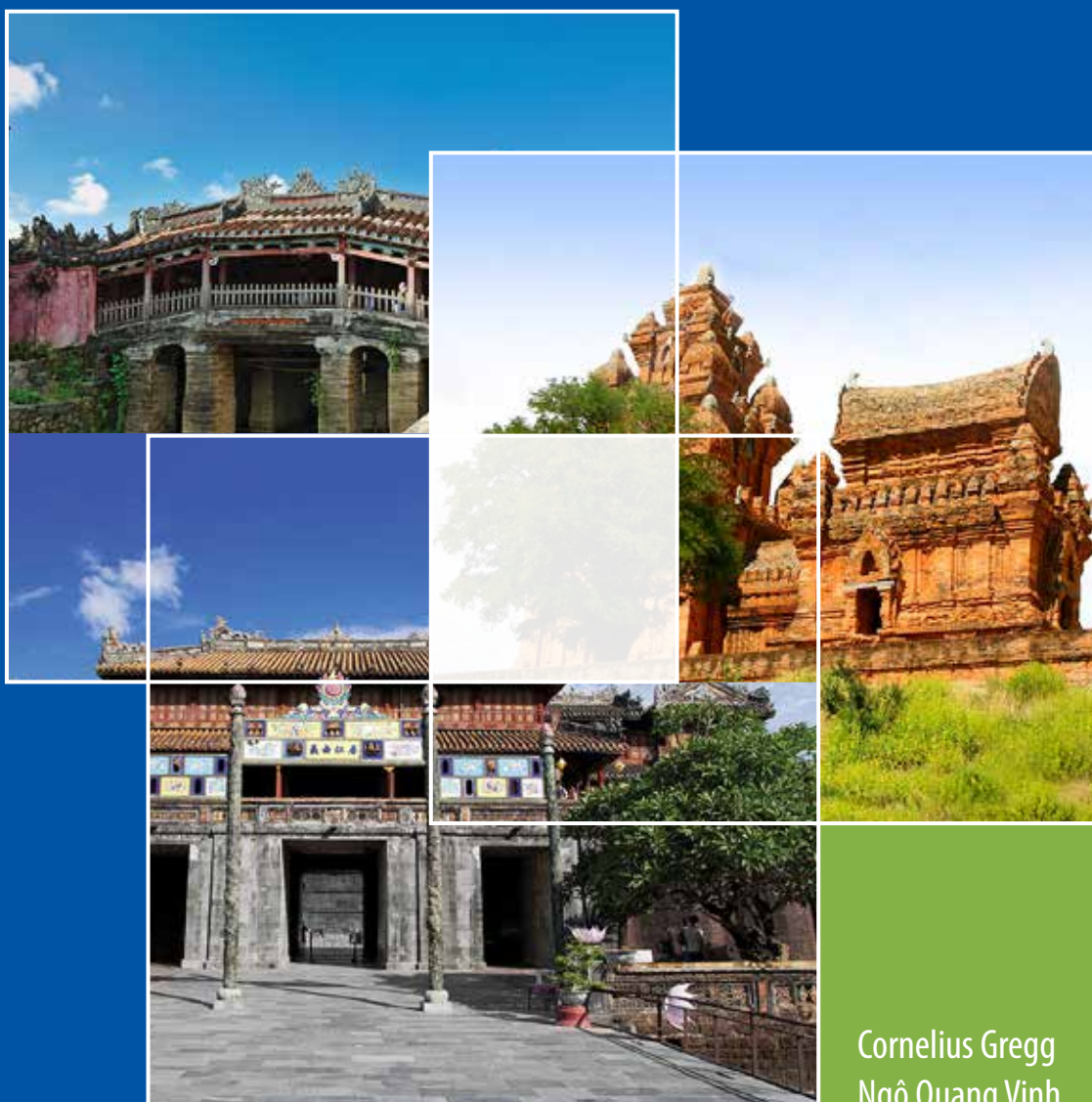




International
Labour
Organization

KỸ NĂNG LÀM VIỆC THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI VÀ ĐA DẠNG HÓA KINH TẾ (STED) TẠI VIỆT NAM

Nghiên cứu về ngành Du lịch tại một số tỉnh



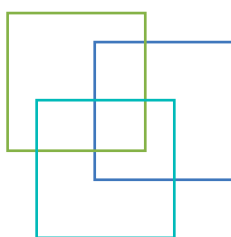
Cornelius Gregg
Ngô Quang Vịnh



International
Labour
Organization

KỸ NĂNG LÀM VIỆC THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI VÀ ĐA DẠNG HÓA KINH TẾ (STED) TẠI VIỆT NAM

Nghiên cứu về ngành Du lịch tại một số tỉnh



Cornelius Gregg
Ngô Quang Vịnh

Bản quyền © thuộc về Tổ chức Lao động Quốc tế 2016

Xuất bản lần đầu (2016)

Ấn phẩm của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) được công nhận bản quyền theo Nghị định 2 của Công ước Quốc tế về Bản quyền. Tuy nhiên, một số nội dung có thể trích dẫn ngắn mà không cần xin phép, với điều kiện phải ghi rõ nguồn gốc trích dẫn. Đối với quyền tái bản hoặc dịch thuật, phải được đăng ký với Bộ phận Xuất bản của ILO (Quyền và Cho phép xuất bản), Văn phòng Lao động Quốc tế, theo địa chỉ CH-1211 Geneva 22, Thụy Sĩ, hoặc qua email: rights@ilo.org. Tổ chức Lao động Quốc tế luôn khuyến khích việc đăng ký này.

Thư viện, viện nghiên cứu, và những người sử dụng đã đăng ký với các tổ chức cấp quyền tái bản có thể sao chép thông tin theo giấy phép ban hành cho mục đích này. Truy cập vào trang web www.ifrro.org để biết thêm thông tin về các tổ chức cấp quyền sử dụng tại quốc gia mình.

Biên mục ILO trong hệ thống Dữ liệu xuất bản

Gregg, Cornelius; Vinh, Ngo Quang

Kỹ năng việc làm thúc đẩy thương mại và đa dạng hóa kinh tế (STED) tại Việt Nam: Trường hợp ngành du lịch tại một số tỉnh mục tiêu / Cornelius Gregg, Ngô Quang Vinh ; Văn phòng Lao động Quốc tế. - Geneva: ILO, 2016

ISBN: 9789228310870; 9789228310887 (web pdf)

Văn phòng Lao động Quốc tế

yêu cầu kỹ năng / du lịch / tạo việc làm / vai trò của ILO / cấp vùng / Việt Nam

13.01.2

Các quy định nêu trên trong các ấn phẩm của ILO phù hợp với nguyên tắc ứng xử của Liên Hợp Quốc, và việc đưa ra các ấn phẩm không thể hiện quan điểm của ILO về tình trạng pháp lý của bất cứ quốc gia, khu vực, vùng lãnh thổ hoặc chính quyền hoặc vùng phân định biên giới nào.

Quan điểm được thể hiện trong các bài báo, nghiên cứu hay tuyên bố đã được ký hoàn toàn thuộc trách nhiệm của các tác giả. Việc phát hành ấn phẩm không đồng nghĩa với việc ILO chứng thực cho những quan điểm này.

Ấn phẩm của ILO không phục vụ mục đích quảng cáo khi nhắc đến tên các công ty, sản phẩm và các quy trình. Tương tự, khi một công ty, sản phẩm hay quy trình không được nhắc đến trong báo cáo không có nghĩa là ILO không ủng hộ công ty, sản phẩm hay quy trình đó.

Các ấn phẩm và tư liệu kỹ thuật số của ILO có thể được cung cấp thông qua các nhà sách và kênh phân phối kỹ thuật số, hoặc đặt trực tiếp từ địa chỉ ilo@turpin-distribution.com. Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập vào trang web của chúng tôi: www.ilo.org/publns hoặc liên hệ ilopubs@ilo.org.

In tại Việt Nam

LỜI TỰA

"Phát triển kỹ năng là [...] tối quan trọng để đối phó với các cơ hội và thách thức nhằm đáp ứng những nhu cầu nảy sinh do những thay đổi của nền kinh tế và công nghệ mới trong bối cảnh toàn cầu hóa."

Kết luận về kỹ năng phục vụ nâng cao năng suất, gia tăng công ăn việc làm và phát triển,

Hội nghị Lao động Quốc tế, năm 2008

"Du lịch phải là một ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong đóng góp vào GDP và góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội."

