

LIÊN KẾT GIỮA CƠ SỞ ĐÀO TẠO VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH – GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Mai Hiên, Phạm Thị Bích Thủy, Lê Đình Tiến

Trường Đại học Thủ Đô Hà Nội

Tóm tắt: Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là một trong ba khâu đột phá trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011 - 2020 của Việt Nam. Đại hội Đảng lần thứ XIII đã xác định: “Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực cho đất nước nói chung và từng ngành, lĩnh vực nói riêng, với những giải pháp đồng bộ, trong đó tập trung cho giải pháp đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực trong nhà trường cũng như trong quá trình sản xuất kinh doanh”. Đặc biệt khi quá trình quốc tế hóa và hội nhập đang diễn ra ngày càng nhanh chóng theo cả chiều rộng và chiều sâu, thì nguồn nhân lực chính là chìa khóa đảm bảo cho chúng ta hội nhập một cách vững vàng. Du lịch không phải là ngoại lệ. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đang là câu hỏi lớn, là vấn đề bức thiết cần phải được giải quyết trong giai đoạn hiện nay, khi ngành du lịch đang trên đà tăng trưởng mới, đóng góp một tỷ trọng không nhỏ vào tổng sản phẩm quốc nội của đất nước. Liên kết giữa các cơ sở giáo dục với doanh nghiệp du lịch đang được coi là giải pháp tối ưu cho vấn đề này. Bài viết tập trung nhìn nhận tính tất yếu của việc liên kết giữa đơn vị đào tạo và doanh nghiệp du lịch, những nội dung cơ bản của hoạt động liên kết, đánh giá những tồn tại bên cạnh những thành tựu đã đạt được của hoạt động liên kết trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Đề xuất các giải pháp tăng cường tính liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: Nhân lực du lịch, cơ sở đào tạo, doanh nghiệp du lịch, liên kết, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Nhận bài ngày 2.5.2021; gửi phản biện, chỉnh sửa và duyệt đăng ngày 22.6.2021

Liên hệ tác giả: Mai Hiên; Email: mhien@daihocthudo.edu.vn

1. MỞ ĐẦU

Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam đã xác định đến năm 2020 ngành du lịch sẽ đóng góp hơn 10% GDP, tạo ra 4 triệu việc làm (trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp). Tổng cục Du lịch cho biết, mỗi năm toàn ngành Du lịch cần thêm 40.000 lao động, nhưng các

trường cao đẳng, đại học và dạy nghề chỉ cung cấp khoảng 20.000 lao động, hơn nữa nguồn nhân lực do các cơ sở đào tạo cung cấp phần lớn chưa đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp trong thời kì phát triển mới của đất nước và hội nhập thế giới, nhất là nguồn nhân lực quản lý, các doanh nghiệp vẫn mất thời gian, công sức đào tạo lại. Vì vậy, yếu tố quan trọng mang tính đột phá tạo nên sự biến đổi về chất của ngành du lịch đó là tìm giải pháp để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đào tạo nguồn nhân lực đủ về số lượng và đáp ứng được yêu cầu về chất lượng và kỹ năng nghiệp vụ. Và một trong những giải pháp then chốt là: Đào tạo gắn liền với thực tế, gắn với nhu cầu của người sử dụng lao động, học phải đi đôi với hành, hay nói cách khác, cần phải có sự liên kết giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

2. NỘI DUNG

2.1. Tính tất yếu của việc liên kết giữa doanh nghiệp và cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Vấn đề hợp tác giữa cơ sở giáo dục với doanh nghiệp đã được đặt ra từ nhiều năm nay với mục tiêu nhằm đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Luật Giáo dục đại học (2012), khoản 4, điều 12, chương 1, đã nhấn mạnh rằng chính sách của Nhà nước về phát triển giáo dục đại học yêu cầu phải “*gắn đào tạo với nghiên cứu và triển khai ứng dụng khoa học và công nghệ; đẩy mạnh hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học với tổ chức nghiên cứu khoa học và với doanh nghiệp*”. Hay theo quy định tại khoản 2, điều 53-54 chương 6 của Điều lệ trường đại học (ban hành kèm Quyết định số 70/2014/QĐ-TTg ngày 10/12/2014 của Thủ tướng Chính phủ): “*Trường đại học phối hợp với các doanh nghiệp trong và ngoài nước để “xác định nhu cầu đào tạo, gắn đào tạo với việc làm và tuyển dụng người học đã tốt nghiệp; ký các hợp đồng đào tạo, các hợp đồng khoa học và công nghệ; triển khai ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ mới vào thực tiễn sản xuất và đời sống xã hội*”.

Nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng trong các khâu công đoạn của ngành du lịch và cấu thành nên chất lượng của sản phẩm du lịch, là nguồn tài sản vàng cho các cơ sở kinh doanh du lịch. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm ngành du lịch cần thêm gần 40.000 lao động nhưng lượng sinh viên, học 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.

Báo cáo về thực trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Tổng cục Du lịch tháng 5 năm 2020 chỉ rõ, tại Việt Nam, tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch còn thấp. Cụ thể, năm 2019, tỷ lệ lao động có chuyên môn về du lịch chiếm khoảng 42%/tổng số lao động toàn ngành Du lịch Việt Nam, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy. 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%); 50% lao động có trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng (chiếm 20%); 40% còn lại là lao động được bồi dưỡng qua các lớp ngắn hạn. Khoảng 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.

Theo Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu 2019 của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), năng lực cạnh tranh du lịch Việt Nam xếp hạng 63/140 nền kinh tế, tăng so với hạng 67/136 (Báo cáo năm 2017), 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. Trong khối ASEAN, chỉ số về 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 về nhân lực và thị trường lao động của hầu hết cả quốc gia khối ASEAN đều tăng, chỉ có Việt Nam và Lào bị sụt giảm thứ bậc trên bảng xếp hạng. 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...

Theo phản ánh của một số doanh nghiệp, để có nhân lực đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch ở Việt Nam đều phải đầu tư kinh phí để đào tạo lại nhân lực khi tuyển dụng. Ví dụ như: Năm 2018, Vietravel phải bỏ ra số tiền khoảng 10 tỷ đồng cho việc đào tạo lại nhân viên khi tuyển dụng. Tập đoàn FLC thường phải dành tối thiểu từ 3-6 tháng đào tạo lại với những người đã có chuyên môn và kinh nghiệm làm việc khi tuyển dụng.

Còn theo các chuyên gia, một trong những điểm yếu lớn nhất của nhân lực lao động trong ngành du lịch Việt Nam hiện nay là thiếu và yếu kỹ năng nghề. Với phương pháp đào tạo nặng về lý thuyết, nhẹ về thực hành ở đa số các cơ sở đào tạo hiện nay, phần lớn lao động du lịch ra trường khó đáp ứng được yêu cầu công việc. Theo chương trình đào tạo 4 năm hiện nay ở các trường đại học, người học hầu hết chỉ có 12 tuần thực hành chia thành các 2-3 đợt. Trong khi đó, để thực sự đem lại sự hài lòng cho khách đòi hỏi rất nhiều kỹ năng. Chẳng hạn, cách khách 5 bước chân, nhân viên đã phải nhìn vào mắt khách, khi họ đến gần hơn phải hỏi chuyện. Để làm tốt một kỹ năng, bình thường nhân viên khách sạn phải thực hành từ 7 đến 21 lần mới thuần thục. Và một nhân viên thông thường cần khoảng 52 đến 100 kỹ năng như vậy. Người bình thường cần một năm để học các kỹ năng trong một công việc.

Qua những số liệu phân tích trên cho thấy, mặc dù nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực, gia tăng ổn định về lượng và cải thiện đáng kể về chất, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế, khó khăn và thách thức, đặc biệt là vấn đề nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu và yêu cầu của thị trường lao động sau khi tốt nghiệp. Có nhiều vấn đề đang đặt ra, một trong số đó là tính tất yếu của việc liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch. Hơn nữa, hạn chế về ngoại ngữ vẫn luôn là một rào cản của sinh viên, lao động du lịch Việt Nam nhiều năm nay. Ngay tại các thành phố lớn, cũng chỉ có một vài cơ sở đào tạo nhân lực cho ngành du lịch có đào tạo bằng ngoại ngữ.

