giảng viên đã được thực hiện. Các trường đào tạo du lịch trên địa bàn tỉnh dựa trên việc đánh giá kết quả chuẩn đầu ra của sinh viên để xem xét và điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp

2.3. Đánh giá chung

2.3.1. Thành công và nguyên nhân

Tỉnh Ninh Bình đã thể hiện rõ việc đề cao vai trò của đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Các hoạt động đào tạo từ các lớp đào tạo do Sở Du lịch tổ chức hoặc đào tạo trong các trường đại học trên địa bàn tỉnh. Về việc xác định nhu cầu đào tạo đã được đề cập đến trong chiến lược phát triển du lịch của tỉnh. Hoạt động xây dựng kế hoạch đào tạo đã được chú trọng, xây dựng kế hoạch ngắn hạn, dài hạn, trong từng giai đoạn cụ thể. Về tổ chức thực hiện đào tạo thì có những thành tựu đáng ghi nhận, tập trung khai thác việc đào tạo nguồn nhân lực đa ngành.

Nguyên nhân:

Hoạt động đào tạo nằm trong chủ trương, chính sách và chiến lược phát triển du lịch của Tỉnh. Sở Du lịch Ninh Bình rất chú trọng việc tổ chức các lớp đào tạo về nghiệp vụ.

Do sự đòi hỏi phát triển đồng bộ, nhu cầu của nguồn nhân lực chất lượng cao dẫn đến việc thường xuyên tổ chức đào tạo.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

So với nhu cầu phát triển của du lịch tỉnh Ninh Bình thì thực trạng nguồn nhân lực này vẫn còn nhiều bất cập. Số lượng lao động là lao động tận dụng, không chuyên nghiệp và đa phần chưa qua đào tạo. Trình độ lao động du lịch ở các bộ phận qua đào tạo mới chỉ chiếm 20-34% trong tổng số lao động. Hoạt động sản xuất, kinh doanh dịch vụ thuộc ngành du lịch phần lớn do các doanh nghiệp, cá nhân, hộ kinh doanh tổ chức theo mô hình vừa và nhỏ, chưa có đầu tư nước ngoài, hiệu quả chưa cao, mức kinh phí chi trả cho lao động thấp nên không thu hút được lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật và nghiệp vụ cao... Nhận thức của một số người sử dụng lao động còn hạn chế

nên không tạo điều kiện cho lao động tham gia các lớp bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ do ngành tổ chức. Việc đào tạo nguồn nhân lực chưa sát với nhu cầu của người sử dụng lao động mà chủ yếu đào tạo theo nhu cầu của người học. Việc học đi đôi với hành tại các cơ sở đào tạo còn hạn chế nên nhiều sinh viên ra trường làm ở các khu, điểm du lịch thiếu thực tế.

Năng lực đào tạo, dạy nghề còn nhiều hạn chế: cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị thiếu, cũ kỹ, lạc hậu; chương trình, giáo trình đang xây dựng và hoàn thiện... Nhu cầu đào tạo lại, dạy nghề lại và bồi dưỡng du lịch rất lớn, nhưng đáp ứng được ở mức thấp. Chất lượng đào tạo mới và dạy nghề chính quy chưa đảm bảo; chất lượng đào tạo lại, bồi dưỡng hạn chế, chưa theo kịp yêu cầu ngày càng cao của ngành du lịch trong tiến trình hội nhập quốc tế. Lao động phổ thông tuyen vào làm việc ở khách sạn, nhà hàng không được quan tâm đào tạo tại chỗ. Liên kết quốc tế đào tạo, dạy nghề du lịch chưa đạt hiệu quả mong muốn, tập trung khai thác vốn tài trợ, chưa chú trọng khai thác công nghệ; số lượng cơ sở đào tạo, dạy nghề du lịch liên kết quốc tế rất ít; liên kết đào tạo, dạy nghề du lịch theo nhu cầu xã hội chưa tốt; liên kết giữa Nhà nước - Nhà trường - Nhà sử dụng lao động tuy khắc phục được một số hạn chế, nhưng vẫn còn rời rạc, chưa bài bản; liên kết giữa các cơ sở đào tạo, dạy nghề chưa thường xuyên.

Nguyên nhân:

Chưa thực hiện được việc xây dựng kế hoạch đào tạo mang tính đồng bộ, áp dụng trên địa bàn toàn tỉnh.

Cơ sở vật chất còn lạc hậu, thiếu giảng viên, giáo viên và tài liệu học tập.

Lao động phần lớn là các lao động tận dụng, chưa được đào tạo hiệu quả.

3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH NINH BÌNH TRONG THỜI KÌ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

3.1. Giải pháp nhằm hoàn thiện việc xác định nhu cầu đào tạo

Các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch cần tham gia vào các tổ chức, hiệp hội du lịch trong nước và quốc tế để nắm bắt được xu thế phát triển du lịch của khu vực và thế giới. Đây cũng là một trong những cơ sở để xây dựng chiến lược đào tạo nguồn nhân lực du lịch phù hợp với từng giai đoạn phát triển, từng khu vực và trên thế giới.

Tuyên truyền nâng cao nhận thức, cập nhật phổ biến kiến thức về công nghệ 4.0 đối với đội ngũ nhân viên, cán bộ lãnh đạo ngành. Có chính sách đào tạo tài năng sáng tạo, hỗ trợ sáng tạo cá nhân, tạo cơ chế kiểm duyệt từ tiền kiểm sang hậu kiểm.

3.2. Giải pháp nhằm hoàn thiện việc xây dựng kế hoạch đào tạo

Thay đổi quan điểm, nhận thức, trách nhiệm và cơ chế, chính sách; thực hiện nghiêm túc việc đổi mới chương trình, nội dung và phương pháp đào tạo; nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên; thực hiện hiệu quả kết nối giữa 3 nhà (nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp); tiêu chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch; áp dụng cơ chế đặt thù trong đào tạo nhân lực du lịch; ứng dụng công nghệ trong hoạt động đào tạo nhân lực du lịch. Cần xây dựng cơ chế mới cho việc đào tạo theo đơn đặt hàng của các doanh nghiệp kinh doanh về du lịch.

3.3. Giải pháp nhằm hoàn thiện việc tổ chức thực hiện đào tạo

Cần thống nhất chương trình chung cho các cơ sở đào tạo; nâng cao cơ sở vật chất của cơ sở đào tạo và trình độ của giảng viên giảng dạy du lịch; tăng cường thời gian thực hành, học ngoại ngữ và tin học, thí điểm đào tạo một số ngành nghề bằng tiếng Anh để nâng cao khả năng hội nhập cho người lao động. Đặc biệt, các cơ sở đào tạo cần liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp du lịch, trong đó các doanh nghiệp nên chủ động đặt hàng cho cơ sở đào tạo, tạo điều kiện cho sinh viên thực tập tại cơ sở, từ đó triển khai việc kiểm tra tay nghề, tuyển dụng nhân viên sau khóa học. Đối với đối tượng là sinh viên được đào tạo trong trường đại học, tới giai đoạn sinh viên học các môn chuyên ngành, đặc biệt là các môn nghiệp vụ các trường được phép đào tạo theo yêu cầu của doanh nghiệp trong khuôn khổ bộ tiêu chuẩn VTOS. Đánh giá giá kết quả của sinh viên sẽ được tiến hành giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp ngay khi ký kết và tiến hành ngay việc sinh viên học tại trường và học việc thực tế tại doanh nghiệp trong thời gian hoàn tất chương trình học.

Đẩy mạnh ứng dụng thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 trong đào tạo nhân lực du lịch; tăng cường liên kết, học tập kinh nghiệm đào tạo của các trường nước ngoài; đổi mới cách thức học tiếng Anh của sinh viên các trường du lịch...

Đổi mới chương trình đào tạo marketing du lịch 4.0; tăng cường cập nhật hiểu biết và nâng cao trình độ công nghệ thông tin cho đội ngũ giảng viên để phục vụ công tác giảng dạy...

Cử nhân sự tham dự các khóa đào tạo về công nghệ như: Công nghệ Data Ware House; Công nghệ phân tích BigData; Công nghệ Trí tuệ nhân tạo AI; An ninh mạng...

Tiếng Anh là phương tiện quan trọng đầu tiên giúp chúng ta tiếp cận hiệu quả hơn với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Vì vậy, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay trên địa bàn Tỉnh Ninh Bình cần thực hiện nâng cao trình độ ngoại ngữ đầu vào và đầu ra cho sinh viên theo học ngành Du lịch. Cần thống nhất lấy khung năng lực ngoại ngữ 5 bậc (từ sơ cấp đến đại học) dùng cho Việt Nam (sau đây gọi là Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam, viết tắt: KNLNNVN) áp dụng cho các chương trình đào tạo tại các trường, cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại tỉnh Ninh Bình

Bảng 3.1: Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam

KNLNNVN		Chứng chỉ	Quy định đầu vào	Quy định đầu ra
Bậc trình độ tiếng Anh	Bậc 1	TOICE 300	Đào tạo nghề	
	Bậc 2	TOICE 350	Trung cấp	Đào tạo nghề
	Bậc 3	IELTS 3.5	Cao đẳng	Trung cấp
	Bậc 4	IELTS 4.5	Đại học	Cao đẳng
	Bậc 5	IELTS 5.5		Đại học

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Sự thống nhất này sẽ tạo ra sự đồng bộ, công bằng giữa các cơ sở đào tạo trong vấn đề tuyển sinh đầu vào đảm bảo chất lượng tiếng Anh đầu ra.

Xây dựng quy định về điều kiện cơ sở thực hành áp dụng cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Ninh Bình

Các cơ sở đào tạo cần đồng bộ trong việc trang bị phòng thực hành cùng với các phần mềm quản lý, ứng dụng công nghệ thông minh vào giảng dạy các môn chuyên ngành. Để thực hiện giải pháp này, mỗi phân ngành cần ký liên kết với các doanh nghiệp để được phép trang bị phần mềm tương tự đối với doanh nghiệp, giúp người học nhanh chóng bắt nhịp khi học tập thực tế, thực tập và làm việc khi ra trường.

Xây dựng quy định về chất lượng giảng viên áp dụng cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Ninh Bình. Cần quy định các giảng viên tham gia giảng dạy tại các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch phải có chứng chỉ nghề du lịch Việt Nam, đặc biệt là các giảng viên tham gia giảng dạy các môn nghiệp vụ, hướng dẫn thực hành theo hai phân ngành Lưu trú và Lữ hành.

Áp dụng thống nhất về đề cương, bài giảng theo bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch VTOS và bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia cho các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Ninh Bình. Xây dựng giờ học tại trường và giờ thực hành làm việc thực tế tại các doanh nghiệp kinh doanh du lịch song song với nhau là yếu tố rất quan trọng giúp sinh viên nắm chắc được kiến thức và kỹ năng làm việc thực tế được hoàn thiện. Tuy nhiên, hiện nay hầu như toàn bộ các cơ sở đào tạo du lịch không quan tâm và không có tiêu chí để đánh giá được chất lượng sinh viên thực hiện giờ học thực tế.

Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc cho đội ngũ lao động làm việc trong ngành du lịch tại tỉnh Ninh Bình để đáp ứng được yêu cầu mới về sự phát triển của ngành, đáp ứng tốt nhất mọi nhu cầu của du khách. Đặc biệt cần đẩy mạnh việc đào tạo và sử dụng người dân địa phương trong các hoạt động du lịch tại địa phương để thu hút thêm sự chú ý của du khách. Đội ngũ nhân lực có chất lượng cao là điều kiện quan trọng cho sự phát triển du lịch của tỉnh Ninh Bình trong thời gian tới, dưới sự tác động của cách mạng công nghệ 4.0.

3.4. Giải pháp nhằm hoàn thiện việc đánh giá kết quả đào tạo

Cần xây dựng ngay quy định cụ thể về việc đánh giá bằng điểm đối với giờ học thực tế trong tổng thể điểm hoàn thành môn học. Quá trình đào tạo tại trường và quá trình sinh viên thực hiện giờ học thực tế cần thực hiện song song. Để giải quyết vấn đề này cần có một chương trình điều tra, đánh giá bài bản chi tiết về số lượng, chất lượng cơ cấu nguồn nhân lực du lịch hiện có. Trên cơ sở đó định hướng công tác tuyển dụng, đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực cho phù hợp. Bên cạnh đó, tỉnh cũng cần nghiên cứu ban hành các chính sách thu hút đầu tư, tạo điều kiện 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 liên kết giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp kinh doanh du lịch, để tạo ra những chương trình thực tập, kiến tập bổ sung kiến thức thực tế cho sinh viên nhiều hơn nhằm chuẩn bị tốt nhất cho quá trình hội nhập của sinh viên khi làm việc tại doanh nghiệp. Khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo điều kiện để các tổ chức, đơn vị có thể tham gia góp vốn, góp kiến thức, kinh nghiệm cho công tác đào tạo nhân lực; thu hút doanh nghiệp tham gia vào xây dựng tiêu chuẩn kỹ năng nghề và chương trình, giáo trình đào tạo du lịch. Thường xuyên quan tâm tổ chức các lớp bồi dưỡng, đào tạo, đào tạo lại theo kiểu “mưa dầm thấm lâu” nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ cho cán bộ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các đơn vị kinh doanh du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ trong việc đào tạo du lịch hệ từ xa, đào tạo trực tuyến, định hướng tiếp cận các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới

KẾT LUẬN

Nhân lực là nhân tố chủ chốt của sự phát triển, đặc biệt là trong thời đại kỹ thuật số hiện nay. Sự phát triển của khoa học và công nghệ thông tin đang đặt ra các yêu cầu mới và tạo ra những điều kiện mới cho phát triển của con người trong cuộc sống, mà còn kết nối tất cả mọi người trên thế giới lại gần nhau hơn. Từ đó khuyến khích các cá nhân khẳng định sự sáng tạo cá nhân và giá trị của họ. Đặc thù của ngành du lịch trong quá trình đào tạo cần gắn lý thuyết với thực hành để người lao động có sự gắn kết với thực tế, nhưng các cơ sở đào tạo thường thiếu trang thiết bị chất lượng lao động. Nhân lực du lịch là phải có kỹ năng nghiệp vụ để phục vụ du khách với tâm lý, nhu cầu, ngôn ngữ văn hóa... rất khác nhau. Những kiến thức, phong cách và kỹ năng lao động phải được du khách thừa nhận, phải thường xuyên thay đổi theo sự biến động của thị trường, sự thay đổi của quy trình công nghiệp phục vụ, sự xuất hiện những ngành nghề mới. Vì vậy hoạt động đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 luôn là vấn đề được ưu tiên và rất quan trọng cho sự phát triển của ngành du lịch

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Thùy Dương, Hoàng Văn Hải (2008), *Giáo trình Quản trị nhân lực*, NXB Thống kê.
2. Vũ Hoàng Ngân, Phạm Thị Bích Ngọc (2019), *Giáo trình Phát triển nguồn nhân lực*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
3. Kỷ yếu hội thảo quốc gia của Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu (2018), *Phát triển du lịch trong cách mạng công nghệ 4.0*, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Quốc Hội nước CHXHCN Việt Nam, *Luật Du lịch* (2017), NXB Chính trị Quốc gia.
5. Lưu Trọng Tuấn (2014), *Quản trị nguồn nhân lực ngành khách sạn*, NXB Lao động - Xã hội.
6. Tổng cục Du lịch (2012), *Chiến lược phát triển của ngành Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
7. Sở Du lịch Ninh Bình, *Báo cáo tổng kết du lịch của tỉnh Ninh Bình năm 2018*.
8. Các website: <https://sodulich.ninhbinh.gov.vn/>, <http://bnews.vn/apec-2017,...>

CÁC QUAN HỆ HỮU CƠ TRONG ĐÀO TẠO VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH BỀN VỮNG HIỆN NAY

TS. Đỗ Hải Yến

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra nền tảng tích hợp cao độ, kết nối các hệ thống trong và ngoài ngành du lịch, làm thay đổi cục diện của ngành nói chung và những biến đổi trong cơ chế đào tạo nhân lực du lịch. Từ đó đặt ra đòi hỏi cho các cơ sở đào tạo, các nhà quản lý những yêu cầu để phát triển; một trong những yêu cầu trong phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hiện nay là việc xác định và điều tiết hiệu quả vai trò của các nhân lực liên quan: “Gia đình - người học - nhà trường - doanh nghiệp - giảng viên chuyên ngành (chuyên gia) - thị trường lao động du lịch”. Dựa vào phương pháp điều tra xã hội học, hệ thống hóa và phỏng vấn chuyên gia. Bài viết này sẽ làm sáng tỏ vai trò, nhu cầu các nhân lực du lịch liên quan, những khó khăn và giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch trong bối cảnh đào tạo du lịch hiện nay.

Từ khóa: Nguồn nhân lực du lịch; phát triển nguồn nhân lực du lịch bền vững; quan hệ hữu cơ trong đào tạo du lịch.

1. THỰC TRẠNG, VAI TRÒ CỦA NHÂN LỰC TRONG TRONG ĐÀO TẠO HIỆN NAY

Theo nghị quyết 08 về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngày 16-01-2017 đã nêu chiến lược phát triển du lịch Việt Nam là “đến năm 2020 cơ bản trở thành ngành công nghiệp mũi nhọn”. Thu hút 17 - 20 triệu lượt khách quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa, đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỉ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD, tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu lao động trực tiếp. Phấn đấu đến năm 2030 du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, liên ngành với các ngành kinh tế khác, Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á... Tuy nhiên, theo thống kê của Tổng cục Du lịch (2019) về một trong những vấn đề nhân lực bền vững của ngành du lịch hiện nay: Cả nước có trên 1,3 triệu lao động, chiếm 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ 42% được đào tạo đúng chuyên ngành du lịch, 38% được đào tạo từ các chuyên ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Thực tế đó cũng đòi hỏi việc xác định được các vấn đề liên quan đến phát triển nguồn nhân lực, các đối tác liên quan, những khó khăn đang tồn tại, các giải pháp nhằm giải quyết các vấn đề trong đào tạo du lịch bền vững trong bối cảnh đào tạo hiện nay.

2. QUAN HỆ HỮU CƠ CỦA “GIA ĐÌNH - NGƯỜI HỌC - NHÀ TRƯỜNG - DOANH NGHIỆP - GIẢNG VIÊN CHUYÊN NGÀNH (CHUYÊN GIA - THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG DU LỊCH)”

2.1. Nhà trường với gia đình - người học và thị trường lao động, xã hội

Có thể thấy, quan hệ giữa các đối tượng liên quan đến phát triển nguồn nhân lực du lịch bền vững: Gia đình - người học - nhà trường - doanh nghiệp - giảng viên chuyên ngành (chuyên gia) với thị trường lao động trong bối cảnh hiện nay có quan hệ gắn bó hữu cơ và quan trọng. Có thể quan niệm nhà trường trong bối cảnh đào tạo hiện nay giống như một doanh nghiệp hoạt động, mà cần giải quyết được hai bài toán cung và cầu:

Đối tác có khả năng cung ứng nguồn nhân lực (đầu vào) để duy trì doanh nghiệp nhà trường là gia đình và người học và “đầu ra” của Nhà trường: cũng cần đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội. Nhà trường có thương hiệu cao thì người học càng tham gia thi và xét tuyển đông, cơ hội có sinh viên ghi danh tuyển sinh nhiều; ngược lại nhà trường có uy tín đào tạo hay ngành học không hấp dẫn, thì lượng sinh viên mong muốn dự tuyển thấp.

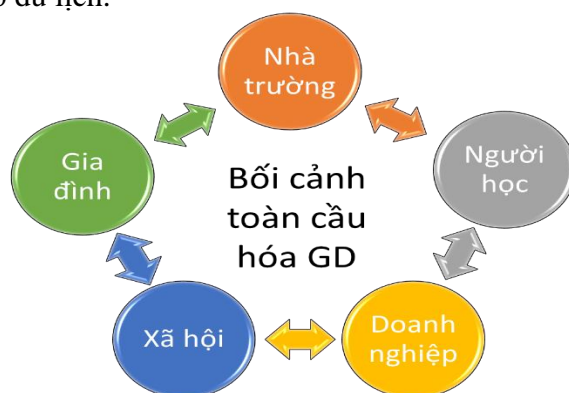
Hiện tại, theo thống kê của tổng cục du lịch, hiện nay cả nước có 346 cơ sở đào tạo về du lịch các cấp từ sơ cấp đến bậc đại học. Riêng tại TP. Hồ Chí Minh, hiện có 63 cơ sở đào tạo du lịch (với 24 trường Đại học, 20 trường Cao đẳng và 19 trường Trung cấp) cung cấp khoảng 3.000 lao động hàng năm cho cả nước [3], Tuy nhiên, cũng tồn tại thực trạng: Lao động du lịch sau khi tốt nghiệp từ nhà trường, có khả năng sử dụng ngoại ngữ để làm việc trong du lịch thời kỳ hội nhập 4.0

cũng chiếm tỉ trọng chưa cao: 60% lao động biết sử dụng ngoại ngữ, trong đó tiếng Anh chiếm 42%, còn lại là tiếng Trung (5%), tiếng Pháp: 4%. Theo thông tin cập nhật từ những ngày gần đây trong ngành du lịch: Tiếng Hàn đang rơi vào tiếng hiếm để phục vụ cho lượng khách Hàn, do lượng khách du lịch Hàn Quốc sang du lịch Việt Nam đang khá đông đảo. Số lượng lao động có khả năng sử dụng thành thạo ngoại ngữ còn chiếm tỉ trọng thấp: khoảng 15%, chủ yếu tập trung ở bộ phận hướng dẫn du lịch và lễ tân khách sạn. Điều đó chứng tỏ, việc đào tạo người làm du lịch có năng lực sử dụng ngoại ngữ sau khi ra trường vẫn chưa thực sự hiệu quả.

Bên cạnh đó, một vấn đề mang tính thời sự khó khăn trong việc đào tạo nhân lực du lịch hiện nay là: Tình trạng mở cửa và quan điểm “coi đào tạo du lịch như một ngành kinh tế” nên việc kiểm soát năng lực đào tạo của giáo viên chuyên ngành du lịch - cả lượng và chất còn nhiều lỗ hổng trong đào tạo. Hòa theo xu hướng của thị trường, nhiều trường mở và đón sinh viên vào quá đông. Đơn cử: Tại khoa Du lịch, ĐH... năm 2019 tuyển được hơn 500 chỉ tiêu, trong khi lượng giáo viên dạy chưa đảm bảo, dẫn đến tình trạng giảng viên chuyên ngành kiêm nhiệm quá nhiều giờ giảng/tháng. Tình trạng này ở nhiều cơ sở đào tạo du lịch hiện nay cũng phổ biến, khi nhiều giảng viên trái ngành nghề cũng tham gia dạy du lịch, trong khi để trở thành giảng viên dạy nghề du lịch - lẽ ra cần điều kiện đúng ngành nghề đào tạo, trải nghiệm, kinh nghiệm nhất định thì tình trạng này lại lại thiếu; từ đó chất lượng sinh viên ra trường chuyên ngành du lịch vẫn chưa cao. Theo anh H (Công ty lữ hành và du lịch Buffalo, 2018): “Sau khi nhận sinh viên nhiều trường ĐH có đào tạo về Du lịch, chúng tôi thường phải đào tạo lại...”

Tại khoa du lịch, trường ĐH... Do tình trạng tuyển sinh ồ ạt, quá đông, dẫn đến tình trạng tuyển sinh quá tải trong đào tạo với nhiều giảng viên chuyên ngành, trong khi cơ sở hạ tầng dạy học không đảm bảo. Sinh viên quá tải về môn học, việc quá đông sinh viên cũng khiến trùng các giờ dạy học nhiều, phải liên kết đào tạo với nhiều giảng viên lệch mã ngành, dẫn đến chất lượng thực hành chuyên ngành cho sinh viên không đảm bảo. Nhiều sinh viên kêu tình trạng chông chéo giờ học. Có những kỳ học sinh viên lên lớp, do lượng giảng viên không đủ, việc sắp xếp giờ học cho lượng sinh viên quá đông, khi tuyển sinh ồ ạt nên còn chưa hợp lý.

Trong mối quan hệ giữa nhà trường với doanh nghiệp du lịch ngoài thị trường cũng tồn tại mối quan hệ hữu cơ vô hình khi: Ngành học và nhà trường cần có cơ chế đáp ứng cầu nhân lực của doanh nghiệp du lịch, đơn vị đào tạo cần xây dựng cho sinh viên những “chiếc cầu” tới doanh nghiệp, đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực thì cơ hội để sinh viên có khả năng ra trường, đạt được những vị trí công việc cao, trong các doanh nghiệp có thương hiệu cũng thấp hơn những trường có quan hệ với doanh nghiệp thường xuyên, đặc biệt là quan hệ tương tác chuyên ngành với các doanh nghiệp du lịch.



Hình 1: Quan hệ hữu cơ của các nhân lực liên quan trong đào tạo

Nguồn: Tác giả, 2018

2.2. Gia đình, người học - Nhà trường có đào tạo về du lịch

Qua tư liệu thống kê điều tra xã hội học của tác giả [5] tại nhiều gia đình, trong giai đoạn ghi tên cho con dự tuyển vào các trường có ngành học du lịch: Hiện nay, các gia đình có xu hướng “thực tế hóa” hơn việc lựa chọn ngành học cho con em mình. Khi quyết định cho con theo học trường/ ngành học nào, các gia đình có xu hướng tìm những ngành đào tạo “dễ xin việc” - mà ngành du lịch là ngành đạt tiêu chí đó, bên cạnh đó, các gia đình cũng quan tâm tới việc nghề học “có thu

nhập cao hơn”, “học phí và các khoản thu chi hợp lý” - từ đó, họ sẽ quyết định chọn ngành và trường Đại học hay cao đẳng nghề du lịch nào cho con em mình.

Xuất phát từ thực trạng đó, giải pháp tăng cường hiệu quả chất lượng đào tạo là sự đáp ứng được nguyện vọng của các gia đình trước quyết định chọn trường đào tạo về du lịch, chọn ngành học cho người học tương lai. Để thu hút được người học nhiều hơn, các trường nghề và các ngành đào tạo nghề du lịch hiện nay cần giải được bài toán “việc làm sau khi ra trường” cho sinh viên và cho nguyện vọng của các gia đình. Bên cạnh đó, theo thống kê từ thực trạng đào tạo của nhiều trường Đại học và cao đẳng: tỉ lệ sinh viên sau khi ghi tên nhập học những năm đầu tiên, họ vẫn có thể thôi học hay chuyển trường chiếm một tỉ trọng lớn, do nhiều nguyên nhân khác nhau. Từ đó cho thấy, để giữ được sự ổn định trong lượng sinh viên đầu vào cơ sở đào tạo, một trong những vấn đề các trường đào tạo du lịch cũng cần quan tâm hơn đó là: Duy trì một quan hệ thường xuyên nhất định với gia đình, người học; lắng nghe đòi hỏi về nghiệp vụ của người tuyển dụng để trang bị cho sinh viên mình các kiến thức nghiệp vụ sau khi ra trường. Đó cũng là một trong những vấn đề cần quan tâm hơn để hướng tới mục tiêu tuyển sinh và đào tạo bền vững nhân lực du lịch với các khoa và trường Đại học có đào tạo về du lịch.

2.3. Doanh nghiệp (chuyên gia) trong đào tạo du lịch

Theo tư liệu phỏng vấn sâu đại diện doanh nghiệp du lịch của tác giả về vấn đề này, theo chị NQP (Viettravel, HN, 2018): “Trên thực tế tuyển dụng của công ty chúng tôi, mặc dù tuyển dụng nhân sự từ nhiều cơ sở đào tạo có uy tín trong trường Đại học, nhưng khi nhận nhân sự về rồi, chúng tôi vẫn phải đào tạo lại và đào tạo thêm nhiều do nhiều cơ sở đào tạo còn nặng về lý thuyết, khả năng thực hành không cao. Từ đó chúng tôi cũng sẵn sàng cùng nhà trường đào tạo nhân lực du lịch có năng lực thực hành ngay từ khi ngồi trên ghế nhà trường vào thời gian thấp điểm du lịch”. Trên thực tế ngành du lịch hiện nay, hưởng ứng xu hướng “cùng đào tạo về du lịch” trong trường Đại học cùng với nhà trường đào tạo. Các doanh nghiệp du lịch khá hưởng ứng nhiệt tình phong trào này, từ đó ở trong ngành du lịch, tại các trường có đào tạo du lịch, tiên phong là khoa Du lịch, Đại học KHXH&NV HN, thường xuyên có các buổi tọa đàm, mời cựu sinh viên thành đạt của khoa hay người giỏi nghề từ doanh nghiệp về dạy cho sinh viên với tư cách “chuyên gia”, các doanh nghiệp cũng sẵn sàng hưởng ứng vào các thời gian thấp điểm khách du lịch.

Tuy nhiên, trong vấn đề thanh toán cho các chuyên gia cùng về hỗ trợ giảng viên dạy các môn chuyên ngành hay trợ giảng còn eo hẹp, từ đó dẫn tới việc trong thanh toán, có khi giảng viên và sinh viên phải cùng đóng góp để hỗ trợ kinh phí cho các giờ giảng có yếu tố chuyên gia cùng tham gia giảng dạy. Và như vậy, tình trạng đồng lương giảng viên chuyên ngành vốn đã thấp, lại “chia năm xẻ bảy” để đạt mục tiêu đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao, xét trong bối cảnh phát triển nhân lực du lịch bền vững, cũng tiềm ẩn những vấn đề bất cập.

Bên cạnh đó, ở một số cơ sở có đào tạo về du lịch, vấn đề mời chuyên gia cùng tham gia đào tạo cũng được quan tâm, tuy nhiên để được coi là “chuyên gia” cũng là một vấn đề chưa rõ ràng về mặt pháp lý trong đào tạo du lịch, do vậy cũng khó khăn; từ đó dẫn tới rào cản nào về thủ tục lên lớp cho những người giỏi nghề ngoài doanh nghiệp để họ được phép lên lớp truyền giảng cho sinh viên vì hầu như các hướng dẫn viên du lịch quốc tế, các hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp hầu như chưa có chứng chỉ nghiệp vụ sư phạm... Một thiếu sót ở một “cơ sở đào tạo rất thương mại về du lịch” (xin giấu tên), có cơ sở còn lợi dụng việc “mời chuyên gia du lịch giá cao”, từ đó lợi dụng để thu tiền sinh viên giá cao trong đào tạo. Rõ ràng, việc khẩn thiết có một chế tài minh bạch, nhưng hỗ trợ khách quan cho giảng viên để vai trò của chuyên gia cùng tham gia đào tạo chuyên ngành với nhà trường là việc cần thiết, nhưng cũng cần rõ ràng trong giai đoạn quy chế đào tạo nhân lực du lịch hiện nay.

Mặt trái của xu hướng “nhà nhà làm du lịch” cũng là sự thiếu nhân sự là giảng viên có chuyên ngành, giảng viên chuyên ngành bị quá tải giờ lên lớp, ở nhiều cơ sở uy tín vì vậy nảy sinh tâm lý “đào tạo cho xong” của giáo viên ở những cơ sở đào tạo, trường Đại học có nhiều sinh viên, học viên tham gia đang là một trong những vấn đề xã hội của ngành du lịch chưa giải quyết được trong quan hệ nhân lực du lịch trong đào tạo hiện nay.

3. NHỮNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH BỀN VỮNG TRONG ĐÀO TẠO HIỆN NAY

3.1. Đối với cơ quan quản lý đào tạo

Việc gia tăng lượng sinh viên ghi tên vào ngành học du lịch là một thực trạng đáng mừng trong xu thế phát triển đào tạo du lịch hiện nay, nhưng việc duy trì và có sự phát triển đào tạo nhân lực du lịch bền vững lại là mục tiêu sâu xa và bền vững hơn với vấn đề phát triển nhân lực du lịch bền vững. Từ đó, nên chăng, các cơ quan quản lý hữu quan cần quan tâm hơn tới việc kiểm tra và quản lý các điều kiện nhân lực có khả năng đào tạo (về cả lượng và chất) cùng các cơ sở vật chất chuyên ngành trước khi xét duyệt lượng sinh viên cho phép cơ sở hay trường Đại học tuyển sinh. Tránh việc tuyển sinh ồ ạt, khiến chất lượng học không đảm bảo và sự quá tải cho giảng viên chuyên ngành. Cần bổ sung chế tài kiểm tra với các cơ sở không đủ giảng viên chuyên ngành cơ hữu - có khả năng đảm nhiệm giờ dạy ổn định, thay vì “mời giảng” - với lượng giảng viên chuyên ngành không ổn định tại nhiều cơ sở đào tạo đang thực hiện hiện nay. Gia tăng quyền được nhận và từ chối số lượng tiết/ học phần tự nguyện giảng viên cuối năm trong điều kiện số lượng được phép tuyển sinh vào chuyên ngành của cơ sở đào tạo với giảng viên cũng cần được thực hiện nghiêm khắc ở nhiều cơ sở đào tạo. Để đảm bảo chất lượng và số lượng tuyển sinh ngành đảm bảo. Tránh tình trạng “ép giảng” ở nhiều cơ sở đào tạo, khi phân công quá nhiều giờ cho giảng viên chuyên ngành, sẽ hạn chế khả năng phát triển chuyên môn và nghiên cứu khoa học về sau cho giảng viên chuyên ngành có trình độ.

3.2. Giải pháp với quan hệ Nhà trường với doanh nghiệp trong mục tiêu cùng đào tạo chất lượng nguồn nhân lực du lịch

Ở nhiều trường Đại học có uy tín trên thế giới, việc mời các chuyên gia, người đang giỏi nghề tại các doanh nghiệp về giảng dạy một chuyên đề hay “nói chuyện”, dạy học cho các sinh viên của các ngành, các trường đào tạo không còn là việc hiếm thấy. Ở trong nước, Khoa Du lịch, Đại học KHXH & NV HN cũng đang phổ cập phương pháp này trong đào tạo thí điểm. Mô hình đào tạo kết hợp với thị trường này khá hiệu quả, giúp sinh viên có kiến thức thực tế, giỏi lên nhanh, lại xây dựng được quan hệ cho giảng viên - sinh viên - thị trường lao động ngay sau khi ra trường. Thậm chí là tổ chức cho sinh viên chuyên ngành du lịch thi tại điểm (một số môn trong ngành sự kiện du lịch). Trên thực tế, nhờ thực hiện điều này mà tỉ lệ ra trường, có việc làm ngay của sinh viên du lịch, ĐH KHXH & NV luôn đạt 100% sau khi tốt nghiệp. Một số trường ĐH có hợp tác với doanh nghiệp khá mạnh trong việc liên kết thực hành thực tập trong nước và quốc tế khác có thể kể đến như: Khoa Du lịch, ĐH CN Hà Nội với việc cử sinh viên đi Nhật thực tập; Khoa Du lịch, ĐH Thương Mại với việc kí thỏa thuận với các đối tác thuộc tập đoàn Vingroup; Khoa Du lịch ĐH Thủ Đô với việc kí hợp tác cùng hỗ trợ đào tạo với các doanh nghiệp du lịch trên thị trường Hà Nội.

Mối quan hệ hữu cơ giữa: “Nhà trường - người học - gia đình - doanh nghiệp” trong mục tiêu nâng cao hiệu quả tuyển sinh các ngành đào tạo đặt trong bối cảnh toàn cầu hóa giáo dục hiện đại hơn. Cụ thể: Như đã nêu trên, việc trao đổi giáo viên, sinh viên các ngành đào tạo và trường đào tạo phù hợp trên thế giới ở các trường nghề đã được thực hiện từ rất lâu (Cao đẳng Du lịch Hà Nội với các thỏa thuận công nhận tay nghề và các cuộc thi tay nghề du lịch ASEAN), tuy nhiên trong được đẩy mạnh sự quan tâm và thực hiện trong những năm gần đây. Với ngành đào tạo mới là hướng dẫn du lịch là chưa được thực hiện. Đây là một việc làm thiết thực và đem lại lợi ích lớn cho ngành đào tạo trong nhà trường bởi nó mở ra các cơ hội hợp tác và phát triển trên thế giới, trên một phạm vi rộng hơn.

3.3. Xây dựng quan hệ gắn kết thường xuyên giữa các nhân lực hữu cơ với việc mục tiêu đào tạo nhân lực chất lượng cao trong nhà trường

Tại một số trường Đại học và doanh nghiệp tiên tiến, có cách đào tạo rất nhân văn nhưng lại đáp ứng kịp thời nhu cầu của gia đình và xã hội trong việc giải quyết vấn đề quan hệ hữu cơ giữa nhà trường với gia đình, có thể kể đến trường Đại học FPT với ngày tri ân, mời ăn trưa và gặp mặt phụ huynh để sinh viên có cơ hội được bày tỏ lòng biết ơn đến gia đình và nhà trường; về phía nhà trường có thể trực tiếp lắng nghe các nguyện vọng của gia đình và xã hội; hay với tập đoàn công nghiệp Viettel: Gửi thư cảm ơn phụ huynh và thư mời phụ huynh của sinh viên tham dự hội thảo để lắng nghe và nâng cao chất lượng đào tạo, từ phía “gia đình”, từ đó kịp thời điều chỉnh cơ chế,

chính sách theo nguyện vọng của gia đình và xu thế phát triển xã hội. Trong các trường đào tạo du lịch, vai trò của “giáo viên chủ nhiệm ở trường Đại học” cần được nâng cao hơn nữa trong việc đại diện và duy trì quan hệ với các phụ huynh học sinh, để kịp thời điều chỉnh và động viên sinh viên với các vấn đề liên quan đến đào tạo và nề nếp để hướng tới mục tiêu phát triển đào tạo nguồn nhân lực du lịch bền vững.

3.4. Xây dựng và phát triển đội ngũ cán bộ quản lý và giáo viên chuyên ngành

Trong bối cảnh mới, đội ngũ Cán bộ giáo viên (CBGV) chuyên ngành du lịch cần có những năng lực mới, năng lực 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 khác. Trong đó, vì du lịch là một nghề có tính chất xã hội và đòi hỏi kinh nghiệm thực tế cao, nên cần chú trọng công tác này trong việc tiếp nhận giảng viên chuyên ngành và đào tạo để giảng viên cũ có kiến thức và khả năng thực tế chuyên ngành để dạy cho sinh viên.

- Cần thực hiện việc rà soát tổng thể đội ngũ CBGV để xây dựng kế hoạch nhân sự đáp ứng yêu cầu chuẩn hóa đội ngũ lao động và xây dựng lộ trình chuẩn hóa. Đội ngũ CBGV chuyên ngành phải đủ số lượng, phù hợp về cơ cấu và đảm bảo chất lượng để đảm bảo đáp ứng mục tiêu đào tạo nghề của nhà trường; Cần có cơ chế sàng lọc, đánh giá CBGV để có được những CBGV đáp ứng yêu cầu. Đào tạo lại, bố trí lại các vị trí lao động phù hợp với năng lực và chuyên môn. Thường xuyên tạo điều kiện cho giảng viên duy trì hoặc nâng cao trình độ ngoại ngữ, khả năng tin học và khả năng nghiên cứu khoa học trên thị trường quốc tế.

Đối với GV dạy thực hành nghề hướng dẫn du lịch (HDDL): Quy định hiện hành là phải có chứng chỉ kỹ năng nghề quốc gia Bạc 3 hoặc điều kiện khác tương đương. Hiện nay nghề HDVDL (hướng dẫn du lịch) chưa có quy định và áp dụng chính thức về khung bậc nghề quốc gia, do vậy trong bối cảnh hiện nay tác giả đề xuất người dạy cần có Thẻ hướng dẫn viên du lịch, hoặc có kinh nghiệm thực tế tại Doanh nghiệp du lịch (DNDL), hoặc chứng chỉ VTOS về nghề HDDL, về đào tạo nghề HDDL; Đào tạo, rèn luyện đội ngũ giảng viên chuyên ngành bằng hình thức yêu cầu đi làm thực tế tại DNDL. Cụ thể: Yêu cầu GV dạy nghiệp vụ phải có kinh nghiệm thực tế; mỗi năm có ít nhất 15 ngày làm việc tại các DNDL do Nhà trường chỉ định, thực hiện hướng dẫn du lịch cho 1 tour out bound, 2 tour nội địa, có đánh giá của khách du lịch và xác nhận của DNDL. Ngoài GV giảng dạy chuyên ngành HDDL, tiến tới yêu cầu tất cả đội ngũ GV tham gia giảng dạy nghề HDDL, bao gồm cả GV ngoại ngữ, các môn cơ bản đều phải trải qua thực tế tại DNDL, để họ có thể gắn được nội dung chuyên môn của bài giảng với yêu cầu của lĩnh vực du lịch;

- Đối với những GV giỏi, người có trình độ kỹ năng nghề cao, có thành tích tốt trong các hội thi giáo viên giỏi, trong huấn luyện thí sinh dự thi tay nghề; người có thâm niên cần có cơ chế ứng xử, đãi ngộ xứng đáng cả về vật chất, điều kiện và môi trường làm việc;

- Xây dựng nội dung, chương trình đào tạo, bồi dưỡng Cán bộ giảng viên (CBGV); Đào tạo, bồi dưỡng GV theo chuẩn nghề quốc gia gắn với nhu cầu hội nhập khu vực ASEAN và quốc tế;

- Thông qua các chương trình hợp tác song phương, liên kết đào tạo để trao đổi CBGV với các cơ sở giáo dục nghề nghiệp (CSGDNN) trong nước và quốc tế để cọ sát, học tập kinh nghiệm, nâng cao kiến thức và kỹ năng tay nghề trong lĩnh vực đào tạo nghề, tiếp cận các phương pháp dạy nghề tiên tiến;

- Tham gia tích cực và hiệu quả các Hội thi Nhà giáo giáo dục nghề nghiệp giỏi để Giảng viên (GV) dạy nghề có điều kiện nghiên cứu, phát triển những ý tưởng, sáng kiến về kỹ thuật tay nghề để thể hiện hết các kiến thức chuyên môn, tay nghề, kinh nghiệm trong công tác giảng dạy. Đây cũng là cơ hội GV tự rèn luyện và đánh giá bản thân, học hỏi kinh nghiệm từ đồng nghiệp;

- Xây dựng cơ chế phù hợp với đội ngũ chuyên gia là các nhà quản lý DNLH, các cán bộ điều hành và HDVDL có kinh nghiệm đến từ các DNDL đối tác của Nhà trường để tạo ra cơ chế chính thức và phổ cập các cơ chế đào tạo nhân lực du lịch bền vững.

3.5. Hoàn thiện phương pháp giảng dạy các môn chuyên ngành theo xu thế công nghệ số và nhu cầu xã hội

Đào tạo nhân lực thực hành chuyên ngành du lịch do đặc thù ngành nên phải đi lại rất nhiều, tuy nhiên với ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ VR và AI hiện nay, trên thế giới có xây dựng nhiều phòng học thông minh để dạy các môn chuyên ngành khá tốt. 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.

Cần theo xu hướng thực chất của đào tạo thế giới hiện nay: Khi công nghệ số và việc truy cập các thông tin liên quan đến ngành, nghề đã trở lên nhanh và phổ biến với mỗi cá nhân, việc dạy học của giảng viên cần hướng tới các phương pháp mở, “lấy người học làm trung tâm”- trong mục tiêu: giảm lượng kiến thức chủ quan trong sách vở mà giảng viên cần truyền đạt cho sinh viên cách khai thác tài liệu trực tuyến, cách tổ chức và thực hiện các kỹ năng nghề chính; trên nền đó sáng tạo ra những cách thức làm du lịch mới nhưng vẫn theo chuẩn nghề- kết hợp với các chuyên gia trên thị trường du lịch để cùng giảng dạy và đánh giá tay nghề du lịch trong thực tiễn. Cách học này sẽ khiến sinh viên tiến bộ rất nhanh vì được học những công nghệ, thông tin mới nhất, người truyền giảng lại là những chuyên gia trên thị trường du lịch và người đánh giá cũng chính là những người sử dụng nhân lực du lịch trong tương lai.

Khoa Du lịch, Đại học KHXH &NV HN đơn vị tiên phong cho việc vận dụng các phương pháp giảng dạy này. Đơn cử: Trong các môn học chuyên ngành, Khoa Du lịch, ĐHKHXH &NV thường xuyên mời các diễn giả là những người đang thành công trong nghề về dạy cho sinh viên cách làm nghề, trao đổi nghề; giảng viên ở đây đóng vai trò kết nối giữa nhà trường và doanh nghiệp trực tiếp trong môn học để hỗ trợ người học. Một số môn đang dạy trong Khoa Du lịch, ĐHKHXH &NV còn tổ chức thi tại chính các doanh nghiệp và cơ sở thực hành nghề trên thị trường, trong đó giảng viên và chuyên gia đóng vai trò thẩm định, đánh giá tại chỗ. Do đó rất tạo cảm hứng cho người học, tính thực tiễn và xây dựng quan hệ cho người học ngay từ khi ngồi trên ghế nhà trường.

Với giờ giảng Thực hành Nghiệp vụ HDDL: Việc giảng dạy nội dung Thực hành Nghiệp vụ HDDL cần được căn cứ theo các tuyến điểm du lịch trong CTĐT để có phương pháp dạy thực địa thích hợp với điều kiện đặc thù của mỗi tuyến điểm.

Với dạy học ngoại ngữ: Cần tiến hành phân loại chất lượng SV theo năng lực ngoại ngữ từ đầu vào để có các chương trình phù hợp với năng lực, trình độ của SV. Nghề HDDL cần ngoại ngữ để giao tiếp, không đi sâu theo hướng đào tạo kỹ năng viết nên cần áp dụng phương pháp nghe - hiểu thay vì đọc - hiểu để hình thành được kỹ năng phản xạ đối đáp.

3.6. Tăng cường liên kết, hợp tác quốc tế trong đào tạo du lịch

Hợp tác với các tổ chức quốc tế, các cơ sở đào tạo quốc tế nhằm tiếp cận các mô hình đào tạo, phương pháp quản lý đào tạo, phương pháp giáo dục (PPGD), chất lượng đào tạo (CLĐT), nội dung giảng dạy, mời chuyên gia cố vấn giảng dạy, nguồn tài chính hỗ trợ... để tiếp cận được các nền giáo dục tiên tiến của thế giới. Việc liên kết quốc tế cũng chính là cánh cửa, là cơ hội để đào tạo nghề du lịch ở mức độ CLĐT quốc tế, để SV sau khi tốt nghiệp tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp ở nước ngoài.

Trên thế giới là sự hợp tác giáo dục đang diễn ra trên quy mô toàn cầu và quy mô hợp tác hóa giáo dục trong phạm vi khu vực đang diễn ra mạnh mẽ, xu hướng này biểu hiện qua việc: Các trường có đào tạo nghề nhanh nhạy bắt kịp xu hướng và liên kết, trao đổi giáo dục để gửi sinh viên sang các trường có đào tạo ngôn ngữ và nghề phù hợp để cùng hợp tác phát triển. Xu hướng này cũng biểu hiện ở việc các ngành đào tạo trong các trường nghề gửi sinh viên, giảng viên có tay nghề tốt đi dự thi ở các quốc gia, tổ chức, cuộc thi có uy tín để học và nâng cấp tay nghề và trải nghiệm với thực tế xã hội...

Hiện nay, một số trường đào tạo du lịch và doanh nghiệp lữ hành - du lịch có quan tâm đến hợp tác đào tạo nhân lực đa phương diện trên thế giới có thể kể tới như: Đại học Walailak (Thái Lan), Đại học Chiang Mai (Thái Lan), Học viện quảng bá văn minh văn hóa (Malaysia), Đại học quốc gia Văn hóa và Nghệ thuật Yangon (Mianma), Đại học Kelantan (Malaysia), Đại học Ngoại thương (Mỹ), Trường Cao đẳng Khách sạn Quốc tế Imperial và Đại học Niagara (Mỹ)... Một số tập đoàn du lịch khách sạn như: Sheraton, Nikko, Sofitel...

3.7. Giải pháp tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp du lịch vào đào tạo

Liên kết giữa Nhà trường và doanh nghiệp du lịch (DNDL) nhằm tạo nên sự gắn kết, tương thích giữa chương trình đào tạo (CTĐT) và nhu cầu của DNDL, để chất lượng đào tạo (CLĐT) của Nhà trường đáp ứng được các tiêu chí yêu cầu nhân lực của DNDL. Quan hệ này đảm bảo lợi ích cho tất cả các bên tham gia: Nhà trường, DNDL, ngành Du lịch, xã hội và trên hết là lợi ích của

người học. Để phát huy quan hệ hữu cơ giữa các DNDL 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 DNDL, trong đó có thành viên Ban chỉ đạo là đại diện của các DNDL nhằm tạo nên sự hợp tác toàn diện, sâu sắc, lâu dài giữa Nhà trường và DNDL.

- DNDL cung cấp định kỳ hàng năm và cho Nhà trường sử dụng các tài liệu thực tế của DNDL làm tài liệu giảng dạy tại trường: Hợp đồng du lịch, phụ lục hợp đồng du lịch; CTDL; các mẫu như lệnh điều động HDV, lệnh điều xe, hóa đơn chứng từ thanh toán, danh sách đoàn khách...

- Có cơ chế mời các GV thỉnh giảng là nhà quản lý, điều hành, HDVDL kỳ cựu... tới từ DNDL để tham gia giảng dạy các chuyên đề cho SV;

- Đưa nội dung học tại DNDL vào CTĐT, tập trung vào mô học thực hành nhằm rèn luyện các kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ;

Đây là hình thức DN đặt yêu cầu với Nhà trường về yêu cầu cung cấp nguồn HDVDL về số lượng, chất lượng, tiến độ... Người học được học tập, thực hành, thực tập với hai phần học tại Trường và học tại DNDL theo chương trình, kế hoạch đào tạo hai bên đã thống nhất trong biên bản/hợp đồng hợp tác giữa hai bên. Kết thúc khóa học, nếu đạt yêu cầu, người học sẽ được nhận vào làm việc tại DNDL; Thời gian tổ chức đào tạo tại DNDL và tại trường tùy theo đối tượng đào tạo, thời gian đào tạo, điều kiện, năng lực và sự thống nhất của hai bên.

- Cử GV thực tế tại DNDL; các DNDL do Nhà trường chỉ định, các giáo viên chuyên ngành sẽ làm việc như một nhân viên thực thụ của DNDL, chấp hành đầy đủ các quy định của DNDL trong thời gian thực tế và có sự đánh giá của DNDL gửi về Trường;

- DNDL tham gia tài trợ học bổng, tài trợ và tham gia vào các hoạt động ngoại khóa của SV như Hội thi Hướng dẫn viên Du lịch giỏi, giao lưu định hướng và tư vấn nghề nghiệp...

- DNDL cung cấp thông tin về tình hình thị trường khách du lịch, về nhu cầu đào tạo, sử dụng và tuyển dụng HDVDL cho Nhà trường; phản hồi về chất lượng HDVDL do Nhà trường đào tạo đang công tác tại DNDL.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ chính trị: *Nghị quyết Trung ương 08- NQ/ TW về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ngày 16/1/2017.
2. Viện nghiên cứu phát triển Du lịch, (2018): *Báo cáo về Du lịch Việt Nam*.
3. Tham luận trong *Diễn đàn “Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam - 2019”*.
4. Đỗ Hải Yến (2018), *Giải pháp phát triển ngành hướng dẫn du lịch trường Cao đẳng sư phạm Trung ương, qua khảo sát doanh nghiệp Viettravel và Hanoi tourist*, đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở.
5. Đỗ Hải Yến (2018), *Thống kê điều tra xã hội học tại Viettravel và Hanoi tourist*.
6. Đỗ Hải Yến (2018), *Thống kê tư liệu Phỏng vấn sâu tại Viettravel*.

NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI ĐÀ LẠT

ThS. Lê Đức Thọ
Trường Cao đẳng Nghề Đà Nẵng

TÓM TẮT

Bài viết nghiên cứu về thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, đánh giá những kết quả đạt được và những hạn chế, tồn tại trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Qua đó, bài viết cũng đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại thành phố Đà Lạt hiện nay.

Từ khóa: Phát triển du lịch; đào tạo nguồn nhân lực du lịch; du lịch Đà Lạt

1. MỞ ĐẦU

Đà Lạt được mệnh danh là tiểu Pari, nằm trên cao nguyên lâm viên, là điểm du lịch thu hút nhiều du khách bởi khí hậu và quang cảnh thiên nhiên tuyệt vời. Đà Lạt có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch và đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Lâm Đồng. Nhiều năm qua, ngành Du lịch Đà Lạt phát triển ổn định, góp phần thúc đẩy cơ cấu kinh tế thành phố chuyển dịch theo hướng tích cực. Sự tăng trưởng nhanh chóng của nguồn khách và phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp du lịch tạo nên nhu cầu rất lớn trên thị trường lao động du lịch. Nhân lực ngành du lịch có vai trò quyết định không chỉ cho phát triển du lịch mà còn góp phần phát triển kinh tế - xã hội nói chung. Trên địa bàn thành phố Đà Lạt hiện có khoảng 7 cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch thành phố Đà Lạt mặc dù đã có nhiều cố gắng và đạt được những kết quả nhất định, song vẫn còn nhiều bất cập với yêu cầu nâng cao chất lượng du lịch. Chính vì vậy, nghiên cứu về thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch và đề xuất được một số giải pháp nâng cao hiệu quả công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở thành phố Đà Lạt là việc làm cần thiết, có ý nghĩa thực tiễn nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch ở thành phố Đà Lạt hiện nay.

2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH VÀ ĐẶC ĐIỂM NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI ĐÀ LẠT

Nằm giữa ngàn thông lộng gió trên cao nguyên Langbiang, thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng là một địa chỉ du lịch nghỉ dưỡng hàng đầu của Việt Nam. Chính vẻ đẹp của thiên nhiên là tiềm năng, lợi thế để ngành dịch vụ du lịch Đà Lạt phát triển. Bên cạnh du lịch truyền thống, những năm gần đây, Đà Lạt còn phát triển một loại hình mới đầy triển vọng, đó là du lịch nhà vườn nông nghiệp công nghệ cao. Những vườn rau sạch, những luống dâu tây cho quả chín mọng, hay những vườn hoa khoe sắc trong tiết trời se lạnh... đã tạo nên một sản phẩm du lịch mới đầy hấp dẫn du khách khi đến với thành phố trên cao nguyên này.

Trung tâm du lịch Đà Lạt cách các đô thị lớn của vùng và khu vực không xa, giao thông thuận lợi cả về đường bộ, đường hàng không và có khả năng khôi phục đường sắt Đà Lạt - Tháp Chàm. Đà Lạt - Lâm Đồng có nhiều cảnh quan thiên nhiên kỳ thú nổi tiếng về hồ, thác nước, rừng thông, các công trình kiến trúc mang giá trị văn hóa - nghệ thuật cao nên Đà Lạt - Lâm Đồng có điều kiện để phát triển đa dạng hóa các loại hình du lịch như: du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, tham quan, vui chơi giải trí, văn hóa - thể thao, nghiên cứu khoa học, du lịch giáo dục. Đà Lạt là địa phương dẫn đầu cả nước về sản xuất nông nghiệp công nghệ cao. Đáp ứng nhu cầu tham quan, thưởng lãm theo hướng du lịch vườn của du khách, ngoài các làng hoa truyền thống, các cơ sở sản xuất nông nghiệp có quy mô lớn, nhiều mô hình canh tác rau, hoa, dâu tây... nhỏ lẻ của nông dân Đà Lạt cũng tự phát mở cửa đón tiếp du khách.

Hạ tầng du lịch của thành phố Đà Lạt ngày càng phát triển, với hệ thống cơ sở lưu trú khá lớn, gồm các khu nghỉ dưỡng, các khách sạn từ 1 đến 5 sao; các dịch vụ phục vụ trong các khách sạn ngày càng được nâng cao, như: nhà hàng, vũ trường, Spa, karaoke, hồ bơi, chăm sóc sức khỏe, hội nghị - hội thảo, lễ hành.

Bảng 1: Số lượng cơ sở lưu trú và tổng lượt khách lưu trú tại thành phố Đà Lạt giai đoạn 2016 - 2018

Năm	Tổng cơ sở lưu trú tại Đà Lạt		Lượng khách lưu trú tại Đà Lạt	
	Số lượng cơ sở lưu trú	Số lượng phòng	Khách lưu trú (Triệu lượt)	Tăng trưởng (%)
2016	1.007	16.355	3.600	9,1
2017	1.155	17.726	4	10,3
2018	1.399	20.994	4.45	11,3

Nguồn: Kết quả điều tra tổng hợp của tác giả thực hiện

Ngành Du lịch thành phố Đà Lạt có mức tăng trưởng bền vững với lượng du khách và mức chi tiêu ngày càng gia tăng đã thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của thành phố. Nhằm cạnh tranh, thu hút khách Du lịch, các công ty lữ hành đã đa dạng hóa các sản phẩm Du lịch, đáp ứng từng phân khúc khách Du lịch, trong đó có các gói sản phẩm giảm giá để tạo ra các tour Du lịch giá rẻ, phù hợp với nhu cầu thị hiếu hiện nay của du khách.

Bảng 2: Tổng lượt khách du lịch và doanh thu từ hoạt động du lịch của thành phố Đà Lạt giai đoạn 2014 - 2018

Năm	Khách du lịch đến Đà Lạt						Doanh thu từ hoạt động du lịch	
	Tổng lượt khách (Triệu lượt)	Tăng trưởng (%)	Khách quốc tế		Khách trong nước		Tổng doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)
			Số lượng	Tăng trưởng	Số lượng	Tăng trưởng		
2014	4.8	14	0,17	5	4,63	17	8.500	15
2015	5.1	6,3	0,22	29,4	4,88	5,4	9.180	8
2016	5.4	5,9	270	44,8	5.130	5,12	9.700	5,6
2017	5.8	7,8	400	35,6	5.450	6,3	10.530	7,8
2018	6.5	10,3	485	21,3	4.450	11,3	11.710	10,2

Nguồn: Kết quả điều tra tổng hợp của tác giả thực hiện

Như vậy, có thể thấy trong vòng 5 năm qua, lượng khách Du lịch cả quốc tế và khách nội địa đến Đà Lạt liên tục tăng, tổng doanh thu từ ngành Du lịch trong giai đoạn 2014 - 2018 tăng 3.210 tỷ đồng. Đây là dấu hiệu đáng mừng của ngành Du lịch Đà Lạt, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Lâm Đồng nói riêng và các tỉnh Tây Nguyên nói chung. Một trong những động lực thúc đẩy kinh tế du lịch Đà Lạt phát triển, chính là nguồn nhân lực du lịch ngày càng được đảm bảo về số lượng và nâng cao chất lượng.

Nguồn nhân lực du lịch, dịch vụ của Đà Lạt đã có sự phát triển đáng kể về số lượng và từng bước nâng cao về chất lượng. Nhìn chung, nguồn nhân lực du lịch của Lâm Đồng đa phần còn rất trẻ, ở độ tuổi lao động từ 18 - 35 chiếm hơn 60% tổng số lao động trực tiếp phục vụ du lịch, phù hợp với đặc điểm của ngành. Và hiện tại có khoảng 11.200 lao động trực tiếp phục vụ trong ngành Du lịch. Trong đó, lĩnh vực lưu trú 7.600 người; lữ hành, hướng dẫn, vận chuyển hành khách 1.350 người; tại các điểm du lịch 2.220 người [5]. Số lao động làm việc trong cơ quan quản lý về du lịch là 30 người. Trong đó có 77% số lao động trực tiếp đã được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ. Đà Lạt có gần 2.000 doanh nghiệp hoạt động du lịch, nhưng nguồn nhân lực làm việc đồng nhất là ở các nhà hàng, khách sạn. Chỉ cần 1 khách sạn ra đời có thể làm biến động nhân lực ở các khách sạn khác. Nguyên nhân một phần vì chưa đủ nguồn nhân lực, mặt khác do chất lượng nguồn nhân lực không ổn định. Vì vậy, thành phố Đà Lạt cần xây dựng chiến lược đào tạo và phát triển nguồn nhân lực đảm bảo chất lượng và số lượng.

3. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ LẠT

Nguồn nhân lực du lịch bao gồm toàn bộ lực lượng lao động trực tiếp và gián tiếp liên quan đến quá trình phục vụ khách du lịch. Do đó, khi đề cập đến khái niệm nguồn nhân lực du lịch thì không chỉ đề cập đến các lao động nghiệp vụ phục vụ một cách trực tiếp mà còn cả các lao động ở cấp độ quản lý, lao động làm công tác đào tạo và các lao động gián tiếp khác phục vụ khách du lịch.

Nguồn nhân lực du lịch được chia thành 3 nhóm với những vai trò khác nhau: Nhóm nhân lực làm việc tại cơ quan quản lý nhà nước về Du lịch, nhóm nhân lực làm việc trong các đơn vị hành chính sự nghiệp ngành Du lịch, nhóm nhân lực kinh doanh du lịch. Ngoài ra, nhân lực du lịch còn bao gồm những người làm nghề tự do và người dân tham gia hoạt động trong lĩnh vực du lịch.

3.1. Về cơ sở đào tạo nhân lực du lịch

Công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch được thành phố Đà Lạt chú trọng và đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Theo đánh giá của ngành du lịch tỉnh, nhìn chung, hệ thống các trường đào tạo về du lịch tại Đà Lạt - Lâm Đồng đã cơ bản đáp ứng khả năng nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng cho nguồn nhân lực du lịch. Thậm chí nhiều trường còn cung cấp nguồn nhân lực và tham gia đào tạo về du lịch cho nhiều địa phương khác trong cả nước. Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, hàng năm sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh Lâm Đồng cũng thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ lao động làm công tác du lịch, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu phục vụ du khách khi đến nghỉ dưỡng tại địa phương [4]. Trên địa bàn thành phố Đà Lạt hiện có khoảng 7 cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch, với quy mô đào tạo hàng năm khoảng 2.500 sinh viên (xem bảng 3).

Bảng 3: Ngành nghề và quy mô tuyển sinh hàng năm của các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch trên địa bàn thành phố Đà Lạt

TT	Cơ sở đào tạo	Ngành đào tạo	Quy mô tuyển sinh
1	Đại học Đà Lạt	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Quản trị Khách sạn - Nhà hàng	200
2	Đại học Yersin	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	120
3	Cao đẳng Nghề Đà Lạt	Kỹ thuật chế biến món ăn, Quản trị nhà hàng, Quản trị khách sạn, Nghiệp vụ nhà hàng, Nghiệp vụ bàn, Nghiệp vụ bar, Nghiệp vụ lễ tân, Nghiệp vụ bếp Việt Nam căn bản, Nghiệp vụ buồng	420
4	Cao đẳng Du lịch Đà Lạt	Quản trị Khách sạn, Quản trị Nhà hàng, Hướng dẫn Du lịch, Quản trị Lữ hành, Kỹ thuật chế biến món ăn, Kỹ thuật chế biến món ăn, Nghiệp vụ Nhà hàng, Nghiệp vụ lữ hành hướng dẫn, Nghiệp vụ An ninh khách sạn, Nghiệp vụ Bartender	800
5	Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Lâm Đồng	Quản trị khách sạn, Điều hành tour du lịch, Phiên dịch tiếng Anh du lịch, Nghiệp vụ nhà hàng, khách sạn, Kỹ thuật chế biến món ăn	420
6	Trường Trung cấp Nghề Bảo Lộc	Kỹ thuật chế biến món ăn,	130
7	Trường Trung cấp Du lịch Đà Lạt	Quản lý khách sạn - Nhà hàng vừa và nhỏ; Nghiệp vụ lễ tân; Quản trị Lưu trú du lịch; Quản trị Nhà hàng; Kỹ thuật chế biến món ăn; Nghiệp vụ lữ hành hướng dẫn; Nghiệp vụ An ninh khách sạn; Nghiệp vụ Bartender; Bồi dưỡng, nâng cao trình độ quản lý và nghiệp vụ chuyên môn cho cán bộ và nhân viên đang làm việc cho các tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh du lịch.	500

Nguồn: Kết quả điều tra tổng hợp của tác giả thực hiện

3.2. Về đối tượng đào tạo

Đối tượng đào tạo trong các cơ sở đào tạo là sinh viên đã tốt nghiệp trung học phổ thông và học sinh tốt nghiệp trung học cơ sở. Hàng năm, các trường Đại học, Cao đẳng và Trung cấp trên địa bàn thành phố cung ứng ra thị trường khoảng 1.500 - 2000 lao động du lịch các trình độ Đại học, Cao đẳng. Ngoài ra, Đà Lạt cũng rất chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho lực lượng lao động du lịch hiện có và đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố. Đồng thời, thành phố Đà Lạt đã chú trọng công tác đào tạo nông dân làm du lịch.

3.3. Về nội dung, chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo được hoàn thiện, luôn cập nhật với thực tiễn phát triển du lịch của thành phố. Chương trình đào tạo cũng chú trọng bồi dưỡng các kỹ năng ngoại ngữ cho sinh viên, trong quá trình học tập, sinh viên được tiếp xúc với các chuyên gia nước ngoài. Các cơ sở đào tạo cũng chú trọng bồi dưỡng và rèn luyện các kỹ năng mềm cho sinh viên du lịch, giúp sinh viên có được những kỹ năng cần thiết khi ra trường.

3.4. Về hoạt động triển khai đào tạo và những kết quả đạt được

Hệ thống các trường đào tạo về du lịch ngay tại thành phố Đà Lạt về cơ bản đã đủ đáp ứng nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng cho nhân lực ngành. Sinh viên được đào tạo kỹ năng nghề nghiệp du lịch, được tham gia thực tập trong các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, dịch vụ. Trong thời gian qua, nguồn nhân lực trực tiếp làm việc trong lĩnh vực du lịch của tỉnh có sự phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng. Tỷ lệ lao động được đào tạo, đào tạo lại, bố trí đúng ngành nghề, lao động có kinh nghiệm nghề nghiệp, trình độ ngoại ngữ được nâng lên. Hơn 80% đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch từ cấp tỉnh đến các địa phương, các đơn vị sự nghiệp được đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn du lịch. Nhận thức của các doanh nghiệp về tầm quan trọng của nguồn nhân lực du lịch có nhiều chuyển biến rõ nét. Nhiều doanh nghiệp đã áp dụng mô hình quản lý, tuyển chọn nguồn nhân lực chất lượng cao. Tuy nhiên, do sự phát triển của ngành du lịch, nhất là du lịch chất lượng cao, nên nguồn nhân lực vẫn chưa đáp ứng yêu cầu đặt ra; cơ cấu lao động, chất lượng đào tạo, trình độ ngoại ngữ còn nhiều bất cập, thiếu tính chuyên nghiệp.

Đà Lạt đã chú trọng đào tạo nông dân làm du lịch: Năm 2017, lần đầu tiên 60 hộ nông dân và những lao động làm việc trực tiếp được tham dự lớp đào tạo ngắn hạn về du lịch canh nông, mục đích là bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ, tổ chức các hoạt động kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp, tạo sản phẩm mới phục vụ du khách. Nông dân đã được nghe giới thiệu tổng quan về du lịch canh nông, học kỹ năng về giao tiếp, ứng xử với khách đến vườn tham quan. Ngoài ra học viên còn được thực tế khảo sát mô hình canh nông tại một số điểm ở Đà Lạt. Du lịch canh nông ở Đà Lạt rất phát triển trong vài năm nay, nhiều hộ gia đình có vườn nằm cạnh tuyến đường du lịch đã nhanh chóng chuyển đổi, thích nghi với mô hình du lịch canh nông, bằng việc mở cửa cho khách tham quan vườn và mua sản phẩm ngay tại nơi sản xuất.

Theo số liệu thống kê trong toàn tỉnh Lâm Đồng, trên 80% cán bộ quản lý nhà nước về du lịch được đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch. Công tác đào tạo, bồi dưỡng, sử dụng và phát triển nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp đã được coi trọng. Nhiều doanh nghiệp đã có các phương thức sát hạch, kiểm tra, tổ chức thi, tuyển chọn cán bộ có trình độ. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Lâm Đồng cũng đã phối hợp với các cơ quan thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và một số tổ chức chuyên môn nước ngoài (Singapore, Thái Lan...) đã tổ chức nhiều khóa đào tạo cho hơn 120 Hướng dẫn viên du lịch trực tiếp hoạt động trong các đơn vị kinh doanh du lịch. Song, trước thực tế lượng du khách đang ngày một tăng cao và những yêu cầu của xu hướng mới, nguồn nhân lực như thế vẫn chưa đủ [3].

3.5. Những hạn chế trong đào tạo nhân lực du lịch

Thứ nhất, khả năng đào tạo nghề du lịch hiện nay không theo kịp tốc độ tăng trưởng, không chỉ vậy, việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp du lịch khi chất lượng đào tạo chưa bắt kịp với nhu cầu phát triển ngành du lịch trong thực tiễn. Chương trình đào tạo mang nặng tính lý thuyết, ít rèn luyện kỹ năng, ít có mô hình đào tạo rõ nét, sát thực tế. Sự liên hệ giữa doanh nghiệp du lịch với các cơ sở đào tạo chưa cao.

Thứ hai, công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch vẫn còn mang tính nhất thời. Đối với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa không tổ chức đào tạo hoặc gửi người lao động đi đào tạo mà người lao động tự bồi dưỡng để nâng cao trình độ. Công tác quản lý các chương trình đào tạo do đơn vị gửi người lao động đi các cơ sở đào tạo còn hạn chế. Các doanh nghiệp khi tổ chức đào tạo người lao động tại doanh nghiệp thì không có sự liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp về các nhu cầu ngành nghề cần đào tạo.

Thứ ba, trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN ngày một định hình rõ nét hơn, sự dịch chuyển và trao đổi nguồn lao động của một thị trường tuyển dụng có độ mở rộng giữa các quốc gia trong cộng đồng; và với một ngành kinh tế có tính đặc thù cao, thì điều đó đã, đang và sẽ là tất yếu.

Một thực trạng khác cũng đang ảnh hưởng đến chất lượng của nguồn nhân lực hiện nay, đó là sinh viên thiếu môi trường thực tế để cọ xát, làm quen và trau dồi các kỹ năng nghề, trong khi lĩnh vực đặc thù này đòi hỏi cao về kinh nghiệm chuyên môn.

Thứ tư, công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch rất được chú trọng, tuy nhiên, tỷ lệ được đào tạo trong các thành phần kinh tế du lịch vẫn còn chênh lệch khá lớn, nhất là khối nhà nước, khối liên doanh với khối tư nhân. Cán bộ, nhân viên kiến thức về địa lý, lịch sử địa phương còn hạn chế.

4. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ LẠT HIỆN NAY

Một trong những nhiệm vụ trọng tâm thành phố Đà Lạt đã xác định là phát triển kinh tế một cách bền vững, tạo chuyển biến mạnh mẽ trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, lấy du lịch chất lượng cao và nông nghiệp công nghệ cao làm khâu tăng tốc để sớm đưa Đà Lạt trở thành trung tâm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cao cấp và du lịch văn hóa di sản tầm quốc gia, trung tâm nghiên cứu sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của cả nước; trung tâm hội nghị, hội thảo quốc gia và quốc tế. Tăng cường quản lý, chỉnh trang đô thị, bảo đảm cảnh quan môi trường.

Định hướng phát triển du lịch tỉnh Lâm Đồng đến 2020, tầm nhìn đến 2030 đề ra chỉ tiêu: đến năm 2020, thu hút khoảng 13.000 lao động trực tiếp tại các doanh nghiệp du lịch dịch vụ; trong đó có 80% được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch và ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu công việc; đến năm 2025, thu hút khoảng 15.000 lao động trực tiếp, trong đó có 85% được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch và ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu công việc [2]. Vấn đề đào tạo nhân lực được ngành du lịch đặc biệt quan tâm không phải là đi tắt đón đầu mà là giải quyết lỗ hổng do sự phát triển quá nhanh về số lượng của các cơ sở du lịch dẫn đến thiếu quy mô, thiếu kỹ năng, thiếu chiều sâu.

Để nguồn nhân lực du lịch đảm bảo số lượng và chất lượng; hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ; có tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh và hội nhập; góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch cần chú trọng một số nội dung sau đây:

Một là, tuyên truyền nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, đoàn thể và các tổ chức về phát triển và sử dụng nhân lực ngành Du lịch; coi trọng giáo dục cộng đồng dân cư về du lịch trong điều kiện phát triển nền kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế; tuyên truyền, giáo dục hướng nghiệp trong hệ thống giáo dục phổ thông để định hướng học sinh lựa chọn nghề, lựa chọn trường theo học du lịch; thay đổi nhận thức việc đào tạo, dạy nghề du lịch và sử dụng nhân lực du lịch theo hướng tăng cường độc lập, tự chủ và hoạt động theo cơ chế thị trường lao động, đẩy mạnh liên kết.

Hai là, tăng cường quản lý nhà nước về phát triển nhân lực du lịch; xây dựng và hoàn thiện chính sách, cơ chế và cụ thể hóa văn bản quy phạm pháp luật về bồi dưỡng, đào tạo và sử dụng nhân lực du lịch ở địa phương theo hướng tạo môi trường thuận lợi đẩy mạnh xã hội hóa phát triển nhân lực và thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước để phát triển nhân lực. Xây dựng và phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động du lịch phục vụ nắm bắt nhu cầu, dự báo và gắn kết cung - cầu về nhân lực du lịch. Cải cách hành chính trong quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch, xác định rõ trách nhiệm và quyền lợi của các thành phần tham gia vào phát triển nhân lực du lịch; đổi mới kiểm tra, thanh tra công tác đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng nhân lực du lịch.

Ba là, tổ chức rà soát, khảo sát điều tra chất lượng nguồn nhân lực du lịch của thành phố Đà Lạt để làm cơ sở cho việc thống kê, xây dựng kế hoạch đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực du lịch dài hạn, theo lộ trình từng thời kỳ, giai đoạn phát triển của ngành, trong đó cần ưu tiên bồi dưỡng các kỹ năng về chuyên môn, văn hoá ứng xử và ngoại ngữ. Trên cơ sở thống kê thực trạng đội ngũ làm công tác du lịch tại cơ quan nhà nước và doanh nghiệp, ngành chức năng cần có kế hoạch đào tạo dài hạn và ngắn hạn về kỹ năng quản trị, điều hành du lịch, quản lý nhà nước về du lịch, đáp ứng yêu cầu trước mắt và lâu dài.

Bốn là, thiết lập mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch trên địa bàn thành phố mang tính đồng bộ và hệ thống. Đa dạng hóa các hình thức và ngành nghề đào tạo sát với nhu cầu của thực tiễn. Phải nâng cao năng lực cơ sở đào tạo. Cải tiến nội dung, chương trình đào tạo. Cần tập trung đào tạo theo mô hình thực nghiệm, thiên về đào tạo kỹ năng hơn là lý thuyết. Doanh nghiệp phải là một phần của quá trình đào tạo, phải tranh thủ mối quan hệ liên kết và đưa các cơ sở thực tế của các doanh nghiệp thành nơi đào tạo kỹ năng, thực hành cho học viên.

Năm là, đổi mới nội dung, chương trình, phương pháp đào tạo, bồi dưỡng theo hướng đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao và đa dạng, đa tầng của hoạt động du lịch; áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia, tiếp cận chuẩn mực quốc tế và phù hợp với yêu cầu phát triển ngành Du lịch của địa phương; gắn kết chặt chẽ giữa đào tạo, bồi dưỡng, nghiên cứu khoa học với thực tiễn hoạt động của ngành Du lịch. Trước tiên phải xây dựng một khung chương trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong đó tập trung vào các nội dung đào tạo chuyên sâu về các nguyên tắc, kinh nghiệm quản lý du lịch hiện đại, kỹ năng nghiệp vụ về lễ tân, khách sạn, hướng dẫn du lịch. Tạo điều kiện và phối hợp với các địa phương lân cận mời chuyên gia nước ngoài đến tham gia giảng dạy nghiệp vụ, tạo điều kiện về kinh phí cho đội ngũ cán bộ trẻ có cơ hội ra nước ngoài học tập, nghiên cứu nâng cao kiến thức và tay nghề từ quỹ hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch.

Mặt khác, cần chú trọng đổi mới hơn nữa nội dung giáo trình giảng dạy, phương thức đào tạo phù hợp với đối tượng và nhu cầu hiện tại; liên kết với các trường, mời giảng viên có uy tín chuyên ngành du lịch truyền đạt, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm trong hoạt động du lịch để các học viên dễ tiếp cận và tiếp thu tốt hơn. Gắn việc đào tạo, bồi dưỡng với chính sách sử dụng, bố trí lao động hợp lý, đảm bảo các quyền lợi và lợi ích chính đáng để họ yên tâm làm việc gắn bó với doanh nghiệp dài lâu. Khuyến khích đào tạo chính quy về du lịch trình độ đại học và trên đại học về nghiệp vụ du lịch. Đây sẽ là lực lượng cán bộ quản lý nòng cốt góp phần quan trọng vào sự nghiệp đổi mới theo hướng công nghiệp hóa và hiện đại hóa ngành du lịch Đà Lạt trong tương lai.

Sáu là, thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ. Tăng cường đầu tư và huy động mọi nguồn lực tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn để nâng cao nhận thức về phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm, khả năng ngoại ngữ, trình độ chuyên môn và tính chuyên nghiệp của đội ngũ cán bộ quản lý Nhà nước, các cơ sở đơn vị kinh doanh du lịch và cộng đồng dân cư; cử cán bộ, chuyên viên tham gia các khóa học về quản lý du lịch trong và ngoài nước; công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch gắn với nhu cầu xã hội; mở thêm mã ngành đào tạo, nâng cao chất lượng đào tạo, trang thiết bị đào tạo về du lịch dịch vụ trong các cơ sở giáo dục nghề nghiệp trên địa bàn tỉnh; đẩy mạnh hợp tác đào tạo với các trường, học viện du lịch nổi tiếng tại Việt Nam và thế giới.

Tổ chức thường xuyên các lớp bồi dưỡng kiến thức về quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch cho tất cả đội ngũ lao động du lịch trên địa bàn. Khuyến khích các doanh nghiệp có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ cho nhân viên, đặc biệt là nhân viên bán hàng, nhân viên giao dịch trực tiếp với du khách tại các điểm kinh doanh dịch vụ du lịch.

Cần tổ chức các lớp bồi dưỡng ngắn ngày cho những lao động thời vụ vốn là dân cư địa phương. Bởi đây là lực lượng không thuần nhất, không có kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn. Họ được tham gia vào phục vụ trong một số công việc lao động đơn giản phụ trợ cho các hoạt động du lịch. Tất cả họ cần được trang bị kiến thức cơ bản về giao tiếp ứng xử, kỹ năng bán hàng, vệ sinh môi trường, tiếp thị du lịch.

Bảy là, tăng cường năng lực đội ngũ cán bộ quản lý du lịch tại các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch bằng việc thu hút nhân lực quản lý chất lượng cao và thực hiện chính sách chuyển giao công nghệ, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ địa phương để từng bước tiếp quản công tác quản lý kinh doanh du lịch. Mặt khác, tranh thủ sự hỗ trợ từ Tổng cục Du lịch cũng như các dự án phát triển nguồn nhân lực của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các tổ chức quốc tế trong công tác đào tạo nguồn nhân lực. Trong đó đào tạo tại chỗ là giải pháp hiệu quả nhằm nhanh chóng bổ sung nguồn nhân lực trực tiếp cho các doanh nghiệp trên cơ sở phát huy kinh nghiệm, kỹ năng sẵn có của cán bộ, công nhân viên và cơ sở vật chất của doanh nghiệp, đồng thời đáp ứng sát nhu cầu nhân lực của doanh nghiệp.

Tám là, tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Tăng cường hợp tác, liên kết trong việc đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch; tạo điều kiện để các cơ sở đào tạo, dạy nghề du lịch và cơ sở nghiên cứu du lịch của địa phương mở rộng liên kết hợp tác với trung tâm đào tạo, nghiên cứu trong nước, nước ngoài, nhất là những nơi có điều kiện tương đồng, nhằm nâng cao năng lực đào tạo và nghiên cứu về phát triển nhân lực du lịch.

Thành phố tạo điều kiện cho các cơ sở đào tạo du lịch liên kết, hợp tác với các cơ sở đào tạo du lịch ở nước ngoài, nhất là các nước thành phố có quan hệ: Singapore, Thái Lan, Australia, Nhật Bản... trong việc trao đổi đội ngũ cán bộ giảng dạy; cử sinh viên tham gia các khóa đào tạo, huấn luyện về du lịch; hỗ trợ các thiết bị phục vụ cho việc giảng dạy và học tập; trao đổi chương trình

giảng dạy, thực tập... Đồng thời, đưa du lịch vào danh mục ngành nghề được nhà nước hỗ trợ đào tạo ở nước ngoài. Cần tổ chức cho các cơ sở phục vụ du lịch đi học tập kinh nghiệm ở các tỉnh thành trong nước và các nước Đông Nam Á... nhằm góp phần từng bước chuyên nghiệp hóa nhân lực trong ngành du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng hình ảnh điểm đến Đà Lạt an toàn, thân thiện, mến khách.

5. KẾT LUẬN

Đào tạo và phát triển nhân lực ngành du lịch là nhiệm vụ quan trọng, phát triển các cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch trên địa bàn tỉnh đảm bảo chất lượng giảng dạy, điều kiện cơ sở giảng dạy; tăng cường đào tạo đại học, trên đại học và đào tạo quản lý về du lịch, dịch vụ, quan tâm tới đào tạo kỹ năng nghề du lịch. Nâng cao ý thức để khuyến khích người học vươn lên. Tạo điều kiện để người lao động có quỹ thời gian đào tạo. Bên cạnh đó, để đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ, đội ngũ lao động làm du lịch không ngừng phấn đấu học tập, kết hợp với tự học, tự đào tạo, tự bồi dưỡng để nâng cao năng lực, trình độ theo hướng chuyên nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Liên Sơn (2015), “*Cần nguồn nhân lực đủ về chất và lượng cho du lịch Lâm Đồng - Tây Nguyên phát triển*”, daktip.vn.
2. Nhân Linh (2018), “*Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phát triển du lịch chất lượng cao*”, <http://baolamdong.vn>.
3. Thanh Dương Hồng (2018), “*Lâm Đồng cần bổ sung nhân lực du lịch chuyên nghiệp*”, <http://baodulich.net.vn>.
4. Tuyết Ngọc (2018), “*Lâm Đồng: 77% lao động ngành du lịch được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ*”, <http://lamdongtv.vn>.
5. Báo Lâm Đồng online (2019), “*Du lịch Lâm Đồng một năm vượt kế hoạch*”, <http://www.dalat-info.vn>.

LIÊN KẾT GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP TRONG HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Vũ Văn Tuyên

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) đã và đang có những tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội ở Việt Nam. CMCN 4.0 làm thay đổi mạnh mẽ phương thức sản xuất và phương pháp quản trị doanh nghiệp. Ở thời kỳ này, con người đóng vai trò chỉ huy, thiết kế hệ thống và ra lệnh cho người máy và các thiết bị có trí tuệ nhân tạo thực hiện, do đó nguồn nhân lực phải có chất lượng cao để có thể tiếp cận và sử dụng các tiến bộ khoa học tiên tiến này. Theo đó, nguồn nhân lực trong ngành du lịch phải giỏi chuyên môn, vững nghiệp vụ, đủ những kỹ năng cần thiết mới có thể thích ứng và phát triển trong giai đoạn hiện nay. Do vậy, bài viết phân tích cơ sở lý luận, thực tiễn giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự cần thiết trong việc liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay.

Từ khóa: Chất lượng nguồn nhân lực, doanh nghiệp, du lịch, nhà trường

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch được xác định là ngành kinh tế tổng hợp mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội cao. Hiện nay, du lịch Việt Nam đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng khách du lịch quốc tế và trong nước, yêu cầu cấp bách đặt ra cho ngành du lịch là phải chuẩn bị nguồn nhân lực đủ về số lượng, đạt chuẩn về chất lượng, đảm bảo cho sự phát triển bền vững. Do đó, yêu cầu đặt ra đối với nguồn nhân lực vừa mang tính đặc thù, vừa hết sức tổng hợp, phải hội đủ kiến

thức kinh tế thị trường, kiến thức về văn hóa, lịch sử, địa lý, pháp luật, an ninh, an toàn, ngoại giao... Đối với các doanh nghiệp du lịch thì đây là bài toán khó chưa có lời giải đáp và đối với các cơ sở đào tạo du lịch thì đây là nhiệm vụ nặng nề cần rất nhiều sự chung tay góp sức của toàn xã hội. Thực tế khó khăn trên đòi hỏi một sự liên kết hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp du lịch, các cơ quan quản lý, cộng đồng... với cơ sở đào tạo du lịch. Đặc biệt, trong bối cảnh và xu hướng phát triển mới với những cơ hội thuận lợi, khó khăn, thách thức, du lịch Việt Nam tiếp tục tăng trưởng và từng bước chuyên dịch sang phát triển về chất dựa vào đầu tư khai thác yếu tố con người. “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đã định hướng phát triển du lịch của đất nước trong giai đoạn tới, phát triển tập trung về chiều sâu, đảm bảo hiệu quả bền vững với tính chuyên nghiệp cao, có chất lượng, có thương hiệu, có sức cạnh tranh. Chính vì vậy, những giải pháp thích ứng của hệ thống đào tạo du lịch và đơn vị sử dụng nhân lực du lịch cần thể hiện rõ những liên kết chặt chẽ trong đào tạo mới đáp ứng nhu cầu của xã hội và xu hướng hội nhập trong thời gian tới.

Hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) mà cả thế giới đang sôi động là cuộc cách mạng về sản xuất thông minh dựa trên thành tựu đột phá trong các lĩnh vực: trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, mạng di động, Internet kết nối vạn vật, điện toán đám mây, máy móc tự động,... với nền tảng là các đột phá của công nghệ số. Đây là cuộc cách mạng chưa từng có trong lịch sử nhân loại, nó sẽ diễn biến rất nhanh, tạo ra những khả năng hoàn toàn mới và có tác động sâu sắc đối với các hệ thống chính trị, xã hội, kinh tế của thế giới.

CMCN 4.0 làm thay đổi mạnh mẽ phương thức sản xuất và phương pháp quản trị doanh nghiệp. Ở giai đoạn này, con người đóng vai trò chỉ huy, thiết kế hệ thống và ra lệnh cho người máy (robot) và các thiết bị có trí tuệ nhân tạo thực hiện, nó có khả năng vật lý vượt trội (làm việc cường độ cao 24/24 giờ trong ngày kể cả trong điều kiện lao động khắc nghiệt, độc hại), đồng thời có khả năng ghi nhớ và học hỏi vô biên. Do vậy, CMCN 4.0 làm cho sản xuất và dịch vụ đạt hiệu quả vượt trội, có năng suất cao với chi phí thấp. Tuy nhiên, sự thay thế lao động này sẽ dẫn đến sự mất việc của hàng trăm ngàn người lao động (Trần Văn Thức, 2019).

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.

Ngày 20 tháng 10 năm 2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành công văn số: 4929/BGDĐT-GDĐH Về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch. Theo đó, để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động và hội nhập quốc tế, các cơ sở giáo dục đại học phải xây dựng cơ chế phối hợp với các doanh nghiệp du lịch trong quá trình đào tạo. Bộ yêu cầu, 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.

Việc liên kết đào tạo, hỗ trợ và bồi dưỡng nghiệp vụ lẫn nhau giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp có một vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và dịch vụ du lịch đồng thời đem lại lợi ích nhiều mặt cho cơ sở đào tạo, doanh nghiệp, sinh viên và xã hội. Vì vậy một mặt cần đa dạng hóa các quan hệ hợp tác ở nhiều hình thức và cấp độ, có chính sách ưu đãi các doanh nghiệp thực hiện tốt công tác hỗ trợ cơ sở đào tạo. Để có thể phát triển một cách tích cực nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành là điều hết sức quan trọng và cần thiết khi mà nền kinh tế tri thức đang có những đòi hỏi đối với sự đổi mới. Làm tốt công tác đào tạo có thể khẳng định vị thế và năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam trong tình hình mới.

2. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

Trên thế giới, hình thức hợp tác đào tạo giữa doanh nghiệp với các cơ sở đào tạo chuyên nghiệp là các trường đại học, trường cao đẳng đã trở nên phổ biến và là tất yếu, đặc biệt ở các nước phát triển như: Hà Lan, Thụy Sĩ, Bỉ, Canada, Mỹ... Tại Việt Nam, khẩu hiệu “học đi đôi với hành” vốn đã quen thuộc trong mỗi người và cũng là “khẩu hiệu” trong các cơ sở đào tạo. Tuy nhiên, hình thức đào tạo sinh viên chủ yếu vẫn áp dụng theo phương thức truyền thống, tức là nhà trường hay cơ sở đào tạo tự xây dựng chương trình đào tạo, kể cả lý thuyết và thực hành. Sản phẩm là các sinh viên ra trường, được gửi tới các doanh nghiệp để làm việc. Vấn đề đặt ra là mặc dù các sinh viên có

kết quả học tập rất xuất sắc nhưng vẫn không đáp ứng ngay được nhu cầu từ phía doanh nghiệp. Nói cách khác là các doanh nghiệp cần đào tạo bổ sung, đào tạo lại đối với sinh viên trước khi sinh viên có cơ hội làm việc chính thức tại doanh nghiệp, tổ chức [Phạm Thị Thu Phương, 2016].

Bên cạnh đó, tình trạng sinh viên các trường đại học, cao đẳng sau khi tốt nghiệp không tìm được việc làm hoặc làm việc không phù hợp với chuyên môn đào tạo có xu hướng tăng lên. Theo số liệu khảo sát của dự án giáo dục đại học về việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp thì trong khoảng 200.000 sinh viên ra trường hàng năm chỉ có 30% đáp ứng được yêu cầu của nhà tuyển dụng, 45-62% sinh viên tìm được việc làm sau khi tốt nghiệp, trong đó chỉ có 30% là làm đúng ngành nghề đào tạo. Trong khi sinh viên tốt nghiệp không có việc làm thì các doanh nghiệp lại thiếu lao động một cách trầm trọng cả về số lượng và chất lượng (Trần Anh Tài, 2009).

Theo Vũ Tiên Dũng (2016), liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp là yêu cầu khách quan dựa trên những nguyên lý giáo dục: “Học đi đôi với hành, giáo dục kết hợp với lao động sản xuất, giáo dục của nhà trường gắn liền với giáo dục của gia đình và xã hội”, “Nhà trường đào tạo cái xã hội cần chứ không phải đào tạo cái nhà trường có”... Theo tác giả, ở Việt Nam hiện nay, vấn đề này chưa được các chủ thể nhìn nhận một cách thấu đáo, sự liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp diễn ra khá rời rạc, manh mún, hiệu quả chưa cao, hệ quả là tạo nên sự mất cân đối nghiêm trọng về cung - cầu nhân lực chất lượng cao.

Đánh giá về hợp tác đại học - doanh nghiệp ở Việt Nam, Đinh Văn Toàn (2016) cho rằng, hợp tác đại học - doanh nghiệp ở Việt Nam thời gian vừa qua còn mang tính “chấp vá” cả về phương thức, thời hạn và nội dung. Các hợp tác (nếu có), kể cả hợp tác toàn diện đã được các tập đoàn và đại học lớn như Đại học Quốc gia ký kết, còn mang tính ngắn hạn, được triển khai trong giai đoạn ngắn hạn hoặc có tính “nhiệm kỳ”. Tuy nhiên tác giả cũng cho rằng, hợp tác đại học - doanh nghiệp là xu hướng tất yếu và nhu cầu tự thân mang lại lợi ích lâu dài cho các bên tham gia. Trong quá trình phát triển hợp tác này, Chính phủ cần đóng vai trò “bà đỡ”, tạo khung khổ pháp lý và các hỗ trợ, xúc tác về chính sách và cơ chế thực hiện.

Bàn về phương thức hợp tác giữa doanh nghiệp và nhà trường trong đào tạo nhân lực ngành du lịch đáp ứng nhu cầu hội nhập, tác giả Phạm Thị Thu Phương (2016) đưa ra hai mô hình hợp tác đó là từ phía các doanh nghiệp và từ các cơ sở đào tạo.

Có thể nói, các nghiên cứu của các tác giả đều cho rằng, để quá trình đào tạo có chất lượng cao, tạo ra nguồn nhân lực có năng lực đáp ứng nhu cầu của xã hội, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập hiện nay, việc hợp tác giữa các doanh nghiệp và cơ sở đào tạo là một tất yếu đặt ra, việc lựa chọn mô hình hợp tác trong việc đào tạo thực hành hợp lý sẽ tạo ra tính hiệu quả trong công tác đào tạo nói chung của nhà trường cũng như trong việc sử dụng lao động của doanh nghiệp. Tuy vậy, việc hợp tác giữa cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp trong quá trình đào tạo sinh viên ngành du lịch phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau, trong đó có các bên liên quan.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Sự cần thiết phải phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo nhân lực ngành du lịch

Việc liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch là đòi hỏi tất yếu khách quan và cần phải làm trong bối cảnh hiện nay. Nhà trường, doanh nghiệp và sinh viên có mối liên hệ mật thiết trong quá trình đào tạo, cung ứng và sử dụng lao động. Việc hợp tác đào tạo, hỗ trợ và bồi dưỡng nghiệp vụ lẫn nhau giữa nhà trường và doanh nghiệp có một vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và dịch vụ du lịch đồng thời đem lại lợi ích nhiều mặt cho cơ sở đào tạo, doanh nghiệp, sinh viên và xã hội.

Để đào tạo được đội ngũ lao động du lịch không chỉ giỏi về trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề thuần thực mà còn là những người lao động có ý thức kỷ luật lao động cao, năng lực tổ chức lao động tập thể tốt, khả năng hợp tác quốc tế đảm bảo, nhằm đáp ứng nhu cầu của xã hội trong bối cảnh hội nhập thì cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp. Sự phối hợp này sẽ mang lại nhiều lợi ích như sau:

** Về phía nhà trường:*

Qua việc phối hợp hợp tác với các doanh nghiệp du lịch, nhà trường sẽ thấy được sự đòi hỏi tất yếu khách quan của các doanh nghiệp, nắm bắt kịp thời những công việc, nhiệm vụ mà người lao

động làm việc tại các doanh nghiệp du lịch, từ đó để có kế hoạch xây dựng, điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu sử dụng của doanh nghiệp, từng bước đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội. Vì vậy, các chương trình đào tạo, tài liệu giảng dạy phải luôn tiếp cận theo hướng rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp, tiếp cận thực tiễn, phù hợp với yêu cầu thực tế của các doanh nghiệp.

Trong quá trình hợp tác, Nhà trường sẽ xây dựng được chương trình đào tạo bám sát mục tiêu yêu cầu của xã hội và đào tạo được nguồn nhân lực du lịch đảm bảo về kiến thức, kỹ năng và ý thức lao động cao, đáp ứng nhu cầu xã hội trong bối cảnh hội nhập, từ đó nâng cao vị thế và uy tín của nhà trường.

Ngoài ra khi doanh nghiệp tham gia quá trình đào tạo, thì chính họ (doanh nghiệp) sẽ là đối tác phản biện về chất lượng đào tạo tốt nhất, trung thực nhất, từ đó nhà trường sẽ đổi mới chương trình đào tạo, đổi mới phương pháp quản lý đào tạo, đội ngũ giảng viên sẽ có cơ hội thu thập, bổ sung kiến thức và kỹ năng phong phú đa dạng, thực tiễn hơn. Đặc biệt, chính nhờ có liên kết, hợp tác doanh nghiệp cùng phối hợp đào tạo (thông qua tạo dựng hệ thống các doanh nghiệp thực hành, thực tập) mà uy tín, thương hiệu của nhà trường ngày một tốt hơn.

Việc liên kết với các doanh nghiệp sẽ giúp cho nhà trường sẽ không phải đầu tư quá nhiều thiết bị cơ sở vật chất (như các phòng thực hành nghiệp vụ) thậm chí là công nghệ mà vẫn đảm bảo nơi thực hành đúng tiêu chuẩn cho sinh viên. Vì doanh nghiệp phải luôn luôn đổi mới công nghệ để phát triển, do đó khi kết hợp với doanh nghiệp hai bên sẽ cùng chia sẻ công nghệ cho nhau.

Hơn hết, sự kết hợp này chắc chắn sẽ tránh được tình trạng đào tạo tràn lan dẫn đến “vênh” nhu cầu của thị trường lao động. Khi sinh viên được thực hành tại doanh nghiệp du lịch cũng đồng nghĩa với việc các em được rèn luyện và tiếp cận với môi trường kinh doanh thực tiễn, qua đó có thể lựa chọn và định hướng vị trí việc làm trong ngành du lịch phù hợp hơn.

Việc gắn kết với doanh nghiệp còn tạo động lực để các trường phải luôn nâng cao chất lượng đào tạo nhằm cạnh tranh lẫn nhau, từ đó tạo ra sự năng động, linh hoạt cho các cơ sở đào tạo, tăng thu nhập tài chính cho nhà trường.

** Về phía doanh nghiệp du lịch:*

Tham gia trực tiếp vào hoạt động đào tạo và đánh giá tốt hơn chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực du lịch tương lai.

Tạo điều kiện cho sinh viên của nhà trường đến thực tập tại doanh nghiệp cũng chính là việc doanh nghiệp đang tận dụng được nguồn lực lao động vừa có kiến thức, kỹ năng, đảm bảo nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động kinh doanh, đặc biệt là vào các mùa cao điểm du lịch, các ngày lễ, tết. Điều này giúp doanh nghiệp du lịch chủ động được nhân lực thời vụ nên công tác tổ chức sắp xếp nhân sự sẽ hiệu quả hơn.

Ngoài ra, trong quá trình sinh viên thực tập, doanh nghiệp có thể hiểu rõ và đánh giá cơ bản chất lượng đội ngũ lao động tương lai. Từ đó, doanh nghiệp sẽ tuyển dụng được đội ngũ lao động lành nghề, trình độ chuyên môn sâu, kỹ năng nghề thuần thực, ý thức lao động tốt theo đúng yêu cầu mà doanh nghiệp đặt ra mà không phải mất một khoản lớn chi phí đào tạo lại, nếu có chủ yếu là đào tạo bổ sung các kỹ năng đặc thù hoặc văn hóa doanh nghiệp, còn hầu hết các kỹ năng chuyên môn thì lao động có thể sử dụng được ngay, từ đó làm tăng lợi ích tài chính.

** Về phía người học:*

Việc gắn kết với doanh nghiệp không chỉ cung cấp cho sinh viên nơi thực tập tốt, cơ sở vật chất đầy đủ, hiện đại, đảm bảo tiêu chuẩn nghề nghiệp mà quan trọng nhất là cơ hội việc làm ngay sau khi tốt nghiệp. Nhờ sự gắn kết này sinh viên của nhà trường luôn có chỗ thực tập ổn định, sinh viên có việc làm ngay sau khi ra trường. Đây là mong muốn không chỉ của cá nhân sinh viên mà là mong muốn của cả nhà trường và toàn xã hội.

Qua các đợt tiếp cận thực tế tại các doanh nghiệp du lịch, sinh viên có cơ hội được trải nghiệm thực tế, kết hợp giữa lý thuyết được học ở trường với yêu cầu thực tiễn ở các doanh nghiệp du lịch, từ đó sẽ phát huy được khả năng sáng tạo của mình, nâng cao kỹ năng tay nghề. Từ việc trải nghiệm thực tế tại các cơ sở trong quá trình học ở nhà trường sinh viên sẽ có những bước khởi đầu tiếp cận với công việc thực tế, là đợt thử thách trong quá trình chuẩn bị lập nghiệp. Những kinh nghiệm đó sẽ là hành trang để sinh viên khẳng định bản thân, đồng thời đây cũng là tiền đề giúp sinh viên tự tin hơn trong quá trình tìm kiếm việc làm phù hợp.

3.2. Tiêu chí lựa chọn các doanh nghiệp trong việc phối hợp đào tạo nhân lực ngành du lịch

Doanh nghiệp là nơi để sinh viên thực hành, thực tập và cũng là đơn vị tham gia vào quá trình xây dựng chương trình cũng như đào tạo nhân lực du lịch nên cần phải lựa chọn doanh nghiệp đảm bảo đầy đủ các tiêu chí để có thể giúp nhà trường nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Theo đó, chúng tôi đưa ra một số tiêu chí cơ bản để nhà trường lựa chọn doanh nghiệp hợp tác trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch như sau:

Thứ nhất, sự phù hợp với đặc điểm và yêu cầu của ngành nghề đào tạo

Đây là tiêu chí đầu tiên để các cơ sở đào tạo quyết định có lựa chọn doanh nghiệp để phối hợp trong công tác đào tạo nhân lực du lịch hay không, và sẽ chọn doanh nghiệp nào tham gia vào công tác đào tạo ở các ngành học cụ thể. Để đảm bảo phù hợp với mục tiêu và đặc thù đào tạo của từng ngành, thông thường cơ sở đào tạo thường đưa ra lựa chọn phối hợp với các doanh nghiệp cho từng ngành như sau: ngành Du lịch, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành có thể lựa chọn cả công ty lữ hành và cả các cơ sở lưu trú; còn đối với ngành Quản trị Khách sạn, Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống có thể chọn các cơ sở kinh doanh lưu trú, ăn uống để phối hợp trong đào tạo nhân lực cho ngành.

Thứ hai, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đảm bảo tiêu chuẩn

Với mục đích gửi sinh viên đến thực hành, thực tập, cọ sát thực tế, nâng cao tay nghề nên các cơ sở đào tạo cần phải lựa chọn được doanh nghiệp có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đảm bảo tiêu chuẩn như sau:

- Cơ sở lưu trú phải đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên, mang đẳng cấp quốc tế;
- Cơ sở ăn uống phải sang trọng, có sức chứa từ 1000 khách trở lên; có khuôn viên và bãi đỗ xe; cơ sở vật chất đồng bộ hiện đại.

- Công ty lữ hành phải đạt được các tiêu chí như: (1) Năng lực tài chính thể hiện trên báo cáo tài chính gần nhất (tổng tài sản, tổng doanh thu, lợi nhuận sau thuế, hiệu quả sử dụng vốn...); (2) Uy tín truyền thông được đánh giá bằng phương pháp Media Coding - mã hóa các bài viết về công ty trên các kênh truyền thông có ảnh hưởng; (3) Khảo sát chuyên gia trong ngành du lịch.

Thứ ba, tính tự nguyện, bình đẳng và cùng có lợi trong liên kết

Tình nguyện có nghĩa không bên nào được áp đặt, cấm đoán, ngăn cản bên nào. Tính tự nguyện thể hiện ở việc không ép buộc mà do doanh nghiệp hoàn toàn tình nguyện và có mong muốn cùng chung tay với cơ sở đào tạo để sinh viên của nhà trường đến thực hành, thực tập cho đến việc tham gia xây dựng chương trình đào tạo, tham gia giảng dạy, tham gia đánh giá chất lượng đào tạo; là đơn vị tuyển dụng chính sản phẩm của mình đào tạo ra. Mục đích cuối cùng là để đào tạo được nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cho chính bản thân doanh nghiệp nói riêng và cho toàn xã hội nói chung.

Bình đẳng trong liên kết Nhà trường - Doanh nghiệp để phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Theo đó, các bên tham gia liên kết hoàn toàn bình đẳng với nhau về quyền và nghĩa vụ.

Cùng có lợi trong quan hệ hợp tác giữa Nhà trường - Doanh nghiệp để phát triển nguồn nhân lực du lịch. Theo đó, các bên tham gia đều đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ của mình.

Thứ tư, thương hiệu của doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh

Ngoài ba tiêu chí trên, các doanh nghiệp được cơ sở đào tạo lựa chọn phối hợp trong hoạt động đào tạo nhân lực du lịch phải là những doanh nghiệp có uy tín, thương hiệu trên thị trường, được khách hàng tín nhiệm.

Có thể nói, với các tiêu chuẩn như trên về doanh nghiệp, nhà trường hoàn toàn yên tâm để sinh viên có môi trường thực hành thực tập đảm bảo tiêu chuẩn, có nhiều đóng góp giúp cho nhà trường đào tạo được nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu thị trường trong bối cảnh hội nhập hiện nay.

3.3. Nội dung phối hợp giữa Nhà trường và Doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực du lịch

Thứ nhất, doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình đào tạo cùng nhà trường

Để nâng cao năng lực đào tạo, xây dựng chuẩn đầu ra cho người học, nhà trường cần phối hợp với bộ phận nhân sự của doanh nghiệp du lịch để tham khảo, nắm bắt nhu cầu đào tạo, phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Từ đó, nhà trường xây dựng mục tiêu, nội dung chương trình giảng dạy, kế hoạch đào tạo và đa dạng hóa các loại hình đào tạo để vừa tăng quy mô đào tạo cho phù hợp với yêu cầu của thực tiễn, của từng giai đoạn phát triển, đảm bảo tính tiên tiến, hiện

đại. Đồng thời xây dựng tiêu chuẩn đứng lớp đối với giảng viên như căn cứ vào trình độ chuyên môn, chuyên ngành, kinh nghiệm thực tế.

Nhà trường cần thực hiện tốt phương châm đào tạo những gì xã hội cần mà không đào tạo những gì nhà trường có. Vì vậy, nhà trường cần phải đẩy mạnh và thực hiện phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch có thương hiệu trong và ngoài tỉnh để xây dựng chương trình đào tạo, nội dung, phương pháp, giáo trình, tài liệu...tối ưu nhất, tiên tiến nhất, phù hợp với thực tiễn yêu cầu của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập. Chương trình này có thể liên thông với các trường trong khu vực và trên thế giới.

Thứ hai, tham gia vào công tác đào tạo

Nhà trường nên tăng cường mời chuyên gia của các doanh nghiệp du lịch tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, nói chuyện chuyên đề theo từng môn học cụ thể. Tùy thuộc vào đặc điểm mỗi học phần, đặc biệt là các học phần thực hành kỹ năng chuyên ngành mà nhà trường lựa chọn mời chuyên gia ở các doanh nghiệp giảng dạy cho phù hợp. Theo đó, doanh nghiệp có tham gia đào tạo bằng hai cách:

- Đóng góp ý kiến về xây dựng, đánh giá và cải tiến chương trình đào tạo thông qua việc cung cấp thông tin, phản biện nội dung chương trình đào tạo, qua đó nhà trường có thể chỉnh sửa cho phù hợp với thực tế.

- Doanh nghiệp cử các chuyên gia tham gia trực tiếp nói chuyện các chuyên đề mang tính cập nhật những kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn về nghề du lịch, đặc biệt là những vấn đề quản lý và tình huống diễn ra trong quá trình phục vụ khách tại doanh nghiệp, hướng dẫn sinh viên thực hành, thực tập tại chính doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp du lịch cũng nên mời giảng viên của nhà trường tham gia giảng dạy các chuyên đề mang tính lý luận mới có liên quan đến hoạt động kinh doanh cho toàn thể cán bộ nhân viên của doanh nghiệp để tăng cường kiến thức cũng như ý thức trách nhiệm của nhân viên với nghề nghiệp của mình.

Thứ ba, doanh nghiệp tạo điều kiện về cơ sở vật chất để sinh viên thực hành, thực tập

Ngoài việc tham gia vào quá trình đào tạo, xây dựng chương trình đào tạo, doanh nghiệp du lịch cần tạo điều kiện hỗ trợ nhà trường đầu tư cơ sở vật chất giúp nhà trường có hệ thống cơ sở vật chất cơ bản đảm bảo cho sinh viên thực hành ngay tại trường.

Đồng thời, doanh nghiệp du lịch sẵn sàng tiếp nhận sinh viên của nhà trường đến doanh nghiệp để thực hành, thực tập có hưởng lương.

Làm tốt nội dung này sẽ tạo cho sinh viên được cọ sát thực tế trong một môi trường đảm bảo tiêu chuẩn của nghề đặt ra. Đây là cơ hội quý giá để sinh viên trải nghiệm nghề nghiệp trong một không gian thật, khách hàng thật, từ đó có những phản xạ và ứng biến linh hoạt trong thực tiễn.

Thứ tư, phản biện đánh giá chất lượng đầu ra của sinh viên

Nhà trường cần tổ chức trao đổi, gặp gỡ định kỳ với doanh nghiệp du lịch bằng cách tổ chức những buổi hội thảo, hội nghị để nắm bắt nhu cầu và định hướng đào tạo, lắng nghe ý kiến về chất lượng làm việc của sinh viên đang thực tập hoặc làm việc tại doanh nghiệp; tạo cơ chế để những cựu sinh viên đang làm việc tại các doanh nghiệp có liên hệ thường xuyên với nhà trường. Đây là cầu nối vững chắc giữa nhà trường và doanh nghiệp. Qua sự liên kết này, nhà trường sẽ tiếp nhận ý kiến đánh giá doanh nghiệp về “sản phẩm đào tạo” của mình để từ đó cải tiến chương trình đào tạo theo từng thời điểm sao cho phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.

Về phía doanh nghiệp du lịch, cần cử đại diện theo dõi, tham gia vào kiểm định, đánh giá chất lượng đầu vào và đầu ra của sinh viên; cung cấp thông tin về nhu cầu nhân lực của mình cho nhà trường để nhà trường có kế hoạch điều chỉnh chương trình, nội dung và phương pháp giảng dạy cũng như kế hoạch bố trí sinh viên thực đến thực tập, giới thiệu tuyển dụng... đảm bảo theo đúng yêu cầu doanh nghiệp đặt ra.

Không chỉ đào tạo nguồn nhân lực mới, nhà trường và các doanh nghiệp du lịch còn có thể phối hợp trong bồi dưỡng, đào tạo lại theo yêu cầu của doanh nghiệp. Đây cũng là hoạt động có thể gắn kết chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp, đảm bảo mục tiêu đào tạo theo địa chỉ.

Trong và sau quá trình đào tạo cần kiểm tra chặt chẽ, sâu sát chất lượng của sinh viên qua việc thực hiện phương pháp đánh giá từ bên ngoài (người sử dụng lao động) kết hợp với đánh giá bên trong (nhà trường).

Thứ năm, tổ chức hướng nghiệp và đảm bảo đầu ra cho sinh viên

Việc định hướng nghề nghiệp cho sinh viên cần được thực hiện một cách liên tục trong suốt quá trình học và phải bắt đầu từ khi các em mới vào trường. Mặc dù công tác này ở nhiều cơ sở đào tạo đã được triển khai nhưng vẫn chưa được quan tâm đúng mức, do vậy, nhiều sinh viên trong quá trình học và sau khi tốt nghiệp mất phương hướng về nghề nghiệp, không tự tin về bản thân và kỹ năng xin việc.

Để làm tốt việc trên, các cơ sở đào tạo cần tăng cường công tác hỗ trợ hướng nghiệp, tư vấn cho sinh viên trong và sau khi tốt nghiệp. Làm tốt việc này giúp sinh viên rút ngắn khoảng cách giữa kiến thức được học ở trường với nghề nghiệp tương lai. Đồng thời, trên cơ sở định hướng nghề nghiệp đúng đắn, cần định hướng và xây dựng được lòng yêu nghề trong mỗi sinh viên để có thể tạo được đội ngũ nhân lực có tâm huyết, tránh hiện tượng chuyển đổi nghề chỉ sau thời gian ngắn làm việc do áp lực công việc không phù hợp.

Ngoài ra, các cơ sở đào tạo cần chủ động liên hệ với các doanh nghiệp du lịch để ký các hợp đồng tuyển sinh, đào tạo và xây dựng cam kết sử dụng nguồn nhân lực do chính mình đào tạo, phối hợp với các doanh nghiệp trong suốt quá trình giảng dạy và quản lý. Doanh nghiệp giúp nhà trường phối hợp quản lý sinh viên thực tập, bố trí công việc thực tập và tuyển dụng những sinh viên đáp ứng đủ các điều kiện, tiêu chuẩn vị trí việc làm mà doanh nghiệp cần.

Làm tốt công tác này giúp cho sinh viên có việc ngay sau khi tốt nghiệp, còn doanh nghiệp thì sử dụng được đội ngũ nhân lực đáp ứng tốt yêu cầu mình đặt ra mà không mất thời gian và kinh phí đào tạo lại.

Thứ sáu, doanh nghiệp tạo điều kiện cho các giảng viên của nhà trường học tập, trao đổi kinh nghiệm

Đẩy mạnh mô hình hợp tác thông qua gắn kết việc điều hành nhân sự và tham gia quá trình đào tạo bằng cách ưu tiên tuyển dụng những giảng viên có kinh nghiệm làm việc (tham gia quản lý các bộ phận hoặc quản lý doanh nghiệp) trong các doanh nghiệp du lịch. Đặc biệt, vào mỗi dịp hè, doanh nghiệp cần tạo điều kiện cho các giảng viên trẻ đến doanh nghiệp làm việc tại các bộ phận phù hợp với chuyên ngành của giảng viên để giảng viên có cơ hội tiếp nhận những kiến thức cũng như yêu cầu mới của thực tiễn, để từ đó về trường vi chỉnh nội dung, phương pháp đào tạo theo đúng nhu cầu xã hội.

Ngoài ra, các doanh nghiệp du lịch cần tạo điều kiện tiếp nhận các giảng viên chuyên ngành của nhà trường đến doanh nghiệp học tập kinh nghiệm thực tế, trao đổi những vấn đề giữa chương trình đào tạo và yêu cầu của thực tế để từ đó họ nâng cao trình độ cũng như kỹ năng nghề nghiệp chuyên môn giảng dạy của mình.

Thứ bảy, đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu khoa học và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu

Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Mục đích của hình thức hợp tác này nhằm 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. Nhà trường có thể tìm kiếm sự hợp tác này bằng cách chủ động giới thiệu với các doanh nghiệp du lịch những chương trình nghiên cứu có khả năng đem lại lợi ích trực tiếp cho các doanh nghiệp.

Từ những kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, hai bên cùng công bố các phát minh, đồng sở hữu và khai thác danh mục, các bằng sáng chế, bản quyền.

4. KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

Trên cơ sở nội dung nghiên cứu, để thực hiện tốt công tác phối hợp, liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, tác giả kiến nghị:

Một là, đổi mới và tăng cường công tác quản lý của nhà nước trong việc xây dựng mối gắn kết bền vững giữa Nhà trường và Doanh nghiệp du lịch.

Mặc dù, công văn số 4929/BGDĐT-GDDH ngày 20/11/2017 về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch đã định hướng nội dung hợp tác giữa Doanh nghiệp Du lịch và Nhà

trường. Tuy nhiên, Nhà nước cần có chính sách cụ thể đối với cơ chế phối hợp trong đào tạo nhân lực giữa Nhà trường và Doanh nghiệp. Quy định trách nhiệm của Doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin về nhu cầu lao động và hỗ trợ trong quá trình đào tạo.

Cần tăng quyền tự chủ cho Nhà trường. Theo đó, Nhà trường cần được tự chủ về quy mô đào tạo, hình thức tuyển sinh, xây dựng chương trình đào tạo, thu chi nguồn tài chính. Có như vậy, Nhà trường mới có trách nhiệm hơn trong việc đào tạo nhân lực du lịch nói riêng và nhân lực nói chung phù hợp với nhu cầu xã hội.

Khuyến khích cạnh tranh giữa các cơ sở đào tạo để tăng động lực phát triển giữa các Nhà trường với nhau về chất lượng sản phẩm đào tạo, uy tín cũng như hình ảnh, thương hiệu của Nhà trường.

Cần có trung tâm dự báo nhu cầu đào tạo nhân lực du lịch, trong đó có sự phối hợp với các ban, ngành ở địa phương và tham gia của Nhà trường và Doanh nghiệp để đảm bảo gắn chặt giữa đào tạo với sử dụng nhân lực.

Theo đó, đổi mới và tăng cường công tác quản lý nhà nước về xây dựng mối gắn kết bền vững giữa Nhà trường và Doanh nghiệp chủ yếu phát huy ở 3 mặt: định hướng, khuyến khích và hỗ trợ.

Hai là, đối với Nhà trường

Nhà trường cần phối hợp với doanh nghiệp trong xây dựng chương trình đào tạo. Theo đó, Nhà trường cần phải tự mình nâng cao năng lực đào tạo, xây dựng chuẩn đầu ra cần có sự tham khảo nhu cầu thị trường và doanh nghiệp du lịch. Bên cạnh đó, nhà trường cần tổ chức biên soạn và cải tiến giáo trình giảng dạy cho phù hợp với yêu cầu của thực tiễn và yêu cầu của từng giai đoạn phát triển.

Nhà trường cần thực hiện tốt phương châm đào tạo những gì xã hội cần chứ không đào tạo những gì Nhà trường có, đào tạo lấy người học làm trung tâm. Bên cạnh việc đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp thì Nhà trường cần phải đảm bảo tính tiên tiến, hiện đại của chương trình đào tạo, phải đào tạo ra những con người có khả năng học tập suốt đời.

Hiện nay, phần lớn kinh phí duy trì hoạt động của các nhà trường ở nước ta hiện nay vẫn phụ thuộc vào ngân sách nhà nước và học phí. Cả hai nguồn vốn này, về cơ bản chỉ đủ cho nhà trường duy trì các hoạt động đào tạo. Do đó, nhà trường muốn có nguồn tài chính dồi dào cần phải thực hiện tốt công tác xã hội hóa dựa vào doanh nghiệp và nhà tài trợ dưới các hình thức: học bổng cho sinh viên học giỏi hoặc sinh viên nghèo vượt khó, cung cấp nguồn nhân lực cho công tác giảng dạy, hợp đồng nghiên cứu khoa học...

Ưu tiên tuyển dụng 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... Tùy thuộc học phần mà Bộ môn, Khoa có sự phân công và lựa chọn giảng viên cho phù hợp.

Đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu khoa học và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu về lĩnh vực du lịch. Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch.

Tăng cường chặt chẽ hơn nữa về mối quan hệ giữa cựu sinh viên với nhà trường, tạo cơ chế để những cựu sinh viên đang làm việc tại các doanh nghiệp du lịch liên hệ thường xuyên với nhà trường, có thể tổ chức những buổi hội thảo trao đổi kinh nghiệm giữa lý thuyết với thực tiễn. Đây là cầu nối vững chắc giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch, rất hiệu quả và thiết thực.

Ba là, đối với doanh nghiệp Du lịch

Doanh nghiệp cần có kế hoạch cụ thể và lâu dài trong việc phát triển nguồn nhân lực bằng việc gắn kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp với nhà trường trong việc đào tạo và sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực.

Doanh nghiệp có thể hỗ trợ nhà trường thông qua việc thành lập các công ty du lịch (đơn vị kinh doanh dịch vụ trong trường), phòng thực hành nghiệp vụ, các trang thiết bị cho giảng dạy và học tập. Doanh nghiệp cử các chuyên viên, chuyên gia tham gia trực tiếp giảng dạy hoặc hướng dẫn thực hành tại nhà trường hoặc ngay tại doanh nghiệp.

Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần có thiện chí và tạo điều kiện tiếp nhận các giảng viên, cán bộ quản lý đến doanh nghiệp học tập, học hỏi kinh nghiệm hoặc trao đổi những vướng mắc giữa chương trình đào tạo và yêu cầu của thực tế.

Bốn là, đối với sinh viên Du lịch

Sinh viên một khi đã chọn học ngành Du lịch cần xác định rõ tầm quan trọng của ngành nghề để có cách tiếp nhận và học tập đúng đắn.

Ngoài nội dung học trên lớp, người học cần học và tìm hiểu thêm kiến thức trên sách vở, báo chí, bạn bè, mạng Internet...tham gia các diễn đàn, thuyết trình, hội thảo về chuyên ngành giữa Nhà trường và Doanh nghiệp nếu có, tham gia vào các nhóm nghiên cứu khoa học tăng khả năng tư duy, phát hiện và xử lý vấn đề;

Sinh viên có ý thức khi tham gia thực tập, thực tế theo chuyên ngành đào tạo tại các doanh nghiệp nhằm vận dụng kiến thức đã tiếp nhận ở nhà trường vào thực tế doanh nghiệp, trau dồi kinh nghiệm, lòng tự tin, bản lĩnh tìm cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp.

Mặt khác, người học phải tạo được tâm lý ổn định, vững vàng và phải có lòng yêu nghề, có mục tiêu, định hướng rõ ràng trong quá trình học tập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Tiến Dũng (2016). *Một số giải pháp tăng cường liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp*, Tạp Chí Lí Luận Chính Trị, số 5.
2. Lê Thị Bưởi, Lê Thị Ngọc (2016), *Một hướng đào tạo nhân lực du lịch cho các cơ sở đào tạo đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN*, Hội thảo khoa học quốc tế, Giáo dục đại học trong bối cảnh hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN.
3. Phạm Thị Thu Phương (2016), *Các phương thức hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp trong đào tạo sinh viên ngành du lịch đáp ứng nhu cầu hội nhập*, SCIENCE & TECHNOLOGY DEVELOPMENT, Vol 19, No.X5-2016.
4. Trần Anh Tài (2009), *Gắn đào tạo với sử dụng, nhà trường với doanh nghiệp*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh 25 (2009) 77-81
5. 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 ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, Tập 32, Số 4 (2016) 69-80.
6. Vũ Văn Tuyền và các tác giả (2019), *Nghiên cứu xây dựng cơ chế phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo nhân lực ngành du lịch tại trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*, Đề tài cấp trường, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa.
7. Trần Văn Thức, Vũ Văn Tuyền (2019), *Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch tỉnh Thanh Hóa trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế "Phát triển Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế".

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Tạ Trần Trọng, ThS. Phạm Thị Giang Thùy
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Dựa trên khảo sát thực tế một số cơ sở đào tạo và doanh nghiệp lữ hành; nguồn số liệu thứ cấp về đào tạo trình độ nhân lực ngành Du lịch; yêu cầu về nội dung chương trình đào tạo chung ASEAN (CATC); tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0), bài viết đề cập đến thực trạng đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và những yêu cầu đặt ra đối với công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam trong bối cảnh mới. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp chủ yếu tầm vĩ mô đối với Nhà nước; tầm vi mô đối với các cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp và người lao động trong ngành Du lịch - từ đó góp phần nâng cao hiệu quả công tác đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0; đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch; thực trạng; giải pháp vĩ mô; giải pháp vi mô

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cùng với định hướng đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, từ năm 2016 đến nay, du lịch liên tục đạt mức tăng trưởng từ 25 - 30% - mức tăng trưởng mơ ước đối với điểm đến quy mô quốc gia. Theo kế hoạch đến năm 2020, ngành kinh tế “không khói này” cần khoảng trên 2 triệu lao động chất lượng cao, chưa kể hàng nghìn lao động lĩnh vực du lịch tàu biển [1]. Hiện nay, cuộc CMCN 4.0 đã ảnh hưởng rất lớn đến các ngành, lĩnh vực của đời sống văn hóa xã hội, kinh tế, trong đó có lĩnh vực Du lịch. Để Du lịch phát triển bền vững, theo định hướng 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, đồng thời thích ứng được với bối cảnh CMCN 4.0, việc nhìn nhận, đánh giá đúng vai trò, ảnh hưởng của cuộc cách mạng này với vấn đề đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch có ý nghĩa rất quan trọng... Tham luận về “Thực trạng và giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam trước tác động của cách mạng công nghiệp 4.0”, Tác giả vận dụng phương pháp: Duy vật biện chứng, Duy vật lịch sử và một số phương pháp khác ...kế thừa các luận điểm phù hợp của các bài viết trước như: “Đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN” (Lê Văn Thông - Trung tâm lý luận Chính trị - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh 20180712094221327.htm -27/7/2018); Nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập ASEAN (NCS. Đoàn Mạnh Cường <http://vitea.vn/giai-phap-dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-chat-luong-cao/>) ...Đồng thời Tham luận đề cập một số khía cạnh mới: Giải pháp thứ 4 và 5 trong mục 4.1; giải pháp 1,3 và 6 trong mục 4.2.1... Tổng quát, tham luận đã giải trình một số khía cạnh nhằm mục đích góp phần nâng cao hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch Việt Nam trước bối cảnh mới.

2. CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 TÁC ĐỘNG ĐẾN DU LỊCH VIỆT NAM

2.1. Khái niệm cách mạng công nghiệp 4.0

Tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) lần thứ 46 đã chính thức khai mạc tại thành phố Davos-Klosters của Thụy Sĩ, với chủ đề “Cuộc CMCN lần thứ 4”. Nhân loại đang đứng trước một cuộc cách mạng công nghiệp mới, có thể thay đổi hoàn toàn cách chúng ta sống, làm việc và quan hệ với nhau. Quy mô, phạm vi và sự phức tạp của lần chuyển đổi này không giống như bất kỳ điều gì mà loài người đã từng trải qua... Cụ thể, đây là “một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS). Trong đó, mỗi công dân có thể trở thành một doanh nghiệp số. Mọi doanh nghiệp đều trở thành doanh nghiệp số. Mọi lãnh đạo trở thành lãnh đạo số. Mọi Chính phủ trở thành chính phủ số. [2]

2.2. Khái quát cách mạng công nghiệp 4.0 tác động đến du lịch

CMCN 4.0 đã phủ sóng toàn cầu, việc sử dụng viber hay dùng các phần mềm khác như zalo... cho phép tương tác gần như tức thì, không có chậm trễ ngay cả khi ở nước ngoài. Nên khi đi du lịch ở nước ngoài vẫn có thể giữ được liên lạc thường xuyên với gia đình, người thân, giải quyết công việc. Đối với các đơn vị Du lịch, đây cũng là một cơ hội để có thể tuyên truyền, quảng bá những thông tin lên mạng, lên website. Đưa những hình ảnh tốt đẹp lên nhằm quảng bá điểm đến, đồng thời cũng nhận lại những thông tin xấu về tuyến điểm như có chỗ nào chật chội, chèo kéo hay đeo bám du khách để mình làm giảm thiểu và đi đến giải quyết dứt điểm. Đây là biện pháp rất tốt để có thể tăng du khách, giảm tình trạng người ta đến và không muốn quay lại nữa. Hiện nay, du lịch Việt Nam có lượng khách khá nhiều và mang lại nguồn ngoại tệ cho đất nước. Tuy nhiên, du lịch vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Rõ ràng, Du lịch trong CMCN 4.0 cần được phát triển một cách thông minh với sự hỗ trợ của công nghệ số.

* *CMCN4-0 tác động đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch*

CMCN 4.0 đang được ứng dụng rộng rãi vào tất cả lĩnh vực trong đời sống xã hội, trong đó có ngành du lịch. Vì vậy các cơ sở đào tạo du lịch- chiếc máy cái của ngành du lịch, cũng cần phải có những chuyển đổi mạnh mẽ để thích ứng với sự phát triển của công nghệ. *CMCN4-0 tác động đào tạo nhân lực ngành Du lịch* : (1) Đổi mới chương trình, giáo trình đào tạo, tăng thời lượng thực hành, thực tập thực tế tại doanh nghiệp; (2) Nâng cao và cập nhật trình độ chuyên môn, công nghệ cho đội ngũ giáo viên; (3) Ứng dụng công nghệ mới trong giảng dạy lý thuyết và thực hành; (4) Sinh viên cần được đào tạo thêm các kỹ năng mềm, kỹ năng ứng công nghệ mới, kỹ năng giao tiếp

và sử dụng ngoại ngữ trong hoạt động kinh doanh; (5) Liên kết nhà trường với doanh nghiệp, đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội...

CMCN 4.0 làm thay đổi mạnh mẽ kỹ năng quản trị, kinh doanh, làm giảm giá thành và tăng chất lượng các dịch vụ du lịch, là động lực to lớn để kích cầu du lịch, đồng thời cũng đẩy một bộ phận nhân viên văn phòng, lao động giản đơn và những người không thích ứng với công nghệ mới ra khỏi ngành du lịch. Công nghiệp 4.0 vừa là cơ hội và cũng là thách thức đối với ngành du lịch.

3. KHÁI QUÁT VỀ THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM

**** Về nhu cầu và thành tựu trong đào tạo nguồn nhân lực Du lịch***

Hiện nay, ngành Du lịch hiện được đánh giá là ngành có nhu cầu nhân sự cao gấp 2 - 3 lần so với các ngành trọng điểm khác như giáo dục, y tế, tài chính. Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu phát triển du lịch (ITDR): Với tốc độ tăng trưởng là 6,2%/năm trong giai đoạn 2011 - 2015, đến hết năm 2015, nhu cầu nhân lực làm việc trực tiếp (hướng dẫn viên du lịch, lễ tân...) trong ngành ước tính cần 620.000 người và đến năm 2020 nhu cầu nhân lực của ngành Du lịch tăng lên khoảng 870.000 lao động trực tiếp với tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn 2016 - 2020 là 7,0%/năm. Nhu cầu nhân lực của ngành Du lịch ngày càng gia tăng. Cụ thể dự báo năm 2020 tăng 40% so với năm 2015. Trong đó, nhu cầu nhân lực có trình độ đại học được dự báo chiếm 0,7%; trình độ đại học, cao đẳng chiếm 15%; Trình độ trung cấp chiếm 13%; trình độ sơ cấp chiếm 22,3% và trình độ dưới sơ cấp chiếm 49%. Ngoài ra, dự báo nhu cầu nguồn nhân lực ngành Du lịch theo vị trí làm việc và theo ngành nghề kinh doanh đến năm 2020 cũng tăng đáng kể.

Theo Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch): Mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm, trong đó chỉ hơn 12% có trình độ cao đẳng, đại học trở lên. Nhiều hướng dẫn viên du lịch dù được đào tạo chính quy ở các trường đại học, cao đẳng... nhưng khi được tuyển dụng làm việc, hầu hết doanh nghiệp lữ hành đều phải đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung về kỹ năng, ngoại ngữ. Nguồn lao động trong lĩnh vực du lịch không những thiếu về mặt số lượng mà còn yếu về chuyên môn. Chất lượng nguồn nhân lực do các cơ sở đào tạo cung cấp cho thị trường lao động du lịch chưa đạt yêu cầu của doanh nghiệp. Báo cáo tổng hợp về thực trạng nguồn nhân lực Việt Nam những năm qua cho thấy: lao động có trình độ đại học và trên đại học chiếm 9,7%, sơ cấp, trung cấp, cao đẳng chiếm 51%, dưới sơ cấp là 39,3%... Trong đó, chỉ có 43% được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ về các ngành nghề du lịch. Ngoài ra, hơn một nửa lao động làm việc trong ngành du lịch lại rất yếu về ngoại ngữ, đây là một hạn chế rất lớn của du lịch Việt Nam. Theo nghiên cứu của ITDR về trình độ ngoại ngữ của nguồn nhân lực ngành Du lịch cho thấy, ngoại ngữ 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. Như vậy, nhu cầu về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Du lịch là rất lớn, trong đó đáng chú ý là nhu cầu nhân lực có trình độ cao ngày một gia tăng. Đối với các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Du lịch các trình độ từ sơ cấp, trung cấp, cao đẳng đến đại học được hình thành và mở rộng. Số lượng cơ sở đào tạo tăng nhanh, phủ kín hầu hết các tỉnh; cơ cấu đa dạng về loại hình sở hữu, cấp đào tạo và ngành nghề đào tạo; phần lớn tập trung ở các đô thị, trung tâm du lịch trọng điểm, địa bàn đông dân cư, tạo thuận lợi cho người học và gắn với nhu cầu sử dụng nhân lực, đáp ứng được nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội và nhu cầu khách du lịch. Hầu các tỉnh, thành phố đã có trung tâm đào tạo, bồi dưỡng nghề du lịch ngắn hạn hoặc trung tâm đào tạo đa ngành nghề tham gia đào tạo du lịch. Năng lực đào tạo, bồi dưỡng của hệ thống cơ sở đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch trong toàn quốc từng bước được nâng cao. Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật (cả nơi dạy lý thuyết và thực hành) và trang thiết bị giảng dạy tuy còn khó khăn về kinh phí, nhưng đã có tiến bộ. Đội ngũ giảng viên, giáo viên và cán bộ quản lý đào tạo du lịch tăng về số lượng và từng bước được chuẩn hóa. Các cơ sở đào tạo chuyên về du lịch đã chủ động xây dựng chương trình, giáo trình. Một số khoa, bộ môn du lịch ở các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp, trường dạy nghề đã và đang xây dựng chương trình các chuyên ngành, các nghề du lịch; biên soạn giáo trình và tài liệu tham khảo, chuyên khảo. Quy mô đào tạo, bồi dưỡng hàng năm tăng dần. Quy mô đào tạo mới tăng mạnh, chất lượng cơ bản đảm bảo, dần gắn với nhu cầu xã hội. Cơ cấu ngành, nghề đào tạo từng bước chuyển dịch theo hướng tích cực. Nhiều ngành, nghề

đào tạo mới xuất hiện đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch, nhu cầu đào tạo du lịch nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội trong hội nhập quốc tế nói chung.

*** Về tồn tại và bất cập trong đào tạo nguồn nhân lực Du lịch:**

Theo Báo cáo về thực trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Tổng cục Du lịch, tại Việt Nam: Tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch còn thấp, chỉ chiếm 43% tổng số lao động du lịch, trong đó có hơn một nửa không biết ngoại ngữ. Năng suất lao động trong ngành du lịch nước ta chỉ bằng 1/15 của Singapore, 1/10 của Nhật Bản và 1/5 của Malaysia...Hiện tại, cả nước mới có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu, vừa yếu, nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại dư thừa. Theo Tổng cục Du lịch, với tốc độ tăng trưởng như hiện nay, yêu cầu mỗi năm phải đào tạo thêm 25.000 lao động mới và phải đào tạo lại số lượng tương tự...Thực tế, mỗi năm, các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của ngành, dẫn đến tình trạng thiếu trầm trọng nguồn nhân lực du lịch.

Theo thống kê của Vụ Đào tạo (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch): Tính đến năm 2016, cả nước có 156 cơ sở đào tạo du lịch, trong đó có: 48 trường đại học; 43 trường cao đẳng và cao đẳng nghề. Tuy nhiên, chương trình đào tạo du lịch đến nay vẫn chưa được thống nhất. Tình trạng kết cấu khung chương trình đào tạo giữa các cơ sở rất khác nhau về tỷ lệ giữa khối kiến thức đại cương và chuyên ngành. Có cơ sở quá thiên về trang bị kỹ năng mà không quan tâm đến trau dồi kiến thức nền, do đó chỉ tạo đội ngũ “thợ” chứ không thể tạo ra những người quản lý giỏi. Ngược lại, có cơ sở tỷ lệ dạy thực hành rất thấp, dẫn đến kỹ năng nghề của sinh viên yếu kém... còn thiếu hệ thống giáo trình cốt lõi; tài liệu tham khảo khá phong phú nhưng chất lượng hạn chế. Trong khi đó, không thể sử dụng giáo trình nước ngoài để giảng dạy chính thức vì nội dung, tên môn học, hệ số tín chỉ... có sự khác biệt lớn, nhiều lĩnh vực lại chưa phù hợp điều kiện phát triển và đặc điểm của nước ta. Thời gian qua, các trường đào tạo nhân lực du lịch cũng gặp nhiều khó khăn khi có tới ba bộ tiêu chuẩn nghề du lịch cùng tồn tại. Đó là bộ tiêu chuẩn do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành với tám nghề; bộ tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam (VTOS) do Dự án EU hỗ trợ thực hiện với mười nghề; và bộ tiêu chuẩn nghề tham khảo của ASEAN với sáu nghề. Sự không nhất quán trong chương trình, nội dung đào tạo khiến chất lượng nguồn nhân lực du lịch ở các cơ sở đào tạo rất khác nhau. Đây cũng là lý do khiến các doanh nghiệp lúng túng khi căn cứ vào bằng cấp để tuyển nhân sự. Bên cạnh đó, trình độ sư phạm, chuyên môn của đội ngũ giảng viên cũng là điều đáng bàn. Hiện cả nước có khoảng 5.000 người tham gia đào tạo về du lịch, trong đó có 2.000 giảng viên, giáo viên, 2.580 đào tạo viên và 540 cán bộ quản lý, phục vụ đào tạo các cấp.

Với thực trạng công tác đào tạo nhân lực du lịch hiện nay, vẫn còn khoảng cách khá xa về chất lượng so với yêu cầu của doanh nghiệp và xã hội. Nhất là trong bối cảnh CMCN 4.0; đây sẽ là thách thức đối với lao động du lịch Việt Nam nếu không có trình độ, chất lượng tương đồng. Do đó, ít nhất là để không bị thua ngay trên sân nhà, ngành Du lịch cần nhanh chóng có những giải pháp, chiến lược bài bản trong đào tạo nguồn nhân lực.

4. GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16-1-2017 của Bộ Chính trị về phát triển Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, việc đào tạo lực lượng lao động có chất lượng cao là giải pháp mang tính chiến lược. Trên cơ sở nghiên cứu tác động của CMCN 4.0; đánh giá khách quan những bất cập trong công tác đào tạo hiện nay, chúng ta cần có lộ trình cụ thể để từng bước tháo gỡ, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam.

4.1. Giải pháp vĩ mô

Một trong những khâu quan trọng trong những giải pháp đó là đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Đáp ứng yêu cầu đòi hỏi của ngành kinh tế dịch vụ theo các qui luật của kinh tế thị trường và hội nhập, bởi sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp du lịch hay một quốc gia nào muốn phát triển du lịch sẽ phụ thuộc rất lớn vào yếu tố con người. Nguồn nhân lực du lịch đòi hỏi công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch cần phải được quan tâm đầu tư, hỗ trợ phát triển xứng

đáng, thậm chí là phải đi trước một bước. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng và ban hành Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020 (Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011) với mục tiêu, kế hoạch, lộ trình triển khai, đảm bảo đến năm 2020 có đội ngũ nhân lực du lịch đạt chuẩn cao; đáp ứng yêu cầu thực tiễn của ngành, các doanh nghiệp và xã hội, đưa ngành du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước...

Để đạt mục tiêu trên, cần thực hiện:

Một là, hoàn thiện cơ chế chính sách, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Bổ sung những nghề du lịch còn thiếu; xây dựng và ban hành trên chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia:

- Đầu tư cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Chất lượng sản phẩm du lịch phụ thuộc nhiều vào việc cơ sở hạ tầng có được đầu tư tốt hay không và thái độ phục vụ cũng như trình độ của nhân viên. Vì vậy, phải chú trọng đến việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và đào tạo nguồn nhân lực Du lịch trong đó tập trung đào tạo kỹ năng nghề và thực hành.

- Chú trọng bảo vệ môi trường. Trong khai thác du lịch, các cơ quan quản lý phải luôn nhấn mạnh đến vấn đề bảo vệ môi trường và duy trì hệ sinh thái tự nhiên vốn có tại các điểm du lịch; đặt vấn đề bảo vệ môi trường trở thành một trong những nhiệm vụ quan trọng trong quy hoạch các đề án, chiến lược phát triển du lịch của tỉnh và các khu, điểm du lịch. Hướng đến phát triển “Du lịch xanh”: Xây dựng các tiêu chí “Du lịch xanh”.

- Thống nhất công bố chuẩn chất lượng đầu ra của đào tạo nhân lực du lịch giữa các Bộ liên quan: Bộ Giáo dục - Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. Ban hành danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo du lịch. Cấp thêm mã ngành đào tạo ở bậc trên đại học cho ngành du lịch.

Hai là, tăng cường quản lý nhà nước về đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu xã hội và hội nhập.

Tăng cường năng lực của các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch, cả về cơ sở vật chất trang thiết bị đào tạo cũng như đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ giáo viên, giảng viên. Cập nhật đổi mới xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến. Có cơ chế hợp tác chặt chẽ giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp sử dụng nhân lực Du lịch đầu ra trong công tác đào tạo; hợp tác Quốc tế về đào tạo nhân lực Du lịch đạt chuẩn quốc gia, quốc tế.

Ba là, ưu tiên đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong công tác nghiên cứu, đào tạo du lịch như đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến (E-learning), xây dựng giáo trình đào tạo du lịch điện tử...

Bốn là, khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo cơ chế và điều kiện để các thành phần xã hội, trong và ngoài nước có thể tham gia góp vốn, kiến thức ... cho công tác đào tạo nhân lực du lịch.

Năm là, nâng cao vai trò và sự tham gia của Hiệp hội Du lịch Việt Nam vào lĩnh vực đào tạo nhằm kết nối cung cầu, liên kết đào tạo, thẩm định chất lượng đào tạo...

4.2. Giải pháp vi mô

4.2.1. Đối với cơ sở đào tạo

Đào tạo nguồn nhân lực du lịch hướng đến chuẩn quốc tế: Vấn đề này bao gồm các mặt chủ yếu sau:

Một là, các cơ sở đào tạo lữ hành đề xuất (phối hợp) với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội và các bộ liên quan và các doanh nghiệp Du lịch: 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 trước tác động CMCN 4.0.

Hai là, đối với việc phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch 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 dưới góc nhìn hội nhập

nghề du lịch và tác động CMCN 4.0, có thể thực hiện bằng nhiều hình thức, đặc biệt là tham quan, học tập nâng cao trình độ giảng dạy ở ngoài nước. Chú trọng nâng cao trình độ tin học, ngoại ngữ và phương pháp giảng dạy để giảng viên, giáo viên và đào tạo viên du lịch đủ khả năng giảng dạy, tự nghiên cứu, trao đổi chuyên môn trực tiếp với chuyên gia nước ngoài, tham gia hội nghị, hội thảo, diễn đàn quốc tế và học tập, tu nghiệp ở nước ngoài.

Ba là, có chính sách khuyến khích 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 tham gia soạn chương trình nội dung môn học, 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 có cơ chế để thu hút sự tham gia tích cực của nhà quản lý, 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 để nâng cao tính thực tiễn của các chương trình đào tạo du lịch.

Bốn là, 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

Năm là, 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 của giảng viên/giáo viên phải được thiết kế mang tính thực quan, sinh động và cụ thể với các mẫu, phiếu, biểu, hình ảnh, phim... gắn với thực tế nghề nghiệp, gắn với doanh nghiệp. 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 với thực lực học của học sinh/sinh viên.

Sáu là, gắn kết giữa cơ sở đào tạo/dạy nghề 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.

Tóm lại, 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 trước tác động của CMCN 4.0.

4.2.2. Đối với doanh nghiệp và người lao động

CMCN 4.0 đã tạo ra sự thay đổi lớn trong ngành sản xuất và dịch vụ toàn cầu; du lịch là một ngành dịch vụ nằm trong tầm ảnh hưởng của làn sóng này. Các du khách lựa chọn, đặt mua, trải nghiệm chuyến đi liên tục thay đổi, ngày càng thiên về định hướng giao dịch thương mại điện tử. Vì vậy tiếp thị kỹ thuật số trở thành thách thức lớn cho doanh nghiệp du lịch, đặt ra yêu cầu có được những chiến lược thực sự phù hợp thu hút du khách.

Các doanh nghiệp lữ hành Việt phải chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực cho đội ngũ quản lý, hướng dẫn viên, tư vấn viên về kỹ năng mềm, kỹ năng ứng công nghệ mới, kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ trong hoạt động kinh doanh. Các doanh nghiệp lữ hành cùng với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch kiến tạo nên những sản phẩm du lịch độc đáo về văn hóa ẩm thực, trải nghiệm các di sản phi vật thể đã được UNESCO công nhận đối với các tour nội địa. Đối với các tour quốc tế sẽ đầu tư nhiều hơn cho các hình thức du lịch tìm hiểu các mô hình đào tạo, các cơ sở khám chữa bệnh (hiện nay loại hình du lịch kết hợp chữa bệnh, thăm hỏi người thân... đang phát triển mạnh)... đa dạng theo yêu cầu của khách hàng.

Đối với người lao động cần phải nâng cao trình độ, tích cực tham gia học tập, cân nhắc, lựa chọn để chuyển đổi nghề nghiệp cho phù hợp; nâng cao ý thức, tuân thủ pháp luật, tác phong lao động công nghiệp và kỷ luật lao động. Đặc biệt, mỗi người lao động cần phải có niềm tin đối với cuộc CMCN 4.0, bởi công việc truyền thống có thể mất đi nhưng sẽ có cơ hội đến với công việc mới đòi hỏi sự thích nghi, ổn định, thu nhập tốt hơn... Trước tác động CMCN 4.0 cũng như bối cảnh mới nói chung, mọi hoạt động thực tiễn của các doanh nghiệp Du lịch chỉ hiệu quả cao khi người lao động ngành Du lịch từ nhà quản lý đến nhân viên được đào tạo, tiếp cận CMCN 4.0, thông thạo ngoại ngữ... doanh nghiệp mới triển khai có hiệu quả:

Một là, về lĩnh vực quảng bá và marketing du lịch: Mở rộng không gian, thời gian và thị trường du lịch; giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị; số hóa cơ sở dữ liệu du lịch; du lịch thực tế ảo...

Hai là, lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ du lịch: Bán hàng qua mạng và thanh toán trực tuyến; triển khai liên kết tour, tuyến du lịch; phát triển thương hiệu điểm đến; phát triển các sản phẩm du lịch mới; nâng cao chất lượng dịch vụ...

5. KẾT LUẬN

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp và ngày càng khẳng định vai trò quan trọng với sự phát triển kinh tế thế giới. Hiện nay, du lịch chiếm vị trí hàng đầu trong thương mại toàn cầu, được coi là ngành xuất khẩu và tạo việc làm lớn nhất thế giới. Theo Tổ chức Du lịch thế giới, trong thế kỷ XXI, du lịch trở thành hoạt động kinh tế quan trọng nhất trên phạm vi toàn cầu. CMCN 4.0 sẽ làm thay đổi mạnh mẽ kỹ năng quản trị, kinh doanh, làm giảm giá thành và tăng chất lượng các dịch vụ du lịch, là động lực to lớn để kích cầu du lịch, đồng thời cũng đẩy một bộ phận nhân viên văn phòng, lao động giản đơn và những người không thích ứng với công nghệ mới ra khỏi ngành du lịch. CMCN 4.0 vừa là cơ hội và cũng là thách thức đối với ngành du lịch.

Các doanh nghiệp Du lịch Việt Nam bước đầu chủ động tiếp cận CMCN 4.0, coi đây là cơ hội nâng cao năng lực cạnh tranh: Bắt đầu từ việc cơ bản - số hóa dữ liệu, bao gồm cập nhật thông tin tour tuyến, chương trình ưu đãi, hoạt động của doanh nghiệp lên website; ứng dụng công nghệ mới để tăng trải nghiệm của khách hàng; nâng cấp phần mềm điều hành tour; triển khai cổng thanh toán điện tử; thiết lập kênh tương tác trực tiếp với khách.

Trước bối cảnh CMCN 4.0, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp những thách thức không nhỏ về nhiều mặt, trong đó có yếu tố về nhân lực. Nhân lực ngành Du lịch có vai trò quyết định không chỉ cho riêng sự phát triển du lịch mà còn góp phần không nhỏ vào việc phát triển kinh tế của 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 nhân lực. Công tác phát triển nhân lực ngành Du lịch mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định: Một số cơ sở đào tạo đại học áp dụng tiêu chuẩn VTOS 2013 trong giảng dạy đã bước đầu thu được những kết quả tích cực; giảng viên và sinh viên đều hào hứng, tích cực tham gia giảng dạy và học tập; người học được chủ động phát huy tự chủ, được có cơ hội thực hành, cọ sát thực tế nhiều hơn, các kỹ năng thiết thực được chú trọng; với mục tiêu phát triển nhân lực Du lịch 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 nguồn nhân lực Du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập khu vực và thế giới; nâng cao nhận thức cộng đồng về Du lịch và nhân lực ngành Du lịch; tạo động lực và lợi thế thúc đẩy ngành Du lịch phát triển nhanh và bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <http://vneconomy.vn/nhan-luc-du-lich-viet-va-tinh-trang-cao-thieu-yeu-thua-0180816094130905.htm>. (16/8/2018 -Đào tạo nhân lực Việt “cao thiếu, yếu thừa-VnEconomy”)
2. <http://hvcsnd.edu.vn/nghien-cuu-trao-doi/dai-hoc-40/cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4-0-la-gi-4319> (2/10/2018; cách mạng công nghiệp lần thứ 4 là gì/Học viện cảnh sát nhân dân)
3. <http://nhandan.com.vn/vanhua/item/33553202-bat-cap-trong-dao-tao-nguon-nhan-luc-du-lich-ky-1.html>
4. *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.
5. Nguyễn Thị Thu Hương (2017), “*Thực trạng và giải pháp phát triển ngành du lịch Việt Nam hiện nay*” Tạp chí Công Thương, <http://tapchicongthuong.vn/thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-nganh-du-lich-viet-nam-hien-nay-20170530111426127p0c488.htm>.
6. Nguyễn Sơn Hà (2016) “*Đào tạo nguồn du lịch hiện nay*”, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật số 382, tháng 4-2016.
7. Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban chấp hành Trung ương về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.
8. Nghị quyết số 44/NQ-CP ngày 09/6/2014 của Chính phủ về ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban chấp hành Trung

ương về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.

9. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.

10. Quyết định số 958/QĐ-TTg ngày 24/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Xây dựng đội ngũ trí thức ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030”.

11. Quyết định số 1060/QĐ-BVHTTDL ngày 29/3/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển nhân lực văn hóa, thể thao và du lịch 2011-2020”.

12. Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL ngày 29/9/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Quy hoạch “Phát triển nhân lực ngành du lịch 2011-2020”.

13. Quyết định số 2473/2011/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG DỊCH VỤ DU LỊCH Ở NƯỚC TA

*ThS. Đỗ Minh Phượng
Trưởng Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Việt Nam là một quốc gia có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch. Du lịch Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, song cũng đã bộc lộ một số vấn đề như nhân lực du lịch trong tình trạng “vừa thừa, vừa thiếu”. Theo thông tin từ Tổng cục Du lịch, năng suất lao động ngành du lịch Việt Nam thuộc hạng thấp nhất trong khu vực, đạt 3.477 USD/năm/người, chưa bằng 1/2 lần so với Thái Lan và chỉ bằng 1/15 so với Singapore. Vậy vấn đề về nhân lực du lịch có ảnh hưởng như thế nào đến phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam là mục tiêu nghiên cứu của bài viết. Bài viết sẽ chỉ ra bản chất của phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam, đánh giá thực trạng tham gia của nhân lực du lịch với phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam, từ đó, đề xuất một số giải pháp về đào tạo nhân lực du lịch nhằm phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, nhân lực du lịch, phát triển

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày một sâu và toàn diện, để đẩy mạnh phát triển du lịch trong tiến trình CNH, HĐH đất nước, cần nhận thức một cách đầy đủ hơn những giá trị lớn lao và có ý nghĩa quyết định của nhân tố con người trong hoạt động du lịch. Phải thay đổi sâu sắc cách nhìn, cách nghĩ, cách hành động về nguồn nhân lực du lịch và coi việc phát huy nhân tố con người Việt Nam trong hoạt động du lịch như một cuộc cách mạng.

Nói đến nguồn nhân lực du lịch là nói đến chủ thể tham gia vào quá trình phát triển du lịch và kinh tế - xã hội. Nguồn nhân lực ấy không phải là chủ thể biệt lập riêng rẽ một cá nhân hay một tập thể, mà là chủ thể được tổ chức thành lực lượng thống nhất cả về tư tưởng và hành động. Nguồn lực này là tổng hợp những chủ thể trong từng lĩnh vực du lịch, nhưng không phải là tập hợp giản đơn số lượng các cá nhân hoặc tập thể mà là sự tổng hợp của chính thể nhân lực trong hành động, tạo thành một sức mạnh chung. Sức mạnh đó bắt nguồn trước hết là những phẩm chất văn hóa vốn có bên trong của mỗi chủ thể và được nhân lên gấp bội trong thực tiễn hoạt động du lịch. Vì vậy khi nói nguồn nhân lực du lịch với vai trò của quá trình phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch là nói đến những phẩm chất tích cực của tổng hợp những chủ thể được bộc lộ trong quá trình đó và thúc đẩy quá trình này vận động phát triển; đồng thời hạn chế tối đa mặt tiêu cực và hạn chế của nguồn nhân lực du lịch. Bên cạnh những ý nghĩa cần thiết của nhân lực du lịch hiện nay, thì vẫn tồn tại những vấn đề về chất lượng nhân lực trong các doanh nghiệp dịch vụ, chất lượng nhân lực trong các

doanh nghiệp lữ hành còn hạn chế, khiến cho những sản phẩm du lịch (chương trình du lịch) tạo ra chưa thực sự đáp ứng nhu cầu khách hàng. Khiến cho sự phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam vẫn tồn tại những hạn chế và bất cập về sản phẩm du lịch (chương trình du lịch). Mối quan hệ giữa chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, hay sự điều phối trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, sự hỗ trợ của Nhà nước hay ứng dụng công nghệ thông tin trong chuỗi đều cơ bản phụ thuộc vào nhân lực du lịch. Bởi suy cho cùng mọi nội dung quản trị đều là quản trị con người. Xuất phát từ tính cấp thiết trên, nên bài viết “Nhân lực du lịch với phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam” được tác giả lựa chọn. Bài viết sử dụng phương pháp thống kê phân tích để phân tích từ những dữ liệu thứ cấp về tổ chức đào tạo nhân lực du lịch Việt Nam, từ đó đưa ra những đánh giá về ưu điểm và hạn chế, xác định những nguyên nhân làm căn cứ đưa ra những giải pháp và kiến nghị về tổ chức đào tạo nhân lực du lịch nhằm phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam.

1. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu liên quan đào tạo nhân lực góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta, có 1 số công trình nghiên cứu tiêu biểu sau đây:

Vũ Đức Minh (2004): “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực của các doanh nghiệp du lịch nhà nước trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong tiến trình hội nhập khu vực và thế giới*”. Luận án đã hệ thống hóa lý luận cơ bản về nguồn nhân lực và hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực của các doanh nghiệp du lịch. Đánh giá thực trạng nguồn nhân lực của ngành du lịch Hà Nội và hiệu quả sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau. Luận án đã đưa ra những đề xuất và giải pháp quan trọng đối với các doanh nghiệp du lịch. Từ đó là căn cứ quan trọng đối với các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội có thể đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng lao động, đem lại cho hoạt động quản trị nhân lực trong doanh nghiệp lữ hành đạt hiệu quả.

Lê Thị Lan Hương (2005), “*Một số giải pháp nâng cao chất lượng chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế đến Hà Nội của các công ty lữ hành trên địa bàn Hà Nội*”. Với đối tượng nghiên cứu chất lượng chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế đến Hà Nội, luận án đã hệ thống hóa được những cơ sở lý luận về chương trình du lịch và chất lượng chương trình du lịch, nêu ra những bài học kinh nghiệm dựa trên kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái Lan. Bên cạnh đó, luận án cũng đưa ra những nội dung cụ thể cách đo lường, cách đánh giá và các tiêu chí liên quan đến chương trình du lịch. Đây được coi là cơ sở quan trọng giúp các doanh nghiệp lữ hành có hệ thống đánh giá sản phẩm của doanh nghiệp.

Nguyễn Thanh Bình (2007): “*Hoàn thiện quản trị nguồn nhân lực hàng không Việt Nam*”. Luận án đã hệ thống hóa lý luận quản trị nguồn nhân lực của ngành hàng không dân dụng. Thông qua việc nghiên cứu thực trạng ngành hàng không trong thời gian qua, luận án đã phân tích quản trị nguồn nhân lực tại ngành hàng không từ đó đưa ra một số giải pháp hoàn thiện quản trị nguồn nhân lực hàng không Việt Nam đến năm 2015.

Trần Thị Huyền Trang (2017): “*Các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác của công ty lữ hành với các nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch*”. Luận án đã tập trung nghiên cứu một số khía cạnh của các khái niệm hay yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác giữa công ty lữ hành và các nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Bằng phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp với phương pháp nghiên cứu định tính, luận án đã xác định 3 nhóm yếu tố đo lường mối quan hệ là sự chia sẻ thông tin, đồng bộ hóa quyết định và tích hợp hệ thống khuyến thưởng; thông qua 8 yếu tố: tính chuyên biệt tài sản, sự không chắc chắn về hành vi, niềm tin, sự cam kết, mối quan hệ cá nhân, chính sách định hướng khách hàng, ứng dụng công nghệ thông tin trong chuỗi và văn hóa hợp tác trong chuỗi.

Các công trình nghiên cứu

Đoàn Khải (2005), trong nghiên cứu “*Nguồn lực con người trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam*”, cho rằng con người được coi là nguồn lực của mọi nguồn lực, là tài nguyên của mọi tài nguyên, giữ vị trí trung tâm trong toàn bộ quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Do vậy việc khai thác, sử dụng và phát triển nguồn lực đó sao cho có hiệu quả nhất, sẽ là điều kiện tiên quyết, đảm bảo cho sự thành công của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Phạm Văn Kha (2007), trong nghiên cứu “*Đào tạo và sử dụng nhân lực trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam*” đề cập 3 nhân tố chính phát triển nhân lực là: đào tạo và bồi dưỡng nhân lực, tuyển dụng và sử dụng nhân lực, môi trường để đội ngũ nhân lực phát triển trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế và tác giả cho rằng nguồn nhân lực là nguồn lực cơ bản của mỗi quốc gia, là tổng thể tiềm năng lao động của con người.

Lê Thị Ái Lâm (2003), trong nghiên cứu “*Phát triển nguồn nhân lực thông qua giáo dục và đào tạo - Kinh nghiệm Đông Á*” cho rằng, việc làm rõ vấn đề con người có thể đóng góp như thế nào cho quá trình sản xuất, đặc biệt là quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và làm sao để họ đóng góp nhiều hơn, tức là xem xét con người từ góc độ phát triển nhân lực, đặc biệt thông qua giáo dục và đào tạo. Do vậy, việc nghiên cứu quá trình phát triển nhân lực ở những nước Đông Á để rút ra những bài học cho Việt Nam là cần thiết.

Kết luận: Các bài viết và công trình nghiên cứu nêu trên được tác giả kế thừa về mặt lý luận, để xác định khung nghiên cứu của bài viết. Tuy nhiên, các công trình và bài viết đều chưa đề cập đến đào tạo nhân lực du lịch góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch nước ta nên tác giả lựa chọn bài viết “Đào tạo nhân lực du lịch góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch nước ta” là có tính mới và không bị trùng lặp với các công trình nghiên cứu khác.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp (các bài viết, các công trình nghiên cứu khoa học, các giáo trình, các số liệu từ các trang web). Bên cạnh đó, bài viết kết hợp các phương pháp tổng hợp, so sánh, phân tích và đánh giá để khái quát thực trạng đào tạo nhân lực du lịch và phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta, nhận định những vấn đề đặt ra trong đào tạo nhân lực du lịch góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta và đề xuất giải pháp có liên quan.

2. MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG DỊCH VỤ DU LỊCH

2.1. Nhân lực du lịch và đào tạo nhân lực du lịch

2.1.1. Nhân lực du lịch

Nhân lực du lịch được hiểu là một bộ phận lao động xã hội cần thiết được phân công để thực hiện sản xuất và cung ứng các sản phẩm dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu xã hội. Nói cách khác, nhân lực du lịch bao gồm các bộ phận nhân lực lữ hành, nhân lực khách sạn,... Nhân lực du lịch có một số đặc trưng cơ bản như sau: (i) mang tính chất phi sản xuất vật chất; (ii) có tính phức tạp; (iii) có tính đa dạng và chuyên môn hóa cao; (iv) có tính sẵn sàng đón tiếp và phục vụ khách; (v) có tính thời vụ, thời điểm.

2.1.2. Đào tạo nhân lực du lịch

Đào tạo nhân lực du lịch là quá trình liên quan đến việc hoàn thiện và nâng cao các kiến thức, kỹ năng, phẩm chất và kinh nghiệm nghề nghiệp của người lao động nhằm đáp ứng yêu cầu trong quá trình thực hiện công việc của họ ở cả hiện tại và tương lai, từ đó góp phần thực hiện mục tiêu đã định của doanh nghiệp. Việc đào tạo nhân lực du lịch cần tập trung vào các nội dung: đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, đào tạo kỹ năng, đào tạo ngoại ngữ, tin học... Việc đào tạo có thể được thực hiện theo nhiều hình thức khác nhau: Đào tạo trong công việc: (i) Đào tạo chỉ dẫn công việc, (ii) Đào tạo học nghề, (iii) Đào tạo kèm cặp, (iv) Luân chuyển và chuyển công việc...; Đào tạo ngoài công việc: (i) Hội nghị, hội thảo; (ii) Cử đi học; (iii) Đào tạo từ xa...

2.2. Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch và phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

2.2.1. Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

Có rất nhiều khái niệm về chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, có hệ thống qua bảng sau đây (xem bảng 2.1):

Tựu chung lại, các nhà nghiên cứu đều đồng ý rằng nội hàm của khái niệm CCƯDVLDL đề cập đến hai khía cạnh, đó là sự tồn tại của nhiều chủ thể hay các thành phần tham gia, mối liên kết giữa các chủ thể trong chuỗi nhằm đem lại hiệu quả kinh doanh và mang lại sự hài lòng cho khách du lịch.

Từ những khái niệm về chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch có thể khái quát về đặc điểm chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch như sau:

Thứ nhất, Theo Zang và cộng sự (2008) CCƯDVLDL (i) bao gồm tập hợp nhiều thành viên. Trong đó các thành viên liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến việc thỏa mãn nhu cầu khách du lịch

(theo Tapper and Font 2004) về sản phẩm du lịch cuối cùng của CCUDVDL là chương trình du lịch (theo Gou và cộng sự - 2014).

Bảng 2.1: Bảng tổng hợp khái niệm chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

Tác giả	Khái niệm
Sigala (2008)	Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch bao gồm các nhà cung cấp tất cả các hàng hóa và dịch vụ được tạo ra đồng thời tiến hành phân phối sản phẩm du lịch đến khách du lịch, bởi vì khách du lịch tham gia tích cực và quá trình sản xuất và tiêu thụ các dịch vụ du lịch.
Huang và cộng sự (2010)	Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch bao gồm các nhà cung cấp của tất cả các hàng hóa dịch vụ thực hiện việc phân phối các sản phẩm du lịch cho khách du lịch.
Dong và cộng sự (2011)	Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch được hiểu là sự tham gia hợp tác của các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp trong quá trình sản xuất và cung cấp các dịch vụ du lịch, thông tin, tài chính và các sản phẩm hữu hình trực tiếp hoặc gián tiếp cho khách du lịch.
Huang và cộng sự (2012)	Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch được thiết lập bởi một mạng lưới những người tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp (bao gồm các doanh nghiệp, chính phủ, nhà cung ứng) thực hiện việc cung cấp các sản phẩm và các dịch vụ du lịch khác nhau cho khách du lịch.
Guo và cộng sự (2014)	Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch thực hiện việc bán các sản phẩm du lịch trọn gói trên thị trường và một công ty du lịch ở địa phương đóng vai trò cung cấp các dịch vụ du lịch tại các điểm đến.

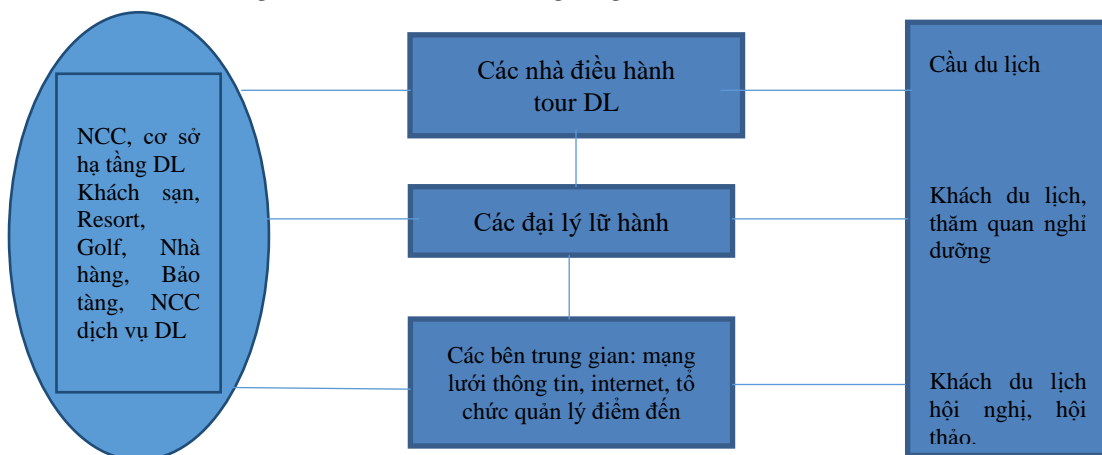
Nguồn: Kauric và cộng sự (2015)

Thứ hai, (ii) mối quan hệ và sự liên kết của các thành viên trong chuỗi có mức độ khác nhau và đều có ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (Kaya và Azanaltun, 2012; Chen và Yi, 2010). Chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch phức tạp, nó bao gồm các bên khác nhau có mối liên kết với nhau. Như vậy, mối quan hệ giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch tuy có phức tạp nhưng sự thành công hay thất bại của chuỗi có liên quan trực tiếp đến sự dẫn đạo của công ty lữ hành (Font và cộng sự, (2008) [38]; Schawartz và cộng sự, 2008).

Thứ ba, Công ty lữ hành được không chỉ giữ vị trí trung gian trong việc chấp nối cung cầu du lịch, mà (iii) Công ty lữ hành còn đóng vai trò quan trọng thúc đẩy, phân phối sản phẩm du lịch và chi phối hoạt động của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Công ty lữ hành có ảnh hưởng to lớn đối với tất cả các hoạt động liên quan trong CCUDVDL (Zang và cộng sự, 2009).

Thứ tư, Mục tiêu cuối cùng của mọi chuỗi cung ứng nói chung và với chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch nói riêng là (iv) thỏa mãn nhu cầu khách du lịch (Zang và cộng sự, 2009). Chính vì vậy, sự hài lòng của khách du lịch chủ yếu phụ thuộc vào hoạt động của các cơ sở trực tiếp cung cấp dịch vụ du lịch (Yilmaz và Bititci, 2006).

Một số mô hình nghiên cứu về chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch



Hình 2.1: Mô hình Sigala (2008)

Theo hình 2.1 về SC của Sigala (2008), các thành viên chính trong SC bao gồm các cơ sở lưu trú, các công ty vận chuyển, các công ty thực phẩm và nước giải khát, các công ty mua sắm, đại lý du lịch và các nhà điều hành tour du lịch (Zhang và cộng sự, (2009); Tigu và Calaretu, (2013)). Trong đó, các nhà cung cấp ở lớp thứ hai tạo ra những vòng đầu tiên của SC là các nhà sản xuất thực phẩm, đồ nội thất, thiết bị, nước và năng lượng... để các nhà cung cấp đầu tiên phục vụ chỗ ăn ở, đi lại mua sắm và dịch vụ. Các nhà điều hành tour cung cấp các dịch vụ thông qua các đại lý du lịch hoặc cung cấp trực tiếp đến người tiêu dùng. Các nhà điều hành tour tiến hành sắp xếp lịch trình và cung cấp các tour du lịch trọn gói để bán trực tiếp hoặc thông qua các đại lý du lịch, hay nói cách khác họ đảm nhận vai trò cung cấp dịch vụ du lịch. Các cơ sở lưu trú chủ yếu cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ vui chơi giải trí cho khách du lịch. Qua đó, có thể thấy rằng, luồng dịch vụ đi từ các nhà cung cấp ở lớp thứ hai tới người tiêu dùng trong khi các luồng thông tin đi từ người tiêu dùng tới các nhà cung cấp lớp thứ hai.



Hình 2.2 : Mô hình chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch của Piboonrugroj và Disney (2009)

Trong mô hình chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch của Piboonrugroj và Disney (2009) [40], có ba luồng thông tin chính bao gồm : Luồng vật chất, luồng thông tin và luồng khách. Các thành phần và các luồng trong SC dịch vụ du lịch điển hình được chia thành 3 giai đoạn

- Giai đoạn : Trước chuyến đi

Đầu tiên, sau khi đưa ra quyết định về kỳ nghỉ, khách du lịch tương lai hướng tiến hành sắp xếp một chuyến đi dựa vào các yêu cầu về thông tin và thủ tục đăng ký với các đại lý du lịch hoặc thông qua internet. Sau đó, các khách du lịch tiềm năng có thể đặt trước các chuyến đi (toàn bộ hoặc riêng lẻ) với các đại lý du lịch hoặc với các nhà điều hành tour. Các khách du lịch cũng có thể đặt dịch vụ trực tiếp với các nhà cung cấp dịch vụ như : dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, hoặc dịch vụ tham quan tại các điểm đến du lịch.

- Giai đoạn 2: Trong chuyến đi

Giai đoạn thứ 2 là sự kết hợp của các SC cung cấp dịch vụ cho khách du lịch như : dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí, và các SC dịch vụ vận chuyển khách du lịch. Trong SC dịch vụ du lịch có hai lớp : lớp đầu tiên là các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ trực tiếp cho khách du lịch; lớp thứ hai là các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đầu vào thực hiện cung cấp nguồn lực cho các hoạt động dịch vụ như đồ ăn uống, thiết bị, cơ sở hạ tầng, nước và năng lượng.

- Giai đoạn 3: Sau chuyến đi

Giai đoạn thứ 3 là sau chuyến đi. Khi kết thúc chuyến đi, có thể xảy ra các hoạt động giữa khách du lịch và doanh nghiệp du lịch hoặc đại lý du lịch. Những hoạt động này bao gồm các thông tin phản hồi của khách hàng về chuyến đi họ đã thực hiện, hoặc những phản hồi của khách

hàng về các chiến lược marketing tiếp theo cho các chương trình du lịch của doanh nghiệp du lịch trong tương lai.

Mặc dù, SC dịch vụ du lịch có thể được phân loại thành các giai đoạn, nhưng các giai đoạn này có mối quan hệ mật thiết, hữu cơ với nhau (Vieira và cộng sự, 2011). Do đó, nghiên cứu mối quan hệ giữa các doanh nghiệp trong SC dịch vụ du lịch là một vấn đề quan trọng và cần thiết (theo Kaya và Azaltun, 2012; Chen và Yi 2010)

Như vậy, có thể thấy các tác giả đã nghiên cứu những mô hình khác nhau về chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Tác giả đã kế thừa những lý thuyết trên để xây dựng mô hình chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch tại Việt Nam

2.2.2. Phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

Có thể hiểu “Phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch đó là gia tăng số lượng các thành viên trong cấu hình chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, nâng cao chất lượng quan hệ giữa các thành viên và chất lượng điều phối, vận hành liên hoàn các quá trình cốt lõi của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch nhằm mục tiêu đáp ứng nhu cầu cũng như lợi ích của du khách và các thành viên tham gia”.