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030¹

Báo cáo này trình bày việc áp dụng phương pháp Kỹ năng làm việc thúc đẩy thương mại và đa dạng hóa kinh tế (STED) cho ngành du lịch ở Việt Nam tại một số tỉnh mục tiêu (chủ yếu tại Quảng Nam và Thừa Thiên - Huế, kèm thêm một số hoạt động tại Khánh Hòa). Phương pháp STED đã được xây dựng trên cơ sở thừa nhận thực tế rằng việc người lao động có những kỹ năng phù hợp là rất quan trọng để các doanh nghiệp hoặc các ngành công nghiệp có thể thành công trong thương mại, và ngược lại, hiểu biết về thương mại cũng rất quan trọng để có thể cung cấp cho người lao động những kỹ năng phù hợp. Sự sẵn có của công nhân lành nghề góp phần vào đa dạng hóa xuất khẩu, cũng như nâng cao kim ngạch xuất khẩu, thu hút nhiều vốn FDI hơn, hấp thụ công nghệ cao hơn, tăng trưởng bền vững hơn và tạo công ăn việc làm hiệu quả. Đồng thời, kỹ năng là yếu tố quyết định giúp công nhân thành công khi tìm kiếm một công việc tốt và tạo thu nhập.

Việc áp dụng phương pháp STED trong lĩnh vực du lịch tại Việt Nam tiêu biểu cho sự hợp tác này trên thực địa và lồng ghép với hỗ trợ kỹ thuật hiện có của ILO. Báo cáo này được thực hiện trong khuôn khổ dự án "Áp dụng Chiến lược Đào tạo của G20" do Liên bang Nga tài trợ. Hai dự án khác của ILO có liên kết chặt chẽ với báo cáo STED tại Việt Nam: Dự án "Sửa đổi Luật Giáo dục Nghề nghiệp (TVET)" cung cấp hỗ trợ ở cấp độ vĩ mô để tăng sự liên quan của TVET và khuyến khích các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động đào tạo. Dự án "Du lịch Bền vững và có Trách nhiệm ở miền Trung Việt Nam" (SART) là nỗ lực chung của ILO-UNESCO nhằm cải thiện sinh kế cho cộng đồng địa phương ở Quảng Nam và Thừa Thiên - Huế thông qua thúc đẩy du lịch văn hóa và tạo ra mô hình du lịch bền vững và có trách nhiệm, có thể được nhân rộng tại Việt Nam. Cả hai dự án cung cấp một nền tảng bền vững để hỗ trợ theo dõi và thực hiện các khuyến nghị của báo cáo STED trong lĩnh vực du lịch của Việt Nam.

Chang-Hee Lee
Giám đốc
Văn phòng ILO tại Việt Nam

Girma Agune
Trưởng Phòng Kỹ năng nghề và Việc làm
Trụ sở chính ILO

¹ <http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/English/strategies/strategiesdetails?categoryId=30&articleId=10051267> [Truy cập ngày 10/5/2016]

LỜI CẢM ƠN

Dự án ***Áp dụng Chiến lược đào tạo của G20*** do Bộ Tài chính Liên bang Nga tài trợ, và đang được triển khai ở năm quốc gia: Việt Nam, Armenia, Jordan, Kyrgyzstan và Tajikistan.

Báo cáo này được thực hiện bởi Cornelius Gregg (Chuyên gia kỹ thuật, Phòng Kỹ năng nghề và Việc làm của ILO) và Ngô Quang Vịnh (Cán bộ dự án quốc gia, Văn phòng ILO tại Việt Nam) với hỗ trợ kỹ thuật từ Carmela Torres (Chuyên gia cao cấp về Kỹ năng nghề, Tổ chuyên gia về Việc làm Bền vững của ILO Bangkok, Thái Lan). Báo cáo này sẽ không thể hoàn thiện nếu không có sự hỗ trợ của Gyorgy Sziraczki (cựu Giám đốc Văn phòng ILO tại Việt Nam), Chang-Hee Lee (Giám đốc Văn phòng ILO tại Việt Nam) và Girma Agune (Trưởng Phòng Kỹ năng nghề và Việc làm).

Nhiều đồng nghiệp khác đã có những đóng góp đáng kể cho quá trình thực hiện báo cáo STED tại Việt Nam: Nguyễn Thị Huyền (Điều phối viên quốc gia, Văn phòng ILO tại Việt Nam) và các nghiên cứu viên của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (Tổng cục Du lịch) đã cung cấp những thông tin và số liệu quan trọng cho báo cáo. Các cuộc khảo sát doanh nghiệp phục vụ báo cáo STED tại Quảng Nam và Thừa Thiên - Huế do nhóm chuyên viên từ các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Thống kê và giảng viên từ các cơ sở đào tạo địa phương thực hiện. Dữ liệu từ các cuộc khảo sát đã được một nhóm cán bộ xử lý theo hướng dẫn của Nguyễn Thị Huyền.

Nguyễn Ngọc Dung (Trợ lý dự án, Văn phòng ILO tại Việt Nam) đã hỗ trợ các hoạt động hậu cần và các hội thảo tham vấn đã được các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ở Quảng Nam và Thừa Thiên - Huế tổ chức.

Các bên có liên quan từ chính quyền trung ương và địa phương, khu vực tư nhân, công đoàn và các cơ sở đào tạo đã nhiệt tình đóng góp thời gian và ý kiến trong các hội thảo tham vấn và các cuộc phỏng vấn.

Các tác giả chịu trách nhiệm về tất cả các lỗi và thiếu sót trong báo cáo này.

CÁC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
DOCST	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch
DOLISA	Sở Lao động, Thương binh và Xã hội
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GDVT	Tổng cục Dạy nghề
GSO	Tổng cục Thống kê
HDI	Chỉ số Phát triển con người
ILO	Tổ chức Lao động Quốc tế
MICE	Hội họp, Khen thưởng, Hội nghị, Triển lãm
MOCST	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
MOET	Bộ Giáo dục và Đào tạo
MRA	Hiệp định công nhận lẫn nhau
SME	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
STED	Kỹ năng làm việc thúc đẩy thương mại và đa dạng hóa kinh tế
SWOT	Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức
TNA	Đánh giá Nhu cầu Đào tạo
TVET	Giáo dục Nghề nghiệp và Đào tạo nghề
UNDP	Chương trình Phát triển của Liên Hợp Quốc
UNESCO	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên Hợp Quốc
UNWTO	Tổ chức Du lịch Thế giới
USD	Đô-la Mỹ
VNAT	Tổng cục Du lịch
VND	Việt Nam đồng (đơn vị tiền tệ Việt Nam)
VTOS	Tiêu chuẩn kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam
WEF	Diễn đàn Kinh tế Thế giới
WHG	Hướng dẫn Di sản Thế giới (HDDSTG)

LỜI GIỚI THIỆU

Phương pháp Kỹ năng làm việc thúc đẩy thương mại và đa dạng hóa kinh tế (STED) của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) bắt nguồn từ sự hợp tác giữa Phòng Kỹ năng nghề và Việc làm cùng với Chương trình Thương mại và Việc làm thuộc Ban Chính sách Việc làm của ILO. Thông qua hợp tác, hai đơn vị này kết hợp chuyên môn về xây dựng chính sách và dự đoán về kỹ năng, cải cách giáo dục đào tạo và dạy nghề, phân tích thương mại, liên kết thương mại và việc làm, và nhất quán chính sách giữa thương mại, đầu tư, lao động và các chính sách giáo dục. Phương pháp STED cũng được xây dựng dựa trên cấu trúc ba bên độc đáo của ILO và khả năng kết nối chính phủ, người lao động, người sử dụng lao động nhằm tạo ra nhiều việc làm tốt hơn.

Cung cấp các kỹ năng phù hợp vào đúng thời điểm không hề dễ dàng và không chỉ là vấn đề bổ sung thêm nguồn lực. Trên thế giới, chúng ta có thể thấy tình trạng nhiều người lao động có trình độ cao vẫn thất nghiệp, trong khi đồng thời doanh nghiệp cảm thấy rất khó khăn để tuyển các vị trí có tay nghề cao. Sự chênh lệch khi các kỹ năng được học trong hệ thống giáo dục và đào tạo không phù hợp với nhu cầu thị trường lao động sẽ dẫn đến tổn thất kinh tế lớn cho xã hội, cũng như ảnh hưởng xấu đến người lao động. Để cung – cầu về kỹ năng phù hợp với thị trường lao động, cần nhìn về tương lai và xem xét không chỉ những kỹ năng đang có nhu cầu trong hiện tại, mà cả những kỹ năng sẽ có nhu cầu trong tương lai. Đây là những gì phương pháp STED thực hiện.

Ở Việt Nam, ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam được lựa chọn do ngành này tạo ra lượng doanh thu lớn (đặc biệt là từ khách du lịch nước ngoài), và tạo ra số lượng lớn công ăn việc làm, nhưng vẫn còn nhiều việc phải làm để cải thiện chất lượng dịch vụ do thiếu lao động lành nghề. Trong quá trình thực hiện, theo đề nghị của Đại sứ quán Nga tại Việt Nam, một số hoạt động của dự án đã được tiến hành ở tỉnh Khánh Hòa do đây là điểm đến phổ biến đối với du khách Nga.