2.2. Những nội dung hợp tác chủ yếu giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp

Quan sát các mô hình liên kết Nhà trường - Doanh nghiệp trên thế giới, có thể nhận thấy các hình thức cơ bản như: Chương trình thực tập và kiến tập (*Internship Program*); Tour trải nghiệm nghề nghiệp (*Career Tour, Company Visit*); Ứng viên tiềm năng (*Fresher Program*);

Lớp liên kết (*Linkages Training Course*); Ngày hội việc làm (*Career Expo*); Giảng viên thỉnh giảng (*Visiting Lecturer*); Tập huấn giảng viên (*Lecturer Training Workshop*); Hội nghị và tọa đàm chuyên đề (*Conference & Seminar*); Cấp học bổng doanh nghiệp (*Entrepreneur Scholarships*). Ở Việt Nam, các hoạt động liên kết được triển khai giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp chủ yếu là:

2.2.1. Tham quan tại doanh nghiệp

Chương trình tham quan doanh nghiệp là hoạt động nằm trong phần kiến thức thực hành, được cấu trúc bên cạnh phần kiến thức lý thuyết của một số học phần chuyên ngành du lịch. Mục tiêu của nội dung này là giúp người học hiểu về nghề nghiệp, cụ thể hóa những phần lý thuyết về doanh nghiệp du lịch bằng việc quan sát, tìm hiểu về một doanh nghiệp thực tế. Hoạt động này cũng gián tiếp đưa người học vào môi trường nghề nghiệp sớm, với cách thức giản đơn nhất, từ đó tạo động lực và ý thức phấn đấu học tập. Nội dung tham quan bao gồm giới thiệu về doanh nghiệp, tham quan các bộ phận, cơ sở dịch vụ của doanh nghiệp, viết thu hoạch sau mỗi hoạt động.

2.2.2. Khảo sát doanh nghiệp để thực hiện các bài tập lớn, nghiên cứu khoa học, khóa luận tốt nghiệp

Bài tập lớn trong mỗi học phần, nghiên cứu khoa học, khóa luận tốt nghiệp là hoạt động thường niên của các đơn vị giáo dục về du lịch. Để thực hiện những công việc này, người học phải chủ động liên hệ doanh nghiệp hoặc dựa trên sự giới thiệu của cơ sở đào tạo để khảo sát, tìm hiểu, nghiên cứu về doanh nghiệp mà mình lựa chọn. Thậm chí, có những nội dung, để tìm hiểu sâu, tiếp cận được số liệu của doanh nghiệp, sinh viên phải thực tập hoặc làm bán thời gian tại đó. Bởi vậy, sản phẩm thu được là những bài tập lớn, báo cáo nghiên cứu khoa học, hay khóa luận tốt nghiệp là kết quả của quá trình thâm nhập và tìm hiểu thực tế sâu sắc và hiệu quả của người học.

2.2.3. Thực tập tại doanh nghiệp

Thực tập tại doanh nghiệp là phần học tập bắt buộc đối với mỗi sinh viên ngành du lịch. Tùy theo chuyên ngành, sinh viên sẽ được gửi đến các cơ sở kinh doanh lưu trú, kinh doanh lưu trú, hay kinh doanh ăn uống, vận tải du lịch,... để thực tập tại đó, với mục tiêu tiếp cận công việc ở góc độ thực hành, học việc.

Thông thường, thời gian thực tập của các đơn vị giáo dục thường kéo dài 8 – 10 tuần. Nhưng hiện nay, nhiều trường đã cải tiến chương trình đào tạo để trở nên linh hoạt hơn, việc thực tập của sinh viên không chỉ bó hẹp vào học kỳ cuối của chương trình đào tạo mà được tổ chức linh hoạt, rải đều trong quá trình học nhằm tăng cường kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên và thời điểm thực tập trùng khớp với thời gian doanh nghiệp có nhu cầu và có thể bố trí hướng dẫn thực tập bài bản cho người học. Có những cơ sở giáo dục thực hiện 2 đợt thực tập đối với sinh viên trong suốt lộ trình đào tạo như khoa Văn hóa – Du lịch, Đại học Thủ đô Hà Nội. Có những đơn vị đã thực hiện ký kết hợp tác với các doanh nghiệp du lịch để gửi sinh viên đến thực tập trong thời gian dài, lên đến 4 tháng hoặc 6 tháng như khoa Du lịch, Đại học Mở Hà Nội. Trong quá trình thực tập, các cơ sở đào tạo thường cử cán bộ quản lý

thực tập cùng với sự hướng dẫn của doanh nghiệp.