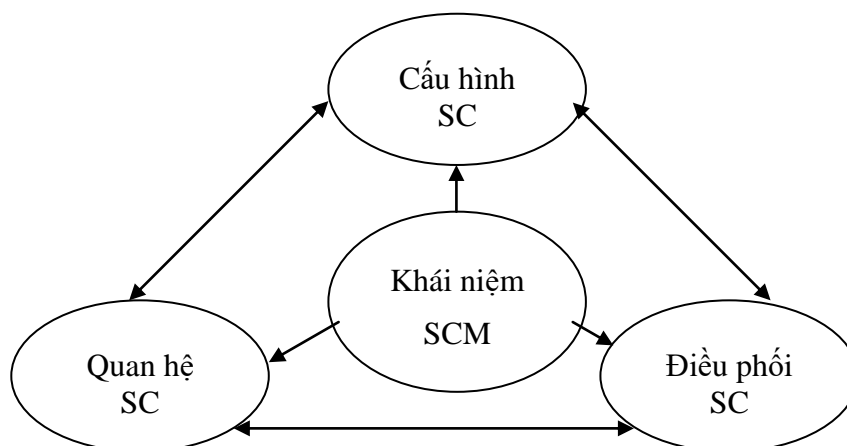
Với khái niệm về phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch nêu trên, bao hàm:

(i) Phát triển số lượng các thành viên trong cấu hình chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (số lượng các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, số lượng các doanh nghiệp lữ hành, số lượng khách du lịch) có ảnh hưởng đến phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch.

(ii) Bên cạnh đó, việc nâng cao chất lượng quan hệ của các thành viên trong chuỗi (sự chia sẻ thông tin, đồng bộ hóa quyết định, tích hợp hệ thống khuyến thưởng) cũng ảnh hưởng đến phát triển chuỗi cung ứng.

(iii) Và cuối cùng là việc nâng cao điều phối (điều động và phân phối hàng hóa và dịch vụ nhằm đảm bảo phối hợp, thông suốt trong chuỗi) có ảnh hưởng đến phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch.

Từ khái niệm về phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, có thể xác định *những nội dung phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch* trên khía cạnh gia tăng về số lượng và nâng cao về chất lượng. Trong đó, *Sự gia tăng về số lượng được xác định qua nội dung cấu hình chuỗi cung ứng thông qua 3 góc độ cấu hình chuỗi cung ứng*: (1) Cấu hình thành viên tham gia chuỗi cung ứng, (2) Cấu trúc theo chiều dọc chuỗi cung ứng, (3) cấu trúc theo chiều ngang chuỗi cung ứng. *Sự nâng cao về chất lượng* chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch được xác định thông qua nội dung (4) chất lượng mối quan hệ giữa các thành viên trong chuỗi và nâng cao (5) chất lượng điều phối chuỗi cung ứng. Tác giả vận dụng mô hình D.Lu về tiếp cận quản trị chuỗi cung ứng của D.Lu, (2011) khi đưa ra một định nghĩa ngắn gọn, khái quát cao nhưng phản ánh đúng thực chất của SCM xét một cách đơn giản và đến cùng chính là quản trị kinh doanh với bất kỳ những gì trong bối cảnh riêng biệt của nó được thừa nhận, thông qua bởi các thành viên giao kết với nhau từ triển vọng của SC có liên quan.



Hình 2.3: Mô hình quản trị chuỗi cung ứng - D.Lu

Như vậy có thể xác định nội dung phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, cơ bản dựa trên 3 biến phụ thuộc: Cấu hình, Mối quan hệ, Điều phối. Trong đó, các yếu tố cấu thành phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch được xác định qua bảng 2.2.

Bảng 2.2: Các yếu tố cấu thành phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

Các yếu tố	Nguồn tham khảo
1. Nhà cung cấp dịch vụ du lịch	J. Beamon (1998); Umeda và Jone (1998); S. Chopra và P. Meindl (2012); Ganeshan và Harrison (1995); Mentzer và cộng sự (2001); P. Bolstorff và R. Rosenbaum (2007); Hội đồng chuỗi cung ứng Hoa Kỳ (2010).
2. Doanh nghiệp lữ hành	J. Beamon (1998); Umeda và Jone (1998); S. Chopra và P. Meindl (2012); Zang và cộng sự (2009)
3. Sản phẩm du lịch	M. Christopher, L.Martin (1992); J. Beamon (1998); Lambert, Stock và Ellenam (1998);
4. Khách du lịch	S. Chopra và P. Meindl (2012); Chou và cộng sự; Tapper và Font (2004); Christopher (2005);
5. Quan hệ CCƯDVLD	M. Christopher, L.Martin (1992); Ganeshan và Harrison (1995); Lambert, Stock và Ellenam (1998);
6. Điều phối CCƯDVLD	M. Christopher, L.Martin (1992); Mentzer và cộng sự (2001); Chou và cộng sự; Christopher (2005);
7. Hỗ trợ của Nhà nước	Zang và cộng sự (2009); Peng, Xu và Chen (2011); Huang và cộng sự (2012);

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

2.3. Mối quan hệ giữa đào tạo nhân lực du lịch và phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch

Với lý thuyết nêu trên, tác giả đã xác định mối quan hệ giữa đào tạo nhân lực du lịch với phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch trên 3 khía cạnh: (i) phát triển đội ngũ nhân lực du lịch để tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao giúp nâng cao chất lượng chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch; bên cạnh đó (ii) Đào tạo nhân lực trong các doanh nghiệp du lịch giúp nâng cao chất lượng nhân lực du lịch trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (nâng cao nhận thức, chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ) và đào tạo nhân lực du lịch cần góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch cần có những (iii) chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực du lịch từ chính phủ hoặc địa phương.

3. THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH VÀ PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG DỊCH VỤ DU LỊCH Ở NƯỚC TA

3.1. Nhân lực du lịch và công tác đào tạo nhân lực du lịch ở nước ta

3.1.1. Nhân lực du lịch ở nước ta

Theo báo cáo của VITEA, so với các nước trong khu vực, chất lượng du lịch Việt Nam còn hạn chế; một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến thực trạng đó là do nhân lực của chúng ta vừa thiếu về số lượng, vừa yếu về chuyên môn nghiệp vụ. Hiện nay, cả nước có khoảng 1,7 triệu lao động đang làm việc trong ngành Du lịch, nhưng tỷ lệ lao động có chuyên môn nghiệp vụ du lịch chỉ đạt khoảng 43%, hơn 50% số lao động làm du lịch không biết ngoại ngữ. Dự báo đến năm 2020, ngành Du lịch cả nước cần 2 triệu lao động trực tiếp cho các cơ sở du lịch; mỗi năm, ngành Du lịch cần thêm khoảng 40.000 lao động. Tuy nhiên, năng lực đào tạo của các trường trong nước chưa đáp ứng được con số này.

Với qui mô số lượng lao động khoảng 1,7 triệu người, chiếm khoảng 4% lực lượng lao động cả nước, nhưng về chất lượng thì còn rất khiêm tốn, Hiện 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.

Nguồn nhân lực tri thức của ngành như hướng dẫn viên du lịch, nhân viên marketing du lịch, nhân viên lễ tân cũng chỉ đạt trên 65% đã tốt nghiệp đại học. Trong lĩnh vực phục vụ buồng, bar, bếp, lao động có trình độ sơ cấp, trung cấp lại chiếm tỷ lệ tương đối cao là trên 70%. Số lao động gián tiếp của của ngành du lịch có khoảng trên 1,3 triệu người, trong đó trình độ dưới sơ cấp là 725 nghìn người (chiếm khoảng 55%), lao động có trình độ sơ cấp khoảng gần 240 nghìn người (chiếm gần 18%), có trình độ trung cấp khoảng trên 200 nghìn người (chiếm trên 15%), đại học

và cao đẳng khoảng trên 160 nghìn người (chiếm trên 12%), số nhân lực trên đại học có 2.656 người bằng 0,2 tổng nhân lực gián tiếp.

Bảng 3.1: Tình hình nhân lực du lịch nước ta giai đoạn 2018-2019

DVT: triệu người

Cơ cấu lao động		Năm 2018	Năm 2019
Tổng số lao động		1.66	1.7
Giới tính	Nam	0.498	0.51
	Nữ	1.162	1.190
Trình độ	Đại học	0.018	0.019
	Cao đẳng	0.022	0.023
	Trung cấp	0.18	0.18
	Chưa qua ĐT	1.638	1.678
Có chứng chỉ ngoại ngữ		0.698	0.714
Không có chứng chỉ ngoại ngữ		0.962	0.986
Có chứng chỉ tin học		1.128	1.156

Nguồn: Báo cáo của VITEA

Về trình độ ngoại ngữ: nhân lực du lịch sử dụng được ngoại ngữ đạt khoảng 60% tổng nhân lực, trong đó biết tiếng Anh khoảng 42%, tiếng Hoa là 5%, tiếng Pháp là 4%, các tiếng khác là 9%. Riêng tiếng Anh thì chỉ có 15% đạt trình độ đại học, giao tiếp thông thạo (phần lớn làm hướng dẫn viên du lịch, lễ tân khách sạn và nhân viên thị trường), còn lại 85% chỉ đạt mức cơ sở.

Về trình độ tin học (công nghệ thông tin): Toàn ngành có khoảng trên 400 nghìn người biết sử dụng máy tính phục vụ được yêu cầu công việc, chiếm khoảng 68% tổng nhân lực lao động trực tiếp; như vậy vẫn còn tới trên 190 nghìn nhân lực du lịch không biết sử dụng máy tính phục vụ yêu cầu công việc.

Về tính chuyên nghiệp: Theo đánh giá của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và của các doanh nghiệp du lịch thì tính chuyên nghiệp của nhân lực du lịch sau khi tốt nghiệp đào tạo ra trường còn rất thấp: nhân lực đầu ra từ trung cấp trở lên đạt khoảng 3,05 điểm/ trên 5 điểm (tối đa), đầu ra từ sơ cấp chỉ đạt dưới 3,0 điểm/ trên 5 điểm.

3.1.2. Công tác đào tạo nhân lực du lịch ở nước ta

Tình hình đào tạo tại các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch

Về cơ sở đào tạo nhân lực du lịch

Tính đến thời điểm này, cả nước có 196 cơ sở đào tạo du lịch, gồm 65 trường đại học có khoa du lịch, 55 trường cao đẳng, 71 trường trung cấp và 4 trung tâm đào tạo nghề. Hàng năm, các cơ sở đào tạo du lịch cho ra trường khoảng 22.000 sinh viên, học viên. Trong đó, có khoảng 1.800 sinh viên đại học, cao đẳng chuyên nghiệp; 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, 18.200 học viên hệ trung cấp. Chất lượng đào tạo nhân lực còn nhiều bất cập.

Thực trạng nguồn nhân lực du lịch hiện nay ở Việt Nam cho thấy: Tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch còn thấp, chỉ chiếm khoảng 43% tổng số lao động du lịch, trong đó có hơn một phần hai số lao động không biết ngoại ngữ. Năng suất lao động trong ngành du lịch nước ta chỉ bằng một phần mười của Xin-ga-po, một phần mười của Nhật Bản và một phần năm của Ma-lai-xi-a. Qua đó, có thể thấy cái thiếu của du lịch Việt Nam không phải là nhân lực phổ thông mà là nhân lực chất lượng cao. Trong lĩnh vực này, du lịch nước ta cần khắc phục một số vấn đề còn hạn chế, trong đó có chương trình đào tạo chưa thống nhất, mã ngành đào tạo chưa cập nhật, chưa thật sự đáp ứng nhu cầu xã hội; chưa áp dụng triệt để các tiêu chuẩn kỹ năng nghề trong việc xây dựng chương trình đào tạo. Chương trình đào tạo du lịch ở các cấp độ còn thiếu tính đồng nhất, nhất là đối với các cơ sở không đào tạo chuyên ngành du lịch; các cơ sở mở mã ngành đào tạo cần tham khảo ý kiến và có sự thống nhất giữa các bộ, ngành liên quan tránh trường hợp mở mã ngành đào tạo du lịch tràn lan không có sự quản lý của Nhà nước.

Trong thực tế, lực lượng lao động du lịch có chất lượng tương đối tốt cũng chỉ tập trung ở một số thành phố lớn như: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế, Nha Trang và cũng chỉ có ở các công ty du lịch, khách sạn lớn... Còn lại, nhìn chung chất lượng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam còn thấp, chưa đáp ứng yêu cầu của sự phát triển du lịch, nhu cầu của du khách và yêu cầu của hội nhập quốc tế. Theo số liệu của Lumina Co., công ty phân tích và tư vấn toàn cầu về tất cả các lĩnh vực, cho thấy: Hiện nay chỉ có 11% con số những người được đào tạo ra ở Việt Nam có thể được các tập đoàn lớn về du lịch có đầu tư nước ngoài ở Việt Nam chấp nhận sử dụng.

Về chương trình đào tạo

Đào tạo chuyên ngành du lịch, khách sạn và nhà hàng đã được triển khai từ thập niên 60, đến những năm sau thập niên 90, số lượng các cơ sở đào tạo du lịch đã tăng nhanh từ các trung tâm dạy nghề đến các cơ sở đào tạo (trung cấp đến đại học). Hiện nay, cả nước có khoảng 156 cơ sở tham gia đào tạo chuyên ngành du lịch ở trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp và đào tạo ngắn hạn, gồm: 48 trường đại học; 43 trường cao đẳng (trong đó có 10 trường cao đẳng nghề); 40 trường trung cấp (trong đó có 04 trường trung cấp nghề); 02 công ty đào tạo và 23 trung tâm, lớp đào tạo nghề. Trường trực thuộc doanh nghiệp là Trường Trung cấp Du lịch-Khách sạn Saigontourist của Tổng Công ty Du lịch Saigontourist. Các quy định về mã ngành/ngành đào tạo đã được ban hành với 4 chương trình ở bậc đại học, cao đẳng chuyên nghiệp, 6 nghề bậc cao đẳng và trung cấp nghề.

Đào tạo sau đại học lĩnh vực du lịch và liên quan được triển khai từ sau năm 2000, hiện nay cũng được triển khai ở nhiều trường đại học trên cả nước. Tuy nhiên, do trong thực tế, mã ngành du lịch đang chỉ dừng lại ở bậc cao đẳng và đại học như đã nêu trên, bậc sau đại học có 2 ngành chủ yếu gồm: Du lịch (Chương trình đào tạo thí điểm), Quản lý kinh tế (Chuyên ngành Kinh tế du lịch), đồng thời, bậc đào tạo sau đại học lĩnh vực du lịch được đào tạo lồng ghép với nhiều ngành khác nhau như: Kinh doanh Thương mại, Kinh tế thương mại, Quản trị kinh doanh, Quản lý văn hóa, Địa lý (Địa lý du lịch)... Mới đây, một số cơ sở đào tạo đã mở mã ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành đào tạo trình độ thạc sĩ. Đồng thời, các chương trình đào tạo sơ cấp nghề, bồi dưỡng nghiệp vụ ngắn hạn cũng được triển khai.

Bậc đào tạo tiến sĩ liên quan đến ngành du lịch được một số trường đại học triển khai nhưng được lồng ghép trong các ngành khác như: Quản lý kinh tế (Kinh tế du lịch), Kinh tế thương mại, Địa lý (Địa lý du lịch) hoặc các ngành khác như Việt Nam học, Quản lý văn hóa. Ngoài ra, các Viện nghiên cứu cũng có đào tạo bậc tiến sĩ các ngành Kinh tế, Thương mại, Tài chính... trong đó các đề tài luận văn, luận án nghiên cứu các vấn đề trong lĩnh vực du lịch.

Năm 2014, theo Văn bản hợp nhất số 16/VBHN-BGDĐT ngày 8 tháng 5 năm 2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo đã có ngành Quản trị dịch vụ du lịch và Lữ hành cấp IV đào tạo bậc Thạc sĩ với mã số 60340103 thuộc Ngành Kinh doanh mã số 603401. Tuy nhiên, hiện nay chỉ có số ít các cơ sở đào tạo triển khai được hoạt động đào tạo ngành này ở bậc thạc sĩ vì mới được ban hành và còn thiếu các điều kiện về mở ngành, trong đó có đội ngũ giảng viên có trình độ tiến sĩ đúng chuyên ngành.

Tình hình đào tạo tại các doanh nghiệp

Về đối tượng đào tạo: Hai đối tượng chủ yếu mà doanh nghiệp du lịch chú trọng đào tạo là (i) nhân viên mới vào và (ii) nhân viên cũ.

- Đối với (i) nhân viên mới: Sau quá trình tuyển dụng, nếu tiến hành định hướng và huấn luyện cho các nhân viên mới một cách bài bản sẽ quyết định đến hiệu quả làm việc về sau của đội ngũ nhân viên, giữ họ ở lại lâu dài với doanh nghiệp du lịch, giảm chi phí đào tạo lại. Mục đích của công tác đào tạo nhập môn ("on boarding") là giúp nhân viên mới cảm thấy tự tin khi hòa nhập với môi trường mới, nhanh chóng thích nghi với công việc chung và giúp doanh nghiệp du lịch có chính sách hỗ trợ hợp lý đối với sự phát triển trong tương lai của họ. Ví dụ: Tranviet Tour tổ chức những khóa học đào tạo Nhân viên bán vé máy bay trong vòng 3 tháng dành cho đối tượng là những học sinh, sinh viên mới ra trường và được tuyển dụng và công ty du lịch lữ hành hay đại lý bán vé máy bay của TranViet Tour. Với thời gian đào tạo là 3 tháng và mức chi phí bỏ ra đào tạo là 10,5 triệu VNĐ cho 1 khóa học. Những nhân viên mới được các đội ngũ nhân viên kinh nghiệm lâu năm của công ty hướng dẫn và các đại diện bên Vietnam airlines trực tiếp đào tạo. Sau khóa học, các nhân viên sẽ biết những kiến thức hiểu rõ về vé, cả về quy trình giữ chỗ, tra giá, tính giá và xuất vé, giúp

nhân viên mới tự tin hơn khi báo giá cho khách hàng. Thay vì trước kia phải mất 15- 20 phút để báo vé quốc tế cho khách thì giờ chỉ tốn có 10s là đã có giá cho khách, trừ một số hãng NON BSP hay hãng giá rẻ phải book trực tiếp trên web hãng. Điều này giúp nhân viên mới cải thiện tốt hơn dịch vụ cho khách hàng, vì nhân viên mới có thể tự tìm giá rẻ nhất cho khách, hành trình ngắn tiết kiệm thời gian nhất cho khách, kể cả các điều kiện hoàn, đổi vé, hành lý nhân viên mới cũng tự tin xem ngay được cho khách. Do đó doanh số bán vé quốc tế của nhân viên mới có khả năng tăng lên. Hiện nay, TranViet group không chỉ đào tạo các nội dung, kỹ năng về bán vé cho nhân viên mới trong công ty, mà họ đã mở những chương trình đào tạo Kỹ năng sử dụng Sabre, Kỹ năng sử dụng Amadeus cho các bạn học sinh, sinh viên những năm cuối của các trường học chuyên ngành du lịch có nhu cầu học tập hay tìm hiểu về ngành vé tại các Trung tâm học nghề và sau khóa học, học viên sẽ được cấp các chứng chỉ IATA và Vietnam airlines cấp.

Công ty Dịch vụ Lữ hành Saigontourist luôn tổ chức nhiều chương trình đào tạo cho hướng dẫn viên chính thức lẫn cộng tác viên trên toàn quốc định kỳ hằng năm. Tại Saigontourist phòng hướng dẫn đã có những cuộc tuyển chọn gắt gao từ các trường đại học. Qua đó xem xét nhiều yếu tố như năng lực và quan trọng là khát vọng gắn bó với nghề. Trải qua nhiều chương trình huấn luyện lẫn thử thách thực tế, cộng tác viên mới có thể trở thành nhân viên chính thức. Đối với những nhân viên mới luôn có sự hướng dẫn tỉ mỉ chi tiết khi nhận tour đầu tiên bởi sự chi li, tỉ mỉ của những nhân viên có kinh nghiệm hướng dẫn. Mọi thứ đều phải có quy trình kỹ càng và các tình huống được chuẩn bị đầy đủ. Ngoài học lý thuyết, cách đọc một chương trình tour, công ty còn tổ chức thực tập ngay trên tour thực tế, tạo ra nhiều thử thách cho cộng tác viên. Ngoài ra các hướng dẫn viên có kinh nghiệm luôn sẵn sàng, nhiệt tình chia sẻ, trao đổi kỹ năng chuyên môn mà còn "truyền lửa đam mê" cho các nhân sự theo sau. Hiện Lữ hành Saigontourist có hơn 1.000 hướng dẫn viên chính thức và cộng tác viên trên toàn quốc. Con số này cho thấy sức hút và nội lực của công ty, từ đó tổ chức tour quy mô lớn, chất lượng cao cho đa dạng khách hàng.

Nhiều năm qua, Lữ hành Saigontourist không chỉ là nơi đầu quân của các hướng dẫn viên giỏi mà còn trở thành cái nôi đào tạo các thế hệ hướng dẫn viên có năng lực, phẩm chất cho thị trường. Hằng năm, công ty tổ chức các chương trình đào tạo dành cho hướng dẫn viên chính thức lẫn cộng tác viên với quy mô lớn trên toàn quốc. Các chương trình huấn luyện sẽ bám sát với định hướng sản phẩm của công ty. Đơn cử khi công ty mở tour hành hương, phòng hướng dẫn sẽ mời các giáo sư về tôn giáo, tâm linh đến chia sẻ trải nghiệm. Các chương trình huấn luyện tổ chức định kỳ hằng năm là dịp để các thế hệ hướng dẫn viên đi trước truyền nghề cho hướng dẫn viên trẻ, và cũng là dịp nâng cao kỹ năng nghề nghiệp cho các hướng dẫn viên ở mọi tuổi nghề.

- Đối với nhân viên cũ: bên cạnh những đào tạo cho nhân viên mới, thì với nhân viên cũ, các doanh nghiệp du lịch cũng luôn chú trọng để đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ cho họ. Có một thực tế là chức danh quản lý và giám đốc điều hành tại một số khách sạn 5 sao ở Việt Nam - những vị trí đòi hỏi tay nghề và trình độ cao hiện nay thường rơi vào tay người nước ngoài. Theo báo cáo của 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) được đưa ra cách đây không lâu, tại khu vực 3 tỉnh duyên hải miền Trung là Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam - nơi tập trung những điểm du lịch nổi tiếng, trình độ lao động trong lĩnh vực lưu trú còn tương đối thấp, nhất là ở vị trí quan trọng như quản lý. Điều tra cho thấy, nhu cầu đào tạo ở những vị trí quan trọng như quản lý và đầu bếp ở phân khúc khách sạn 4 và 5 sao thường cao hơn hẳn so với khách sạn trung bình (3 sao). Để hiểu nguyên nhân ở một số khách sạn 5 sao thì chức danh quản lý và giám đốc điều hành đều do người nước ngoài nắm giữ.

Về thời gian đào tạo

Các khóa đào tạo trong các doanh nghiệp du lịch thường được thực hiện tùy theo các nội dung và chương trình đào tạo. Hầu hết các thời gian thường được thực hiện theo quý, 6 tháng hoặc 1 năm. Ví dụ như: chương trình đào tạo nhân viên mới bán vé máy bay của TranViet được thực hiện trong thời gian 3 tháng, nhưng với chương trình đào tạo hướng dẫn viên dẫn Tour quốc tế tại Saigontourist thì có thời gian thực hiện trong 6 tháng... Như vậy, với mỗi đối tượng khác nhau với chương trình và nội dung đào tạo khác nhau sẽ có thời gian đào tạo khác nhau. Tuy nhiên, thời gian

đào tạo cần được bố trí hợp lý để lao động trong doanh nghiệp có thể thực hiện tốt việc đào tạo và thuận lợi và phù hợp với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Các chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực du lịch ở nước ta

Các chương trình đào tạo nhân lực ở Dự án phát triển nhân lực của Liên minh Châu Âu. Dự án do Liên minh Châu Âu (EU) tài trợ về Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam có nội dung khá toàn diện nhưng trọng tâm của Dự án đã được tập trung chủ yếu vào mục tiêu nâng cao chất lượng lao động nghề thông qua việc hình thành và vận hành Hệ thống tiêu chuẩn kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (được viết tắt bằng tiếng Anh là VTOS). Đây là nỗ lực chung nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch bằng cách giới thiệu các tiêu chuẩn kỹ năng gắn liền với một hệ thống đào tạo tại doanh nghiệp và cấp chứng chỉ cho 13 nghề khách sạn và du lịch. Được sự hỗ trợ của các chuyên gia quốc tế, hệ thống VTOS đã được xây dựng và bước đầu vận hành rất thành công nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam tương xứng với các nước trong khu vực. Có thể tóm tắt việc đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của Du lịch Việt Nam được tập trung ở 5 nội dung chính: xây dựng và phổ biến rộng rãi cho các đối tượng trong toàn ngành 13 bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề cho các lĩnh vực dịch vụ cơ bản của ngành du lịch; Hỗ trợ nâng cấp cơ sở vật chất về đào tạo thực hành nghề và chương trình giảng dạy đào tạo Đào tạo viên cho các trường đào tạo về du lịch; Đào tạo và hình thành một đội ngũ đào tạo viên cho các doanh nghiệp và các trường du lịch trong cả nước; tổ chức đào tạo và thẩm định cấp chứng chỉ nghề theo tiêu chuẩn VTOS trên diện rộng cho các nhân viên làm việc trong các doanh nghiệp du lịch; củng cố và vận hành Hội đồng cấp chứng chỉ nghề du lịch (VTCS) thuộc Tổng cục Du lịch và một hệ thống các Trung tâm thẩm định nghề du lịch ở các địa phương.

Ngoài việc tích cực triển khai Dự án do EU tài trợ, trên thực tế thì hiện nay, vấn đề mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch đang được Tổng cục Du lịch tích cực chỉ đạo triển khai, tập trung vào việc hợp tác đào tạo trên hai phương diện: Đó là tìm kiếm và khuyến khích các chương trình có nội dung đào tạo tốt để đưa các sinh viên, thực tập sinh, tu nghiệp sinh ra học tại nước ngoài; và hợp tác cấp Chính phủ do các nhà tài trợ quốc tế giúp đỡ. Hiện nay, ngành Du lịch đã có đối tác rất quan trọng như Singapore với chương trình đào tạo 1800 các tu nghiệp sinh, chương trình hợp tác với Bỉ, Luxembua, chương trình hợp tác bốn nước Việt Nam - Lào - Campuchia - Myanmar để thực hiện thông điệp “Bốn quốc gia một điểm đến”, thúc đẩy trong khuôn khổ dự án hỗ trợ bởi ADB với các nước trong tiểu vùng sông Mêkông. Ở phạm vi này chúng ta đang có sự trợ giúp tích cực của tổ chức JICA, Hàn Quốc do trung tâm ASEAN - Hàn Quốc chủ trì, với Trung Quốc và một số nước trong khu vực ASEAN. Chúng ta đang tranh thủ mọi khả năng, cơ hội nguồn lực để thúc đẩy chương trình hợp tác tăng cường năng lực nguồn nhân lực bên cạnh những nỗ lực của toàn ngành dưới sự chỉ đạo quyết liệt của Bộ VHTTDL, chúng ta đang tập trung lực cho đào tạo nguồn nhân lực cho toàn ngành trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.

Có thể nói, Nhà nước và Chính phủ đã có những chính sách phát triển quan trọng về du lịch nói chung và chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực du lịch nước ta nói riêng. Các chương trình đào tạo, các hội nghị, hội thảo cũng thường xuyên được tổ chức để nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch. Cụ thể: Ngày 12/04, Diễn đàn nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam năm 2019 do Trường Đại học Hoa Sen phối hợp với Sở Du lịch Tp.HCM tổ chức diễn ra tại Hội trường Dinh thống nhất, 135 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Q.3, Tp.HCM với chủ đề "Đổi mới Đào tạo Nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam để phát triển ngành kinh tế mũi nhọn". Với sự góp mặt của nhiều những vị quan chức lãnh đạo cấp cao của Nhà nước và Chính phủ đã trao đổi và thảo luận về hai vấn đề chính: Thực trạng và quan điểm đổi mới đào tạo nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam; Hoạch định chính sách trong phát triển nguồn nhân lực Du lịch. Bên cạnh những hội thảo quốc tế, hội thảo quốc gia và những buổi hội nghị về phát triển du lịch, nhân lực du lịch thường xuyên được Tổng cục du lịch, các sở du lịch tại các địa phương tổ chức như: Sáng 12/5/2019 tại khách sạn Galina, Trường Đại học Khánh Hòa phối hợp với Hiệp hội đào tạo Du lịch Việt Nam, Hiệp hội du lịch Nha Trang Khánh Hòa và Khách sạn Galina & Spa Nha Trang tổ chức chương trình Hội thảo Quốc gia “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0. Hay Hội thảo Sáng ngày 3/8/2018, tại Mai Châu, Hòa Bình, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (Tổng cục Du lịch) đã chủ trì tổ chức hội thảo

“Chính sách phát triển du lịch cộng đồng và đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển du lịch cộng đồng tại Việt Nam”... Bên cạnh những hội nghị, hội thảo Bộ văn hóa thể thao và Du lịch còn tổ chức những buổi lễ Vinh danh các Cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch tiêu biểu của Việt Nam. Buổi lễ nhấn mạnh, việc bình chọn các danh hiệu du lịch hàng năm có ý nghĩa quan trọng để ghi nhận, biểu dương những đóng góp, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, góp phần tạo dựng hình ảnh điểm đến du lịch Việt Nam hấp dẫn, khẳng định vị trí của du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực và thế giới.

3.2. Thực trạng phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta

3.2.1. Thực trạng phát triển các yếu tố hợp thành chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta

Các nhà cung cấp dịch vụ du lịch

Sự phát triển của các yếu tố hợp thành trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta được biểu hiện qua các bảng số liệu được Thống kê từ Tổng cục thống kê như sau:

- Các cơ sở lưu trú

Bảng 3.2: Các cơ sở lưu trú giai đoạn 2014 - 2018

Năm	Số lượng cơ sở	Tăng trưởng (%)	Số buồng	Tăng trưởng (%)	Công suất buồng bình quân (%)
2014	16.000	-	332.000	-	69,0
2015	19.000	18,7	370.000	11,4	55,0
2016	21.000	10,5	420.000	13,5	57,0
2017	25.600	21,9	508.000	21,0	56,5
2018	28.000	9,0	550.000	8,0	54,0

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Qua bảng 3.2, cho thấy cơ sở lưu trú tại Việt Nam năm 2015 đã tăng trưởng từ 19.000 cơ sở với 370.000 buồng lên 28.000 cơ sở với 550.000 buồng đạt công suất buồng bình quân lên 54%. Quy mô của các cơ sở lưu trú tăng, thể hiện quy mô của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch đang có xu hướng tăng bởi các thành viên tham gia trong chuỗi như cơ sở lưu trú đang ngày mở rộng.

- Các hãng hàng không vận chuyển du lịch

Năm 2019, các hãng hàng không Việt Nam vận chuyển đạt 54,7 triệu khách du lịch, tăng 11,4% so với năm 2018. Năm 2019, thị trường hàng không Việt Nam tiếp tục có sự tăng trưởng cao, đạt 78,3 triệu khách (bao gồm cả các hãng hàng không Việt Nam và nước ngoài) về hành khách và 3% về hàng hóa so với năm 2018. Tính đến tháng 11/2019, đội tàu bay của các hãng hàng không Việt Nam đạt 212 tàu, tăng 44 tàu so với năm 2018. Năm 2019, thị trường hàng không có thêm 1 hãng hàng không mới của Việt Nam là Bamboo Airways tham gia khai thác thương mại.

Lượng khách thông qua cảng hàng không đạt 115,5 triệu khách, tăng 11,8% so với năm 2018 và 1,5 triệu tấn hàng hóa, tăng 11% so với 2018. Tính đến 30/11/2019, các hãng hàng không Việt Nam thực hiện hơn 295.000 chuyến bay, tăng 9,4% so với cùng kỳ 2018. Trong đó, số chuyến bay cất cánh đúng giờ là 255.000 chuyến, chiếm tỷ lệ 86,1%, giảm 0,2 điểm so với cùng kỳ năm 2018 và số chuyến bay hủy là 699 chuyến, chiếm tỷ lệ 0,24%, giảm 0,04 điểm so với cùng kỳ năm 2018.

Tỷ lệ số chuyến bay cất cánh đúng giờ của các hãng hàng không Việt Nam như sau: Bamboo Airways là hãng hàng không có tỷ lệ chuyến bay cất cánh đúng giờ cao nhất 94%; tỷ lệ chuyến bay cất cánh đúng giờ của Vasco, Vietnam Airlines, Vietjet Air và Jetstar Pacific lần lượt là 93,4%, 88,9%, 83% và 81,2%.

Chưa dừng lại ở những con số kể trên, các hãng hàng không đang hoàn tất những thủ tục và hồ sơ để có thể tham gia vào ngành hàng không Việt Nam, phải kể đến đó là Vinpearl Air của tập đoàn Vingroup, Vietravel Airlines của doanh nghiệp Vietravel và Kite Air của Thiên Minh Group. Đây là những tín hiệu mừng cho sự phát triển ngành hàng không Việt Nam, cũng là yếu tố tạo sự gia tăng quy mô và số lượng các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển du lịch trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch.

- Cơ sở kinh doanh ăn uống

Để đáp ứng nhu cầu thưởng thức ẩm thực của người dân và khách du lịch, hệ thống các nhà hàng, khách sạn, quán ăn từ hạng bình dân đến cao cấp, tiêu chuẩn 4, 5 sao mở ra không ngừng, khiến thị trường ngành trở nên sôi động hơn bao giờ hết. Không chỉ về số lượng, các nhà hàng, quán ăn... còn chú trọng về chất lượng, cơ sở vật chất hiện đại, thiết kế độc đáo để mang đến cho thực khách những không gian thưởng thức ẩm thực tiện nghi và mới mẻ.

Bên cạnh đó, những nhà hàng, khách sạn theo phong cách Nhật, Hàn, Mỹ, châu Âu... cũng là những mô hình kinh doanh hiệu quả, được nhiều người lựa chọn.

Hiện nay cả nước có đến 540.000 cửa hàng ăn uống, trong đó có khoảng 430.000 cửa hàng nhỏ, 7000 nhà hàng chuyên dịch vụ thức ăn nhanh, 22.000 cửa hàng cà phê, các quầy bar và trên 80.000 nhà hàng được đầu tư, phát triển một cách bài bản. Qua từng năm con số này tăng lên một cách nhanh chóng và đáng kể. (Thống kê của Kinh Tế và Dự báo của Bộ KH&ĐT).

Phải kể đến trong các cơ sở kinh doanh ăn uống là Golden Gate, Món Huế, Red Sun, The KAfe Group, QSR Vietnam...đang có những sự bứt phá mạnh mẽ. Với tham vọng thống lĩnh thị trường nhà ăn uống, Golden Gate tiếp tục đề ra kế hoạch mở rộng rất tham vọng cho năm 2018 với việc dự kiến sẽ mở mới 88 cửa hàng, tăng 39% so với cuối năm 2017 lên 316 cửa hàng. Ba thương hiệu chính được Golden Gate tập trung mở trong năm nay là Kichi Kichi, Hutong và Gogi House. Còn Redsun với 12 thương hiệu và hơn 140 cửa hàng trên cả nước, mục tiêu đến năm 2021 mở 450 nhà hàng, trong đó có 200 nhà hàng nhượng quyền trong nước và trên thế giới. Bên cạnh đó cũng rất nhiều hệ thống cửa hàng dần đi vào quên lãng với khách hàng. Theo nhận định một số chuyên gia, những yếu tố về khả năng vận hành, tài chính, lựa chọn điểm, dịch vụ khách hàng là hiển nhiên, yếu tố nghiên cứu hành vi, thói quen tiêu dùng rất cần thiết và quan trọng đối với nhà đầu tư. Người Việt rất thích, sẵn sàng trải nghiệm những dịch vụ ăn uống mới, tuy nhiên lại chóng chán và hiệu ứng đám đông rất mạnh cùng với sự phát triển của mạng xã hội và công nghệ. Để tạo sự khác biệt trong ngành ăn uống không khó, mà là duy trì nó và linh hoạt trong việc phát triển sản phẩm và cách bạn đưa điều đó đến với khách hàng.

Bên cạnh đó, khả năng quy trình hóa để giữ vững chất lượng dịch vụ cũng là yếu tố tối quan trọng. Ngoài sản phẩm vật chất là đồ ăn/đồ uống, khách hàng còn cảm nhận dịch vụ qua sự kết nối với con người. Những chuỗi thành công là những chuỗi kiểm soát được yếu tố con người một cách tốt nhất, giúp dịch vụ luôn giữ được ở tiêu chuẩn nhất định. Đó là 2 yếu tố cơ bản nhất để một mô hình F&B có thể bắt đầu thử sức và mở rộng. Khi càng mở rộng, sẽ càng có nhiều vấn đề phát sinh, tuy nhiên nếu 2 vấn đề cốt lõi trên được kiểm soát thì việc mở rộng có thể thành công.

Doanh nghiệp lữ hành

Bảng 3.3: Số lượng các doanh nghiệp lữ hành quốc tế giai đoạn 2014 - 2018

Năm	Loại hình doanh nghiệp					Tổng số
	Doanh nghiệp nhà nước	Công ty TNHH	Doanh nghiệp cổ phần	Doanh nghiệp tư nhân	Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	
2013	9	845	428	8	15	1.305
2014	8	949	474	9	15	1.456
2015	7	1.012	475	10	15	1.519
2016	5	1.081	489	10	15	1.600
2017	5	1.164	556	11	16	1.752
2018	0	1.207	788	7	20	2.022

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Qua bảng 3.3, cho thấy số lượng các doanh nghiệp lữ hành quốc tế tại Việt Nam có sự thay đổi về loại hình cụ thể như sau: loại hình doanh nghiệp Nhà nước có 9 doanh nghiệp, loại hình Công ty TNHH có 845 công ty, loại hình doanh nghiệp cổ phần có 428 doanh nghiệp, doanh nghiệp tư nhân có 8 doanh nghiệp, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 15 doanh nghiệp đạt tổng 1.305 doanh nghiệp lữ hành. Tuy nhiên, số lượng các doanh nghiệp lữ hành tăng trưởng lên hàng năm, cụ thể năm 2018: loại hình doanh nghiệp Nhà nước không còn doanh nghiệp nào, loại hình

Công ty TNHH có 1.207 công ty, loại hình doanh nghiệp cổ phần có 788 doanh nghiệp, doanh nghiệp tư nhân có 7 doanh nghiệp, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 20 doanh nghiệp đạt tổng 2.022 doanh nghiệp lữ hành. Về cơ bản, các loại hình Công ty TNHH và Doanh nghiệp cổ phần có sự gia tăng đáng kể, bên cạnh loại hình Doanh nghiệp nhà nước giảm và không còn doanh nghiệp nào. Số lượng của các doanh nghiệp lữ hành quốc tế tăng, thể hiện quy mô của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch đang có xu hướng tăng bởi các thành viên tham gia trong chuỗi như doanh nghiệp lữ hành quốc tế đang ngày càng mở rộng quy mô và loại hình có xu hướng thay đổi linh hoạt và hiệu quả.

Bảng 3.4: Bảng doanh thu của các cơ lưu trú và lữ hành giai đoạn 2014 -2018

DVT: Tỷ đồng

Năm	2013	2014	2015	2016	2017
Doanh thu của các cơ sở lưu trú	34.822,1	39.047,5	44.711,5	48.524,6	54.383,3
Doanh thu của các cơ sở lữ hành	24.820,6	27.799,4	30.444,1	32.530,3	36.111,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Qua Bảng 3.4, cho thấy doanh thu từ hoạt động du lịch của các cơ sở lưu trú và cơ sở lữ hành năm 2013 đạt lần lượt là 34.822,1 tỷ đồng và 24.820,6 tỷ đồng. Doanh thu có xu hướng tăng dần trong các năm 2014, 2015, 2016 và năm 2017 doanh thu của các cơ sở lưu trú và cơ sở lữ hành đạt lần lượt là 54.383,3 tỷ đồng và 36.111,8 tỷ đồng. Doanh thu có xu hướng tăng cho thấy, hoạt động kinh doanh lưu trú và cơ sở lữ hành đang trên đà hoạt động hiệu quả thể hiện chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch đang đem lại những lợi ích to lớn.

Sản phẩm du lịch

Việt Nam được đánh giá là một quốc gia có tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú với nhiều thế mạnh như: hơn 40.000 di tích và thắng cảnh, trong đó có hơn 3.000 di tích được xếp hạng di tích quốc gia, 5.000 di tích được xếp hạng cấp tỉnh. Tính đến nay, nước ta đã có tám di sản được UNESCO công nhận: Di tích Hoàng thành Thăng Long, phố cổ Hội An, quần thể danh thắng Tràng An, cố đô Huế, thành nhà Hồ, thánh địa Mỹ Sơn, vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng, vịnh Hạ Long. Văn hóa và ẩm thực chính là hai trong các tiềm năng du lịch Việt Nam nhất định cần được giữ gìn và phát triển. Có thể thấy rằng, tiềm năng du lịch Việt Nam rất phong phú và đa dạng, là điểm đến lý tưởng cho khách du lịch. Tuy nhiên, vì rất nhiều lý do mà du lịch nước ta chưa được khai thác triệt để nên cần có những hướng đi hiệu quả hơn nữa, đưa hình ảnh du lịch Việt Nam lan tỏa mạnh mẽ hơn với bạn bè quốc tế. Tuy nhiên, những sản phẩm du lịch hiện tại chưa đủ hấp dẫn và chưa đáp ứng đủ nhu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế. Ví dụ như tại TP Hồ Chí Minh, phần lớn những sản phẩm du lịch chủ yếu phục vụ du khách ở khung giờ từ 5 giờ đến 18 giờ, hoặc mang tính thời điểm. Từ 18 giờ đến khuya, du khách không có nhiều hứng thú trong việc tham quan, khám phá thành phố vì có quá ít sự lựa chọn. Bên cạnh đó, chất lượng sản phẩm du lịch, dịch vụ chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của du khách, nhất là khách quốc tế. Chính vì thế số lượng khách quay lại chủ yếu là những người đến Việt Nam vì công việc và Việt kiều về thăm thân nhân. Một phần rất nhỏ khách quay lại từ các nước láng giềng gần. Theo số liệu Hiệp hội Du lịch châu Á - Thái Bình Dương, trong 90% khách quốc tế đến Việt Nam lần đầu và chỉ 6% trong số này quay lại.

Như vậy, sản phẩm du lịch là yếu tố then chốt quyết định phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Trong đó, vấn đề về đào tạo nhân lực du lịch để tạo ra những sản phẩm du lịch có chất lượng, phong phú, đa dạng là yếu tố chủ yếu quyết định sự phát triển thành công của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch.

Khách du lịch

Qua bảng 3.5, cho thấy lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam phân theo quốc tịch giai đoạn 2013-2018 có xu hướng tăng dần theo từng năm. Trong khi hầu hết các khách du lịch từ các quốc gia khác nhau đến Việt Nam đều có xu hướng tăng dần đều thì có khách du lịch từ Campuchia năm 2013 là 342,2 nghìn lượt và Lào là 122,8 nghìn lượt, có xu hướng giảm năm 2018 lần lượt là 203 nghìn lượt và 120 nghìn lượt, bên cạnh sự tăng đột biến của đối tượng khách du lịch đến từ Hàn Quốc năm 2013 là 748,7 nghìn lượt tăng lên 3.485,4 nghìn lượt. Qua đây cho thấy, đối tượng nguồn khách đã sự thay đổi khi lựa chọn điểm đến du lịch Việt Nam. Sở dĩ có sự tăng đột biến nhóm đối

tượng khách du lịch Hàn quốc trong những năm qua bởi sự hợp tác và hội nhập sâu rộng của hai quốc gia Hàn Quốc - Việt Nam trên mọi lĩnh vực, trong đó lĩnh vực du lịch và chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch đối với khách du lịch Hàn Quốc đang được chính phủ quan tâm đặc biệt và tạo mọi điều kiện thuận lợi về các thủ tục hành chính như: visa, hộ chiếu, thủ tục hải quan...tạo điều kiện thuận lợi thông quan giữa hai nước.

Bảng 3.5: Lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam phân theo quốc tịch giai đoạn 2013 -2018

ĐVT: Nghìn lượt

Năm	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bỉ	21,6	23,2	23,9	26,2	29,1	31,4
Cam-pu-chia	342,3	404,2	227,1	211,9	222,6	203,0
Ca-na-đa	105,0	104,3	105,7	122,9	138,2	149,5
CHND Trung Hoa	1.907,8	1.947,2	1.780,9	2.696,8	4.008,3	4.966,5
Đài Loan	399,0	389,0	438,7	507,3	616,2	714,1
Đan Mạch	25,6	27,0	27,4	31,0	34,7	39,9
Đức	97,7	142,3	149,1	176,0	199,9	214,0
Hà Lan	47,4	49,1	53,0	64,7	72,3	77,3
Hàn Quốc	748,7	848,0	1.113,0	1.543,9	2.415,2	3.485,4
Hoa Kỳ	432,2	443,8	491,2	552,6	614,1	687,2
In-đô-nê-xi-a	70,4	68,6	62,2	69,7	81,1	87,9
I-ta-li-a	32,1	36,4	40,3	51,3	58,0	65,6
Lào	122,8	136,6	114,0	137,0	141,6	120,0
Liên bang Nga	298,1	364,9	338,8	434,0	574,2	606,6
Ma-lai-xi-a	339,5	333,0	346,6	407,6	480,5	540,1
Na Uy	21,2	22,7	21,4	23,1	24,3	26,1
Nhật Bản	604,1	648,0	671,4	740,6	798,1	826,7
Niu-di-lân	31,0	33,1	32,0	42,6	49,1	49,9
Ô-x-trây-li-a	319,6	321,1	303,7	320,7	370,4	386,9
Pháp	209,9	213,7	211,6	240,8	255,4	279,7
Phi-li-pin	100,5	103,4	99,8	111,0	133,5	151,6
Tây Ban Nha	33,2	40,7	44,9	58,0	69,5	77,1
Thái Lan	269,0	246,9	214,6	267,0	301,6	349,3
Thụy Điển	31,5	32,5	32,0	37,7	44,0	49,7
Thụy Sĩ	28,4	29,7	28,8	31,5	33,1	34,5
Vương quốc Anh	184,7	202,3	212,8	254,8	283,5	298,1
Xin-ga-po	195,8	202,4	236,5	257,0	277,7	286,2

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Qua bảng 3.6 cho thấy: Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2013 -2018 có xu hướng tăng, cụ thể:

Bảng 3.6: Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2013 - 2018

Năm	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2013	200,00	25,0
2014	230,00	15,0
2015	355,50	*
2016	417,20	17,3
2017	541,00	29,7
2018	637,00	17,7

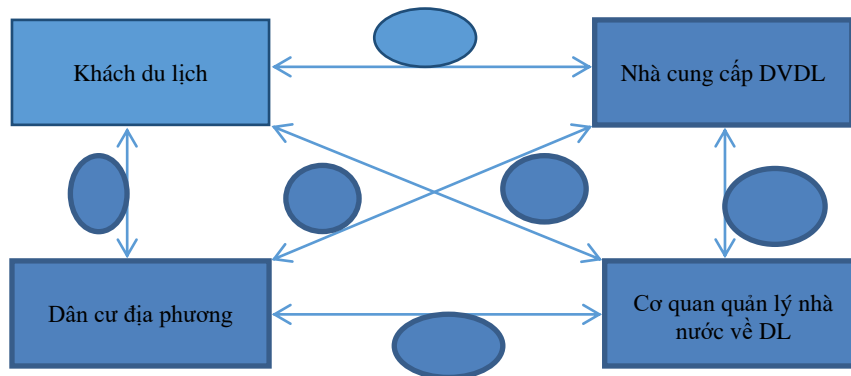
Nguồn: Tổng cục Thống kê

Năm 2013 đạt 200 nghìn tỷ đạt tốc độ tăng trưởng 25% và năm 2018 tổng thu từ khách du lịch tăng 637 nghìn tỷ đạt tốc độ tăng trưởng 17,7 %.

Trong đó, đột biến năm 2017, tổng thu từ khách du lịch đạt 541 nghìn tỷ đạt tốc độ tăng trưởng 29,7 % là cao nhất trong giai đoạn từ 2013 -2018.

3.2.2. Thực trạng phát triển chất lượng quan hệ các thành viên

Bản chất mối quan hệ giữa các bên liên quan trong hoạt động du lịch được chỉ ra là mối quan hệ của 4 nhóm: Khách du lịch, dân cư địa phương tại điểm đến, các nhà cung cấp dịch vụ du lịch và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch (Hình 3.1). Như vậy, có thể thấy giữa các bên liên quan tham gia vào hoạt động du lịch có 6 mối quan hệ cơ bản, gồm:



Hình 3.1: Mối quan hệ giữa các bên tham gia vào hoạt động du lịch

Nguồn: Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Khoa học Xã hội và Nhân văn, Tập 29, Số 3 (2013) 19-28

Đối với mối quan hệ thứ nhất: Các nhà kinh doanh du lịch Việt Nam nhiều khi không đảm bảo mức chất lượng phục vụ đã cam kết với khách. Đó có thể là mức chất lượng của dịch vụ/hàng hóa không đáp ứng với sự kỳ vọng của khách; có thể là thái độ ứng xử, trình độ chuyên môn của nhân viên phục vụ; và nhiều khi có thể là cả sự ăn bớt dịch vụ/hàng hóa mà lẽ ra khách được hưởng theo hợp đồng đã ký kết. Do mối quan hệ giữa ngành du lịch và các ngành kinh tế khác hỗ trợ cho du lịch tại Việt Nam chưa tốt nên tình trạng nhiều nhà cung ứng sản phẩm cho khách du lịch không đáp ứng về mặt chất lượng dịch vụ/hàng hóa, không đảm bảo sự an toàn cho khách du lịch vẫn thường xuyên xảy ra. Điển hình là các trường hợp chậm chuyến, hủy chuyến của ngành hàng không; dịch vụ vận chuyển đường bộ, đường thủy thiếu an toàn gây rủi ro cho khách. Mặc dù các dịch vụ công cung ứng cho khách tại Việt Nam đã ngày một được cải thiện hơn. Song, vẫn còn tình trạng giải quyết chậm các thủ tục hành chính cho du khách tại các cửa khẩu. Ngược lại, nhiều khi chính hành vi tiêu dùng không tích cực của một số đối tượng khách du lịch (cả khách nội địa và khách quốc tế) đang gây ra những bức xúc nhất định cho các nhà cung ứng sản phẩm du lịch tại Việt Nam hiện nay.

Đối với mối quan hệ thứ hai: Việt Nam được đánh giá là điểm đến thân thiện và mến khách, do vậy về cơ bản mối quan hệ giữa du khách và dân cư bản địa không phát sinh những vấn đề lớn, ngoại trừ một số hiện tượng tiêu cực mà người dân gây ra cho du khách sẽ được nhắc đến trong khi phân tích mối quan hệ thứ sáu ở phần dưới.

Đối với mối quan hệ thứ ba: Khi lượng khách đến một điểm đến ngày càng gia tăng thì ngoài những mặt tích cực mà họ đem lại cho điểm đến, không ít người trong số họ gây ra những vấn đề tiêu cực đòi hỏi các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch phải giải quyết. Hiện nay, hiện tượng một số khách du lịch (cả khách quốc tế và khách nội địa) có những hành vi ứng xử thiếu văn minh nơi công cộng, thiếu ý thức bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch thường xuyên diễn ra tại các điểm đến du lịch. Đáng đề cập nhất là hiện tượng một số đàn ông đến từ các nước châu Phi, họ đến trên danh nghĩa là với mục đích du lịch song thực tế lại đang hành nghề “giai gọi”, hoặc tham gia cướp giật, vận chuyển chất gây nghiện; một số phụ nữ đến từ các nước khác nhau đang hành nghề mại dâm tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Đối với mối quan hệ thứ tư: Cho đến nay, cũng đã hình thành và phát triển một số hình thức liên kết giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch với cộng đồng dân cư sở tại như: Các công ty du lịch khai thác và quản lý đội văn nghệ Cát Cát (xã San Sả Hồ, tỉnh Lào Cai); các công ty du lịch đưa khách đến sử dụng dịch vụ homestay tại một số hộ gia đình ở Làng cổ Đường Lâm; các công ty du lịch đưa khách đến nhà dân tham gia gói, luộc bánh chưng và đón Giao thừa tại Hà Nội, thành phố

Hồ Chí Minh;... Tuy nhiên, hiện nay các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại Việt Nam cũng chưa thực sự có ý thức cao trong việc ưu tiên tạo công ăn việc làm cho cộng đồng dân cư sở tại, trong việc tiêu thụ các sản phẩm của người dân địa phương phục vụ cho hoạt động kinh doanh của mình.

Đối với mối quan hệ thứ năm: Lượng khách du lịch của Việt Nam trong những năm gần đây gia tăng với tốc độ khá cao (Bảng 3.5). Không chỉ gia tăng về lượng khách, nhu cầu của khách cũng ngày một tăng lên kéo theo chi tiêu bình quân của du khách cũng tăng lên (Bảng 3.6). Để đáp ứng sự gia tăng đó của cầu, cung du lịch cũng ngày một gia tăng. Theo thống kê sơ, tại Việt Nam hiện nay có khoảng 2000 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế. Có một thực tế là nên hiện nay mặc dù đã được cổ phần hóa, song về thực chất thì nhiều doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam vẫn thuộc các đơn vị chủ quản là các bộ/ban ngành khác, hoặc là ủy ban nhân dân cấp tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương. Thực hiện chức năng quản lý nhà nước về chuyên ngành đối với hệ thống các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại Việt Nam có quy mô ngày càng lớn và có những nét đặc trưng của giai đoạn quá độ của nền kinh tế, ở cấp trung ương trực tiếp là Tổng cục Du lịch Việt Nam (trực thuộc Bộ VH-TT-DL) và ở cấp địa phương là các Sở VH-TT-DL. Thời gian qua, đã có những biểu hiện của thực tế cho thấy quản lý nhà nước về du lịch đã chưa bắt kịp sự phát triển của thị trường du lịch tại Việt Nam. Đó là hiện tượng nhiều doanh nghiệp kinh doanh các dịch vụ không được đăng ký kinh doanh (doanh nghiệp lữ hành nội địa kinh doanh cả lữ hành quốc tế, cơ sở kinh doanh lưu trú kinh doanh mại dâm,...); núp bóng kinh doanh; bán khách; kinh doanh không đảm bảo yêu cầu về vệ sinh dịch tễ, an toàn lương thực, thực phẩm; không đảm bảo an toàn tính mạng cho du khách (tàu chở khách du lịch trên sông, trên biển không có áo phao; tại các bãi biển không có đủ lực lượng và phương tiện cứu hộ chuyên nghiệp).

Đối với mối quan hệ thứ sáu: Thời gian qua, chính quyền địa phương tại nhiều điểm đến du lịch tại Việt Nam đã có những cố gắng trong việc quan tâm đến sự phát triển du lịch gắn với lợi ích của cộng đồng. Ví dụ, tại Lào Cai đã tiến hành xây dựng các đội văn nghệ thôn, bản hoạt động dưới sự quản lý của Ban quản lý du lịch cộng đồng để phục vụ cho hoạt động du lịch (tại Xã Bản Hồ, xã Tả Van,...). Các đội văn nghệ được duy trì và biểu diễn thường xuyên tại các điểm du lịch cộng đồng, tạo thu nhập bình quân mỗi tháng từ 1 đến 1,2 triệu đồng cho một thành viên. Tuy nhiên, tại nhiều điểm đến du lịch còn tình trạng một số người dân gây phiền nhiễu đối với khách du lịch (tê nạn đeo bám khách, ăn xin, cò mồi, cướp giật,...); xâm hại đến tài nguyên du lịch;... Các hiện tượng này đã và đang diễn ra tại các điểm du lịch như: Khu vực Hồ Hoàn Kiếm, Hà Nội; Chùa Hương, Hạ Long, Tam Cốc - Bích Động, Tràng An - Bái Đính,... Mặc dù thời gian qua các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại các địa bàn tương ứng đã có nhiều giải pháp để giải quyết các hiện tượng đó, song trên thực tế hiệu quả đạt được của các giải pháp còn chưa cao.

Nhận xét chung: Qua những thực trạng nêu trên có thể nhận thấy, mặc dù số lượng các thành viên tham gia trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch tại Việt Nam có xu hướng tăng lên. Tuy nhiên chất lượng du lịch vẫn chưa đồng đều. Vấn đề này xuất phát từ nhiều nguyên nhân trong đó có nguyên nhân nguồn nhân lực du lịch chưa đảm bảo.

3.3. Một số vấn đề đặt ra trong đào tạo nhân lực du lịch góp phần phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch ở nước ta

Hiện nay, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc cả về số lượng và cơ cấu. Chất lượng nguồn nhân lực du lịch đã dần được nâng cao, đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thực tiễn Ngành, giúp việc phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch Việt Nam đạt được những kết quả đáng kể. Tuy nhiên, vẫn còn có những bất cập trong tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Cụ thể:

- Phân bố mạng lưới các cơ sở đào tạo chưa hợp lý, đã có hiện tượng phát triển nóng của hệ thống các cơ sở đào tạo trong khi chưa hội tụ các điều kiện cần thiết cho việc học tập và giảng dạy các chuyên ngành du lịch một cách chuẩn mực.

- Quy mô đào tạo tăng mạnh nhưng chưa đáp ứng được nhu cầu của thực tế do còn bất cập trong cơ cấu chuyên môn nghiệp vụ, cơ cấu ngoại ngữ, cơ cấu số lượng nhân lực khu vực, vùng miền, đầu vào còn hạn chế... Còn có khoảng cách lớn về đào tạo nhân lực, chất lượng nhân lực các khu vực vùng miền trên cả nước, chất lượng đầu ra còn chưa đáp ứng được yêu cầu của xã hội.

- Hệ thống chương trình, giáo trình đã phát triển nhưng chưa thật sự phù hợp, kết cấu chương trình đào tạo còn có những bất cập, tập trung nhiều về lý thuyết, thời gian dành cho thực hành kỹ năng đối với khối đào tạo nghiệp vụ chưa hợp lý.

- Chất lượng đội ngũ giáo viên, giảng viên chưa cao, trình độ ngoại ngữ, chuyên môn và đặc biệt là kinh nghiệm thực tiễn chưa thực sự đáp ứng yêu cầu.

- Liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp và giữa các chủ thể chưa chặt chẽ và thiếu đồng bộ. Sự gắn kết giữa các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp và nhà trường trong tổ chức quản lý, tổ chức đào tạo chưa thật sự phù hợp, còn thiếu nhất quán, chưa đồng bộ.

- Các chính sách và hành lang pháp lý cho tổ chức đào tạo nguồn nhân lực du lịch chưa thật sự phù hợp, do các luật, và các văn bản dưới luật chưa hoàn thiện, thiếu khung, chuẩn kiến thức, kỹ năng và thái độ được thống nhất trên cơ sở hài hòa với chuẩn khu vực và thế giới.

4. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Giải pháp đối với doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo

Đối với doanh nghiệp du lịch

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch của Việt Nam cần nâng cao tính chuyên nghiệp, quan tâm hơn nữa đến đào tạo nhân lực du lịch, để ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ đối với du khách, ngày càng hoàn thiện hơn mối quan hệ giữa các nhà cung ứng sản phẩm với khách du lịch.

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần tích cực tham gia và phát huy tiếng nói trong các hiệp hội du lịch, các câu lạc bộ du lịch để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, cạnh tranh một cách lành mạnh.

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần có sự phối kết hợp chặt chẽ hơn nữa với cộng đồng dân cư sở tại để khai thác các giá trị bản địa tạo sản phẩm đặc thù của điểm đến, tạo lợi ích cho cộng đồng, tạo sự gắn kết giữa cộng đồng và doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần có sự liên kết trong đào tạo với các cơ sở đào tạo để có nguồn nhân lực du lịch có chuyên môn và phù hợp với những yêu cầu và đòi hỏi của chính doanh nghiệp du lịch.

Đối với các cơ sở đào tạo

Cập nhật chương trình giảng dạy phù hợp, đặc biệt cần nâng cao đào tạo các kỹ năng mềm kỹ năng như giao tiếp, ngoại ngữ và các mảng kỹ năng liên quan khác.

Xem xét việc đưa những mảng kỹ năng mới và đang nổi vào chương trình giảng dạy phù hợp với từng địa phương.

Tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp du lịch để nâng cao vai trò của đào tạo thực tế tại các doanh nghiệp du lịch cho người học.

Nâng cao năng lực của giảng viên thông qua sự hợp tác với ngành du lịch và tăng cường tổ chức cho giảng viên tham gia hoạt động thực tế của ngành du lịch.

Ưu tiên tuyển dụng giảng viên dựa trên kinh nghiệm làm việc trong ngành du lịch, đặc biệt trong phạm vi quốc tế.

4.2. Kiến nghị với chính phủ và các cơ quan quản lý

Kiến nghị với Chính phủ

- Hoàn thiện cơ chế chính sách, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Bổ sung những nghề du lịch còn thiếu. Xây dựng và ban hành trên chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia. Thống nhất công bố chuẩn chất lượng đầu ra của đào tạo nhân lực du lịch giữa các Bộ liên quan: Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. Ban hành danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo du lịch. Cấp thêm mã ngành đào tạo ở bậc trên đại học cho ngành du lịch.

- Tăng cường quản lý nhà nước và đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu xã hội và hội nhập.

- Hỗ trợ tăng cường năng lực của các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch, cả về cơ sở vật chất trang thiết bị đào tạo cũng như đào tạo, hỗ trợ bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ giáo viên, giảng viên. Hỗ trợ cập nhật đổi mới xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo du lịch tiên tiến.

- Luôn quan tâm các doanh nghiệp du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho đầu ra trong công tác đào tạo; hợp tác Quốc tế về đào tạo nhân lực du lịch đạt chuẩn quốc gia, quốc tế trong các doanh nghiệp du lịch.

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong công tác nghiên cứu, đào tạo du lịch xây dựng chính phủ điện tử...

- Khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo cơ chế và điều kiện để các thành phần xã hội, trong và ngoài nước có thể tham gia góp vốn, kiến thức,... cho công tác đào tạo nhân lực du lịch.

- Nâng cao vai trò và sự tham gia của Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Du lịch Đào tạo Việt Nam nhằm kết nối cung cầu, liên kết đào tạo, thẩm định chất lượng đào tạo...

Kiến nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chỉ đạo các cơ quan chức năng nghiên cứu xây dựng bộ tiêu chuẩn, tiêu chí đánh giá chất lượng phục vụ du lịch,

- Quan tâm sâu sát đến việc tạo lợi ích cho người dân bản địa từ hoạt động du lịch, cụ thể theo các hướng: Đào tạo về kỹ năng, nghiệp vụ du lịch; về giao tiếp, ứng xử; về ngoại ngữ để họ có đủ năng lực hoặc được tuyển vào làm tại các cơ sở du lịch, hoặc tham gia dưới hình thức lao động hợp đồng hay lao động mùa vụ cho các cơ sở du lịch; Định hướng, hướng dẫn cho họ trong việc tạo ra các sản phẩm phù hợp với thị hiếu của khách du lịch để bán cho khách du lịch, cho cơ sở kinh doanh du lịch đạt hiệu quả cao hơn. Đó có thể là các đồ lưu niệm, lương thực, thực phẩm.

Kiến nghị Bộ Giáo dục và Đào tạo

- Thống nhất công bố chuẩn chất lượng đầu ra của đào tạo nhân lực du lịch giữa các Bộ liên quan: Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội.

- Ban hành danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo du lịch. Cấp thêm mã ngành đào tạo ở bậc trên đại học cho ngành du lịch.

Kiến nghị các Sở du lịch, sở Văn hóa thể thao và du lịch địa phương

- Khuyến khích và thực hiện xã hội hóa trong đào tạo nhân lực du lịch, tạo cơ chế và điều kiện để các thành phần xã hội tại địa phương có thể tham gia góp vốn, kiến thức,... cho công tác đào tạo nhân lực du lịch.

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong công tác quản lý du lịch tại địa phương.

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.

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 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 hoá, hiện đại hoá 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 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; và 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

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

1. Barney, Jay B. (2001), “Resource-based theories of competitive advantage: A ten - year retrospective on the resource -based view”, *Journal of Management* 27(6),643-650.
2. Barney, Jay B. (2002), “Purchasing, Supply Chain Management and sustained competitive advantage: The relevance of Resource-based theory”, *Journal of Supply Chain Management* 48(2), 3-6.
3. Barratt, M. A. (2004), “Understanding the meaning of collaboration in the supply chain”, *Supply Chain Management: An international Journal*, Vol.9 No 1, 30-42.
4. Barratt, M.A. and Oliveira, A. (2001), “Exploring the experiences of collaboration planning: the enablers and inhibitors”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol.31 No.89-266.
5. Barringer, B. R and Harrison, J.S. (2000), “Walking a tightrope: Creating value through inter-organization relationships”, *Journal of Management*, 26(3), 367-403.
6. Bastakis, C., Buhalis, D., &Butler, R. (2004), “The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators’ power in Eastern Mediterranean”, *Tourism Management*, 25(2), 151-170
7. Bowersox, D.J (1990), “The strategic benefits of logistics alliances”, *Harvard Business Review*, Vol.68 No. 4, 36-43.
8. Bowersox, D.J., Closs, DJ. and Stank, T.P (2003), “How to master cross-enterprise collaboration”, *Supply Chain Management Review*, Vol.7 No 4.4, 18-27.
9. Buhalis, D. (2000), Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between hoteliers and tour operators in the Mediterranean region”, *International Journal of Hospitality and Tourism Administrative*, 1(1), 113-139.

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

10. Đặng Đình Quý: *Bàn thêm về khái niệm “hội nhập quốc tế” của Việt Nam trong giai đoạn mới*; <http://dkdnpv.vn/index.php/vi/news/Nghien-cuu-Trao-doi/Ban-them-ve-khai-niem-hoi-nhap-quoc-te-cua-Viet-Nam-trong-giai-doan-moi-20/>; truy cập ngày 21/10/2016.
11. Huỳnh Quốc Thắng (2013): *Tổng quan về đào tạo & xây dựng nguồn nhân lực du lịch, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Nguồn nhân lực và phát triển du lịch tỉnh Bình Thuận”*, Trường Đại học Phan Thiết & Cơ quan Đại diện Bộ VHHTTDL tại TPHCM, Phan Thiết 28 - 10 - 2013; Nxb Hồng Đức, Hà Nội, trang 159 – 170.
12. Luật Du lịch, 2017.
13. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch - Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2010). Quy hoạch Phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020.

CHỦ ĐỀ 3:
QUẢN TRỊ NHÂN LỰC TRONG CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH

CAM KẾT NHÂN VIÊN TRONG CÁC KHÁCH SẠN 4 SAO TẠI HÀ NỘI

*PGS, TS. Lê Thái Phong, ThS. Nguyễn Thị Hạnh, TS. Nguyễn Thị Khánh Chi
Trường Đại học Ngoại thương*

TÓM TẮT

Cam kết của nhân viên đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Sử dụng phương pháp điều tra xã hội học với các công cụ thống kê đơn giản, nghiên cứu này nhằm đánh giá sự cam kết của nhân viên đang làm việc trong các khách sạn bốn sao trên địa bàn Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, xây dựng cam kết tình cảm là con đường ngắn nhất dẫn tới thành công trong việc tạo sự trung thành của nhân viên. Chính sách của các khách sạn nhìn chung đã đạt được những kết quả tích cực nhất định. Để giữ chân và củng cố lòng cam kết của nhân viên, nỗ lực một phía từ doanh nghiệp là không đủ, mỗi cá nhân đều phải có nghĩa vụ trong việc xây dựng và phát triển suy nghĩ tích cực, cố gắng hết mình không chỉ vì lợi ích của tập thể mà còn vì tương lai của bản thân.

Từ khóa: Cam kết nhân viên, cam kết tình cảm, cam kết quy phạm, cam kết tính toán, khách sạn 4 sao

1. GIỚI THIỆU

Sự cam kết của nhân viên trong công việc cũng như với tổ chức có ý nghĩa quan trọng đối với doanh nghiệp trong việc quản lý và sử dụng nhân sự hiệu quả. Đối với bản thân người lao động, sự cam kết tạo cho họ ảnh hưởng tốt về mặt tâm lý, gây ra những cảm xúc tích cực với lãnh đạo, với công việc và công ty qua đó làm giảm áp lực, tạo sức khỏe tốt cho nhân viên. Những cảm xúc tích cực này không chỉ khiến mọi người cảm thấy tốt hơn trong hiện tại mà còn làm tăng khả năng họ sẽ cảm thấy tốt trong tương lai. Trên góc độ tổ chức, sự cam kết của nhân viên có tác dụng lớn trong việc làm tăng năng suất của tổ chức, giúp doanh nghiệp giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao. Điều này không chỉ tác động đến danh tiếng và sự thay đổi trong tổ chức mà còn tác động trực tiếp tới sự trung thành của khách hàng thông qua chất lượng phục vụ của nhân viên. Các nghiên cứu về sự cam kết hay mức độ tham gia của nhân viên được thực hiện khá nhiều trên thế giới, hầu hết kết quả đều chỉ ra rằng sự cam kết của nhân viên chịu tác động rất lớn bởi mức độ thỏa mãn của họ trong công việc và đối với doanh nghiệp. Các nghiên cứu này cũng đưa ra một số hành vi cam kết có thể dẫn tới mức độ cam kết cao và đã được kiểm chứng với nguồn nhân lực trên thế giới. Trong thời kỳ thị trường bất động sản đang nóng lên, những áp lực cạnh tranh gay gắt đòi hỏi doanh nghiệp phải có các giải pháp mới nhằm thu hút và nâng cao mức độ cam kết của nhân viên nhất là nguồn nhân lực trình độ cao thông qua việc tạo cho người lao động cảm giác thỏa mãn và an tâm trong công tác, sẵn sàng nỗ lực vì thành công của tổ chức.

Vậy, ở Việt Nam nói chung và trong ngành quản trị khách sạn nói riêng, tổ chức cần làm gì để gia tăng mức độ cam kết của nhân viên trong doanh nghiệp? Bài viết “Nghiên cứu cam kết của nhân viên trong các khách sạn 4 sao tại Hà Nội” hi vọng sẽ hiểu chính xác hơn về các yếu tố tác động tới sự cam kết của nhân viên và mức độ hài lòng của nhân viên với các chính sách của doanh nghiệp từ đó đưa ra phương án thích hợp nhằm tận dụng tối đa lợi thế của nguồn nhân lực từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Với mong muốn góp phần vào các nghiên cứu chung về lĩnh vực quản trị nhân sự và trên cơ sở tìm hiểu, đánh giá thực trạng hoạt động quản lý nhân sự cũng như mức độ hài lòng và sự cam kết của nhân viên trong doanh nghiệp, bài luận văn được thực hiện nhằm đưa ra những kiến nghị nâng cao mức độ cam kết của nhân viên tại công ty cổ phần kinh doanh dịch vụ tổng hợp Khách sạn. Với công trình khoa học này, người viết hi vọng có thể ứng dụng kết quả nghiên cứu vào tình hình kinh doanh hiện tại của công ty từ đó tác động tới hiệu suất sử dụng nguồn lực và kết quả kinh doanh của Khách sạn.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CAM KẾT CỦA NHÂN VIÊN

Có nhiều cách tiếp cận trong các nghiên cứu về sự cam kết trong tổ chức. Lý thuyết về sự cam kết được các nhà tâm lý học về tổ chức nổi tiếng như Porter, Mowdays, Steers giới thiệu vào môi trường quản lý tổ chức từ những năm 1979. Trọng tâm ban đầu của lý thuyết này nhằm lí giải

những nhân tố ảnh hưởng tới sự cam kết và trung thành của nhân viên với tổ chức và sau đó được phát triển sang một số lĩnh vực khác như khác như sự cam kết của cá nhân với nghề nghiệp. Theo đó, sự cam kết được định nghĩa là trạng thái tâm lý thể hiện sự gắn kết của một cá nhân với một tổ chức, nghề nghiệp (Porter, 1979).

Sự cam kết của nhân viên được định nghĩa nhiều nhất là sự cam kết về mặt tình cảm và trí tuệ với tổ chức (Baumruk, 2004, Richman, 2006 và Shaw, 2005) hay những nỗ lực của nhân viên được thể hiện trong công việc của họ (Frank và các cộng sự, 2004). Theo nghiên cứu của Kahn (1990), Trus và các cộng sự (2006) xác định cam kết của nhân viên đơn giản là “niềm đam mê cho công việc”, một trạng thái tâm lý bao gồm ba khía cạnh.

Theo Kahn (1990), sự cam kết của nhân viên là việc khai thác năng lực của các cá nhân trong tổ chức để cống hiến cho công việc và tổ chức của họ. Những nhân viên cam kết với tổ chức được biểu hiện là người có năng lực, nhận thức, có tình cảm với tổ chức và sẵn sàng tận dụng chúng để thực hiện tốt cương vị của mình. Các nhận thức về sự cam kết của nhân viên liên quan đến niềm tin của người lao động về tổ chức, về sự lãnh đạo và điều kiện làm việc của tổ chức. Các khía cạnh về tình cảm liên quan tới cảm nhận của nhân viên về các yếu tố trên và phụ thuộc vào thái độ tích cực hay tiêu cực của họ đối với tổ chức và những người lãnh đạo của nó. Các khía cạnh vật lý của sự cam kết của nhân viên liên quan đến năng lực hoàn thành công việc của các cá nhân. Như vậy, theo Kahn (1990), sự cam kết được thể hiện toàn diện theo cả mặt tâm lý và năng lực khi thực hiện vai trò trong tổ chức.

Theo các tác giả Meyer và Allen (1991), sự cam kết trong tổ chức được thể hiện ở ba hình thái cơ bản: cảm xúc (Affective commitment), quy phạm (Normative commitment) và tính toán (Continuance commitment). Sự cam kết dựa trên cảm xúc đề cập tới sự gắn bó tình cảm của cá nhân với tổ chức, cá nhân có thể cảm thấy họ là một phần của tổ chức, là kết quả của quá trình trải nghiệm của cá nhân với tổ chức. Sự đóng góp và tham gia của cá nhân vào mô hình hoạt động càng cao, càng có nhiều sự kiện liên quan tới họ thì sự cam kết bằng cảm xúc càng lớn. Họ gắn bó với tổ chức vì họ thực sự muốn như vậy. Cam kết dựa trên cảm xúc là kết quả của quá trình trải nghiệm của cá nhân với tổ chức. Theo các tác giả Meyer và Allen (1997), sự cam kết của nhân viên được thể hiện ở ba hình thái cơ bản: cảm xúc, quy phạm và tính toán.

Bảng 1: Tóm tắt ba hình thái của sự cam kết

	Cam kết tình cảm	Cam kết dựa trên quy phạm	Cam kết dựa trên tính toán
Cơ sở	Dựa trên tình cảm	Dựa trên quy phạm đạo đức	Dựa trên lợi ích cá nhân
Kết quả	Cam kết với doanh nghiệp vì muốn như vậy	Cam kết với doanh nghiệp vì cảm thấy có trách nhiệm phải làm vậy	Cam kết với doanh nghiệp vì không có lựa chọn nào khác hoặc thấy có mất mát lớn khi chuyển sang tổ chức khác
Các nhân tố ảnh hưởng	Trải nghiệm, cống hiến cá nhân với doanh nghiệp	Được hưởng lợi ích từ doanh nghiệp	Đầu tư cá nhân vào doanh nghiệp Khả năng thành công và chi phí chuyển đổi sang doanh nghiệp mới

Nguồn: Meyer và Allen, 1997

Cam kết tình cảm: Sự cam kết tình cảm dựa trên sự gắn bó về mặt cảm xúc của cá nhân với công việc và tổ chức. Các cá nhân có thể cảm thấy tổ chức là một phần của cuộc đời họ, sự đóng góp và tham gia của một cá nhân vào tổ chức càng cao thì sự cam kết bằng tình cảm càng lớn. Một cá nhân càng có nhiều đóng góp trong việc xây dựng và phát triển tổ chức, càng có nhiều sự kiện quan trọng trong cuộc đời liên quan tới tổ chức thì mức độ cam kết càng cao.

Cam kết tình cảm có ảnh hưởng không nhỏ tới tâm lý gắn bó, phản đối sự thay đổi. Đối với người có cam kết cao, việc rời bỏ tổ chức đối với họ là một mất mát lớn, khó có thể bù đắp bằng vật chất hay danh vọng, vì vậy, họ không những muốn gắn bó với doanh nghiệp và còn nỗ lực hết mình để cống hiến cho sự thành công của doanh nghiệp.

Cam kết dựa trên quy phạm: Hình thái cam kết dựa trên quy phạm là nhóm hành vi cam kết thứ hai được đề cập trong nghiên cứu của Meyer và Allen. Hành vi cam kết này dựa trên các quy chuẩn về giá trị và sự đánh giá của các cá nhân liên quan đến đạo đức xã hội với nhận thức rằng cam kết với tổ chức là việc làm đúng, phù hợp với đạo lý. Nhân viên cảm thấy học có trách nhiệm phải cam kết với tổ chức.

Cam kết theo quy phạm chịu ảnh hưởng rất lớn từ nguyên lý trao đổi và được phát triển qua các trải nghiệm xã hội cùng doanh nghiệp. Những trải nghiệm này tác động tới nhận thức của cá nhân về cái đúng, cái sai cũng như trách nhiệm của bản thân trong công việc và mong đợi của mọi người đối với mình. Sự cam kết này khác với cam kết tình cảm ở chỗ nhân viên không nhất thiết phải có tình cảm với doanh nghiệp mà họ chỉ đơn thuần thể hiện trách nhiệm theo các quy phạm đạo đức. Trách nhiệm này được đánh đổi bằng lợi ích mà nhân viên nhận được từ tổ chức.

Cam kết dựa trên tính toán: Cam kết dựa trên tính toán là hình thái cuối cùng trong mô hình ba yếu tố và khác biệt nhất với cam kết tình cảm. Sự cam kết này dựa trên việc đo lường lợi ích và chi phí nhẩy việc so với ở lại gắn bó cùng doanh nghiệp. Nhân viên sẽ cam kết với doanh nghiệp nếu thấy có lợi hơn cho mình. Lợi ích ở đây bao gồm lợi ích về vật chất, chính trị và danh vọng. Chi phí được tính toán bao gồm những chi phí về vật chất, thời gian... Cam kết dựa trên tính toán chịu ảnh hưởng bởi việc cá nhân đó có phương án hay cơ hội nào khác so với việc làm việc ở doanh nghiệp hay không.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Quá trình điều tra thu thập số liệu nghiên cứu mức độ cam kết của nhân viên được thực hiện trên mẫu gồm 100 nhân sự được chọn lọc theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng. Theo đó, mẫu được lựa chọn bao gồm nhân viên ở cả hai bộ phận kinh doanh và bộ phận hành chính. Nhóm chức năng kinh doanh gồm ba cấp độ quản lý chính: giám đốc kinh doanh, trưởng phòng kinh doanh và nhân viên thừa hành. Nhóm hành chính bao gồm hai bậc trưởng phòng và nhân viên làm các công việc back-office. Như vậy, có sáu nhóm mẫu được lựa chọn bao gồm cả giám đốc điều hành và các đơn vị mẫu sẽ được lấy ngẫu nhiên trong mỗi nhóm này để đảm bảo tính tin cậy và độ đại diện cao của kết quả nghiên cứu. Dữ liệu được thu thập thông qua phương pháp điều tra trực tuyến.

Cuộc điều tra được tiến hành trong khoảng thời gian một tháng từ tháng 4 đến tháng 5 năm 2019. Đối tượng điều tra là các vị trí lãnh đạo và nhân viên làm việc ở các vị trí kinh doanh và hành chính của các khách sạn từ 3 sao trở lên trên địa bàn Hà Nội.

4. THỰC TRẠNG CAM KẾT NHÂN VIÊN Ở CÁC KHÁCH SẠN 4 SAO

4.1. Thống kê mô tả về mẫu

Bảng 2: Cơ cấu khảo sát theo phòng ban và chức vụ

Bộ phận		Số phiếu	Tổng
Giám đốc điều hành		1	1
BP. Kinh Doanh	Giám đốc	5	91
	Trưởng phòng	9	
	Nhân viên	77	
BP. Hành Chính	Trưởng phòng	2	8
	Nhân viên	6	

Nguồn: Tổng hợp số liệu khảo sát

Thống kê mô tả về mẫu được trình bày ở bảng 2. Phiếu khảo sát được thu thập dựa trên 17 nhà quản lý và 83 nhân viên đang công tác trên 5 khách sạn từ 4 sao trên địa bàn Hà Nội.

4.2. Các hành vi cam kết của nhân viên

Kết quả của bảng hỏi về các hành vi cam kết của nhân viên tại khách sạn đưa ra cái nhìn khái quát về các nguyên nhân dẫn tới những hành vi này.

Bảng 3: Nhân tố thúc đẩy nhân viên cam kết và gắn bó với khách sạn

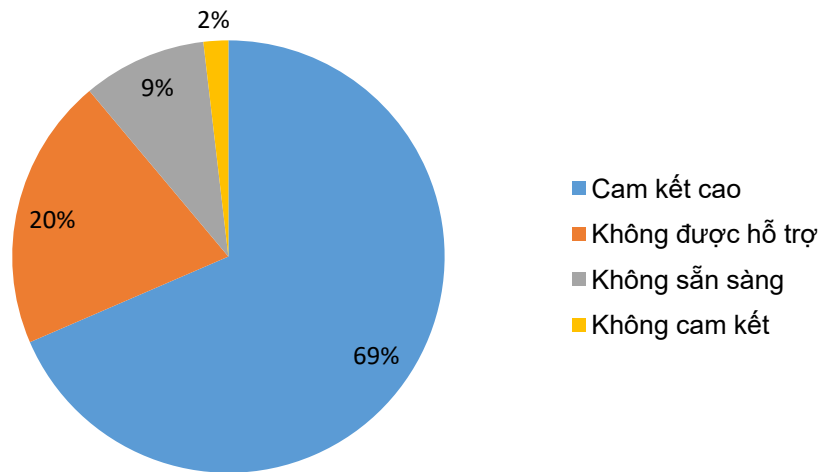
Yếu tố	Giám đốc điều hành (1)	Giám đốc (5)	Trưởng phòng (11)	Nhân viên (83)	Tổng (100)
Có tình cảm với doanh nghiệp, coi tổ	1	3	9	41	54

chức như một phần của bản thân	100%	60%	82%	49%	54%
Cảm thấy có nghĩa vụ phải gắn bó với doanh nghiệp	0	2	1	19	22
	0%	40%	9%	23%	22%
Không có lựa chọn nào khác hoặc thấy có mất mát lớn khi chuyển sang tổ chức khác	0	0	1	23	24
	0%	0%	9%	28%	24%

Nguồn: Tổng hợp số liệu khảo sát

4.2.1. Cam kết tình cảm

Kết quả khảo sát cho thấy có đến 54% nhân viên có tình cảm với doanh nghiệp và coi tổ chức như một phần của bản thân trong đó, tỷ lệ cam kết tình cảm ở hai cấp giám đốc điều hành và trưởng phòng đạt thứ tự cao nhất. Điều này chứng tỏ cấp bậc không có ảnh hưởng tới tình cảm mà cá nhân dành cho doanh nghiệp. Như đã trình bày về nghiên cứu của Meyer, một cá nhân càng có nhiều đóng góp trong việc xây dựng và phát triển tổ chức, càng có nhiều sự kiện quan trọng trong cuộc đời liên quan tới tổ chức thì mức độ cam kết càng cao. Họ gắn bó với tổ chức vì thực sự họ muốn như vậy. Vậy, liệu có mối liên hệ nào giữa hành vi cam kết tình cảm với thời gian nhân viên làm việc tại công ty? Có tới 48% nhân viên gắn bó trên 2 năm thừa nhận rằng họ có tình cảm đặc biệt với khách sạn họ đang làm việc là công việc chính và sẽ gắn bó lâu dài. Con số nhân viên làm việc tại công ty từ 1-2 năm có cam kết tình cảm là 35 người đạt 63% trên tổng số nhân viên thuộc nhóm thâm niên công tác này. Như vậy, chưa chắc nhân viên làm việc lâu đã có tình cảm với doanh nghiệp. Mối liên hệ giữa hành vi cam kết tình cảm và mức độ cam kết được thể hiện trong biểu đồ:



Biểu đồ 1: Mức độ cam kết dựa trên tình cảm (Tổng hợp số liệu khảo sát)

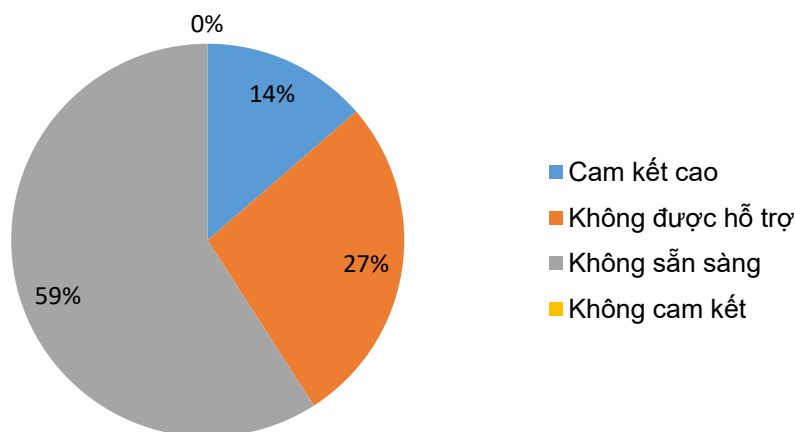
Cảm xúc tốt của nhân viên về doanh nghiệp tạo ra những nhận thức và hành động tích cực của họ trong quá trình công tác. Trong số 54 nhân viên có tình cảm và coi doanh nghiệp là một phần của cuộc sống, phần lớn họ có mức độ cam kết cao, được cung cấp đầy đủ vật chất và tinh thần phục vụ cho việc thực hiện công việc. Ngoài ra, có 20% nhân viên sẵn sàng cống hiến hết mình dù không nhận được sự hỗ trợ thích đáng từ doanh nghiệp, thậm chí họ sẵn sàng bỏ chi phí cá nhân để thực hiện tốt công việc của mình. Rõ ràng tác động tới cảm xúc của nhân viên là phương án khá hiệu quả cho doanh nghiệp khi có tới 92,5% trên tổng số 40 nhân viên thuộc nhóm mức độ cam kết cao có hành vi cam kết tình cảm.