Báo cáo STED cho ngành du lịch tại một số tỉnh ở Việt Nam là cơ sở cho sự hợp tác giữa ILO và các bên có liên quan chủ chốt nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành để phát triển bền vững và tạo việc làm. Một số điển hình tốt ở cấp tỉnh có thể được nhân rộng ở tầm quốc gia để có tác động rộng rãi hơn trên phạm vi toàn quốc.

MỤC LỤC

LỜI TỰA	iii
LỜI CẢM ƠN.....	iv
CÁC TỪ VIẾT TẮT	v
LỜI GIỚI THIỆU.....	vi
1. ĐẶC ĐIỂM NGÀNH DU LỊCH.....	1
1.1 Tổng quan về ngành du lịch ở Việt Nam	1
1.2. Chuỗi giá trị ngành du lịch Việt Nam	2
1.3 Định vị ngành du lịch Việt Nam trong khu vực.....	4
2. NGÀNH DU LỊCH Ở QUẢNG NAM, THỪA THIÊN - HUẾ VÀ KHÁNH HÒA	7
3. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH	10
3.1 Bối cảnh kinh tế, chính trị và xã hội	10
3.2 Xu hướng phát triển du lịch	11
4. NGHỀ NGHIỆP VÀ KỸ NĂNG TẠI CÁC TỈNH MỤC TIÊU	14
5. TẦM NHÌN VỀ TƯƠNG LAI	24
6. THIẾU HỤT VỀ NĂNG LỰC KINH DOANH CẦN CÓ ĐỂ ĐÁP ỨNG MỤC TIÊU ĐỀ RA.....	30
6.1 Dịch vụ chăm sóc khách hàng	32
6.2 Kỹ năng giao tiếp và kỹ năng ngôn ngữ	32
6.3 Tiếp thị	32
6.4 Lưu trú.....	32
6.5 Tuân thủ an toàn thực phẩm.....	33
7. KHUYẾN NGHỊ VỀ NHỮNG KỸ NĂNG CẦN THIẾT	34
7.1 Kỹ năng phục vụ khách hàng	34
7.2 Kỹ năng giao tiếp và kỹ năng ngôn ngữ	34
7.3 Tuân thủ an toàn thực phẩm	34
7.4 Quy hoạch và hoạch định chính sách.....	35

8. KỸ NĂNG KHÔNG PHÙ HỢP.....	36
8.1 Tình trạng kỹ năng không phù hợp trong lĩnh vực du lịch tại tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam.....	36
8.2 Cơ sở đào tạo về du lịch tại hai tỉnh	37
8.3 Nhu cầu Phát triển Kỹ năng cho người lao động trong ngành du lịch	38
8.4 Nhu cầu phát triển kỹ năng cho các nhóm được phỏng vấn.....	41
8.5 Thông tin người sử dụng lao động tham gia phỏng vấn trong khảo sát doanh nghiệp ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam	43
9. CÁC BIỆN PHÁP ĐỀ XUẤT ĐÁP ỨNG NHU CẦU KỸ NĂNG TƯƠNG LAI Ở CÁC TỈNH MỤC TIÊU	45
10. KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CHÍNH SÁCH QUỐC GIA VÀ CÁC TỈNH KHÁC	49
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	51
PHỤ LỤC A	52
PHỤ LỤC B	54
PHỤ LỤC C.....	65
C.1 Can thiệp đối với người sử dụng lao động	65
C.2 Can thiệp đối với người lao động.....	66
C.3 Can thiệp đối với các cơ sở đào tạo	66
C.4 Can thiệp đối với các cơ quan chính quyền địa phương.....	67
C.5 Can thiệp đối với tất cả các bên có liên quan.....	68
C.6 Bài học kinh nghiệm từ việc thực hiện các khuyến nghị.....	68

1. ĐẶC ĐIỂM NGÀNH DU LỊCH

1.1 Tổng quan về ngành du lịch ở Việt Nam

Sức hấp dẫn của du lịch Việt Nam dựa trên tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên văn hóa bản địa. Với bờ biển trải dài hơn 3.200 km từ Bắc vào Nam, hàng chục hòn đảo và gần 3.000 đảo nhỏ, du lịch bãi biển và du lịch đảo đã trở thành một sản phẩm du lịch trọng điểm của Việt Nam. Những bãi biển và khu nghỉ dưỡng bên bờ biển ở Việt Nam được quốc tế công nhận trong ngành du lịch, thu hút hàng ngàn du khách mỗi năm.

Với lịch sử và truyền thống lâu dài và đặc biệt, văn hóa Việt Nam khác biệt giữa các vùng miền, với một số nhóm dân tộc đặc biệt hấp dẫn nhiều du khách, đặc biệt là du khách quốc tế. Du lịch văn hóa là một phần không thể thiếu đối với nhiều du khách đến Việt Nam để trải nghiệm cuộc sống, văn hóa và ẩm thực của các dân tộc Việt Nam.

Du lịch sinh thái đang ngày càng quan trọng đối với Việt Nam, đặc biệt thu hút những người yêu thích thiên nhiên và những du khách muốn trải nghiệm cuộc sống hoang dã. Ba mươi công viên quốc gia, tám khu dự trữ sinh quyển thế giới và nhiều khu bảo tồn thiên nhiên khác đã được xây dựng và tăng cường để tạo điều kiện cho loại hình du lịch này.

Dựa trên thế mạnh của mình và theo nhu cầu của thị trường du lịch, ngành du lịch Việt Nam đã xác định ba loại sản phẩm du lịch chính được ưu tiên phát triển. Đó là du lịch biển², du lịch văn hóa và du lịch sinh thái. Những ưu tiên này đã được khẳng định trong "Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" của Chính phủ Việt Nam. Ưu tiên tập trung vào bảy vùng du lịch cũng đã được đề ra trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam.

Sau khi Chính phủ bắt đầu chính sách "Đổi mới" vào năm 1986, ngành du lịch Việt Nam đã thu hút 250.000 lượt khách quốc tế trong năm 1990. Việt Nam đã đón hơn 7,57 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2013, tăng hơn 30 lần trong 23 năm qua. Trong 10 năm vừa qua, số lượng du khách quốc tế đã tăng 2,6 lần (từ 2,92 triệu vào năm 2004) (UNWTO, 2008, 2010, 2015³). Các thị trường quốc tế chính bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Úc, Nga và Pháp, du khách từ các thị trường này đến Việt Nam chủ yếu để thư giãn, kinh doanh, làm việc và thăm bạn bè và người thân (Bảng 2). Du lịch trong nước ở Việt Nam cũng đã phát triển mạnh mẽ với hơn 35 triệu du khách trong năm 2013 so với 1 triệu vào năm 1990 và 14,5 triệu vào năm 2004 (Bảng B.4).

² Du lịch biển bao gồm du lịch bãi biển và các hình thức du lịch dựa trên biển khác.

³ Số liệu năm 2014 trong Báo cáo UNWTO 2015 là số tạm tính.

Du lịch đã đóng góp đáng kể cho nền kinh tế của đất nước. Năm 2015, tổng doanh thu ngành du lịch đạt khoảng 330 nghìn tỷ đồng (tương đương 15 tỷ USD), chiếm 7,7% GDP. Ngành du lịch Việt Nam tạo ra khoảng 1,8 triệu việc làm, bao gồm cả việc làm cho 550.000 lao động trực tiếp⁴. Hơn 40% tổng số lao động đã qua đào tạo, ở trường hay tại nơi làm việc.⁵ Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo và lao động đang được đào tạo tại chỗ chuyên nghiệp ngày càng tăng, chuẩn bị cho sự hội nhập sâu hơn của ngành du lịch Việt Nam vào du lịch khu vực và thế giới.

Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của đất nước. Trong Báo cáo Năng lực cạnh tranh ngành Lữ hành và Du lịch năm 2013 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, Việt Nam đứng thứ 80 trong số 140 quốc gia. Vị trí này không thay đổi kể từ năm 2011. Những nỗ lực để phát triển ngành du lịch Việt Nam chưa phát huy toàn bộ năng lực của đất nước để thay đổi vị thế cạnh tranh so với các nước khác trong khu vực và trên thế giới. Các vấn đề nội bộ của ngành du lịch Việt Nam về cơ sở hạ tầng, môi trường, vệ sinh, an toàn thực phẩm, chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch, chất lượng lao động du lịch, thiếu sự gắn kết trong phát triển lữ hành giữa các điểm du lịch, và các vấn đề toàn cầu như suy thoái kinh tế và sự gia tăng các điểm du lịch cạnh tranh mới nổi đã ảnh hưởng đáng kể đến phát triển du lịch của Việt Nam.

Hơn nữa, mặc dù gần đây ngành du lịch của Việt Nam đã tạo ra khoảng 30 hay 40 nghìn việc làm trực tiếp bổ sung hằng năm, chất lượng nguồn nhân lực trong ngành du lịch chưa đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của du khách về tính chuyên nghiệp, chất lượng quản lý và tiêu chuẩn dịch vụ (Nguồn: MOCST, 2011).