2.2.4. Thực hành nghiệp vụ và bố trí cán bộ hướng dẫn thực hành cho sinh viên

Đối với các học phần nghiệp vụ, học phần lý thuyết nghề, thực hành nghề, bên cạnh việc giảng dạy tại trường và tại phòng thực hành, người học còn được gửi tới các doanh nghiệp liên kết phù hợp và không xa về khoảng cách địa lý để tiếp tục học phần thực hành chuyên sâu với thời gian nhất định, có thể từ vài tuần đến vài tháng, tùy theo thời lượng môn học.

Đối với các học phần này, sinh viên sẽ có hai phần học độc lập là phần lý thuyết và phần thực hành. Về nội dung giảng dạy, đơn vị đào tạo và cơ sở kinh doanh đã có sự thống nhất chặt chẽ với nhau về danh mục các công việc, kỹ năng người học cần thực hành tại doanh nghiệp, thời gian thực hành, thời lượng thực hành cho mỗi kỹ năng,... Khi kết thúc học phần, sinh viên sẽ thực hiện hai bài thi: lý thuyết và thực hành, hoặc một bài thi kết hợp dưới sự đánh giá của giáo viên giảng dạy học phần và cán bộ hướng dẫn thực hành tại doanh nghiệp.

2.2.5. Định hướng nghề nghiệp và giảng dạy chuyên đề cho sinh viên

Định kỳ hàng năm, theo cấu trúc các học phần của từng chuyên ngành và đặc biệt trong buổi định hướng nghề nghiệp đầu khóa, các cơ sở đào tạo thường mời đại diện các doanh nghiệp tới chia sẻ và định hướng nghề nghiệp với sinh viên về kỹ năng, kiến thức, nghiệp vụ,... Đây là hoạt động hỗ trợ đào tạo cho phép người học tiếp cận với doanh nghiệp du lịch dưới góc độ giao lưu, trao đổi với cái nhìn đa chiều từ nhiều nhà quản lý du lịch.

2.2.6. Đóng góp ý kiến cho chương trình đào tạo, đề cương học phần của cơ sở đào tạo du lịch

Hoạt động đóng góp ý kiến cho chương trình đào tạo, xây dựng đề cương môn học của các doanh nghiệp là một trong những nội dung quan trọng trong quá trình xây dựng và điều chỉnh chương trình đào tạo ở các cơ sở đào tạo. Bởi các doanh nghiệp du lịch chính là đơn vị sử dụng lao động – sử dụng sản phẩm đào tạo của các cơ sở giáo dục. Ý kiến của họ sẽ góp phần làm tăng tính thực tiễn cho chương trình, từ đó là tiền đề để đào tạo ra nguồn nhân lực có khả năng đáp ứng và thích ứng cao với yêu cầu của thị trường lao động. Mục tiêu của cơ sở đào tạo trong dài hạn luôn là “đào tạo những gì thị trường cần, không đào tạo những gì mình có”. Bởi vậy, hiện nay, hầu hết các cơ sở đào tạo đều lấy ý kiến của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện đề cương thông qua các hội thảo định kỳ.

2.2.7. Hỗ trợ cơ sở vật chất kỹ thuật cho hoạt động đào tạo

Hiện nay, nhiều cơ sở đào tạo du lịch do còn hạn chế về cơ sở vật chất thực hành nghiệp vụ cả về số lượng và chất lượng, nên đã thực hiện hợp tác với các doanh nghiệp để được sự hỗ trợ trong lĩnh vực này nhằm đảm bảo chất lượng trong đào tạo và đảm bảo tính cập nhật trong các nội dung đào tạo của mình.