4.2.2. Cam kết dựa trên quy phạm

Sự cam kết dựa trên quy phạm liên quan tới nhận thức của từng cá nhân về các quy phạm đạo đức cũng như cách ứng xử trong xã hội. Có 22% nhân viên cảm thấy có nghĩa vụ phải cống hiến và gắn bó với doanh nghiệp, nghĩa vụ này thường tỷ lệ thuận với lợi ích mà cá nhân nhận được từ doanh nghiệp, có thể là lợi ích về mặt vật chất hay tinh thần.

Rõ ràng mức độ cam kết của nhân viên thuộc nhóm này không cao bằng cam kết tình cảm khi chỉ có 14% trong số 22 người cam kết ở cấp độ cao, 27% sẵn sàng cống hiến nhưng không được

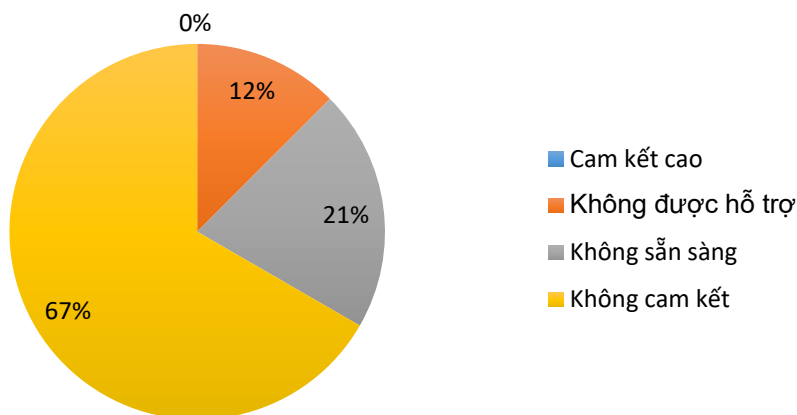
hỗ trợ và có tới 59% nhân viên nhận được lợi ích cũng như có môi trường làm việc lý tưởng nhưng lại ít cam kết với doanh nghiệp. Một điểm chung dễ nhận thấy ở những nhân viên cam kết dựa trên quy phạm là hầu hết mức lương của họ ở mức trên 15 triệu, khá cao so với mặt bằng thu nhập chung tại Việt Nam. Một số nhân viên cho hay, họ nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của lãnh đạo ngay từ khi mới vào nghề, điều này làm cho họ cảm thấy có lỗi nếu rời bỏ doanh nghiệp dù cho bản thân công việc không còn sức hút và họ không muốn ở lại khách sạn hiện tại. Phần lớn những nhân viên này tự thỏa mãn nhu cầu của bản thân đồng thời duy trì chuẩn mực đạo đức bằng cách kiêm nhiệm cả hai dự án trong và ngoài doanh nghiệp, và dĩ nhiên, mức độ tập trung cho công việc không còn được hoàn hảo như xưa thậm chí có thể tạo ảnh hưởng không tốt tới kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Có vẻ quy phạm đạo đức không thực sự hiệu quả trong việc thắt chặt mối quan hệ giữa nhân viên và doanh nghiệp.



Biểu đồ 2: Mức độ cam kết dựa trên quy phạm (Tổng hợp số liệu khảo sát)

4.2.3. Cam kết dựa trên tính toán

Sự cam kết dựa trên tính toán liên quan tới lợi ích và chi phí của từng cơ hội nhân viên có thể lựa chọn. Trong cuộc khảo sát này, có tới 24% nhân viên tiếp tục làm việc tại khách sạn vì không có lựa chọn nào khác hoặc cảm thấy lựa chọn đó không mang lại lợi ích bằng việc tiếp tục duy trì công việc tại khách sạn trong đó bao gồm một trưởng phòng và 23 nhân viên. Những nhân viên này phần lớn thuộc nhóm hoạt động tại doanh nghiệp dưới một năm, chưa có nhiều thời gian trải nghiệm và tích lũy tình cảm với doanh nghiệp. Nghiên cứu mối liên hệ giữa cam kết dựa trên tính toán và mức độ cam kết của nhân viên đưa ra kết quả không khả quan.

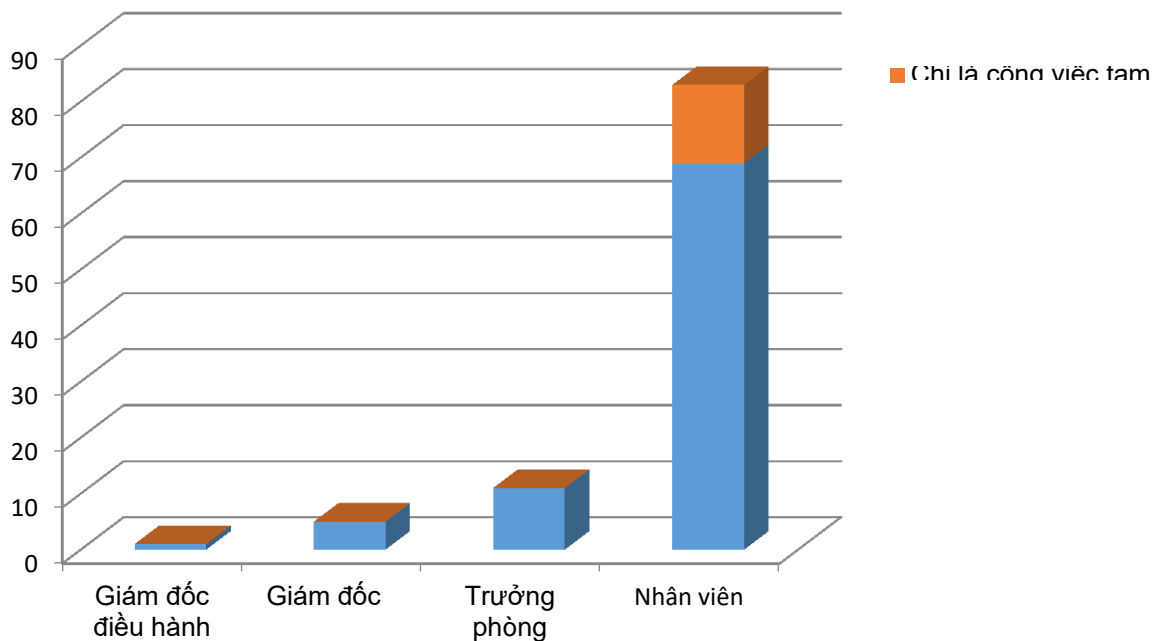


Biểu đồ 3: Mức độ cam kết dựa trên tính toán (Tổng hợp số liệu khảo sát)

Cam kết dựa trên tính toán dễ dẫn tới tình trạng ‘bằng mặt không bằng lòng’, nhân viên gắn bó với doanh nghiệp chỉ vì chưa tìm được cơ hội tốt hơn và họ sẵn sàng rời bỏ để lựa chọn phương án có lợi hơn cho mình. Như vậy, nhân viên vừa làm việc vừa tìm kiếm cơ hội mới với suy nghĩ

khách sạn hiện tại không phải nơi đặt chân lâu dài của mình và không cần nỗ lực cống hiến vì trong tương lai họ sẽ rời bỏ khách sạn hiện. Suy nghĩ này gây ra tình trạng khá tiêu cực khi không có nhân viên nào có mức độ cam kết dựa trên tính toán cao với công ty, 12% không được hỗ trợ đầy đủ công cụ trong kinh doanh và 21% không sẵn sàng cống hiến cho công ty. Tỷ lệ nhân viên không cam kết lên tới 67%, chiếm con số cao nhất trong ba hành vi cam kết, họ chỉ coi khách sạn hiện tại là chỗ làm việc tạm thời và sẽ rời bỏ khi tìm được việc mới. Điều này cũng khá dễ hiểu với những nhân viên đặt lợi ích cá nhân lên hàng đầu.

Thống kê kết quả khảo sát về mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp đưa ra những dấu hiệu tích cực đặc biệt ở quản lý cấp cao.



Biểu đồ 4: Mức độ gắn kết của nhân viên với doanh nghiệp (Tổng hợp số liệu khảo sát)

Tổng số 17 nhà quản trị cấp cao được điều tra đều coi công việc hiện tại là công việc chính và có ý định gắn bó lâu dài với công ty. Mức độ gắn kết của nhân viên cũng đạt con số tích cực với 69 phiếu cam kết gắn bó lâu dài và chỉ 14 người không có ý định ở lại, coi công việc này là việc tạm thời và sẽ rời bỏ khi tìm được công việc mới. Trong đó 71% số nhân viên không gắn bó có thời gian làm việc tại công ty dưới 1 năm. Tất cả nhóm nhân viên này đều nằm trong khối kinh doanh.

Các tiêu chí được sử dụng trong việc đo lường sự cam kết được dựa trên kết quả nghiên cứu của hãng Tower Watson bao gồm ba yếu tố chính:

- Có truyền thống cam kết: nhân viên sẵn sàng dốc sức mình vì công việc.
- Được trao quyền: nhân viên được cung cấp đầy đủ công cụ, nguồn lực và sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả.
- Năng lượng: có một môi trường làm việc hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ.

Ở cấp độ quản lý cao nhất cụ thể là giám đốc điều hành, mức độ cam kết khá cao khi kết quả đạt được cả ba tiêu chí: nhân viên sẵn sàng dốc sức mình vì công việc, được cung cấp đầy đủ công cụ, dụng cụ, nguồn lực và sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả cũng như có một môi trường làm việc hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ của nhân viên. Điều này khá dễ hiểu khi giám đốc điều hành là người quản lý trực tiếp các hoạt động kinh doanh và đưa ra những chiến lược, chính sách phát triển lâu dài cho khách sạn, hầu hết các chế độ, công cụ và nguồn lực đều được cung cấp cho nhân viên thông qua cấp quản lý này. Một doanh nghiệp khó có thể tồn tại nếu chính giám đốc không hài lòng với chính sách mình đặt ra.

Tại bộ phận kinh doanh, số lượng nhân viên lựa chọn ba tiêu chí trên không được đồng nhất. 100% giám đốc kinh doanh cho rằng mình được trao quyền, được cung cấp đầy đủ công cụ và nguồn lực để thực hiện tốt hoạt động kinh doanh. Khi được hỏi liệu doanh nghiệp có cung cấp một

môi trường làm việc hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ, tỷ lệ giám đốc lựa chọn đồng ý chỉ đạt 40% (2 người trên tổng số 5 giám đốc kinh doanh được khảo sát). Trong tổng thể này, chỉ có 60% giám đốc có truyền thống cam kết và sẵn sàng nỗ lực hết sức để hoàn thành công việc và cống hiến cho tổ chức. Tại cấp độ quản lý thấp hơn, 44% trưởng phòng có truyền thống cam kết với doanh nghiệp, 55,5% được trao quyền và 88,8% thỏa mãn với môi trường làm việc và cho rằng chúng hỗ trợ tích cực cho việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ. Tỷ lệ này đối với 77 nhân viên kinh doanh được khảo sát cũng có sự khác biệt, có tới 65% nhân viên có truyền thống cam kết, sẵn sàng cống hiến cho thành công của công ty, 52% được trao quyền và 62,3% cảm thấy được hỗ trợ tích cực trong các mối quan hệ. Vậy điều gì đã khiến tỷ lệ thỏa mãn tại môi trường làm việc ở cấp trưởng phòng và nhân viên cao hơn cấp giám đốc, liệu mức độ trao quyền 100% có đồng nghĩa với việc lãnh đạo bỏ mặc nhân viên tự phát triển? Trong các cuộc phỏng vấn của nhóm tác giả với một số nhân sự tại một số khách sạn, phần lớn các kết quả chỉ ra rằng môi trường làm việc và văn hóa cấp phòng ban mang lại cho họ nhiều lợi ích hơn và thỏa mãn hơn môi trường và văn hóa cấp công ty, sự gắn kết và trao đổi giữa các phòng ban khác nhau thực sự chưa hiệu quả và vẫn còn tình trạng cạnh tranh nội bộ. Tình trạng này có thể đưa tới những ảnh hưởng không tốt trong tương lai tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp cũng như sự cam kết của nhân viên.

Bảng 4: Hành vi cam kết của nhân viên

	Giám đốc điều hành	BP. Kinh Doanh			BP. Hành Chính	
		Giám đốc	Trưởng phòng	Nhân viên	Trưởng phòng	Nhân viên
Số phiếu	1	5	9	77	2	6
Có truyền thống cam kết	1	3	4	50	2	2
	100%	60%	44%	65%	100%	16,6%
Được trao quyền	1	5	5	40	2	5
	100%	100%	55,5%	52%	100%	83,3%
Có năng lượng	1	2	8	48	2	4
	100%	40%	88,8%	62,3%	100%	66,6%
Không cam kết	0	0	0	17	0	0
	0%	0%	0%	22%	0%	0%

Nguồn: Tổng hợp số liệu khảo sát

Kết quả khảo sát ở cấp độ trưởng phòng trong khối hành chính khá lạc quan khi 100% nhân viên đồng ý cả ba tiêu chí rằng họ sẵn sàng dốc sức mình vì công việc, được cung cấp đầy đủ công cụ, nguồn lực, sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả và có một môi trường làm việc hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ. Trong khi đó, tỷ lệ nhân viên được trao quyền và có môi trường làm việc lý tưởng khá cao lần lượt là 83,3% và 66,6%. Tuy nhiên, truyền thống cam kết của nhóm đối tượng này lại khá thấp chỉ đạt 16,6% tương ứng với 2 người trên tổng số 6 nhân viên được khảo sát. Như vậy, tỷ lệ nhân viên hành chính không sẵn sàng dốc sức mình vì công việc ở mức độ cao, có thể lý giải do bản thân công việc hành chính khá nhàm chán, không có sự đổi mới.

Dựa trên kết quả phân tích ba tiêu chí trên, mức độ cam kết của nhân viên được chia làm bốn cấp từ cao đến thấp: Cam kết cao, không được hỗ trợ, không sẵn sàng và không cam kết.

Bảng 5: Mức độ cam kết của nhân viên

Tiêu chí	Giám đốc điều hành	Giám đốc	Trưởng phòng	Nhân viên	Tổng
Sẵn sàng dốc sức mình vì công việc, được cung cấp đầy đủ công cụ, nguồn lực và sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả, Có một môi trường làm việc tích hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ	1	2	6	31	40

Sẵn sàng dốc sức mình vì công việc, có một môi trường làm việc tích hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ	0	0	0	8	8
Sẵn sàng dốc sức mình vì công việc	0	1	0	11	12
Được cung cấp đầy đủ công cụ, nguồn lực và sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả, có một môi trường làm việc tích hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ	0	1	0	2	3
Được cung cấp đầy đủ công cụ, nguồn lực và sự hỗ trợ để thực hiện công việc hiệu quả	0	1	1	7	9
Có một môi trường làm việc tích hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng các yếu tố tâm lý, thể lý và các mối quan hệ	0	0	4	7	11
Không cam kết	0	0	0	17	17

Nguồn: Tổng hợp số liệu khảo sát

5. GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ CAM KẾT CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC KHÁCH SẠN 4 SAO

Để nâng cao sự cam kết trong công ty cần phải có cả chiến lược lẫn chiến thuật, cần xác định các cơ hội, đơn giản hóa giải pháp và biến việc đó thành trách nhiệm của mọi người. Kết quả khảo sát về ý kiến đóng góp sửa đổi của nhân viên về chính sách của doanh nghiệp được sử dụng nhằm đưa ra định hướng phát triển các giải pháp nâng cao sự hài lòng của nhân viên qua đó gia tăng mức độ cam kết của họ với doanh nghiệp. Trong số 32 đề xuất được đưa ra, có đến 15 người đồng ý rằng cần hỗ trợ thêm cho nhân viên thông qua việc tăng lương cứng cho họ. Dựa trên kết quả phân tích sự cam kết của nhân viên và nguyện vọng được đề xuất bởi các đối tượng khảo sát, người viết xin đưa ra một số kiến nghị nhằm nâng cao mức độ cam kết của nhân viên tại các khách sạn 4 sao trên địa bàn Hà Nội.

Giải pháp 1: Nâng cao mức độ cam kết thông qua lãnh đạo và công việc

Phong cách lãnh đạo và bản thân các nhà lãnh đạo chỉ tạo được sự hài lòng của nhân viên ở mức vừa phải và điều này có nghĩa hoàn toàn có thể cải thiện qua đó tạo sự cam kết cao từ nhân viên. Giải quyết những hạn chế trong vấn đề lãnh đạo góp phần xây dựng sự cam kết ở cấp độ quản lí. Để gia tăng hiệu quả lãnh đạo, công ty cần xác định các kỹ năng lãnh đạo thường xuyên được sử dụng nhất khi tạo sự cam kết của nhân viên. Đồng thời, cần đảm bảo hành động và kỹ năng của lãnh đạo phù hợp với kì vọng của công ty sau đó hoàn thiện các kỹ năng lãnh đạo thông qua việc đào tạo và tập huấn. Các nhà lãnh đạo không chỉ cần được trang bị những thông tin về xu hướng hành vi cơ bản của các nhân viên để có khả năng ứng phó với căng thẳng và xung đột mà còn cần tích lũy kinh nghiệm nhất định trong lĩnh vực khách sạn nhằm hỗ trợ công việc của nhân viên. Hành động trao quyền tối đa không nhận được sự hài lòng của tất cả nhân viên, vì vậy, các cấp lãnh đạo cần có sự xem xét và phân tích khả năng của nhân viên, xác định nhân viên nào có thể tự hoàn thành tốt công việc và những ai không thể xây dựng kế hoạch hiệu quả. Việc đưa ra chỉ tiêu kinh doanh cho cá nhân là rất cần thiết nhất là với những nhân viên mới chưa có kinh nghiệm. Kế hoạch làm việc có thể được xây dựng hàng tuần và báo cáo cho cấp trên theo từng nhóm nhằm so sánh các cá nhân và đưa ra mục tiêu hợp lí nhất cho thời gian tiếp theo. Kiến nghị thứ hai được áp dụng cho việc thực hiện kinh doanh theo nhóm, theo đó, mỗi cá nhân chuyên môn phụ trách một phần công việc trong chuỗi hoạt động kinh doanh của nhóm. Ngoài những biện pháp trên, các khách sạn nên tổ chức các khóa đào tạo về khả năng lãnh đạo nhằm củng cố kỹ năng của các nhà quản lý từ đó tăng hiệu suất kinh doanh và gây dựng lòng gắn bó của nhân viên.

Giải pháp 2: Nâng cao mức độ cam kết thông qua cơ hội thăng tiến và chính sách đãi ngộ

Cơ hội thăng tiến là yếu tố nhận được ít sự hài lòng nhất của nhân viên với yêu cầu cấp bách cần được sửa đổi. Nhằm tăng mức độ cạnh tranh, tạo động lực cố gắng cho nhân viên qua đó nâng cao mức độ cam kết của họ, các khách sạn cần tạo sự thu hút ngay trong bản thân công việc. Xét

cho cùng, điều người lao động quan trọng nhất vẫn là lợi ích mà họ nhận được. Với một hệ thống đã đi vào trật tự, tăng lương không phải là điều dễ dàng. Tuy nhiên, các khách sạn có thể tác động trực tiếp vào thu nhập của người lao động bằng cách đưa ra những tỉ lệ hoa hồng hoặc thưởng tùy theo từng mức doanh số đạt được.

Để tăng mức độ cam kết của nhân viên thông qua việc phát triển sự hài lòng của họ, hệ thống đãi ngộ của khách sạn cần có một số thay đổi trong chính sách lương cứng này. Tuy nhiên, để đảm bảo chi phí bỏ ra được sử dụng vào mục đích chính đáng và thực sự mang lại lợi ích cho doanh nghiệp, thay vì tăng trực tiếp lương cứng cho nhân viên, khoản ngân sách này có thể được sử dụng theo một cách khác.

Trên đây là một số giải pháp nhằm nâng cao mức độ cam kết của nhân viên thông qua việc nỗ lực tăng sự hài lòng của họ đối với doanh nghiệp. Để duy trì được nguồn nhân lực mạnh cạnh tranh trên thị trường bất động sản khốc liệt, Khách sạn cần quan tâm hơn tới nhu cầu của nhân viên và không ngừng phát triển lòng cam kết của họ.

6. KẾT LUẬN

Mức độ cam kết của nhân viên tại các khách sạn 4 sao nằm ở mức chấp nhận được thậm chí cao hơn kết quả nghiên cứu về lực lượng lao động toàn cầu được thực hiện bởi hãng tư vấn lớn tại Mỹ. Kết luận này có được một phần do khả năng lãnh đạo tài tình cũng như chính sách đãi ngộ hấp dẫn của doanh nghiệp. Tỷ lệ nhân viên có cam kết tình cảm với tổ chức cao và hứa hẹn sẽ là nguồn nhân lực chính cho doanh nghiệp trên con đường phát triển trong tương lai. Với nhiều điểm mạnh trong công tác quản lý đặc biệt là phong cách lãnh đạo tự do cho phép nhân viên được thoải mái phát triển khả năng cá nhân cũng như khiến họ cảm thấy quan trọng với doanh nghiệp, các khách sạn đã thành công bước đầu trong công tác tăng cường mức độ tham gia của nhân viên. Bên cạnh đó, tỉ lệ hoa hồng và tiền thưởng tạo cơ hội cho Khách sạn thu hút và giữ chân đội ngũ nhân viên kinh nghiệm lâu năm trong ngành qua đó tạo nên sự tăng trưởng đáng kể cho kết quả kinh doanh của công ty.

Kết quả khảo sát về mức độ cam kết của nhân viên tại các khách sạn 4 sao đã đưa ra cái nhìn khái quát về các hành vi cam kết và yếu tố tác động tới các hành vi này. Phần lớn nhân viên thỏa mãn với các chính sách được đề ra, tuy nhiên, với những đối tượng lao động mới ra nhập ngành, hệ thống này còn mang lại nhiều bất cập. Các chính sách nhằm giữ chân và tăng mức độ tham gia của đối tượng này nói riêng cũng như toàn bộ nhân viên trong công ty nói chung cần được đẩy mạnh thông qua các giải pháp củng cố sự hài lòng của nhân viên với hệ thống chính sách của doanh nghiệp.

Có thể thấy qua kết quả nghiên cứu, xây dựng cam kết tình cảm là con đường ngắn nhất dẫn tới thành công trong việc tạo sự trung thành của nhân viên. Chính sách của các khách sạn nhìn chung đã đạt được những kết quả tích cực nhất định. Để giữ chân và củng cố lòng cam kết của nhân viên, nỗ lực một phía từ doanh nghiệp là không đủ, mỗi cá nhân đều phải có nghĩa vụ trong việc xây dựng và phát triển suy nghĩ tích cực, cố gắng hết mình không chỉ vì lợi ích của tập thể mà còn vì tương lai của bản thân. Về phía doanh nghiệp, ban lãnh đạo cần suy nghĩ các biện pháp gia tăng mức độ thỏa mãn của nhân viên và tăng sự tham gia của họ trong tổ chức qua đó tạo mối liên hệ gắn kết bền chặt giữa tổ chức và cá nhân nhằm tăng mức độ cam kết của nhân viên, giúp doanh nghiệp tận dụng tối đa nguồn lực tổ chức.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bakker A.B và Demerouti E (2008), *Towards a model of work engagement, Career Development International*, trang 209 - 223.
2. Bakker A.B và Leiter M.P (2010), *Key questions regarding work engagement. European journal of Work and Organization Psychology*.
3. Balain và Sparrow (2009), *Engaged to perform: A new perspective on employee engagement*.
4. Baumruk R, 2004 *The missing link: the role of employee engagement in business succes*, Workspan, kỳ 47, trang 48.
5. Catwright và Holmes (2006), *Human Resouces Management review*, trang 199-208.
6. Cropazano R và Wright T.A (2001), *When a happy worker is really a productive worker: A review and further refinement of the happy- productive worker thesis*, tạp chí Cosulting Psychology, kỳ 53, trang 182-199.

7. Cropanzano R và Mitchell M.S (2005), *Social exchange theory: an interdisciplinary review*, tạp chí Management, kỳ 31, trang 874 - 900.
8. Cummings T.G và Worley C.G (2008), *Organization development and Change*.
9. Fiol C.M, Harris D và House R (1999), *Charismatic leadership: strategy for effecting social change*, tạp chí The leadership Quarterly, kỳ 10, trang 449-482.
10. Frank F.D, Finnegan R.P và Taylor C.R (2004), *The race for talent: retaining and engaging workers in the 21 st century*, Kế hoạch phát triển nhân sự, số 27, trang 12 - 25.
11. Ganster D.C (1980), *The effects of individual differences and objective task scope on task perceptions and satisfaction: A laboratory investigation. Proceedings of the Academy of Management*, trang 59-63.
12. Gibbons P (2006), *Bridging discourses in the ESL classroom: Students, teachers and researchers*, London.
13. Hakanen J.J, Bakker A và Schaufeli W (2006), *Burnout and engagement among teacher*, tạp chí Vocational Behavior, kỳ 3, trang 78-91.
14. Harter J.K, Schmidt F.L và Hayes T.L (2002), *Business-unit level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis*, tạp chí Applied Psychology, kỳ 87, pp268-79.
15. Harter J.K, Schmidt F.L và Keyes C.L (2002), 'Well-being in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies' in Keyes C.L and Haidt J (Eds) *Flourishing: The Positive Person and the Good Life*, trang 205 - 224, Hiệp hội tâm lý Mỹ, thành phố Washington.
16. Heintzman R và Marson B (2005), *People, service and trust: is there a public sector service value chain?*, tạp chí quốc tế Administrative Sciences, kỳ 71, số 4, trang 549 - 575.
17. Hofstede G (1997), *Culture and Organisation: Software of the Mind, Intercultural Cooperation and its Importance for Survival. London: Harpercollins Business*.
18. ISR, 2004, *International Survey Research*. Đường dẫn: www.isrsurveys.com.
19. Kahn W (1990), *Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work*, tạp chí Academy of Management, kỳ 33, trang 692 -724.
20. Kahn W (1992), *To be full there: psychological presence at work*, tạp chí Human Relations, kỳ 45, trang 321 - 49.
21. Leblebici H và Salancik G (1981), *Effect of enviromental uncertainty on information and decition processes in banks*, Administrative Science Quarterly, 26, trang 578-596.
22. Liza M G (2008), *The Sage encyclopedia of Qualitative research methods*, Chales Surt University, Australia.
23. Maslach C, Schaufelli W.B và Leiter M.P (2001), 'Job burnout', *Đánh giá tâm lý hàng năm*, Số 52, trang 397 - 422.
24. Mauno S, Kinnunen U và Ruokolainen M (2007), *Job demands and resources as antecedents of work engagement: A longitudinal study*, tạp chí Vocational Behavior, kỳ 70, trang 149-171.
25. Meyer J.P. và Allen N.J (1990), *The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization*, tạp chí Occupational Psychology, trang 63.
26. Meyer J.P và Allen N.J (1991), *A three component conceptualisation of organizational commitment*, *Human Resouces Management review*, trang 61-98.
27. Meyer J.P và Allen N.J (1997), *Commitment in the Workplace: Theory, Research and Application*, Nhà xuất bản Sage.
28. Meyer J.P và Herscovitch L (2001), *Commitment to organizational change: Extension of a three-component model*, tạp chí Applied Psychology, kỳ 87, số 3, trang 474 - 487.
29. Mowday R, Steers R và Porter, L (1979), *The measurement of organizational commitment*, tạp chí Vocational Behavior, kỳ 14, trang 224 - 227.
30. Muthueloo R và Rose R.C (2005), *Typology of Organization commitment*, American journal of Applied Science, kỳ 2, trang 1078-1081.
31. Open C (1979), *The effects of job enrichment on employee satisfaction, motivation, involvement and performance: A field experiment*, *Human relations*, trang 189-217.

32. Ricardo R và Jolly J (1997), *Training of teams in the workplace*, tạp chí S.A.M advanced Management, kỳ 62, trang 4.
33. Richman A (2006), *Everyone wants an engaged workforce how can you create it?*, Workspan, trang 36 - 39.
34. Robinson I (2006), *Human Resource Management in Organisations*. London, CIPD.
35. Robinson D, Perryman S và Hayday S (2004), *The Drivers of Employee Engagement*. Brighton, Institute for Employment Studies.
36. Sandra L Miller (2008), *An Employee Engagement Assessment of XYZ Manufacturing Company*, Đại học Wisconsin Stout.
37. Saks A.M (2006), '*Antecedents and consequences of employee engagement*', tạp chí Managerial Psychology, kỳ 21, số 6, trang 600 - 619.
38. Seijit G và Crim D (2006), *What engages employees the most or, the ten C's of employee engagement*, tạp chí Ivey Business, tháng 3,4, trang 1-5.
39. Schaufeli W.B, Salanova M, Gonzalez R.V và Bakker A.B (2002), *The measurement of engagement and burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach*, tạp chí Happiness Studies, kỳ 3, trang 71-92.
40. Schaufeli W.B và Bakker A.B (2004), '*Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study*', tạp chí Organisational Behaviour, kỳ 25, trang 293 - 315.
41. Shaw K (2005), '*An engagement strategy process for communicators*', tạp chí Strategic Communication Management, kỳ 9, số 3, trang 26 - 29.
42. Schneider B và Bowen D.E (1993), *The service organization: Human resources management is crucial* *Organizational Dynamics*, số 21, trang 39-52.
43. Soldati, P. (2007). Employee Engagement: What exactly it is? accesses from www.management-issues.com/2007/3/8/opinion/employee-engagement-whatexactly-it-is.asp, accessed on April 30, 2013.
44. Sonnentag S (2003), *Recovery, Work engagement and proactive behavior. A new look at the interface between nonwork and work*, tạp chí Applied Psychology, kỳ 88, trang 518-528.
45. Stum D.L (2001), *Maslow revisited: Building the employ commitment pyramid*, tạp chí Strategy & Leadership, kỳ 29, trang 4-9.
46. Thompson K.R và Luthans F (1990), *Organizational cultura: A behavior peeapective*. In B Schneider, *organizational climate and culture*, trang 319-344.
47. Tower Perrin (2007), *Confronting Myths: What really matter in attracting, engaging and retaining your workforce? Global workforce study*.
48. Towers Watson (2014), *VietNam Global Workforce Study at Glance*.
49. Vandenberg R.J và Lance C.E (1992), *Examing the causal order of job satisfaction and organizational commitment*, tạp chí Management, kỳ 18, trang 153-167.
50. Báo Thanh Niên, công ty Navigos Group và ACNielsen (2006), cuộc khảo sát "50 nhà tuyển dụng hàng đầu Việt Nam".
51. Trần Kim Dung (2005), "*Nhu cầu, sự thỏa mãn của nhân viên và mức độ gắn kết với tổ chức*", B2004-22-67, đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh.

THÁCH THỨC ĐỐI VỚI GIÁM ĐỐC TÀI CHÍNH TRONG LĨNH VỰC KHÁCH SẠN THỜI KỲ CÔNG NGHIỆP 4.0

*TS. Nguyễn Thúy Anh
Trường Đại học Ngoại thương*

TÓM TẮT

Bài viết trên cơ sở phân tích những thay đổi trong tài chính doanh nghiệp nói chung trước bối cảnh công nghệ 4.0, từ đó tổng hợp những thay đổi đối với ngành quản trị khách sạn trước yêu cầu của công nghệ số hóa và đưa ra các gợi ý đối với các giám đốc tài chính nhằm đáp ứng với cả hai thay đổi nói trên. Các gợi ý chính bao gồm việc tăng cường trang bị kỹ năng phân tích và xử lý thông tin, tăng cường kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin và nghiên cứu các thang đo hiệu quả doanh nghiệp trong bối cảnh mới.

Từ khóa: Quản trị khách sạn, quản trị tài chính, giám đốc tài chính, công nghiệp 4.0

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 hay còn gọi là Cách mạng công nghiệp 4.0 với nền tảng công nghệ là dữ liệu lớn, điện toán đám mây và kết nối Internet toàn diện đang trở thành mối quan tâm của nhiều quốc gia trên thế giới. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam cũng như các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quản trị khách sạn cũng không nằm ngoài xu thế này. Giám đốc tài chính, với vai trò là người hoạch định, triển khai các quyết định tài chính trong doanh nghiệp như huy động vốn, đầu tư vốn, quản trị doanh thu, dòng tiền... trong khách sạn cũng cần nhận thức được những thách thức đặt ra trước những thay đổi của bối cảnh mới, từ đó có những giải pháp để khẳng định vai trò trụ cột của mình trong doanh nghiệp, hỗ trợ tích cực cho ban lãnh đạo khách sạn thực hiện cũng chuyển biến tích cực nhằm thích nghi và tạo ra những giá trị mới trong thời đại công nghệ 4.0. Do vậy, bài viết trên cơ sở tổng hợp những thay đổi về tài chính doanh nghiệp nói chung, đề cập đến những thách thức của ngành quản trị khách sạn trong nền công nghiệp số hóa từ đó đề xuất một số gợi ý cho các giám đốc tài chính nhằm thực hiện tốt sứ mệnh của mình trong các doanh nghiệp nói chung và trong ngành quản trị khách sạn nói riêng.

2. NHỮNG THAY ĐỔI VỀ TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Sự phát triển của tài sản vô hình trong doanh nghiệp

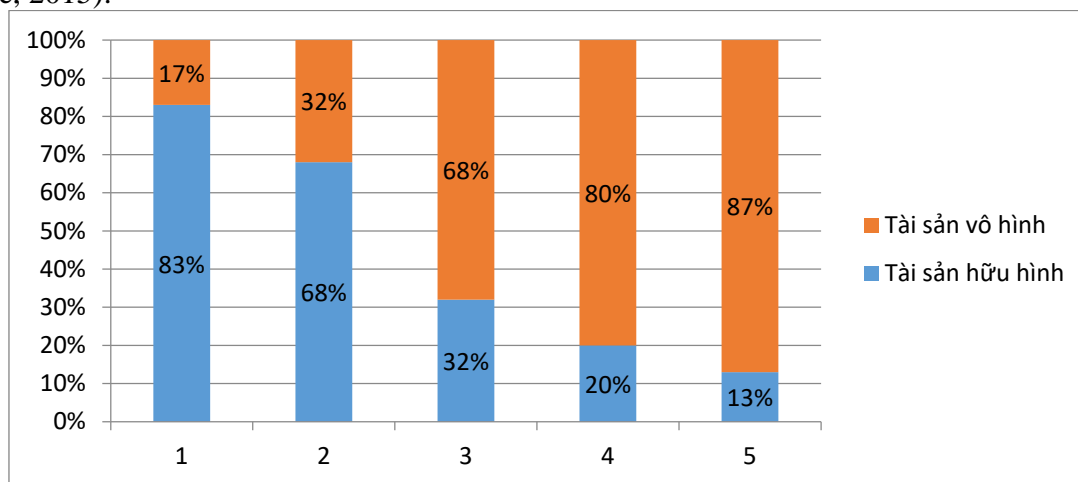
Xu hướng số hóa và toàn cầu hóa dự kiến sẽ làm thay đổi mô hình kinh doanh hiện tại của các doanh nghiệp, trong đó, điểm nổi bật là các tài sản vô hình như thương hiệu, quan hệ khách hàng, quyền sở hữu trí tuệ không phải các tài sản vật chất hữu hình trước đây. Báo cáo về giá trị của doanh nghiệp S&P 500 đã cho thấy, các nguồn lực vô hình này chiếm tới 80% giá trị định giá của doanh nghiệp trong khi tỷ lệ này năm 1975 chỉ là 20% (Ocean Tomo, 2015) (Hình 1). GE một tập đoàn hàng đầu của Mỹ đã cho rằng, các công ty hiện nay tạo ra nhiều giá trị nhất không phải là các công ty nắm giữ các tài sản vật chất hay tài sản tài chính. Thay vào đó, là các công ty kiểm soát các tài sản vô hình như quyền sở hữu trí tuệ đối với các phần mềm, các phát minh, sáng chế, nguồn lực khách hàng dựa trên dữ liệu của người mua, các thông tin về giao dịch khách hàng, nguồn nhân lực trên cơ sở các tài năng và mạng lưới đồng sáng tạo.

Do đó, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cần điều chỉnh mô hình kinh doanh hiện tại của mình hoặc xây dựng các mô hình mới. Các doanh nghiệp cần xây dựng và phát triển các tài sản vô hình nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược của mình. Tuy vậy, việc định giá tài sản vô hình chính xác lại là thách thức rất lớn trong tài chính doanh nghiệp.

2.2. Tài sản cố định sẽ giảm đi nhưng có hiệu suất sử dụng cao hơn

Fortune gọi môi trường kinh tế trong nền công nghiệp 4.0 là nền kinh tế không biên giới khi sức lao động, thông tin và tiên di chuyển dễ dàng, với chi phí thấp và nhanh chóng trên phạm vi toàn cầu. Một số học giả khác gọi là nền kinh tế chia sẻ hay hợp tác khi con người có thể tận dụng các nguồn lực từ người khác thông qua việc sử dụng hoặc thuê các tài sản còn thừa công suất thay vì đi mua mới. Nhiều công ty sẽ tạo ra các giá trị cao hơn từ mức đầu tư vào tài sản cố định ít hơn, ví dụ như Uber, Apple. Apple thuê ngoài toàn bộ server cần thiết để host các dịch vụ iCloud và chỉ

trả cho nhu cầu của mình cũng như sử dụng bên thứ 3 để sản xuất và tiến hành các hoạt động cung ứng toàn cầu. Mc Kinsey gọi khu vực này là khu vực “tài sản ít mà nhiều ý tưởng” có thể tạo ra 31% lợi nhuận của các công ty ở phương Tây, so với mức 17% trong năm 1999 (Mc Kinsey Global Institute, 2015).



Hình 1: Tỷ trọng giá trị tài sản doanh nghiệp thuộc S&P 500
(Mốc 1 tương ứng năm 1975, 2: 1985; 3: 1995; 4:2005; 5:2015)

Nguồn: Ocean Tomo, 2015

2.3. Các tiêu chí đánh giá sự thành công của doanh nghiệp thay đổi

Căn cứ vào một cuộc khảo sát của Oracle (CGMA, 2015) đối với 774 người tại 34 quốc gia khác nhau, trong đó hầu hết là các cá nhân đều nắm giữ các vai trò tài chính trong các doanh nghiệp, về mức độ quan trọng của các yếu tố quyết định giá trị doanh nghiệp, kết quả là có 5 tiêu chí chiếm trên 50% sự đồng thuận của người trả lời, đó là:

- Mức độ hài lòng của khách hàng: 76%
- Chất lượng của quy trình kinh doanh: 64%
- Quan hệ với khách hàng: 63%
- Chất lượng nguồn nhân lực: 61%
- Danh tiếng thương hiệu: 58%

Mặt khác, người được điều tra cũng cho rằng các KPI quan trọng liên quan đến 5 tiêu chí trên bao gồm:

- Chất lượng dữ liệu
- Mức sinh lời của vốn đầu tư (ROIC)
- Năng suất người lao động
- Mức độ giữ chân nhân viên
- Trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng
- Hoạt động của đối thủ cạnh tranh
- Khả năng giữ chân khách hàng
- Khả năng tìm kiếm và giữ chân các tài năng
- Mức độ nhận thức về nhãn hiệu

Như vậy, các KPI không chỉ dừng lại ở các chỉ số truyền thống về tài chính hoặc phi tài chính như mức sinh lời trên vốn đầu tư, năng suất lao động, mức độ hài lòng khách hàng, mức độ nhận thức về nhãn hiệu mà còn tập trung vào các chỉ tiêu liên quan đến chất lượng nguồn thông tin, trải nghiệm của khách hàng, khả năng giữ chân nhân tài, nhân viên... Hay nói cách khác, vai trò của các tiêu chí liên quan đến khách hàng, thông tin, nguồn nhân lực đang trở nên ngày càng quan trọng.

2.4. Yêu cầu đặt ra đối với giám đốc tài chính

Thời kỳ số hóa đã định nghĩa lại các mô hình kinh doanh trong doanh nghiệp. Các giám đốc tài chính và bộ phận kế toán tài chính cũng cần phải hỗ trợ việc định nghĩa, thực thi các mô hình kinh doanh mới, dựa trên nền tảng số hóa và phát triển các năng lực hiện tại của tổ chức, tăng cường khả năng phân tích và công nghệ cũng phát triển các kỹ năng lãnh đạo và hợp tác trong kinh doanh nhiều hơn. Các tiêu chí đo lường hiệu quả hoạt động truyền thống của doanh nghiệp cũng

không thể áp dụng đo lường giá trị của các tài sản vô hình, do đó cần phát triển các tiêu chí mới trong đo lường và thực hiện kiểm soát các động lực tạo ra giá trị trong doanh nghiệp, sử dụng các công cụ dựa trên nền tảng đám mây và công nghệ hiện đại khác của nền công nghiệp 4.0.

Do đó, để có thể tận dụng dữ liệu khổng lồ trong việc ra quyết định trong doanh nghiệp, các giám đốc tài chính cần phát triển các năng lực mới như:

- **Nắm bắt và quản lý dữ liệu cần thiết để ra quyết định hoặc đo lường hiệu quả doanh nghiệp, ví dụ, thông tin về tài sản vô hình.** Ngoài ra, việc tuân thủ theo các quy định và tiêu chuẩn về dữ liệu, bảo mật thông tin cũng rất quan trọng trong việc duy trì lòng tin của khách hàng.

- **Các giám đốc tài chính cũng cần có nền tảng về IT tốt để có thể áp dụng các thành tựu của công nghệ thông tin trong việc ra các quyết định về giá, chi phí, và đầu tư trong doanh nghiệp.**

- **Khả năng phân tích dữ liệu khổng lồ:** Các kỹ năng cần thiết bao gồm việc viết code, nhận dạng các mối tương quan phức tạp và rút ra các thuật toán.

- **Đảm bảo tính khách quan của kế toán viên, để đảm bảo sự chính trực của các con số cũng như bảo vệ lợi ích của các cổ đông.**

- **Để có lợi ích về thương mại, các Giám đốc tài chính cũng có thể áp dụng các nghiên cứu định lượng vào hoạt động quản lý và phân tích.** Điều này cũng mang lại cơ hội lớn cho các giám đốc tài chính có thể sử dụng ảnh hưởng của mình trong toàn công ty.

3. THÁCH THỨC VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TRONG NGÀNH QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN TRONG BỐI CẢNH CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ MỘT SỐ GỢI Ý

3.1 Sự thay đổi của ngành quản trị khách sạn trong bối cảnh 4.0

Ngành quản trị khách sạn trong bối cảnh công nghiệp 4.0 cũng không tránh khỏi những thay đổi. Đặc biệt, đặc thù của ngành là đòi hỏi mức đầu tư cố định lớn, mô hình kinh doanh luôn biến động, phụ thuộc nhiều vào con người và quy trình. Tỷ lệ nhân viên bỏ việc trong lĩnh vực khách sạn cũng khá cao, do vậy sẽ ảnh hưởng đến nguồn lực trí tuệ và khả năng sáng tạo của tổ chức.

Môi trường kinh doanh của các khách sạn cũng sẽ có những sự thay đổi lớn trong thời gian tới. Sự phát triển của các nền tảng công nghệ cho phép khách hàng đặt phòng online dẫn đến sự thay đổi lớn về hoạt động marketing và cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Sự phát triển của nền kinh tế chia sẻ (chia sẻ nơi ở, chia sẻ phương tiện đi lại, chia sẻ bạn đường, chia sẻ bữa ăn...) dẫn đến tốc độ phục vụ của ngành khách sạn cũng không thể chậm chễ hơn. Khách hàng cũng ngày càng mong muốn được đáp ứng các nhu cầu cụ thể, riêng biệt hơn. Trong thời đại thông tin cũng được chia sẻ nhiều hơn, các khách sạn cũng gặp phải áp lực cạnh tranh nhiều hơn về giá cả, chất lượng. Các khách sạn lớn cũng sẽ đối mặt với việc áp dụng các công nghệ hiện đại để tối ưu hóa cách thức phục vụ khách hàng và vận hành hoạt động hàng ngày của khách sạn. Sự phát triển của Internet cũng dẫn đến sự phát triển của một loạt các trung gian trong lĩnh vực đặt phòng, các đại lý du lịch online (Online Travel Agency-OTA) dẫn đến việc đặt phòng được thực hiện thông qua các đại lý đặt phòng chiếm tỷ trọng khá lớn, khiến cho các khách sạn có nguy cơ không thể kiểm soát được việc này.

Mặt khác, nhiều khách sạn đã áp dụng các công nghệ mới, tận dụng các thành tựu của công nghiệp 4.0. Theo điều tra của Roland Berger (2016), với khảo sát 13 tập đoàn khách sạn hàng đầu thế giới, 100 công ty công nghệ trong lĩnh vực khách sạn và du lịch đã cho thấy, trong tổng số 125 ứng dụng số hóa được nhận diện trong ngành khách sạn, có 19 ứng dụng sau là phổ biến và được sử dụng nhiều nhất (bảng 2).

Cũng theo Roland Berger (2016), để áp dụng thành công các ứng dụng trên mang lại thành công trong kinh doanh, các khách sạn cần chuẩn bị các nền tảng sau:

- **Nền tảng về số hóa:** Nền tảng Internet là điều kiện cần để thực hiện tất cả các dịch vụ ở trên cho khách hàng cũng như thực hiện các vận hành cần thiết bên trong khách sạn như việc định giá, quản trị doanh thu, quản trị vật tư, quản trị nhà cung cấp, quản lý nguồn nhân lực, thực hiện các công việc kế toán.

- **Am hiểu về số hóa:** Các khách sạn cần tuyển dụng các nhân viên am hiểu về công nghệ, thậm chí là người từ những công ty chuyên về internet để thực hiện các nhiệm vụ marketing digital, thu thập và phân tích dữ liệu, bán hàng. Các khách sạn cũng cần khởi động một sự thay đổi về văn

hóa thông tin trong doanh nghiệp, xây dựng các chương trình đào tạo cho nhân viên hiện tại cũng như hợp tác với các trường đại học để thử nghiệm các dự án mới mang tính sáng tạo.

- Dữ liệu về khách hàng: Việc thu nhập thông tin cụ thể của khách hàng và sử dụng nó một cách thông minh để tăng doanh số là điều kiện sống còn. Khi tìm hiểu được thị hiếu của từng khách hàng, việc phục vụ khách hàng ở những lần lưu trú tiếp theo sẽ đem lại hiệu quả lớn cho khách sạn.

- Quản trị doanh thu và quản lý các đại lý du lịch online (OTA): Việc phối hợp với các OTA để giảm chi phí và tăng hiệu quả doanh thu là việc nên làm đối với các khách sạn, thay vì tự mình tìm kiếm khách hàng và duy trì mối liên hệ với khách hàng thông qua hệ thống của riêng mình.

Bảng 2: 19 ứng dụng phổ biến trong ngành quản trị khách sạn trong bối cảnh công nghệ 4.0

STT	Các ứng dụng tập trung vào vận hành khách sạn	STT	Các ứng dụng tập trung khách hàng
1	Quản trị doanh thu thông qua nguồn dữ liệu bên ngoài	11	Việc gửi newsletter định kỳ cho các nhóm khách hàng mục tiêu khác nhau
2	Công cụ truyền thông nội bộ qua nền tảng web	12	Gương thông minh/ màn hình hiển thị số hóa: Cho phép hiển thị các thông tin mà khách hàng không thể tìm kiếm bằng mobile được như thông tin bên trong khách sạn, một số tip để ăn nhà hàng và đi thăm quan tại địa phương, các điểm trưng bày nghệ thuật của nghệ sỹ địa phương, ảnh về khách hàng tại các khách sạn trong cùng hệ thống trên toàn thế giới
3	Dịch vụ check in/check out online	13	Việc giới thiệu các dịch vụ thông qua webcam
4	Dịch vụ check in/check out tự phục vụ, thông qua một terminal đặt tại sảnh khách sạn	14	Ứng dụng gửi thông tin cho khách lưu trú
5	Dịch vụ lễ tân bằng robot	15	Lễ tân số hóa bằng di động
6	Dịch vụ trông giữ hành lý bằng robot	16	Dịch vụ phản hồi thông tin realtime
7	Ứng dụng thực hiện đóng mở cửa phòng	17	Ứng dụng cho phép trực tiếp liên hệ với nhân viên khách sạn
8	Dịch vụ vận chuyển hành lý bằng robot	18	Ứng dụng khám phá địa điểm du lịch
9	Điều chỉnh nội dung truyền thông qua nhiều kênh khác nhau	19	Việc marketing dựa trên dịch vụ Local based services (Cung cấp dịch vụ cho khách hàng trong một phạm vi địa lý xác định)
10	Dịch vụ chọn phòng online		

Nguồn: Roland Berger (2016)

- Học hỏi từ các ngành khác như ngành truyền thông, các công ty công nghệ, bán lẻ, cung cấp dịch vụ tài chính đã áp dụng các ứng dụng của công nghệ 4.0. Ví dụ, các ngân hàng đã giảm quy mô phòng giao dịch, thay bằng các trung tâm giao dịch với các quầy giao dịch số hóa, có thể tự phục vụ hoặc hỗ trợ khách hàng tương tác với tư vấn viên qua video. Trong lĩnh vực bán lẻ, cũng có sự thay đổi mạnh mẽ khi số lượng khách hàng thực hiện mua hàng online ngày càng nhiều hơn. Các công ty bán lẻ cũng thu hẹp gian bán hàng, mở rộng các kênh bán hàng online. Các hãng này cũng đã thu thập dữ liệu khách hàng một cách có hệ thống và sử dụng kết quả xử lý thông tin để nhắm vào các khách hàng có nhu cầu đặc thù, với các mức giá khác nhau qua các kênh khác nhau, kể cả bán hàng trên Amazon và Ebay. Đối với các hãng công nghệ, họ cũng đang chuyển mình từ những

nhà sản xuất các sản phẩm vô tri vô giác thành các nhà cung cấp các giải pháp công nghệ cho khách hàng. Điều này cần đến việc phân tích cơ sở dữ liệu khách hàng chi tiết và thông minh.

3.2 Một số gợi ý đối với các giám đốc tài chính trong lĩnh vực khách sạn trong bối cảnh công nghệ 4.0

Các giám đốc tài chính trong lĩnh vực khách sạn trước những thay đổi rất mạnh mẽ của ngành khách sạn du lịch, theo quan điểm của tác giả cần tập trung phát triển một số điểm chính như sau:

Một là, chú trọng đầu tư vào các tài sản vô hình của các khách sạn: Mặc dù khách sạn là ngành đòi hỏi đầu tư lớn về tài sản cố định nhưng điều quyết định sự thành công trong ngành kinh doanh khách sạn lại là các tài sản vô hình như mối quan hệ với khách hàng, sự trung thành của khách hàng, cơ sở dữ liệu tốt về khách hàng hay uy tín, thương hiệu của khách sạn... Mặc dù một số nguồn lực trên, về nguyên tắc chưa được các văn bản pháp quy thừa nhận là tài sản trong doanh nghiệp cũng như chưa có hướng dẫn ghi nhận là tài sản, định giá tài sản trong doanh nghiệp, tuy vậy, đây vẫn là xu hướng phát triển của tài chính doanh nghiệp trong tương lai. Chính vì vậy, cần xây dựng các kế hoạch đầu tư dài hạn để nâng cao giá trị của các tài sản vô hình này, hướng tới việc tăng giá trị cho doanh nghiệp về dài hạn.

Hai là, chú trọng đầu tư vào các ứng dụng công nghệ 4.0 phục vụ khách hàng, mang đến những trải nghiệm cho khách hàng đồng thời tối ưu hóa hoạt động của khách sạn. Đây cũng là một chiến lược đầu tư của các khách sạn bắt kịp với xu thế của công nghệ 4.0. Tuy vậy, tùy theo quy mô, chiến lược của từng khách sạn, việc áp dụng công nghệ có thể tiến hành theo giai đoạn phù hợp.

Ba là, chú trọng hợp tác liên kết với các khách sạn cùng ngành trong nước và quốc tế cũng như liên kết với mạng lưới các nhà đại lý phân phối phòng khách sạn online để tận dụng lợi thế của nền kinh tế chia sẻ.

Bốn là, chú trọng đầu tư vào việc xây dựng dữ liệu thông tin khách sạn, nghiên cứu mua nguồn thông tin không lồ về khách hàng và ngành để hỗ trợ quá trình ra các quyết định liên quan đến giá bán, quản trị doanh thu trong doanh nghiệp. Mặt khác, chú trọng đầu tư vào việc bảo mật hệ thống để đảm bảo an toàn thông tin khách hàng cũng như vận hành hệ thống khi phụ thuộc vào số hóa.

Năm là, phát triển các năng lực phân tích định lượng, trình độ công nghệ thông tin của các Giám đốc tài chính, năng lực học hỏi, cập nhật kiến thức liên tục để không bị lạc hậu với sự phát triển của công nghệ 4.0 trong bối cảnh mới.

Sáu là, nghiên cứu phát triển các thang đo để đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, bên cạnh các chỉ tiêu tài chính truyền thống, các chỉ tiêu hoạt động trong ngành khách sạn, chú trọng đến các tiêu chí, KPI phản ánh được năng lực của khách sạn trong bối cảnh công nghệ 4.0 như đã đề cập ở trên.

KẾT LUẬN

Sự phát triển của công nghệ 4.0 khiến cho không có ngành nào có thể đứng ngoài cuộc. Ngành quản trị khách sạn với đặc thù cung cấp dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng thì tác động của công nghệ 4.0 sẽ càng mạnh mẽ hơn. Giám đốc tài chính trong vai trò tham vấn cho ban điều hành của các khách sạn về lĩnh vực tài chính kế toán cũng cần có những thay đổi chiến lược có thể tác động toàn diện đến chiến lược kinh doanh của khách sạn, đến toàn bộ đội ngũ nhân lực trong khách sạn, tạo ra các giá trị gia tăng cho các khách sạn để có thể tránh được nguy cơ tụt hậu và tạo ra những lợi thế cạnh tranh mới, vững chắc trong bối cảnh mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. CGMA (2015), *The digital finance imperative: measure and manage what matters next*.
2. Mc Kinsey Global Institute (2015), *Playing to win: The new global competition for corporate profit*, McKinsey & Company.
3. Ocean Tomo (2015), *Annual Study of Intangible Asset Market Value from Ocean Tomo, LLC*. <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>.
4. Roland Berger (2016), *Hotel Industry 4.0: Leveraging digitization to attract guests and improve efficiency*.

ĐÁP ỨNG CỦA NHÂN LỰC MARKETING KHÁCH SẠN VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Nguyễn Thị Huyền Ngân
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Marketing là một trong những hoạt động quan trọng góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, đặc biệt trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0 khi mà hành vi khách du lịch có những thay đổi đáng kể. Trong đó, nhân lực marketing đóng vai trò then chốt trong việc ứng dụng tiến bộ kỹ thuật đáp ứng lại với những thay đổi này. Nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng đáp ứng của đội ngũ nhân lực marketing khách sạn Việt Nam với những đòi hỏi ngày càng cao dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả, so sánh, tổng hợp và phân tích các dữ liệu thứ cấp thu thập được để chỉ ra thực trạng và đánh giá khả năng đáp ứng của nhân lực marketing khách sạn Việt Nam hiện nay. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân lực marketing của các khách sạn Việt Nam vẫn còn thiếu và chưa đáp ứng đầy đủ những yêu cầu đặt ra của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, qua đó nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực này.

Từ khoá: Khách sạn, cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực, marketing.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách mạng công nghiệp 4.0 hình thành kéo theo sự thay đổi trên nhiều lĩnh vực. Đặc biệt những thành tựu trên lĩnh vực kỹ thuật số bao gồm trí tuệ nhân tạo, internet, lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn là nền tảng quan trọng cho những thay đổi trong hoạt động marketing. Marketing 4.0 ra đời, là giai đoạn phát triển cao nhất của marketing hiện nay, là phương thức marketing kết hợp tương tác trực tuyến và ngoại tuyến giữa các doanh nghiệp và khách hàng (Philip Kotler, 2017). Marketing 4.0 đã ghi nhận những xu hướng mới của marketing bao gồm những sự dịch chuyển: từ phân khúc và lập mục tiêu đến sự cho phép của cộng đồng khách hàng, từ định vị và khác biệt hóa thương hiệu đến tuyên ngôn của thương hiệu về cá tính và quy tắc, từ 4P đến 4C, từ quy trình dịch vụ khách hàng đến chăm sóc khách hàng mang tính cộng tác, tích hợp marketing truyền thống và marketing số. Những xu hướng mới đòi hỏi sự nỗ lực của các doanh nghiệp trong việc thay đổi hoạt động marketing của mình. Một trong những nhân tố quan trọng quyết định sự thành công khi tiếp cận các xu hướng marketing mới chính là nhân lực marketing. Đây cũng là vấn đề được nhiều tác giả quan tâm nghiên cứu trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Điều này cho thấy tính cấp thiết của việc nghiên cứu khả năng đáp ứng của nhân lực marketing Việt Nam với những đòi hỏi của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Bên cạnh đó, cũng có nhiều tác giả nghiên cứu về hoạt động của các khách sạn ở Việt Nam trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tuy nhiên, nhân lực marketing khách sạn không phải là trọng tâm nghiên cứu của các công trình này.

Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, năm 2018, Việt Nam đón khoảng 15,5 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2,6 triệu lượt khách so với năm 2017 và 80 triệu lượt khách nội địa, tăng hơn 6,8 triệu lượt khách so với cùng kỳ, doanh thu đạt 620.000 tỷ đồng. Trong đó, lĩnh vực lưu trú đóng vai trò quan trọng cho những thành công này. Tuy vậy, mức độ tiếp cận của các khách sạn Việt Nam đối với công nghệ 4.0 và marketing hiện đại vẫn còn nhiều hạn chế, một trong những nguyên nhân chính là do đội ngũ nhân lực marketing chưa đáp ứng đầy đủ những yêu cầu của marketing trong thời đại mới. Đặc biệt, digital marketing là lĩnh vực mới nhưng là yêu cầu cấp thiết buộc các khách sạn phải tiếp cận để đáp ứng lại những thay đổi trong thời đại 4.0. Trong khi đội ngũ marketing khách sạn còn thiếu và yếu về cả kiến thức và kỹ năng digital marketing. Việc kết hợp giữa marketing truyền thống và marketing hiện đại là yêu cầu đặt ra cho nhân lực marketing khách sạn.

Như vậy, cả lý thuyết và thực tiễn đều chỉ ra rằng việc nghiên cứu đáp ứng của nhân lực marketing khách sạn Việt Nam với những thay đổi do tác động của cuộc cách mạng 4.0 là cần thiết, từ đó chỉ ra những mặt hạn chế còn tồn tại, là cơ sở để đề ra giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ marketing khách sạn Việt Nam.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực là vấn đề đặc biệt được quan tâm nghiên cứu. Nghiên cứu về tình hình nhân lực trong thời đại kỹ thuật số, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - Tư liệu (2018), *Tác động Cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển nguồn nhân lực của Việt Nam* là công trình nghiên cứu về thực trạng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam và sự sẵn sàng của nhân lực Việt Nam với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cũng như những tác động của cuộc cách mạng công nghiệp này với phát triển nguồn nhân lực và các kiến nghị chính sách. Công trình cho thấy một cái nhìn khá toàn diện và là cơ sở đánh giá chung về nhân lực Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Trần Thị Bích Huệ (2017), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với phát triển nguồn nhân lực ở Việt Nam*, Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, cho rằng để tạo ra nguồn nhân lực có đủ kiến thức, kỹ năng, đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Việt Nam cần ưu tiên đào tạo ngành nghề phục vụ trực tiếp cho cuộc cách mạng 4.0, đổi mới nội dung đào tạo, phát triển hạ tầng kỹ thuật, tăng tính tự chủ cho các cơ sở đào tạo, tăng cường sự gắn kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp, ban hành và thực hiện các chính sách tốt hơn đối với giảng viên. Phạm Ngọc Tiệp, *Đào tạo nhân lực trong nền kinh tế Việt Nam hướng tới công nghiệp 4.0* cho rằng các công việc an toàn và thu nhập cao hơn có thể sẽ gia tăng sau khi công nghệ thay thế dần con người; tự động hóa thay thế con người trong toàn bộ nền kinh tế, người lao động sẽ bị dư thừa một phần lực lượng lao động kỹ năng thấp và trung bình; siêu tự động hóa và siêu kết nối có thể nâng cao năng suất những công việc hiện tại hoặc tạo ra nhu cầu về những công việc hoàn toàn mới... Nhiều công trình nghiên cứu, chỉ ra những tác động của thời đại kỹ thuật số với nhân lực, tuy nhiên, nhân lực trong lĩnh vực du lịch có những khác biệt do yêu cầu công việc chưa được tập trung nghiên cứu.

Philip Kotler (2017), *Marketing 4.0*, John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey đề cập đến những thay đổi trong hoạt động marketing từ truyền thống chuyên sang kỹ thuật số. Nguyễn Thành Long, Lê Thúy Kiều (2011), *Khảo sát và đề xuất giải pháp về nguồn nhân lực có chuyên môn marketing trong các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí Đại học Công Nghiệp, cho thấy chất lượng chung về nhân lực marketing ở Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng... Các công trình cung cấp nền tảng lý thuyết và thực tế quan trọng để đưa ra những yêu cầu đối với nhân lực marketing trong thời đại kỹ thuật số.

Nhiều tác giả cũng đã nghiên cứu về hoạt động du lịch, khách sạn ở Việt Nam trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Vũ Văn Thanh (2018), *Hệ thống khách sạn tại Việt Nam với Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*, tập trung phân tích cơ hội và dự báo tương lai sự phát triển của các khách sạn cao hạng 3-5 sao tại Việt Nam trong kỷ nguyên cách mạng công nghiệp 4.0. Công trình cung cấp những số liệu và thực trạng quan trọng về hoạt động của các khách sạn Việt Nam. Bên cạnh đó, nhiều tác giả cũng đã nghiên cứu những tác động cũng như xu hướng áp dụng thành quả của cuộc cách mạng 4.0 trong kinh doanh khách sạn: Lê Sĩ Trí (2018), *Quảng bá du lịch trong thời kỳ 4.0 - Vấn đề đặt ra và kiến nghị*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0, đề cập đến việc ứng dụng một số công cụ truyền thông trực tuyến phổ biến trong xúc tiến của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam bao gồm mạng xã hội, thư điện tử, trang mạng, thiết bị di động, tiếp thị trực tuyến... Tuy nhiên yếu tố nhân lực không phải là trọng tâm của các nghiên cứu này.

Như vậy, có thể thấy nhân lực trong lĩnh vực du lịch là vấn đề được nhiều tác giả quan tâm trong bối cảnh hiện nay. Tuy nhiên, nhân lực truyền thông marketing khách sạn Việt Nam còn là khoảng trống trong các nghiên cứu gần đây.

Bài viết sử dụng các dữ liệu thứ cấp, được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm các cơ quan nhà nước về du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - Tư liệu...), các tổ chức, công ty nghiên cứu và tư vấn và kinh doanh (Grant Thornton Việt Nam, mạng lưới doanh nghiệp châu Âu-Việt Nam EVBN...) và các phương tiện truyền thông (sách, báo, tạp chí, internet...). Các tài liệu thu thập được bao gồm các quy hoạch, báo cáo và các nghiên cứu về lý thuyết cũng như thực trạng ngành khách sạn Việt Nam cũng như nhân lực marketing khách sạn Việt Nam. Trên cơ sở thu thập, chọn lọc và phân tích các dữ liệu thứ cấp, tác giả sử dụng các phương pháp pháp thống kê mô tả, so sánh, tổng hợp và phân tích các dữ liệu để phục vụ cho mục đích nghiên cứu của bài viết.

2. MARKETING VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

2.1. Giới thiệu về cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Lịch sử ghi nhận 3 cuộc cách mạng công nghiệp và đang trải qua cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hóa sản xuất. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 2 sử dụng điện năng để tạo ra sản xuất đại trà. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 3 sử dụng các thiết bị điện tử và công nghệ thông tin để tự động hóa sản xuất.

Một cuộc cách mạng công nghiệp mới - cách mạng công nghiệp 4.0, làm thay đổi cơ bản lối sống, phong cách làm việc và cách thức giao tiếp. Xét về phạm vi, mức độ và tính phức tạp, sự dịch chuyển này không giống với bất kỳ điều gì mà con người đã từng trải qua. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 được xây dựng trên cuộc cách mạng công nghiệp thứ 3, là sự hợp nhất các công nghệ làm mờ đi ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, kỹ thuật số và sinh học. Khái niệm cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 hay Công nghiệp 4.0 đã được làm rõ tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) lần thứ 46 ngày 20/01/2016, thành phố Davos-Klosters của Thụy Sĩ. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 được định nghĩa là “một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS). Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư tập trung chủ yếu vào sản xuất thông minh, dựa trên các thành tựu đột phá trong công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ nano..., 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 số (bao gồm trí tuệ nhân tạo, internet, 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.

2.2. Marketing dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

2.2.1. Sự phát triển của marketing

Cùng với 4 cuộc cách mạng công nghiệp, marketing cũng đã trải qua 4 giai đoạn phát triển từ marketing 1.0, marketing 2.0, marketing 3.0 và cho đến nay là marketing 4.0. Marketing 1.0 ra đời trên nền tảng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất, tập trung vào sản phẩm, làm sao để doanh nghiệp tạo ra được sản phẩm và sẽ bán sản phẩm đó như thế nào; hoạt động marketing xoay quanh 4P (Product, Price, Place, Promotion). Marketing 2.0 ra đời bắt nguồn từ cuộc cách mạng công nghệ thông tin, tập trung vào khách hàng, làm thế nào để xác định được đối tượng khách hàng của doanh nghiệp để bán sản phẩm sao cho tốt nhất bằng cách tạo ra sự khác biệt. Khách hàng có nhiều kiến thức, hiểu biết hơn, và nhu cầu cao hơn; vì thế, trong marketing 2.0, việc bán hàng phụ thuộc vào phía khách hàng nhiều hơn marketing 1.0. Cùng với làn sóng công nghệ mới, marketing 3.0 ra đời, tập trung vào những giá trị mà một sản phẩm, một doanh nghiệp mang đến cho khách hàng, cho xã hội. Marketing 3.0 xem khách hàng không phải là một thực thể bị động mà là một con người hoàn chỉnh với tâm trí, trái tim và tinh thần cùng với các mối quan tâm tới giá trị cuộc sống và các vấn đề của cộng đồng nơi họ đang sống.

Marketing 4.0 tập trung vào việc dịch chuyển từ truyền thống sang công nghệ số. Marketing 4.0 là giai đoạn phát triển cao nhất của marketing hiện nay, được định nghĩa là: *phương thức marketing kết hợp tương tác trực tuyến và ngoại tuyến giữa các doanh nghiệp và khách hàng* (Philip Kotler, 2017). *Marketing 4.0* đề cập một cách tiếp cận có căn cứ để dẫn dắt khách hàng đi từ nhận biết đến ủng hộ thương hiệu của doanh nghiệp với xu hướng phát triển của công nghệ số. Marketing 4.0 tin rằng sự hội tụ của công nghệ cuối cùng sẽ dẫn đến sự hội tụ giữa marketing số và marketing truyền thống.

2.2.2. Những xu hướng marketing 4.0

Marketing 4.0 đề cập đến 4 sự chuyển dịch: từ phân khúc và lập mục tiêu đến sự cho phép của cộng đồng khách hàng, từ định vị và khác biệt hóa thương hiệu đến tuyên ngôn của thương hiệu về cá tính và quy tắc, từ 4P đến 4C, từ quy trình dịch vụ khách hàng đến chăm sóc khách hàng mang tính cộng tác, tích hợp marketing truyền thống và marketing số.

Một là, từ phân khúc và lập mục tiêu đến sự cho phép của cộng đồng khách hàng. Ngày nay, khách hàng được kết nối với nhau trong mạng lưới hàng ngang của cộng đồng. Các cộng đồng được xem là những phân khúc mới. Khác với phân khúc, cộng đồng được thành lập một cách tự nhiên bởi

khách hàng trong cùng một ranh giới mà họ tự xác định. Trên thực tế, họ sẽ không chấp nhận việc một doanh nghiệp cố xâm nhập vào những mạng lưới quan hệ của họ. Để gắn kết một cách hiệu quả với cộng đồng khách hàng, thương hiệu phải nhận được sự cho phép của cộng đồng - xin phép khách hàng trước khi đưa ra thông điệp với cách hành xử như những người bạn.

Hai là, từ định vị và khác biệt hóa thương hiệu đến tuyên ngôn của thương hiệu về cá tính và quy tắc. Trong nền kinh tế số, khách hàng được tạo điều kiện và trao quyền để đánh giá và thậm chí kiểm soát bất kỳ lời hứa định vị thương hiệu nào của doanh nghiệp. Việc liên tục truyền thông lặp đi lặp lại nhận diện thương hiệu và định vị thương hiệu và chưa đủ, thương hiệu phải đủ năng động để linh hoạt hành xử trong những tình huống nhất định. Tuy nhiên, cần giữ được tính nhất quán là cá tính và quy tắc của thương hiệu.

Ba là, từ 4P đến 4C. Trong thế giới kết nối, marketing hỗn hợp cần thay đổi để phù hợp hơn với sự tham gia của khách hàng. Marketing hỗn hợp 4P (sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến) cần được định nghĩa lại thành 4C: đồng sáng tạo, tiền tệ, kích hoạt cộng đồng và thảo luận.

Co-creation - Đồng sáng tạo: Dựa vào kiến thức, trải nghiệm, nhu cầu của cộng đồng để tạo nên nguồn thông tin đầu vào cho các doanh nghiệp. Thông qua đồng sáng tạo và sự tham gia sớm của người dùng vào giai đoạn lên ý tưởng, doanh nghiệp có thể gia tăng tỷ lệ thành công của việc phát triển sản phẩm mới. Đồng sáng tạo cũng cho phép người dùng tùy biến và cá nhân hóa các sản phẩm, dịch vụ để tạo ra cam kết giá trị vượt trội cho người dùng.

Currency - Tiền tệ: Trong thời đại kỹ thuật số có cuộc cách mạng chuyển đổi từ hình thức “giá chuẩn” sang hình thức “giá linh hoạt”. Với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, việc thu thập và xử lý thông tin đưa ra mức giá khác nhau cho từng người dùng khác nhau dựa vào hành vi khác nhau của mỗi người để tối ưu hóa lợi nhuận.

Community - Kích hoạt cộng đồng: Sau khi dựa vào chữ C đầu tiên, Co-creation, dựa vào thông tin từ cộng đồng để đưa ra những cải tiến, những sản phẩm mới, thì chúng ta phải đi tiếp cận lại chính cộng đồng của mình. Vì sản phẩm mới được tạo ra dựa trên nhu cầu của cộng đồng này, cho nên họ sẽ là những người dễ dàng đón nhận sản phẩm mới. Cộng đồng này sẽ tạo nên những người dùng đầu tiên và dần dần lan truyền sang các cộng đồng khác. Trong nền kinh tế chia sẻ, kênh phân phối mạnh nhất là phân phối ngang hàng.

Conversation - Thảo luận, trao đổi: Trong marketing truyền thông, xúc tiến chỉ có quan hệ 1 chiều, doanh nghiệp gửi thông điệp đến khách hàng. Ngày nay, với sự phát triển của các phương tiện truyền thông xã hội cho phép người dùng phản hồi ngay lập tức các thông điệp của doanh nghiệp. Do vậy, khách hàng trở thành một kênh quảng bá sản phẩm. Khách hàng thảo luận với nhau, chia sẻ trải nghiệm sử dụng sản phẩm. Những người xung quanh họ sẽ nghe được những câu chuyện đó, hoặc sẽ được giới thiệu sử dụng sản phẩm.

Bốn là, từ quy trình dịch vụ khách hàng đến chăm sóc khách hàng mang tính cộng tác. Thay vì phục vụ khách hàng, doanh nghiệp có thể thể hiện sự quan tâm chân thành của mình bằng cách lắng nghe, phản hồi và không ngừng thực hiện những điều khoản đã cam kết giữa doanh nghiệp và khách hàng.

Năm là, tích hợp marketing truyền thống và marketing kỹ thuật số. Marketing truyền thống và marketing kỹ thuật số cùng tồn tại và thay thế vai trò cho nhau trong suốt hành trình khách hàng. Vai trò quan trọng nhất của marketing kỹ thuật số là thúc đẩy hành động và sự ủng hộ.

3. YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI NHÂN LỰC MARKETING KHÁCH SẠN NHẪM ĐÁP ỨNG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Những xu hướng marketing đặt ra nhiều yêu cầu mới với đội ngũ marketing của các khách sạn. Tùy thuộc đặc điểm từng doanh nghiệp tuy nhiên hầu hết các doanh nghiệp hiện nay dành sự quan tâm lớn đến digital marketing (marketing kỹ thuật số), thậm chí nhân sự marketing được tách riêng để phụ trách mảng digital marketing. Nhân sự dù thực hiện kết hợp hay phụ trách riêng mảng digital marketing cũng cần đạt được những yêu cầu cơ bản để hoàn thành công việc, bao gồm cả kiến thức và kỹ năng. Tổng hợp từ nhu cầu của các khách sạn hiện nay ở Việt Nam, nhân lực marketing cần đảm bảo các yêu cầu sau:

Về kiến thức, yêu cầu đầu tiên của nhân sự là phải có kiến thức cơ bản về marketing nói chung. Không chỉ vậy, trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực marketing khách

sản phải nắm được các kiến thức digital marketing, đặc biệt là: Biết cách xây dựng và triển khai một kế hoạch digital marketing, nắm được các công cụ digital marketing cơ bản nhất: Website, SEO website, Mạng xã hội, Email marketing...

Về kỹ năng, người làm marketing đòi hỏi cần thành thạo nhiều kỹ năng hơn do những yêu cầu và tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0:

- Kỹ năng sáng tạo: tư duy sáng tạo, tìm tòi ra những cách quảng bá sản phẩm dịch vụ tới khách hàng hiệu quả nhất.

- Kỹ năng viết bài: làm marketing, đặc biệt là digital marketing rất quan trọng kỹ năng viết bài, hoặc là các bài quảng cáo, bài PR, bài viết review sản phẩm hoặc bài viết SEO, với nhiều mức độ khó dễ và yêu cầu khác nhau.

- Kỹ năng công nghệ: digital marketing không thể lệ thuộc nhiều những người thiết kế đồ họa, website mà phải biết đề chủ động thiết kế đồ họa quảng cáo cơ bản và tự tạo nội dung website bằng phần mềm tạo website mã nguồn mở.

Mô tả công việc:

- Hoạch định kế hoạch, phân tích và thực hiện hoạt động marketing: Xây dựng, triển khai các kế hoạch nghiên cứu thị trường về mức độ nhận diện thương hiệu khách sạn - các dịch vụ nổi bật. Phối hợp với các nhân viên trong bộ phận lên các kế hoạch marketing ngắn hạn và dài hạn (các chương trình khuyến mãi, quà tặng, chương trình PR...) phù hợp với chiến lược kinh doanh của khách sạn. Thực hiện các công việc thiết kế thuộc nhiệm vụ của nhân viên marketing như: thiết kế banner, tờ gấp, catalogue, hồ sơ năng lực công ty... Viết bài, chụp ảnh cho các chương trình PR của khách sạn. Phối hợp với các phòng ban triển khai và giám sát quá trình khi triển khai các hoạt động.

- Định vị và phát triển thương hiệu và sản phẩm trên các website, forum, facebook, wordpress... và các mạng xã hội khác,...

- Tham gia xây dựng, triển khai thực hiện các chiến dịch quảng cáo: Nghiên cứu, nắm bắt các xu hướng thị trường để đưa ra các concept quảng cáo phù hợp. Đề xuất hợp tác trao đổi dịch vụ, quảng cáo chéo với các thương hiệu uy tín. Đề xuất các kênh quảng cáo phù hợp với các kế hoạch PR của khách sạn. Thực hiện triển khai các chương trình quảng cáo với các nhà cung cấp theo ngân sách được duyệt

- Quản lý dữ liệu khách hàng và thực hiện các chương trình chăm sóc khách hàng: Thường xuyên cập nhật dữ liệu khách hàng vào hệ thống của khách sạn. Định kỳ lên các chương trình chăm sóc khách hàng, phối hợp triển khai thực hiện và thu nhập những thông tin phản hồi.

- Tham gia lên kế hoạch, triển khai thực hiện các chương trình digital marketing: Phối hợp với các nhân viên trong bộ phận lên kế hoạch digital marketing phù hợp với xu hướng của thị trường. Phụ trách quản trị và khai thác hiệu quả của kênh truyền thông mạng xã hội: Fanpage, các nhóm facebook, blog, zalo page,... Cập nhật tin tức, giải đáp thắc mắc của khách hàng trên các kênh marketing online. Thường xuyên cập nhật các thông tin phản hồi của khách hàng về chất lượng dịch vụ của khách sạn qua các đại lý OTA và làm việc với các bộ phận liên quan để có những điều chỉnh phù hợp. Phối hợp lên kế hoạch và triển khai các hoạt động Digital marketing: Email, SEO, SMS... cho các chương trình marketing. Xây dựng website khách sạn với hình thức bắt mắt và nội dung phong phú. Thường xuyên cập nhật những nội dung mới cho website khách sạn. Phối hợp lên kế hoạch quảng bá website. Sáng tạo và hoàn tất các content như bài viết, hình ảnh, video... để đưa lên web, mạng xã hội và các công cụ truyền thông khác. Lập kế hoạch và thực hiện SEO, SEM, Google Adwords tối ưu hóa thứ hạng của website trên các trang tìm kiếm. Thường xuyên thống kê và phân tích từ khóa định kỳ.

- Các công việc khác: Thống kê dữ liệu kinh doanh, đưa ra những phân tích, dự báo thị trường. Định kỳ theo dõi các chương trình marketing của các đối thủ cạnh tranh. Làm các báo cáo hiệu quả chương trình marketing đã thực hiện, báo cáo định kỳ theo quy định của khách sạn. Thực hiện các công việc khác khi có sự phân công của cấp trên.

4. THỰC TRẠNG NHÂN LỰC MARKETING KHÁCH SẠN VIỆT NAM

4.1. Tổng quan về ngành khách sạn Việt Nam

Những năm gần đây, du lịch Việt Nam có bước tăng trưởng vượt trội. Theo số liệu từ Tổng cục Du lịch, năm 2017, Việt Nam đón được 12,9 triệu lượt khách quốc tế, tăng gần 30% so với năm

2016 và phục vụ hơn 73 triệu lượt khách nội địa. Năm 2018, Việt Nam đón khoảng 15,5 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2,6 triệu lượt khách so với năm 2017 và 80 triệu lượt khách nội địa, tăng hơn 6,8 triệu lượt khách so với cùng kỳ. Tổng thu từ khách du lịch đạt 637.000 tỷ đồng, đóng góp 8,39% vào GDP. Cùng với tốc độ tăng trưởng đó, ngành khách sạn Việt Nam những năm gần đây cũng ghi nhận những chuyển biến rất tích cực.

Số lượng và cơ cấu khách sạn: Hiện nay cả nước có tổng số 6.442 khách sạn với 255.884 buồng phòng. Trong đó, khối các khách sạn 3 - 5 sao có tốc độ tăng trưởng mạnh, đặc biệt là các khách sạn 5 sao. Trong khi đó, số lượng các khách sạn 1 - 2 sao đã xếp hạng có sự sụt giảm khá mạnh so với năm 2017, một trong những nguyên nhân là do triển khai thực hiện quy định mới về xếp hạng tự nguyện thay vì bắt buộc như trước đây.

Bảng 1: Số lượng khách sạn và số buồng năm 2018

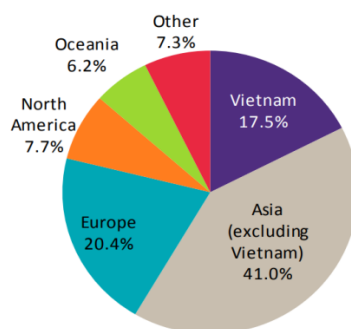
STT	Khách sạn	Số lượng	Tăng so với năm 2017 (%)	Số buồng/phòng	Tăng so với năm 2017
1	Khách sạn 5 sao	142	22,4	47.905	42,3
2	Khách sạn 4 sao	272	5,0	36.012	7,4
3	Khách sạn 3 sao	537	10,3	38.170	11,5
4	Khách sạn 2 sao	1.620	-11	57.544	-13
5	Khách sạn 1 sao	3.871	-18,4	76.253	-13
6	Tổng	6.442	-	255.884	-

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Công suất phòng: Công suất phòng bình quân năm 2018 đạt khoảng 54%, giảm nhẹ so với năm 2017. Một số địa phương vùng duyên hải đạt 70%. Các tỉnh miền Trung đã vượt qua khó khăn, phục hồi hoạt động du lịch, đạt công suất phòng bình quân trên 50%. Khu vực miền Bắc: các tỉnh Hà Nam, Hải Dương, Bắc Ninh, Nam Định, Phú Thọ, Tuyên Quang công suất thấp, chỉ đạt trên dưới 50%. Khu vực miền núi phía Bắc có sự vượt trội về hoạt động du lịch cộng đồng với trọng tâm là nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, giúp du khách hiểu thêm về bản sắc văn hóa đa dạng, có trải nghiệm ấn tượng với cuộc sống thường nhật của người dân Việt nam khắp các vùng miền, giúp tăng thu nhập và tăng cường giao lưu quốc tế cho người dân vùng sâu vùng xa.

Thị trường khách: Lượng khách quốc tế đến từ khu vực châu Á chiếm tới 77,9% tổng lượng khách quốc tế đến Việt nam. Đây cũng là lượng khách chiếm tỉ lệ lớn nhất trong tổng lượng khách có sử dụng dịch vụ lưu trú, chiếm 41,0%. Khu vực châu Âu chiếm 13,1% (trong đó 5 nước Tây Âu gồm Anh, Pháp, Đức, I-ta-li-a, Tây Ban nha chiếm 6%, riêng thị trường nga chiếm 3,9%), lượng khách lưu trú chiếm 20,4% tổng lượng khách lưu trú. Khách đến từ châu Mỹ chiếm 5,8% (trong đó Bắc Mỹ gồm Mỹ và ca-na-đa chiếm 5,4%), chiếm 7,7% lượng khách lưu trú...

Lượng khách du lịch nội địa năm 2018 đạt khoảng 80 triệu lượt, tăng 9% so với năm 2017, trong đó có khoảng 38,6 triệu lượt khách có sử dụng dịch vụ lưu trú. Lượng khách nội địa sử dụng dịch vụ của các cơ sở lưu trú chiếm 17,5% tổng lượng khách lưu trú.



Nguồn: Grant Thornton Việt Nam (2019)

Hình 1: Thị trường khách của các khách sạn Việt Nam

4.2. Thực trạng nhân lực marketing khách sạn Việt Nam

Với tốc độ tăng trưởng cao, nhu cầu nhân lực cho ngành khách sạn là khá lớn. Tuy nhiên, lực lượng lao động trong ngành hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu về cả số lượng và chất lượng.

Về số lượng: Theo Tổng cục Du lịch, hiện tại, cả nước có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước, với tốc độ tăng trưởng như hiện nay, yêu cầu mỗi năm phải đào tạo thêm 25.000 lao động mới và phải đào tạo lại số lượng tương tự. Dự báo thời gian tới tốc độ tăng trưởng của ngành đạt từ 25 - 35%/năm và theo kế hoạch đến năm 2020, ngành du lịch cần khoảng trên 2 triệu lao động chất lượng cao. Thực tế hiện nay và trong tương lai gần đang có sự thiếu hụt lao động trong lĩnh vực du lịch, khách sạn, đặc biệt là lao động chất lượng cao. Nhân lực phụ trách marketing của các khách sạn cũng ở tình trạng tương tự, nhất là nhân lực đáp ứng được nhu cầu của digital marketing. Hiện nay, nhiều khách sạn đang có nhu cầu tuyển dụng nhân viên marketing đặc biệt là nhân viên marketing mảng digital marketing hay marketing online như: Melia Saigon, Grandiose Hotel and Spa, Oriental Saigon, Cereja Hotel and Resort, Seaside Resort Vung Tau, Sofitel Saigon Plaza, The Ascott Limited...

Bảng 2: Quy mô nhân lực ngành Du lịch

Đơn vị tính: Người

Năm Chỉ tiêu	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2015
Tổng số	450.000	875.128	950.000	1.251.200	1.358.750	1.389.600	1.472.000	-
Lao động trực tiếp	150.000	275.128	310.675	391.177	424.750	434.240	460.000	620.0000
Lao động gián tiếp	300.000	600.000	750.000	860.600	934.000	955.350	1.012.000	-

Nguồn: Tổng cục Du lịch; Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

Về kiến thức: Về kiến thức chuyên ngành trong lĩnh vực du lịch, khách sạn, hiện nay chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu, vừa yếu, nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại dư thừa. Với các khách sạn nhỏ, các nhân viên phải kiêm nhiệm trong khi đó ở các khách sạn lớn hơn, nhiều nhân lực có kiến thức về digital marketing không được đào tạo bài bản về ngành khách sạn và ngược lại, trong khi marketing khách sạn không hoàn toàn giống so với các lĩnh vực khác do những khác biệt của sản phẩm dịch vụ lưu trú như tính vô hình, không lưu trữ, không ổn định về chất lượng...