1.2. Chuỗi giá trị ngành du lịch Việt Nam

Du lịch là lĩnh vực kinh tế-xã hội phức tạp, và ngành du lịch phục vụ du khách thông qua nhiều nhà cung cấp dịch vụ. Ở một đất nước đang phát triển như Việt Nam, nơi các dịch vụ chưa được chuẩn hóa và chủ yếu vẫn do các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ cung cấp, du lịch đòi hỏi phải có sự tham gia của nhiều tác nhân kinh tế dọc theo chuỗi giá trị. Chuỗi giá trị ngành du lịch có thể được chia thành một số lĩnh vực chính như sau: hoạt động du lịch và lưu trú; các nhà cung cấp dịch vụ và tham quan; vận chuyển; nhập cảnh; và các dịch vụ liên quan khác.

Hoạt động du lịch và lưu trú

Hoạt động du lịch và lưu trú đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị. Hiện nay, có hơn 1.500 công ty lữ hành quốc tế và đại lý du lịch và gần 10.000 công ty lữ hành nội địa tại Việt Nam⁶. Số lượng hướng dẫn viên được cấp phép là khoảng 17.200 người, trong đó 9.780 người là hướng dẫn viên cho du khách quốc tế và số còn lại là hướng dẫn viên cho du khách nội địa⁷. Ngoài ra, có một số lượng lớn các hướng dẫn viên không có giấy phép làm việc tự do hoặc thuyết minh viên tại điểm ở các địa điểm tham quan. Chất lượng dịch vụ do hướng dẫn viên được cấp phép và hướng dẫn viên không có giấy phép chênh lệch nhau rất lớn.

⁴ Trần Phú Cường, Rà soát 5 năm triển khai thực hiện Chiến lược Du lịch giai đoạn 2011-2015, Hội thảo của Tổng cục Du lịch, tháng Một năm 2016.

⁵ <http://vhna.edu.vn/vi-1/dao-tao-tuyen-sinh-3/dao-tao-va-phat-trien-nhan-luc-nganh-du-lich-trong-giai-doan-hien-nay-486.aspx> [Truy cập ngày 10/5/2016]

⁶ <http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/items/10261> [Truy cập ngày 10/5/2016]

⁷ <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/cat/95> [Truy cập ngày 10/5/2016]



Sơ đồ 1: Chuỗi giá trị ngành du lịch Việt Nam

Nguồn: Phát triển Du lịch Việt Nam – Sự kiện và Con số, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, 2014.⁸

Năm 2015, có khoảng 355.000 phòng khách sạn tại Việt Nam. Con số này gấp khoảng 40 lần so với năm 1990, phản ánh các khoản đầu tư lớn được dành cho cơ sở hạ tầng du lịch. Các khách sạn một và hai sao vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Tuy nhiên, trong giai đoạn kể từ năm 2010, nhiều cơ sở lưu trú dành cho du khách quy mô lớn đã được xây dựng với 200-1.000 phòng tiêu chuẩn chất lượng cao. Nhà nghỉ được tiêu chuẩn hóa và các loại hình lưu trú du lịch chưa được xếp hạng khác cung cấp khoảng 60% tổng số phòng. Nhiều trong số đó là các khách sạn nhỏ có dưới 10 phòng (Nguồn: MOCST, 2014).

Tỷ lệ lấp đầy trong tất cả các loại hình lưu trú đã tương đối ổn định, khoảng 50% trong vài năm qua⁹. Phân khúc cao cấp trong hệ thống lưu trú du lịch tại Việt Nam đã được phát triển ngang tầm với ở các nước phát triển, với sự tham gia của nhiều tập đoàn hàng đầu thế giới, chẳng hạn như Accord, Star Wood, Six Senses hay Victoria. Quản lý khách sạn tại các khách sạn lớn đã có những bước tiến trong công nghệ và quản lý để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách trong và ngoài nước.

Các nhà cung cấp dịch vụ du lịch và tham quan

Dịch vụ thực phẩm, được coi là một trong những nguồn lợi thế cạnh tranh của ngành du lịch tại Việt Nam, đã phát triển nhanh chóng. Tuy nhiên, do có sự tham gia của nhiều doanh nghiệp siêu nhỏ và "bán hàng rong" trong dịch vụ thực phẩm, chất lượng của các doanh nghiệp nhà hàng, thực phẩm và đồ uống rất khác nhau. Hiện nay, chưa có con số thống kê chính thức về số lượng các cơ sở ăn uống tại Việt Nam.

Các cơ sở mua sắm cho du khách hiện nay chủ yếu bao gồm các trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm và các cửa hàng nhỏ trên đường phố, và các cửa hàng lưu niệm trong công viên, tại các điểm tham quan hoặc các trung tâm du lịch. Một số trung tâm mua sắm được tổ chức và quản lý tốt, nhưng hầu hết các cửa hàng đều do các hộ gia đình địa phương làm chủ. Do đó, chất lượng và nguồn gốc của các sản phẩm ở đây rất khó kiểm soát.

Mặc dù có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch, các nhà hàng và cơ sở mua sắm cho du khách không thuộc sự giám sát của các cơ quan chính phủ phụ trách về du lịch, điều khiến các cơ quan chức năng khó can thiệp khi có vấn đề xảy ra.

⁸ Đây là Báo cáo không được xuất bản do Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch viết theo đơn đặt hàng của ILO.

⁹ <http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/items/10262> [Truy cập ngày 10/5/2016]

Trong chiến lược phát triển du lịch giai đoạn 2001-2010, Việt Nam đã xác định 21 khu du lịch trọng điểm quốc gia. “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đã quy hoạch 46 khu du lịch quốc gia, 41 điểm du lịch quốc gia và 12 thành phố du lịch. Cho đến nay, sự phát triển mới chỉ được tập trung vào một vài khu vực có công viên, điểm và thành phố thu hút khách du lịch như Hạ Long (tỉnh Quảng Ninh), Sapa (tỉnh Lào Cai), Trảng An (tỉnh Ninh Bình), Nha Trang (tỉnh Khánh Hòa) và Bà Nà (thành phố Đà Nẵng). Đầu tư nước ngoài cũng đã được dành cho phát triển một số điểm du lịch.

Vận chuyển

Hiện tại, có 21 sân bay ở Việt Nam, 10 trong số đó là các sân bay quốc tế, nơi phần lớn du khách nước ngoài nhập cảnh Việt Nam. Du khách nước ngoài cũng có thể nhập cảnh vào Việt Nam qua một số cửa khẩu biên giới đất liền và một số cảng biển có thể tiếp nhận du thuyền quốc tế.

Hệ thống đường bộ ở Việt Nam vẫn chưa đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch dù liên tục được cải thiện. Hệ thống đường sắt hầu như không tham gia được vào chuỗi giá trị du lịch và vẫn chưa phải là một lựa chọn tối ưu cho các đại lý du lịch hay các du khách nước ngoài tự túc.

Chất lượng của hầu hết các phương tiện vận tải bằng đường bộ, đường sắt và đường sông chưa được tốt. Tàu, thuyền và các dịch vụ trên thuyền không được chứng nhận, và dịch vụ tại các cảng thường yếu kém hoặc vô tổ chức. Điều này một phần là do lao động trong ngành có kỹ năng thấp.

Nhập cảnh

Miễn thị thực đã được áp dụng cho một số thị trường (hầu hết các nước thành viên trong khối ASEAN, và miễn thị thực 15 ngày cho du khách từ Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước Bắc Âu). Tuy nhiên, xin thị thực vẫn là một trong những điểm yếu của ngành du lịch Việt Nam. Quá trình xin thị thực thường kéo dài và không thân thiện. Hơn nữa, nhiều cán bộ nhập cảnh và hải quan Việt Nam không có khả năng giao tiếp hiệu quả và thân thiện với du khách quốc tế.