2.3. Giải pháp tăng cường tính liên kết giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch

Nhìn chung các nhà trường hiện nay đang rất nỗ lực bắt kịp yêu cầu của xã hội và hội nhập, với chương trình, giáo trình từng bước được chuẩn hóa. Đã có những nội dung liên kết

giữa cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp du lịch bằng nhiều hình thức. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số vấn đề trong mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch chưa được giải quyết thấu đáo, vì thế chưa mang lại cho cả hai phía những kết quả thực sự mà mỗi bên muốn hướng tới vì:

Thứ nhất, giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch chưa có những kế hoạch rõ ràng, cụ thể chi tiết và chiến lược dài hơi cho từng nội dung hợp tác cụ thể ví dụ như: nhà trường trong năm học sẽ gửi sinh viên thực tập vào thời gian nào, số lượng bao nhiêu. Về phía các doanh nghiệp du lịch cũng cần phải cung cấp cho cơ sở đào tạo biết năm nay doanh nghiệp định tuyển bao nhiêu nhân viên thuộc các chuyên ngành nào. Từ đó cả 2 bên đều có kế hoạch cụ thể hàng năm để gửi và nhận sinh viên thực tập.

Thứ hai, mối quan hệ giữa Nhà trường và doanh nghiệp đa số mới chỉ tập trung vào việc nhà trường gửi sinh viên thực tập, tuyển nhân viên giúp doanh nghiệp, mời chuyên gia trao đổi với sinh viên những chuyên đề ngắn, mời tham gia hội thảo, cộng tác viết đề tài, giáo trình,... Doanh nghiệp du lịch chưa được tham gia thực sự vào quá trình đào tạo của nhà trường với tư cách là người sử dụng sản phẩm đào tạo, người đưa ra những tiêu chí tuyển dụng và những yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề và thái độ của người được tuyển dụng.

Thứ ba, mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch hiện nay vẫn chưa được rõ ràng cụ thể về mặt lợi ích giữa các bên tham gia, cho nên dẫn tới việc đa số doanh nghiệp kết hợp với nhà trường còn mang tính chất tình cảm, mối quan hệ cá nhân và còn mang tính hình thức hoặc một số ít trường hợp mối quan hệ này chỉ có mặt trong báo cáo của đơn vị trong dịp tổng kết năm công tác.

Thứ tư, sự phối kết hợp giữa doanh nghiệp và nhà trường trong công tác tư vấn nghề nghiệp và tiếp nhận sinh viên sau khi ra trường còn hạn chế, nhà trường chưa biết được thực trạng các doanh nghiệp du lịch hiện nay cần tuyển số lượng nhân viên cụ thể là bao nhiêu, yêu cầu chuyên môn nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ, tin học như thế nào. Doanh nghiệp chỉ tuyển chọn những sinh viên có tố chất nghề, khả năng ngoại ngữ, hình thức tốt, sau đó đào tạo lại theo hướng của doanh nghiệp cần. Phía nhà trường chỉ thống kê những sinh viên sau khi ra trường có việc làm, có vị trí cao trong các doanh nghiệp du lịch; còn những sinh viên không xin được việc và chuyển sang ngành khác để học thì chưa được quan tâm thống kê.

Bản chất của mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch là: LỢI ÍCH. Mỗi bên đều phải tìm thấy lợi ích chính đáng của mình trong từng nội dung hợp tác từ nhỏ đến lớn thì mối quan hệ mới bền chặt và phát triển bền vững. Lợi ích đó cần được thỏa mãn một cách hài hòa cho cả hai bên và các bên thứ ba có liên quan như người học, gia đình người học, các cơ quan quản lý, cộng đồng dân cư.

Từ thực tế của việc liên kết giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp du lịch cũng như các tồn tại, hạn chế nêu trên, nhóm tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao tính hiệu quả cho hoạt động liên kết như sau:

** Về phía cơ sở đào tạo:*

Thứ nhất, cần có sự nhìn nhận đúng đắn về mục tiêu đào tạo, xây dựng chương trình đào tạo linh hoạt, cập nhật, có khả năng hội nhập quốc tế; đẩy mạnh nghiên cứu khoa học; ứng dụng công nghệ vào trong công tác đào tạo; cùng doanh nghiệp thiết kế chương trình đào tạo; xây dựng mô hình “Nhà trường trong doanh nghiệp”, “Doanh nghiệp trong nhà trường” vì mục tiêu nâng cao chất lượng đào tạo.