Cũng theo Báo cáo về Sự sẵn sàng cho nền sản xuất tương lai 2018 của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), mức độ sẵn sàng với cách mạng công nghiệp 4.0 của Việt Nam khá thấp (đạt 4,9/10 điểm). Trong đó, Việt Nam chỉ xếp thứ 70/100 về nguồn nhân lực. So sánh với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á về chỉ số nguồn nhân lực, Việt Nam xếp sau Malaysia, Thái Lan, Philippines và chỉ xếp hạng gần tương đương Campuchia.

Về kỹ năng: Có thể nói, nhiều nhân viên marketing tại các khách sạn hiện nay thiếu các kiến thức và kỹ năng cần thiết cho việc ứng dụng thành quả của cuộc cách mạng 4.0 vào trong lĩnh vực marketing. Theo một nghiên cứu của Vietnamworks, 60% nhân sự marketing có kinh nghiệm cũng cho rằng họ đang thiếu hụt và rất cần các kỹ năng làm việc trong lĩnh vực digital marketing. Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020 cũng cho thấy một tỷ lệ khá cao (gần 30%) nhân lực trong lĩnh vực du lịch không có các kỹ năng tin học cần thiết phục vụ cho công việc.

Về độ tuổi, kinh nghiệm và tinh thần thái độ: Nhân viên marketing của các khách sạn chủ yếu ở độ tuổi còn khá trẻ. Một khảo sát về độ tuổi của nhân viên marketing trong các doanh nghiệp cho thấy, 70% nhân viên có độ tuổi từ 18 - 35 tuổi. Đây là điểm mạnh trong việc tiếp cận và học hỏi những tiến bộ của khoa học kỹ thuật, nắm bắt xu thế. Tuy nhiên, nhiều nhân viên chưa có kinh nghiệm, đặc biệt là kinh nghiệm làm digital marketing. Một bộ phận khá đam mê với công việc tuy nhiên cũng có không ít nhân viên có tâm lý nhảy việc.

4.3. Đánh giá chung về nhân lực marketing khách sạn Việt Nam

Nhìn chung, trong những năm gần đây, nhân lực du lịch nói chung và nhân lực marketing khách sạn nói riêng có được sự gia tăng về cả số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu công việc, nhất là những yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực marketing của các khách sạn hiện nay còn yếu. Thực trạng này xuất phát từ những nguyên nhân cơ bản sau:

Một là, xu hướng công nghệ biến đổi nhanh chóng: Công nghệ biến đổi nhanh chóng trong một khoảng thời gian ngắn, nhiều xu hướng marketing mới xuất hiện trên nền tảng kỹ thuật số. Không phải nhân lực marketing nào cũng có thể nhanh chóng nắm bắt được những công nghệ mới này.

Hai là, nhiều khách sạn chưa thực sự nắm bắt hoặc bỏ qua các xu hướng marketing trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Hầu hết các khách sạn đã nhận thức được tầm quan trọng của marketing trong kinh doanh khách sạn, tuy nhiên những biến đổi và tác động của công nghiệp 4.0 đến hoạt động marketing thì không phải khách sạn nào cũng nắm rõ.

Ba là, nhiều nhân viên marketing chưa chủ động trong việc nâng cao kiến thức và kỹ năng marketing kỹ thuật số. Một phần do nhận thức chủ quan và một phần khó khăn khi tiếp cận các chương trình học hoặc khóa học về marketing 4.0 hay digital marketing.

Bốn là, đào tạo chưa đáp ứng nhu cầu nhân lực: Một trong những thách thức đặt ra đối với các quốc gia đang phát triển khi tiếp cận với marketing 4.0 chính là nguồn nhân lực. Theo số liệu trong Báo cáo về mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất tương lai 2018 của WEF, Việt Nam xếp hạng 80/100 về chất lượng đào tạo, so với trong nhóm các nước ASEAN thì chỉ đứng trước Campuchia.

Về số lượng đào tạo, mỗi năm, các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của ngành, dẫn đến tình trạng thiếu trầm trọng nguồn nhân lực du lịch, khách sạn. Bên cạnh đó, cơ cấu trình độ nguồn nhân lực du lịch, khách sạn Việt Nam có sự chênh lệch rất lớn; trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng chiếm 51%, trình độ dưới sơ cấp chiếm 40%, trình độ đại học và sau đại học chiếm 9%. Tuy nhiên, tại các trường đào tạo chuyên ngành khách sạn, việc đào tạo về digital marketing chưa được chú trọng. Trong khi đó, marketing được giảng dạy từ lâu ở các trường đại học nhưng digital marketing thì chưa thực sự phổ biến. Một số trường đại học và trung tâm giáo dục ở Việt Nam đã đào tạo chuyên ngành digital marketing như đại học RMIT, Học viện MOA (thành phố Hồ Chí Minh), Trung tâm Kyna (Hà Nội), Trung tâm Vinalink (Hà Nội)... Các hình thức đào tạo khá linh hoạt: qua mạng Internet, qua video hay trực tiếp giữa một giảng viên với một người học trên chính dự án mà người học đang triển khai. Tuy nhiên, số lượng các cơ sở đào tạo chuyên ngành này còn rất hạn chế. Trong khi đó, nhu cầu về nhân lực marketing với những đòi hỏi cao hơn về digital marketing của các khách sạn hiện nay là rất lớn. Trước thực trạng như vậy, Hội Nhân sự Khách sạn Việt Nam (thuộc Hiệp hội Khách sạn Việt Nam) đã cho ra đời hệ sinh thái số Hotelismo trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu, khả năng phù hợp của thị trường và các cơ sở đào tạo nghề du lịch. Hệ sinh thái này bao gồm đầy đủ dữ liệu của các ứng viên, các nhà tuyển dụng, vị trí khuyết, yêu cầu cụ thể của từng vị trí, văn hóa, thương hiệu của từng công ty... Đặc biệt, lần đầu tiên có sử dụng công nghệ kết nối, trí tuệ nhân tạo tự lọc hồ sơ, tạo buổi họp trực tuyến ảo để đưa đến nhà tuyển dụng những ứng viên phù hợp nhất, giúp giảm thời gian và rút gọn chi phí cho cả hai bên.

Về chất lượng đào tạo, theo khảo sát mới đây, Việt Nam có gần 100 cơ sở tham gia đào tạo du lịch các cấp độ, có khoảng 28.000 học sinh, sinh viên tốt nghiệp ra trường mỗi năm nhưng chỉ đáp ứng được khoảng 55% nhu cầu xã hội vì thiếu hụt kỹ năng chuyên môn, không thích ứng được với môi trường làm việc tại các khách sạn chuẩn sao. Phân tích nhu cầu nguồn nhân lực và đào tạo của ngành du lịch Việt Nam - Chương trình phát triển năng lực Du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (ESRT) cho thấy các khách sạn đánh giá mức độ kỹ năng của lực lượng lao động hiện tại chỉ ở mức trung bình và yếu. Đặc biệt mức độ đáp ứng của kỹ năng công nghệ thông tin là khá thấp (55%), trong khi đây là kỹ năng quan trọng trong việc ứng dụng công nghệ số.

Nhiều khách sạn cho biết gặp khó khăn trong việc tuyển dụng nhân viên digital marketing đáp ứng được yêu cầu công việc. Digital marketing là ngành mới được đào tạo tại Việt Nam trong thời gian gần đây, nên khi tuyển dụng nhân sự trong lĩnh vực này, các doanh nghiệp thường không thể đặt yêu cầu người lao động phải tốt nghiệp đúng ngành mà chỉ dành ưu tiên cho những người đã tham gia các khóa đào tạo digital marketing, có kiến thức và kinh nghiệm làm việc về tiếp thị số, nội dung số.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG ĐÁP ỨNG CỦA NHÂN LỰC MARKETING KHÁCH SẠN VIỆT NAM VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Theo đề án “Cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn” của Chính Phủ, Việt Nam phấn đấu đến năm 2025 là quốc gia có ngành du lịch phát triển hàng đầu Đông - Nam Á, đón và phục vụ 30 - 32 triệu lượt khách du lịch quốc tế, trên 130 triệu lượt khách du lịch nội địa với tổng thu từ khách du lịch đạt 45 tỷ USD. Với mục tiêu này, các khách sạn Việt Nam có cơ hội vô cùng lớn nhưng cũng đặt ra những thách thức trong việc cạnh tranh thu hút khách. Truyền thông marketing có ý nghĩa quan trọng với các khách sạn trong thời đại kỹ thuật số khi mà hành vi của khách du lịch có những thay đổi đáng kể.

Để nhân lực marketing khách sạn đáp ứng tốt hơn với những xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, một số giải pháp gợi ý cho các khách sạn Việt Nam bao gồm:

Một là, tăng cường công tác đào tạo cho nhân viên truyền thông marketing: Các khách sạn cần chủ động bồi dưỡng nâng cao trình độ marketing cho nhân viên của mình, đặc biệt tổ chức các khóa học về digital marketing, cập nhật các xu hướng marketing mới nhất để nhân viên kịp thời nắm bắt những kiến thức và kỹ năng cần thiết, chuyên nghiệp phục vụ công việc.

Hai là, tạo điều kiện môi trường làm việc tốt nhất cho nhân viên. Marketing đặc biệt là các hoạt động marketing kỹ thuật số đòi hỏi sự sáng tạo rất cao. Do vậy để thu hút được nhân sự giỏi, có năng lực hoạt động trong lĩnh vực đầy năng động này, các khách sạn cần tạo điều kiện cho nhân viên có được môi trường làm việc tốt, thoải mái... để họ có thể sáng tạo cũng như thử thách chính mình.

Ba là, tạo lập thước đo năng lực marketing giúp các cấp quản lý và nhân viên nắm vững những kiến thức, kỹ năng và ứng xử cần thiết để hoàn thành công việc một cách chuyên nghiệp.

Ngoài ra, cần gia tăng số lượng và nâng cao chất lượng đào tạo tại các cơ sở đào tạo. Các cơ sở đào tạo du lịch có thể mở rộng thêm chuyên ngành marketing khách sạn và đào tạo bài bản về marketing kỹ thuật số. Cùng với đó digital marketing cũng cần được quan tâm giảng dạy ở các cơ sở đào tạo chuyên ngành marketing. Đây là yêu cầu cấp bách để đáp ứng nhu cầu nhân lực truyền thông marketing trong thời đại kỹ thuật số của các khách sạn nói riêng và các doanh nghiệp kinh doanh các lĩnh vực khác nói chung.

KẾT LUẬN

Khả năng đáp ứng còn hạn chế về cả số lượng và chất lượng (bao gồm kiến thức và kỹ năng) của nhân lực marketing khách sạn đối với những thay đổi do cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại đòi hỏi sự thay đổi từ chính phía các khách sạn, cơ sở đào tạo cũng như bản thân nhân viên marketing khách sạn... trong việc nhận thức, tiếp cận và ứng dụng digital marketing. Không chỉ trong phạm vi ngành khách sạn, marketing 4.0 cùng với nhân lực marketing cần tiếp tục được nghiên cứu sâu hơn trong các lĩnh vực khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch giai đoạn 2011 – 2020*.
2. Grant Thornton (2019), *Báo cáo ngành khách sạn 2019*, https://www.grantthornton.com.vn/globalassets/1.member-firms/vietnam/media/hotel-survey-2019-executive-summary_vie.pdf
3. EVBN (2018), *Hospitality Sector 2018 - Research Report*, http://www.ukabc.org.uk/wp-content/uploads/2018/09/EVBN_Hospitality-Final_Report-Update-180517.pdf
4. Trần Thị Bích Huệ (2017), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với phát triển nguồn nhân lực ở Việt Nam*, Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam.
5. Nguyễn Thành Long, Lê Thúy Kiều (2011), Khảo sát và đề xuất giải pháp về nguồn nhân lực có chuyên môn marketing trong các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí Đại học Công Nghiệp*, số tháng 9, tr 69-77.
6. Philip Kotler (2017), *Marketing 4.0*, John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
7. Tổng cục Du lịch (2013), *Phân tích nhu cầu nguồn nhân lực và đào tạo của ngành Du lịch Việt Nam*, Chương trình phát triển năng lực Du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (ESRT).
8. Vũ Văn Thanh (2018), *Hệ thống khách sạn tại Việt Nam với Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*, <http://www.baodulich.net.vn/He-thong-khach-san-tai-Viet-Nam-voi-Cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-4-09-15787.html>

9. Phạm Ngọc Tiệp, *Đào tạo nhân lực trong nền kinh tế Việt Nam hướng tới công nghiệp 4.0*
10. Lê Sĩ Trí (2018), *Quảng bá du lịch trong thời kỳ 4.0 - Vấn đề đặt ra và kiến nghị*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0
11. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - Tư liệu (2018), *Tác động Cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển nguồn nhân lực của Việt Nam*, Hà Nội.

TIẾP CẬN QUAN ĐIỂM DỰA VÀO NGUỒN LỰC CHO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH AN GIANG

ThS. Dương Trường Phúc

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT

Trong hơn một thập kỷ vừa qua, du lịch nổi lên như một ngành đóng góp ngày càng quan trọng đối với tăng trưởng và thương mại toàn cầu cũng như từng quốc gia. Du lịch là ngành có khả năng liên kết khu vực thông qua ba khía cạnh: con người, tổ chức và cơ sở hạ tầng. Đối với con người, du lịch là con đường cho phép sử dụng lao động có kỹ năng lẫn bán lãnh nghề, kết nối và tiếp biến các nền văn hóa, giảm đói nghèo, hòa nhập xã hội và các thể chế. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế diễn ra mạnh mẽ, việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là yêu cầu cấp thiết. Bài viết này sử dụng những tiêu chí của Quan điểm dựa vào nguồn lực nhằm nhìn nhận về nguồn nhân lực chất lượng cao là nguồn nhân lực đáng giá, hiếm có, khó bắt chước và không thể thay thế. Dựa trên quan điểm phân tích đó, bài viết cũng đóng góp những kiến nghị cho việc phát triển nguồn nhân lực du lịch của An Giang trong thời gian tới.

Từ khóa: Quan điểm dựa vào nguồn lực, du lịch An Giang, nguồn nhân lực du lịch

1. GIỚI THIỆU

An Giang có tiềm năng du lịch khá khác biệt so với các tỉnh khác ở vùng ĐBSCL. Trước hết, hệ thống núi non xen lẫn đồng bằng và sông ngòi tạo nên cảnh quan tự nhiên tuyệt đẹp. Tiếp theo, sự cộng cư của nhiều tộc người (Kinh, Hoa, Chăm, Khmer) với những phức hợp văn hóa tạo cho không gian văn hóa An Giang vừa đa dạng vừa thống nhất. Những lợi thế về tài nguyên cho phép An Giang phát triển nhiều loại hình du lịch: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch tâm linh. Điểm đặc biệt nhất khi nhắc đến du lịch An Giang chính là Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ núi Sam (TP. Châu Đốc), đây là lễ hội lâu đời và cũng chính là lễ hội thu hút nhiều khách thập phương nhất miền Nam. Ngoài lễ hội trên, An Giang còn có một số điểm thu hút du lịch đáng chú ý như di tích văn hóa Óc Eo, hội đua bò Bảy Núi, các làng dân tộc và kiến trúc tôn giáo. Các cửa khẩu nối với Campuchia bằng đường bộ và đường thủy trên sông Mekong rất tiềm năng để đưa An Giang trở thành một trạm trung chuyển khách du lịch trong các tour du lịch xuyên biên giới.

Bên cạnh tài nguyên, chiến lược phát triển, cơ sở hạ tầng, thương hiệu... thì nguồn nhân lực có chất lượng đóng vai trò quan trọng trong nhiều chiều kích để phát triển du lịch địa phương. Nguồn nhân lực du lịch có chất lượng là nguồn nhân lực có khả năng đáp ứng những yêu cầu phức tạp của hoạt động du lịch, tạo ra giá trị và hiệu quả, thúc đẩy cộng đồng tham gia vào sự nghiệp phát triển du lịch địa phương. Đây cũng là lực lượng trực tiếp tham gia vào các hoạt động du lịch, đóng vai trò quản lý, điều hành, sáng tạo; là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp, các điểm, khu du lịch.

Bài viết này vận dụng RBV ở cấp độ phân tích khác là cấp độ địa phương thay vì tổ chức như các nghiên cứu trước trong vấn đề phát triển nguồn nhân lực du lịch. Dựa trên 4 tiêu chí của RBV, mục tiêu bài biết hướng đến là gợi mở cho việc phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao ở An Giang là nguồn nhân lực đáng giá, hiếm có, khó bắt chước và không thể thay thế. Việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao sẽ tạo ra và duy trì khả năng cạnh tranh của địa phương, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUAN ĐIỂM DỰA VÀO NGUỒN LỰC

Chiến lược là yếu tố quan trọng để thành công (Enriquez de la O, 2015). Trong chiến lược quản trị nguồn nhân lực, quan điểm dựa vào nguồn lực (*Resource-based view-RBV*) được lựa chọn để tăng cường khả năng cạnh tranh của tổ chức. Về cơ bản đây là lý thuyết được xây dựng để xác định lợi thế cạnh tranh của một tổ chức dựa trên những giá trị tài nguyên vô hình và hữu hình để chuyển hóa lợi thế cạnh tranh trong ngắn hạn thành lợi thế cạnh tranh dài hạn và bền vững (Amit & Schoemaker, 1993; Barney, 1991). Sự chuyển hóa đó không đơn thuần chỉ là sự mô phỏng hay thay thế mà đòi hỏi cả chiến lược phát triển dài hạn dựa trên đặc thù và lợi thế cạnh tranh của tổ chức đó.

Nghiên cứu về chiến lược phát triển truyền thống cho thấy nhiều tổ chức dựa vào đặc điểm bên trong (điểm mạnh-điểm yếu) và môi trường bên ngoài (cơ hội-thách thức), tuy vậy, tầm quan trọng vẫn được tập trung vào môi trường bên ngoài. Trái ngược với cách nhấn mạnh hướng ngoại đó, một lý thuyết nghiên cứu nhấn mạnh khía cạnh bên trong của một tổ chức-quan điểm dựa vào nguồn lực (*Resource-based view-RBV*). Lý thuyết này được khởi xướng bởi Wernerfelt và Barney vào những năm 1980 đã trở thành một trong những cách thống trị đương đại để phân tích lợi thế cạnh tranh bền vững, thể hiện qua sự phổ biến nhanh chóng trong các nghiên cứu chiến lược của nhiều học giả (Amit & Schoemaker, 1993; Barney, 1986, 1991; Dierickx & Cool, 1989; Mahoney & Pandian, 1992; Maijor & Witteloostuijn, 1996; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984). Một tiền đề trung tâm của quan điểm dựa trên tài nguyên là các tổ chức cạnh tranh trên cơ sở nguồn lực và khả năng của các tổ chức đó (Peteraf & Bergen, 2003). Cách tiếp cận hướng nội này đã được chứng minh tầm ảnh hưởng và hữu ích cho việc phân tích nhiều vấn đề chiến lược trong đó các điều kiện để duy trì lợi thế cạnh tranh và đa dạng hóa (Foss & Knudsen, 2003).

Viễn cảnh dựa trên tài nguyên không thoát khỏi vấn đề tìm kiếm đơn vị phân tích thích hợp (Foss, 1998). Hầu hết các nghiên cứu dựa vào RBV trước đây đều lấy tài nguyên của tổ chức làm đơn vị phân tích có liên quan để nghiên cứu lợi thế cạnh tranh. Trong bối cảnh hiện nay, việc xem một địa phương như một sản phẩm để tiếp thị (marketing địa phương) thì cũng có thể xem địa phương như một tổ chức với sự tập hợp các nguồn tài nguyên vô hình và hữu hình khác nhau và năng lực cạnh tranh của địa phương chính là khả năng sáng tạo, sản xuất, phân phối sản phẩm và dịch vụ trong trao đổi quốc tế và các khu vực khác, đồng thời là khả năng gia tăng và sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên của địa phương đó. Việc phát hiện, khai thác, quản lý và bảo tồn các nguồn tài nguyên đó trong chiến lược cạnh tranh với với những địa phương khác chính là nguồn nhân lực và RBV khá phù hợp để áp dụng mở rộng đối với một địa phương (Grant, 1991; Mahoney & Pandian, 1992).

3. PHÂN TÍCH NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH AN GIANG THEO RBV

3.1. Tiêu chí VRIN cho nguồn nhân lực du lịch

Nguồn nhân lực được xem là một nguồn lực của địa phương và để phù hợp với RBV thì nguồn nhân lực phải thỏa mãn VRIN-tiêu chí đánh giá lợi thế cạnh tranh và hiệu suất bền vững (Barney, 1991). VRIN được giải thích và vận dụng thực tế đối với nguồn nhân lực An Giang như sau:

3.1.1. Tiêu chí đáng giá (V)

V-valuable (đáng giá): Nguồn lực đáng giá nếu có khả năng để một địa phương tạo ra giá trị mang tầm chiến lược và giá trị tạo ra đó trở thành lợi thế cạnh tranh so với các địa phương khác. Nguồn lực đáng giá còn cho phép địa phương khai thác các cơ hội và hóa giải các đe dọa từ môi trường bên ngoài. Ngoài ra chi phí cho việc tạo ra nguồn lực có thể cao hơn chi phí thuê ngoài (Mahoney & Pandian, 1992).

Thực tế cho thấy nguồn nhân lực An Giang vừa thiếu về số lượng vừa kém về chất lượng. Theo số liệu của Niên giám thống kê, tính đến năm 2018, tỉ lệ lao động đã qua đào tạo trong lĩnh vực du lịch của An Giang chiếm tỷ lệ rất thấp vào khoảng 12%. Các hoạt động đào tạo với quy mô nhỏ lẻ, chưa có định hướng mục tiêu đào tạo rõ ràng và lộ trình cụ thể... Nhân lực có trình độ, tay nghề cao chưa nhiều và thiếu những cán bộ đầu đàn làm nòng cốt đào tạo nhân lực trẻ. Điển hình như đội ngũ tham mưu cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch có Phòng Quản lý du lịch với nhân sự chỉ có khoảng 6 người, Trung tâm Xúc tiến du lịch An Giang cũng chỉ có khoảng 10 người. Xướng cấp huyện hầu như không có đơn vị chuyên môn nào đảm nhận du lịch một cách thống nhất, có khi là Phòng Văn hóa-thông tin, có khi là Phòng Kinh tế-hạ tầng đảm nhận. Cán bộ phụ trách là những

“người tay ngang”, không có chuyên môn vững vàng về du lịch. Xuống cấp xã thì càng không có cán bộ nào phụ trách mảng du lịch.

3.1.2. Tiêu chí hiếm có

R-rare (hiếm có): Nguồn lực khan hiếm nếu khó tìm trong số các đối thủ cạnh tranh. Nguồn lực phải hiếm hoặc duy nhất mới có thể cung cấp lợi thế cạnh tranh. Nguồn lực được tìm thấy ở nhiều địa phương không thể mang lại lợi thế cạnh tranh vì không thể thiết kế và thực hiện một chiến lược phát triển độc đáo so với các đối thủ khác.

Lao động của An Giang chủ yếu trong lĩnh vực nông nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp chưa phù hợp với hoạt động du lịch. Do vậy, nguồn nhân lực này không thể tạo ra năng lực cạnh tranh cho địa phương. Tuy vậy, An Giang với lợi thế của một địa phương đa dạng văn hóa, đa dạng sắc tộc, đa dạng cảnh quan... có thể gợi mở cho việc đào tạo nguồn nhân lực có chuyên môn am hiểu sâu sắc và vận dụng, sáng tạo tài nguyên bản địa trong việc tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo chỉ có thể tìm thấy ở An Giang. Sự khan hiếm về sản phẩm du lịch đặc thù phản ánh sự khan hiếm của nguồn nhân lực du lịch tỉnh nhà.

3.1.3. Tiêu chí khó bắt chước

I-Imperfect Imitability (khó bắt chước): Nguồn lực của địa phương tạo ra giá trị gia tăng cũng như lợi thế cạnh tranh. Lợi thế cạnh tranh này sẽ bền vững nếu đối thủ không thể bắt chước hoặc sao chép một cách đầy đủ. Nguồn lực dựa trên tri thức thì rất khó bắt chước hoặc sao chép bởi đối thủ cạnh tranh (Mahoney & Pandian, 1992).

Nguồn nhân lực có trình độ cao, am hiểu và vận dụng sáng tạo nguồn tài nguyên trong hoạt động du lịch để tạo và gia tăng giá trị thì rất khó bắt chước. Thực tế cho thấy bối cảnh lịch sử-văn hóa của An Giang mang nhiều nét độc đáo và không một địa phương nào có thể bắt chước hoàn hảo. Những tài nguyên đó lại tạo dựng sự mơ hồ của việc chuyển hóa nguồn lực thành lợi thế cạnh tranh nên càng khiến cho các địa phương khác khó bắt chước.

3.1.4. Tiêu chí không thể thay thế

N-Non-Substitutability (không thể thay thế): Nguồn lực này không thể thay thế bởi nguồn lực khác có giá trị thấp hơn. Tại đây, đối thủ cạnh tranh có thể đạt được hiệu suất tương tự bằng cách thay thế các nguồn lực khác có giá trị cao hơn.

Khi lãnh đạo An Giang ngày càng chú trọng phát triển du lịch nhưng một ngành kinh tế mũi nhọn thì việc đầu tư phát triển nguồn nhân lực có chất lượng hoạt động hiệu quả sẽ được tăng cường. Điều này dự báo rằng nguồn nhân lực hiện tại sẽ được thay thế bằng nguồn nhân lực có giá trị cao hơn trong tương lai. Chỉ có như thế mới khơi dậy phát triển du lịch hiệu quả và nâng cao năng lực cạnh tranh của tỉnh.

Qua việc phân tích các tiêu chí VRIN cho thấy nguồn nhân lực An Giang trong thời điểm hiện tại: 1/ Không có giá trị, 2/ Không khan hiếm, 3/ Không khó bắt chước, 4/ Dễ thay thế. Khi nhu cầu phát triển du lịch ngày càng gia tăng, mức độ hội nhập ngày càng sâu rộng thì An Giang phải tăng cường nhiều giải pháp để phát triển hiệu quả nguồn nhân lực đáp ứng các yêu cầu thực tiễn.

3.2. Những kiến nghị cho phát triển nguồn nhân lực du lịch An Giang

3.2.1. Tăng cường khả năng chuyên môn và tính chuyên nghiệp

Cần thiết lựa chọn và áp dụng Khung chuẩn trong đào tạo nhân lực du lịch làm cơ sở đào tạo nguồn nhân lực có chuyên môn phù hợp để tham gia, tham vấn, quản lý các hoạt động du lịch của địa phương. Đồng thời, có thể áp dụng mô hình ASK (Bloom, 1956) trong đào tạo nhân lực hướng đến sự toàn diện và chuẩn mực: về thái độ (A): rèn luyện thái độ với bản thân, thái độ với mọi người và thái độ với công việc; về kỹ năng (S): rèn luyện, bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ, kỹ năng mềm và kỹ năng ngoại ngữ; về kiến thức (K): rèn luyện năng lực thu thập thông tin, năng lực hiểu vấn đề, năng lực ứng dụng, năng lực phân tích, năng lực tổng hợp, năng lực đánh giá. Việc đào tạo ra nguồn nhân lực có chất lượng cao thì càng khó tìm ra cái thay thế và tăng khả năng cạnh tranh cũng như thách thức đối thủ trong việc bắt chước chiến lược. Các kiến thức cụ thể về tài nguyên của địa phương, các mối quan hệ dựa trên sự tin cậy giữa các nhà quản trị và nhân viên, các quan hệ con người là những ví dụ về các khả năng khó nhận diện và khó thay thế.

3.2.2. Thấu hiểu và sáng tạo giá trị dựa trên tài nguyên bản địa

Tài nguyên du lịch của An Giang là sự khan hiếm với các địa phương khác trong khu vực. Việc đào tạo nguồn nhân lực có khả năng khai thác và sáng tạo trên chính tài nguyên bản địa đó để trở thành sản phẩm du lịch đặc thù chính là việc gia tăng mức độ khan hiếm cho nguồn nhân lực. Việc này đòi hỏi trước hết cần nghiên cứu đầy đủ những giá trị văn hóa đặc thù riêng biệt của An Giang để chuyển thành những kiến thức chung trong giảng dạy và kích thích sự sáng tạo của đối tượng đào tạo. Những lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn mang tính đặc thù của An Giang sẽ rất khó để các địa phương khác sao chép trong các chương trình du lịch, sản phẩm du lịch. Việc đào tạo một đội ngũ nhân lực có khả năng khai thác những lợi thế đó chính là tạo ra năng lực cạnh tranh của địa phương. Chỉ có thể sao chép hình thức mà không thể sao chép nội dung.

4. KẾT LUẬN

Nguồn nhân lực là năng lực cạnh tranh cốt lõi của địa phương bởi nguồn nhân lực mang các yếu tố để tạo dựng khả năng cạnh tranh. Trong xu hướng đi ngược lại cách thức phát triển và quản trị nguồn nhân lực truyền thống, RBV nhấn mạnh mối quan hệ giữa các yếu tố bên trong và chiến lược. Việc áp dụng lý thuyết này trong một đơn vị phân tích khác thay vì tổ chức mang đến những gợi mở cho phát triển nguồn nhân lực du lịch của địa phương: nguồn nhân lực chất lượng cao giờ đây phải là nguồn nhân lực đáng giá, hiếm có, khó bắt chước và không thể thay thế.

Đối với An Giang, từ những phân tích và kiến nghị nêu trên, việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực nên bắt đầu thay đổi, chú trọng đến chất lượng dựa trên tiêu chí VRIN. Tạo ra nguồn nhân lực đáng giá bằng cách xây dựng khung đào tạo năng lực và bồi dưỡng năng lực từ mô hình ASK. Tạo ra nguồn nhân lực hiếm có và khó bắt chước dựa vào lợi thế về tài nguyên du lịch bản địa mang tính đặc thù riêng biệt của An Giang. Khi trở nên đáng giá, khan hiếm và khó bắt chước, nguồn nhân lực giờ đây khó có thể thay thế. Và từ đó, năng lực cạnh tranh của địa phương sẽ được nâng cao và triển vọng về phát triển du lịch bền vững sẽ to lớn hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and Organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>
2. Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management science*, 32(10), 1231-1241. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231>
3. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-121. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
4. Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: The Cognitive domain*. New York: David McKay Co In.
5. Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and the sustainability of competitive advantage: Reply. *Management Science*, 35(12), 1514-1514. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.12.1504>
6. Enriquez de la O, J. F. (2015). Resource-based view and dynamic capabilities-Achieving competitive advantage through internal resources and competences. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 46(11), 50-61.
7. Foss, N. J. (1998). The resource-based perspective: an assessment and diagnosis of problems. *Scandinavian Journal of management*, 14(3), 133-149. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(97\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(97)00030-4)
8. Foss, N. J., & Knudsen, T. (2003). The resource-based tangle: towards a sustainable explanation of competitive advantage. *Managerial and decision economics*, 24(4), 291-307. <https://doi.org/10.1002/mde.1122>
9. Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135. <https://doi.org/10.2307/41166664>
10. Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic management journal*, 13(5), 363-380. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130505>
11. Maijor, S., & Witteloostuijn, A. V. (1996). An empirical test of the resource-based theory:

- Strategic regulation in the Dutch audit industry. *Strategic Management Journal*, 17(7), 549-569. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199607\)17:7<549::AID-SMJ827>3.0.CO;2-R](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199607)17:7<549::AID-SMJ827>3.0.CO;2-R)
12. Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic management journal*, 14(3), 179-191. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
13. Peteraf, M. A., & Bergen, M. E. (2003). Scanning dynamic competitive landscapes: a market-based and resource-based framework. *Strategic management journal*, 24(10), 1027-1041. <https://doi.org/10.1002/smj.325>
14. Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>.

XÁC ĐỊNH CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO CỦA CEO KHÁCH SẠN

ThS. Hoàng Thị Thu Trang
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

CEO - Chief Executive Officer luôn được coi là linh hồn của doanh nghiệp. Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn có sự liên quan chặt chẽ với năng lực lãnh đạo của CEO. Để đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO, các khách sạn cần có các tiêu chí đánh giá dựa trên các yêu cầu công việc của họ. Những tiêu chí đánh giá này có thể phải điều chỉnh do sự thay đổi về bối cảnh kinh doanh. Bằng các dữ liệu thứ cấp thu thập được, tổng quan nghiên cứu và yêu cầu về nhiệm vụ của CEO khách sạn, bài viết cho rằng các tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn được hình thành từ các yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo và thông qua kết quả đầu ra của hoạt động lãnh đạo của CEO. Các yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn gồm: tổ chức lãnh đạo, hành động lãnh đạo và kiến thức lãnh đạo. Kết quả đầu ra của hoạt động lãnh đạo chính là kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn gồm: doanh thu, lợi nhuận, thị phần và xu hướng tăng trưởng của ba yếu tố này. Với kết quả thu được, bài viết hy vọng sẽ gợi ý cho các khách sạn trong xác định các tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO phù hợp hơn trong thời gian tới.

Từ khóa: CEO khách sạn, năng lực lãnh đạo, tiêu chí đánh giá

1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO CỦA CEO KHÁCH SẠN

1.1. Khái niệm CEO khách sạn

Trong tiếng Việt, có nhiều định danh khác nhau cho vị trí CEO, có thể là tổng giám đốc, giám đốc điều hành, giám đốc công ty. Trong kinh doanh khách sạn, CEO thường được xác định là Managing Director, General Manager - giám đốc điều hành của khách sạn. Đây là vị trí giữ vai trò quản lý điều hành cao nhất trong khách sạn. Họ chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ hoạt động, đảm bảo quá trình vận hành hiệu quả, đem về nguồn doanh thu tốt cho khách sạn. Đối với những tập đoàn khách sạn lớn, sở hữu trong tay một chuỗi các khách sạn tại nhiều địa điểm khác nhau, người đứng đầu quản lý toàn bộ hoạt động của mỗi khách sạn đó chính là giám đốc điều hành. Chính vì vậy, nhiệm vụ và vai trò của giám đốc điều hành trong khách sạn rất quan trọng.

1.2. Khái niệm năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn

Trước đây, năng lực thường được đề cập đến dưới khía cạnh pháp lý. Sau này, các nghiên cứu được mở rộng ra, các nhà nghiên cứu đã đưa ra các quan điểm về năng lực dưới góc độ năng lực của cá nhân và năng lực của tổ chức. Có nhiều góc độ tiếp cận khác nhau về khái niệm năng lực. Một số khái niệm tiếp cận năng lực dưới góc độ là khả năng. Một số khác, cho rằng năng lực là một đặc điểm, phẩm chất hoặc thuộc tính của cá nhân. Theo Viện ngôn ngữ học (2010), năng lực là phẩm chất tâm lí và sinh lí tạo cho con người khả năng hoàn thành một loại hoạt động nào đó với chất lượng cao.

Theo khía cạnh tâm lý học, năng lực là tổng hợp các đặc điểm, thuộc tính tâm lý của cá nhân phù hợp với yêu cầu đặc trưng của một hoạt động nhất định nhằm đảm bảo cho hoạt động đó đạt hiệu quả cao (Hoàng Văn Thành, 2016). Các tư chất tự nhiên đóng vai trò quan trọng trong hình thành năng lực. Năng lực con người không phải hoàn toàn tự nhiên mà có, phần lớn hình thành do quá trình làm việc và tập luyện.

Năng lực là phạm trù có mối quan hệ chặt chẽ với khả năng của cá nhân trong việc đạt được một kết quả nào đó trong công việc. Đặc biệt năng lực là yếu tố gắn liền với hoạt động, chỉ được bộc lộ thông qua hành động và đảm bảo kết quả của hành động đó. Năng lực đã được chia thành kiến thức, kỹ năng và thái độ để thực hiện công việc (B. S. Bloom, 1956) hay chia thành tố chất, kiến thức và hành động (Donald Campbell và cộng sự, 2004). Theo hai nghiên cứu này cấu trúc của năng lực được chia thành các nhóm đảm bảo thực hiện được yêu cầu của hoạt động mà cá nhân tham gia.

Ngoài yếu tố năng lực nói chung, năng lực lãnh đạo là khả năng tạo ra động lực, hứng khởi cho bản thân và sau đó là truyền cảm hứng của người khác (Doh, J.P, 2003). Có nhà nghiên cứu nhận định năng lực lãnh đạo là khả năng giành được sự ủng hộ và nỗ lực tối đa của các thành viên trong tổ chức. Xét năng lực lãnh đạo trên khía cạnh năng lực nói chung, năng lực lãnh đạo là tổng hợp các tố chất, kiến thức, hành vi thái độ, kỹ năng mà nhà lãnh đạo cần có để hoàn thành nhiệm vụ của mình. Nghiên cứu của GLOBE cũng chỉ ra năng lực lãnh đạo là khả năng của cá nhân nhằm gây ảnh hưởng, thúc đẩy và khiến người khác cống hiến vì hiệu quả và thành công của tổ chức. Ngô Quý Nhâm (2015) lại khẳng định năng lực lãnh đạo bao gồm: các kỹ năng quản lý cơ bản (lập kế hoạch, tổ chức, ra quyết định, quản lý, đánh giá hiệu quả công việc) và nhóm kỹ năng nâng cao (tư duy, quản lý chiến lược, quản lý thay đổi, uy quyền/phân quyền, lãnh đạo, tạo động lực, thúc đẩy, huấn luyện, phát triển nhân viên...).

Ứng dụng các khái niệm nêu trên, bài viết cho rằng *“năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn là tổng hợp các tố chất, kiến thức và hành động của CEO được thể hiện trong quá trình quản lý và lãnh đạo khách sạn nhằm đạt được mục tiêu đã hoạch định”*.

1.3. Những nhiệm vụ chính của CEO khách sạn

Với vị trí vai trò của mình, nhiệm vụ chính CEO khách sạn hiện nay thường bao gồm:

Thứ nhất, lập kế hoạch kinh doanh, quy chế thưởng - phạt. CEO là người lập kế hoạch kinh doanh định kỳ, xây dựng ngân sách cho tất cả mọi hoạt động của khách sạn và trình lên cho tổng giám đốc, chủ tịch tập đoàn hay chủ đầu tư phê duyệt.

Thứ hai, tối đa hóa doanh thu. CEO sẽ đưa ra kế hoạch dự báo, chuẩn bị phương án dự phòng tùy thời có thể tương thích với sự thay đổi của thị trường và đối tượng khách hàng. Phối hợp với phòng marketing, họ sẽ xây dựng các chương trình, kế hoạch marketing. Đồng thời, CEO là người giám sát toàn bộ quá trình triển khai kế hoạch và quản lý doanh thu trong từng chiến dịch truyền thông. Họ cũng quản lý doanh thu dịch vụ nhằm đảm bảo sử dụng tối ưu dịch vụ, sản phẩm của khách sạn. Định kỳ họ đưa ra những đề xuất, giải pháp mới nhằm cải thiện, tối đa hóa nguồn doanh thu, lợi nhuận cho khách sạn.

Thứ ba, giải quyết các yêu cầu, sự cố phát sinh. CEO theo dõi quá trình đáp ứng dịch vụ cho du khách, chỉ đạo nhân viên đáp ứng nhanh nhất những yêu cầu chính đáng của khách hàng. CEO sẽ hỗ trợ cấp dưới giải quyết những trường hợp, sự cố phát sinh đảm bảo sự hài lòng khách hàng và không làm ảnh hưởng đến danh tiếng, uy tín của khách sạn.

Thứ tư, quản lý vấn đề an ninh - an toàn vệ sinh thực phẩm. Họ sẽ phải xây dựng một môi trường sống an toàn, thân thiện cho khách hàng và nhân viên bằng cách thường xuyên kiểm tra, đôn đốc công tác an ninh, an toàn cháy nổ trong khách sạn theo quy chuẩn đặt ra. Đối với các dịch vụ F&B trong khách sạn, giám đốc điều hành có trách nhiệm định kỳ kiểm tra, đảm bảo công tác an toàn vệ sinh thực phẩm, để ngăn chặn tuyệt đối các sự cố không hay xảy ra.

Thứ năm, quản trị nhân sự. CEO cần phối hợp với bộ phận nhân sự của khách sạn thực hiện chức năng quản trị nhân sự một cách hiệu quả nhất. Mục tiêu để đảm bảo mang đến một môi trường làm việc chuyên nghiệp, đoàn kết, để nhân viên trong khách sạn có động lực để làm việc và phấn đấu. Họ cân đối, xét duyệt các kế hoạch tuyển dụng, trực tiếp tham gia phỏng vấn tuyển dụng nhân sự mới, xây dựng kế hoạch đào tạo nhân sự và trực tiếp tham gia đào tạo nhân viên mới. Bên cạnh đó, họ còn có nhiệm vụ bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên khách sạn.

Thứ sáu, các nhiệm vụ khác. Ngoài những nhiệm vụ chính trên, CEO còn có các nhiệm vụ khác như: theo dõi, giám sát quá trình làm việc của nhân viên, đảm bảo quá trình vận hành của khách sạn, duy trì chất lượng phục vụ theo tiêu chuẩn của khách sạn; tư vấn, đưa ra chỉ đạo và xét duyệt các kế hoạch phân công công việc, tổ chức công việc của các bộ phận trong khách sạn; xây dựng, duy trì mối quan hệ tốt với các cơ quan chức năng, chính quyền và cộng đồng địa phương, cũng như mối quan hệ với các cơ quan báo đài và giới truyền thông; phối hợp thanh kiểm tra để phòng chống lãng phí, tiêu cực, tham nhũng, các hành vi trái pháp luật trong khách sạn,...

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO CỦA CEO KHÁCH SẠN

Trong ngành khách sạn, có rất nhiều cách để xác định tiêu chí đánh giá về năng lực lãnh đạo của CEO. Tuy nhiên, theo cách tiếp cận của bài viết này, tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn dựa trên hai khía cạnh là: các yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo và kết quả đầu ra của hoạt động lãnh đạo. Do vậy, bài viết tiến hành tổng quan ở các khía cạnh sau:

Thứ nhất, tổng quan các nghiên cứu riêng lẻ về năng lực lãnh đạo của nhà quản trị cấp cao

Từ những năm 1970 đến nay, đã có một số nghiên cứu riêng lẻ về năng lực lãnh đạo nói chung và năng lực lãnh đạo của nhà quản lý. Trong đó, nổi bật lên là các nghiên cứu của Bass. Tác giả này đã nghiên cứu khá chuyên sâu và toàn diện về đặc trưng của năng lực lãnh đạo. Theo Bass và cộng sự, số đặc trưng về năng lực lãnh đạo thay đổi theo hai giai đoạn: trước năm 1970 và sau năm 1980 (bảng 1). Giai đoạn trước năm 1970, Bass cho rằng có 24 đặc trưng. Nhưng từ năm 1980 đến nay, tác giả điều chỉnh còn 20 nhóm đặc trưng cần thiết cho một nhà lãnh đạo. Những đặc trưng này là căn cứ quan trọng để bài viết xem xét xác định yếu tố cấu thành lên năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn.

Bảng 1: Các đặc trưng về năng lực lãnh đạo theo quan điểm của Bass và cộng sự

STT/GĐ	Trước năm 1970	Sau năm 1980 - 2008
1	Kỹ năng chuyên môn	Năng lực chuyên môn
2	Thân thiện với cộng đồng xã hội	Năng lực lãnh đạo chuẩn
3	Khả năng giao tiếp xã hội	Năng lực ra quyết định
4	Kỹ năng hành chính	Năng lực truyền thông hiệu quả
5	Kỹ năng duy trì nhóm làm việc hiệu quả	Năng lực trao quyền
6	Khả năng kiểm soát và cân bằng cảm xúc	Năng lực phối hợp hiệu quả
7	Khích lệ tinh thần làm việc nhóm	Năng lực ứng xử công bằng
8	Tập trung và thúc đẩy nhóm làm việc	Năng lực đổi mới và sáng tạo
9	Đề cao chuẩn mực hành động	Năng lực đề cao và áp dụng các chuẩn mực
10	Đề cao sự phối hợp và làm việc nhóm	Có tầm nhìn
11	Đề cao kiểm soát nhóm phi chính thức	Có khả năng thúc đẩy và truyền cảm hứng
12	Xa cách	Đề cao năng lực nhóm và cá nhân
13	Cẩn thận, có văn hóa	Tư tưởng phóng khoáng và đánh giá khách quan, sát thực
14	Tinh thần nuôi dưỡng	Thích ứng và linh hoạt
15	Có đạo đức, liêm chính	Dám chịu trách nhiệm
16	Có uy quyền	Đáng tin cậy
17	Có chất xám	Quyết đoán
18	Có kinh nghiệm, năng động	Dũng cảm
19	Có lòng thương cảm và trắc ẩn	Sự nhạy cảm/đồng cảm
20	Thích ứng	Có đạo đức, liêm chính
21	Sáng tạo và độc lập	
22	Có sức khỏe	
23	Hiệu quả lãnh đạo	
24	Thành quả tổng thể	

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2018)

Tại Việt Nam, theo Phạm Công Đoàn và cộng sự (2010), năng lực lãnh đạo CEO được chia thành 3 nhóm: tri thức chuyên môn; kỹ năng hành nghề và thái độ đối với nghề. Cũng có quan điểm cho rằng điều quan trọng để nâng cao năng lực lãnh đạo đó là xác định khoảng cách giữa “có” và “cần” trong năng lực lãnh đạo của CEO Việt Nam (Trần Thị Vân Hoa, 2010). Trong nghiên cứu khảo sát 230 giám đốc điều hành doanh nghiệp nhỏ của Việt Nam, Lê Quân và cộng sự (2012) đã dựa trên mô hình ASK (Thái độ - kỹ năng - kiến thức) để đánh giá năng lực của họ. Nghiên cứu đã xác định được 26 nhóm năng lực cần thiết của CEO trong doanh nghiệp nhỏ. Nghiên cứu của Trần Kiều Trang (2014) cũng sử dụng mô hình tương tự để đánh giá năng lực lãnh đạo của các chủ doanh nghiệp nhỏ. Ngoài cách tiếp cận xác định năng lực và năng lực CEO dựa trên mô hình ASK, Trần Thị Phương Hiền (2014) đã kế thừa mô hình Be-Know-Do (Tổ chất - Kiến thức - Hành động) của Donald Campbell và cộng sự để đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO, xét trong mối tương quan với kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, tổng quan nghiên cứu các yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn

Đã có nhiều nghiên cứu về nhân sự và năng lực nhân sự đã được thực hiện, nhưng với phạm vi bài viết này, tác giả tập trung vào các công trình nghiên cứu đề cập trực tiếp về năng lực nhà quản lý cấp cao trong khách sạn và CEO khách sạn.

Năm 1983, Buergermeister xác định các kỹ năng quan trọng nhất đối với các nhà quản lý khách sạn trong tương lai là quản lý dịch vụ ăn uống và thực phẩm. Ở giai đoạn đó, họ xác định kỹ năng giám sát hiệu quả nhân viên trong khu vực sản xuất và phục vụ thực phẩm là năng lực quan trọng nhất đòi hỏi các nhà quản lý trong tương lai.

Theo tổng hợp của Johanson (2011) sau đó đã có nhiều nghiên cứu về khách sạn trên toàn cầu như: Anh (Baum, 1990), Tây Ban Nha (Agut, Grau và Peiro, 2001), Úc (Dimmock, Breen và Walo, 2003), New Zealand (Breen, Walo và Dimmock, 2004), Ấn Độ (Jauhari, 2006), Đài Loan (Hsu và Gregory, 1995; Tsai, Goh, Huffman và Wu, 2006), Hy Lạp (Christou, 1999), Hồng Kông (Siu, 1998) và Nga (Annaroud, 2006). Các nghiên cứu này chỉ tập trung vào đánh giá những kỹ năng và năng lực cần thiết cần được đào tạo với sinh viên ngành khách sạn mà chưa đề cập đến năng lực của nhà quản lý dựa trên yêu cầu của ngành khách sạn.

Năm 1988, TAS đã đặt ra cụm từ “năng lực thiết yếu” và công bố nghiên cứu đầu tiên xác định sáu năng lực cần thiết cho các nhà quản lý khách sạn. Sau nghiên cứu của TAS đã có rất nhiều nghiên cứu lên quan đến năng lực nhà quản lý khách sạn. Sandwith (1993) đã đưa ra mô hình miền năng lực với năm yếu tố: nhận thức; lãnh đạo; tương tác; hành chính và kỹ thuật.

Đến năm 1996, sau khi xem xét lại mô hình và tham chiếu mô hình của Sandwith (1993), TAS và cộng sự đã có những điều chỉnh nhất định. Trong nghiên cứu này ông cho rằng chỉ có hai năng lực là quan trọng với nhà quản lý khách sạn là: khả năng kết nối với mọi người (Interpersonal); hoạt động hiệu quả và bình tĩnh dưới áp lực hoặc trong các tình huống khủng hoảng (Leadership). Có thể thấy rằng ngay ở những năm 1990, năng lực lãnh đạo là một trong hai năng lực không thể thiếu với một nhà quản lý khách sạn.

Gilbert và Guerrier (1997) đã sử dụng phương pháp nghiên cứu thảo luận nhóm tập trung (gồm các cá nhân nắm giữ các vị trí quản lý cấp cao trong các lĩnh vực khách sạn). Điều tra của họ cho thấy các kỹ năng cụ thể liên quan đến quản lý khách sạn và phục vụ ăn uống đã trở nên ít quan trọng hơn trong những năm trở lại đây. Các nhà quản lý khách sạn có xu hướng nhận mình là người quản lý doanh nghiệp thay vì là các chuyên gia về khách sạn và ăn uống. Bên cạnh đó, các kỹ năng kỹ thuật có thể vẫn còn quan trọng đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ trong lĩnh vực phục vụ và khách sạn do nhu cầu quản lý thực hành. Hai tác giả khẳng định các nhà quản lý khách sạn chú trọng đến các năng lực lãnh đạo như: khả năng giữ mối quan hệ giữa các cá nhân, lãnh đạo, giao tiếp, trao quyền, công nghệ, khả năng thúc đẩy nhân viên, tài chính và đào tạo/phát triển.

Kay và Russette (2000) đã đề xuất ghép một phần mô hình của TAS và bổ sung các năng lực như: Kỹ thuật, quản lý hành chính và sáng tạo (Sandwith, 1993). Như vậy, theo Kay và Russette, mô hình năng lực nhà quản lý khách sạn sẽ gồm chín năng lực. Nghiên cứu nhấn mạnh có sự khác biệt trong cách nhìn nhận của các nhà quản lý theo cấp bậc về các tiêu chí xác định năng lực. Nhóm quản trị cấp cao cho rằng các tiêu chí như ngoại hình chuyên nghiệp, giao tiếp đỉnh đặc và trực diện

là quan trọng, đối lập với quan điểm nhóm quản trị cấp trung, cơ sở. Tesone và Ricci (2005), trong cuộc khảo sát các thành viên của Hiệp hội khách sạn và nhà nghỉ Trung tâm Florida đã đồng tình với quan điểm này, họ cũng cho rằng hình ảnh chuyên nghiệp (như: chải chuốt, trang phục và phong thái) là tiêu chí quan trọng để thành công ở ngành khách sạn.

Năm 2001, nghiên cứu của Nelson và Dopson chỉ ra mười kỹ năng và khả năng cần thiết hàng đầu đối với các nhà lãnh đạo khách sạn trong thiên niên kỷ mới. Cụ thể gồm: một là, xác định và giải quyết các vấn đề về quản lý; hai là, thể hiện khả năng lãnh đạo; ba là, kiểm soát chi phí hiệu quả; bốn là, phát triển mối quan hệ khách hàng tích cực; năm là, điều chỉnh tổ chức để đáp ứng nhu cầu của khách hàng; sáu là, huấn luyện nhân viên, bảy là, quản lý tình huống khủng hoảng; tám là, giải quyết các vấn đề của khách hàng; chín là, phát triển quan hệ nhân viên tích cực; mười là, thể hiện kỹ năng giao tiếp bằng miệng hiệu quả.

Sau đó, năm 2003, Chung-Herrera và cộng sự đã thực hiện một nghiên cứu nhằm kiểm tra mức độ quan trọng của các năng lực của các nhà quản lý cấp cao khách sạn. Dựa trên khảo sát của các giám đốc điều hành khách sạn, họ báo cáo rằng tự quản lý là năng lực quan trọng nhất trong các năng lực của nhà quản lý cấp cao khách sạn. Kiến thức và kỹ năng chuyên ngành đạt được thứ hạng thấp trong nghiên cứu của họ. Họ giải thích rằng kiến thức và kỹ năng của ngành cụ thể là chuyên môn trong ngành có thể có được học trong khi kỹ năng tự quản lý, thường là một phần vốn có của tính cách và cách tự quản lý của một nhà lãnh đạo. Do vậy, nếu như nhà lãnh đạo không có tính cách và cách tự quản lý phù hợp thì rất khó hình thành, điều chỉnh trong giai đoạn ngắn.

Bên cạnh đó, Kay và Moncarz (2004) lưu ý rằng KSAs cho giám đốc điều hành khách sạn thay đổi theo cấp quản lý, mỗi cấp quản lý sẽ có cách nhìn khác nhau về mô hình năng lực. Các nhà quản lý cấp cao được khảo sát đánh giá thấp tầm quan trọng của kiến thức về công nghệ thông tin, trong khi các nhà quản lý cấp trung cho rằng đó là một kiến thức quan trọng. Các nhà quản lý cấp cao đề cao tầm quan trọng của năng lực quản lý tài chính, quan điểm này ngược lại ở nhóm cấp trung.

Một nghiên cứu khác đã khảo sát các tổng giám đốc của các khách sạn cao cấp ở Bắc Mỹ và chỉ ra rằng các nhóm năng lực quan trọng đối với quản lý khách sạn là: lắng nghe hiệu quả, huấn luyện nhân viên, cung cấp phản hồi và quản lý các vấn đề (Brownell, 2004). Ngoài ra, xây dựng mối quan hệ, lãnh đạo, đáng tin cậy, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng ra quyết định, tính linh hoạt, quản lý tài chính và tư duy chiến lược được coi là những yếu tố cần thiết cho thành công trong tương lai. Cá nhân nhà lãnh đạo cũng cần có các đặc điểm quan trọng như: làm việc chăm chỉ, đáng tin cậy nhận. Năm 2007, Naree Weerakit chứng minh các yếu tố tạo nên năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn gồm: năng lực lãnh đạo; khả năng tạo động lực; định hướng chiến lược; khả năng lập kế hoạch và thực hiện; khả năng xây dựng đội ngũ và đạo đức; khả năng truyền thông; linh hoạt; quan tâm đến cộng đồng; quản lý các bên có liên quan; khả năng chấp nhận rủi ro và khả năng tạo ra thách thức với nhân viên. Trong đó khẳng định, vị trí càng cao thì năng lực lãnh đạo càng có vai trò quan trọng hơn. Một số kỹ năng nhà quản lý khách sạn cần bổ sung trong bối cảnh hiện nay là: năng lực giao tiếp, năng lực quan hệ khách hàng, năng lực liên quan đến máy tính và năng lực quản lý an ninh và an toàn khách sạn (Johanson, 2011). Nghiên cứu của Jeou-Shyan và cộng sự (2011) lại xác định có 17 năng lực tạo nên năng lực của nhà quản lý cấp cao, được chia thành hai nhóm: năng lực chung và năng lực kỹ thuật.

Dựa vào các nghiên cứu được tổng quan nêu trên, có thể lập luận rằng nhu cầu về phong cách quản lý lãnh đạo tăng lên, thay vì phong cách quản lý giám sát và kiểm soát (Raybould & Wilkins, 2006). Các nghiên cứu đã phản ánh sự thay đổi vai trò của các nhà quản lý khách sạn và nhấn mạnh tầm quan trọng ngày càng lớn của các kỹ năng quản lý chiến lược và công ty (Gilbert & Guerrier, 1997; Raybould & Wilkins, 2006) và giảm tầm quan trọng của kỹ năng vận hành và kỹ thuật (TAS và cộng sự, 1996; Raybould & Wilkins, 2006). Trong các tài liệu gần đây, có ý kiến cho rằng hiện tại, các nhà quản lý tập trung vào các kỹ năng quản lý dịch vụ để tạo ra mức độ vượt trội của dịch vụ khách hàng - một lợi thế cạnh tranh quan trọng. Do đó, các nhà quản lý khách sạn cần sở hữu các kỹ năng hay năng lực lãnh đạo để có thể tạo ra một mức độ cam kết quan trọng đối với chất lượng dịch vụ giữa các nhân viên, tạo hình ảnh tốt với khách hàng.

Thứ ba, tổng quan nghiên cứu về các tiêu chí đánh giá kết quả đầu ra hoạt động lãnh đạo của CEO khách sạn (kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn)

Mối quan hệ giữa kết quả hoạt động doanh nghiệp với năng lực nhà quản trị là một phạm trù được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Để đo lường năng lực nhà quản trị hay đánh giá kết quả đầu ra hoạt động lãnh đạo của CEO, người ta thường căn cứ vào kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Finkelstein và cộng sự (1990) đo lường hoạt động của doanh nghiệp thông qua các chỉ số tài chính và thị trường. Maani và cộng sự (1994, 1995) đo lường kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp dựa trên các chỉ tiêu: thị phần, lợi nhuận/ doanh thu, lợi nhuận trên tài sản. Dean (1998) đồng ý với quan điểm này, tuy nhiên ông không đưa thị phần như một tiêu chí cần xem xét. Podsakoff và cộng sự (1996) bổ sung chỉ số về chất lượng sản phẩm là tiêu chí thể hiện kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Một số nhà nghiên cứu khác lại khẳng định có hai chỉ tiêu đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là doanh thu và lợi nhuận (Huang và cộng sự, 1997; Heffernan và cộng sự, 2000). Truss (2001) tuyên bố xác định kết quả kinh doanh cần dựa trên giá trị lợi nhuận/ từng lao động và lợi nhuận/ tài sản. Bansal và Cleland (2003) đưa tiêu chí về sự thay đổi giá trị cổ phiếu là yếu tố quan trọng quyết định kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, tiêu chí được nhiều sự đồng thuận nhất trong xác định kết quả hoạt động kinh doanh gồm: doanh thu, lợi nhuận, thị phần của doanh nghiệp.

3. CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO CỦA CEO KHÁCH SẠN

Đánh giá được hiểu là đưa ra những nhận định mang tính tổng hợp về các thông tin, dữ kiện về một chủ thể (đối tượng) nào đó, có thể đo lường được qua các kỳ kiểm tra/lượng giá và kết thúc bằng cách đối chiếu, so sánh với những tiêu chuẩn đã được xác lập rõ ràng trước đó. Nghiên cứu về hoạt động đánh giá đối với người lao động trong doanh nghiệp thông thường gồm: đánh giá mức độ hoàn thành công việc và đánh giá năng lực. Đánh giá nhân sự trong doanh nghiệp là quá trình phức tạp hướng tới việc đo lường kết quả công việc đối với nhân viên trong doanh nghiệp. Trong đó, nhiều nghiên cứu cho rằng đánh giá nhân sự trong doanh nghiệp hướng tới việc giúp cho nhân viên/nhà quản lý đạt được kết quả tốt hơn trong công việc, cải thiện năng lực của nhân viên/nhà quản lý. Lê Quân (2011) cũng đưa ra kết luận rằng đánh giá năng lực và đánh giá hoàn thành công việc không thể tách rời bởi vì năng lực được thể hiện khá rõ thông qua các thành tích đạt được trong giai đoạn trước đó.

Bảng 2: Các tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn

STT	Tiêu chí đánh giá	Nguồn
1. Nhóm tiêu chí xuất phát từ yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn		
1	Có tầm nhìn	Zaccaro (2004), Bass (2008)
2	Có khả năng thúc đẩy và truyền cảm hứng	Bass (2008)
3	Thích ứng và linh hoạt	Bass (2008)
4	Dám chịu trách nhiệm	Bass (2008)
5	Đáng tin cậy	Bass (2008), Brownell (2004)
6	Sự nhạy cảm/đồng cảm	Bass (2008), Zaccaro (2004), Brownell (2004)
7	Có đạo đức	Bass (2008)
8	Sáng tạo	Zaccaro (2004)
9	Định hướng chiến lược cho khách sạn	Raybould & Wilkins (2006), Jeou-shyan và cộng sự (2011)
10	Chấp nhận thử thách	Zaccaro (2004), Trần Thị Phương Hiền (2014)
11	Tạo dựng được sự chia sẻ	Kouzes (2002), Trần Thị Phương Hiền (2014)
12	Phát triển nhân viên	Kouzes (2002), Brownell (2004), Trần Thị Phương Hiền (2014), Kay and Moncarz (2007), Jeou-shyan và cộng sự (2011)
13	Làm gương cho cấp dưới	Kouzes (2002), Trần Thị Phương Hiền (2014)
14	Kiến thức chuyên môn	Chung-Herrera và cộng sự (2003); Kay and Russette (2000); Jeou-shyan và cộng sự (2011)
15	Kiến thức về lãnh đạo	Trần Thị Vân Hoa (2011), Trần Thị Phương Hiền (2014)

2. Các tiêu chí xuất phát từ đầu ra của hoạt động lãnh đạo của CEO - kết quả hoạt động của khách sạn		
16	Mục tiêu thị phần	Maani và cộng sự (1994, 1995)
17	Mục tiêu doanh thu	Huang và cộng sự (1997); Heffernan và cộng sự (2000)
18	Mục tiêu về lợi nhuận	Huang và cộng sự (1997); Heffernan và cộng sự (2000)
19	Xu hướng tăng trưởng thị phần, doanh thu, lợi nhuận	Trần Thị Phương Hiền (2014)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Căn cứ vào tổng quan nghiên cứu nêu trên và nhiệm vụ của một CEO khách sạn, bài viết cho rằng bộ tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn gồm 19 tiêu chí đơn lẻ (bảng 2). Nhóm tiêu chí đánh giá đầu tiên căn cứ vào yếu tố cấu thành năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn. Có thể nhóm các tiêu chí này thành các nhóm lớn: tố chất lãnh đạo, hành động lãnh đạo và kiến thức lãnh đạo của CEO khách sạn. Tố chất lãnh đạo là những tính cách cá nhân đặc thù cần thiết để tạo điều kiện cho cá nhân CEO để có thể lôi cuốn, gây ảnh hưởng,... khiến cho người lao động nghe và làm theo. Các tố chất quan trọng cần thiết cho một CEO khách sạn có thể bao gồm: có tầm nhìn, có khả năng thúc đẩy và truyền cảm hứng, dám chịu trách nhiệm, đáng tin cậy, có sự nhạy cảm/đồng cảm với người lao động - thông minh cảm xúc, có đạo đức và sáng tạo. Với nhiệm vụ giao tiếp với khách hàng, tạo dựng mối quan hệ tốt với khách hàng nên thông minh cảm xúc là tố chất được nhấn mạnh. Các hành động cần thiết của CEO khách sạn có thể kể đến là: định hướng chiến lược cho khách sạn, chấp nhận thử thách, tạo dựng được sự chia sẻ, phát triển nhân viên và làm gương cho cấp dưới. Các hành động của lãnh đạo này sẽ góp phần tạo mối quan hệ giao tiếp, xây dựng kế hoạch cho hoạt động kinh doanh của khách sạn, thúc đẩy mọi người làm việc tốt hơn, cơ chế khen thưởng công bằng, khuyến khích sự đổi mới, tìm kiếm cách thức đổi mới để cải thiện hoạt động của khách sạn,... Cuối cùng là kiến thức của lãnh đạo, đây là phạm trù rất khó đánh giá và đưa vào trở thành tiêu chí đánh giá. Bài viết cho rằng sẽ có hai nhóm kiến thức cần có để hình thành nên năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn là: kiến thức lãnh đạo gồm kiến thức về dự báo, kiến thức về chiến lược kinh doanh, nguồn nhân lực, quản trị rủi ro,... (Trần Thị Vân Hoa, 2011) và kiến thức chuyên môn gồm quản lý thương mại, quản lý lưu trú, quản lý thực phẩm, dịch vụ du lịch (Chung Herrera và cộng sự, 2003).

Ngoài vấn đề trên bài viết cho rằng đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn cũng cần dựa trên kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn. Nhiều nghiên cứu xác định chỉ số về thị trường và thị phần của doanh nghiệp phản ánh khả năng thu lợi của doanh nghiệp trong hiện tại và tương lai. Còn chỉ số tài chính luôn là chỉ số truyền thống đo lường kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Với cách thống kê và số liệu thống kê hiện nay có được từ các đơn vị thống kê, để xác định kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn nên dùng ba chỉ số: doanh thu, lợi nhuận và thị phần. Có thể sử dụng các chỉ số này để xem xét mối quan hệ giữa năng lực lãnh đạo của CEO khách sạn và kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn. Theo góc độ tiếp cận của mình, bài viết cho rằng các chỉ tiêu phù hợp để đo lường kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn gồm việc đạt mục tiêu doanh thu, lợi nhuận, thị phần và xu hướng tăng trưởng của ba yếu tố này trong một giai đoạn nhất định sử dụng để đánh giá.

4. KẾT LUẬN

Ngành du lịch nói chung, ngành khách sạn nói riêng đang ngày càng phát triển với tốc độ nhanh. Cùng với đó là yêu cầu về số lượng và chất lượng nhân sự phù hợp để đảm đương nhiệm vụ quản lý kinh doanh. Một trong những người có vai trò đảm đương chính nhiệm vụ quan trọng đó là CEO khách sạn. Do vậy, việc xác định các tiêu chí đánh giá năng lực lãnh đạo của CEO rất cần thiết trong bối cảnh này. Các tiêu chí đánh giá phần nào giúp khách sạn nhận định chính xác hơn về năng lực lãnh đạo của người đứng đầu. Từ đó, họ có thể có định hướng đào tạo, nâng cao năng lực lãnh đạo của nhân sự cũ hoặc tuyển dụng nhân sự mới phù hợp hơn. Đây cũng là bộ tiêu chí hữu ích cho các CEO khách sạn trong việc tự đánh giá và nâng cao năng lực của chính mình. Như vậy, ở một khía cạnh nào đó, việc xác định tiêu chí đánh giá năng lực nhân sự cụ thể là năng lực lãnh đạo của

CEO khách sạn một cách gián tiếp sẽ góp phần thúc đẩy nâng cao năng lực để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của công việc của CEO, phát triển khách sạn và ngành du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

1. Phạm Công Đoàn (2010), *Nâng cao năng lực đội ngũ giám đốc điều hành trong các doanh nghiệp thương mại nhà nước hiện nay*, Đề tài khoa học cấp Bộ.
2. Trần Thị Phương Hiền (2014), *Năng lực lãnh đạo của đội ngũ CEO Việt Nam (Khảo sát nghiên cứu ở Hà Nội)*, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
3. Trần Thị Vân Hoa (2011), *Nâng cao năng lực lãnh đạo của các giám đốc điều hành doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài khoa học cấp bộ, ĐH Kinh tế Quốc dân.
4. Ngô Quý Nhâm (2015), *Khung năng lực và ứng dụng trong quản trị nhân sự*, Kỷ yếu hội thảo thường niên HRA “Khung năng lực - Xu hướng ứng dụng trong bối cảnh hội nhập”.
5. Lê Quân, Nguyễn Quốc Khánh (2012), *Đánh giá năng lực giám đốc điều hành của doanh nghiệp nhỏ Việt Nam qua mô hình ASK*, Tạp chí khoa học ĐHQGHN
6. Hoàng Văn Thành (2016), *Tâm lý quản trị kinh doanh*, NXB Thống kê

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

7. Bernard M. Bass (1960), *Leadership, Psychology, and Organizational Behavior*, NXB Harper and Brothers.
8. Bernard M. Bass (1990), *Bass & Stogdill handbook of leadership: Theory, research and managerial applications*, New York: Free Press.
9. Bernard M. Bass, Russ Bass (2008), *The Bass Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications 4th Edition*, Free Press Publisher.
10. Benjamin Samuel Bloom (1956), *Taxonomy of Educational Objectives*, Allyn and Bacon, Boston, MA xuất bản, bản quyền của Pearson Education (1984).
11. Donald J. Campbell, Gregory J. Dardis, *The “Be, Know, Do” Model of leader Development*, Human Resource Planning, vol 27, no.2
12. Doh, J.P (2003), *Can leadership be taught? Perspectives from management educators*, Academy of Management learning and Educations 2, no.1.
13. Chung-Herrera et. al (2003), *Grooming Future Hospitality Leaders: A competencies model*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 44(3), 17-25.
14. Gilbert, D., & Guerrier, Y. (1997), *UK hospitality managers past and present*, Service Industry Journal, 17(1), 115-132.
15. Horng Jeou-Shyan et. al (2011), *Competency analysis of top managers in the Taiwanese hotel industry*, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 30, Issue 4, December 2011, Pages 1044-1054.
16. Kay, C. & Russette, J. (2000), *Hospitality-Management Competencies: Identifying managers' essential skills*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 41(2), 52-63.
17. Kay, C., & Moncarz, E. (2004), *Knowledge, skills, and abilities for lodging management success*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 45(3), 285-298.
18. Kouzes, JM and Posner, BZ (2002), *the leadership challenge*, San Francisco: Jossey - Bass.
19. Misty Johanson, Richard Ghiselli, Linda J. Shea and Chris Roberts (2011), *Changing Competencies of Hospitality Leaders: A 25-Year review*, Journal of Hospitality & Tourism Education.
20. Naree Weerakit (2007), *Leadership competencies required for future hotel general managers' success in Thailand*, Proquest Information & Learning Company.
21. Nelson, A., & Dopson, L. (2001), *Future of Hotel Education: Required skills and knowledge for graduates of U.S. hospitality programs beyond the year 2000 - Part I*, Journal of Hospitality & Tourism Education, 13(5), 58-64.
22. Sandwith, P. (1993), *A hierarchy of management training requirements: The competency domain model*, Public Personnel Management, Vol.22, No.1, pp.43-62.

23. Tas, R. (1988), *Teaching future managers*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 29(2), 41-43.
24. Tas, R. E., LaBrecque, S. V., & Clayton, H. R. (1996), *Property-management competencies for management trainees*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 37(4), 90-96.
25. Zaccaro, S. J. (2004). *Leadership*. In C. Peterson & M. E. P. Seligman (Eds.), *Character strengths and virtues* (pp. 413-428), Oxford University Press and American Psychological Association.

KHUNG NĂNG LỰC PHÁT TRIỂN CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC QUẢN TRỊ TẠI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH QUỐC TẾ

ThS. Trần Thị Kim Anh
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Trong bối cảnh nền kinh tế quốc tế hiện nay, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt, do vậy lợi thế cạnh tranh sẽ thuộc về doanh nghiệp nào có đội ngũ nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là nhân lực quản trị. Nhân lực quản trị có vai trò rất quan trọng trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, họ có tính quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Ngày nay, khi mà vốn và công nghệ trở nên dễ dàng tiếp cận với mọi doanh nghiệp thì lợi thế cạnh tranh bền vững sẽ đến từ năng lực của tổ chức. Bởi thế mỗi quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp là cần nâng cao năng lực cho các nhà quản trị trên cơ sở ứng dụng mô hình khung năng lực. Với cách tiếp cận vấn đề như vậy, mục tiêu của bài viết nhằm giới thiệu khái quát về khung năng lực, phát triển nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trên cơ sở đó xây dựng khung năng lực phát triển chất lượng nhân lực quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế.

Từ khóa: Năng lực, khung năng lực, nhân lực quản trị, phát triển nhân lực

1. TỔNG QUAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về khung năng lực là một chủ đề được nhiều học giả nước ngoài quan tâm. Trong đó, các đề tài tập trung làm rõ mô hình khung năng lực trong quản trị nhân sự như nghiên cứu của tác giả Boyatzis (1982) đã chỉ ra sự ứng dụng mô hình khung năng lực trong phát triển năng lực lãnh đạo, quản lý nhằm xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp. Đã có nhiều công trình khoa học giá trị ở khắp các quốc gia trên thế giới tập trung nghiên cứu về năng lực lãnh đạo, quản lý trong doanh nghiệp, tổ chức. Có thể kể đến nghiên cứu của tác giả Spencer và Spencer (1993) được nhóm tác giả Dainty và cộng sự (2005) phát triển để xây dựng khung năng lực. Ngoài ra, có các nghiên cứu của nhóm nhà khoa học từ Mỹ như Chung-Herrera và cộng sự (2003), nhóm nhà khoa học từ Hàn Quốc như Kang và cộng sự (2015), nhóm nhà khoa học từ Trung Quốc như Xuejun và Wang (2009), nhóm nhà khoa học từ Đài Loan như Jeou-Shyan và cộng sự (2011), nghiên cứu của Megahed (2015)... Như vậy, tiếp cận khoa học về năng lực và khung năng lực với đối tượng lãnh đạo, quản lý trong doanh nghiệp đã được công nhận ở nhiều quốc gia trên thế giới. Bên cạnh đó, quản trị dựa trên năng lực được xem là một lý thuyết quản trị nhân sự hiện đại và được nhiều trường Đại học, Trung tâm nghiên cứu cũng như các học giả nước ngoài quan tâm với những công trình có giá trị. Cụ thể, Đại học Harvard đưa ra từ điển năng lực Harvard (2008), tổ chức tư vấn Hay Group xuất bản từ điển Hay Group (2004), tác giả Seema Sanghi đưa ra cuốn sổ tay năng lực (2007)... Ở trong nước, bản về vấn đề này cũng thu hút được sự quan tâm của nhiều học giả như: nghiên cứu của Trần Kiều Trang (2012), trong đó xác định năng lực của chủ doanh nghiệp trong các doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam theo mô hình năng lực ASK (*Attitude - Skills - Knowledge*). Bên cạnh đó, tác giả Lê Quân (2015) với công trình nghiên cứu Lãnh đạo doanh

ngành Việt Nam đã tập trung làm rõ khung năng lực bao gồm tiếp cận xây dựng khung năng lực và khung năng lực lãnh đạo doanh nghiệp. Năm 2014, tác giả Mai Thanh Lan và Tạ Huy Hùng đã xây dựng khung năng lực với nhà quản trị cấp cao trong doanh nghiệp giai đoạn tái cấu trúc ở Việt Nam. Phạm Công Đoàn (2010) đã nghiên cứu triển khai ứng dụng khung năng lực vào hoạt động đánh giá năng lực các CEO trong các doanh nghiệp thương mại. Bên cạnh đó, tác giả Ngô Quý Nhân (2015) đã đưa ra nghiên cứu “Khung năng lực và ứng dụng trong hoạt động quản trị nhân sự” đăng trong kỷ yếu hội thảo “Khung năng lực - Xu hướng ứng dụng trong bối cảnh hội nhập”, với nội dung giới thiệu về khung năng lực và ứng dụng trong công tác đánh giá (quản lý thành tích)...

Bàn về phát triển nhân lực, đã có nhiều công trình nghiên cứu của các tác giả nước ngoài đề cập đến. Các nghiên cứu tập trung chủ yếu vào khái niệm, vai trò và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển nhân lực, có thể kể đến như: nghiên cứu của Jerry W. Gilley và các đồng sự (2002); Leonard Nadler (1984); Henry J. Sredl & William J. Rothwell (1997); Gilley (2000); Swanson, R.A (2001)... Ở trong nước, có thể đề cập tới một số công trình tiêu biểu của các tác giả như: Bùi Văn Nhơn (2006); Nguyễn Ngọc Quân, Nguyễn Văn Điềm (2012); Trần Xuân Cầu và Mai Quốc Chánh (2012); Bùi Thị Thanh (2005); Trần Kim Dung (2009); Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2012); Hoàng Văn Hải, Vũ Thùy Dương (2010). Các công trình này cũng khái quát được những vấn đề cơ bản của phát triển nhân lực trong doanh nghiệp như khái niệm, vai trò, phương pháp và nội dung của phát triển nhân lực.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

- Nguồn dữ liệu: Việc thu thập các thông tin phục vụ cho bài viết nghiên cứu được tác giả tìm kiếm từ các tài liệu như sách, bài báo, tạp chí và các công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước về khung năng lực, phát triển nhân lực tại các doanh nghiệp. Các dữ liệu này được sử dụng nhằm làm rõ cơ sở lý luận về khung năng lực, phát triển nhân lực quản trị, từ đó xây dựng khung năng lực phát triển chất lượng nhân lực quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế.

- Phân tích dữ liệu: Từ những dữ liệu thứ cấp thu thập được, tác giả tiến hành nghiên cứu, tổng hợp và phân loại các thông tin theo từng nội dung cụ thể để dễ dàng hơn trong quá trình sử dụng thông tin.

2. NĂNG LỰC VÀ KHUNG NĂNG LỰC

2.1. Năng lực

Năng lực là một thuật ngữ được sử dụng khá thường xuyên đặc biệt trong lĩnh vực quản lý và phát triển nhân lực. Đến nay có khá nhiều khái niệm liên quan đến năng lực với nhiều cách tiếp cận khác nhau.

Thuật ngữ “năng lực” đã được sử dụng lần đầu trong nghiên cứu của McClelland (1973) khi tác giả sử dụng thuật ngữ này như một dấu hiệu quan trọng của việc thực hiện công việc. Và đến cuối những năm 1980, thuật ngữ “năng lực” trở thành một trong những trào lưu của các nhà khoa học. Theo định nghĩa của Boyatzis (1982), năng lực được mô tả gồm các đặc tính cơ bản của một cá nhân, liên quan một cách hệ lụy đến thành tích công việc vượt trội. Dubios (1998) thì định nghĩa năng lực là những đặc điểm như kiến thức, kỹ năng, tư duy, tư tưởng... được sử dụng riêng biệt hoặc kết hợp với nhau sẽ mang lại thành công trong công việc. Một định nghĩa khác thường được sử dụng cho rằng năng lực là một công cụ để xác định, mô tả các kỹ năng, kiến thức, thuộc tính cá nhân, và những hành vi cần thiết để thực hiện công việc hiệu quả và giúp tổ chức đạt được các mục tiêu chiến lược đã đề ra (Lucia & Lespinger, 1999). Thậm chí, năng lực bao gồm cả những khả năng bên trong và bên ngoài, những môi trường, và những mối quan hệ liên quan đến công việc hoặc nghề nghiệp (Boyatzis, 1982 và Fogg, 1999). Hay năng lực là các phẩm chất và hành vi thể hiện thái độ của cá nhân với công việc, động cơ, cũng như những tố chất cần có để đảm nhận tốt công việc. Các phẩm chất cũng được xác định phù hợp với vị trí công việc (Harrow, 1972). Hay các phẩm chất thường bao gồm những nhân tố thuộc về thế giới quan tiếp nhận và phản ứng lại các thực tế, xác định giá trị, giá trị ưu tiên (Barrows, 2010). Như vậy, một cách chung nhất, có thể định nghĩa: *Năng lực (competency) là thái độ, kỹ năng, kiến thức (ASK - Attitudes, Skills, Knowledge) giúp cá nhân hoàn thành công việc được giao* (Benjamin Bloom, 1985).

Thông thường, một năng lực được xác định gồm có các thành phần sau: nhóm năng lực, tên năng lực, định nghĩa về năng lực, các cấp độ năng lực.

- Nhóm năng lực: gồm các năng lực có những đặc điểm, thuộc tính đồng nhất hoặc tương tự nhau.

- Tên năng lực: đặt tên cho từng năng lực cụ thể.

- Định nghĩa về năng lực: mô tả một cách khái quát nhất năng lực là gì, giải thích khái niệm cơ bản nhất về năng lực.

- Các cấp độ năng lực: Mỗi năng lực gồm nhiều cấp độ (thường là 3 đến 5 cấp độ). Mỗi cấp độ sẽ được mô tả cụ thể dưới dạng một tập hợp các biểu hiện nhận biết phục vụ công tác đánh giá năng lực. Cấp độ sau bao gồm các năng lực của cấp độ trước đó. Thông thường, cấp độ 1 được hiểu là sơ cấp; cấp độ 2 được hiểu là cơ bản; cấp độ 3 được hiểu là đáp ứng yêu cầu; cấp độ 4 và 5 là chuyên sâu, chuyên gia (Bolden, 2003).

Theo nghiên cứu của Spencer & Spencer (1993), dựa trên các tiêu chí về kết quả thực hiện công việc, các loại năng lực có thể được phân làm hai nhóm: (1) Nhóm năng lực cơ bản là các đặc tính cần thiết thường bao gồm kiến thức, các kỹ năng cơ bản mà nhân viên nào cũng cần phải có để có thể làm việc hiệu quả ở mức tối thiểu nhất, nhưng các đặc tính này không giúp phân biệt được những nhân viên xuất sắc với những nhân viên trung bình; (2) Nhóm năng lực khác biệt: các yếu tố thuộc nhóm năng lực này sẽ giúp phân loại được nhân viên xuất sắc với những nhân viên trung bình. Trong khi đó, Carrol (1993) lập luận rằng năng lực thường được tổ chức thành ba loại chính, gồm: (1) Năng lực cốt lõi: là các năng lực cần thiết cho tất cả các vị trí, bao gồm kỹ năng và khả năng mà tất cả nhân viên phải có để đạt được mục tiêu của tổ chức; (2) Năng lực lãnh đạo/ quản lý: nhóm này bao gồm các năng lực có liên quan đến việc dẫn dắt tổ chức và lãnh đạo nhân viên để đạt được các mục tiêu có liên quan đến quản lý, giám sát và phát triển con người. Nhóm năng lực này chính là năng lực quản lý và lãnh đạo, chỉ dành cho nhà quản lý và lãnh đạo; (3) Năng lực chuyên môn/ chức năng: là các kiến thức, kỹ năng và khả năng chuyên môn gắn với lĩnh vực cụ thể có vai trò thiết yếu trong việc hoàn thành các nhiệm vụ chuyên môn.

2.2. Khung năng lực

Bàn về khung năng lực, các nghiên cứu đã đưa ra nhiều cách nhìn nhận và định nghĩa khác nhau, như: Tác giả Mansfield (1996) định nghĩa khung năng lực là công cụ mô tả chi tiết và đặc thù về những hành vi và tính cách cần thiết của nhân viên để thực hiện hiệu quả công việc. Theo tác giả Noe (2010), khung năng lực bao gồm tên mỗi năng lực, hành vi thể hiện cho mỗi năng lực đó và cấp độ cần thiết của mỗi năng lực. Khung năng lực có thể được xem như là tập hợp của các năng lực cần thiết, các cấp độ năng lực, các biểu hiện hành vi cho các cấp độ với một số chức danh được xác định trong doanh nghiệp. Trong khi đó, nghiên cứu của Shanghi (2007) cho rằng khung năng lực mô tả sự kết hợp giữa kiến thức, kỹ năng và những đặc điểm cần thiết để thực hiện có hiệu quả vai trò của cá nhân/nhóm trong một tổ chức và được coi như công cụ trong quản trị nhân lực để thực hiện tuyển dụng, đào tạo và phát triển, đánh giá thành tích.

Cấu trúc phổ biến nhất thường được sử dụng của khung năng lực thể hiện ở hình 1.1. ASK là mô hình được sử dụng rất phổ biến trong quản trị nhân sự nhằm đào tạo và phát triển năng lực cá nhân. Mô hình này đưa ra các tiêu chuẩn nghề nghiệp cho các chức danh công việc trong tổ chức dựa trên ba nhóm tiêu chuẩn chính: Phẩm chất hay thái độ (Attitude), Kỹ năng (Skills) và Kiến thức (Knowledges). Benjamin Bloom (1956) được coi là người đưa ra những phát triển bước đầu về ASK, với ba nhóm năng lực chính bao gồm:

- Kiến thức: được hiểu là những năng lực về thu thập thông tin dữ liệu, năng lực hiểu các vấn đề (comprehension), năng lực ứng dụng (application), năng lực phân tích (analysis), năng lực tổng hợp synthethis), năng lực đánh giá (evaluation). Đây là những năng lực cơ bản mà một cá nhân cần hội tụ khi tiếp nhận một công việc. Công việc càng phức tạp thì cấp độ yêu cầu về các năng lực này càng cao. Các năng lực này sẽ được cụ thể hóa theo đặc thù của từng doanh nghiệp.

- Kỹ năng: đây chính là năng lực thực hiện các công việc, biến kiến thức thành hành động. Thông thường kỹ năng được chia thành các cấp độ chính như: bắt chước (quan sát và hành vi khuôn mẫu), ứng dụng (thực hiện một số hành động bằng cách làm theo hướng dẫn), vận dụng (chính xác hơn với mỗi hoàn cảnh), vận dụng sáng tạo (trở thành phản xạ tự nhiên) (Dave, 1975).

- Thái độ: thường bao gồm các nhân tố thuộc về thế giới quan tiếp nhận và phản ứng lại các thực tế (receiving, responding to phenomena), xác định giá trị (valuing), giá trị ưu tiên. Các phẩm

chất và hành vi thể hiện thái độ của cá nhân với công việc, động cơ, cũng như những tố chất cần có để đảm nhận tốt công việc (Harrow, 1972). Các phẩm chất cũng được xác định phù hợp với vị trí công việc.

Trong đó, mỗi năng lực có thể được chia làm các cấp độ khác nhau biểu thị lần lượt các khả năng làm chủ năng lực đó (thông thường bao gồm 5 cấp độ). Mỗi cấp độ năng lực sẽ biểu thị độ rộng và chiều sâu của kiến thức và kỹ năng cấu thành nên năng lực đó.

- Cấp độ 1 (entry): biểu thị các kiến thức và kỹ năng ở mức độ sơ khai. Nếu được hướng dẫn thì cá nhân ở cấp độ này có thể vận dụng được năng lực trong một số trường hợp đơn giản.