Các dịch vụ khác

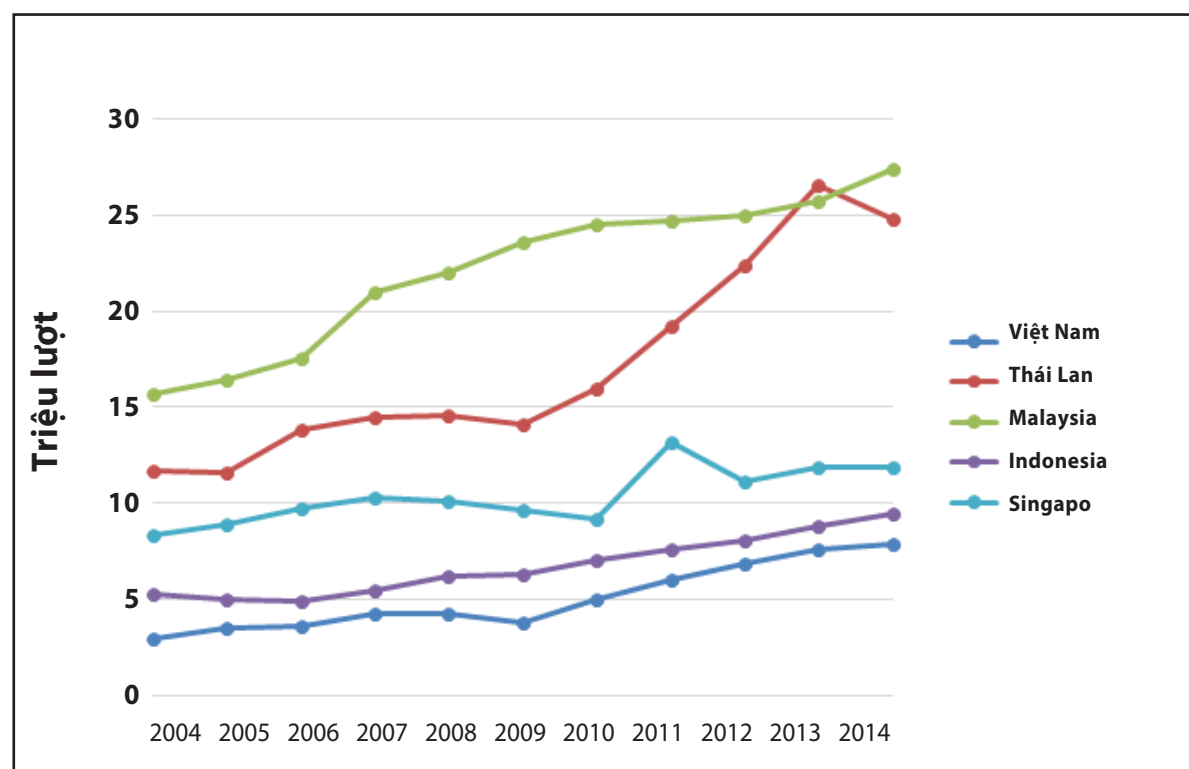
Ngoài các dịch vụ gắn với các cơ sở lưu trú, ăn uống, điểm tham quan, có rất nhiều dịch vụ khác có thể được bao gồm trong các chuyến du lịch trọn gói như: massage, spa, xông hơi, karaoke, cho thuê xe đạp/xe máy, giặt là, thể thao trên biển (bao gồm cả lặn biển) và các dịch vụ khác. Các dịch vụ này thường được cung cấp bởi các hộ kinh doanh cá thể, cộng đồng địa phương hoặc bởi các lĩnh vực hay các ngành khác.

1.3 Định vị ngành du lịch Việt Nam trong khu vực

Nằm trong khu vực Đông Nam Á, một khu vực tăng trưởng du lịch nhanh chóng trong những năm gần đây, du lịch tại Việt Nam đã tăng đáng kể. Việt Nam thu hút hơn 7,57 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2014 (tăng 10,6% so với năm 2012). Doanh thu từ du lịch quốc tế đạt trên 7,5 tỷ USD (tăng 9,9% so với năm 2012) (UNWTO, 2014).

Theo UNWTO, Việt Nam xếp thứ 5 trong số 11 nước Đông Nam Á về lượng du khách quốc tế. Thái Lan, Malaysia, Singapore và Indonesia là các quốc gia hàng đầu trong lĩnh vực du lịch với 26,6 triệu, 25,7 triệu, 15,6 triệu và 8,8 triệu lượt khách quốc tế (tương ứng) trong năm 2013. Sơ đồ dưới đây so sánh tăng trưởng khách du lịch đến Việt Nam với một số quốc gia hàng đầu trong khu vực. Kể từ cuộc khủng hoảng năm 2009, du lịch Việt Nam đã tiếp tục phát triển nhanh hơn và ổn định hơn so với một số điểm đến truyền thống của khu vực - Malaysia, Indonesia, và Singapore - tuy vẫn chậm hơn Thái Lan. Tuy nhiên, một số điểm đến mới nổi đã tăng trưởng tương đối nhanh trong giai đoạn 2009-2013, bao gồm Myanmar (52%), Đông Timor (32%), Campuchia (18%). Các nước này đang dần đạt được lợi thế cạnh tranh so với Việt Nam là điểm đến mới hấp dẫn trong khu vực.

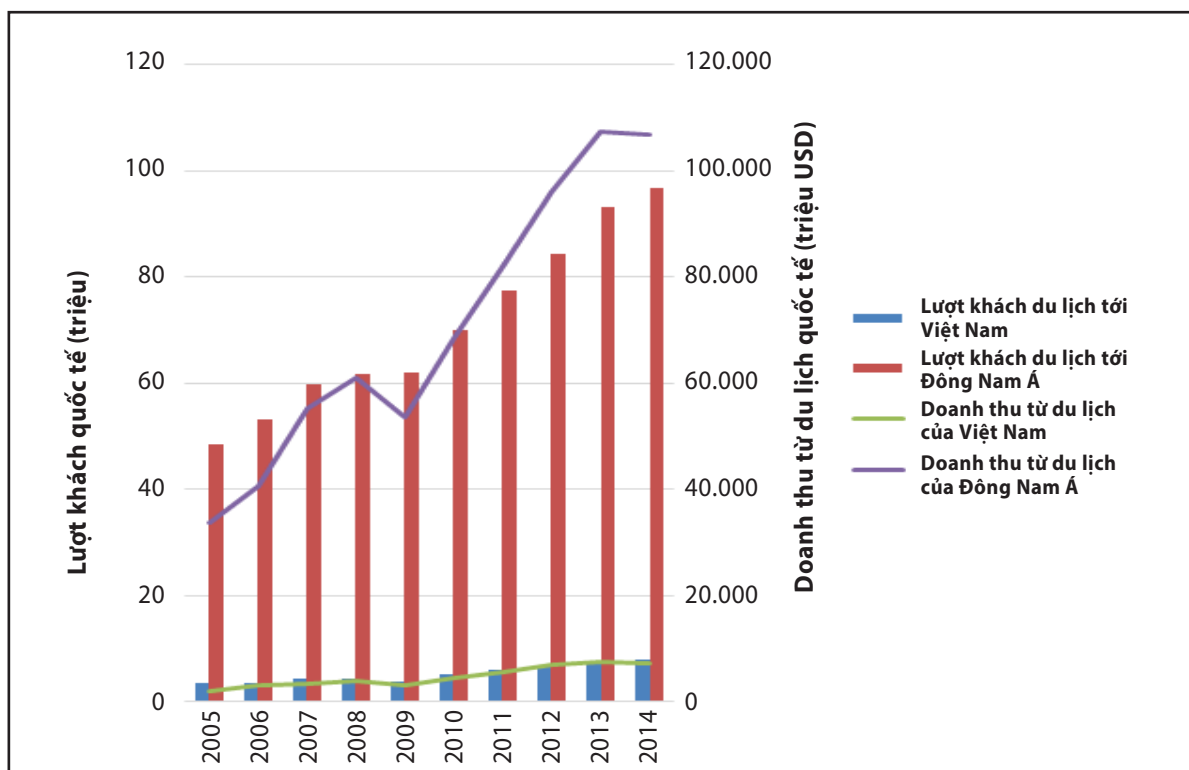
Biểu đồ 1: Tổng số lượt khách quốc tế đến Việt Nam so với một số nước Đông Nam Á khác



Nguồn: UNWTO, 2008, 2010 và 2015

Xét về doanh thu từ du lịch quốc tế, Việt Nam chào đón 7,57 triệu lượt khách vào năm 2013, với doanh thu 7,5 tỷ USD, chiếm 7,0% doanh thu từ du lịch ở Đông Nam Á (107,4 tỷ USD) và chiếm 0,65% doanh thu từ du lịch quốc tế trên toàn thế giới. So với khu vực và thế giới, Việt Nam vẫn là một điểm đến mới nổi với mức tăng trưởng thu nhập từ du lịch trung bình trong hơn 9 năm (2005-2013) là 18,9%. Tuy nhiên, chi tiêu du lịch tại Việt Nam không cao như các nước khác trong khu vực.

Biểu đồ 2: Tổng số lượt khách quốc tế đến Việt nam (triệu, trục bên trái) và doanh thu từ du lịch (triệu USD, trục bên phải) so với tổng thể khu vực Đông Nam Á



Nguồn: UNWTO, 2008, 2010 và 2015

Xét về năng lực cạnh tranh, Việt Nam xếp thứ 16 trên 25 nước trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, và xếp thứ 80 trên 140 nước trên thế giới, theo đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới trong Báo cáo Năng lực cạnh tranh ngành Lữ hành và Du lịch năm 2013. Đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới cho thấy du lịch Việt Nam có lợi thế về an toàn và an ninh, giá cả, lực lượng lao động, tài nguyên thiên nhiên và văn hóa đa dạng. Tuy nhiên, du lịch Việt Nam còn kém cạnh tranh về các yếu tố môi trường (không bền vững), các cơ sở du lịch, vận chuyển, chỉ số hấp dẫn của ngành du lịch và các chính sách phát triển du lịch của chính phủ. Singapore đứng đầu bảng xếp hạng năng lực cạnh tranh trong khu vực, và xếp hạng 10 trên 140 nước trên thế giới. Malaysia và Thái Lan đứng phía sau, xếp hạng 8/25 và 9/25 tương ứng (34/140 và 43/140).