Thứ hai, thiết lập bộ phận chuyên trách liên kết, hợp tác với doanh nghiệp. Có chiến lược liên kết với doanh nghiệp đặc biệt trong lĩnh vực du lịch bằng hình thức chủ yếu là ký thỏa thuận hợp tác về đào tạo.

Thứ ba, thường xuyên cập nhật nội dung, chương trình, phương pháp giảng dạy căn cứ vào nhu cầu của doanh nghiệp. Định kỳ tiếp xúc, tìm hiểu nhu cầu nhân lực của doanh nghiệp để góp phần xây dựng chuẩn đầu ra cho quá trình đào tạo.

Thứ tư, xây dựng cơ chế để đội ngũ doanh nhân trực tiếp tham gia giảng dạy những nội dung cần thiết trong chương trình đào tạo.

** Về phía doanh nghiệp du lịch:*

Thứ nhất, cần nhận thức đầy đủ hơn về ích lợi cũng như xu thế tất yếu của mối liên kết nhà trường - doanh nghiệp kinh doanh du lịch, từ đó hoạch định cơ chế phối hợp cũng như chiến lược nhân sự hợp lý cho mình trong tương lai.

Thứ hai, để hạn chế, khắc phục tình trạng đào tạo lại sau khi tuyển dụng, doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần phải thiết lập bộ phận chuyên trách để phản biện, góp phần xây dựng, điều chỉnh chương trình đào tạo cho trường đại học hướng theo nhu cầu sử dụng nhân lực từ phía doanh nghiệp.

Thứ ba, có chiến lược “nuôi dưỡng”, “ươm mầm” tài năng tại các trường đại học bằng các hình thức cung cấp học bổng, đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật, tài chính, tuyển dụng trước và sau tốt nghiệp; đặt hàng cơ sở đào tạo giải quyết những vấn đề cần thiết mà doanh nghiệp đang và sẽ có nhu cầu.

Thứ tư, chủ động “thâm nhập” một cách toàn diện vào trường đại học (bộ máy lãnh đạo, giáo trình, nội dung, phương pháp giảng dạy, bảo vệ đồ án, luận văn tốt nghiệp...) để có thêm điều kiện góp ý điều chỉnh chương trình đào tạo cho “ăn khớp” với nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội. Chủ trương đưa các doanh nhân vào hội đồng trường đại học thời gian gần đây được nhìn nhận là một bước tiến trong chiến lược xã hội hóa giáo dục cũng như đào tạo theo nhu cầu xã hội. Đây cũng được là cơ hội để các doanh nghiệp quảng bá hình ảnh và thương hiệu của mình.

Thứ năm, doanh nghiệp cần cung cấp lực lượng hỗ trợ giảng dạy có tay nghề, kinh nghiệm thực tế; hỗ trợ nhà trường cập nhật được công nghệ du lịch mới.

** Về phía các cơ quan chức năng:*

Hợp tác giữa đơn vị đào tạo và doanh nghiệp không còn là câu chuyện đơn độc giữa hai bên liên quan, mối quan hệ này cần được sự định hướng, kiểm soát và quản lý của cơ quan chức năng với mục tiêu đảm bảo hiệu quả liên kết.

Thứ nhất, thường xuyên thống kê cung - cầu nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao của ngành du lịch trong xã hội để điều tiết lĩnh vực giáo dục - đào tạo cho phù hợp; phân tích, dự báo về sự biến động của ngành du lịch trong thời gian tới để các cơ sở giáo dục có chiến lược đào tạo phù hợp.

Thứ hai, hoàn thiện cơ chế tổ chức và hoạt động của các tổ chức kiểm định chất lượng đào tạo.