Hình 1.1: Cấu trúc khung năng lực theo mô hình ASK

Nguồn: Bass & Stogdill, 1990

- Cấp độ 2 (basic): biểu thị các kiến thức và kỹ năng ở mức độ cơ bản. Nếu được hướng dẫn thì cá nhân ở cấp độ này có thể vận dụng được năng lực trong những trường hợp có đôi chút khó khăn nhất định, nhưng chủ yếu vẫn là những trường hợp thường gặp.

- Cấp độ 3 (inter): biểu thị các kiến thức và kỹ năng ở mức độ tương đối vững chắc. Cá nhân ở cấp độ này có thể vận dụng được năng lực trong phần lớn các trường hợp thường gặp mà không cần hướng dẫn.

- Cấp độ 4 (advanced): biểu thị các kiến thức và kỹ năng ở mức độ sâu rộng. Cá nhân ở cấp độ này có thể vận dụng được năng lực trong các trường hợp mới hay có sự thay đổi và ngoài ra, có thể hướng dẫn người khác thực thi công việc.

- Cấp độ 5 (expert): biểu thị các kiến thức và kỹ năng ở mức độ chuyên gia. Cá nhân ở cấp độ này có thể vận dụng được năng lực trong hầu hết các tình huống phức tạp khác nhau, có thể xây dựng và phát triển các phương pháp tiếp cận, cách thức tiến hành hay chính sách mới trong lĩnh vực liên quan. Cá nhân này được thừa nhận với tư cách chuyên gia cả trong và/ hoặc ngoài tổ chức; có thể chủ trì hay định hướng việc hướng dẫn người khác.

3. PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC QUẢN TRỊ TẠI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH QUỐC TẾ

Bàn về nhân lực quản trị, ở trong nước đã có một số nghiên cứu đề cập tới, có thể kể đến như: Theo tác giả Trần Anh Tài (2013), nhà quản trị được hiểu là những người có quyền điều khiển, giám sát công việc của người khác, đồng thời chịu trách nhiệm về hoạt động công việc của cấp dưới. Phan Thăng và Nguyễn Thanh Hội (2010) cho rằng nhà quản trị có trách nhiệm chỉ huy, điều khiển, giám sát hoạt động của các người khác trong doanh nghiệp. Theo Lê Quân (2009), Đỗ Vũ Phương Anh (2017), Đặng Thị Hương (2013) cùng quan điểm cho rằng cán bộ quản lý là người nắm giữ các chức vụ quan trọng trong bộ máy quản lý của doanh nghiệp. Họ chịu trách nhiệm đưa ra các quyết định quản trị và thực hiện nhiệm vụ hoạch định, tổ chức, chỉ đạo, kiểm soát nhằm thực hiện mục tiêu chung của doanh nghiệp. Nguyễn Thị Lan Anh (2012) thì quan niệm “Nguồn nhân lực quản trị doanh nghiệp là số nhân lực đảm nhận nhiệm vụ lãnh đạo và quản trị phát triển doanh nghiệp, là nhóm người có đầy đủ tư chất, kỹ năng và năng lực quản trị nhằm thực hiện tiến trình hoạch định, tổ chức, phối hợp con người, ra quyết định kinh doanh và quản lý chiến lược doanh nghiệp” [2, Tr.28].

Trong bối cảnh toàn cầu hóa với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, sự cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp, do đó nhu cầu phát triển một đội ngũ nhân lực quản trị sáng tạo và hiệu quả cho các doanh nghiệp lữ hành quốc tế trở thành chủ đề được quan tâm đặc biệt. Theo đó, phát triển nhân lực được hiểu một cách phổ quát là đào tạo nâng cao năng lực cho các cá nhân để hoàn thành các nhiệm vụ hiện tại và tương lai. Hay Swanson (2001) cho rằng "phát triển nhân lực là quá trình phát triển và khai mở khả năng chuyên môn của con người thông qua hoạt động phát

triển tổ chức và đào tạo phát triển nhân viên vì mục đích tăng hiệu quả hoạt động". Bennis và Nanus (2004) định nghĩa “phát triển nhân lực là phát triển kỹ năng, nâng cao kiến thức và cải thiện thái độ cho các cá nhân trong tổ chức” [14, Tr.8]. Trần Xuân Cầu và Mai Quốc Chánh (2012) cho rằng phát triển nguồn nhân lực là quá trình phát triển thể lực, trí lực, nhân cách và tính năng động xã hội cao, đồng thời đảm bảo về số lượng, chất lượng và cơ cấu nhân lực hợp lý.

Đề cập tới nội dung phát triển nhân lực, có nhiều quan điểm tiếp cận khác nhau. Theo tác giả Nguyễn Ngọc Quân, Nguyễn Văn Điềm (2012) cho rằng nội dung phát triển nguồn nhân lực bao gồm ba loại hoạt động là: giáo dục, đào tạo và phát triển. Hoàng Văn Hải, Vũ Thùy Dương (2010) lại cho rằng phát triển nhân lực bao gồm bốn nội dung đó là: Phát triển về chuyên môn - kỹ thuật, phát triển về chính trị và lý luận, phát triển về văn hóa doanh nghiệp, phát triển về phương pháp công tác. Nguyễn Tiến Dũng (2017) trong nghiên cứu của mình đã chỉ ra rằng nội dung phát triển nhân lực được phát triển theo chiều rộng và chiều sâu. Trong đó, phát triển theo chiều rộng là đánh giá thông qua số lượng nhân lực; phát triển theo chiều sâu là phát triển về chất lượng thông qua các tiêu chí như sức khỏe, kiến thức, kỹ năng, phẩm chất. Còn Nguyễn Thế Phong (2010) cho rằng nội dung phát triển nguồn nhân lực chủ yếu tập trung vào: phát triển về quy mô và cơ cấu, phát triển về mặt chất lượng bao gồm trí lực, thể lực, tâm lực.

Phát triển nhân lực quản trị là một trong những nội dung rất quan trọng trong hoạt động quản trị nhân lực hiện đại của doanh nghiệp. Để phát triển nhân lực quản trị doanh nghiệp cần có hình thức triển khai, cách thức thực hiện cùng với những giải pháp, chính sách nhằm nâng cao kỹ năng, năng lực quản trị đáp ứng trong từng giai đoạn phát triển của doanh nghiệp. Nguyễn Thị Lan Anh (2012) cho rằng “Phát triển nguồn nhân lực quản trị doanh nghiệp chính là nhằm tạo ra một đội ngũ các nhà quản trị doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng để thúc đẩy các doanh nghiệp phát triển, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế” [2, Tr.34]. Theo tác giả nguồn nhân lực quản trị được phát triển dựa trên hai nguồn: trong nội bộ doanh nghiệp và từ thị trường lao động.

Với đặc điểm của doanh nghiệp lữ hành quốc tế và đặc điểm của nhân lực quản trị trong doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trong phạm vi bài viết, có thể hiểu: Phát triển nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế chính là hoạt động quy hoạch, tuyển dụng, bố trí và sử dụng, đào tạo, đãi ngộ nhằm tạo ra sự thay đổi về số lượng, cơ cấu và chất lượng nhân lực quản trị trong doanh nghiệp. Với yêu cầu đáp ứng đầy đủ các kiến thức, kỹ năng và thái độ cho đội ngũ nhân lực quản trị nhằm tăng khả năng phát triển của tổ chức và cá nhân.

4. XÂY DỰNG KHUNG NĂNG LỰC PHÁT TRIỂN CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC QUẢN TRỊ TẠI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH QUỐC TẾ

Nghiên cứu của Boyatzis (1982) có thể được xem là một trong những nghiên cứu đầu tiên về năng lực lãnh đạo, quản lý khi tác giả công bố khung năng lực đối với nhà lãnh đạo, quản lý hiệu quả. Trong khoảng 10 năm sau công bố của Boyatzis, nhiều học giả đã nghiên cứu và phát triển để tìm ra khung năng lực cần có của một nhà lãnh đạo, quản lý. Trong đó, có 3 cách tiếp cận chính để xây dựng khung năng lực. Thứ nhất, theo tiếp cận của Mansfield (1996), Morrison (2000), Chung-Herrera (2003) cho rằng khung năng lực lãnh đạo, quản lý gồm những kiến thức, kỹ năng, phẩm chất cần thiết đối với lãnh đạo, quản lý tại vị trí đó. Như vậy, các tác giả đề xuất các năng lực phải gắn với một vị trí hay một nhiệm vụ cụ thể. Do đó, khi tiến hành xây dựng khung năng lực, trước tiên phải xác định xây dựng cho vị trí nào. Thứ hai, đề cập tới xây dựng khung năng lực chung cho nhóm công việc. Như vậy, lãnh đạo, quản lý cùng một cấp sẽ có chung một khung năng lực. Thứ ba, khung năng lực có thể được xây dựng dựa trên 2 nhóm chính gồm: năng lực chung và năng lực chuyên môn gắn với đặc thù công việc.

Bảng 1.1: Các quan điểm về khung năng lực của nhà quản trị

Tác giả, năm	Nhóm năng lực/Năng lực
Boyatzis (1982)	Quản trị mục tiêu và hành động; Lãnh đạo; Quản trị nhân lực; Định hướng nhân viên; Kiến thức chuyên môn; Phát triển người khác.

Charters Woodruffe (1993)	Nhận thức thông tin; Tư duy nhanh nhạy; Xác lập tầm nhìn; Tổ chức công việc hiệu quả; Định hướng mục tiêu; Tự tin trong công việc; Khả năng lắng nghe, thấu hiểu; Tầm nhìn chiến lược; Hợp tác trong công việc hiệu quả (Dành cho nhà quản trị cấp cao)
Thornton & Byham (1982) (Dành cho nhà quản trị cấp cao)	Thuyết trình; Giao tiếp, thương lượng; Quản trị tổ chức; Nhạy cảm môi trường kinh doanh; Phát triển đội ngũ; Ủy nhiệm, ủy quyền; Lập kế hoạch và tổ chức; Lãnh đạo cá nhân và tập thể; Sự kiên trì, quyết tâm; Phân tích và giải quyết tình huống; Sáng tạo; Khả năng thích nghi; Chịu đựng áp lực; Làm việc độc lập; Nhiệt tình; Kiến thức kỹ thuật và chuyên môn; Tạo động lực làm việc
Hellriegel và cộng sự (2002)	Quản trị bản thân; Định hướng chiến lược; Nhận diện toàn cầu; Làm việc nhóm; Lập kế hoạch; Giao tiếp
Chung-Herrera và cộng sự (2003)	Quản trị bản thân; Định vị chiến lược; Năng lực thực thi; Tư duy phản biện; Giao tiếp; Tương tác; Lãnh đạo; Kiến thức ngành nghề
Dainty và cộng sự (2005)	Hướng kết quả; Tiên phong; Tìm kiếm thông tin; Quan tâm tới nhu cầu khách hàng; Tác động và gây ảnh hưởng; Khả năng dẫn dắt; Làm việc nhóm và phối hợp công việc; Lãnh đạo nhóm; Tư duy phân tích; Tư duy khái quát; Bình tĩnh; Linh hoạt
Cardy và Selvarajan (2006) (Dành cho nhà quản trị cấp trung)	Khả năng tư duy; Kỹ năng cá nhân; Khả năng thích nghi; Định hướng kết quả
Xuejun Qiao và Wang (2009) (Dành cho nhà quản trị cấp trung)	Xây dựng nhóm làm việc; Giao tiếp; Sự phối hợp; Thừa hành; Học hỏi không ngừng
Jeou-Shyan và cộng sự (2011) (Dành cho nhà quản trị cấp cao)	Năng lực chung bao gồm: Lãnh đạo; Quản trị khủng hoảng; Giải quyết vấn đề; Giao tiếp; Quan hệ cá nhân; Năng lực thực thi; Thái độ; Quản trị chiến lược; Quản trị bản thân; Sáng tạo; Ngoại ngữ; Khả năng phân tích; Văn hóa Năng lực chuyên môn kỹ thuật: Quản trị tài chính; Kinh doanh và marketing; Quản trị chuyên môn; Quản trị nhân lực; Quản lý thông tin
Quinn và cộng sự (2014)	Hướng dẫn; Hỗ trợ; Giám sát; Phối hợp; Định hướng; Giám sát quy trình; Sáng tạo; Kết nối
Lê Quân (2015)	Chuyên môn; Quản lý, điều hành; Quản trị và phát triển bản thân

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Phát triển chất lượng nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế thực chất là phát triển năng lực nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Khi nghiên cứu về khung năng lực đối với nhà quản trị doanh nghiệp, các nghiên cứu đã chỉ ra các nhóm năng lực cần thiết theo các cách tiếp cận khác nhau (xem Bảng 1.1).

Bảng 1.2: Tổng hợp các nhóm năng lực phản ánh chất lượng nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế

STT	Nhóm năng lực/năng lực	Căn cứ lý thuyết
1. Kiến thức		
1.1	Hiểu biết các kiến thức chuyên môn đặc thù theo công việc	Boyatzis, 1982; Thornton và Byham, 1982; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Từ điển năng lực Harvard, 2008; Sanghi, 2007; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Nada Megahed, 2015; Lê Quân, 2015

1.2	Hiểu biết luật pháp và các chính sách, quy định	Sanghi, 2007; Lê Quân, 2015
1.3	Hiểu biết về ngành nghề và đối thủ cạnh tranh	Sanghi, 2007; Lê Quân, 2015
1.4	Am hiểu tình hình chính trị - kinh tế - văn hóa - xã hội	Sanghi, 2007; Nada Megahed, 2015; Lê Quân, 2015
1.5	Có kinh nghiệm thực tế trong ngành du lịch	Đề xuất của tác giả
2. Kỹ năng		
2.1	Tư duy chiến lược	Từ điển năng lực Harvard; Woodruffe, 1993; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Sanghi, 2007; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015
2.2	Kỹ năng ra quyết định	Từ điển năng lực Harvard; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015; Nada Megahed, 2015; Theo TT số 05/2013/TT-BNV của Bộ Nội vụ
2.3	Kỹ năng giao tiếp	Từ điển năng lực Harvard; Thornton và Byham, 1982; Hellriegel và cộng sự, 2002; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Steven B.Wolff, 2005; Sanghi, 2007; Xuejun Qiao và Wang.W, 2009; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Kang và cộng sự, 2015; Nada Megahed, 2015; Theo TT số 05/2013/TT-BNV của Bộ Nội vụ
2.4	Kỹ năng quản lý thời gian	Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Sanghi, 2007; Lê Quân, 2015
2.5	Kỹ năng giải quyết vấn đề	Sanghi, 2007; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Nada Megahed, 2015; Theo TT số 05/2013/TT-BNV của Bộ Nội vụ
2.6	Tạo động lực làm việc	Thornton và Byham, 1982; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015
2.7	Kỹ năng quản lý áp lực	Từ điển năng lực Harvard; Thornton và Byham, 1982; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015; Kang và cộng sự, 2015; Nada Megahed, 2015
2.8	Xây dựng nhóm làm việc	Từ điển năng lực Harvard; Hellriegel và cộng sự, 2002; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Dainty và cộng sự, 2005; Sanghi, 2007; Xuejun Qiao và Wang, 2009; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015; Nada Megahed, 2015
2.9	Kỹ năng tạo dựng quan hệ	Từ điển năng lực Harvard; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Sanghi, 2007; Lê Quân, 2015; Kang và cộng sự, 2015;
2.10	Phát triển cấp dưới	Từ điển năng lực Harvard; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Sanghi, 2007; Lê Quân, 2015; Nada Megahed, 2015
2.11	Lập kế hoạch và kiểm soát công việc	Từ điển năng lực Harvard; Chung-Herrera và cộng sự, 2003; Lê Quân, 2015; Nada Megahed, 2015
2.12	Khả năng thích nghi	Thornton & Byham, 1982; Cardy và Selvarajan, 2006
2.13	Ủy nhiệm, ủy quyền	Thornton & Byham, 1982; Lê Quân, 2015
2.14	Sáng tạo	Zaccaro, 2004; Jeou-Shyan và cộng sự, 2011;

		Quinn và cộng sự, 2014
2.15	Khả năng làm việc độc lập	Thornton & Byham (1982)
2.16	Trình độ sử dụng ngoại ngữ	Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Theo TT số 05/2013/TT-BNV của Bộ Nội vụ
3. Thái độ		
3.1	Tác phong làm việc	Đề xuất của tác giả
3.2	Say mê nghề nghiệp	Đề xuất của tác giả
3.3	Coi khách hàng là trung tâm	Đề xuất của tác giả
3.4	Hoàn thiện và phát triển bản thân	Jeou-Shyan và cộng sự, 2011; Lê Quân, 2015
3.5	Đạo đức, lối sống	Bass, 2008
3.6	Sẵn sàng chấp nhận rủi ro	Đề xuất của tác giả
3.7	Dám chịu trách nhiệm	Bass, 2008
3.8	Lập trường vững vàng	Đề xuất của tác giả

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Ngoài ra, thông lệ xây dựng khung năng lực trên thế giới thường tiếp cận nghiên cứu và dẫn xuất từ một số từ điển, sổ tay năng lực có giá trị như: Từ điển năng lực của Đại học Harvard (2008), từ điển năng lực Hay Group (2004), cuốn sổ tay năng lực của tác giả Sanghi (2007).

Kế thừa cơ sở lý thuyết về khung năng lực của nhà quản trị của các học giả trên thế giới, căn cứ quy định về luật du lịch và đặc điểm hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Tác giả đã tổng hợp các nhóm năng lực bao gồm ba nhóm năng lực chính: nhóm năng lực kiến thức, nhóm năng lực kỹ năng, nhóm năng lực thái độ với các tiêu chí phản ánh chất lượng nhân lực quản trị tại doanh nghiệp lữ hành quốc tế. (xem Bảng 1.2)

KẾT LUẬN

Khung năng lực đã được chứng minh là công cụ hiệu quả trong phát triển nguồn nhân lực và cuối cùng là để nâng cao hiệu quả của toàn bộ doanh nghiệp. Việc xây dựng khung năng lực thích hợp sẽ giúp tăng cường thành tích của cá nhân và tổ chức. Do đó, ngày càng nhiều tổ chức, doanh nghiệp phát triển và áp dụng khung năng lực. Trên góc độ lý thuyết, bài viết đã làm rõ cơ sở lý luận của việc xây dựng khung năng lực phát triển chất lượng nhân lực quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Bên cạnh đó, qua quá trình tổng quan nghiên cứu tài liệu, bài viết đã chỉ ra được nhóm năng lực cần thiết với các tiêu chí phản ánh chất lượng nhân lực quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

1. Đỗ Vũ Phương Anh (2017), *Nghiên cứu ứng dụng khung năng lực vào đánh giá nhân sự quản lý cấp trung trong doanh nghiệp ngoài quốc doanh Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế.
2. Nguyễn Thị Lan Anh (2012), *Phát triển nguồn nhân lực quản trị của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Viện Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
3. Trần Xuân Cầu, Mai Quốc Chánh (2012), *Giáo trình Kinh tế nguồn nhân lực*, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
4. Nguyễn Tiến Dũng (2017), *Phát triển nhân lực nhà báo của các Đài Phát thanh - Truyền hình của các thành phố lớn Việt Nam - Nghiên cứu điển hình tại Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Nội*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại.
5. Hoàng Văn Hải, Vũ Thùy Dương (2010), *Giáo trình quản trị nhân lực*, NXB Thống kê.
6. Phan Thăng và Nguyễn Thanh Hội (2010), *Giáo trình Quản trị học*, NXB Hồng Đức, Hà Nội.
7. Đặng Thị Hương (2013), *Một số nhân tố ảnh hưởng đến công tác đào tạo cán bộ quản lý trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Tạp chí Khoa học ĐHQG Hà Nội, Kinh tế và Kinh doanh, Tập 29, số 3 (2013) 10-17.
8. Nguyễn Thế Phong (2010), *Phát triển nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp nhà nước kinh doanh nông sản khu vực phía Nam*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
9. Lê Quân (2009), *Hoàn thiện đánh giá cán bộ quản lý tại doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội*, Đề tài cấp Bộ, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hà Nội.

10. Lê Quân (2015), *Lãnh đạo doanh nghiệp Việt Nam: Hội đồng quản trị, Ban điều hành, Thẻ điểm cân bằng, chỉ số hoàn thành*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
 11. Nguyễn Văn Điềm, Nguyễn Ngọc Quân (2012), *Giáo trình Quản trị nhân lực*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
 12. Trần Anh Tài (2013), *Giáo trình Quản trị học*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
- Tài liệu tham khảo Tiếng Anh**
13. Boyatzis, R. E (1982), *The competent manager: A model for effective performance*, John Wiley & Sons.
 14. Bennis, W. G. & Nanus (2004), B., *Leaders*, HarperBusiness Essentials.
 15. Cardy R. L., Selvarajan, T. (2006), “*Competencies: Alternative frameworks for competitive advantage*”. *Business Horizons*, 49(3), pp.235-245.
 16. Chung-Herrera, B. G., Enz, C. A., Lankau, M. J. (2003), “Grooming Future Hospitality Leaders: A Competencies Model”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44 (3), pp.17-25.
 17. Dubois, D.D. Ed. (1998), *The Competency Casebook: Twelve Studies in Competency-Based Performance Improvement*, HRD Press.
 18. Hay Group (2004), “*AC/ITCan Competency Dictionary*” Retrieved May 13, 2004, from <http://www.haygroup.com/ww/downloads/index.aspx>.
 19. Harvard Competency Dictionary (2008), Retrieved November 22, 2008, from <http://ulupandanstars.files.wordpress.com/2011/08/harvard4competences.pdf>.
 - Hellriegel D., Jackson S. E. & Slocum J. W. (2002), *Management: A competency-based approach*. South-Western: Thomson Learning.
 20. Jeou-Shyan H., Hsuan H., Chih-Hsing L., Lin L. & Chang-Yen T. (2011), Competency analysis of top managers in the Taiwanese hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), pp.1044-1054.
 21. Lucia, A. D., & Lepsinger, R. (1999), *The art and science of competency models: Pinpointing critical success factors in organizations*, Jossey-Bass/Pfeiffer.
 22. Mansfield, R. S. (1996), “*Building Competency Models: Approaches for HR Professionals*”, *Human Resource Management*, 35 (1)1, pp.7.
 23. Morrison, A. J. (2000), “*Developing a Global Leadership Model*”, *Human Resource Management*, 39 (2), pp.117.
 24. McClelland, D. (1973), “*Testing for competence rather than for “intelligence”*”, *American Psychologist*, 28(1), pp.1-14.
 25. Noe R. A. (2010), *Employee training and development*. McGraw-Hill/Irwin.
 26. Quinn R. E., Bright D., Faerman S. R., Thompson M. P. & McGrath M. R. (2014), *Becoming a master manager: A competing values approach*: John Wiley & Sons.
 27. Spencer M. S., Spencer S. (1993), *Competence at Work Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
 28. Sanghi S. (2007), *The handbook of competency mapping: understanding designing and implementing competency models in organizations*: SAGE Publications India.
 29. Thornton, G. C., & Byham, W. C. (1982), *Assessment centers and managerial performance*, Academic Press New York.
 30. Woodruffe C. (1993), “*What is meant by a competency?* ”*Leadership & Organization Development Journal*, 14(1), pp.29-36.
 31. Xuejun Qiao J., Wang W. (2009), “*Managerial competencies for middle managers: some empirical findings from China*”. *Journal of European Industrial Training*, 33(1), pp.69-81.

NGHIÊN CỨU CÁC TIÊU CHÍ CẤU THÀNH NĂNG LỰC NGHỀ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH

*ThS. Vũ Thị Thu Huyền
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Bài viết tập trung nghiên cứu các tiêu chí cấu thành năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam, dựa trên quan điểm đánh giá 3 nhóm tiêu chí: kiến thức, kỹ năng và thái độ. Kết quả phân tích thống kê mô tả, phân tích tiêu chí thông qua dữ liệu của cuộc khảo sát từ 100 nhà quản lý doanh nghiệp lữ hành và hướng dẫn viên làm việc tại các công ty dịch vụ lữ hành. Nghiên cứu chỉ ra rằng các tiêu chí thể hiện năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên đóng vai trò quan trọng, mang lại giá trị và nâng cao chất lượng dịch vụ. Trong số các nhóm tiêu chí cấu thành năng lực nghề nghiệp, thái độ làm việc của hướng dẫn viên được quan tâm nhất, tiếp đến là các tiêu chí về kỹ năng và kiến thức. Điều này giúp cho hướng dẫn viên du lịch hoàn thành tốt công việc và trở thành hướng dẫn viên du lịch giỏi.

Từ khóa: Năng lực nghề, hướng dẫn viên, lữ hành

1. TỔNG QUAN

Theo số liệu báo cáo của Tổng cục Du lịch, trong 6 tháng đầu năm 2019, ngành Du lịch đã có nhiều nỗ lực, tổ chức triển khai nhiều hoạt động và đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Tổng số khách quốc tế đến Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2019 đạt gần 8,5 triệu lượt (tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018); khách du lịch nội địa ước đạt 45,5 triệu lượt (khách lưu trú đạt 22,9 triệu lượt); tổng thu từ khách du lịch đạt 338.200 tỷ đồng (tăng 8,4% so với cùng kỳ năm 2018). Mức tăng 7,5% khách quốc tế trong 6 tháng đầu năm 2019 dù thấp hơn so với cùng kỳ năm 2018 nhưng vẫn cao hơn mức độ tăng trưởng khách quốc tế của thế giới là 3-4% và khu vực châu Á - Thái Bình Dương là 5-6% (Theo dự báo của UNWTO cho năm 2019).

Trong 6 tháng cuối năm 2019, du lịch Việt Nam sẽ tập trung triển khai các hoạt động xúc tiến để hoàn thành mục tiêu đón, phục vụ khoảng 17,5 - 18 triệu lượt khách quốc tế, 85 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch phấn đấu đạt 700.000 tỷ đồng. Bên cạnh đó thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch quốc gia năm 2019 và định hướng đến năm 2021. Ngoài ra sẽ tiếp tục nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý điểm đến, nâng cao chất lượng dịch vụ lữ hành, lưu trú, vận chuyển du lịch, hướng dẫn viên...

Tính đến tháng 11/2019, cả nước có 26.500 hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ, trong đó có hơn 16.900 hướng dẫn viên quốc tế, hơn 9.600 hướng dẫn viên nội địa, phục vụ cho hơn 15 triệu lượt khách quốc tế, 7 triệu lượt khách Việt Nam ra nước ngoài và 73 triệu lượt khách du lịch trong nước. Tháng 1/2017, Bộ Chính trị của Đảng Cộng sản Việt Nam đã ban hành nghị quyết số 8-NQ/TW, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trong đó, để thực hiện được nghị quyết số 8 thì đội ngũ hướng dẫn viên du lịch đóng một vai trò quan trọng tạo nên chất lượng của sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch cho quốc gia.

Nhìn chung, chất lượng hướng dẫn viên du lịch của Việt Nam đang dần dần được nâng cao. Tuy nhiên, vấn đề bức xúc nhất hiện nay của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch là “vừa thiếu, vừa yếu”. Ngoài trừ một số doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài, đội ngũ hướng dẫn viên được đào tạo và xếp hạng tại chỗ, hoặc gửi đi đào tạo ở nước ngoài nên chất lượng có tốt hơn, đáp ứng được yêu cầu và được đánh giá khá cao, còn lại về cơ bản chất lượng hướng dẫn viên du lịch còn thấp, số lượng chưa đáp ứng nhu cầu phát triển của du lịch để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và còn có khoảng cách khá xa so với trình độ của các nước trong khu vực cũng như thế giới. Đội ngũ hướng dẫn viên không chỉ yếu về trình độ ngoại ngữ, không tinh thông về nghiệp vụ mà còn thiếu những hiểu biết về truyền thống văn hoá, lịch sử cũng như những giá trị của các danh lam thắng cảnh, tính chuyên nghiệp chưa cao, và đôi khi có thái độ không đúng đối với du khách. Từ đó, bài viết này tóm lược nghiên cứu về các tiêu chí cấu thành năng lực hướng dẫn viên du lịch, trên cơ sở đó có thể ứng dụng để

đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch, góp phần nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Lý thuyết năng lực nghề nghiệp

Boyatzis (1982) trình bày về năng lực khá cụ thể hơn so với McClelland (1973). Tác giả cho rằng “năng lực thể hiện những đặc tính cá nhân liên quan đến công việc đạt hiệu quả cao”. Trong khi đó, McClelland (1973), mô tả “năng lực như là một đặc tính cơ bản để thực hiện công việc”. Năng lực là một số kiến thức, kỹ năng, khả năng, tính cách, động cơ liên quan đến công việc, sự thể hiện trong công việc và một số những kết quả quan trọng khác trong cuộc sống. Đây chính là khái niệm cơ bản, đặt nền móng đầu tiên về năng lực.

Cho đến năm 2008, những đặc tính về năng lực nghề nghiệp của Boyatzis về một cá nhân được định nghĩa cụ thể hơn bởi Spencer and Spencer (2008), bao gồm ba tiêu chí cơ bản liên quan các tiêu chí đánh giá hiệu suất công việc: kiến thức, kỹ năng và thái độ. Có thể thấy rằng, năng lực nghề nghiệp của nhân viên thuộc các ngành nghề trong xã hội được đánh giá phổ biến dựa vào chuẩn đầu ra chương trình đào tạo tương ứng với ngành nghề đó, tiêu chuẩn về năng lực dựa theo chuẩn đại học cũng bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ.

Theo Lucia and Lepsinger (1999), năng lực: “Một tập hợp những kiến thức liên quan, kỹ năng và thái độ có ảnh hưởng một phần quan trọng trong công việc của một người, tương quan với hiệu suất trong công việc, có thể được đánh giá theo tiêu chuẩn được chấp nhận, và có thể được cải thiện thông qua đào tạo và phát triển”. Các tác giả đều nhấn mạnh đến tầm quan trọng của kiến thức và kỹ năng cũng như thái độ, là các chỉ số quan trọng cấu thành năng lực.

Trong tài liệu tập huấn việc dạy học và kiểm tra, đánh giá theo định hướng phát triển năng lực của học sinh do Bộ giáo dục và Đào tạo phát hành năm 2014: “Năng lực được quan niệm là sự kết hợp một cách linh hoạt và có tổ chức kiến thức, kỹ năng với thái độ, tình cảm, giá trị, động cơ cá nhân,... nhằm đáp ứng hiệu quả một yêu cầu phức hợp của hoạt động trong bối cảnh nhất định”. Năng lực thể hiện sự vận dụng tổng hợp nhiều chỉ số (phẩm chất của người lao động, kiến thức và kỹ năng) được thể hiện thông qua các hoạt động của cá nhân nhằm thực hiện một loại công việc nào đó.

Tóm lại, có thể hiểu một cách ngắn gọn năng lực là khả năng vận dụng tất cả những chỉ số chủ quan (mà bản thân có sẵn hoặc được hình thành qua học tập) để giải quyết các vấn đề trong học tập, công tác và cuộc sống. Năng lực nghề nghiệp của nhân viên nói chung và hướng dẫn viên du lịch nói riêng có thể được đánh giá theo ba thành phần cấu thành: kiến thức, kỹ năng và thái độ của một cá nhân hoặc tổ chức để thực hiện được công việc và đạt kết quả hiệu quả.

Đánh giá năng lực là một phần quan trọng trong việc quản lý đội ngũ nhân lực bên cạnh xác định mục tiêu, hướng dẫn và phân hồi trong quá trình làm việc. Quá trình này giúp hướng dẫn viên đạt được kết quả doanh nghiệp lý tưởng mong đợi cũng như định hướng mục tiêu phát triển trong tương lai. Tuy nhiên, đây là một công việc không hề đơn giản và vẫn còn khiến các nhà quản lý đau đầu tìm ra giải pháp tốt nhất.

Theo Lê Quân và Nguyễn Quốc Khánh (2012), đánh giá năng lực là đánh giá những vấn đề như kiến thức (knowledge), kỹ năng hay khả năng (skills or abilities) và cách ứng xử hay thái độ (behaviors or attitude) làm việc của nhân viên và những giá trị tiềm ẩn bên trong nhân viên. Nếu một nhân viên có năng lực tốt, được đặt đúng vị trí với điều kiện làm việc phù hợp thì hiệu quả công việc cao, mang lại giá trị cho doanh nghiệp giúp doanh nghiệp ngày một phát triển hơn.

Zehrer and Mossenlechner (2009), đánh giá năng lực của sinh viên tốt nghiệp ngành du lịch dựa vào khảo sát từ người sử dụng lao động. Hai tác giả cho rằng kiến thức trong lĩnh vực du lịch bao hàm sự hiểu biết về pháp luật và xã hội, trong đó am hiểu về luật du lịch và chỉ số văn hóa được nhấn mạnh. Trước đó, Ricci (2005) cũng nhấn mạnh rằng kiến thức của hướng dẫn viên trong lĩnh vực lưu trú bao gồm sự hiểu biết về tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng, sản phẩm dịch vụ và tin học căn bản. Tuy nhiên, Draganidis and Mentzas (2006) khẳng định rằng các chỉ số thuộc ba thành phần cốt lõi của năng lực có sự tương quan lẫn nhau; ví dụ như sự am hiểu vấn đề cộng đồng với kỹ năng trình bày tốt sẽ góp phần hoàn thành tốt công việc.

Bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (Vietnam Tourism Occupational Skills Standards-VTOS) của Tổng cục du lịch Việt Nam cũng đã đưa ra kỹ năng nghề cho trình độ cơ bản của hướng dẫn viên du lịch để đánh giá năng lực nhân sự tập trung vào kiến thức, kỹ năng, thái độ. Cách tiếp cận đánh giá như thế thể hiện được năng lực toàn diện và khá phù hợp để xây dựng tiêu chuẩn và tiêu chí đánh giá năng lực hướng dẫn viên.

2.1.2. Khung năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch

Xuất phát từ cơ sở lý thuyết và những kết quả nghiên cứu về năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch, mô hình nghiên cứu với trường hợp phân tích năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch được xây dựng gắn liền với ba thành phần cốt lõi: kiến thức, kỹ năng, thái độ và chỉ số thuộc tính của chúng. Các chỉ số thuộc tính của ba thành phần năng lực nghề nghiệp trên được cụ thể dưới dạng những câu hỏi và được đánh giá theo thang đo Likert 5 mức độ tăng dần trong quá trình khảo sát từ những du khách tại các điểm đến du lịch được chọn của vùng nghiên cứu và những du khách đến đặt tour tại các công ty du lịch tại Hà Nội.

Khung năng lực nghề nghiệp với các chỉ số thuộc tính được xây dựng theo các bước sau đây:

Bước 1: Khung phân tích năng lực nghề nghiệp ban đầu - gồm 3 nhóm tiêu chí với 19 chỉ số, trong đó có: 5 chỉ số kiến thức, 8 chỉ số kỹ năng, 6 chỉ số thái độ - được xây dựng dựa trên cơ sở lược khảo các nghiên cứu trước đây có liên quan.

Bảng 1: Các tiêu chí năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch

Tiêu chí	Ký hiệu	Diễn giải
Kiến thức	KT1	Kiến thức về pháp luật, kinh tế - xã hội, chính trị
	KT2	Kiến thức về lịch sử, văn hóa, địa lý
	KT3	Kiến thức dịch vụ du lịch lữ hành
	KT4	Kiến thức về điểm đến, sản phẩm du lịch
	KT5	Kiến thức về quốc tế
Kỹ năng	KN1	Kỹ năng vận dụng kiến thức để thao tác nghiệp vụ
	KN2	Kỹ năng giao tiếp
	KN3	Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ
	KN4	Kỹ năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề
	KN5	Kỹ năng quan sát
	KN6	Kỹ năng thuyết trình, thuyết phục
	KN7	Kỹ năng quản lý, tổ chức
	KN8	Kỹ năng trang phục và ngoại hình
Thái độ	TĐ1	Thái độ nhiệt tình, chịu khó của hướng dẫn viên
	TĐ2	Thái độ trách nhiệm trong công việc
	TĐ3	Trung thực trong công việc
	TĐ4	Thái độ hợp tác, lắng nghe và hỗ trợ
	TĐ5	Thái độ thân thiện lịch sự
	TĐ6	Thái độ chủ động trong công việc

Nguồn: Tổng hợp từ lược khảo và thảo luận chuyên gia

Bước 2: Thảo luận lấy ý kiến của 20 chuyên gia - quản lý nhân sự và doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội. Nội dung thảo luận chủ yếu xác định và bổ sung các chỉ số thuộc tính năng lực nghề nghiệp trong khung năng lực đề xuất; thứ hai, các tác nhân nào (nhà quản lý, đồng nghiệp, khách hàng) sẽ phù hợp để tham gia đánh giá hướng dẫn viên theo từng tiêu chí định sẵn. Kết quả thảo luận xây dựng khung năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên được trình bày trong bảng 1.

Kết quả thảo luận nhóm chuyên gia về khung phân tích năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên cho thấy nhóm tiêu chí kiến thức với 5 chỉ số, nhóm kỹ năng gồm 8 chỉ số và nhóm thái độ gồm 6 chỉ số. Tuy nhiên, việc đánh giá các chỉ số này có sự khác biệt giữa các nhóm tác nhân tham gia đánh giá xuất phát từ sự am hiểu, tiếp nhận của họ. Cụ thể là, nhóm tác nhân khách hàng chỉ phù hợp đánh giá đối với nhóm tiêu chí kiến thức với 4 chỉ số, nhóm kỹ năng với 7 chỉ số, và nhóm thái độ với 4 chỉ số. Trong khi đó, nhóm quản lý sẽ tham gia đánh giá tất cả 19 chỉ số thuộc 3 nhóm tiêu chí ở Bảng 1.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1. Thu thập dữ liệu

Thông tin thứ cấp: Dữ liệu thứ cấp bao gồm báo cáo của Tổng cục Du lịch và các nghiên cứu khoa học có liên quan đến năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch. Hơn nữa, lược khảo các nghiên cứu đó cũng góp phần tìm kiếm những bằng chứng về năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch.

Thông tin sơ cấp: Đối tượng khảo sát bao gồm nhà quản lý, hướng dẫn viên đang làm việc tại tất cả 40 các công ty, chi nhánh công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Hà Nội để đánh giá tầm quan trọng của các chỉ số (tiêu chí) cấu thành năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên. Trong đó, tỷ lệ quan sát được phân bổ như sau: 1 nhà quản lý và 2 hướng dẫn viên tại mỗi công ty được tiếp cận khảo sát. Hay nói cách khác, cỡ mẫu dự kiến thu thập sẽ là 120. Tuy nhiên, cỡ mẫu cần thiết đối với nghiên cứu sử dụng phân tích tiêu chí khám phá (EFA) phải đạt tối thiểu 5 lần tổng số biến quan sát (Hair et al., 1998). Theo các tiêu chí thành phần ở Bảng 1, cỡ mẫu cần thu thập tương ứng là 95 (5*19) quan sát. Trong thực tế khảo sát, cỡ mẫu đạt được là 100 quan sát.

Dựa vào danh sách công ty trên địa bàn nghiên cứu, tác giả tiếp cận trực tiếp khảo sát 1 nhà quản lý như giám đốc hoặc trưởng bộ phận điều hành tour. Sau cuộc tiếp xúc này, 2 hướng dẫn viên của công ty sẽ được nhà quản lý giới thiệu cho nhóm nghiên cứu tiếp tục khảo sát.

So với cỡ mẫu mục tiêu từ 95 - 120 quan sát tại 40 công ty được xác định, tác giả đã kiểm tra lại tính đầy đủ và phù hợp của thông tin thu thập và số lượng quan sát được sử dụng trong phân tích là 100; các phiếu khảo sát không sử dụng do thiếu thông tin được cung cấp từ đáp viên.

2.3.2. Phương pháp phân tích

Thang đo Likert 5 mức độ tăng dần thể hiện sự quan tâm của đáp viên đối với các chỉ số thuộc tính của năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch.

Cụ thể, 1: rất không quan trọng, 2: không quan trọng, 3: quan trọng, 4 khá quan trọng, 5: rất quan trọng.

Kiểm định độ tin cậy của thang đo đối với các chỉ số thuộc tính nêu trên được đánh giá qua hệ số Cronbach's Alpha (Nguyễn Đình Thọ, 2012). Đây là hệ số tin cậy được sử dụng kiểm định thang đo để xác định sự tương quan giữa các cặp chỉ số quan sát.

Hệ số Cronbach's Alpha được xác định:

$$k(cov/var)$$

$$\alpha = \frac{k(cov/var)}{1 + (k - 1)(cov/var)}$$

Trong đó:

α : hệ số Cronbach's Alpha

k: số mục hỏi kiểm tra

cov/var: hệ số tương quan trung bình giữa các cặp chỉ số quan sát

Sau đó, kỹ thuật phân tích tiêu chí được áp dụng nhằm xác định các nhóm tiêu chí cấu thành năng lực nghề nghiệp trong lĩnh vực lữ hành dựa trên các chỉ số thuộc tính được nêu trên.

3. KẾT QUẢ

3.1. Mô tả đặc điểm mẫu khảo sát

Kết quả khảo sát thực tế từ 2 nhóm đáp viên - nhà quản lý và hướng dẫn viên bao gồm 18 nhà quản lý và 82 hướng dẫn viên (trong đó, 38 hướng dẫn viên có kinh nghiệm từ 2 năm trở xuống và 44 hướng dẫn viên có trên 2 năm kinh nghiệm). Một số đặc điểm về mẫu khảo sát được trình bày tóm tắt như sau: Về giới tính, cả 2 nhóm đáp viên là quản lý và hướng dẫn viên, tỷ lệ theo giới tính tương ứng là 34% nam và 66% nữ. Về độ tuổi, độ tuổi nhỏ nhất của cấp quản lý và hướng dẫn viên đối với nam là 19 và nữ là 19, cao nhất đối với nam là 57 và nữ là 54, độ tuổi trung bình đối với nam là 31,38 và đối với nữ là 30,60. Kết quả phân tích mô tả các chỉ số thể hiện năng lực của hướng dẫn viên được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2: Giá trị trung bình của các chỉ số năng lực

Các chỉ số năng lực	Chung	Nhà quản lý	Hướng dẫn viên
Kiến thức	3,95	3,91	3,84
Kiến thức về pháp luật, kinh tế - xã hội, chính trị	3,50	3,64	3,46
Kiến thức về lịch sử, văn hóa, địa lý	4,19	4,00	4,06
Kiến thức dịch vụ du lịch lữ hành	4,15	4,28	4,00
Kiến thức về điểm đến, sản phẩm du lịch	4,20	4,17	4,01
Kiến thức về quốc tế	3,72	3,44	3,67
Kỹ năng	4,22	4,21	4,17
Kỹ năng vận dụng kiến thức để thao tác nghiệp vụ	4,14	4,06	4,05
Kỹ năng giao tiếp	4,32	4,33	4,28
Kỹ năng sử dụng ngoại ngữ	4,14	4,00	4,07
Kỹ năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề	4,39	4,22	4,28
Kỹ năng quan sát	4,23	4,44	4,16
Kỹ năng thuyết trình, thuyết phục	4,26	4,11	4,21
Kỹ năng quản lý, tổ chức	4,17	4,22	4,16
Kỹ năng trang phục và ngoại hình	4,09	4,33	4,15
Thái độ	4,49	4,48	4,55
Thái độ nhiệt tình, chịu khó của hướng dẫn viên	4,41	4,44	4,51
Thái độ trách nhiệm trong công việc	4,48	4,33	4,51
Trung thực trong công việc	4,61	4,72	4,59
Thái độ hợp tác, lắng nghe và hỗ trợ	4,43	4,44	4,46
Thái độ thân thiện lịch sự	4,60	4,50	4,73
Thái độ chủ động trong công việc	4,43	4,44	4,49

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát

3.2. Kết quả phân tích các chỉ số cấu thành năng lực nghề nghiệp

3.2.1. Đánh giá tính phù hợp của thang đo đối với các chỉ số

Kết quả Cronbach's Alpha của nhóm tiêu chí kiến thức là 0,842 lớn hơn 0,6 nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Ngoài ra, tất các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,4. Cũng cần chú ý Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến này của KT1 và KT5 lần lượt là 0,855 và 0,849 lớn hơn 0,842 rất nhỏ không đáng kể. Vì vậy, các biến này đạt yêu cầu được xác định là phù hợp để phân tích tiêu chí khám phá của nhóm kiến thức thuộc năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch.

Kết quả Cronbach's Alpha của nhóm tiêu chí Kỹ năng là 0,884 lớn hơn 0,6 nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Ngoài ra, tất các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,4. Vì vậy, các chỉ số này đạt yêu cầu về độ tin cậy và được xác định là phù hợp để tiến hành phân tích tiêu chí khám phá của nhóm kỹ năng thuộc năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch.

Kết quả Cronbach's Alpha của nhóm tiêu chí thái độ là 0,691 lớn hơn 0,6 nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Ngoài ra, các biến TĐ1, TĐ3, TĐ4 đều có hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,4; trừ các biến TĐ2 bằng 0,336, TĐ5 bằng 0,339, TĐ6 bằng 0,307. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến-tổng các biến này vẫn lớn 0,3 nên vẫn đạt yêu cầu về độ tin cậy và nếu giữ lại các biến này thì hệ số Cronbach's Alpha sẽ tốt hơn. Vì vậy, các chỉ số thuộc nhóm tiêu chí thái độ được xác định là phù hợp để tiến hành phân tích tiêu chí khám phá của nhóm thái độ thuộc năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch.

Bảng 3: Kết quả đo các tiêu chí

Các yếu tố	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến này
Kiến thức: Alpha = 0,842				
KT về pháp luật, kinh tế-xã hội (KT1)	15,77	7,108	0,47	0,855

KT về lịch sử, văn hóa, địa lý (KT2)	15,22	5,830	0,798	0,768
KT về dịch vụ du lịch lữ hành (KT3)	15,22	5,668	0,751	0,780
KT về điểm đến, sản phẩm du lịch (KT4)	15,23	5,916	0,744	0,783
KT về hội nhập quốc tế (KT5)	15,64	7,182	0,49	0,849
Kỹ năng: Alpha = 0,884				
KN vận dụng kiến thức (KN1)	29,37	10,256	0,636	0,872
KN giao tiếp (KN2)	29,13	10,276	0,654	0,870
KN giao tiếp ngoại ngữ (KN3)	29,36	10,556	0,545	0,881
KN giải quyết vấn đề (KN4)	29,15	10,371	0,661	0,869
KN quan sát (KN5)	29,21	10,188	0,680	0,867
KN thuyết trình, thuyết phục (KN6)	29,23	9,835	0,704	0,865
KN quản lý, tổ chức (KN7)	29,25	10,008	0,739	0,861
KN về trang phục (KN8)	29,24	10,669	0,608	0,874
Thái độ: Alpha = 0,691				
TĐ nhiệt tình, chịu khó (TĐ1)	22,72	2,608	0,423	0,650
TĐ trách nhiệm trong công việc (TĐ2)	22,74	2,699	0,336	0,679
TĐ trung thực trong công việc (TĐ3)	22,61	2,402	0,596	0,592
TĐ hợp tác, lắng nghe và hỗ trợ (TĐ4)	22,76	2,528	0,482	0,630
TĐ thân thiện, lịch sự (TĐ5)	22,53	2,676	0,399	0,658
TĐ chủ động trong công việc (TĐ6)	22,74	2,78	0,307	0,687

Nguồn: Kết quả phân tích khảo sát

3.2.2. Kết quả phân tích tiêu chí khám phá

Bảng 4: Kết quả phân tích tiêu chí khám phá

Các yếu tố	Nhóm tiêu chí	Nhóm tiêu chí	Nhóm tiêu chí
	1	2	3
KT về pháp luật, kinh tế-xã hội (KT1)		0,553	
KT về lịch sử, văn hóa, địa lý (KT2)		0,901	
KT về dịch vụ du lịch lữ hành (KT3)		0,849	
KT về điểm đến, sản phẩm du lịch (KT4)		0,85	
KT về hội nhập quốc tế (KT5)		0,662	
KN vận dụng kiến thức (KN1)	0,608		
KN giao tiếp (KN2)	0,719		
KN giải quyết vn đề (KN4)	0,688		
KN quan sát (KN5)	0,825		
KN thuyết trình, thuyết phục (KN6)	0,692		
KN quản lý, tổ chức (KN7)	0,823		
KN về trang phục (KN8)	0,802		
TĐ trách nhiệm trong công việc (TĐ2)			0,555
TĐ trung thực trong công việc (TĐ3)			0,734
TĐ nhiệt tình, chịu khó (TĐ1)			0,619
TĐ hợp tác, lắng nghe và hỗ trợ (TĐ4)			0,717
TĐ thân thiện, lịch sự (TĐ5)			0,596

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát

Sau khi đánh giá độ tin cậy của thang đo qua hệ số Cronbach's Alpha. Tiếp đó, các chỉ số được tiếp tục sử dụng trong phân tích tiêu chí khám phá, việc phân tích tiêu chí khám phá sẽ loại ra những chỉ số đo lường không đạt yêu cầu và đảm bảo cho thang có tính đồng nhất.

Kết quả phân tích cuối cùng sau khi đã loại các biến không đủ hội tụ thì rút trích ra được 3 tiêu chí. Các tiêu chí không có sự xáo trộn giữa các chỉ số trong khung năng lực của hướng dẫn viên. Đồng thời, mỗi tiêu chí đều có các chỉ số có tương quan chặt chẽ với nhau. Như vậy, sau khi thực hiện phân tích tiêu chí, ta có thể nhóm các biến quan sát thành 3 tiêu chí bao gồm:

Nhóm tiêu chí 1 “Kiến thức” gồm các biến: Kiến thức về pháp luật, kinh tế, xã hội, chính trị (KT1); Kiến thức về lịch sử, văn hóa, địa lý (KT2); Kiến thức về dịch vụ du lịch lữ hành (KT3); Kiến thức về điểm đến sản phẩm du lịch (KT4); Kiến thức về hội nhập quốc tế (KT5).

Nhóm tiêu chí 2 “Kỹ năng” gồm các biến: Kỹ năng vận dụng kiến thức thao tác nghiệp vụ, chuyên môn (KN1); Kỹ năng giao tiếp (KN2); Kỹ năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề (KN4); Kỹ năng quan sát (KN5); Kỹ năng thuyết trình, thuyết phục (KN6); Kỹ năng quản lý, tổ chức (KN7); Kỹ năng về trang phục và ngoại hình (KN8).

Nhóm tiêu chí 3 “Thái độ” gồm các biến: Thái độ nhiệt tình, chịu khó của hướng dẫn viên (TĐ1); Thái độ trách nhiệm trong công việc (TĐ2); Thái độ trung thực trong công việc (TĐ3); Thái độ hợp tác, lắng nghe, hỗ trợ (TĐ4); Thái độ thân thiện, lịch sự với khách hàng (TĐ5).

4. KẾT LUẬN

Bài viết đã phân tích khung năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch thông qua cuộc khảo sát 100 đáp viên gồm nhà quản lý và hướng dẫn viên tại 40 công ty dịch vụ lữ hành tại Hà Nội. Khung năng lực nghề nghiệp được xây dựng dựa vào cơ sở lý thuyết về năng lực, lược khảo các nghiên cứu liên quan, và thảo luận nhóm chuyên gia; bao gồm 19 chỉ số thuộc tính của 3 nhóm tiêu chí. Kết quả phân tích khung năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên thông qua cuộc khảo sát 2 nhóm đáp viên trên được thể hiện qua một vài điểm chính sau đây:

Kết quả khảo sát cơ bản đã đạt độ tin cậy về phương pháp chọn mẫu, tiếp cận đáp viên; đây là khâu quan trọng của thiết kế nghiên cứu, đặc biệt là nghiên cứu phân tích khung năng lực nghề nghiệp. Bởi vì, kết quả thu được từ khung năng lực nghề nghiệp sẽ trở thành mô hình nghiên cứu cho các nghiên cứu tiếp theo về đánh giá năng lực nghề nghiệp hướng dẫn viên du lịch.

Kết quả phân tích khung năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên chỉ ra rằng, nhóm tiêu chí thái độ được phần lớn đáp viên quan tâm nhất thể hiện năng lực của hướng dẫn viên, kế tiếp là nhóm tiêu chí kỹ năng và sau cùng là tiêu chí kiến thức. Bởi vì, trong thế giới phẳng hiện nay việc tiếp nhận kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ đối với hướng dẫn viên khá đa dạng và thuận tiện hơn. Vì vậy, đòi hỏi hướng dẫn viên cần rèn luyện năng lực thiên về thái độ, trách nhiệm và kỹ năng làm việc nhiều hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Hồng Chương (2008). *Khai thác và mở rộng thị trường du lịch quốc tế của các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội*. Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Phùng Xuân Nhạ, Lê Quân (2012), *Thực trạng quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp Việt Nam qua một số chỉ tiêu định lượng*, Tạp chí Kinh tế và phát triển, (186), Tr. 41-46.
3. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08 -NQ/TW ngày 16/1/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
4. Lê Quân và Nguyễn Quốc Khánh (2012), *Đánh giá năng lực giám đốc điều hành doanh nghiệp nhỏ Việt Nam qua mô hình ASK*. Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Kinh tế và kinh doanh. 28 (1): 29-35.
5. Boyatzis, R.E., (1982), *The Competent Manager: A model for Effective performance*, New York: John Wiley and Sons, Inc.
6. Draganidis, F., and Mentzas, G., (2006), *Competency based management: a review of systems and approaches*, Information Management & Computer Security. 14(1): 51-64.
7. Gurel Cetin & Sukru Yarcın (2017), *The professional relationship between tour guides and tour operators*, Pages 345-357, Scandinavian journal of Hospitality and tour guiding, volum 17, 2017 - issue 4: Guided tours and tour guiding.
8. Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H., (1994), *The theory of measurement error*, Psychometric theory. 3: 209-247.
9. Lucia, A. D., and Lepsinger, R., (1999), *Art & science of competency models: Jossey-Bass San Francisco, CA*.
10. Ricci, P., (2005), *A comparative analysis of job competency expectations for hires: The relative value of a hospitality management degree*, University of Central Florida Orlando, Florida.

11. Rosemary & Sam Ham (2005), *Improving the Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification*, Page 178-195, Journal of Ecotourism, Volume 4, 2005 - Issue 3
12. Ricci, P. (2005), *A comparative analysis of job competency expectations for hires: The relative value of a hospitality management degree*, University of Central Florida Orlando, Florida.
13. Zehrer, A., and Mössenlechner, C. (2009), *Key competencies of tourism graduates: The employers' point of view*, Journal of Teaching in Travel & Tourism. 9(3-4): 266-287.

ẢNH HƯỞNG CỦA NHÂN LỰC ĐẾN QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI CÁC KHÁCH SẠN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

ThS. Bùi Thị Quỳnh Trang
Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT

Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) là một phương pháp giúp doanh nghiệp tiếp cận và giao tiếp với khách hàng một cách có hệ thống, hiệu quả. CRM hỗ trợ quản lý các thông tin của khách hàng nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn. Trong thời đại công nghệ 4.0, CRM đã được định nghĩa không chỉ là phương pháp mà còn là công cụ dựa trên chiến lược cụ thể để hỗ trợ doanh nghiệp tương tác với khách hàng mục tiêu. Theo các nhà nghiên cứu Singala (2005) và Luck & Lancaster (2013), thì CRM rất có ý nghĩa đối với hoạt động kinh doanh khách sạn. Sự khác biệt cùng những đặc trưng trong ngành khách sạn đã góp phần vào việc thúc đẩy sự cần thiết triển khai CRM. Bên cạnh yếu tố công nghệ, thì nguồn nhân lực trong doanh nghiệp luôn được coi là một trong những yếu tố quan trọng trong sự thành công của CRM. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên việc kế thừa dữ liệu thứ cấp và phỏng vấn một số chuyên gia, nhà quản trị, tiến hành khảo sát trực tiếp nhân viên của khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội; đồng thời sử dụng phương pháp diễn giải, phân tích, so sánh và suy luận để làm rõ sự ảnh hưởng của nhân lực khách sạn đến triển khai thành công hệ thống CRM.

Từ khóa: Công nghệ, CRM, Nhân lực, Khách sạn

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Với những tác động ban đầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành công nghiệp khách sạn đang đứng trước cơ hội đổi mới mô hình phát triển. Động lực lớn nhất của việc áp dụng công nghệ trong các doanh nghiệp khách sạn là nhu cầu ngày càng tăng các dịch vụ cá nhân cho khách hàng. Sự xuất hiện của rất nhiều cổng thông tin trực tuyến, các ứng dụng di động và trang mạng xã hội đã tạo ra một loạt yêu cầu thời gian thực hiện, bắt buộc các doanh nghiệp phải bắt kịp với các ứng dụng phương tiện truyền thông mới để tiếp cận khách hàng và vượt qua được các đối thủ cạnh tranh.

Trong thời đại công nghệ 4.0, CRM đã được định nghĩa không chỉ là phương pháp mà còn là công cụ (phần mềm CRM) dựa trên chiến lược cụ thể để hỗ trợ doanh nghiệp tương tác khách hàng mục tiêu cải thiện sự hài lòng của khách hàng, giữ chân khách hàng và tăng trưởng doanh số. CRM hỗ trợ các khách sạn đạt được các mục tiêu bằng cách hợp lý hóa truyền thông, tối ưu các tỷ lệ chuyển đổi qua các phương tiện khác nhau và cung cấp thông tin chuyên sâu về khách hàng cho những người ra quyết định quan trọng trong tổ chức.

Các doanh nghiệp khách sạn luôn phải đối mặt với khách hàng như bán hàng, marketing và dịch vụ khách hàng, cho nên việc sử dụng công nghệ CRM để liên lạc với khách hàng, lên lịch hẹn, nuôi dưỡng giao dịch, quản lý khiếu nại của khách hàng, gửi báo giá, theo dõi tiến trình hoạt động khách hàng, lưu trữ thông tin khách hàng và hơn thế nữa là vô cùng hiệu quả. Tuy nhiên, cả công nghệ và chiến lược đều là những yếu tố đảm bảo sự thành công của CRM nhưng chính con người trong doanh nghiệp mới là yếu tố quyết định. Con người là yếu tố khó kiểm soát nhất. Khi áp dụng CRM, đòi hỏi phải có sự thay đổi về cơ cấu tổ chức, phương thức làm việc hàng ngày. Nếu nhân

viên không hiểu được lý do thay đổi, không được nhận thức đầy đủ thông tin hoặc đào tạo cần thiết về việc thay đổi này, họ sẽ có phản ứng ngược chiều. Điều này sẽ ảnh hưởng đến quá trình triển khai CRM. Các nhân viên cần phải được đào tạo lại, định hướng theo cấu trúc tổ chức định hướng khách hàng của doanh nghiệp. Chính các nhân viên là những người thực hiện cập nhật thông tin về khách hàng vào hệ thống, là người khai thác sử dụng thông tin ấy trong quá trình tiếp xúc với khách hàng để đảm bảo mang lại sự thỏa mãn của khách hàng.

Trước những thách thức và thực trạng đặt ra khi triển khai CRM trong thời đại 4.0, trong phạm vi nghiên cứu bài viết này, tác giả sẽ đi sâu vào nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến CRM tại các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CRM

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Hoạt động CRM là một chiến lược kinh doanh quan trọng của phần lớn các doanh nghiệp. Bất kỳ thương hiệu nào cũng đều mong muốn củng cố sự hài lòng và gia tăng lòng trung thành của khách hàng, để từ đó giảm chi phí và gia tăng lợi nhuận.

Cho đến nay, các nhà nghiên cứu và quản trị tại các hội nghị, hội thảo đã phát triển hệ thống lý thuyết về CRM từ nhiều cách tiếp cận khác nhau. Một nghiên cứu của Evert Gummesson đã chỉ ra 30 mối quan hệ cơ bản cần quản trị của một doanh nghiệp. Các quan niệm khác nhau của các nhà nghiên cứu về CRM như: CRM như là một giải pháp công nghệ, CRM là một quá trình quản lý mọi khía cạnh tương tác, CRM là hệ thống thông tin tích hợp, CRM là một chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp...

Trên thế giới đã có rất nhiều nghiên cứu đề cập đến các thành phần quan trọng trong việc triển khai thành công CRM. Điển hình là nghiên cứu của Mohammad Almotairi (2008), "*CRM success factors taxonomy*" bằng việc chỉ ra rằng về bản chất, mọi yếu tố thành công của CRM đều được kết nối trực tiếp hoặc gián tiếp với các thành phần CRM. Do đó, việc đánh giá thành công CRM sẽ dựa trên việc liên kết từng yếu tố thành công với thành phần chi phối của nó, cụ thể là: Con người, quy trình và công nghệ. Tuy nhiên, yếu tố con người chiếm ưu thế hơn có thể ảnh hưởng đến sự thành công cuối cùng của hệ thống CRM.

Ở một nghiên cứu khác của nhóm tác giả Farnaz Arab, Harihodin Selamat, Suhaimi Ibrahim, and Mazdak Zamani (2010), "*A Survey of Success Factors for CRM*" cũng chỉ ra rằng thành phần chính của CRM bao gồm: Quy trình quản lý, con người và công nghệ. Trong đó các quy trình: thông qua đó khách hàng liên quan đến các hoạt động của tổ chức bao gồm marketing và bán hàng, con người: bao gồm lãnh đạo, nhân viên trong tổ chức và của khách hàng với vai trò chính trong chiến lược CRM, công nghệ là thành phần tạo điều kiện cho việc thực hiện chiến lược CRM và nó được cung cấp tại chỗ, theo yêu cầu hoặc thông qua phần mềm dưới dạng dịch vụ CRM tùy thuộc vào nhà cung cấp.

Nhấn mạnh hơn đến sự ảnh hưởng của yếu tố nhân lực đến triển khai CRM, nhóm tác giả Mehdi Bagheri Ghalehnoiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016), "*Evaluating human factors in customer relationship management*". Theo nghiên cứu này, các nhà nghiên cứu đã khẳng định rằng triển khai CRM đòi hỏi phải có sự tham gia của nguồn nhân lực vào tất cả các phần của tổ chức như bán hàng, dịch vụ khách hàng, marketing và quản lý tổng thể. Trên thực tế tầm quan trọng của nguồn nhân lực là nhiều hơn nhiều so với các nguồn tài chính, quy trình và công nghệ mới. Các vai trò của nguồn nhân lực có năng lực, có khả năng và học hỏi trong việc thực hiện các mục đích của tổ chức là không thể phủ nhận.

Ở Việt Nam, cũng có nghiên cứu của tác giả Nguyễn Văn Thủy (2015), "*Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến triển khai thành công giải pháp quản trị quan hệ khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*". Trong nghiên cứu, tác giả đã đề cập đến 6 nhân tố bao gồm: Chiến lược CRM, cam kết của lãnh đạo cấp cao, quy trình kinh doanh, công nghệ, con người và văn hóa ngân hàng. Trong đó, tác giả đã nhấn mạnh rằng cần chú trọng vào yếu tố con người trong quá trình triển khai. Đây là vấn đề quan trọng nhất trong triển khai các giải pháp hệ thống thông tin nói chung và triển khai CRM cho các ngân hàng nói riêng. Các dự án triển khai hệ thống thông tin thành công đã chỉ ra yếu tố con người chiếm đến 60% thành công, quy trình chiếm 30% và 10% là phụ thuộc vào yếu tố công nghệ.

Thông qua tổng quan nghiên cứu, tác giả đã nhận thấy rằng các nghiên cứu đã đề cập đến một vài khía cạnh lý luận cũng như thực tiễn về vai trò của yếu tố nhân lực trong việc triển khai thành công CRM. Tuy nhiên, các nghiên cứu mới chỉ dừng lại ở việc xem xét nhân lực cùng với công nghệ và quy trình kinh doanh là các thành phần quan trọng trong triển khai CRM. Riêng với thị trường kinh doanh khách sạn thì chưa có nghiên cứu độc lập nào về ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM. Chính vì vậy nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến CRM tại các khách sạn trên địa bàn Hà Nội chính là khoảng trống mà các nghiên cứu trước chưa đề cập đến, cho nên vấn đề nghiên cứu của bài viết càng trở nên có tính cấp thiết trong lý luận và thực tiễn.

2.2. Cơ sở lý luận về CRM

2.2.1. Khái niệm về CRM

*** Quản trị quan hệ khách hàng**

Khách hàng là yếu tố quan trọng nhất quyết định sự thành công của khách sạn, quyết định đến sự sống còn hay thất bại của khách sạn. Họ là những người cần được thỏa mãn và hài lòng. Quan hệ khách hàng được định nghĩa là: *“Mối quan hệ của doanh nghiệp dịch vụ với khách hàng trong việc tạo lập và thực hiện các giao dịch. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp dịch vụ và khách hàng thường liên quan đến các quá trình giao tiếp và phản hồi đa hướng không ngừng”*.

Cho đến nay, các nhà nghiên cứu và quản trị đã phát triển hệ thống lý thuyết về CRM từ nhiều cách tiếp cận khác nhau. Thực tiễn sinh động của CRM đã dẫn đến thế giới thực tiễn tồn tại nhiều quan điểm và cách hiểu khác nhau về CRM. Tất nhiên, quan niệm về CRM không thống nhất có thể xuất phát từ quan điểm hoặc các khía cạnh quan tâm khác nhau. Các quan niệm khác nhau về CRM phản ánh sự khác nhau về vai trò, trọng tâm chú ý và phạm vi hoạt động của hệ thống CRM.

Theo Stone & Findlay, 2001, p.167 đã định nghĩa: *“CRM là hoạt động tổ chức thực hiện nhiều thông tin về khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau và lưu giữ nó để phân chia lãnh thổ, phân tích và tái sử dụng”*. Định nghĩa này liên quan đến việc thu thập và ghi lại thông tin về khách hàng.

Fross & Stone, 2001, tr.1 đã định nghĩa CRM: *“là việc công ty sử dụng các khả năng, phương pháp nghiên cứu của mình trong các lĩnh vực công nghệ và thương mại điện tử để quản lý các mối quan hệ khách hàng”*. Định nghĩa này coi đó là khả năng sử dụng công nghệ trong lĩnh vực giao dịch khách hàng.

Parvatiyar & Sheth, 2002, tr.5 đã đề cập rằng CRM: *“là một chiến lược toàn diện bao gồm quá trình có được một số khách hàng nhất định, giữ chân họ và hợp tác với họ để tạo ra sự khác biệt về giá trị cho cả công ty và khách hàng”*.

Ngoài ra, các nhà lý luận cũng như các nhà hoạt động thực tiễn định nghĩa CRM theo hai hướng: hướng thứ nhất nhấn mạnh đến yếu tố công nghệ thông tin, hướng thứ hai nhấn mạnh đến chiến lược marketing.

Ở Việt Nam, theo tác giả Trương Đình Chiến (2003), *“Quản trị quan hệ khách hàng”* cho rằng khái niệm về CRM được xác định qua bốn quan điểm cơ bản: CRM như một giải pháp công nghệ, CRM là một quá trình quản lý mọi khía cạnh tương tác, CRM là hệ thống thông tin tích hợp, CRM là một chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

Như vậy trên thực tế tồn tại rất nhiều quan điểm về CRM. Tuy nhiên, cho dù tiếp cận CRM theo quan điểm nào cũng phải được đặt nền tảng dựa trên bốn nguyên lý: (1) khách hàng nên được quản trị như tài sản quan trọng, (2) không phải tất cả các khách hàng đều như nhau, (3) khách hàng khác nhau về nhu cầu, thị hiếu, hành vi mua, (4) hiểu khách hàng tốt hơn giúp doanh nghiệp cung ứng tốt hơn, tối đa hóa toàn bộ giá trị.

Tóm lại, theo đúng bản chất, nguyên lý của CRM thì khái niệm CRM với nội dung là chiến lược kinh doanh theo định hướng khách hàng là phù hợp hơn cả, cụ thể là: *“CRM là một tập hợp các hoạt động mang tính chiến lược nhằm lựa chọn, thiết lập, duy trì và phát triển các mối quan hệ tốt đẹp và lâu dài giữa doanh nghiệp và khách hàng trên cơ sở làm thích ứng các quá trình tạo ra lợi ích của khách hàng và doanh nghiệp”*.

*** Quản trị quan hệ khách hàng trong khách sạn**

CRM đã trở thành một chiến lược quan trọng để cá nhân hóa trải nghiệm của khách hàng và cải thiện sự hài lòng và duy trì của khách hàng, đặc biệt là trong các khách sạn. Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, tương tác với khách hàng là điều đặc biệt quan trọng. Để thành công trong ngành

kinh doanh này, cần đảm bảo khách hàng hài lòng với dịch vụ của khách sạn. Chính vì thế, đối với các khách sạn, CRM là toàn bộ quy trình thu thập, tổng hợp và phân tích thông tin về khách hàng, sản phẩm, hiệu quả của hoạt động marketing, khả năng thích nghi của doanh nghiệp đối với xu hướng thị trường nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Từ các quan điểm về CRM, có thể hiểu “CRM trong khách sạn là toàn bộ các phương pháp tạo lập, duy trì và mở rộng khách hàng nhằm mục đích mang lại lợi ích tốt nhất cho khách hàng và khách sạn”.

2.2.2. Mô hình nghiên cứu về quản trị quan hệ khách hàng

* Mô hình hoàn chỉnh Gartner

1. Tầm nhìn CRM: lãnh đạo, giá trị xã hội, giá trị mong đợi	
2. Chiến lược CRM: mục tiêu, đoạn thị trường, tương tác hiệu quả	
3. Trải nghiệm khách hàng có giá trị Hiểu yêu cầu Quản lý sự mong đợi Hài lòng & Cạnh tranh Hợp tác và phản hồi	4. Hợp tác tổ chức Văn hóa và cấu trúc Hiểu khách hàng Con người: Kỹ năng, sự hoàn thiện Phần thưởng và khuyến khích Đối tác và nhà cung ứng
5. Quá trình CRM: chu kỳ đời sống khách hàng, quản lý tri thức	
6. Thông tin CRM: dữ liệu, phân tích, một quan điểm ở tất cả các kênh	
7. Công nghệ CRM: ứng dụng, thiết kế, cơ sở hạ tầng	
8. Đo lường CRM: chi phí phục vụ, sự hài lòng, sự trung thành, chi phí xã hội	

Hình 1.1: Mô hình CRM của Gartner

Nguồn: www.tapchicrm.com

Mô hình CRM của Gartner là mô hình toàn diện cuối cùng do công ty Gartner Inc phát triển. Theo mô hình này, để thực hiện CRM thành công, doanh nghiệp cần hoàn thiện 8 lĩnh vực.

* Mô hình chuỗi giá trị của Francis Buttle



Hình 1.2: Mô hình chuỗi giá trị của Francis Buttle

Nguồn: Buttle, 2004

Trong mô hình CRM của Gartner, vấn đề nhân lực được đề cập ở 2 nội dung bao gồm: tầm nhìn CRM từ phía lãnh đạo, nhà quản lý và văn hóa cấu trúc từ phía nhân viên như kiến thức, kỹ năng...

Mô hình chuỗi giá trị của Francis Buttle bao gồm 5 giai đoạn chính và 4 điều kiện hỗ trợ hướng tới mục tiêu cuối cùng là gia tăng lợi nhuận cho khách hàng. Năm giai đoạn chính của CRM chính là 5 nhân tố được sử dụng để phân tích CRM bao gồm: phân tích danh mục khách hàng, xây dựng quan hệ với khách hàng, phát triển mạng lưới, phát triển giá trị chào bán và quản lý chu kỳ đời

sống khách hàng được xếp theo thứ tự để đảm bảo rằng một doanh nghiệp với sự hỗ trợ của mạng lưới nhà cung ứng, đối tác và nhân viên của mình có thể tạo ra và phân phối giá trị để thu hút và giữ chân khách hàng sinh lời.

Trong mô hình này, vấn đề nhân lực được đề cập là những điều kiện hỗ trợ triển khai CRM bao gồm cả lãnh đạo và nhân viên trong doanh nghiệp.

2.2.3. Thành phần chính của CRM

CRM đã trở thành mối quan tâm chính của rất nhiều các nhà nghiên cứu trong các lĩnh vực liên quan đến hệ thống thông tin và Marketing. Để xác định được các thành phần chính trong hệ thống CRM, các nhà nghiên cứu đã bắt đầu bằng cách tập trung vào việc tìm ra các yếu tố có thể tạo điều kiện cho việc thực hiện thành công của CRM.

Trên cơ sở tổng quan tài liệu nghiên cứu, để thực hiện thành công CRM đòi hỏi các doanh nghiệp khách sạn cần có sự đầu tư vào 3 thành phần chính đó là: Con người, quy trình kinh doanh và công nghệ. 3 nhân tố thành phần này đã nhận được sự chấp nhận chung của rất nhiều nhà nghiên cứu (bảng 1.1).

Bảng 1.1: Tổng hợp các quan điểm về thành phần chính thực hiện CRM thành công

Thành phần triển khai CRM	Nội dung	Tác giả, nhà nghiên cứu
Con người	<ul style="list-style-type: none"> - Sự sẵn sàng hỗ trợ của quản lý cấp cao để cung cấp các nguồn lực đầy đủ và cần thiết trong quá trình triển khai CRM - Kỹ năng, trình độ, kinh nghiệm của đội ngũ nhân viên, đội ngũ tư vấn, triển khai CRM 	Corteau và Li (2003), Siebel (2004), Gartner (2004), Buttle (2004), King và Burgess (2007), Pan và cộng sự (2007), Mohammad Almotairi (2008), Farnaz Arab, Harihodin Selamat, Suhaimi Ibrahim, và Mazdak Zamani (2010), Nguyễn Văn Thủy (2015), Nguyễn Thanh Bình (2011), Lê Thị Thu Trang (2017)
Công nghệ	<ul style="list-style-type: none"> - Các nguồn lực về công nghệ của tổ chức đảm bảo cho quá trình triển khai CRM - Nguồn lực công nghệ được cung cấp tại chỗ, theo yêu cầu hoặc thông qua phần mềm dưới dạng dịch vụ CRM tùy thuộc vào nhà cung cấp 	Wilson và cộng sự (2002), Corteau và Li (2003), Siebel (2004), Gartner (2004), Buttle (2004), King và Burgess (2007), Pan và cộng sự (2007), Mohammad Almotairi (2008), Farnaz Arab, Harihodin Selamat, Suhaimi Ibrahim và Mazdak Zamani (2010), Nguyễn Văn Thủy (2015), Nguyễn Thanh Bình (2011), Lê Thị Thu Trang (2017)
Quy trình kinh doanh	<ul style="list-style-type: none"> - Thông qua quy trình khách hàng liên quan đến các hoạt động của tổ chức bao gồm marketing và bán hàng - Khả năng tương thích, tái cấu trúc, thay đổi quy trình kinh doanh với quy trình CRM 	Wilson và cộng sự (2002), Gartner (2004), Buttle (2004), King và Burgess (2007), Pan và cộng sự (2007), Mohammad Almotairi (2008), Farnaz Arab, Harihodin Selamat, Suhaimi Ibrahim và Mazdak Zamani (2010), Nguyễn Văn Thủy (2015), Nguyễn Thanh Bình (2011), Lê Thị Thu Trang (2017)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

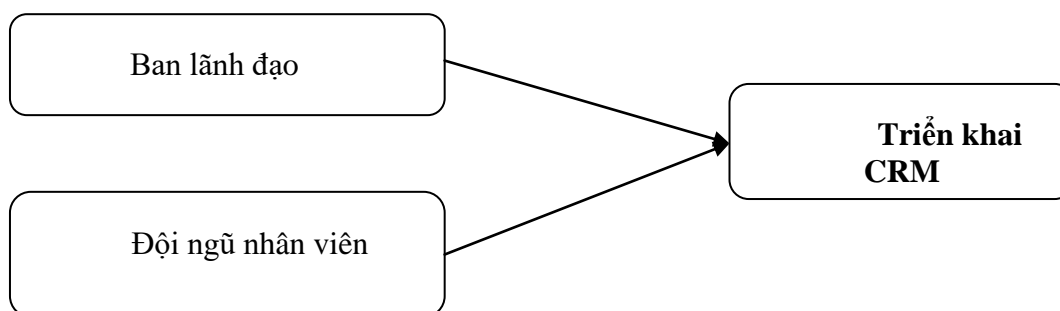
Mặc dù các nhà nghiên cứu đề thừa nhận chung rằng cả con người, công nghệ và quy trình kinh doanh đều có những đóng góp quan trọng trong thành công của CRM nhưng chính con người trong doanh nghiệp mới là yếu tố quyết định. Con người là yếu tố khó kiểm soát nhất. Nếu lãnh đạo không có sự hỗ trợ tuyệt đối, nhân viên không hiểu được lý do thay đổi, không được nhận thức đầy đủ thông tin hoặc đào tạo cần thiết về việc thay đổi này, họ sẽ có phản ứng ngược chiều.

Từ những phân tích ở trên kết hợp với các dự án triển khai hệ thống CRM thành công trong thực tế nói chung đã chỉ ra yếu tố con người chiếm đến 60% thành công, quy trình chiếm 30% và 10% là phụ thuộc vào yếu tố công nghệ.

2.2.4. Đề xuất khung nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn

Dựa trên mô hình hoàn chỉnh của Gartner và mô hình chuỗi giá trị của Francis Buttle kết hợp với các nhân tố ảnh hưởng đến triển khai thành công CRM, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu

ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 -5 sao trên địa bàn Hà Nội gồm 02 nhân tố: *Ban lãnh đạo* và *đội ngũ nhân viên* trong khách sạn.



Hình 1.3: Ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn trên địa bàn Hà Nội

Kinh doanh khách sạn là một trong những lĩnh vực kinh doanh dịch vụ, luôn đòi hỏi có sự tiếp xúc trực tiếp giữa người bán và người mua, các vấn đề cá nhân của người bán ảnh hưởng lớn đến chất lượng và kết quả tương tác...

Trong thời đại công nghệ 4.0, để hỗ trợ tối đa cho hoạt động kinh doanh của mình, các khách sạn đã triển khai ứng dụng hệ thống CRM dựa trên chiến lược cụ thể để hỗ trợ khai thác, thu hút, tương tác, phát triển và duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng.

CRM được ứng dụng để hỗ trợ lãnh đạo, nhân viên của khách sạn, chính vì thế mà nhân lực khách sạn chính là yếu tố quan trọng nhất quyết định đến việc ứng dụng CRM trong mỗi khách sạn có thành công hay không. Hệ thống được hoạt động một cách hiệu quả nhất, mỗi khách sạn cần có sự tham gia của các thành viên ngay từ khi lập mục tiêu, lên kế hoạch và thực hiện giải pháp CRM. Mỗi nhân viên khi tham gia sử dụng hệ thống CRM cần hiểu rõ được trách nhiệm và vai trò của mình cũng như tầm quan trọng của CRM, liên tục cập nhật những kiến thức, kỹ năng để có thể ứng dụng phần mềm trong công tác quản lý, chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất. Đồng thời, các nhà quản lý cũng cần tạo điều kiện để các nhân viên được tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng về CRM.

Bảng 1.2: Thành phần các thang đo trong mô hình nghiên cứu

STT	Nhân tố	Kí hiệu	Thang đo	Nguồn trích dẫn
1	<i>Ban lãnh đạo</i>	LD1	Lãnh đạo nhận thức rõ tầm quan trọng triển khai CRM	Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016) Phạm Thanh Hậu (2011) Nguyễn Văn Thủy (2015) Nguyễn Tiến Đông (2016)
		LD2	Lãnh đạo sẵn sàng đầu tư kinh phí triển khai CRM	Gartner (2004) Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016) Miriam Eirin Hiorth Johnson (2017) Nguyễn Văn Thủy (2015)
		LD3	Lãnh đạo cam kết hỗ trợ tối đa triển khai CRM	Keramati, Mohammad Ali, Shirzad, Shahrivar (2008) Miriam Eirin Hiorth Johnson (2017) Phạm Thanh Hậu (2011) Nguyễn Văn Thủy (2015)
		LD4	Phân chia công việc rõ ràng cho các bộ phận	Keramati, Mohammad Ali, Shirzad, Shahrivar (2008) Gartner (2004) Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016)
2	<i>Đội ngũ nhân viên</i>	NV1	Nhận thức được lợi ích và tác động của CRM	Keramati, Mohammad Ali, Shirzad, Shahrivar (2008) Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016) Nguyễn Tiến Đông (2016)

		NV2	Hiểu được quy trình vận hành của hệ thống CRM	Miriam Eirin Hiorth Johnson (2017) Nguyễn Văn Thủy (2015) Nguyễn Tiến Đông (2016)
		NV3	Đội ngũ nhân viên CNTT có khả năng hỗ trợ tốt triển khai CRM	Nguyễn Văn Thủy (2015) Nguyễn Tiến Đông (2016)
		NV4	Nhân viên tại các bộ phận có sự phối hợp, chia sẻ	Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016) Phạm Thanh Hậu (2011)
3	Đo lường triển khai CRM thành công	CRM1	Chất lượng sản phẩm dịch vụ được nâng cao	Nguyễn Văn Thủy (2015) Phạm Thanh Hậu (2011)
		CRM2	Số lượng dịch vụ khách sạn cung cấp tăng lên	Keramati, Mohammad Ali, Shirzad, Shahrivar (2008) Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016)
		CRM3	Xu hướng khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ tăng	Mehdi Bagheri Ghalenooiea, Hosein Khorrami Sarvestani (2016) Nguyễn Văn Thủy (2015)
		CRM4	Khách sạn cắt giảm được chi phí liên quan đến khách hàng	Keramati, Mohammad Ali, Shirzad, Shahrivar (2008) Phạm Thanh Hậu (2011) Nguyễn Văn Thủy (2015)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Căn cứ vào những phân tích ở trên cho thấy mô hình ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM ở trên hoàn toàn phù hợp để nghiên cứu với các khách sạn 3 - 5 sao tại Hà Nội. Bảng 1.2 dưới đây thể hiện 12 thang đo được tổng hợp từ quan điểm của các nhà nghiên cứu trước đó về sự ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai thành công CRM.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp hỗn hợp, kết hợp cả nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng, sử dụng 2 nguồn dữ liệu thứ cấp và sơ cấp.

Nguồn dữ liệu thứ cấp bao gồm sách chuyên khảo, đề tài nghiên cứu khoa học, các bài báo khoa học, tạp chí có liên quan đến CRM. Nguồn số liệu thống kê được tổng hợp từ Sở Du lịch Hà Nội, Tổng cục Du lịch.

Nguồn dữ liệu sơ cấp: Được thu thập thông qua phỏng vấn sâu các chuyên gia, nhà quản trị và điều tra bằng bảng hỏi với cán bộ, nhân viên khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội.

Phương pháp định lượng và định tính được trình bày cụ thể như sau:

* Phương pháp nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn với các chuyên gia nhằm tìm kiếm sự đồng thuận với 02 tiêu chí và 12 thang đo (bảng 1.2) về sự ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 -5 sao trên địa bàn Hà Nội. Trên cơ sở đó, tác giả có căn cứ cả lý luận và thực tiễn để điều chỉnh, bổ sung trong khung nghiên cứu.

Đối tượng phỏng vấn sâu là 10 chuyên gia - những người làm việc trực tiếp hoặc nghiên cứu có liên quan đến lĩnh vực khách sạn, CRM bao gồm: Trường Đại học Thương mại, khách sạn Grandiose hotel & Spa, khách sạn Wyndham (4 sao), Khách sạn Melia, khách sạn Lotte (5 sao), khách sạn Hotel 123 Hanoi, khách sạn Hacinco (3 sao).

Theo kết quả phỏng vấn sâu 10 chuyên gia được phân tích và tổng hợp thì 02 tiêu chí và 12 chỉ số ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 -5 sao trên địa bàn Hà Nội được đề xuất trong mô hình nghiên cứu ở bảng 1.2 đều được các chuyên gia đồng ý với tỷ lệ cao. Như vậy, 02 tiêu chí và 12 chỉ số sẽ là đối tượng được điều tra qua bảng hỏi để thực hiện nghiên cứu định lượng.

Bảng 1.3: Tổng hợp kết quả khảo sát ý kiến của chuyên gia về khung nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội

TT	Các tiêu chí	Số chuyên gia phỏng vấn sâu:10	
		Ý kiến đồng ý	Tỷ lệ %
1	Ban lãnh đạo		
	Lãnh đạo nhận thức rõ tầm quan trọng triển khai CRM	10	100
	Lãnh đạo sẵn sàng đầu tư kinh phí triển khai CRM	8	80
	Lãnh đạo cam kết hỗ trợ tối đa triển khai CRM	10	100
	Phân chia công việc rõ ràng cho các bộ phận	10	100
2	Đội ngũ nhân viên		
	Nhận thức được lợi ích và tác động của CRM	10	100
	Hiểu được quy trình vận hành của hệ thống CRM	9	90
	Đội ngũ nhân viên CNTT có khả năng hỗ trợ tốt triển khai CRM	8	90
	Nhân viên tại các bộ phận có sự phối hợp, chia sẻ	8	80
3	Đo lường triển khai CRM thành công		
	Chất lượng sản phẩm dịch vụ được nâng cao	9	90
	Số lượng dịch vụ khách sạn cung cấp tăng lên	9	90
	Xu hướng khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ tăng	10	100
	Khách sạn cắt giảm được chi phí liên quan đến khách hàng	10	100

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

* Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được thực hiện nhằm kiểm định các thang đo, xác định được giá trị trung bình của các thang đo. Hay có thể nói rằng đây là quá trình xác định hệ số tương quan của các nhân tố và kiểm định các số liệu đó có ý nghĩa hay không, ảnh hưởng ở mức độ nào?

Bảng hỏi được thiết kế căn cứ vào khung nghiên cứu đề xuất. Để đo lường các biến quan sát trong phiếu điều tra, tác giả sử dụng thang đo Likert với 5 mức độ từ 1 - 5 tương đương với kém đến rất tốt.