Du lịch Việt Nam đã nâng cao vị thế của mình trên bản đồ du lịch thế giới bằng tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ. Tuy nhiên, do những yếu kém về năng lực cạnh tranh, Việt Nam đã không tận dụng được tiềm năng của mình để thu hút khách du lịch và gia tăng doanh thu từ du lịch quốc tế so với các nước khác trong khu vực.

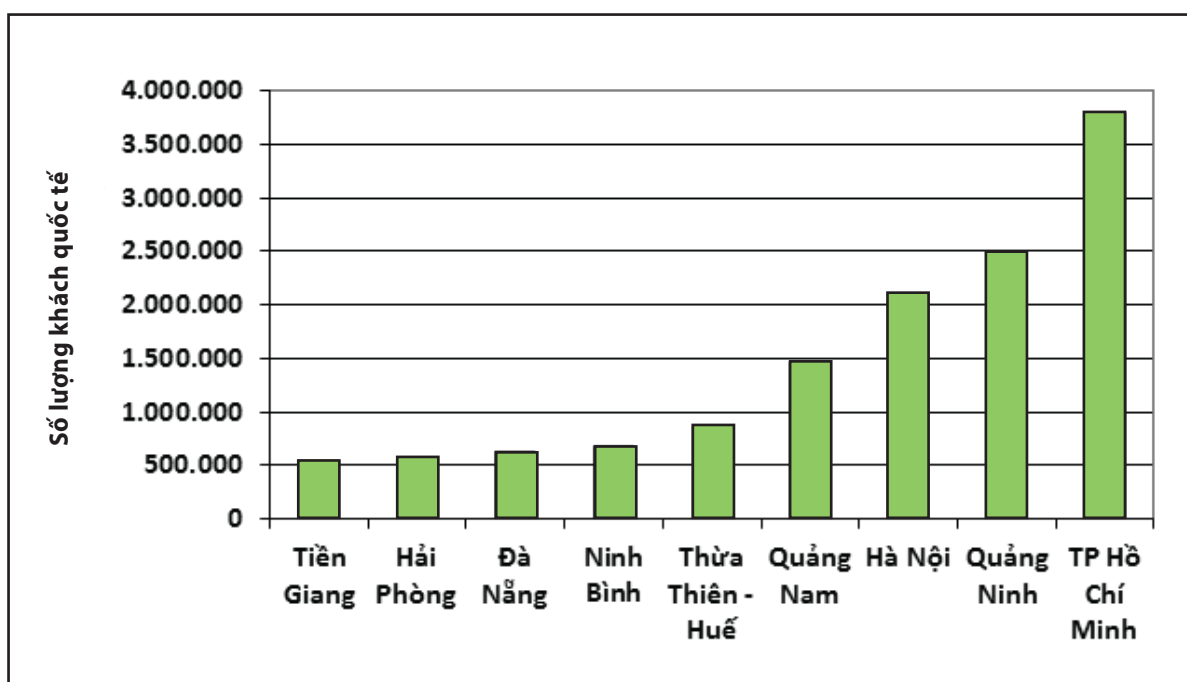
2. NGÀNH DU LỊCH Ở QUẢNG NAM, THỪA THIÊN - HUẾ VÀ KHÁNH HÒA

Với nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa nổi bật, Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa được xem là những điểm đến du lịch trọng điểm tại Việt Nam, và du lịch được coi là ngành công nghiệp mũi nhọn trong nền kinh tế của các tỉnh này. Thừa Thiên - Huế nổi tiếng hấp dẫn du khách về thủ đô văn hóa cổ xưa, độc đáo, ẩm thực đa dạng và cuộc sống yên bình. Quảng Nam cũng phát triển mạnh về du lịch văn hóa, với đặc trưng Phố cổ Hội An và Thánh địa Mỹ Sơn thu hút hàng triệu du khách mỗi năm. Đồng thời, Quảng Nam tích cực phát triển du lịch bãi biển và du lịch đảo cũng như du lịch sinh thái kết hợp với du lịch lịch sử văn hóa. Khánh Hòa - một thiên đường nghỉ dưỡng bãi biển với vịnh Nha Trang, một trong những vịnh đẹp nhất trên thế giới - nổi tiếng với các khu nghỉ dưỡng bên bờ biển và các khu vui chơi giải trí sang trọng thu hút du khách giàu có với những kỳ nghỉ dài.

Với vận chuyển bằng đường không và đường biển, Thừa Thiên - Huế, Khánh Hòa và Quảng Nam thu hút hàng triệu du khách mỗi năm, cả từ nước ngoài và từ thị trường trong nước. Năm 2012, Quảng Nam đón 1.384.342 lượt khách quốc tế, xếp thứ 4 tại Việt Nam. Thừa Thiên - Huế xếp thứ 5 với 730.490 lượt. Khánh Hòa xếp thứ 10 với 530.660 lượt, nhưng con số thống kê của tỉnh này chỉ tính những du khách ở lại qua đêm chứ không tính những khách quá cảnh, do đó thứ hạng trên đánh giá thấp tầm quan trọng của tỉnh này. Trên thực tế, Khánh Hòa là một tỉnh có du lịch đang bùng nổ. Năm 2013, số lượng du khách quốc tế tăng ở cả ba tỉnh. Điều này đã củng cố vị thế của các tỉnh này như là trung tâm văn hóa, xã hội và kinh tế, trung tâm trung chuyển khách du lịch, với giao thông thuận tiện và các điểm tham quan du lịch nổi tiếng.

Những điểm đến này cũng thu hút nhiều khách du lịch trong nước từ các thị trường trọng điểm như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2013, Thừa Thiên - Huế đón 1,02 triệu khách du lịch trong nước, Quảng Nam đón 1,8 triệu lượt khách nội địa và Khánh Hòa đứng đầu các tỉnh này với 2,3 triệu lượt khách nội địa. Ba tỉnh này có nguồn tài nguyên thuận lợi cho phát triển du lịch, và đều đang tận dụng những lợi thế đó để quảng bá sản phẩm du lịch và thu hút khách du lịch.

Biểu đồ 3: 10 tỉnh đứng đầu Việt Nam về lượng du khách quốc tế trong năm 2012



Nguồn: Trung tâm Thông tin Du lịch, Tổng cục Du lịch, 2013.

Nhờ lượng du khách quốc tế tương đối cao, doanh thu từ du lịch của ba tỉnh này đều cao hơn so với các tỉnh khác trong cả nước. Năm 2012, Thừa Thiên - Huế thu được hơn 2.209 tỷ đồng, chiếm 1,4% tổng doanh thu từ du lịch của cả nước, Quảng Nam thu được 5.499 tỷ đồng, chiếm hơn 3,3%, và Khánh Hòa thu được hơn 2.568 tỷ đồng, hay 1,6% tổng doanh thu từ du lịch của cả nước.

Xét về số lượng du khách, tốc độ tăng trưởng trung bình của ba tỉnh trong khoảng thời gian 10 năm gần đây khá mạnh mẽ: Thừa Thiên - Huế 9,9% mỗi năm; Quảng Nam 14,4% mỗi năm; và Khánh Hòa 18,0% mỗi năm. Sự tăng trưởng mạnh mẽ theo từng tỉnh phù hợp với đề xuất về các thành phố du lịch lớn trong “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.

Các thị trường du lịch quốc tế chính của các tỉnh này cũng nằm trong số những thị trường quan trọng hàng đầu cho du lịch Việt Nam nói chung. Thừa Thiên - Huế chiếm 60% thị phần du khách Pháp đến Việt Nam, 56% thị phần du khách Thái Lan, và gần 30% thị phần du khách Úc đến Việt Nam. Quảng Nam đón gần 1/4 du khách Úc đến Việt Nam, và 30% du khách Pháp, Đức và Anh tại Việt Nam. Khánh Hòa phục vụ khoảng 1/2 thị trường du khách đến từ Nga và 20% du khách Đức đến Việt Nam.

Giai đoạn 2004-2013, tốc độ tăng trưởng trung bình số lượt khách quốc tế đến Thừa Thiên - Huế là 12,4% mỗi năm. Năm 2013, tỉnh này chiếm 18,67% tổng số lượt khách quốc tế đến Việt Nam, đạt 748.089 du khách quốc tế, và chiếm gần 2/3 tổng số lượt khách quốc tế đến khu vực Bắc Trung Bộ.