Thứ ba, thiết lập nhiều kênh kết nối trường đại học với doanh nghiệp. Tổ chức để các bên rút kinh nghiệm sau mỗi giai đoạn hợp tác nhằm nâng cao hiệu quả liên kết trong tương lai.

Thứ tư, hoàn thiện cơ chế tự chủ của các trường đại học. Khi đó, các trường được quyết định chương trình đào tạo của mình sao cho “bắt nhịp” được với yêu cầu của doanh nghiệp. Xây dựng cơ chế thúc đẩy, hỗ trợ nhà trường và doanh nghiệp thành lập các quỹ đầu tư phát triển chung để gia tăng sự ràng buộc, tính năng động cũng như trách nhiệm của các bên.

3. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hiện nay, liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp đặc biệt trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao là xu thế tất yếu trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của mọi quốc gia. Chiều rộng và chiều sâu của mối liên kết này tùy thuộc nhiều vào sự định hướng của các cơ quan chức năng, sự lựa chọn phương thức cũng như sự thỏa hiệp của các chủ thể. Hiệu quả của quan hệ liên kết luôn là nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, cũng như nâng cao “tầm vóc”, củng cố niềm tin, gia tăng mức độ ảnh hưởng tích cực vào đời sống xã hội của các bên liên kết. Rút ngắn khoảng cách từ giảng đường tới thực tiễn doanh nghiệp đang là yêu cầu cấp bách đối với các cơ sở đào tạo đại học và cộng đồng doanh nghiệp. Vì vậy, để thực hiện được các nội dung và mục tiêu này, cần có sự phối hợp chặt chẽ và chủ động, tích cực giữa các chủ thể của các bên liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Huỳnh Văn Thái, Võ Xuân Hậu (2020), “Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghệ số”, *Tạp chí Công Thương*, số 16.
2. Chính phủ (2020), Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020, *Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
3. Nguyễn Nữ Tường Vi (2020), “Liên kết nhà trường - doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực du lịch: Các hình thức và khuyến nghị”, *Tạp chí Công Thương*, số 4.
4. Trần Phú Cường (2016), “Du lịch Việt Nam hội nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN”, *Tạp chí Du lịch*, tháng 3/2016.
5. Tổng cục Du lịch (2020), *Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam năm 2019*, Nxb. Lao Động.
6. Viện Nghiên cứu và phát triển du lịch Việt Nam (2020), *Báo cáo thường niên năm 2019*, Hà Nội.
7. Phạm Thị Thùy Linh (2020), “Du lịch thông minh - Xu hướng phát triển tất yếu của ngành Du

- lịch Việt Nam”, *Tạp chí Công Thương*, số 7.
8. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2019), trong Kỷ yếu *Hội thảo Xu hướng phát triển của du lịch thế giới và tác động đối với du lịch Việt Nam*, Hà Nội.

BUILDING RELATIONSHIP BETWEEN TRAINING INSTITUTIONS AND TOURISM ENTERPRISE – SOLUTIONS TO ENHANCE THE QUALITY OF TRAINING TOURISM HUMAN RESOURCES AT HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Abstract: *High-quality human-resource development is one of the three breakthroughs in the Socio-Economic Development Strategy of Vietnam during the period from 2011 to 2020. The XII Party Congress has claimed: “Forming a complete strategy to develop human resources for the country in general and regular industry and field in particular with synchronous solutions, and focusing on training solutions, retraining human resources in the education and training unit as well as in the production and business process”. In particular, since the spread of internationalization and integration has been both breadth and depth, human resources are the key to ensure a stable integration. Travel is no exception. Improving the quality of human resources for tourism is of great interest. Urgent issues need to be solved in the current period when the tourism industry is on a new growth development contributing a significant proportion to the Gross domestic product of the country. The relationship between educational institutions and tourism businesses are considered the optimal solution to this problem. This article focuses on recognizing the inevitability of linking between training units and tourism businesses which shows the contents of linking activities, assessing the shortcomings besides the achievements of the activities and cooperation in tourism human resource training. It also raises solutions to strengthen the relationship between training institutions and tourism businesses to improve the quality of human resources for tourism to match integration requirements in the current period.*

Keywords: *Human resources for tourism, training institutions, linking, tourism businesses, improving the quality of human resources.*