Trong nhiều nghiên cứu trước đây, các tác giả đều thống nhất rằng nếu sử dụng mô hình kinh tế lượng thì kích thước mẫu và phương pháp chọn mẫu là hai yếu tố ảnh hưởng đến tính đại diện của mẫu. Trong nghiên cứu này cũng xem xét hai yếu tố trên.

Về kích thước mẫu: nghiên cứu sử dụng 500 quan sát và kích cỡ này theo các nhà thống kê học là đảm bảo chạy được mô hình dữ liệu.

Về phương pháp chọn mẫu: Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên từ các Khách sạn 3 - 5 sao đang sử dụng hệ thống CRM. Có 500 phiếu được phát ra dưới 2 hình thức:

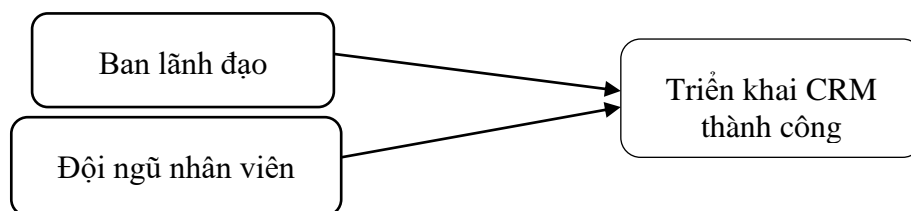
- Điều tra trực tiếp của tác giả và thông qua sự hỗ trợ của các em sinh viên của Khoa đang làm việc và thực tập tại các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội.
- Điều tra online bằng cách bảng hỏi được thiết kế dưới dạng google docs

Bảng 1.3: Bảng mô tả mẫu điều tra

Tiêu chuẩn khách sạn	Số lượng khách sạn	Số phiếu phát ra	Số phiếu thu về
3 sao	11	200	153
4 sao	8	150	128
5 sao	6	150	119
Tổng	25	500	400

Kết quả: Với tổng số 500 phiếu phát ra, thu về 400 phiếu đạt tỷ lệ 80% với cơ cấu 153 phiếu của khách sạn 3 sao, khách sạn 4 sao 128 phiếu và khách sạn 5 sao 119 phiếu.

Về dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu: Dữ liệu dưới dạng dữ liệu tại một thời điểm (cross sectional data). Đây là dạng dữ liệu có được từ các cuộc điều tra (survey) cũng là dạng dữ liệu rất phổ biến trong lĩnh vực quản trị khách sạn.



Hình 1.4: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 -5 sao trên địa bàn Hà Nội

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Thông qua hình 1.4, mô hình nghiên cứu được xây dựng gồm có:

Các giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết H1: Có sự tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê của Ban lãnh đạo đến triển khai CRM thành công.

Giả thuyết H2: Có sự tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê của đội ngũ nhân viên đến triển khai CRM thành công.

Các biến:

Biến phụ thuộc: Dựa trên nghiên cứu của các tác giả trước đây CRM được đo lường bởi các biến quan sát như: (i) Chất lượng sản phẩm dịch vụ được nâng cao; (ii) Số lượng dịch vụ khách sạn cung cấp tăng lên; (iii) Xu hướng khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ tăng; (iv) Khách sạn cắt giảm được chi phí liên quan đến khách hàng.

Biến độc lập: biến độc lập trong nghiên cứu này gồm 2 biến là Ban lãnh đạo và Đội ngũ nhân viên, với ban lãnh đạo thì thang đo sử dụng là: (i) Lãnh đạo nhận thức rõ tầm quan trọng triển khai CRM; (ii) Lãnh đạo sẵn sàng đầu tư kinh phí triển khai CRM; (iii) Lãnh đạo cam kết hỗ trợ tối đa triển khai CRM; (iv) Phân chia công việc rõ ràng cho các bộ phận; Trong khi đó thang đo đội ngũ nhân viên bao gồm: (i) Nhận thức được lợi ích và tác động của CRM; (ii) Hiểu được quy trình vận hành của hệ thống CRM; (iii) Đội ngũ nhân viên CNTT có khả năng hỗ trợ tốt triển khai CRM; (iv) Nhân viên tại các bộ phận có sự phối hợp, chia sẻ.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ ẢNH HƯỞNG CỦA NHÂN LỰC ĐẾN TRIỂN KHAI QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI CÁC KHÁCH SẠN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

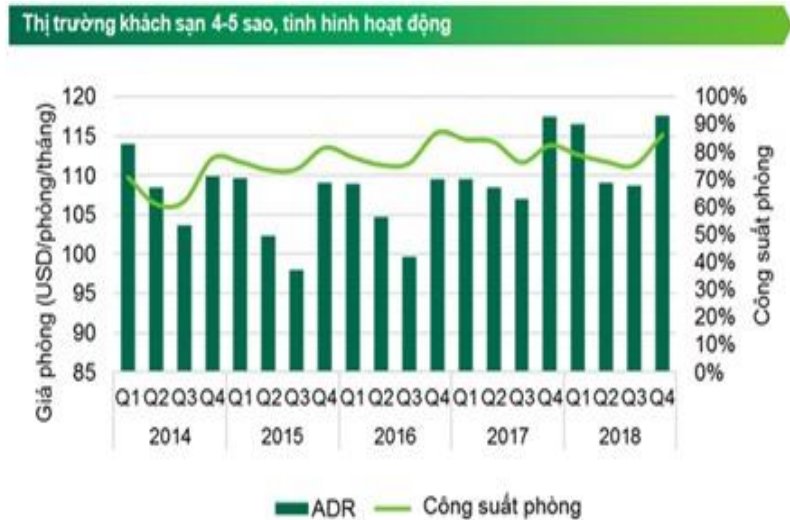
4.1. Khái quát về thị trường khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội

Theo thống kê của Sở Du lịch Hà Nội, trong 6 tháng đầu năm 2019, khách du lịch đến Hà Nội ước đạt 14,4 triệu lượt, tăng 9,5%; trong đó, khách quốc tế 3,3 triệu lượt, tăng 10,6% (khách quốc tế có lưu trú 2,34 triệu lượt, tăng 7,8%). Nhìn từ những số liệu năm 2015 đến hết quý II/2019, khách quốc tế qua đêm tại Hà Nội tăng trung bình 18%/năm, thời gian lưu trú trung bình của khách đến Hà Nội là 1,8 ngày; 80% du khách đến Hà Nội với mục đích du lịch nghỉ dưỡng. Sự gia tăng của số lượng khách kéo theo sự tăng trưởng của các cơ sở lưu trú.

Đánh giá tổng quan về thị trường khách sạn tại Hà Nội, theo Savills (tập đoàn cung cấp các dịch vụ bất động sản hàng đầu trên thế giới) nhận định tốc độ tăng trưởng là đầy triển vọng. Tính đến thời điểm hiện tại, tổng nguồn cung từ khoảng 3.500 cơ sở lưu trú du lịch cung cấp ra thị trường gần 61 nghìn buồng, phòng; trong đó, có 69 khách sạn từ 3 đến 5 sao (37 khách sạn 3 sao, 17 khách sạn 4 sao và 15 khách sạn 5 sao). Chỉ riêng trong năm 2017, thị trường khách sạn tại Hà Nội ghi nhận nguồn cung mới từ 1 dự án khách sạn 5 sao, 2 dự án khách sạn 4 sao và 2 dự án khách sạn 3 sao. Tổng nguồn cung phòng khách sạn đạt xấp xỉ 10.000 phòng từ 68 khách sạn, tăng 9% theo năm. Nguồn cung khách sạn 3 - 5 sao tại Hà Nội đứng thứ tư cả nước sau Thành phố Hồ Chí Minh, Nha Trang và Đà Nẵng.

Khu vực phía Tây Hà Nội hiện có 4 khách sạn 5 sao và 4 khách sạn 3 sao nhưng mới chỉ có 1 dự án khách sạn 4 sao với 151 phòng mới được xếp hạng. Nguồn cung khách sạn 4 sao tại khu vực phía Tây chiếm tỷ trọng thấp nhất (tương đương 6% tổng nguồn cung của phân khúc). Trong khi đó, khu vực nội thành có nguồn cung khách sạn 4 sao lớn nhất với 10 khách sạn, tương đương 64% tổng nguồn cung của phân khúc. Theo dự báo riêng giai đoạn cuối năm 2019 đến đầu năm 2020, 31 dự án khách sạn, khu nhà ở có căn hộ cao cấp cho thuê như: Dự án tổ hợp khách sạn - văn phòng số 1 phố Bà Triệu, khách sạn Mỹ Đình Pearl, khách sạn, căn hộ cho thuê tại số 51 phố Xuân Diệu (quận Tây Hồ)... sẽ đi vào hoạt động.

Theo vị trí, hầu hết khách sạn 4-5 sao tập trung ở khu vực trung tâm và khu vực Ba Đình, chiếm gần 50% tổng số nguồn cung toàn Hà Nội. Quận Nam Từ Liêm với ba khách sạn 5 sao có quy mô đã dần trở thành một khu vực tập trung mới của khách sạn 4-5 sao với tổng số 1.202 phòng, tương đương 15,5% tổng nguồn cung. Sự tăng trưởng của thị trường khách sạn luôn sẽ luôn đi kèm theo đó sự cạnh tranh cũng trở nên gay gắt hơn. Áp lực cho thị trường khách sạn Hà Nội chủ yếu đến từ sự bùng nổ của khách sạn công nghệ và sự gia nhập của các thương hiệu khách sạn lớn của thế giới.

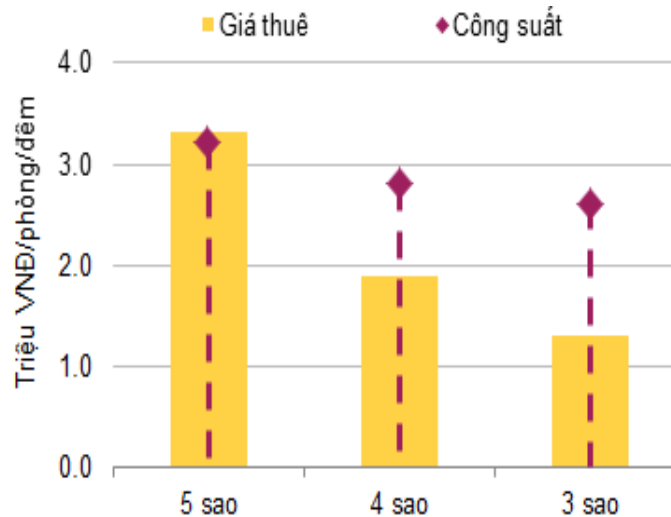


Biểu đồ 1.1: Tình hình hoạt động của thị trường khách sạn 4 - 5 sao tại Hà Nội

Nguồn: Savills Vietnam 13/1/2019

Theo Savills cho biết, áp lực cạnh tranh sẽ gia tăng với 42 dự án trong tương lai, tuy nhiên hầu hết các dự án đang ở giai đoạn lập kế hoạch. Các thương hiệu nhà quản lý quốc tế sẽ gia nhập và tăng cường sự hiện diện tại thị trường, bao gồm Four Seasons, Hyatt, Accor, Marriott và Hilton.

Quý 4 là mùa cao điểm của thị trường khách sạn ghi nhận công suất cho thuê trung bình tăng 6 điểm % theo quý và 4 điểm % theo năm. Phân khúc 5 sao duy trì tình hình hoạt động tốt với công suất trung bình đạt khoảng 80%. Giá thuê phòng trung bình toàn thị trường tăng 3% theo quý và 17% theo năm. Doanh thu phòng trung bình tăng 12% theo quý và 24% theo năm. Kết quả hoạt động tốt của phân khúc 5 sao được lý giải bởi nguyên nhân chính như: trong 5 năm qua, tốc độ tăng trưởng nguồn cung của phân khúc 5 sao thấp; so với các thành phố lớn trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, giá phòng hạ sang tại Hà Nội ở mức khá khiêm tốn; đối tượng sử dụng khách sạn phân khúc cao cấp phần lớn là khách quốc tế và lượng khách này đang gia tăng với tốc độ nhanh; áp lực cạnh tranh từ phân khúc 4 sao không cao do hầu hết các khách sạn 4 sao tại Hà Nội được xây dựng từ lâu và quản lý bởi nhà điều hành trong nước hoặc tự quản lý.



Biểu đồ 1.2: Diễn biến công suất, giá thuê các phân khúc khách sạn 3 - 5 sao tại Hà Nội

Nguồn: Savills Vietnam

Chuỗi khách sạn OYO Hotels mới gia nhập vào thị trường Hà Nội đầu tháng 7/2019 với khoảng 1500 phòng. Four Seasons từ năm 2015 đến nay đã phát triển hệ thống với hơn 40.000 căn homestay. Đây thực sự là những “thế lực” mới đang gia tăng sự cạnh tranh trên thị trường khách sạn tại Hà Nội, không chỉ với khách sạn 5 sao phía Tây mà là toàn thị trường.

Đánh giá về thị trường khách sạn 3 - 5 sao tại Hà Nội trong những năm tới, ông Robert McIntosh, Giám đốc chuyên trách Châu Á - Thái Bình Dương của Công ty CBRE dự báo, thị trường khách sạn sẽ chứng kiến sự sôi động của mảng khách sạn và resort 5 sao với mức tăng trưởng nhảy vọt, các đơn vị quản lý khách sạn danh tiếng trên thế giới như Accor, IHG, Marriott, Hilton, và Starwood đang tiếp tục nhắm tới Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng.

Tuy nhiên, kinh doanh khả quan chỉ là một phần của bức tranh toàn cảnh. Ngành khách sạn đang chịu tác động của một xu thế lớn hơn. Khách sạn ngày càng trở thành một ngành dịch vụ theo xu hướng tiêu dùng và khách hàng là người quyết định. Giống như các ngành khác, công nghệ kỹ thuật số đang thay đổi tầm ảnh hưởng đối với khách hàng. Chính vì thế, các khách sạn cần phải hành động để tạo sự khác biệt cho bản thân, tiến hành cá nhân hoá trên diện rộng để tạo bất ngờ và thú vị cho khách. Khi đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ, các khách sạn phải hiểu được những rủi ro tồn tại xung quanh giảm tương tác trực tiếp giữa con người trong các trải nghiệm khách sạn và rủi ro trong bảo mật dữ liệu. Để giải quyết vấn đề này, khách sạn cần phải tiếp cận gần hơn với khách hàng và người tiêu dùng trong những năm tới để xác định chỗ nào công nghệ di động mới thực sự đem lại giá trị.

4.2. Thực trạng kết quả nghiên cứu ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai quản trị quan hệ khách hàng tại các khách sạn 3 -5 sao trên địa bàn Hà Nội

4.2.1. Thực trạng theo tiêu chí đánh giá ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai CRM tại các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội

**** Về phía lãnh đạo khách sạn***

Hầu hết các nhà lãnh đạo đều nhận thức được tầm quan trọng triển khai CRM giống như một người trợ lý thông minh, nó sẽ giúp khách sạn quản lý toàn bộ những thông tin của khách hàng tốt nhất, hiệu quả nhất, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Với những khách sạn 3 sao, ban lãnh đạo đã đầu tư sử dụng hệ thống CRM toàn diện không chỉ quản lý khách hàng mà bao gồm quản lý cả tình trạng phòng, đặt phòng, dịch vụ... với đầy đủ các chức năng: hệ thống tích hợp phía trước, và tích hợp phía sau, quản lý dữ liệu khách hàng, hoạt động tương tác với khách hàng và trích xuất báo cáo.

Với những khách sạn 4,5 sao, ban lãnh đạo đã đầu tư mạnh hơn về hệ thống hỗ trợ quản lý doanh nghiệp như Smiles, Opera.. và CRM là một tính năng quản lý khách hàng riêng và được tích hợp trong hệ thống quản lý chung của doanh nghiệp

Các nhà quản lý cấp cao của khách sạn 3 - 5 sao đã khai thác hệ thống CRM như là một công cụ hỗ trợ giúp họ quản lý nhân viên kinh doanh một cách hiệu quả nhất, tập trung nhất. Ngoài ra, các thông tin mà họ khai thác từ hệ thống sẽ là căn cứ để so sánh tình hình kinh doanh từ quá khứ đến hiện tại và dự đoán tương lai. Từ đó, các nhà quản lý có thể dễ dàng phát hiện những khó khăn, những rủi ro tiềm ẩn để kịp thời đưa ra các giải pháp thích hợp.

Với các nhà quản lý tại các bộ phận, họ sẽ dựa trên những dữ liệu ở hệ thống để xem báo cáo công việc của nhân viên, theo dõi quá trình tác nghiệp, đánh giá tình hình kinh doanh và hiệu quả công việc của từng nhân viên trong bộ phận.

Một điểm chung khi triển khai hệ thống quản lý khách hàng tại các khách sạn 3 -5 sao, ban lãnh đạo đã triệu tập một vài cuộc họp, không chỉ để thông báo mà còn thảo luận và thống nhất tinh thần và tác phong làm việc cho nhân viên trong thời gian tới. Tại cuộc họp, lãnh đạo cũng đã lắng nghe các ý kiến, quan điểm của nhân viên các bộ phận, ghi nhận các câu hỏi, thắc mắc của các nhân viên dưới quyền để giải đáp và cũng cam kết sẽ hỗ trợ nhân viên một cách kịp thời.

**** Về phía nhân viên khách sạn***

Dưới sự định hướng cũng như đào tạo và quyết tâm cao của ban lãnh đạo để triển khai CRM, nhân viên khách sạn đã hiểu được những tính năng cơ bản, tác dụng cũng như lợi ích nổi bật của hệ thống CRM.

Dựa trên hệ thống CRM, mỗi nhân viên được cấp một tài khoản trên hệ thống để thực hiện. Về phía cá nhân, nhân viên sẽ thực hiện quản lý thời gian và công việc của mình một cách hiệu quả. Về phía khách hàng, nhân viên có thể khai thác, quản lý và nắm rõ thông tin của từng khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng để có thể liên hệ và chăm sóc kịp thời tạo uy tín cho khách sạn và giữ chân khách hàng lâu dài. Ngoài ra, nhân viên sẽ phải quản lý và theo dõi các cuộc gọi điện thoại của khách hàng, các hoạt động tương tác với khách hàng...

Tùy thuộc vào từng vị trí, từng bộ phận mà nhân viên ở các bộ phận có thể thực hiện phối hợp và chia sẻ trong việc khai thác hệ thống CRM dưới các góc độ khác nhau như:

- Đối với nhân viên bán hàng: thực hiện quản lý khách hàng hiện tại và tiềm năng, quản lý lịch làm việc, theo dõi cơ hội bán hàng...

- Đối với nhân viên marketing: thực hiện quản lý các chiến dịch marketing, các biểu mẫu email, gửi email, SMS hàng loạt, kiểm tra theo dõi chiến dịch...
- Nhân viên dịch vụ, chăm sóc khách hàng: quản lý vụ việc, hỗ trợ xử lý vụ việc và quản lý cổng thông tin khách hàng...

4.2.2. Kết quả nghiên cứu định lượng về ảnh hưởng của nhân lực đến triển khai quản trị quan hệ khách hàng tại các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội

*** Phân tích nhân tố khám phá EFA**

Mục đích của phân tích nhân tố khám phá EFA là để xem xét từ tập hợp các biến quan sát ban đầu thì rút trích ra được bao nhiêu nhân tố, phương pháp mà bài viết sử dụng là phương pháp principal axis factoring với phép xoay là Promax bởi theo Gerbing thì phương pháp này phản ánh cấu trúc dữ liệu chính xác hơn phương pháp truyền thống, hệ số tải nhân tố là 0.4 bởi mẫu quan sát là 400, tiêu chuẩn KMO phải lớn hơn 0.5 và giá trị riêng Eigenvalue phải lớn hơn 1. Sau 2 lần chạy thì có biến LD4 không đạt yêu cầu do hệ số tải lên thấp hơn 0.4, kết quả phân tích EFA như sau:

Pattern Matrix^a

	Factor		
	1	2	3
CRM2	.831		
CRM3	.825		
CRM4	.720		
CRM1	.691		
NV1		.873	
NV2		.702	
NV3		.695	
NV4		.645	
LD3			.904
LD2			.791
LD1			.627
LD4			

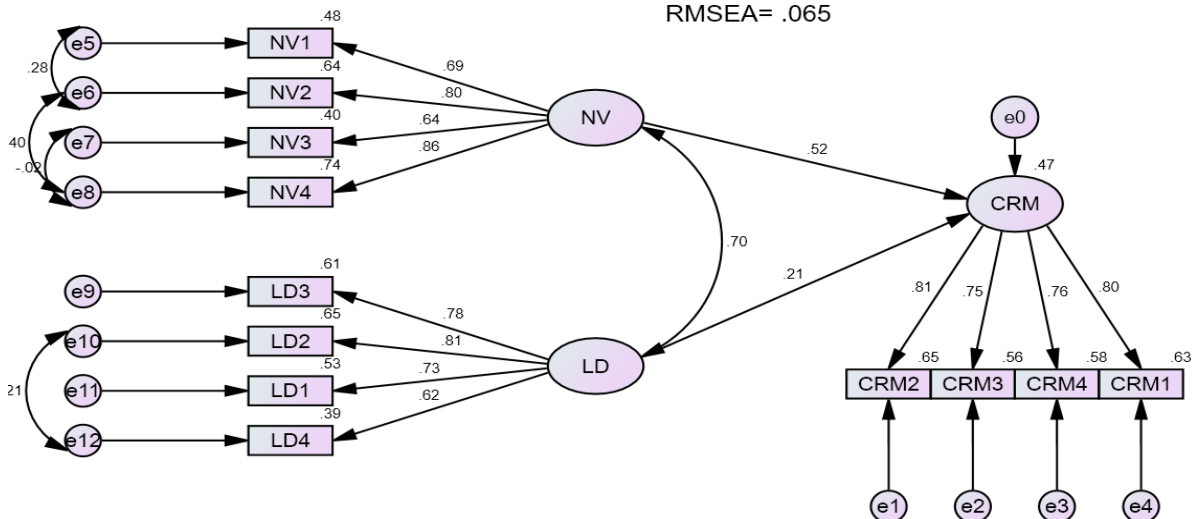
Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

*** Phân tích cấu trúc tuyến tính**

Chi-square= 126.532 ; df= 47 ; P= .000 ;
 Chi-square/df = 2.692 ;
 GFI= .950 ; TLI= .952 ; CFI= .966 ;
 RMSEA= .065



Tiếp theo để trả lời cho câu hỏi mức độ tác động của các yếu tố đến triển khai CRM thành công như thế nào thì tác giả sử dụng phân tích cấu trúc tuyến tính.

Mô hình cấu trúc tuyến tính với các giá trị GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0.9, RMSEA = 0.065 thấp hơn 0.08, cho thấy chỉ số phù hợp với dữ liệu.

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CRM <--- NV	.496	.080	6.212	***	
CRM <--- LD	.195	.071	2.735	.006	

Trọng số hồi quy chưa chuẩn hóa đều mang dấu dương và giá trị P-value của 2 hệ số hồi quy đều thấp hơn 0.05 điều này khẳng định rằng cả 2 giả thuyết đặt ra ban đầu đều được chấp nhận, cả đội ngũ nhân viên và ban lãnh đạo đều thực sự có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến triển khai CRM thành công trong các khách sạn.

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CRM <--- NV	.515
CRM <--- LD	.214

Bảng trọng số hồi quy đã chuẩn hóa ở trên cho thấy yếu tố đội ngũ nhân viên có tác động mạnh hơn so với Ban lãnh đạo (0.515 so với 0.214).

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
CRM	.466

2 yếu tố đội ngũ nhân viên và Ban lãnh đạo đã giải thích được 46,6% biến thiên phương sai của triển khai CRM.

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Nghiên cứu khẳng định rằng cả 2 yếu tố đội ngũ nhân viên và Ban lãnh đạo đều có tác động tích cực và thực sự rất có ý nghĩa đến việc triển khai CRM thành công trong các khách sạn 3 - 5 sao trên địa bàn Hà Nội. Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng để triển khai thành công CRM các khách sạn cần có các chiến lược mục tiêu quản trị quan hệ khách hàng phù hợp với chiến lược phát triển chung của khách sạn trong quá trình triển khai CRM. Sự cam kết hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao sẽ đảm bảo sự thành công, đội ngũ nhân viên thực hiện trong khách sạn là các nhân tố then chốt đảm bảo triển khai thành công CRM. Trên cơ sở đó nghiên cứu có một số khuyến nghị như sau:

Thứ nhất, Ban lãnh đạo của khách sạn cần có sự hỗ trợ tuyệt đối trong quá trình triển khai CRM. Các nhà lãnh đạo trong khách sạn cần tham gia từ đầu quá trình triển khai CRM và phải làm sao để hệ thống CRM được ứng dụng một cách hiệu quả nhất. Sự quyết tâm quan tâm, cam kết hỗ trợ tối đa trong quá trình triển khai của các lãnh đạo khách sạn là nhân tố đảm bảo thành công cho triển khai CRM tại khách sạn. Trong quá trình triển khai sẽ gặp rất nhiều vấn đề phát sinh liên quan đến cả chi phí, nhân lực, công nghệ nằm ngoài tầm kiểm soát của đội ngũ triển khai dự án cần sự tham gia giải quyết của lãnh đạo. Các quyết định cần kịp thời đảm bảo tiến độ triển khai cũng như chất lượng của dự án đảm bảo thành công đạt được các mục tiêu đề ra.

Bên cạnh đó, Ban lãnh đạo cần có sự phân công, phân nhiệm rõ ràng, cụ thể giữa các bộ phận tham gia vào triển khai CRM. Xác định rõ mục tiêu sử dụng CRM của từng bộ phận. Có thể tổ chức họp hàng tuần giữa các phòng ban, bộ phận để đảm bảo tất cả đều sử dụng CRM thường xuyên. Việc bắt buộc mọi người sử dụng CRM có vẻ nghiêm khắc, nhưng nó là cần thiết để đạt được sự thống nhất trong việc thực hiện và ghi nhận lại sự tương tác với khách hàng của các phòng ban trong cùng một hệ thống. Tính nhất quán trong việc sử dụng CRM không những giúp cơ sở dữ liệu “sạch” hơn, mạnh mẽ hơn và ít thời gian lãng phí vào các quy trình không hiệu quả.

Thứ hai, cần chú trọng vào đội ngũ nhân viên trong quá trình triển khai. Đây là vấn đề quan trọng nhất trong triển khai các giải pháp hệ thống thông tin nói chung và triển khai CRM cho các khách sạn nói riêng. Các dự án triển khai hệ thống thông tin thành công nói chung đã chỉ ra yếu tố nguồn nhân lực chiếm đến 60% thành công, quy trình chiếm 30% và 10% là phụ thuộc vào yếu tố công nghệ. Yếu tố con người trong quá trình triển khai CRM tại các khách sạn khá rộng trong đó

phải đặt trọng tâm một số yếu tố chính là: Kỹ năng trình độ nhân viên trong cung cấp, xử lý thông tin dữ liệu trong CRM; Trình độ, kinh nghiệm của đội ngũ tư vấn, triển khai giải pháp; Văn hóa làm việc và sự phối kết hợp giữa các đơn vị trong khách sạn...

Với tầm quan trọng của đội ngũ nhân viên trong triển khai thành công CRM, ban lãnh đạo cần đầu tư thời gian để đào tạo nhân viên cách sử dụng CRM đúng đắn, có thể đào cho từng cá nhân hoặc cho một tập thể, nhưng cần phải có sự tương tác mở giữa người hướng dẫn và học viên, có tài liệu hướng dẫn cụ thể cho những nhân viên muốn tham khảo khi cần. Phát hành một tài liệu hướng dẫn với những nội dung mô tả chi tiết cho từng phòng ban. Tài liệu này không cần quá dài nhưng nên có một cấu trúc rõ ràng, ngắn gọn để các nhân viên có thể đọc và hiểu được. Thêm vào đó là cần thảo luận trực tiếp nội dung trong tài liệu với các nhân viên để đưa chúng vào thực tiễn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trương Đình Chiến (2009), *Quản trị quan hệ khách hàng*, Nhà xuất bản Phụ nữ.
2. Nguyễn Thanh Bình (2012), “*Thực tiễn ứng dụng quản trị quan hệ khách hàng tại các cơ sở lưu trú du lịch ở Việt Nam*”, tạp chí Quản trị quan hệ khách hàng, lý thuyết và thực tiễn ứng dụng ở Việt Nam, Trường Đại Học Kinh Tế Quốc Dân.
3. Nguyễn Văn Thủy (2015), “*Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến triển khai thành công giải pháp quản trị quan hệ khách hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*”, Hội thảo quốc gia lần thứ XVIII: Một số vấn đề chọn lọc của Công nghệ thông tin và truyền thông-TP Hồ Chí Minh.
4. Lê Thị Thu Trang (2017), “*Tác động của quản trị quan hệ khách hàng đến sự hài lòng của khách hàng trên thị trường bán lẻ hiện đại tại thành phố Cần thơ*”, Tạp chí Khoa học Trường đại học Cần Thơ.
5. Kỷ yếu hội thảo quốc gia (2012), “*Quản trị quan hệ khách hàng, lý thuyết và thực tiễn ứng dụng ở Việt Nam*”, Trường Đại Học Kinh Tế Quốc Dân.
6. Parvatiyar và Sheth (2000), “*Relationship marketing is a marketing orientation that seeks to develop close interactions with selected*” Hoserin bidgoli.
7. Payne Adrian (2005), “*Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*,” Butterworth-Heinemann is an imprint of Else vier, pg. 10
8. Buttle, F. (1996), “*Relationship marketing. Theory and practice*”. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
9. Gummesson, E (2003), “*Relationship marketing and a new economy: it's time for de-programming*”, Journal of Services Marketing, Vol. 16, No.7, 2002.
10. Stone, M. and Findlay, G. (2001), “*Data chaos-A court case waiting to Happen*”, Int.J.of Customer Relationship Mangement.
11. Forss, B. & Stone, M. (2001), “*Successful customer Relationship marketing*”, (London; Kogan page).
12. Trang Web:
 - vietnamtourism.gov.vn
 - sovhtt.hanoi.gov.vn
 - www.vietnamhotel.org.vn

NHÂN LỰC INTERNET MARKETING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VIỆT NAM

*ThS. Kiều Thu Hương
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Trong những năm gần đây, ngành du lịch Việt Nam ngày càng phát triển và thu hút lượng lớn khách du lịch trong và ngoài nước, trong đó có sự đóng góp không nhỏ của du lịch trực tuyến. Theo báo cáo của Tổng Cục Du lịch, tổng số khách quốc tế đến Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2019 đạt trên 8,4 triệu lượt khách (tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018); phục vụ 45,5 triệu lượt khách nội địa, trong đó có 22,9 triệu lượt khách lưu trú. Tổng thu từ khách du lịch đạt 338 nghìn tỷ đồng (tăng 8,4%) so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, 10 thị trường gửi khách quốc tế đến Việt Nam nhiều nhất gồm có Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Mỹ, Nga, Malaysia, Thái Lan, Úc, Anh.

Ứng dụng internet marketing trong kinh doanh du lịch ngày càng phát triển ở Việt Nam và rất cần nguồn nhân lực chất lượng cao. Điều này đòi hỏi nhân viên marketing trực tuyến không chỉ vững về chuyên môn, nghiệp vụ mà còn cần có kiến thức về công nghệ thông tin, internet, bán hàng trực tuyến. Thực tế cho thấy, rất nhiều tiềm năng công nghệ chưa được khai thác hết trong internet marketing, một trong những nguyên nhân là do yếu tố nhân lực marketing vẫn còn nhiều vấn đề bất cập: trình độ công nghệ thông tin còn yếu, thiếu kỹ năng bán tour online... Chính vì vậy, phát triển đội ngũ nhân lực internet marketing phục vụ cho du lịch trực tuyến là rất cần thiết.

Trên cơ sở những dữ liệu nghiên cứu thứ cấp thu thập được, bài viết tóm lược một số lý luận cơ bản về internet marketing và nhân lực internet marketing, đi sâu vào tìm hiểu thực trạng yếu tố nhân lực internet marketing tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện nhân lực internet marketing cho các doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Internet marketing; Nhân lực du lịch trực tuyến; Nhân lực internet marketing.

1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ NHÂN LỰC INTERNET MARKETING TRONG KINH DOANH DU LỊCH

1.1 Khái niệm internet marketing

Trong thực tế có khá nhiều cách gọi cũng như cách hiểu khác nhau về internet marketing (IM): Định nghĩa của Joel Reedy, Shauna Schullo, Kenneth Zimmerman (2000): Internet Marketing bao gồm tất cả các hoạt động để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của KH thông qua Internet. Philip Kotler (2003) đưa ra khái niệm: IM là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân dựa trên phương tiện Internet. Kotler và các cộng sự (2017) đưa ra định nghĩa marketing 4.0 là phương pháp tiếp cận marketing kết hợp giữa các tương tác trực tuyến và trực tiếp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, pha trộn giữa phong cách và giá trị thực tế trong quá trình xây dựng thương hiệu và quan trọng nhất là sự hỗ trợ lẫn nhau giữa kết nối máy - máy và tiếp xúc trực tiếp người - người nhằm tăng cường cam kết gắn bó của khách hàng với doanh nghiệp.

Định nghĩa của Dave Chaffey đưa ra trên trang web Marketing online và trên trang web riêng của mình: Marketing điện tử là hoạt động ứng dụng mạng internet và các phương tiện điện tử (web, thư điện tử e-mail, cơ sở dữ liệu, truyền thông đa phương tiện - multimedia, thiết bị trợ giúp cá nhân kỹ thuật số...) để tiến hành các hoạt động marketing nhằm đạt được các mục tiêu của tổ chức và duy trì quan hệ khách hàng thông qua nâng cao hiểu biết về khách hàng (thông tin, hành vi, giá trị, mức độ trung thành...), các hoạt động xúc tiến hướng mục tiêu và các dịch vụ qua mạng hướng tới thỏa mãn nhu cầu của KH (Dave Chaffey, Richard Mayer, Kevin Johnston, Fiona Ellis - Chadwick, 2003).

Từ việc tổng hợp các khái niệm trên, tác giả thống nhất sử dụng cách tiếp cận sau: *IM trong kinh doanh du lịch là quá trình liên tục, nối tiếp nhau qua đó bộ phận marketing của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch lập kế hoạch, nghiên cứu, thực hiện, kiểm soát, và đánh giá các hoạt động thông qua phương tiện internet nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng và đạt được những mục tiêu của công ty". Về bản chất, IM vẫn giữ nguyên bản chất của marketing truyền*

thông là tìm cách làm thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng, tuy nhiên người tiêu dùng trong thời đại công nghệ thông tin sẽ có những đặc điểm khác với người tiêu dùng truyền thống, họ có thói quen tiếp cận thông tin khác, đánh giá dựa trên các nguồn thông tin mới, hành động mua hàng cũng khác..., do đó người làm marketing (nhân lực internet marketing) cần sử dụng phương tiện mới và cách thức tác động mới để có thể sáng tạo và chuyển giao giá trị đến cho khách hàng của mình.

1.2 Nhân lực internet marketing

Yếu tố nhân lực trong các doanh nghiệp khách sạn, du lịch được xem xét trên góc độ cả những người lãnh đạo cao nhất trong các doanh nghiệp, các cấp quản lý trung gian và đặc biệt ở những nhân viên có sự tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, là cầu nối giữa doanh nghiệp và khách hàng.

Nhân lực là một yếu tố không thể thiếu trong hoạt động IM trong lĩnh vực du lịch. Nhân lực giữ các vai trò khác nhau trong việc tác động tới nhiệm vụ của internet marketing và giao tiếp với khách hàng. Do đặc điểm của sản phẩm khách sạn, sản phẩm du lịch chủ yếu là các dịch vụ do vậy vai trò của từng nhân viên trong việc chào bán, giới thiệu các dịch vụ cho khách qua internet có ý nghĩa rất quan trọng giúp khách thỏa mãn tốt hơn nhu cầu và bán được nhiều dịch vụ hơn. Những hoạt động của con người trong IM liên quan đến tất cả các công cụ IM khác, do vậy từ nhân viên đến người điều hành doanh nghiệp muốn đạt kết quả IM tốt thì phải linh hoạt xử lý mọi việc xảy ra một cách kịp thời. Điều đó đòi hỏi ở họ sự nhiệt tình liên tục và tính tự giác cao. Trong IM, chính sách con người còn yêu cầu các nhân viên trong doanh nghiệp có những hiểu biết và trình độ sử dụng internet cơ bản giúp hỗ trợ trong quá trình tương tác với khách hàng thông qua mạng internet. Baker et al., 2002; Maruyama & Trung, 2007; Sharma & Stafford, 2000 cho rằng trong môi trường internet, con người cần quan tâm đến các yếu tố sau: Kiến thức và sự trợ giúp khách hàng (kiến thức liên quan đến sản phẩm dịch vụ, kiến thức nghiệp vụ kiến thức về công nghệ thông tin); kỹ năng; mức độ thân thiện với khách hàng, cách cư xử của nhân viên với khách hàng qua môi trường ảo cũng rất cần thiết.

Trong khi đó, Bùi Xuân Nhàn (2009) đã phân loại vai trò nhân lực tới hoạt động marketing này thành bốn nhóm:

- Nhóm thứ nhất giữ vai trò liên lạc thường xuyên hay đều đặn với khách hàng, họ là những người bán hàng hay những người phục vụ khách hàng và như vậy, họ có quan hệ rất chặt chẽ với các hoạt động internet marketing, thành thạo trong các chiến lược internet marketing của doanh nghiệp, do vậy, họ phải được đào tạo cơ bản và có những hiểu biết nhất định về internet và có động cơ thúc đẩy để phục vụ tốt khách hàng hàng ngày.

- Nhóm thứ hai là những người trong các vị trí như lễ tân, nhân viên kế toán tài vụ... Những người này tuy không liên quan đến hoạt động internet marketing của doanh nghiệp ở mức cao, song họ cũng thường xuyên tiếp xúc với khách hàng tạo nên những mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng, họ có vai trò quan trọng trong cung ứng dịch vụ có chất lượng. Bởi vậy, họ cần có nhận thức sâu sắc về chiến lược internet marketing của doanh nghiệp và đảm nhận nhiệm vụ làm thỏa mãn nhu cầu của khách. Những người này cần phải được phát triển kỹ năng quan hệ tốt với khách, có những hiểu biết cơ bản về internet. Do vậy, vấn đề đào tạo và chỉ đạo sự thực hiện của họ là rất quan trọng với sự thành công của doanh nghiệp.

- Nhóm thứ ba là những người hoạt động internet marketing chuyên nghiệp, họ là người thực hiện chiến lược và kế hoạch internet marketing với các vai trò như phát triển sản phẩm, nghiên cứu marketing và các chức năng khác. Những người này thường được đào tạo để có kiến thức chuyên sâu về marketing. Với lĩnh vực internet, họ cũng cần có những kiến thức chuyên sâu hơn để hỗ trợ công việc trong quá trình triển khai hoạt động IM.

- Nhóm thứ tư là những người thực hiện các nhiệm vụ khác nhau trong doanh nghiệp, họ không trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, không trực tiếp thực hiện các nhiệm vụ marketing như những người ở phòng nhân sự, phòng xử lý dữ liệu. Hoạt động của họ ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động của doanh nghiệp. Những người này phải được huấn luyện để có nhận thức đúng tầm quan trọng của việc thỏa mãn những nhu cầu của khách hàng nội bộ và bên ngoài. Họ cần phải hiểu toàn diện kế hoạch internet marketing của doanh nghiệp để góp phần nâng cao chất lượng phục vụ du khách.

2. THỰC TRẠNG NHÂN LỰC INTERNET MARKETING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VIỆT NAM

Theo Tổng cục Du lịch, hiện tại cả nước có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước. Trong đó chỉ 42% được đào tạo về chuyên môn, 38% từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Mỗi năm, các trường đào tạo chuyên ngành về du lịch chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của ngành, dẫn đến tình trạng thiếu khá trầm trọng nguồn nhân lực du lịch. Đặc biệt với sự bùng nổ của du lịch trực tuyến trong những năm gần đây với việc áp dụng công nghệ mới, thì rất cần nguồn nhân lực bổ sung đủ đáp ứng được yêu cầu trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Mặc dù vậy, nhưng trình độ công nghệ thông tin của nhân lực du lịch vẫn còn rất hạn chế: Toàn ngành có khoảng trên 400 nghìn người biết sử dụng máy tính phục vụ được yêu cầu công việc, chiếm khoảng 68% tổng nhân lực lao động trực tiếp; như vậy vẫn còn tới trên 190 nghìn nhân lực du lịch không biết sử dụng máy tính phục vụ yêu cầu công việc.

Hiện nay hầu hết các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đều phát triển du lịch trực tuyến ở nhiều mức độ khác nhau. Chính vì vậy nguồn nhân lực về thương mại điện tử đặc biệt nguồn nhân lực internet marketing đang là vấn đề được nhiều doanh nghiệp quan tâm chú trọng để phát triển. Do đặc thù nên đòi hỏi nhóm lao động chuyên trách này vừa có kiến thức về công nghệ, lại phải hiểu biết về thương mại để nắm bắt kịp thời xu hướng mới.

2.1. Nhóm thứ nhất là những người giữ vai trò liên lạc thường xuyên hay đều đặn với khách hàng, những người bán hàng hay những người phục vụ trực tiếp khách hàng

Báo cáo chỉ số Thương mại điện tử năm 2019 cho thấy, tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử năm 2018 cao hơn 30% so với trước đó và sẽ tiếp tục duy trì tốc độ này trong những năm tới. Quy mô giao dịch khoảng 8 tỷ USD. Trong đó, bán lẻ trực tuyến và du lịch trực tuyến chiếm tỷ trọng cao nhất trong toàn bộ thị trường thương mại điện tử Việt Nam. Theo báo cáo của Google và Temasek, quy mô du lịch trực tuyến Việt Nam năm 2018 đạt 3,5 tỷ USD (tăng trưởng 15%), dự kiến 2025 con số này sẽ lên tới 9 tỷ USD. Trong đó, việc đặt vé máy bay, phòng khách sạn, tour du lịch và các dịch vụ hỗ trợ du lịch khác trên môi trường trực tuyến ngày càng tăng trưởng nhanh và thuận lợi cho người tiêu dùng. Tầng lớp khách lẻ tăng mạnh cả inbound và outbound tạo nhiều cơ hội tiềm năng cho du lịch. Các mô hình kinh doanh và công nghệ tiên tiến được ứng dụng mạnh mẽ trong du lịch trực tuyến bao gồm: kinh tế chia sẻ, ứng dụng AI (trí tuệ nhân tạo), AR (tương tác ảo) và VR (thực tế ảo)...

Trong các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam, hệ thống bán hàng trực tuyến đã được triển khai, vừa là kênh quảng bá thương hiệu tốt vừa mang lại hiệu quả kinh doanh cao, tuy nhiên, trình độ tổ chức tour của nhân viên vẫn còn hạn chế. Nhiều khách hàng phàn nàn đăng ký mua tour trực tuyến, được hứa hẹn rồi bị hoãn chuyến. Sẽ rất khó khăn cho doanh nghiệp để lôi kéo những khách hàng này quay trở lại sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp, điều này sẽ gây tổn thất lớn cho doanh nghiệp. Tại nhiều doanh nghiệp lữ hành Việt Nam, đội ngũ nhân viên chưa biết cách và có thói quen bán hàng trực tuyến cũng như theo dõi thanh toán, chăm sóc khách và tạo kho sản phẩm đủ lớn. Rất nhiều doanh nghiệp khi tuyển dụng nhân viên mới, sau mấy tháng huấn luyện, nhân viên vẫn chưa thể quen được với việc bán hàng qua trang web. Muốn bán hàng qua mạng, trước hết công ty phải bán tốt qua kênh truyền thống, có thương hiệu thì mới thu hút khách vào trang web. Công ty cũng phải có lượng khách lớn để có tour khởi hành thường xuyên vì một khi đã đưa tour lên bán trực tuyến thì nhất định phải khởi hành đúng lịch trình. Điều này đòi hỏi cả một guồng máy nhân lực hoạt động nhịp nhàng, theo sát quá trình thực hiện dịch vụ, kiểm tra xác nhận của hãng hàng không, khách sạn... nhằm biết tour nào còn bán được hay hết để nhanh chóng đóng tour, tránh làm cho khách phiền lòng.

Ở một số loại hình khác như kinh doanh vận chuyển, ăn uống, lưu trú, hay các khu vui chơi giải trí tại Việt Nam có nhiều các phần mềm hỗ trợ đặt hàng trực tuyến nên mức độ liên quan đến internet marketing của nhóm người thứ nhất ít hơn so với kinh doanh lữ hành. Tuy nhiên, một trong những công cụ xúc tiến đặc thù trong lĩnh vực du lịch là xúc tiến qua yếu tố con người, đặc biệt là đối với nhân viên tiếp xúc trực tiếp với khách hàng. Vì thế nên nhân lực của nhóm này cũng nắm

được các hoạt động internet marketing cơ bản, hỗ trợ các nhân viên marketing chuyên nghiệp trong việc triển khai các công cụ internet marketing tại doanh nghiệp mình.

2.2. Nhóm thứ hai là những người trong các vị trí như lễ tân, nhân viên kế toán tài vụ

Tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam, với sự hỗ trợ của các phần mềm check-in, check-out trực tuyến, công việc chính của nhân viên lễ tân là nhận điện thoại, trả lời các thông tin liên quan đến doanh nghiệp mình, tiếp đón khách, nhận thông tin về yêu cầu của khách, kiểm tra xem các dịch vụ có đáp ứng đúng yêu cầu của khách không và giúp khách trong các việc điện thoại, nhận và ký gửi đồ, thanh toán... Về cơ bản những nhân lực làm công việc này đều đảm bảo yêu cầu nghiệp vụ và hành vi ứng xử phù hợp theo các nguyên tắc giao tiếp quốc tế nhất định.

Thực tế hiện nay là, khi tuyển dụng lao động, các cơ sở hoạt động du lịch Việt Nam đều phải đào tạo lại vì nhiều nhân lực chưa có kỹ năng thuần thực làm việc trong môi trường internet. Nhà tuyển dụng mong muốn rằng, ngoài các ý thức làm việc, kiến thức nghiệp vụ về ngành, ứng viên cần có các kỹ năng cần thiết trong lĩnh vực khách sạn du lịch trong đó có kỹ năng sử dụng thành thạo phần mềm quản lý khách sạn, nhà hàng, phần mềm kế toán ngay từ ban đầu. Đây là nhóm khách hàng mặc dù không có liên quan nhiều đến hoạt động internet marketing nhưng có sự tiếp xúc với khách ở một mức độ nhất định. Hầu hết nhóm nhân lực này đều nắm được những chiến lược internet marketing chung của doanh nghiệp mình. Điều này hỗ trợ rất nhiều cho hoạt động internet marketing của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

2.3. Nhóm thứ ba là những người hoạt động internet marketing chuyên nghiệp

Đây là nhóm nhân lực quan trọng nhất của internet marketing. Trong số các kỹ năng của nhân lực marketing thì kỹ năng khai thác và sử dụng các ứng dụng thương mại điện tử đang được doanh nghiệp quan tâm nhiều nhất và cũng gặp khó khăn lớn nhất trong quá trình tuyển dụng (49% doanh nghiệp cho biết gặp khó khăn về việc tuyển dụng những nhân sự có kỹ năng này), tương tự với các kỹ năng khác như sau:

- Kỹ năng cài đặt chế độ, ứng dụng, khắc phục sự cố thông thường của máy vi tính: 40%
- Kỹ năng quản trị website và sàn giao dịch TMĐT: 45%
- Kỹ năng quản trị cơ sở dữ liệu: 42%
- Kỹ năng triển khai thanh toán trực tuyến: 28%
- Kỹ năng tiếp thị trực tuyến: 35%
- Kỹ năng xây dựng kế hoạch, triển khai dự án thương mại điện tử: 43%

Nhiệm vụ của nhóm nhân lực này tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam là tiến hành các hoạt động internet marketing. Chủ yếu là các hoạt động sau:

Nghiên cứu thị trường trực tuyến: Với đặc điểm là hoạt động xuất khẩu tại chỗ, cung ứng sản phẩm dịch vụ từ hành cho những thị trường khác nhau với những dị biệt về ngôn ngữ, văn hóa, tập quán... thì việc có được nguồn thông tin thông qua những dữ liệu trực tuyến là nền tảng tốt cho chiến lược marketing điện tử. Những người làm internet marketing trong các doanh nghiệp du lịch Việt Nam cũng tiến hành điều tra online khách du lịch nhưng mức độ điều tra khá đơn giản. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu chuyên sâu về hành vi cụ thể của khách hàng như: khách hàng tìm kiếm cái gì, khách hàng cảm thấy như thế nào với các thông tin trên website của doanh nghiệp như nội dung, giao diện... thì vẫn chưa được những người làm internet marketing trong các doanh nghiệp du lịch Việt Nam nghiên cứu đầy đủ.

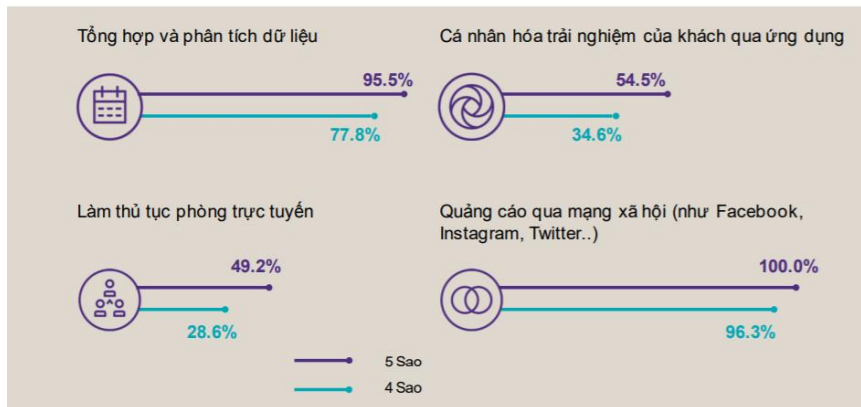
Xúc tiến trực tuyến: Đây là nhiệm vụ quan trọng của nhân lực internet marketing trong các doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Hầu hết những người làm internet marketing tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đều tiến hành các hoạt động marketing trên website, fanpage, mạng xã hội cho sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp mình. Ngoài ra, còn có các hoạt động khác như quan hệ công chúng trực tuyến, quảng cáo trực tuyến, marketing trực tuyến...

Theo thống kê của Grant Thornton trong báo cáo khảo sát ngành dịch vụ khách sạn năm 2019, ở các khách sạn cao cấp (4, 5 sao), mức độ ứng dụng công nghệ số vào hoạt động khách sạn chiếm tỷ lệ rất lớn (xem hình 1). Trong đó, ở lĩnh vực internet marketing, doanh nghiệp khách sạn áp dụng công nghệ số vào tổng hợp và phân tích dữ liệu chiếm tỷ lệ 95,5% và 77,8% lần lượt ở các khách sạn 5 và 4 sao trong mẫu khảo sát, 100% khách sạn 5 sao và 96,3% khách sạn 4 sao trong mẫu khảo sát sử dụng công nghệ số trong quảng cáo qua mạng xã hội.

Nguồn nhân lực tri thức của ngành, trong đó có hướng dẫn viên du lịch, nhân viên marketing du lịch, nhân viên lễ tân cũng chỉ đạt trên 65% đã tốt nghiệp đại học. Nhân lực marketing du lịch hoặc là tốt nghiệp chuyên ngành du lịch, hoặc là tốt nghiệp chuyên ngành marketing hay tốt nghiệp chuyên ngành công nghệ thông tin. Chưa kể đến nhiều doanh nghiệp du lịch Việt Nam là những doanh nghiệp vừa và nhỏ, nhân viên kinh doanh kiêm nhiệm luôn hoạt động marketing, trong đó có internet marketing.

Hiện nay tại Việt Nam, vẫn chưa có chuyên ngành sâu về marketing du lịch, đặc biệt lại là internet marketing. Điều này dẫn tới nguồn nhân lực internet marketing chuyên nghiệp tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam vẫn còn thiếu cả về số lượng và chất lượng.

Ứng dụng công nghệ số vào hoạt động khách sạn



Hình 1: Mức độ ứng dụng công nghệ số vào hoạt động khách sạn

Nguồn: Báo cáo khảo sát ngành dịch vụ khách sạn năm 2019, Grant Thornton

2.4. Nhóm thứ tư là những người thực hiện các nhiệm vụ khác nhau trong doanh nghiệp

Nhóm này bao gồm nhân lực thuộc các phòng như phòng kế hoạch đầu tư; phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp/ hành chính - nhân sự; nhân viên làm vệ sinh môi trường; nhân viên phụ trách IT và công tác sửa chữa điện nước; nhân viên cung ứng hàng hoá; nhân viên tạp vụ... trong các công ty, khách sạn hoặc các đơn vị kinh doanh về du lịch kinh doanh du lịch. Họ không trực tiếp cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách. Nhiệm vụ chính của họ là cung cấp những nhu yếu phẩm, phương tiện làm việc cho những lao động thuộc các bộ phận khác của đơn vị kinh doanh về du lịch. Trong hoạt động internet marketing tại các doanh nghiệp du lịch Việt Nam, mặc dù không tiếp xúc trực tiếp với khách nhưng các đối tượng này cũng được tuyên truyền và giáo dục để biết những mục tiêu marketing mà doanh nghiệp hướng tới.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NHÂN LỰC INTERNET MARKETING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VIỆT NAM

Sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, ngành du lịch Việt Nam đang đối mặt với cả cơ hội lớn lẫn những thách thức không nhỏ, yêu cầu phải có những chuyển đổi đột phá, kịp thời, mang tính sáng tạo phù hợp với xu hướng phát triển du lịch thông minh, hướng tới phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch.

Theo Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch), mỗi năm toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động. Tuy nhiên, lượng sinh viên chuyên ngành ra trường chỉ khoảng 15.000 người/năm. Quy mô và chất lượng nhân lực đang là vấn đề lớn đối với ngành du lịch.

Tính đến cuối năm 2018, cả nước có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Chính vì thế, số lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu, vừa yếu, nhưng số lao động chưa đáp ứng yêu cầu lại dư thừa. Khi nhân lực du lịch được tuyển dụng, hầu hết doanh nghiệp lữ hành đều phải đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung về kỹ năng, ngoại ngữ, đặc biệt là công nghệ thông tin. Từ đó, việc phát triển nhân lực nói chung và nhân lực marketing đáp ứng du lịch thời công nghệ số cũng là một yếu tố hết sức quan trọng. Trên cơ sở nghiên cứu thực trạng nhân lực internet marketing của các doanh nghiệp Việt Nam, tác giả đưa ra một số giải pháp hoàn thiện nhân lực internet marketing như sau:

- Nâng cao nhận thức xã hội, đặc biệt là của các cấp quản lý về vai trò nhân lực internet marketing trong kinh doanh du lịch

Để phát triển du lịch với tư cách là một ngành kinh tế, hoạt động marketing du lịch có vai trò đặc biệt quan trọng. Tuy nhiên, sự nhìn nhận của xã hội, đặc biệt là của các nhà quản lý còn hạn chế. Vì vậy, đầu tư cho marketing du lịch nói chung và internet marketing nói riêng còn rất hạn chế cả về nhân lực, tổng vốn đầu tư lẫn các điều kiện để phát triển.

Nhằm khắc phục tình trạng này, việc nâng cao nhận thức xã hội về marketing trực tuyến trong kinh doanh du lịch, đặc biệt là của các cấp quản lý là rất quan trọng. Đồng thời, cần chứng minh tính hiệu quả của marketing trực tuyến trong hoạt động kinh doanh du lịch thông qua các buổi tọa đàm, đối thoại giữa các nhà quản lý và doanh nghiệp du lịch; thông qua các cuộc khảo sát thực tế ở những địa phương, các điểm đến trong khu vực nơi có ứng dụng rộng rãi marketing trực tuyến trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Từ đó để hoàn thiện nhân lực internet marketing, đội ngũ lãnh đạo cần tìm hiểu, nắm bắt được xu thế phát triển, vai trò của nhân lực internet marketing trong thời kỳ 4.0. Khi đội ngũ quản lý nắm bắt được xu thế, hiểu tầm quan trọng của việc ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển kinh doanh, việc hoàn thiện nguồn nhân lực internet marketing sẽ thuận lợi hơn.

- Tham gia chương trình đào tạo nhân lực du lịch của các hiệp hội

Mới đây, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) và Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA) thống nhất ký thoả thuận hợp tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch trực tuyến. Theo đó mục đích là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của các Hội viên VITA đáp ứng nhu cầu triển khai du lịch trực tuyến trong thời đại kinh tế số và cách mạng Công nghiệp lần thứ 4. Bên cạnh đó, thông qua hoạt động đào tạo, tập huấn, nâng cao cơ hội kết nối kinh doanh trực tuyến giữa các hội viên của hai Hiệp hội. Thông qua đó giúp các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trực tuyến ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ, đủ năng lực đáp ứng hoạt động kinh doanh và cạnh tranh toàn cầu về du lịch. Các doanh nghiệp du lịch cần cử nhân lực internet marketing tham dự các khóa đào tạo này để nâng cao kiến thức và kỹ năng làm việc trong môi trường internet.

- Ứng dụng công nghệ trong hoạt động đào tạo nhân lực du lịch

Ưu tiên đào tạo kỹ năng và chứng chỉ du lịch bằng công nghệ hiện đại, để tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng được với thời đại công nghệ số - đó là năng lực toán học, công nghệ thông tin và phẩm chất linh hoạt, nhạy bén, dám nghĩ và làm mới. Chuẩn bị khâu nguồn nhân lực bằng cách cử nhân sự tham dự các khóa đào tạo về công nghệ như: Công nghệ DataWarehouse; Công nghệ phân tích BigData; Công nghệ Trí tuệ nhân tạo AI; An ninh mạng... Với những nhân lực marketing, cần phải học về nghiên cứu thị trường trực tuyến, phân đoạn thị trường trực tuyến, các nội dung marketing - mix trực tuyến, đầu tư tìm hiểu cách làm, cách viết content ấn tượng và các kỹ năng công nghệ thông tin liên quan đến hoạt động marketing khác.

- Ưu tiên bồi dưỡng đội ngũ quản trị website của doanh nghiệp

Trong internet marketing, có một website tốt là điều đầu tiên các doanh nghiệp du lịch cần phải làm. Vì suy cho cùng, nhiều hoạt động internet marketing đều hướng tới việc thu hút khách đến với website của doanh nghiệp để tìm hiểu thêm thông tin. Để có được một trang web hay là phải có đội ngũ nhân viên chuyên phát triển nội dung website. Đội ngũ quản trị website trong các doanh nghiệp du lịch Việt Nam phải được đào tạo để có thể biên tập các tin bài, đồng thời phải có ý thức tìm tòi, sáng tạo trong cách thể hiện, nếu không, nội dung trang web sẽ sơ sài và thiếu hấp dẫn. Người sử dụng truy cập vào một website chủ yếu là để tìm kiếm thông tin. Vì vậy, website của doanh nghiệp sẽ không thể giữ chân được khách hàng nếu không thường xuyên được cập nhật những thông tin mới.

KẾT LUẬN

Trong du lịch, từ du lịch truyền thống hay du lịch thông minh thì nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhân lực của doanh nghiệp có vai trò then chốt, là tài sản quý giá nhất của ngành du lịch. Trong đó trong thời đại công nghệ số hiện nay, nhân lực internet marketing đóng một vai trò quan trọng. Nó có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của từng doanh nghiệp cũng như sự phát triển bền vững của ngành du lịch. Việc đào tạo nguồn nhân lực internet marketing theo nhu cầu xã hội và xu hướng phát triển của ngành du lịch là yếu tố không thể thiếu trong việc thúc đẩy triển khai

du lịch thông minh. Vấn đề cốt lõi là từ chủ thể quản lý đến khách thể và cả đối tác, đối tượng quản lý trong ngành du lịch phải am hiểu và sử dụng thành thạo công nghệ thông tin. Con người tạo ra các thiết bị thông minh và điều hành nó theo ý muốn. Có như vậy thì du lịch Việt Nam mới bắt kịp được theo sự phát triển chung của du lịch Thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., & Voss, G. B. (2002), *The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions*, Journal of Marketing, 66(2), 120-141.
 2. Bùi Xuân Nhàn (2009), *Giáo trình marketing Du lịch*, Nxb Thống kê, Hà Nội
 3. Dave Chaffey, Richard Mayer, Kevin Johnston, Fiona Ellis - Chadwick (2003), *IM, Strategy, Implementation and Practice*, Prentice Hall - Financial Times, USA.
 4. Maruyama, M., & Trung, L. V. (2007), *Supermarkets in Vietnam: Opportunities and Obstacles*, Asian Economic Journal, 21(1), 19-46.
 5. Philip Kotler, (2003), *Marketing management*, Prentice Hall International, Inc. USA.
 6. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2017), *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
 7. Reedy, Joel; Zimmerman, Kenneth; Schullo, Shauna (2000), *Electronic Marketing: Integrating Electronic Resources into the Marketing Process*, Harcourt College Pub, Orlando, Florida, U.S.A.
 8. Sharma and Stafford (2000), *The Effect of Retail Atmospherics on Customers' Perceptions of Salespeople and Customer Persuasion: An Empirical Investigation*, Journal of Business Research 49(2):183-19
- WEBSITE: <http://vitea.vn/thuc-trang-va-cac-giai-phap-phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-viet-nam/>

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP VỚI CÔNG TÁC QUẢN TRỊ NHÂN SỰ TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN THỜI KỲ 4.0

ThS. Tô Quang Long
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội

TÓM TẮT

Các nhà quản lý khách sạn thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) thông qua đáp ứng nhiều yêu cầu từ các bên liên quan, cả bên trong và bên ngoài. Ngay cả công ty khách sạn nhỏ nhất cũng cần thực hiện CSR. Nghiên cứu cho thấy các nhà quản lý coi các hoạt động CSR là một chiến lược kinh doanh quan trọng. Thông qua các chương trình định hướng CSR, một khách sạn có thể giải quyết hiệu quả các vấn đề liên quan đến quản trị nguồn nhân lực. Chúng bao gồm các sáng kiến cho thấy một công ty thực sự quan tâm đến nhân viên của mình không chỉ về mặt vật chất (lương, thưởng) mà còn về năng lực / nâng cấp kỹ năng và cải thiện sức khỏe / lối sống.

Bài viết sẽ tập trung nghiên cứu CSR trong công tác quản trị nhân sự của một số các khách sạn lớn trong nước (thuộc tập đoàn Accor - Pháp), đưa ra các bài học kinh nghiệm về công tác lên kế hoạch, đào tạo, tuyển dụng, cơ chế kiểm soát, đánh giá nhân sự, tạo động lực cho nhân viên và quản lý nhân sự nói chung trong khách sạn. Trên cơ sở đó, cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ gợi ý các xu hướng triển khai công tác quản trị nhân sự trong kinh doanh khách sạn để đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, Quản trị nhân sự, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, khách sạn

LỜI MỞ ĐẦU

Cùng với tốc độ phát triển của ngành du lịch, hệ thống các khách sạn đã phát triển nhanh chóng cả về số lượng lẫn chất lượng. Để có thể tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp kinh

doanh khách sạn phải xây dựng đội ngũ lao động chuyên nghiệp và có động lực, phải gắn với cộng đồng, quan tâm đến môi trường và có trách nhiệm với xã hội.

Nghiên cứu CSR của doanh nghiệp khách sạn định hướng khía cạnh quản trị nguồn nhân lực ngày càng được các khách sạn quan tâm và thực hiện. Quản trị nguồn nhân lực theo tinh thần CRS sẽ đảm bảo cho doanh nghiệp khách sạn luôn duy trì và phát triển đội ngũ lao động vừa đảm bảo trình độ nghiệp vụ, vừa có lòng trung thành và gắn bó với doanh nghiệp.

1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

H.R. Bowen (1953) đã đưa ra quan niệm ban đầu cho rằng: Nghĩa vụ của doanh nhân là theo đuổi các chính sách ra quyết định hay thực hiện những hành động phù hợp với các mục tiêu và các giá trị của xã hội.

Lý thuyết về các thành phần có liên quan đóng vai trò là một trong những nền tảng lý luận về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Một số công trình nghiên cứu của R.E Freedman và A.B Carroll. R.E. Freeman (1984) đã đưa ra định nghĩa tổng quát, cho rằng các thành phần có liên quan bao gồm các cá nhân hoặc nhóm có thể tác động hoặc bị tác động bởi việc thực hóa các mục tiêu tổ chức.

Ủy ban Kinh tế Thế giới về phát triển bền vững phản ánh rõ hơn bản chất của CSR: “CSR- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp nhằm đóng góp cho phát triển kinh tế bền vững thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và cho toàn xã hội theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như sự phát triển chung của xã hội”.

Về ảnh hưởng của thực hiện CSR, Wood (2010) đề cập tới 3 ảnh hưởng: ảnh hưởng lên con người và tổ chức, ảnh hưởng lên môi trường, và ảnh hưởng lên hệ thống xã hội và thể chế. Theo Wood, CSR cho tới lúc này được mở rộng sang cả ba cấp độ trách nhiệm: về thể chế và toàn nền kinh tế, về doanh nghiệp và tổ chức, và cả về cấp độ cá nhân.

Theo kinh nghiệm quốc tế, Việt Nam đã xây dựng ISO 26000 tích hợp vấn đề cốt lõi mang tính quốc tế về trách nhiệm xã hội. ISO 26000 là công cụ về trách nhiệm xã hội mạnh nhất hỗ trợ các tổ chức đi từ ý tưởng tốt đến hành động tốt. Nó bao gồm Bảy chủ đề chủ chốt về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: quản trị tổ chức, nhân quyền, thực hành lao động, môi trường, kinh doanh trung thực, vấn đề người tiêu dùng, tham gia và phát triển cộng đồng.

CSR tác động đến nhiều đối tượng khác nhau: khách hàng, người lao động, cổ đông, nhà cung cấp, cộng đồng. Có thể nói, trách nhiệm đối với người lao động là một trong những nội dung trọng tâm của CSR. Trong báo cáo chuyên đề về “Public Policy for Corporate Social Responsibility”, World Bank (2003) xác định: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào sự phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng xung quanh và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội.

Trách nhiệm đối với người lao động là hoạt động thực hiện CSR từ bên trong doanh nghiệp. Việc bảo vệ sức khỏe và quyền lợi của người lao động hiện nay là việc làm quan trọng và hết sức cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp. Nó mang lại lợi ích to lớn nếu doanh nghiệp có trách nhiệm đối với người lao động. Trách nhiệm này thể hiện ở nhiều mặt như sử dụng lao động đúng pháp luật, đảm bảo điều kiện làm việc tốt, đảm bảo vệ sinh an toàn lao động, trả lương xứng đáng, công bằng, tạo điều kiện thuận lợi để người lao động có cơ hội phát triển năng lực, có hệ thống quản lý nhân sự hiệu quả, đối xử công bằng và có các chế độ bảo hiểm và phúc lợi phù hợp.

Tại Việt Nam, cũng có một số công trình khoa học nghiên cứu về trách nhiệm xã hội đối với người lao động. Về học thuật, Phạm Việt Thắng (2018) đã tập trung nghiên cứu, phân tích các nội dung liên quan tới việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đối với người lao động trong các doanh nghiệp dệt may tại Việt Nam. Tác giả khuyến nghị ứng dụng kết quả nghiên cứu để các doanh nghiệp dệt may thực hiện tốt CSR đối với người lao động. (1) Doanh nghiệp cần cam kết thực hiện đúng luật lao động, đồng thời tạo môi trường làm việc bình đẳng cho người lao động. (2) Doanh nghiệp cần tăng cường hơn nữa công tác đảm bảo về thời hạn trả lương, các chế độ lương, thưởng ngoài giờ, cân đối giữa phần thưởng và cống hiến, luôn tôn trọng người lao động và thực hiện đầy đủ các chế độ cho người lao động. (3) Lãnh đạo doanh nghiệp cần tích cực tiếp thu các ý kiến đóng góp của người lao động. (4) Thường xuyên hướng dẫn cho người lao động hiểu rõ

vai trò và cách thức đảm bảo sức khỏe bản thân trong quá trình làm việc cũng như phương pháp xử lý khi có vấn đề mất an toàn xảy ra. (5) Tăng cường công tác đào tạo, phát triển, sẵn sàng chuyên giao kiến thức, chia sẻ và hỗ trợ người lao động hoàn thành công việc.

Về thực tiễn, Liên quan đến TNXH của DN với người lao động, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam (2010) đã thực hiện đề tài “Xây dựng quan hệ lao động thúc đẩy trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, vai trò của Công đoàn Việt Nam”. Đề tài cho thấy vai trò của tổ chức công đoàn tham gia vào việc thúc đẩy việc thực hiện TNXH của chủ thể doanh nghiệp đối với người lao động.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nghiên cứu của Bohdanowicz & Zientara (2009) cho kết quả là khách sạn càng lớn thì càng có trách nhiệm xã hội đối với nhân viên của mình và xã hội. Brammer và cộng sự, (2007) và Ali và cộng sự, (2010) nhận thấy rằng trách nhiệm xã hội nội bộ được thể hiện thông qua ảnh hưởng tích cực của nguồn nhân lực đến sự cam kết và lòng trung thành của nhân viên, cũng tương thích với (Benjamin, 2012); Husin và cộng sự (2012) và Lam và cộng sự (2009) về tác động tích cực của nguồn nhân lực đối với hành vi công dân. Sahar Moh'd Futa (2013) đã đưa ra đề xuất: Các tổ chức khách sạn phải được làm quen trước với nhu cầu của nhân viên để tạo môi trường làm việc phù hợp; tìm kiếm sự trung thành và cam kết sự hài lòng của họ.

CSR có ý nghĩa rất quan trọng trong lĩnh vực quản trị nguồn nhân lực (Crook, 2005; Franklin, 2008). Điều này được công nhận rộng rãi, đặc biệt đối với ngành kinh doanh khách sạn - ngành có tỷ lệ sử dụng lao động trực tiếp cao và quản trị nguồn nhân lực đóng vai trò rất quan trọng. Thực vậy, các nhà quản lý khách sạn có trách nhiệm phải thúc đẩy hiệu quả nhân viên nhằm cung cấp chất lượng dịch vụ thỏa đáng cho khách hàng - yếu tố quyết định sự thành công của khách sạn.

Người lao động là yếu tố quyết định năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Hơn thế nữa yếu tố con người trong kinh doanh khách sạn là một trong các yếu tố cấu thành nên sản phẩm của khách sạn. Bên cạnh đó, trên thực tế các khách sạn hiện nay lao động là một trong những công cụ để cạnh tranh trên thị trường. Có được nhân viên tốt đã khó nhưng níu được chân các nhân viên này còn khó khăn hơn nhiều. Điều đó là cả một thách thức đối với các khách sạn.

Trên thực tế, mỗi cá nhân người lao động của khách sạn, dù ở vị trí công tác nào và ở bất kỳ thời điểm nào cũng luôn chịu những tác động từ chính bên trong và tác động bên ngoài từ các doanh nghiệp có liên quan đến khả năng lưu lại và làm việc của họ. Các doanh nghiệp khách sạn cần phải tạo ra “ lực hút: đối với người lao động với các yếu tố như: mức lương và các khoản thu nhập ngoài lương, cơ hội thăng tiến, vị trí công tác, sức ép công việc, cơ hội giao tiếp và được mở rộng quan hệ, địa vị trong xã hội, đối xử của doanh nghiệp, bảo hiểm xã hội và an toàn lao động,... các đãi ngộ khác.

Nhận thức được tầm quan trọng cũng như lợi ích to lớn, trong kinh doanh khách sạn cần thực hiện tốt trách nhiệm đối với người lao động. Trách nhiệm này được thể hiện ở nhiều mặt như: sử dụng lao động đúng pháp luật, đảm bảo điều kiện làm việc tốt, đảm bảo vệ sinh an toàn lao động, trả lương thỏa đáng công bằng. Quan tâm đến người lao động cả về vật chất lẫn tinh thần thông qua chế độ lương, thưởng, phúc lợi và bảo hiểm thỏa đáng, tạo môi trường làm việc lành mạnh và vừa sức, có trách nhiệm phát triển đào tạo cho nhân viên, đảm bảo an toàn vệ sinh trong lao động và không lạm dụng lao động trẻ em, tôn trọng quyền bình đẳng nam, nữ dựa trên công bằng về năng lực của mỗi người trong tuyển dụng, trả lương và tạo cơ hội thăng tiến; không phân biệt đối xử về mặt sắc tộc, với người bị khuyết tật, với quá khứ của người lao động.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tình huống, vì nó cho thấy câu trả lời đối với các vấn đề nghiên cứu. Với mục đích của bài viết này là thảo luận về CSR được thực hiện bởi các công ty khách sạn nhằm cải thiện chất lượng cuộc sống của người lao động, nên phương pháp điều tra xã hội học cũng đã được áp dụng. Tác giả tiến hành khảo sát (trong tháng 6-7/2019) về chủ đề quản trị nguồn nhân lực theo tiếp cận CSR, với qui mô mẫu 60 người, cơ cấu mẫu: cán bộ quản lý 10%, lao động gián tiếp 20% và lao động trực tiếp 70%.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Giới thiệu về khách sạn thuê thương hiệu Sofitel và Pullman của tập đoàn Accor tại Hà Nội

Phần lớn các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội đều được xây dựng trên cơ sở liên doanh với nước ngoài, hoặc thuê thương hiệu hay thuộc quyền quản lý, điều hành của các tập

đoàn khách sạn lớn, có uy tín. Trong đó khách sạn Sofitel và Pullman Legend Metropole Hanoi và khách sạn Pullman Hanoi thuê thương hiệu của tập đoàn Accor. Sofitel và Pullman và Pullman là các nhãn hiệu đặc trưng cho các khách sạn 5 sao với chất lượng dịch vụ sang trọng và cao cấp nhất của tập đoàn.

* *Khách sạn Sofitel và Pullman Legend Metropole Hanoi.* Với tổng số 607 nhân viên trong đó lao động trực tiếp 510 người chiếm tỷ lệ 84%, lao động gián tiếp 97 người chiếm 16%. Hầu hết các nhân viên được đào tạo qua nghiệp vụ chuyên môn. Trình độ ngoại ngữ giao tiếp cơ bản trở lên.

* *Khách sạn Pullman Hanoi.* Với tổng số 440 lao động trong đó lao động trực tiếp chiếm 262 người còn lao động gián tiếp là 158 người, Pullman Hanoi luôn cố gắng tạo điều kiện thuận lợi nhất để cho mọi nhân viên có cơ hội và phát triển nghề nghiệp. Cũng như khách sạn Sofitel và Pullman Legend Metropole Hanoi, mỗi nhân viên tại khách sạn Pullman Hanoi đều được tham dự khóa đào tạo về nghiệp vụ và kỹ năng để đảm bảo có đủ năng lực hoàn thành tốt nhiệm vụ tại vị trí của mình.

3.2. Nghiên cứu tài liệu về trách nhiệm đối với người lao động trong lĩnh vực khách sạn

Hotel Villa Magna-Park (Tây Ban Nha) đã giải quyết hiệu quả các vấn đề liên quan đến HRM thông qua các chương trình định hướng CSR. Chúng bao gồm các sáng kiến cho thấy một công ty thực sự quan tâm đến nhân viên của mình không chỉ về sức khỏe vật chất (mức lương tương đối cao) mà còn về năng lực / nâng cấp kỹ năng và cải thiện sức khỏe / lối sống.

Trong thời điểm khó khăn, thay vì sa thải nhân viên, khách sạn đã giữ lại tất cả các nhân viên (có lương được trả mỗi tháng) và yêu cầu họ tham gia vào tất cả các hoạt động nâng cao năng lực (như tiếng Anh và tin học). Nhưng ý tưởng chính là quan tâm nhiều hơn và cam kết đầy đủ hơn của công ty đối với nhân viên của mình. Dự án được các nhân viên nhiệt tình chào đón. Họ thừa nhận rằng việc một công ty để chăm sóc cho nhân viên của mình trong thời gian dài và ở thời điểm khó khăn như vậy là điều hết sức bất thường. Rõ ràng, các dự án do CSR điều hành có thể cho phép các công ty khách sạn đối phó với các vấn đề liên quan đến HRM.

3.3. Nghiên cứu khảo sát về trách nhiệm đối với người lao động tại các khách sạn thuê thương hiệu của Accor tại Hà Nội

Accor, tập đoàn kinh doanh khách sạn hàng đầu thế giới, đã có mặt tại 92 quốc gia với hơn 4.000 khách sạn. Được đăng ký chính thức vào năm 1983, nhưng trên thực tế Accor có thể được coi ra đời từ năm 1967 với sự xuất hiện của khách sạn Novotel tại thành phố Lille (Pháp). Đến nay Accor đã là một thương hiệu nổi tiếng toàn cầu - là tập đoàn kinh doanh khách sạn lớn nhất Châu Âu và lớn thứ 3 trên thế giới (sau Best Western và Intercontinental Hotels Group), với tổng doanh thu hàng năm đạt khoảng 6-7 tỉ Euro (doanh thu năm 2012 đạt 6,1 tỷ Euro), nổi tiếng là các thương hiệu Sofitel và Pullman, Novotel, Mercure, Century, Zenith, All Seasons, Ibis và Formulel. Accor luôn đáp ứng được những lựa chọn từ sang trọng đến phổ thông. Với hơn 145.000 nhân viên trên toàn thế giới, tập đoàn Accor mang đến cho khách hàng và đối tác sự chuyên nghiệp và kinh nghiệm của hơn 45 năm hoạt động.

Accor đã có mặt tại Việt Nam trong 20 năm qua, bắt đầu bằng việc giới thiệu khách sạn Metropole, hiện nay được biết đến dưới tên gọi Sofitel và Pullman Legend Metropole Hanoi hợp tác cùng với Tổng Công ty Du lịch Hà Nội. Hợp đồng quản lý, thuê thương hiệu đầu tiên này vẫn được áp dụng cho đến thời điểm hiện tại. Là ngành công nghiệp chủ yếu phụ thuộc vào yếu tố con người, nhu cầu nguồn nhân lực trong các khách sạn tương đối cao, nhất là trong các khách sạn 5 sao. Chính sách "Con người" là một điểm mạnh trong chính sách quản lý của các khách sạn thuộc tập đoàn Accor.

Sofitel và Pullman và Pullman là thương hiệu khách sạn cao cấp mang phong cách Pháp có mặt ở 5 châu lục với gần 250 khách sạn, trên gần 40 quốc gia (hơn 47.479 phòng). Thương hiệu Sofitel và Pullman bao gồm những khách sạn và các khu nghỉ dưỡng theo phong cách đương đại, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao và cập nhật của khách hàng về thiết kế, chất lượng và sự hoàn hảo.

Thương hiệu Sofitel và Pullman được xây dựng dựa trên ba giá trị chính với sự đóng góp mỗi ngày của các nhân viên:

+ Niềm đam mê sự hoàn hảo, Tinh thần yêu của sự thoải mái và Tinh thần cởi mở.

+ Bằng hành động và kiến thức của mình, những thành viên - là những người tạo nên sự sang trọng của thương hiệu Sofitel và Pullman - sẽ mang đến những dịch vụ riêng biệt từng khách hàng.

+ Những giá trị của Sofitel và Pullman cũng được xem là kim chỉ nam hành động cho các nhân viên. Đó là tài sản kế thừa của khách sạn nhằm duy trì tinh thần Sofitel và Pullman tại khách sạn và văn phòng.

Các khách sạn thuê thương hiệu Sofitel và Pullman của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã xác định cho mình những nhiệm vụ và định hướng trong công tác quản trị nguồn nhân lực nhằm đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động, tạo môi trường tốt cho người lao động, tạo các cơ hội để người lao động phát huy hết khả năng.

Bảng 1: Bảng khảo sát về mối quan tâm của 20 lao động khác nhau làm việc tại các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội

Tiêu chí	Người quản lý			Lao động gián tiếp			Lao động trực tiếp			Tổng hợp		
	R	Q	I	R	Q	I	R	Q	I	R	Q	I
Lương		2	3	3	2		10			13	4	3
Thưởng		1	4	2	2	1	10			12	3	5
Các khoản trợ cấp			5		1	4	2	6	2	2	7	11
Khả năng làm thêm	1	4			3	2		4	6	1	11	8
Cơ hội thăng tiến, nâng bậc	2	2	1	1	2	2		3	7	3	7	10
Điều kiện làm việc	1	1	3	2	2	1	3	3	4	6	6	8
Chế độ bảo hộ lao động			5			5		6	4		6	14
Chế độ bảo hiểm xã hội	4	1		3	2		5	3	2	12	6	2
Ứng xử giao tiếp nội bộ	4	1		2	2	1	5	3	2	11	6	3
Quan tâm của lãnh đạo	2	2	1	4	1		2	5	3	8	8	4
Môi trường làm việc	3	2		1	2	2	5	5		9	9	2
Chăm sóc y tế	1	3	1	1	1	3	4	4	2	6	8	6
Chăm lo đời sống người lao động	2	1	2	1	1	3	2	2	6	5	4	11

Ghi chú: R= rất quan tâm, Q= Quan tâm, I- ít quan tâm

Như vậy theo đánh giá chung của các lao động thì mối quan tâm lớn nhất của người lao động đó là vấn đề tiền lương, thưởng. Ứng xử giao tiếp nội bộ, môi trường làm việc cũng như cơ hội thăng tiến cũng được các lao động quan tâm. Tất cả các nội dung trên được thể hiện qua công tác quản trị nhân sự gắn với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các khách sạn.

Bảng dưới đây phản ánh ý kiến đánh giá của cán bộ, nhân viên và người lao động về chế độ đãi ngộ hiện nay của công ty.

Bảng 2: Bảng khảo sát về chế độ đãi ngộ (tài chính) đối với người lao động làm việc tại các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội

Nội dung	Điểm đánh giá			Trung bình
	Cán bộ quản lý	Lao động gián tiếp	Lao động trực tiếp	
Lương	4,2	3,8	3,4	4,5
Thưởng	4,0	3,9	3,7	4,4
Các khoản trợ cấp	3,8	3,7	4,1	3,9

Ghi chú: điểm đánh giá theo likert từ 1 (thấp) đến 5 (cao)

Số liệu bảng trên cho thấy, lương trả cho người lao động được đánh giá cao, với mức điểm trung bình là 4.5. tuy nhiên, mức độ hài lòng về lương không giống nhau giữa các đối tượng khác nhau. Theo đó, lao động trực tiếp dường như ít hài lòng hơn lao động gián tiếp và cán bộ quản lý. Ngược lại, lao động trực tiếp tỏ ra hài lòng hơn về các khoản trợ cấp, tuy mức độ chênh lệch không nhiều.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người được hỏi đánh giá cao (từ điểm 4 trở lên) về Môi trường làm việc (4,4), Chế độ bảo hiểm xã hội và Ứng xử giao tiếp nội bộ (4,3), Chăm sóc y tế (4,2)... Ở các nội dung này, ý kiến khác đồng nhất giữa các đối tượng khác nhau. Điểm đánh giá

thấp nhất thuộc về Chế độ bảo hộ lao động (2,7) do có đến 30% người được hỏi (cán bộ quản lý và lao động gián tiếp) ít liên quan đến nội dung này.

Bảng 3: Bảng khảo sát về tạo động lực thông qua công cụ phi tài chính đối với người lao động làm việc tại các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội

Nội dung	Điểm đánh giá			Trung bình
	Cán bộ quản lý	Lao động gián tiếp	Lao động trực tiếp	
Khả năng làm thêm kiếm thêm	3,0	3,3	4,6	3,6
Cơ hội thăng tiến, nâng bậc	4,0	3,4	3,2	3,5
Điều kiện làm việc	4,2	4,1	3,8	4,0
Chế độ bảo hộ lao động	2,0	2,0	3,5	2,7
Chế độ bảo hiểm xã hội	4,6	4,3	4,0	4,3
Ứng xử giao tiếp nội bộ	4,4	4,2	4,0	4,3
Quan tâm của lãnh đạo	4,6	4,4	3,2	4,1
Môi trường làm việc	4,7	4,3	4,2	4,4
Chăm sóc y tế	4,3	4,1	4,2	4,2
Chăm lo đời sống người lao động	4,4	4,0	4,0	4,1

Ghi chú: điểm đánh giá theo liker từ 1 (thấp) đến 5 (cao)

Các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã xác định cho mình những nhiệm vụ và định hướng trong công tác quản trị nguồn nhân lực nhằm đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động, tạo môi trường tốt cho người lao động, tạo các cơ hội để người lao động phát huy hết khả năng.

Trên thực tế, các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã xây dựng và thực hiện chế độ tiền lương, thưởng và phụ cấp. Các khách sạn cũng tạo động lực cho người lao động thông qua công cụ phi tài chính như: đào tạo và thăng tiến, điều kiện và môi trường làm việc, quan hệ giữa lãnh đạo, quản lý với nhân viên... Tất cả các nội dung trên được thể hiện qua công tác quản trị nhân sự gắn với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các khách sạn.

Các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã gắn quản trị nguồn nhân lực với CSR một cách chặt chẽ và được thể hiện thông qua các phương diện dưới đây.

** Gắn quản trị nguồn nhân lực trong khách sạn với CSR thông qua việc xây dựng kế hoạch, tuyển dụng nhân viên*

- Trên cơ sở hoạch định nguồn nhân lực của khách sạn, các khách sạn Sofitel và Pullman tại Hà Nội đưa ra các quyết định tuyển dụng lao động, các nhu cầu tuyển dụng.
- Đề các quy định về hồ sơ giấy tờ đối với lao động làm việc tại khách sạn.
- Thực hiện việc khám sức khỏe đối với nhân viên mới được tuyển dụng.
- Tất cả các nhân viên trong khách sạn đều phải trải qua giai đoạn thử việc và học việc. Sau đó mới có quyết định chính thức tuyển dụng.
- Xây dựng hệ thống nội quy, qui định làm việc như: thời gian làm việc, phiếu đánh giá quá trình làm việc trên cơ sở bản mô tả công việc mỗi chức danh.