Giai đoạn 2004-2013, tốc độ tăng trưởng trung bình số lượt khách quốc tế đến Quảng Nam đạt 14,2% mỗi năm, và tỉnh này luôn là điểm đến du lịch quốc tế hàng đầu trong khu vực duyên hải Nam Trung Bộ. Năm 2013, Quảng Nam đón 1.643.938 số lượt khách quốc tế (bao gồm cả khách lưu trú và du khách), tăng 300% so với năm 2004, chiếm 21,6% tổng số khách quốc tế tới Việt Nam.

Hơn 10 năm gần đây, tốc độ tăng trưởng trung bình số lượt khách quốc tế đến Khánh Hòa là 14,5% mỗi năm. Khánh Hòa với các khu vui chơi giải trí, khu nghỉ dưỡng sang trọng, những bãi biển xinh đẹp, đã thu hút nhiều du khách quốc tế, đặc biệt là các du khách đến từ Nga. Trong hơn ba hoặc bốn năm gần đây, tỉnh này đã phục vụ gần một nửa số du khách Nga đến Việt Nam.

Phụ lục B cung cấp thông tin thống kê chi tiết về du lịch tại ba tỉnh này.

3. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

3.1 Bối cảnh kinh tế, chính trị và xã hội

Việt Nam mở cửa với thế giới khi nước này bắt đầu áp dụng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa sau chính sách "Đổi mới" vào năm 1986. Kể từ năm 2007, với việc gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Việt Nam đã có những nỗ lực rất lớn để cải thiện năng lực cạnh tranh, phát triển thị trường và tham gia vào nền kinh tế toàn cầu. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) đạt xấp xỉ 195 tỷ USD vào năm 2015 với mức tăng trưởng bình quân hằng năm là 5,7% trong giai đoạn 2011-2014¹⁰. Trong khi một phần là nhờ lĩnh vực sản xuất tập trung cho xuất khẩu mạnh mẽ và dựa vào tài nguyên thiên nhiên, sản lượng dịch vụ cũng góp phần lớn, tăng 6,6% mỗi năm. Trong lĩnh vực dịch vụ, tăng trưởng của dịch vụ lưu trú và thực phẩm là 9,9% (Tổng cục Thống kê, 2014). Tỷ lệ lạm phát đã giảm từ 9,1% vào năm 2012 xuống 6,8% vào năm 2013. Tổng đầu tư của cả nước ước đạt 1.091 nghìn tỷ đồng, tăng 8% so với năm 2012 và bằng 30,4% GDP, trong đó FDI là 204 nghìn tỷ đồng (chiếm 22%).

Năm 2013, dân số Việt Nam đạt 90 triệu người, đứng thứ 14 trên thế giới và thứ 3 trong khu vực về quy mô dân số. Việt Nam đang trong thời kỳ "dân số vàng", với hơn 62 triệu người trong độ tuổi lao động, tạo nên nguồn nhân lực rất lớn dành cho sự phát triển của các ngành dịch vụ, đặc biệt là du lịch. Lực lượng lao động tại thời điểm cuối năm 2013 là 53,65 triệu người, trong đó 32% đang làm việc trong lĩnh vực dịch vụ. Tuy nhiên, chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế, với 81,8% lực lượng lao động không có đào tạo kỹ thuật hoặc trình độ chuyên môn. Dưới 10% lực lượng lao động được đào tạo nghề (5,4% có chứng chỉ nghề ngắn hạn và 3,7% có văn bằng trung cấp nghề dài hạn). Đáng ngạc nhiên, 7,1% lực lượng lao động được đào tạo ở bậc đại học (chương trình bốn năm nặng về lý thuyết) hoặc cao hơn trong khi chỉ có 2% lực lượng lao động có bằng cao đẳng (chương trình ba năm thiên về thực hành). Những chỉ số về giáo dục này thấp hơn nhiều so với các nước khác trong khu vực. Việt Nam là một trong những nước có tỷ lệ thất nghiệp thấp nhất thế giới – 1,9% vào năm 2013, mặc dù phần lớn công ăn việc làm là ở các doanh nghiệp phi chính thức và các hộ gia đình.

Ngoài vấn đề kinh tế, các vấn đề xã hội khác cũng được Chính phủ quan tâm, như giải quyết nghèo đói và bất bình đẳng nhằm nâng cao mức sống. Theo báo cáo Chỉ số phát triển con người của UNDP (2013), chỉ số HDI của Việt Nam đã tăng 41% trong hai thập kỷ qua, xếp thứ 127 trong số 187 quốc gia trên thế giới, đặt nước này trong số nhóm tầm trung về phát triển con người. Việt Nam đã có những nỗ lực đáng kể để cân bằng quản lý nhà nước với các hoạt động đầu tư và kinh doanh, giáo dục bổ trợ, phát triển cơ sở hạ tầng và y tế.

Ổn định chính trị, phát triển kinh tế và những thành tựu xã hội khiến Việt Nam là một điểm đến an toàn và thân thiện với khách du lịch, và cũng là địa điểm hấp dẫn đối với đầu tư quốc tế lẫn trong nước.

¹⁰ <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> [Truy cập ngày 10/5/2016]

3.2 Xu hướng phát triển du lịch

Thông tin về phát triển du lịch ở Việt Nam đã thay đổi đáng kể trong 10 năm qua. Trước năm 2004, các thị trường du lịch quốc tế chính được Việt Nam chú ý phục vụ là châu Âu (Pháp, Anh và Đức), Bắc Mỹ (Mỹ), Bắc Á (Trung Quốc, Nhật Bản), và Đông Nam Á (Campuchia). Từ năm 2004, Hàn Quốc đã trở thành một thị trường quan trọng. Năm 2007, Hàn Quốc đã trở thành thị trường lớn thứ hai và đã ở vị trí này cho đến nay.

Kể từ năm 2005, Thái Lan đã trở thành một trong mười thị trường chính. Từ năm 2006, các thị trường Malaysia và Singapore cũng trở nên quan trọng. Hai thị trường mới này vẫn nằm trong mười thị trường hàng đầu trong thập kỷ qua. Cho đến năm 2004, thị trường chính vẫn chỉ là các nước châu Âu, nhưng kể từ năm 2008, chỉ có Pháp, Anh và Đức được nằm trong mười thị trường hàng đầu. Các thị trường trong khu vực Đông Nam Á đã mở rộng đáng kể tầm quan trọng đối với Việt Nam. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, thị trường châu Âu đã gia tăng tỷ trọng một lần nữa.

Kể từ năm 2009, các thị trường chính không thay đổi nhiều, nhưng tổng số lượng du khách từ mỗi thị trường lớn không ngừng tăng lên. Sự thay đổi chính trong tập trung thị trường là số lượng du khách Nga đến Việt Nam đã tăng nhanh, từ 55.200 lượt khách trong năm 2006 lên 298.126 lượt khách vào năm 2013, tăng gấp năm lần. Các thị trường truyền thống Bắc Mỹ vẫn quan trọng, và số lượng du khách từ khu vực này tiếp tục tăng.

Bảng 1: Tổng số lượt khách quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2004-2014

Năm	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Lượng khách đến (triệu lượt)	2,928	3,478	3,583	4,229	4,236	3,772	5,049	6,014	6,848	7,572	7,874
Tăng trưởng hàng năm (%)	20,55	18,77	3,05	18,03	0,15	-10,94	33,86	19,09	13,86	10,58	3,99

Nguồn: UNWTO, 2008, 2010 và 2015.

Một số đặc điểm và nhu cầu của các thị trường trọng điểm đối với Việt Nam

- Các thị trường truyền thống Đông Bắc Á bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan. Mặc dù các thị trường này nằm trong cùng một khu vực, các đặc điểm tâm lý và lý do du lịch đến Việt Nam có xu hướng khác nhau. Do vậy, trọng tâm tiếp thị và phát triển sản phẩm cũng khác nhau đối với mỗi thị trường này.

- Trung Quốc đã trở thành thị trường lớn nhất từ năm 2009, và chiếm trung bình trên 21% tổng số du khách quốc tế trong giai đoạn 2009-2013. Trung Quốc quan trọng hơn nhiều so với bất kỳ thị trường nào khác. Năm 2013, số du khách Trung Quốc đạt 1.907.794, tăng 2,4 lần so với năm 2004.

Năm 2013, Việt Nam đứng thứ 8 trong số 10 điểm đến hàng đầu đối với du khách Trung Quốc sau Hồng Kông, Macao, Hàn Quốc, Thái Lan, Đài Loan, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Tuy nhiên, số lượng du khách Trung Quốc đến Việt Nam vẫn còn nhỏ so với tổng số lượng du khách Trung Quốc đi du lịch nước ngoài mỗi năm. Chẳng hạn như năm 2013, du khách Trung Quốc đến Việt Nam chỉ chiếm 1,8% trong tổng số 98,19 triệu khách Trung Quốc đi du lịch nước ngoài¹¹.