** Gắn quản trị nguồn nhân lực trong khách sạn với CSR thông qua việc đào tạo và bồi dưỡng nhân viên*

- Tất cả những nhân viên mới đều được đào tạo kỹ năng nghiệp vụ trước khi ra làm việc.
- Nhân viên được đào tạo về an toàn vệ sinh lao động. Tuy nhiên hoạt động này chưa thường xuyên và đầy đủ với toàn khách sạn.
- Nhân viên mới đến được đào tạo định hướng nghề nghiệp, cung cấp cho họ kiến thức về công ty, khách sạn cũng như nội quy của cơ quan cũng như các quy định về chế độ theo quy định của nhà nước.
- Tất cả các nhân viên được tạo tạo kỹ năng phục vụ khách hàng, thái độ ứng xử phù hợp trong ngành dịch vụ khách sạn sang trọng đẳng cấp quốc tế.
- Nhân viên được đào tạo tại chỗ và cung cấp tài liệu tiếng Anh miễn phí để nâng cao trình độ tiếng Anh cho nhân viên.
- Hàng năm, nhân viên được đào tạo lại kỹ năng mềm để nâng cao chất lượng dịch vụ của khách sạn.

- Nhân viên được đào tạo về hệ thống cứu hỏa cũng như cách ứng phó các tình huống cháy nổ nếu không may xảy ra. Tuy vậy việc đào tạo này còn mang nhiều tính hình thức.
- Về an ninh khách sạn: Hàng năm nhân viên an ninh được cử đi học nghiệp vụ an ninh an toàn.
- Hàng năm, nhân viên bộ phận F&B được đào tạo về vệ sinh an toàn thực phẩm.
- Về cứu hỏa: Cử nhân viên tham gia các khóa huấn luyện do công an phòng cháy chữa cháy tổ chức.

- Nhân viên bộ phận kỹ thuật được cử đi đào tạo về an toàn trong vận hành máy móc, kỹ thuật.

** Gắn quản trị nguồn nhân lực trong khách sạn với CSR thông qua chế độ tiền lương và các khoản trợ cấp*

Đa số nhân viên rất quan tâm đến vấn đề tiền lương tuy mức độ có thể khác nhau. Đây chính là tiêu chí quan trọng đối với người lao động. Chế độ tiền lương trong các khách sạn Sofitel và Pullman tại Hà Nội được tính trên cơ sở chất lượng công việc làm căn cứ căn bản để xác định mức phí phục vụ cho mỗi cá nhân.

** Gắn quản trị nguồn nhân lực với CSR thông qua thực hiện chế độ và phúc lợi đối với người lao động*

Đối với nguồn nhân lực, phúc lợi được coi là “khoản tiền” bù đắp sức lao động bỏ ra ngoài chế độ tiền lương và tiền thưởng. Phúc lợi trước hết thể hiện sự quan tâm của khách sạn đến đời sống nhân viên, kích thích trực tiếp khả năng lao động, sáng tạo và sự trung thành của họ đối với mục tiêu phát triển của khách sạn. Chính vì vậy, các khách sạn 5 sao nói chung và khách sạn thuê thương hiệu Sofitel và Pullman của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã quan tâm và làm tốt công tác này. Khách sạn đã đảm bảo cho người lao động được thu nhập ổn định và đảm bảo những lợi ích được pháp luật quy định như: Chế độ bảo hiểm; Chế độ nghỉ ngơi; Bữa ăn nhân viên; Kiểm tra sức khỏe; Tổ chức các kỳ nghỉ cho nhân viên; Tổ chức các hoạt động khác.

** Gắn quản trị nhân lực trong khách sạn với CSR thông qua sử dụng các đòn bẩy về mặt tinh thần: Cơ chế khen thưởng kỷ luật; Cơ hội thăng tiến; Môi trường làm việc, bầu không khí trong tập thể.*

4. KẾT LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUẢN LÝ CHO VIỆT NAM THỜI KỲ 4.0

4.1 Kết luận

Thứ nhất, các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã thực hiện có hiệu quả công tác đãi ngộ nhân lực thông qua chế độ tiền lương, thưởng.

Các khách sạn áp dụng theo mẫu bảng lương thống nhất và có sự điều chỉnh phù hợp với điều kiện thực tế ở từng vùng miền. Đảm bảo tính hợp lý về sự chênh lệch đáng kể về khoản thu nhập giữa cán bộ quản lý và nhân viên đã tạo động lực phấn đấu và sáng tạo trong công việc để có cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp.

- Quan tâm đầy đủ đến các chế độ phúc lợi đối với người lao động: Ngoài việc tuân thủ chặt chẽ những quy định liên quan đến nội dung này trong Bộ luật Lao động, khách sạn còn quan tâm đến đời sống tinh thần của nhân viên thông qua các hoạt động nghỉ mát, ngoại khóa, ưu đãi về giá cả dịch vụ... góp phần tạo dựng không khí lành mạnh trong tập thể.

- Xây dựng hệ thống cơ chế khen thưởng, kỷ luật có hiệu quả và phù hợp: Cơ chế này phải đảm bảo tính kịp thời, tính rõ ràng, tính công khai, thống nhất và có tính giá trị.

- Mở rộng các cơ hội thăng tiến nội bộ: Trong đó hình thức thăng tiến nội bộ được sử dụng triệt để trong các khách sạn trên thế giới xuất phát từ một số quan điểm như: người được cân nhắc bổ nhiệm đã quen với môi trường khách sạn và thậm chí là phong cách làm việc tại bộ phận. Họ có thể đảm nhận ngay vị trí mới đó do đã từng tham gia các nội dung đào tạo, huấn luyện cần thiết của khách sạn. Điều quan trọng nữa là tạo không khí thi đua, nỗ lực phấn đấu trong tập thể lao động.

- Quan tâm chu đáo đối với nhân viên thông qua hoạt động khác như: Phục vụ 1 bữa ăn cho các nhân viên làm việc trong khách sạn, đảm bảo chế độ dinh dưỡng trong mỗi khẩu phần, môi trường khu vực ăn uống riêng biệt, sạch sẽ đảm bảo sức khỏe cho người lao động. Hàng năm tổ chức khám sức khỏe cho người lao động, có các chế độ thăm hỏi với các nhân viên gặp khó khăn,...

Thứ hai, các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã quan tâm đến công tác tuyển dụng và thu hút nguồn nhân lực.

- Nhận thức được tầm quan trọng của công tác tuyển dụng và thu hút nguồn nhân lực, các khách sạn trên thế giới rất chú ý đến kế hoạch hóa nguồn nhân lực nhằm chủ động duy trì và tạo ra đội ngũ lao động ổn định dựa trên các mục tiêu kinh doanh, chỉ tiêu về tài chính, thị trường...

- Thực hiện tốt nhiệm vụ phân tích công việc trên cơ sở xây dựng các bản mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc đối với từng vị trí nhân viên. Trên cơ sở đó các nhân viên hiểu rõ về chức năng nhiệm vụ cụ thể của mình, đồng thời là cơ sở để đánh giá việc thực hiện công việc của lao động cho khách sạn.

- Ưu tiên hình thức thông báo tuyển dụng nội bộ: Đây là hình thức tuyển dụng có nhiều ưu điểm được xuất phát từ nhiều lợi ích đối với người lao động và đối với khách sạn:

+ Nhân viên đã có thời gian làm việc tại khách sạn, đã qua thử thách và ít bỏ việc.

+ Nhân viên có nhiều thuận lợi làm quen với công việc mới, nhanh chóng thích nghi với điều kiện mới.

+ Tạo không khí thi đua sôi nổi, môi trường cạnh tranh giữa các nhân viên, kích thích tinh thần làm việc tích cực, sáng tạo...

Thứ ba, các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã sử dụng hợp lý và có hiệu quả nguồn nhân lực.

- Xây dựng cơ cấu tổ chức hợp lý, chi tiết đến từng cấp bậc nhân viên. Đội ngũ lao động được chia thành nhiều cấp: Giám đốc/ Trưởng bộ phận, Trợ lý Giám đốc/ Trợ lý trưởng bộ phận, Giám sát viên, nhân viên chính, nhân viên phụ, nhân viên học việc. Trong đó, mỗi cấp chia làm 3 bậc: A, B, C.

- Sử dụng hình thức hợp đồng đối với người lao động nhằm phát huy tác dụng trong việc thích ứng linh hoạt với các thay đổi và thách thức của môi trường kinh doanh, tạo ra một đội ngũ lao động trẻ, có năng lực, sáng tạo trong công việc.

- Công tác phân công bố trí lao động hợp lý, đảm bảo về chất lượng và số lượng phù hợp. Đáp ứng nhu cầu công việc thường xuyên cho người lao động. Có các chính sách thay đổi hay chuyển đổi vị trí công việc áp dụng đối theo yêu cầu công việc.

- Đảm bảo chế độ làm việc đối với mỗi nhân viên theo đúng quy định của Luật Lao động từng quốc gia.

- Công tác đánh giá kết quả công việc của nhân viên cần được các khách sạn thực hiện một cách hiệu quả và đưa ra các tiêu chí hết sức cụ thể thể hiện trong các mẫu đánh giá nhân viên của khách sạn.

Thứ tư, các khách sạn thuê thương hiệu của tập đoàn Accor tại Hà Nội đã chú trọng công tác đào tạo và bồi dưỡng nhân viên.

- Các khách sạn đã coi công tác đào tạo và phát triển đội ngũ lao động là một trong những nhiệm vụ thực hiện trách nhiệm đối với người lao động.

- Xây dựng được đội ngũ quản lý và chuyên trách trong lĩnh vực đào tạo chung của khách sạn.

- Hàng năm khách sạn xây dựng kế hoạch đào tạo nhân viên bao gồm: Thời gian, nội dung và hình thức đào tạo.

- Qua quá trình khảo sát cho thấy khách sạn đã áp dụng nhiều hình thức và nội dung đào tạo khác nhau, chủ yếu dưới hình thức lớp học được tổ chức ngay trong khách sạn. Hình thức đào tạo bên ngoài thường được tham gia với một số vị trí đặc biệt hay cán bộ quản lý.

- Các doanh nghiệp khách sạn đã lựa chọn hình thức, nội dung đào tạo theo hướng đa dạng hóa và phù hợp với tình hình thực tế của khách sạn. Nội dung đào tạo được xác định rõ là đào tạo định hướng (thường các nhân viên mới) hay đào tạo nghiệp vụ. Hình thức đào tạo chung hay định kỳ, quan tâm đến các kỹ năng cần thiết cho công việc phục vụ của nhân viên như kỹ năng giao tiếp, trình độ ngoại ngữ, vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng cháy chữa cháy... Bên cạnh đó bồi dưỡng và đào tạo cán bộ quản lý và đội ngũ kế nhiệm cũng được quan tâm.

4.2. Kinh nghiệm từ việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động

Nhìn chung, các khách sạn trên thế giới rất quan tâm đến người lao động, xem đó vừa là mục tiêu, vừa là phương tiện để thực hiện chiến lược phát triển bền vững. Quan điểm “hướng tới con người” và “vì con người” xuyên suốt trong quá trình hoạt động của các doanh nghiệp khách sạn. Quan điểm này thường được thể hiện ở một số nội dung sau đây:

Thứ nhất, doanh nghiệp khách sạn cam kết thực hiện đúng luật lao động, đồng thời tạo môi trường làm việc bình đẳng cho người lao động.

Thứ hai, doanh nghiệp khách sạn tăng cường thường xuyên công tác đảm bảo về thời hạn trả lương, các chế độ lương, thưởng ngoài giờ, cân đối giữa phần thưởng và cống hiến, luôn tôn trọng người lao động và thực hiện đầy đủ các chế độ cho người lao động.

Thứ ba, lãnh đạo doanh nghiệp khách sạn tích cực tiếp thu các ý kiến đóng góp của người lao động.

Thứ tư, các nhà lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp khách sạn thường xuyên hướng dẫn cho người lao động hiểu rõ vai trò và cách thức đảm bảo sức khỏe bản thân trong quá trình làm việc cũng như phương pháp xử lý khi có vấn đề mất an toàn xảy ra.

Thứ năm, doanh nghiệp khách sạn tăng cường công tác đào tạo, phát triển, sẵn sàng chuyển giao kiến thức, chia sẻ và hỗ trợ người lao động hoàn thành công việc.

Thứ sáu, các tổ chức khách sạn phải được làm quen trước với nhu cầu của nhân viên để tạo môi trường làm việc phù hợp; tìm kiếm sự trung thành và cam kết sự hài lòng của họ, đặc biệt là trong môi trường mà văn hóa “trọng tình” nổi trội.

Thứ bảy, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp khách sạn, một mặt, phải đảm bảo người lao động được bảo vệ và có việc làm (bảo vệ họ trong quá trình thay đổi nhanh chóng của công nghệ) và mặt khác, tích cực ứng dụng cải tiến công nghệ mới nhằm cải thiện an toàn tại nơi làm việc, tăng năng suất và do đó, tăng tiền lương cho người lao động. “Cách mạng số phải được xây dựng trên cơ sở việc làm tử tế mang lại giá trị nhân phẩm” (Guy Ryder, Tổng Giám đốc ILO). Các doanh nghiệp khách sạn cũng cần thường xuyên giúp người lao động phát triển những kỹ năng mới; đảm bảo sự chuyển dịch thuận lợi từ một công việc này sang một công việc khác, hỗ trợ đào tạo kỹ năng và cung cấp bảo hiểm thất nghiệp trong giai đoạn chuyển tiếp giữa các công việc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ali I., Rehman K U., Ali S., Yousaf J. and Zia M. (2010), *Corporate social responsibility influences employees commitment and organizational performance*, African Journal of Business Management, 4 (12), pp. 2796-2801.
2. Alin S., Grigore G F. and Rosca M I. (2011), *The Impact of Corporate Social Responsibility on Employees*, International Conference on Information and Finance IPEDR, vol.21, ACSIT Press, Singapore.
3. Bohdanowicz, Paulina & Zientara, Piotr (2009), *Hotel Companies Contribution to Improving the Quality of Life of Local Communities and the Well-Being of Their Employees*, Tourism and Hospitality Research, Vol.9, No.2, PP:147-158. Doi: 10.1057/thr.2008.46.
4. Bowen H R. (1953), *Social Responsibility of Businessman*, Harper & Row, New York.
5. Crook, C. (2005), *The good company*, *Economist* 8410: 3 -18.
6. Franklin, D. (2008), *Just good business*, *Economist* 8563: 3 - 22.
7. Lam et al.,(2009), *Perceived Human Resource Management Practices and Intention to Leave of Employees: the Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior in a Sino-Japanese Joint Venture*, International Journal of Human Resource Management. Vol. 20 Issue 11, p2250-2270. DOI: 10.1080/09585190903239641.
8. Kasim, Azilah (2004), *Socio-Environmentally Responsible Hotel Business: Do Tourists to Penang Island, Malaysia Care?*, Journal of Hospitality & Leisure Marketing Vol. 11, Issue 4, PP: 5-28, DOI: 10.1300/J150v11n04_02.
9. Khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi (2009), *Báo cáo tái thẩm định xếp hạng khách sạn 5 sao*
10. Khách sạn Pullman Hanoi (2013), *Hồ sơ đăng ký xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch*
11. Sahar Moh'd Futa (2013), *the relationship between social responsibility and organizational citizenship behavior in 5 stars hotels operating in petra city*, European Scientific Journal May 2013 edition vol.9, No.14.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC KHÁCH SẠN TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Trần Ngọc Trinh
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

TÓM TẮT

Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) dựa trên nền tảng các công nghệ tích hợp cao của hệ thống kết nối số hóa, vật lý, sinh học đang làm thay đổi căn bản nền sản xuất và đời sống xã hội của thế giới, tạo ra những thách thức và cơ hội cho mỗi quốc gia, địa phương, doanh nghiệp và cá nhân. Việt Nam cũng không nằm ngoài những tác động đó. Nâng cao chất lượng nhân lực khách sạn được cho là một trong những lĩnh vực chịu sự tác động trực tiếp nhất từ cuộc cách mạng này. Bài viết này sau khi khái quát về cuộc CMCN 4.0, tập trung phân tích, phân tích những vấn đề đặt ra cho ngành Du lịch và phát triển nhân lực khách sạn Việt Nam. Từ đó, đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng nhân lực khách sạn trước tác động của cuộc CMCN 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực khách sạn, chất lượng nhân lực

1. KHÁI QUÁT VỀ CÁCH MẠNG 4.0

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang được hình thành trên nền tảng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 3 (cách mạng số và máy tính). Khái niệm cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 được hiểu là một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, internet kết nối vạn vật (IoT) và internet của hệ thống và các dịch vụ (IoS).

Cuộc cách mạng này dựa trên những công nghệ giúp xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, số hóa và sinh học cả trong đời sống, sản xuất và trong lĩnh vực giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp. Khác với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 3, cuộc CMCN 4.0 có sự ứng dụng rộng rãi và tốc độ ứng dụng rất nhanh đang tác động và làm biến đổi mạnh mẽ tới mọi mặt đời sống kinh tế, xã hội, chính quyền, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân, an ninh... Đối với kinh tế, cuộc CMCN 4.0 thay đổi tăng trưởng, việc làm và bản chất công việc; Đối với chính quyền (thường gọi là chính phủ), cuộc CMCN 4.0 tác động tới chỉ đạo và điều hành trong thời đại số, sự tương tác giữa chính quyền và người dân; Đối với doanh nghiệp và kinh doanh, cuộc CMCN 4.0 tác động đến kỳ vọng của người tiêu dùng, đến dữ liệu và thông tin sản phẩm, đến sự hợp tác đổi mới, đến mô hình hoạt động mới, dịch vụ và mô hình kinh doanh; Đối với xã hội, cuộc CMCN 4.0 có thể sẽ tạo ra sự bất bình đẳng giữa các cộng đồng và bất lợi cho tầng lớp trung lưu; Đối với cá nhân, cuộc CMCN 4.0 sẽ làm cho quan hệ giữa người với người, vấn đề đạo đức, quản lý thông tin cá nhân... có những thay đổi lớn.

Nhân loại đã và sẽ chứng kiến sự ứng dụng của các công nghệ của cuộc CMCN 4.0 trong mọi mặt của đời sống xã hội từ quản lý nhà nước của chính quyền về tất cả các lĩnh vực, đến quản trị nhà máy; từ quản lý ngôi nhà, bếp ăn của mỗi gia đình, đến hoạt động của từng cá nhân. Trong cuộc CMCN 4.0, ngành Du lịch sẽ bị tác động mạnh mẽ và toàn diện. Năm công nghệ chính của CMCN 4.0 tác động đến ngành Du lịch là: internet kết nối vạn vật; trí tuệ nhân tạo và robot thông minh; thực tế ảo và thực tế tăng cường; dữ liệu lớn và điện toán đám mây; và chuỗi khối.

1) Internet kết nối vạn vật (IoT): Khả năng kết nối các thiết bị với internet và dữ liệu số dựa trên công nghệ điện toán đám mây; các thiết bị có thể tự liên hệ với nhau, thu thập dữ liệu và giao tiếp với môi trường xung quanh. IoT đã phát triển vượt qua giới hạn các máy tính, điện thoại thông minh, mở rộng đến mọi vật. Đối với du lịch, IoT đang tác động mạnh đến cách tương tác của khách với sản phẩm và cách vận hành nội tại của từng cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch. Tập đoàn Virgin Hotels đã đưa ra ứng dụng cho phép khách có thể tương tác, điều khiển điều hòa hoặc TV; Marriot đã thí

nghiệm sử dụng nút like để khách có thể phản hồi về các khâu dịch vụ và trang thiết bị cụ thể tại thời điểm thực. Thách thức lớn nhất đối với các nhà phát triển công nghệ và hoạch định chính sách trong du lịch là bảo mật các thiết bị; do có quá nhiều thông tin, việc xác định chính xác những thông tin đáng tin cậy để xử lý cho cả các nhà quản lý, quản trị, cung cấp dịch vụ du lịch và du khách.

2) Trí tuệ nhân tạo và Robot thông minh: Trí tuệ nhân tạo (AI) là phân ngành của khoa học máy tính để lập trình thực hiện các nhiệm vụ đòi hỏi trí tuệ con người trong học tập, nhận thức, giải quyết vấn đề, hiểu ngôn ngữ và suy luận. Robot thông minh là cầu nối giữa Robot thông thường đảm nhiệm các nhiệm vụ lặp đi lặp lại đơn giản và AI. Đây là các Robot được điều khiển bởi AI để thực hiện các nhiệm vụ phức tạp. Công nghệ này tác động mạnh mẽ đến dịch vụ phục vụ du khách, phân tích dữ liệu và trao đổi thông tin trực tiếp với du khách để dự đoán trước và đáp ứng nhu cầu của họ; có thể đánh giá chất lượng, phản hồi và tìm ra thông tin có ý nghĩa trong nâng cao sự hài lòng của du khách; tư vấn và gợi ý ngẫu nhiên từ ứng dụng.

3) Thực tế ảo/Virtual Reality (VR) và Thực tế tăng cường/Augmented Reality (AR): VR là công nghệ sử dụng kỹ thuật thị giác, hỗ trợ người xem quan sát và tạo một môi trường nhân tạo dựa trên thực tế và sự tương tác với xung quanh. AR là công nghệ sử dụng kỹ thuật thị giác dựa trên video thực tế, sau đó hỗ trợ bằng đồ họa để dễ nhận biết hơn. Nhóm công nghệ này tác động đến du lịch: Một là thử nghiệm trước khi mua, giúp khách khám phá điểm đến trong môi trường 3D trước khi lựa chọn; Hai là giúp kiểm tra cơ sở lưu trú, so sánh trước khi quyết định đặt buồng lưu trú; Ba là giới thiệu đầy đủ các điểm đến; Bốn là điện thoại thông minh có thể trở thành thiết bị VR giúp khám phá điểm đến; Năm là kỳ vọng của khách về điểm đến và dịch vụ khi có thông tin đầy đủ và thử trải nghiệm không gian ảo và Sáu là điểm đến và dịch vụ sẽ tăng cường giới thiệu, quảng bá để cạnh tranh.

4) Dữ liệu lớn và Điện toán đám mây: Dữ liệu lớn là khái niệm hình thành dựa trên sự phát triển của công nghệ điện toán đám mây, hỗ trợ phát triển các công nghệ số với chi phí và hiệu quả tối ưu. Nhiều dữ liệu được sinh ra hàng ngày trên môi trường số, được lưu trữ chung trên internet tạo thành dữ liệu lớn, thúc đẩy khoa học tổng hợp, phân tích dữ liệu với các mục đích khác nhau. Công nghệ này tạo ra thách thức cho ngành Du lịch và khách du lịch là: Khó xác định và tổng hợp thông tin, kiến thức cần trong số lượng lớn các dữ liệu; Phải khai báo nhiều thông tin riêng tư nhạy cảm như số thẻ tín dụng, địa chỉ và các thông tin khác, lo ngại về bảo mật thông tin; và do đó dễ bị tấn công. Tuy nhiên, công nghệ này có ưu điểm là nhanh và linh hoạt do có nhiều kho lưu trữ ảo, chuyển đổi nhanh chóng từ cơ sở dữ liệu này sang cơ sở dữ liệu khác; giá cả phù hợp do dữ liệu lớn có thể được lưu trữ ở kho dữ liệu riêng, tách biệt; và phân tích dữ liệu thuận lợi do điện toán đám mây làm quá trình xử lý thông tin trong du lịch đơn giản và nhanh hơn.

5) Chuỗi khối (Blockchain): Là cơ sở dữ liệu phân cấp lưu trữ thông tin trong các khối thông tin được liên kết với nhau bằng mã hóa và mở rộng theo thời gian. Mỗi khối thông tin đều chứa thông tin về thời gian khởi tạo và liên kết với khối trước đó, kèm mã thời gian và dữ liệu giao dịch. Nó được thiết kế để chống lại việc thay đổi dữ liệu, khi đã được mạng lưới chấp nhận thì không có cách nào thay đổi được nó. Chuỗi khối có thể coi là "Sổ cái" tạo ra nguồn thông tin tin cậy cho các chủ thể tham gia hoạt động du lịch.

2. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CHO NHÂN LỰC KHÁCH SẠN

Ngoài những tác động đa chiều lên tất cả các lĩnh vực hoạt động du lịch của Việt Nam, cuộc CMCN 4.0 đã, đang và sẽ làm thay đổi nhanh chóng cơ cấu lao động và thị trường lao động du lịch ở khách sạn. Tuy hoạt động du lịch rất khó cơ giới hóa và tự động hóa, nhưng 5 công nghệ của cuộc CMCN 4.0 sẽ thay thế dần lao động sống, nhất là lao động thủ công trong toàn bộ dây chuyền của hoạt động du lịch, máy móc và trí tuệ nhân tạo thay thế sức người, nhu cầu sử dụng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao tăng lên trong khi nhu cầu sử dụng lao động năng lực thấp ngày càng giảm. Điều này sẽ tạo áp lực lớn đối với thị trường lao động du lịch Việt Nam nói chung và nhân lực

khách sạn nói riêng, là một trong các quốc gia đang phát triển, sẽ đối mặt với tình trạng dư thừa lao động và gia tăng thất nghiệp. CMCN 4.0 có thể tạo ra nguy cơ phá vỡ thị trường lao động du lịch. Khi tự động hóa thay thế con người trong hoạt động du lịch, lao động du lịch sẽ dư thừa và làm trầm trọng khoảng cách giữa lợi nhuận so với đồng vốn và sức lao động. Nhưng cũng phải khẳng định rằng: công việc an toàn và thu nhập du lịch sẽ cao hơn, có thể gia tăng khi công nghệ thay thế dần con người.

Đối với các khách sạn ở Việt Nam, từ trước đến nay, hoạt động chủ yếu vẫn dựa nhiều vào việc sử dụng lao động du lịch giá rẻ và năng lực thực hiện của nguồn nhân lực khách sạn chất lượng cao chưa phải đã cao. Đây là một trong những thách thức lớn nhất khi sự nghiệp phát triển ngành Du lịch với vai trò ngành kinh tế mũi nhọn đối diện với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Mặc dù đang ở trong thời kỳ cơ cấu “dân số vàng” thời kỳ mà dân số trong độ tuổi lao động cao nhất (Theo số liệu của Cục Việc làm, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội: Năm 2018, lực lượng lao động của cả nước đạt khoảng 55,16 triệu người, chiếm khoảng 56,91% tổng dân số, ước tính đến 31/12/2018 là 96.963.958 người, nhưng nguồn nhân lực du lịch Việt Nam, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, thiếu hụt về số lượng, hạn chế về chất lượng, bất cập về cơ cấu và các điểm yếu này càng bộc lộ rõ hơn trong cuộc CMCN 4.0.

Việc tuyển dụng, sử dụng nhân lực ở các khách sạn có quy mô trung bình chưa theo nguyên tắc đúng người, đúng việc, đúng chuyên môn. Việc đãi ngộ lao động, thu hút và giữ chân người tài nhất là nhân lực du lịch chất lượng cao ở các khách sạn có quy mô lớn hiện cũng chưa tương xứng với tiềm năng và sức sáng tạo của họ. Hiện tượng “chảy máu chất xám”, mất nhân tài du lịch ở nhiều vị trí là không thể tránh khỏi. Hiện thực này có thể chuyển thành con số thiệt hại không hề nhỏ khi nguồn nhân lực du lịch năng lực cao “nhảy việc” chiếm một tỷ trọng khá lớn và ngày càng tăng.

Công tác quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch nói chung và nhân lực khách sạn nói riêng trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu, rộng và tác động của cuộc CMCN 4.0 ngày càng thể hiện sự bất cập. Định hướng chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch, quy hoạch và kế hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa cụ thể, còn manh mún và thiếu đồng bộ. Công tác dự báo nhu cầu nguồn nhân lực du lịch, nhất là nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, mang tính dài hạn cho phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn cũng hạn chế, cả của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, của hiệp hội nghề nghiệp du lịch, của các viện nghiên cứu phát triển du lịch và liên quan đến du lịch, và nhất là của các doanh nghiệp. Cơ cấu giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch theo ngành, nghề, trình độ, vùng miền, độ tuổi, giới tính chưa được quy hoạch lâu dài. Các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp du lịch không đủ thông tin về cung-cầu trên thị trường lao động du lịch nên không khỏi “mò mẫm” trong xây dựng chương trình cụ thể cho ngành, nghề, cho xác định chỉ tiêu và trình độ đào tạo hằng năm được sát với thực tế.

3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC KHÁCH SẠN TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

- Nâng cao nhận thức về CMCN 4.0: nâng cao nhận thức của toàn ngành Du lịch, của các cấp, các ngành và toàn xã hội về CMCN 4.0 trong du lịch và trong phát triển nhân lực khách sạn. Xác định cuộc CMCN 4.0 tác động tất cả các lĩnh vực trong du lịch, trong đó có phát triển nhân lực khách sạn; tạo ra thách thức lớn, tạo nhiều việc làm và nhu cầu phát triển nhân lực khách sạn lớn hơn, cao hơn và tạo động lực cho các lĩnh vực khác của toàn ngành khách sạn.

Xác định rõ nhân lực khách sạn trong thời đại CMCN 4.0 là một nhu cầu cấp thiết, tuân thủ quy luật thị trường, phải có thể chế, chính sách phù hợp để đáp ứng yêu cầu thích ứng với CMCN 4.0 của ngành khách sạn ở Việt Nam, nhất là nhân lực khách sạn chất lượng cao, để theo kịp và không bị bỏ lại phía sau của sự phát triển du lịch theo xu hướng chung của khu vực và toàn thế giới.

Nhận thức đầy đủ và đúng đắn về chất lượng nhân lực khách sạn trong bối cảnh hội nhập

quốc tế và tác động của cuộc CMCN 4.0 để có cách ứng xử, có định hướng, tư duy phát triển phù hợp. Không được chủ quan, xem nhẹ sự tác động của CMCN 4.0 trong phát triển nhân lực khách sạn, nhưng cũng không tự ti, mặc cảm về nguồn nhân lực du lịch hiện có, phải xuất phát từ cái có sẵn để vươn lên. Tăng cường quảng bá để nâng cao nhận thức của thế hệ trẻ, thu hút sinh viên vào học các ngành khoa học và công nghệ liên quan đến du lịch; nuôi dưỡng các tài năng ngành khoa học và công nghệ gắn với phục vụ đặc lực cho phát triển nhân lực khách sạn để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thời đại CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế sâu rộng.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, trước tiên là áp dụng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch trong đào tạo theo tiêu chuẩn ASEAN: trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và tác động đa chiều với tốc độ cao của cuộc CMCN 4.0, nhân lực khách sạn phải tích cực chủ động đẩy mạnh hợp tác quốc tế để có thêm nguồn lực tài chính và kinh nghiệm, công nghệ phát triển nhân lực khách sạn trong tất cả các khâu. Trước tiên phải hội nhập thị trường lao động du lịch trong khu vực bằng việc thực hiện Thỏa thuận Thừa nhận lẫn nhau về các nghề du lịch trong ASEAN (MRA-TP). Áp dụng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch trong đào tạo theo tiêu chuẩn ASEAN thực chất là công tác chuyển đổi chương trình, nội dung đào tạo theo tiêu chuẩn về kiến thức, kỹ năng, thái độ được quy định trong Thỏa thuận Thừa nhận lẫn nhau về các nghề du lịch (MRA-TP) trong ASEAN.

- Hàng 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.

- 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. 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.

- Các khách sạn cần ứng dụng công nghệ hiện đại trong hoạt động kinh doanh nhằm tạo những điểm khác biệt, độc đáo tác động đến cảm xúc, trí nhớ của thực khách như: tiếp cận và ứng dụng các nền tảng hạ tầng công nghệ như các website, các ứng dụng trên thiết bị di động cung cấp thông tin về khách sạn, dịch vụ đặt phòng, thanh toán trực tuyến; đào tạo nguồn lực CNTT phục vụ trong khách sạn; kết hợp với các dịch vụ đặt xe trực tuyến đưa đón du khách. Một số ứng dụng cụ thể như: ra mắt trang thông tin điện tử 360 độ giúp du khách dễ dàng tìm hiểu và trải nghiệm trước khi đến khách sạn thông qua công nghệ ảnh 360 độ; đăng tải thông tin khách sạn trên các website như Tripadvisor, Google, Triipme, trên các mạng xã hội như Facebook, Instagram, Youtube, trên các ứng dụng di động như Traveloka; phối hợp đưa đón khách qua các ứng dụng như Grab, Expedia; hướng dẫn khách đến khách sạn qua các bản đồ trực tuyến như Google map, Scout, Dabeoo; tạo các trải nghiệm thực tế ảo độc đáo trong quá trình du khách sử dụng dịch vụ tại khách sạn như thay đổi không gian theo chủ đề với sự tương tác, hỗ trợ của công nghệ hình ảnh 3D.

- Cần đẩy mạnh công tác dự báo nhu cầu thị trường nhân lực trong tương lai gần và xa hơn. Đây là nội dung cần được đặc biệt quan tâm, bởi cuộc CMCN 4.0 sẽ có tác động rất lớn tới cơ cấu của nền kinh tế, khả năng suy giảm, thậm chí mất đi của nhiều ngành nghề cũng như sự xuất hiện mới của những ngành nghề trong tương lai là hoàn toàn có thể xảy ra, điều này sẽ dẫn tới những thay đổi rất lớn trong cơ cấu việc làm.

- Hệ thống đào tạo cả nước cần sớm đổi mới nội dung và chương trình đào tạo nhằm đáp ứng trước những thay đổi từ thực tiễn. Ví dụ, trong lĩnh vực du lịch, một số nội dung cần được các trường nghiên cứu, bổ sung như: giảm thời gian lý thuyết, tăng thời gian thực hành, nâng cao cơ sở vật chất đào tạo,... Đặc biệt, đổi mới phương thức đào tạo và quản trị đại học, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số vào trong hoạt động giảng dạy và nâng cao năng lực và chất

lượng của đội ngũ giáo viên, cán bộ quản lý. Để đáp ứng yêu cầu đào tạo trong môi trường mới, đội ngũ giảng viên phải có những năng lực mới, năng lực sáng tạo và do đó đòi hỏi phải có những phẩm chất mới trên cơ sở chuẩn hóa, thông qua các hoạt động đào tạo, tự đào tạo và bồi dưỡng kiến thức chuyên môn.

- Cần sự kết hợp “3 nhà”: Nhà trường - Nhà khoa học - Nhà DN trong đào tạo nhân lực phục vụ CMCN 4.0. Hiện tại, chủ yếu là phía DN có nhu cầu gắn kết với nhà trường - nhà khoa học, còn nhà trường, nhất là các trường công lập, chỉ tập trung công tác đào tạo chứ chưa chủ động hợp tác với DN. Các trường đại học ở Việt Nam cần học tập, kinh nghiệm đào tạo của các trường đại học ở nước ngoài, trong việc xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo gắn rất chặt với DN. Nhờ những trung tâm đó, sinh viên được học tập ở môi trường rất thật; các DN liên kết với các trường để tìm nguồn nhân lực tương lai. Hoạt động của trung tâm đổi mới sáng tạo ở trường phải thiết thực và đi cùng với nhịp thở cuộc sống, thoát ly lý thuyết thuần túy. Từ đây, cần xây dựng môi trường dạy và học mà phải gắn rất chặt với môi trường kinh doanh, với thực tiễn đặt hàng của xã hội... Cần rà soát, sắp xếp, quy hoạch lại mạng lưới cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và nhu cầu của thị trường lao động trong cả nước, từng vùng và địa phương.

- Việc xây dựng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao đóng vai trò rất quan trọng trong phát triển du lịch. Nguồn nhân lực chất lượng cùng với sự phục vụ khách chu đáo sẽ đem lại những ấn tượng tốt với du khách và góp phần tạo dựng thương hiệu cho Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn nói riêng. Vì vậy, Việt Nam cần sự hợp tác giữa các trường đại học, cao đẳng, trung cấp trên cả nước và các doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đạt tiêu chuẩn khu vực và quốc tế để có thể đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0.

4. KẾT LUẬN

CMCN 4.0 đang mở ra nhiều cơ hội cho các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam, nâng cao năng suất và rút ngắn khoảng cách phát triển. Về mặt nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch nói chung và chất lượng nhân lực khách sạn nói riêng trong cuộc CMCN 4.0 sẽ đặt ra những yêu cầu mới và cao hơn đối với người lao động; yêu cầu người lao động phải có đủ kiến thức và kỹ năng để làm chủ được các công nghệ mới, làm việc trong thời cuộc mới. Để có thể đáp ứng được những yêu cầu mới đặt ra đối với người lao động, bên cạnh các chính sách về lao động, việc làm, các chính sách trong lĩnh vực đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao tay nghề tại các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn cũng cần có những điều chỉnh phù hợp. Hy vọng, với sức mạnh vươn lên, Việt Nam sẽ là quốc gia đi đầu và có những sáng tạo đột phá trong cả hội nhập và nắm bắt CMCN 4.0 trong tương lai, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Ngành.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Văn Ca (2016), *Vai trò của IOT trong CMCN lần thứ 4*.
2. Nguyễn Văn Lưu (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, NXB Văn học.
3. Ban Thư ký ASEAN (2016), *Thỏa thuận lẫn nhau về các nghề du lịch (MRA-TP)*.
4. Nguyễn Đình Bắc, Học viện Chính trị, Bộ Quốc phòng (5/2018), *Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ở nước ta trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư*.
5. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội: *Bản tin thị trường lao động*, số 13, quý I/2017.
6. Tổng cục du lịch (2012), *Chiến lược phát triển ngành Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
7. Kỷ yếu hội thảo khoa học “*Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0*”, ĐH Bà Rịa Vũng Tàu, NXB ĐHQG TPHCM, 2018.
8. Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc gia “*Đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0*”, Hiệp hội đào tạo du lịch Việt Nam, NXB Văn học, 2019.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC CHẾ BIẾN MÓN ĂN TẠI CÁC KHÁCH SẠN 5 SAO TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

*ThS. Đỗ Công Nguyên
Trường Đại học Thương mại*

TÓM TẮT

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động vào nhiều ngành, lĩnh vực ở nước ta, trong đó có ngành khách sạn. Trong những năm vừa qua, đã có nhiều hội thảo, đề tài nghiên cứu khoa học liên quan tới nhân lực ngành khách sạn, trong đó tập trung chủ yếu vào nhóm nhân lực tác nghiệp tại các bộ phận như chế biến món ăn, buồng, lễ tân, an ninh,... Đã có nhiều chuyên gia đã đưa ra nhận định rất đúng với thực trạng nhân lực khách sạn hiện nay, đó là “nhân lực ngành khách sạn vừa thiếu, vừa yếu”. Như vậy, các khách sạn muốn phát triển bền vững, cạnh tranh được với các khách sạn khác và tạo ra các sản phẩm dịch vụ chất lượng cao thì không thể không quan tâm tới đội ngũ nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao. Trong thời gian qua, nhiều khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội đã chủ động tìm kiếm, tuyển dụng và liên kết với các cơ sở đào tạo nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực. Trên thực tế, đội ngũ nhân lực tác nghiệp các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội vẫn đang thiếu và yếu, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của ngành. Do đó nâng cao chất lượng nhân lực chế biến món ăn tại các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội là cần thiết và có ý nghĩa.

Từ khóa: Nhân lực, khách sạn, chế biến món ăn, đào tạo

1. TẦM QUAN TRỌNG VÀ YÊU CẦU NHÂN LỰC CHẾ BIẾN MÓN ĂN TRONG KHÁCH SẠN

Nói đến nhân lực là nói đến tài sản quý giá và quan trọng của bất kỳ doanh nghiệp nào, đặc biệt đối với những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, trong đó có khách sạn. Bởi đặc trưng của ngành khách sạn là sự tham gia của nhiều nhân lực tác nghiệp, họ không chỉ tạo ra dịch vụ mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra những sản phẩm vật chất. Nhân lực của bộ phận chế biến món ăn trong khách sạn, họ là những người tạo ra các sản phẩm ăn uống và tham gia vào các hoạt động cung ứng món ăn cho khách hàng. Ngoài việc tạo ra các sản phẩm ăn uống có chất lượng, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm thì đội ngũ nhân lực này còn góp phần tạo ra môi trường làm việc hấp dẫn. Đây là nhóm nhân lực đòi hỏi phải có trình độ chuyên môn cao, kỹ năng làm việc nhóm và khả năng giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình làm việc. Chỉ có nhân lực trình độ cao, có kinh nghiệm, phẩm chất đạo đức nghề nghiệp thì mới có khả năng tạo ra những sản phẩm ngon, hấp dẫn và đáp ứng nhu cầu của khách hàng và ngược lại. Có thể nói, nhân lực chế biến món ăn là chìa khóa thành công trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống tại các khách sạn hiện nay.

Ngày nay, đội ngũ nhân lực tác nghiệp được các khách sạn rất quan tâm, đặc biệt nhóm nhân lực trình độ cao, có kinh nghiệm. Họ là đối tượng tác động trực tiếp tới sản phẩm, dịch vụ trong quá trình cung ứng cho khách hàng, tham gia hoạt động ở nhiều khu vực khác như tại bộ phận bếp, nhà hàng, lễ tân, buồng,... Hàng ngày họ sản xuất ra sản phẩm, dịch vụ và cung ứng tới khách hàng và có ảnh hưởng trực tiếp tới sự thành công hay thất bại của khách sạn. Khi tốc độ phát triển của ngành khách sạn tăng nhanh, nhiều khách sạn mới đi vào hoạt động, thì nhu cầu về nhân lực trình độ cao ngày càng nhiều, trong đó có nhân lực chế biến món ăn. Nhiều chuyên gia trong lĩnh vực tuyển dụng nhân lực đã nhận định: “hơn bao giờ hết, nhân lực trình độ cao ngành khách sạn đang thiếu và yếu”. Đây có thể coi là tình trạng chung của hầu hết các khách sạn cao cấp, các khách sạn đang phải sử dụng nhân lực “tạm thời” để đáp ứng nhu cầu sản xuất kinh doanh. Dịch vụ, sản phẩm của khách sạn có đáp ứng nhu cầu của khách hàng hay không, cạnh tranh được với các khách sạn khác hay không cũng phụ thuộc nhiều vào trình độ tay nghề của đội ngũ nhân lực tác nghiệp này.

Nhu cầu của khách hàng ngày càng cao, họ mong muốn được sử dụng dịch vụ, sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu, sở thích của mình. Để đáp ứng nhu cầu đó, các khách sạn càng phải quan tâm, chú trọng đến trình độ tay nghề của đội ngũ nhân lực chế biến món ăn. Thường xuyên có các chương trình hành động như đào tạo, tập huấn,... nhằm nâng cao tay nghề của đội ngũ nhân lực chế biến món ăn. Khi có được đội ngũ nhân lực chất lượng cao, các khách sạn sẽ có nhiều

sản phẩm, dịch vụ tốt, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và nâng vị thế của khách sạn trên thị trường.

Hiện nay nhân lực ngành khách sạn nói chung và nhân lực chế biến món ăn nói riêng đang có sự dịch chuyển rất lớn, từ khách sạn này sang khách sạn khác, chuyển sang làm cho các công ty ăn uống lưu động, ra nước ngoài làm việc,... Chính vì thế mà các khách sạn đang phải cạnh tranh gay gắt về nhân lực chế biến món ăn, mỗi khách sạn đều có những biện pháp nhằm thu hút, giữ nhân lực. Không chỉ cạnh tranh giữa các khách sạn sao trên địa bàn Hà Nội, các khách sạn đang phải chứng kiến sự dịch chuyển lao động rất ra nước ngoài làm việc, chuyển sang lĩnh vực khác, công ty khác,... Làm cho nhân lực chế biến món ăn tại các khách sạn đang thiếu, yếu.

Nâng cao chất lượng nhân lực chế biến món ăn là một trong những vấn đề mà các khách sạn đang rất quan tâm, đặc biệt trong những năm trở lại đây. Bởi đây là những người tác động trực tiếp tới sản phẩm, dịch vụ, tạo ra môi trường làm việc và ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của khách sạn. Để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh, nâng cao uy tín, vị thế trên thị trường, các khách sạn phải thật chú trọng đến đội ngũ nhân lực này, thông qua các hoạt động như tuyển dụng, bố trí, sắp xếp, đào tạo và đãi ngộ. Từ đó, nâng cao chất lượng nhân lực sẽ giúp các khách sạn chủ động trong hoạt động sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa sản phẩm, tạo lợi thế cạnh tranh với các đơn vị khác.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, yêu cầu về nhân lực chế biến tại các khách sạn 5 sao ngày càng cao, đòi hỏi khắt khe về trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức, kỹ năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề. Khi nhu cầu con người ngày càng cao, mong muốn có được các món ngon, chất lượng, sản phẩm mới và sự xuất hiện của nhiều trang thiết bị, công nghệ hiện đại,.. thì yêu cầu về trình độ nhân lực chế biến ngày một cao. Trong đó phải kể đến các yêu cầu về chuyên môn, ngoại ngữ, làm việc nhóm, đạo đức nghề nghiệp, cụ thể:

+ *Yêu cầu về trình độ chuyên môn*: Nhân lực chế biến phải có được đào tạo bài bản, nắm được các kiến thức về chế biến món ăn như hiểu biết về nguyên liệu, xây dựng thực đơn, sơ chế và chế biến các món ăn. Khi nhân lực có chuyên môn giỏi, sẽ có khả năng tạo ra các sản phẩm ngon, có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng và đáp ứng yêu cầu kinh doanh của khách sạn. Ngược lại, nếu nhân lực trình độ thấp, chuyên môn không vững sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới sản phẩm, dịch vụ và ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của khách sạn. Với mỗi vị trí, công việc khác nhau thì yêu cầu về nhân lực chuyên sâu về kỹ năng, hiểu biết là khác nhau. Ví dụ yêu cầu về nhân lực làm tại bộ phận sơ chế thì phải hiểu biết về nguyên liệu (độ non, già, chủng loại, yêu cầu, an toàn vệ sinh thực phẩm,...) để có thể sơ chế các nguyên liệu thành các bán thành phẩm, đáp ứng yêu cầu của chế biến món ăn; hoặc yêu cầu về nhân lực chế biến bánh thì phải có trình độ chuyên môn về bánh, hiểu biết các loại nguyên vật liệu, dụng cụ, kỹ thuật nặn bánh, nướng bánh,... Do đó yêu cầu nhân lực chế biến phải có trình độ chuyên môn cao.

+ *Yêu cầu về ngoại ngữ*: Là những người làm trong các khách sạn 5 sao, thường xuyên phải giao tiếp với người nước ngoài hoặc tiếp cận với các công nghệ mới, sản phẩm mới có yếu tố nước ngoài thì việc biết sử dụng ngoại ngữ là quan trọng. Ngoại ngữ được coi là phương tiện giao tiếp quan trọng của nhân lực chế biến, nó giúp nhân lực chế biến hiểu được khách hàng, hiểu công việc và các hoạt động khác có liên quan. Do vậy, yêu cầu về ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng anh là cần thiết và có ý nghĩa đối với nhóm nhân lực này.

+ *Yêu cầu về khả năng làm việc nhóm*: Bộ phận chế biến món ăn là một trong những bộ phận có đóng góp quan trọng trong việc tạo ra các sản phẩm. Để có được những sản phẩm đó, các nhân lực trong bộ phận chế biến phải có sự phối kết hợp với nhau trong quá trình hoạt động tác nghiệp của mình. Một sản phẩm được cung ứng tới khách hàng phải trải qua nhiều công đoạn, mỗi công đoạn thì có những con người làm việc và chịu trách nhiệm và sự kết hợp nhuần nhuyễn sẽ giúp tạo ra những sản phẩm có chất lượng tốt nhất. Không chỉ tạo ra các sản phẩm, trong quá trình hoạt động tác nghiệp của mình, nhân lực chế biến còn phải tham gia cùng nhau trong việc cung ứng món ăn cho các sự kiện như tiệc cưới, liên hoan, khai trương,... Đây cũng là một trong những công việc cần sự kết hợp, chia sẻ công việc và hợp tác với các bộ phận khác. Do đó kỹ năng làm việc nhóm rất quan trọng đối với nhân lực chế biến trong các khách sạn 5 sao hiện nay.

+ Ngoài ra, nhân lực chế biến tại các khách sạn 5 sao phải có trình độ về tin học, công nghệ và đạo đức nghề nghiệp. Hiện nay, công nghệ khoa học phát triển, nhiều trang thiết bị hiện đại, phần mềm được đưa vào trong hoạt động sản xuất của bộ phận chế biến nhằm hỗ trợ con người trong quá trình tạo ra món ăn. Nhân lực chế biến là người sử dụng, vận hành với các sản phẩm công nghệ đó, họ phải có kiến thức chuyên môn, hiểu biết để thực hiện tốt các công việc của mình, như phần mềm quản lý kho, tính tỷ lệ hao hụt,... Không chỉ hiểu biết về sản phẩm công nghệ, nhân lực chế biến phải nêu cao đạo đức nghề nghiệp, sự đam mê, lòng yêu nghề. Họ là người trực tiếp tác động tới các nguyên vật liệu và tạo ra món ăn, nếu không thực sự đam mê, ý thức kém hoặc thiếu tâm huyết với nghề thì sẽ khó để tạo ra những sản phẩm có chất lượng và sẽ ảnh hưởng tới khách hàng.

2. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC CHẾ BIẾN MÓN ĂN TẠI CÁC KHÁCH SẠN 5 SAO TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

Hà Nội là thủ đô hơn 1000 năm tuổi, có lịch sử lâu đời, truyền thống văn hóa đa dạng và giàu bản sắc, Hà Nội là một trung tâm du lịch lớn của Việt Nam. Hà Nội đứng đầu về số lượng di tích Việt Nam với 3840 di tích trên tổng số gần 40.000 di tích Việt Nam (trong đó có 1164 di tích cấp quốc gia). Hà Nội luôn là một trong những địa điểm thu hút nhiều khách du lịch nội địa và quốc tế, hàng năm Hà Nội đón hơn 20 triệu khách du lịch, trong đó có hơn 5 triệu lượt khách du lịch quốc tế (2018). Không chỉ là nơi có nhiều danh lam thắng cảnh, có nhiều khách du lịch tới thăm quan mà Hà Nội còn là nơi hoạt động khách sạn diễn ra sôi động. Đặc biệt khi Việt Nam gia nhập nhiều tổ chức trên thế giới như WTO, APEC, ASEM,... và xuất hiện “công nghệ 4.0” thì sự cạnh tranh giữa ngành ngày càng trở nên gay gắt. Đây có thể coi là cơ hội cho sự phát triển của ngành khách sạn, nhưng bên cạnh đó cũng các khách sạn cũng gặp không ít những khó khăn, thách thức liên quan tới nhân lực, như chất lượng nhân lực, sự dịch chuyển, phát triển nhân lực,... Các khách sạn muốn đứng vững trên thị trường, chiếm lĩnh thị trường thì phải nỗ lực không ngừng trong việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực, trong đó phải đặc biệt quan tâm tới đội ngũ nhân lực chế biến. Tại Hà Nội, trong những năm vừa qua, lượng khách sạn tăng lên nhanh chóng, mỗi năm có hàng chục khách sạn được đi vào hoạt động. Theo thống kê, Hà Nội hiện có hơn 300 khách sạn đã xếp hạng từ 1 đến 5 sao và trên 800 khách sạn chưa xếp hạng. Trong đó phải kể đến 16 khách sạn 5 sao. Với số lượng khách sạn nhiều như hiện nay thì nhu cầu về nhân lực tác nghiệp trong ngành khách sạn là rất lớn, trong đó nhân lực bộ phận chế biến món ăn chiếm tỷ lệ cao. Hàng năm, hệ thống các khách sạn, nhà hàng trên địa bàn Hà Nội vẫn cần khoảng hơn 1000 nhân lực chế biến, đặc biệt là nhân lực có trình độ cao. Hầu hết các khách sạn hiện nay đều có chung một nỗi lo đó chính là sự thiếu hụt nhân lực, dịch chuyển nhân lực, do đó tình trạng nhân lực tại các khách sạn vừa thiếu, vừa yếu. Trong khi nguồn nhân lực tại các cơ sở đào tạo về chế biến món ăn cũng chưa thực sự đáp ứng nhu cầu tuyển dụng của các khách sạn. Mặc dù nhiều khách sạn đã liên kết, hợp tác với các cơ sở đào tạo nhằm tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu phát triển của mình. Tuy nhiên tình trạng nhân lực chế biến món ăn vẫn không đáp ứng được nhu cầu của sự phát triển, sự thiếu hụt nhân lực, tay nghề nhân lực vẫn còn yếu đang diễn ra phổ biến ở hầu hết các khách sạn 5 sao hiện nay. Không chỉ thiếu hụt về mặt số lượng, mà chất lượng nhân lực chế biến tại các cơ sở đào tạo hiện nay chất lượng cũng chưa đáp ứng được yêu cầu của các khách sạn. Các khách sạn thường xuyên không tuyển đủ số lượng, đảm bảo chất lượng như mong muốn, nhiều khách sạn đã chấp nhận tuyển dụng đủ số lượng, sau đó về khách sạn sẽ đào tạo lại. Nhiều nhà tuyển dụng than phiền về chất lượng ứng viên tại các cơ sở đào tạo không đáp ứng được yêu cầu tuyển dụng, nhiều lý thuyết, xa rời thực tế,... Mặc dù đã có nhiều khách sạn liên kết, phối hợp với các cơ sở đào tạo nhằm tạo nguồn nhân lực như khách sạn Crowne Plaza West Hà Nội, JW Marriot Hà Nội, Deawoo Hanoi, Melia Hanoi,... Tuy nhiên do sự phát triển nhanh của ngành khách sạn, nhiều lĩnh vực kinh doanh ăn uống mới ra đời, phần nào đã tác động đến thị trường lao động, làm cho vấn đề tuyển dụng và chất lượng nhân lực bị ảnh hưởng. Nhất là vào các thời kỳ cao điểm, lượng khách tới với khách sạn tăng nhanh nhu cầu về dịch vụ ăn uống cũng tăng theo, bộ phận chế biến phải tuyển dụng thêm nhân lực hoặc một nhân lực phải làm nhiều công việc.

Trong đội ngũ nhân lực tác nghiệp tại bộ phận chế biến món ăn, có hai nhóm nhân lực đều chưa đáp ứng được yêu cầu, thứ nhất là lực lượng lao động thời vụ và lao động chính thức (nhân viên). Trong những năm qua, nhiều khách sạn như Melia Hanoi, Sheraton Hanoi, Hinton Hanoi

Opera,... đã cố gắng tìm kiếm, liên kết với các cơ sở đào tạo để đảm bảo nhân lực thời vụ. Đây là đội ngũ nhân lực đang có những ảnh hưởng tới các sản phẩm ăn uống, nên phải có những yêu cầu cao về trình độ chuyên môn, ngoại ngữ. Nhưng trên thực tế, đội ngũ nhân lực này còn thiếu và yếu, đặc biệt là kiến thức kỹ năng chuyên môn còn hạn chế. Theo chia sẻ của một số nhà tuyển dụng tại các khách sạn 5 sao thì hiện nay chất lượng đội ngũ nhân lực thời vụ chưa hoàn toàn đáp ứng nhu cầu của khách sạn, nhưng vì không có nguồn nhân lực khác, nên các khách sạn vẫn sử dụng cho một số thời điểm. Theo nhận xét của một số bếp trưởng thì nhân lực hiện nay rất yếu, thiếu nhiệt tình trong công việc, chưa đam mê công việc, nghề nghiệp.

Thứ hai là nhân lực chính (nhân viên) tại bộ phận chế biến món ăn của các khách sạn 5 sao hiện nay vừa thiếu, vừa yếu, đặc biệt yếu về kỹ năng, chuyên môn và khả năng sáng tạo. Do đó, các khách sạn thường có những đợt tập huấn, đào tạo nhằm nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, xử lý các tình huống phát sinh và tiếp cận các công nghệ mới. Điển hình như khách sạn JW Marriot, Intercontinental, Lotte Hotel Hanoi, Sofitel Plaza Hanoi. Không những đào tạo tại chỗ, các khách sạn này còn thường xuyên cử người đi học tập tại các khách sạn, tập đoàn lớn trên thế giới nhằm nâng trình độ tay nghề của nhân viên hoặc đào tạo từ xa. Theo Ông Nicolas Plateau (tổng bếp trưởng khách sạn Grand Plaza Hà Nội) thì khách sạn đã có nhiều chương trình đào tạo cho nhân viên thời vụ và nhân viên chính thức, có nhiều chế độ, ưu đãi,... nhằm thu hút và giữ chân nhân viên bếp, Tuy nhiên nhân viên bộ phận bếp luôn có sự dịch chuyển, xin nghỉ việc, chuyển chỗ làm”. Tuy nhiên muốn phát triển và tạo ra các sản phẩm ăn uống có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu phát triển và cạnh tranh với các khách sạn, dịch vụ ăn uống khác thì các khách sạn phải chú trọng nâng cao chất lượng nhân lực chế biến món ăn.

Hiện nay, trên địa bàn Hà Nội có 16 khách sạn 5 sao, số lượng nhân lực hiện có tại bộ phận chế biến là gần 1000 người (chính thức). Trong số lượng nhân lực chế biến kể trên, có 92% là nhân lực đã qua đào tạo đúng chuyên ngành, 5% là nhân lực dịch chuyển từ ngành khác, 3% là nhân lực lao động phổ thông (chưa qua đào tạo trường lớp). Hàng ngày, họ đang tham gia vào các hoạt động nhằm tạo ra các sản phẩm ăn uống, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Nhưng trước những đòi hỏi ngày càng cao về sản phẩm, dịch vụ thì nhu cầu về số lượng ngày càng tăng, yêu cầu về trình độ, kỹ năng, tay nghề cũng phải ở mức cao hơn. “Theo ý kiến của ông Kết (bếp trưởng khách sạn Grand Plaza Hà Nội) thì nhân lực hiện tại của bộ phận chế biến của khách sạn vẫn còn yếu, thiếu và cần tuyển dụng và đào tạo thêm. Khách sạn cần liên kết, đặt hàng các doanh nghiệp, cơ sở đào tạo để có nguồn nhân lực chất lượng tốt. Ngoài ra, ông còn nhận định về tình hình khan hiếm nhân lực chế biến đang diễn ra phổ biến không chỉ các khách sạn 5 sao mà ngay cả với các khách sạn 2, 3 sao”. Tại các khách sạn, đội ngũ nhân lực bếp vẫn còn yếu, tỷ lệ nhân lực trình độ cao chiếm tỷ lệ thấp, nhân lực có kinh nghiệm, trình độ cao thường xuyên dịch chuyển sang nơi khác làm việc, làm cho chất lượng nhân lực bị giảm. Nhiều khách hàng khi sử dụng dịch vụ ăn uống tại khách sạn, họ phàn nàn về sản phẩm không ngon, thực đơn không thay đổi, thiếu sản phẩm mới,... Nguyên nhân là do trình độ tay nghề của đội ngũ nhân lực chế biến, quản lý điều hành chưa hiệu quả, nhân lực ra vào thường xuyên,...

Theo ý kiến đánh giá của nhiều chuyên gia về chế biến thì nhân lực được đào tạo bài bản, đam mê, yêu ngành, chuyên sâu về chế biến ngày một ít, rất khó trong tuyển dụng và sử dụng. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều khách sạn đang phải sử dụng nhân lực chế biến không đúng chuyên ngành, nhân lực thời vụ. Nguyên nhân là do nhận thức về nghề bếp chưa đúng, nhiều người mới chỉ coi đó là công việc mà không phải là nghề, nên việc tiếp cận cũng chưa hiệu quả, dẫn đến tình trạng chất lượng nhân lực thấp. Ngoài ra nhân lực chế biến hiện nay còn đang gặp phải tình trạng là ngoại ngữ và sử dụng các công nghệ chế biến kém. Trong khi đa số khách hàng tại các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội chủ yếu là khách nước ngoài, ngôn ngữ giao tiếp chủ yếu bằng tiếng anh hoặc trong quá trình giao tiếp với các cấp lãnh đạo quản lý. Đây là một trong những khó khăn trở ngại của không ít nhân lực chế biến, dẫn đến chất lượng nhân lực không cao.

Hàng năm, các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội cũng tuyển hàng ngàn nhân lực thời vụ cho những thời điểm, sự kiện cụ thể. Điển hình như khách sạn Hilton Hanoi Opera, trong năm 2018 khách sạn đã phải tuyển dụng hơn 50 nhân lực thời vụ cho những thời điểm đông khách và sự kiện cụ thể. Tuy nhiên việc sử dụng nhiều nhân lực thời vụ cũng đã ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm,

dịch vụ, do đội ngũ nhân lực này chưa có kinh nghiệm, kiến thức chuyên ngành về chế biến còn hạn chế. Mặc dù các khách sạn đã ký kết các văn bản ghi nhớ, hợp tác với các cơ sở đào tạo như trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội, Đại học Công nghiệp, Cao đẳng Thương mại và Du lịch Hà Nội, Trung cấp nghề Quốc tế, Trường Kỹ thuật ăn uống Hà Nội và nhiều trung tâm dạy nghề trên địa bàn Hà Nội. Thông qua mối quan hệ hợp tác này, các khách sạn đã có thêm nguồn tuyển dụng, lựa chọn được nhân lực chế biến cho hoạt động của mình, đặc biệt cho các sự kiện. Nhưng đội ngũ nhân lực này còn hạn chế về mặt chuyên môn, chưa được đào tạo chuyên sâu, nên ít nhiều đã ảnh hưởng đến chất lượng chung của đội ngũ nhân lực chế biến.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng chất lượng nhân lực chế biến tại các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội chưa được cao, cụ thể:

Nguồn nhân lực đầu vào chất lượng thấp: Các ứng viên khi tham gia tuyển dụng thường không có được nền tảng kiến thức, kỹ năng tốt, các ứng viên mới chỉ đáp ứng được phần nào lý thuyết. Trong khi đặc trưng của nhân lực chế biến món ăn là các thao tác, kỹ năng, chuyên môn và hiểu biết về nghề nghiệp, nên yêu cầu về nhân lực chế biến cũng có sự khác biệt so với nhân lực ở một số bộ phận khác. Nhưng hầu như các ứng viên thường không đáp ứng được yêu cầu đó, đặc biệt là các vị trí như trưởng, phó bộ phận chế biến món ăn. Chất lượng ứng viên thấp do nhiều nguyên nhân, như nguyên nhân từ cá nhân các ứng viên do thiếu tình thần học hỏi, không trao dồi kiến thức, rèn luyện kỹ năng của bản thân và từ các cơ sở đào tạo. Hiện nay, chương trình đào tạo ngành chế biến món ăn đã có nhiều thay đổi, tuy nhiên vẫn còn nhiều nội dung chưa thực sự phù hợp, cách thức đào tạo theo “lối mòn”,... dẫn đến chất lượng người học ra trường mới chỉ đáp ứng một phần so với yêu cầu của khách sạn.

Sự dịch chuyển nhân lực sang nơi khác: Khi kinh tế phát triển, nhiều hiệp định thương mại được ký kết, các tập đoàn trong lĩnh vực du lịch, khách sạn chọn Việt Nam làm nơi đầu tư và một số cơ sở kinh doanh ăn uống ra đời. Điều này đã cho đội ngũ nhân lực hiện tại của các khách sạn 5 sao có xu hướng dịch chuyển sang các nơi khác để làm việc, đặc biệt các vị trí như trưởng/phó bộ phận. Trong năm vừa qua, nhiều khách sạn đã chứng kiến nhiều nhân lực chất lượng cao chuyển sang các cơ sở kinh doanh ăn uống lưu động, các khu du lịch, sang nước ngoài làm việc. Sự dịch chuyển này đã làm cho nhân lực chế biến tại các khách sạn 5 sao thiếu và yếu. Nhiều vị trí trong bộ phận chế biến bị thiếu, nhân lực hiện tại không đáp ứng được nhu cầu của công việc.

Thiếu các chương trình đào tạo: Đào tạo là quá trình cung cấp kiến thức, kỹ năng cho người lao động, nhằm nâng cao chất lượng cho đội ngũ nhân lực của khách sạn. Tuy nhiên việc đào tạo tại các khách sạn hiện nay còn mang tính hình thức, chưa thực sự chú trọng đến đào tạo chuyên môn, ngoại ngữ,... Nhiều khách sạn đã xây dựng được các chương trình đào tạo, lên kế hoạch đào tạo, nhưng quá trình triển khai còn yếu, hiệu quả đào tạo chưa cao, nhiều nhân sự sau khi được đào tạo chưa thực sự phát huy tốt năng lực của mình. Do đó, chất lượng nhân lực bị ảnh hưởng và phần nào chưa đáp ứng được nhu cầu của sự phát triển.

Chế độ đãi ngộ, chính sách và môi trường làm việc chưa hấp dẫn: Đặc điểm của nhóm nhân lực chất lượng cao là họ có xu hướng làm việc tại các khách sạn, tập đoàn lớn và có môi trường làm việc tốt, chế độ chính sách hấp dẫn. Nếu các khách sạn không tạo ra môi trường làm việc thuận lợi, chế độ đãi ngộ không phù hợp,... sẽ làm cho các nhân lực chế biến sẽ rời bỏ khách sạn, tìm kiếm cơ hội việc làm ở một nơi khác. Nhiều khách sạn hiện nay đã nỗ lực xây dựng các chương trình đãi ngộ tốt, tuy nhiên sự cạnh tranh về môi trường làm việc, lương và thưởng là rất lớn. Nên nhiều nhân lực của các khách sạn 5 sao đã sang nơi có chế độ đãi ngộ tốt hơn, không chỉ làm ảnh hưởng tới nhân sự hiện có của khách sạn, mà chế độ đãi ngộ không tốt sẽ làm ảnh hưởng đến cả nhân lực đang tìm kiếm nơi làm việc.

Một số yếu tố khác: Quan điểm của các nhà quản trị, điều hành, các chính sách của khách sạn, tập đoàn và văn hóa của khách sạn là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp tới đội ngũ nhân lực chế biến hiện có của khách sạn. Nhân lực sẽ phát huy được khả năng của mình khi họ được làm trong một môi trường làm việc hấp, hoặc được làm cùng một nhóm, tập thể đoàn kết, người lãnh đạo có tâm, tầm. Điều đó làm cho nhân lực sẽ gắn bó hơn, thích thú làm việc và cống hiến năng lực của mình cho khách sạn. Hiện nay chỉ một số ít khách sạn có đội ngũ nhân lực chế biến ít dịch chuyển hoặc nghỉ việc như khách sạn Sofitel Metropole Hanoi, JW Marriot Hanoi.

Do vậy nâng cao chất lượng nhân lực chế biến được các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội đang rất quan tâm với mong muốn có được đội ngũ nhân lực đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng, hợp lý về cơ cấu, đáp ứng nhu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh.

3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC CHẾ BIẾN MÓN ĂN TẠI CÁC KHÁCH SẠN 5 SAO TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

Trên cơ sở nghiên cứu các lý thuyết có liên quan, phân tích thực trạng về chất lượng nhân lực chế biến tại các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội, các khách sạn cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất: Tăng cường liên kết, phối hợp với các cơ sở đào tạo. Để có được nguồn tuyển dụng có chất lượng thì các khách sạn cần tăng cường liên kết với các cơ sở đào tạo, phối hợp trong quá trình học tập, thực tập, tiếp cận nghề nghiệp. Như vậy, ngay trong quá trình học, người học được tiếp cận với doanh nghiệp, nhà quản trị, chuyên gia chế biến món ăn. Từ đó có quan điểm học tập và ý thức nghề nghiệp cụ thể, giúp người học có được kiến thức, kỹ năng khi ra trường và đáp ứng nhu cầu nhà tuyển dụng, nhà tuyển dụng có được những ứng viên đáp ứng yêu cầu. Tuy nhiên trong quá trình liên kết với các cơ sở đào tạo, các khách sạn phải xây dựng kế hoạch cụ thể và tạo môi trường cho người học được trải nghiệm thực tế tại khách sạn. Như vậy, ngay trong khi ngồi trên ghế nhà trường, người học đã có cái nhìn toàn diện về nghề bếp, có quan điểm đúng đắn và khi ra trường có trình độ chuyên môn, đáp ứng yêu cầu của nhà tuyển dụng. Ngoài ra, những người tham gia giảng dạy cũng có cơ hội tiếp cận thực tế với các khách sạn, từ đó nâng cao trình độ, kinh nghiệm thực tế để giảng dạy tốt hơn.

Thứ hai: Tăng cường đào tạo, hoàn thiện chính sách đãi ngộ. Đào tạo một trong những hoạt động không thể thiếu nhằm nâng cao chất lượng nhân lực, đặc biệt đối với nhân lực chế biến,.. Học là cả một quá trình dài mà người lao động phải thường xuyên cập nhật các thông tin mới, chủ động trong học tập, nghiên cứu để nâng cao trình độ hiểu biết, giỏi tay nghề,.. để ra các sản phẩm có chất lượng. Các khách sạn cần xây dựng chương trình, kế hoạch đào tạo với các nội dung phù hợp với từng đối tượng đào tạo. Hiện nay, có hai đối tượng được đào tạo nhân lực đang làm việc và nhân lực mới được tuyển dụng. Ngoài ra các khách sạn cần đào tạo thường xuyên (đào tạo mới và đào tạo lại) để cung cấp, cập nhật các kiến thức mới. Như vậy, thông qua đào tạo, các nhân lực sẽ có thêm kiến thức, kỹ năng chuyên môn và chất lượng nhân lực sẽ được nâng lên, đáp ứng nhu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh.

Ngoài đào tạo thì tăng cường các chế độ đãi ngộ cũng sẽ giúp người đội ngũ nhân lực thêm gắn bó và cống hiến năng lực của mình cho công việc, cho khách sạn. Chính sách đãi ngộ tốt chính là cơ sở để thu hút người lao động, đặc biệt là lao động chất lượng cao đến với khách sạn. Trên thực tế đã có nhiều khách sạn đã sử dụng chế độ đãi ngộ như một “miếng mồi” để thu hút người lao động tới làm việc. Chế độ đãi ngộ của khách sạn được thể hiện thông qua đãi ngộ tài chính và phi tài chính. Như vậy đào tạo và tăng cường các hoạt động đãi ngộ đã giúp cho khách sạn giữ chân được nhân sự giỏi, thu hút được nhân lực ở các nơi khác nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ lực sự hiện có.

Thứ ba: Tăng cường hoạt động giám sát, nâng cao năng lực quản trị. Nhà quản trị có vai trò quan trọng trong việc điều hành hoạt động sản xuất của bộ phận. Trong khách sạn thì vai trò của nhà quản trị rất quan trọng, có ảnh hưởng lớn tới tập thể, tới từng cá nhân. Nếu nhà quản trị có tâm, có tầm, kinh nghiệm quản lý điều hành,.. sẽ giúp cho người lao động chủ động trong học tập để nâng cao trình độ chuyên môn. Không chỉ tạo môi trường hấp dẫn, phong cách chuyên nghiệp, nhà quản trị phải hiểu tâm lý người lao động, biết điểm mạnh, yếu của từng thành viên, từ đó có những điều chỉnh cho phù hợp.

KẾT LUẬN

Nhân lực tác nghiệp tại bộ phận chế biến có vai trò quan trọng trong việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ trong kinh doanh ăn uống tại các khách sạn 5 sao hiện nay. Nhân lực thiếu - thừa đang diễn ra ở nhiều ngành nghề trong đó có ngành khách sạn, đặc biệt là các khách sạn 5 sao trên địa bàn Hà Nội. Tình trạng nhân lực chế biến món ăn hiện nay tại các khách sạn đang thiếu và yếu, đội ngũ nhân lực chất lượng cao, đảm nhiệm ở những vị trí quan trọng như trưởng/phó bộ phận chế biến chưa đáp ứng như kỳ vọng. Trình độ chuyên môn của nhân lực bộ phận chế biến chưa thực sự cao, còn nhiều nhân lực không được đào tạo bài bản, chuyển từ lĩnh vực khác sang,... Các khách

sạn còn nhiều hạn chế, bất cập trong đào tạo, quản lý nhân lực, làm cho chất lượng đội ngũ nhân lực chưa thực sự cao. Đã có nhiều khách sạn nhận thức được điều đó và đang nỗ lực tìm kiếm, tuyển dụng, đào tạo, liên kết nhằm nâng cao chất lượng nhân lực. Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn, thông quan phân tích, nghiên cứu lý thuyết, các khách sạn cần đưa ra một số giải pháp như hợp tác, liên kết với các cơ sở đào tạo, tăng cường các chế độ đãi ngộ, đào tạo và nâng cao năng lực quản lý, điều hành, giám sát của đội ngũ nhà quản trị nhằm nâng cao chất lượng nhân lực chế biến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội, *Luật số: 09/2017/QH14 “Luật Du lịch”*
2. Thủ tướng Chính phủ, Số: 201/QĐ-TTg, “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.
3. Mai Thanh Lan - Nguyễn Thị Minh Nhân (2016), *Giáo trình quản trị nhân lực*, NXB Thống Kê.
4. Lê Trương Nhật Quang (2015), *Phát triển nguồn nhân lực khách sạn thuộc khu nghỉ dưỡng phức hợp Laguna Lăng Cô*.
5. Lưu Trọng Tuấn (2014), *Quản trị nguồn nhân lực ngành khách sạn*, NXB Lao động - Xã hội
6. Nguyễn Thu Thủy (2013), *Hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong khu vực kinh tế tư nhân Australia*, Kinh tế đối ngoại, số 58.
7. Trường Đào tạo nhân viên du lịch Sài Gòn (1997), *Quản lý khách sạn*, NXB Trẻ.
8. Denny G. Rutherford, Michael J. O’Fallon (2009), *Quản lý và vận hành khách sạn (Hotel Management and Operations, Edition: 4th - Sách dịch của Ban Quản lý dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam do Cộng đồng châu Âu tài trợ)*, NXB Lao động
9. Website:
 - vietnamtourism.gov.vn
 - sodulich.hanoi.gov.vn
 - hoteljob.vn
 - grandplazahanoi.com

MỤC LỤC

CHỦ ĐỀ 1: QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO NGÀNH DU LỊCH: ĐÀO TẠO PHẢI ĐÁP ỨNG VÀ ĐÓN ĐẦU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG	2
---	---

PGS, TS. Nguyễn Hoàng, Trường Đại học Thương mại

CHÍNH SÁCH VÀ HÀNH LANG PHÁP LÝ ĐỐI VỚI ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY	12
---	----

PGS, TS. Lê Anh Tuấn, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY	19
---	----

PGS, TS Lê Thị Thu Thủy, TS. Nguyễn Hồng Quân, Trường Đại học Ngoại thương

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	23
---	----

PGS, TS. Nguyễn Thị Nguyễn Hồng, Trường Đại học Thương mại

CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM	32
---	----

TS. Nguyễn Anh Tuấn, TS. Lê Quang Đăng, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC KHU VỰC MIỀN TRUNG, TÂY NGUYÊN	41
---	----

PGS, TS. Lê Thái Phong, NCS, ThS. Nguyễn Thị Sâm, Trường Đại học Ngoại thương

LE BIOMIMÉTISME: UNE SOURCE D'INSPIRATION POUR LE MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES D'UNE ENTREPRISE DE TOURISME	48
--	----

Bergery L., Giordano E., Dabos L., Université de Toulon, France

NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ	57
--	----

*TS. Đỗ Thị Thanh Hoa, ThS. Nguyễn Thị Lan Hương, CN. Vũ Chiến Thắng,
Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch*

NHAN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	62
---	----

GS, TS. Nguyễn Văn Đỉnh, Hiệp hội Du lịch Việt Nam

NÂNG CAO NĂNG LỰC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH CHO ĐỘI NGŨ HƯỚNG DẪN VIÊN, THUYẾT MINH VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA	68
--	----

TS. Lê Thanh Hà, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	77
--	----

TS. Hoàng Thị Lan, Trường Đại học Thương mại

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	89
--	----

TS. Đoàn Mạnh Cường, Văn phòng Quốc hội

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 TẠI VIỆT NAM	96
<i>TS. Phạm Thị Thu Hương, Trường Đại học Hùng Vương, TS. Phạm Thị Nga, Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên</i>	
KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 CHO HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG	106
<i>TS. Tô Ngọc Thịnh, Trường Đại học Thương mại</i>	
XÁC ĐỊNH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ BIẾN ĐỘNG NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	114
<i>TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương, Trường Đại học Thương mại</i>	
PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH CỦA TỈNH QUẢNG NINH	119
<i>ThS. Đỗ Thị Thu Huyền, Trường Đại học Thương mại</i>	
GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC CÁC CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	126
<i>ThS. Dương Thị Hồng Nhung, Trường Đại học Thương mại</i>	
PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG GIAO TIẾP DU LỊCH CHO SINH VIÊN DU LỊCH CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÁP ỨNG NHU CẦU HỘI NHẬP	129
<i>ThS. Trần Công Danh, ThS. Bùi Việt Phương, Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh</i>	
ẢNH HƯỞNG CỦA CÔNG NGHỆ ĐẾN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY	134
<i>ThS. Trần Minh Phương, Trường Đại học Thương mại</i>	
YÊU CẦU ĐỐI VỚI NGÀNH NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM HIỆN NAY	143
<i>ThS. Nguyễn Thùy Trang, Trường Đại học Thương mại</i>	
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CÁC ĐỊA PHƯƠNG DỌC THEO TUYẾN HÀNH LANG KINH TẾ LẠNG SƠN – HÀ NỘI	151
<i>TS. Nguyễn Thị Ngọc Anh, Trường Đại học Công Nghiệp Hà Nội</i>	
CHỦ ĐỀ 2: ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC TRONG BỐI CẢNH MỚI	
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA VIỆT NAM	159
<i>PGS, TS. Bùi Xuân Nhàn, Trường Đại học Thương mại</i>	
CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGHỀ TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP	168
<i>ThS. Nguyễn Thanh Bình, Tổng cục Du lịch</i>	
LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH THÍCH ỨNG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	178
<i>TS. Nguyễn Văn Lưu</i>	

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY	193
<i>TS. Nguyễn Thị Tú, Trường Đại học Thương mại</i>	
ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỂ HỘI NHẬP	199
<i>PGS, TS. Phạm Xuân Hậu, Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh</i>	
CÁC VẤN ĐỀ TRONG ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN NGÀNH KHÁCH SẠN	206
<i>ThS. Hoàng Thị Thùy Dương, TS. Nguyễn Thị Hoa Hồng, Trường Đại học Ngoại thương</i>	
LIÊN KẾT ĐÀO TẠO QUỐC TẾ: GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM	213
<i>ThS. Ngô Thanh Hà, ThS. Kim Hoàng Giang, Trường Đại học Thương mại</i>	
TĂNG CƯỜNG MỐI LIÊN KẾT TRONG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI KHOA DU LỊCH HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN	224
<i>TS. Phạm Hồng Long, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội</i>	
VĂN HÓA DU LỊCH TRONG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY	229
<i>PGS, TS. Dương Văn Sáu, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội</i>	
CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC HỌC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH CỦA SINH VIÊN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP	236
<i>ThS. Nguyễn Đức Hiếu, Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh</i>	
ĐÀO TẠO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU KỸ NĂNG CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI	246
<i>TS. Trần Thị Bích Hằng, Trường Đại học Thương mại</i>	
ĐÀO TẠO NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH HÒA BÌNH	254
<i>ThS. Vũ Lan Hương, Trường Đại học Thương mại</i>	
ỨNG DỤNG KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN MỞ TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH, KHÁCH SẠN	263
<i>TS. Nguyễn Thị Hồng Vân, Trường Đại học Ngoại thương</i>	
ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH THANH HÓA	272
<i>ThS. Lê Thị Ngọc, ThS. Nguyễn Thị Giang, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa</i>	
ĐÀO TẠO HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH Ở TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÁP ỨNG NHU CẦU PHÁT TRIỂN VÀ HỘI NHẬP	279
<i>ThS. Vũ Hương Lan, TS. Phạm Hồng Long, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội</i>	

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ TỚI SỰ THỎA MÃN CÔNG VIỆC
CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN TẠI THỊ TRƯỜNG 287
VIỆT NAM

ThS. Phùng Mạnh Hùng, Trường Đại học Thương mại

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO CHO 297
THỦ ĐÔ HÀ NỘI

ThS. Phùng Thị Hạnh, Trường Đại học Thủ Đô Hà Nội

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH 304
Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG
NGHIỆP 4.0

ThS. Yi Kim Quang, Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY NHẪM ĐÁP ỨNG NGUỒN NHÂN LỰC 310
DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

ThS. Đinh Thị Trà Nhi, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG 318
CÔNG NGHIỆP 4.0

ThS. Dương Hồng Hạnh, Trường Đại học Thương mại

CÁC QUAN HỆ HỮU CƠ TRONG ĐÀO TẠO VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN NGUỒN 326
NHÂN LỰC DU LỊCH BỀN VỮNG HIỆN NAY

TS. Đỗ Hải Yến

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội

NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI 333
ĐÀ LẠT

ThS. Lê Đức Thọ, Trường Cao đẳng Nghề Đà Nẵng

LIÊN KẾT GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP TRONG HOẠT ĐỘNG 339
ĐÀO TẠO ĐÁP ỨNG YÊU CẦU NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC
DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Vũ Văn Tuyền, Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM 347
TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

*ThS. Tạ Trần Trọng, ThS. Phạm Thị Giang Thùy,
Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh*

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG DỊCH VỤ 354
DU LỊCH Ở NƯỚC TA

ThS. Đỗ Minh Phượng, Trường Đại học Thương mại

CHỦ ĐỀ 3: QUẢN TRỊ NHÂN LỰC TRONG CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH

CAM KẾT NHÂN VIÊN TRONG CÁC KHÁCH SẠN 4 SAO TẠI HÀ NỘI <i>PGS, TS Lê Thái Phong, ThS. Nguyễn Thị Hạnh, TS. Nguyễn Thị Khánh Chi, Trường Đại học Ngoại thương</i>	375
THÁCH THỨC ĐỐI VỚI GIÁM ĐỐC TÀI CHÍNH TRONG LĨNH VỰC KHÁCH SẠN THỜI KỲ CÔNG NGHIỆP 4.0 <i>TS. Nguyễn Thúy Anh, Trường Đại học Ngoại thương</i>	386
ĐÁP ỨNG CỦA NHÂN LỰC MARKETING KHÁCH SẠN VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 <i>ThS. Nguyễn Thị Huyền Ngân, Trường Đại học Thương mại</i>	391
TIẾP CẬN QUAN ĐIỂM DỰA VÀO NGUỒN NHÂN LỰC CHO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH AN GIANG <i>ThS. Dương Trường Phúc Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh</i>	400
XÁC ĐỊNH CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC LÃNH ĐẠO CỦA CEO KHÁCH SẠN <i>ThS. Hoàng Thị Thu Trang, Trường Đại học Thương mại</i>	404
KHUNG NĂNG LỰC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC QUẢN TRỊ TẠI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH QUỐC TẾ <i>ThS. Trần Thị Kim Anh, Trường Đại học Thương mại</i>	412
NGHIÊN CỨU CÁC TIÊU CHÍ CẤU THÀNH NĂNG LỰC NGHỀ HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH <i>ThS. Vũ Thị Thu Huyền, Trường Đại học Thương mại</i>	421
ẢNH HƯỞNG CỦA NHÂN LỰC ĐẾN QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI CÁC KHÁCH SẠN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI <i>ThS. Bùi Thị Quỳnh Trang, Trường Đại học Thương mại</i>	428
NHÂN LỰC INTERNET MARKETING TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VIỆT NAM <i>ThS. Kiều Thu Hương, Trường Đại học Thương mại</i>	442
TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP VỚI CÔNG TÁC QUẢN TRỊ NHÂN SỰ TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN THỜI KỲ 4.0 <i>ThS. Tô Quang Long, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội</i>	448
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC KHÁCH SẠN TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 <i>ThS. Trần Ngọc Trinh, Trường Đại học Văn Hiến, Thành phố Hồ Chí Minh</i>	457
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NHÂN LỰC CHẾ BIẾN MÓN ĂN TẠI CÁC KHÁCH SẠN 5 SAO TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI <i>ThS. Đỗ Công Nguyên, Đại học Thương mại</i>	462

HỘI LUẬT GIA VIỆT NAM
NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

Địa chỉ: 65.Tràng Thi - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội

Email: nhaxuatbanhongduc@yahoo.com

Điện thoại : 04.3 9260024 Fax :04.3 9260031

**HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH
TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0**

Chịu trách nhiệm xuất bản

Giám đốc

BÙI VIỆT BẮC

Chịu trách nhiệm nội dung

Tổng biên tập

LÝ BÁ TOÀN

Ban Biên tập

GS, TS. ĐINH VĂN SƠN

PGS, TS. NGUYỄN THỊ BÍCH LOAN

PGS, TS. NGUYỄN THỊ NGUYỄN HỒNG

PGS, TS. NGUYỄN HOÀNG VIỆT

TS. TRẦN THỊ BÍCH HẰNG

In: 200 cuốn, khổ: 20,5 x 29,5cm. In tại: Công ty TNHH CMC Trường Giang

Địa chỉ: Số 11, tổ dân phố số 4, đường Phú Diễn, P. Phú Diễn, Q. Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Số xác nhận ĐKXB: **401 - 2020/CXBIPH/54 - 7/HĐ.**

Số QĐXB của NXB: **38/QĐ-NXBHD cấp ngày 12 tháng 02 năm 2020**

In xong và nộp lưu chiểu năm 2020.



9 786049 916175

Sách không bán