Chi tiêu trung bình mỗi ngày của du khách Trung Quốc tại Việt Nam chưa cao, tăng từ 73,3 USD vào năm 2005 lên 90,1 USD vào năm 2009 (con số này đối với du khách Đài Loan tại Việt Nam là 78,3 USD vào năm 2005 và 113 USD vào năm 2009, trong khi con số tương ứng đối với Nhật Bản là 86,2 USD và 133,1 USD vào năm 2005 và năm 2009) (Tổng cục Thống kê, 2010 và 2006).

Du khách Trung Quốc đi du lịch chủ yếu là để giải trí và tham quan. Điểm đến ưa thích của họ tại Việt Nam bao gồm vịnh Hạ Long, Trà Cổ ở miền Bắc. Trong những năm gần đây, xuất hiện xu hướng họ ưa thích khu vực miền Trung của Việt Nam, tới các điểm đến như Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa và Bình Thuận.

- Số lượng du khách Hàn Quốc đến Việt Nam đã tăng mạnh. Năm 2010, Việt Nam là điểm đến quan trọng thứ ba trong 10 nước ASEAN sau Thái Lan (815.970 lượt khách) và Philippines (740.622 lượt khách). Tuy nhiên, thị phần Việt Nam về du khách Hàn Quốc chưa cao. Năm 2009, số du khách Hàn Quốc đến Việt Nam chỉ chiếm 3,8% tổng số du khách Hàn Quốc đi du lịch nước ngoài. Năm 2012, tỉ lệ này tăng lên 4,6%.

Gần đây, Việt Nam đã trở thành một trong những điểm đến ưa thích của du khách Nhật Bản. Theo thống kê của Cục Du lịch quốc gia Nhật Bản, Việt Nam xếp thứ 15 trong số 20 điểm đến phổ biến nhất đối với người Nhật. Trong giai đoạn 2010-2013, du khách từ Nhật Bản chiếm hơn 8,3% tổng số du khách đến Việt Nam, chỉ sau Trung Quốc và Hàn Quốc. Số lượt khách Nhật Bản đến Việt Nam năm 2010 đạt 442.000, tăng 24% so với năm 2009. Năm 2011, có khoảng 481.000 du khách Nhật Bản đến Việt Nam, mức tăng hằng năm là 8,9%. Mặc dù có sự gia tăng ổn định trong những năm qua, số lượng du khách Nhật Bản đến Việt Nam vẫn khá thấp nếu so sánh với con số trên một triệu du khách Nhật Bản đến Thái Lan.

- Các thị trường Đài Loan và Pháp không thay đổi nhiều trong bảng xếp hạng, đứng thứ 5 và thứ 6 trong số 10 thị trường du lịch lớn nhất của Việt Nam. Tuy nhiên, số lượng du khách Nga đến Việt Nam đã tăng lên nhanh chóng. Năm 2005, số lượng du khách Nga đến Việt Nam chỉ là 23.800; con số này tăng lên 100.000 lượt khách vào năm 2011 và 298.126 lượt khách vào năm 2013. Tốc độ tăng trưởng cao số lượt khách đã khiến Nga trở thành một thị trường mới nổi với mức chi tiêu cao đối với mỗi du khách, do đó đã thu hút sự chú ý của nhiều công ty lữ hành và các khu nghỉ dưỡng cao cấp tại Việt Nam.

Trong giai đoạn 2004-2013, tốc độ tăng trưởng trung bình tổng thể số du khách quốc tế đến Việt Nam là 19,35% mỗi năm, trong khi tốc độ tăng trưởng số du khách Nga là trên 53,8% mỗi năm (Bảng 2).

¹¹ <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2013statistics/outbound.htm> [Truy cập ngày 10/5/2016]

Bảng 2. Các thị trường du lịch quốc tế lớn của Việt Nam, giai đoạn 2009-2013*Đơn vị: số lượt khách*

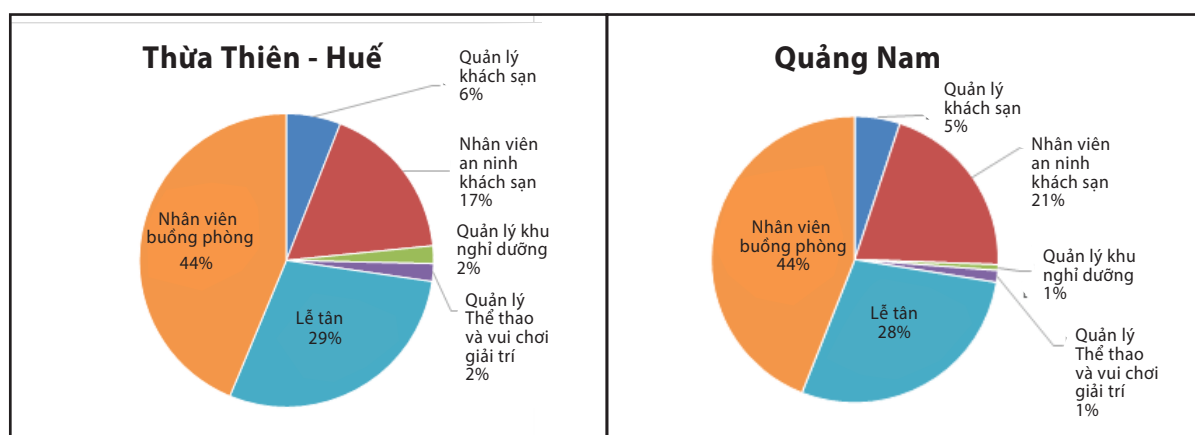
Số thứ tự	Thị trường	Năm				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Trung Quốc	527 610	905 360	1 416 804	1 428 693	1 907 794
2	Hàn Quốc	362 115	495 902	536 408	700 917	748 727
3	Nhật Bản	359 231	442 089	481 519	576 386	604 050
4	Mỹ	403 930	430 993	439 872	443 826	432 228
5	Đài Loan	271 643	334 007	361 051	409 385	398 990
6	Nga	55 200	82 800	101 600	174 287	298 126
7	Pháp	174 525	199 351	211 444	219 721	209 946
8	Đức	101 800	123 200	113 900	106 608	97 673

Nguồn: UNWTO, 2010 và 2015.

4. NGHỀ NGHIỆP VÀ KỸ NĂNG NGHỀ TẠI CÁC TỈNH MỤC TIÊU

Ở lĩnh vực lưu trú, công việc chính là buồng phòng, lễ tân, an ninh và quản lý. Khảo sát doanh nghiệp được thực hiện cho nghiên cứu này cho thấy buồng phòng chiếm 44% tổng số lao động trong lĩnh vực lưu trú ở cả Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam.

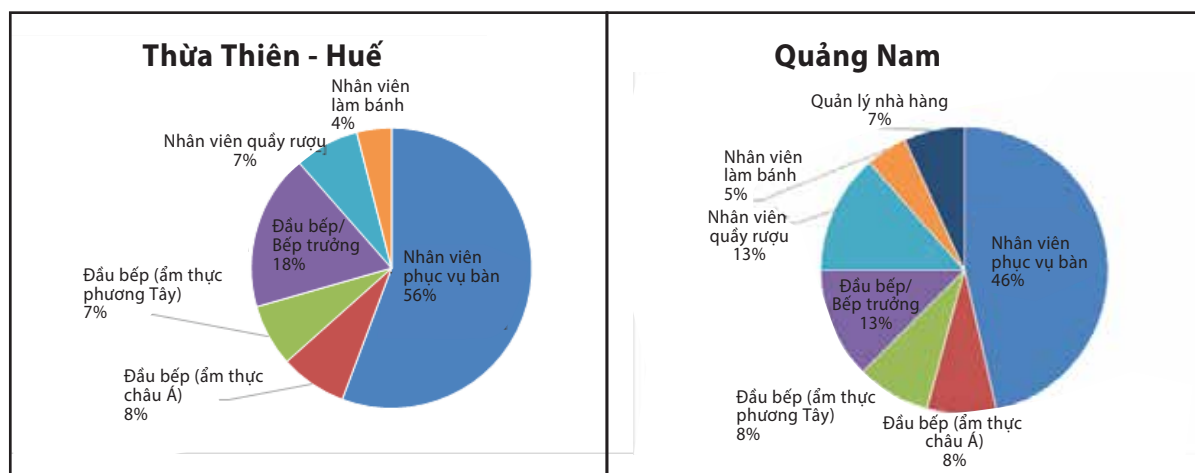
Biểu đồ 4a: Việc làm trong kinh doanh lưu trú tại Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Công việc tuyển dụng lớn nhất trong các nhà hàng là phục vụ bàn, chiếm 56% số nhân viên trong nhà hàng được khảo sát ở Thừa Thiên - Huế và 46% ở Quảng Nam. Đứng thứ hai là các công việc đầu bếp khác nhau, chiếm tổng cộng 33% ở Thừa Thiên - Huế và 29% ở Quảng Nam.

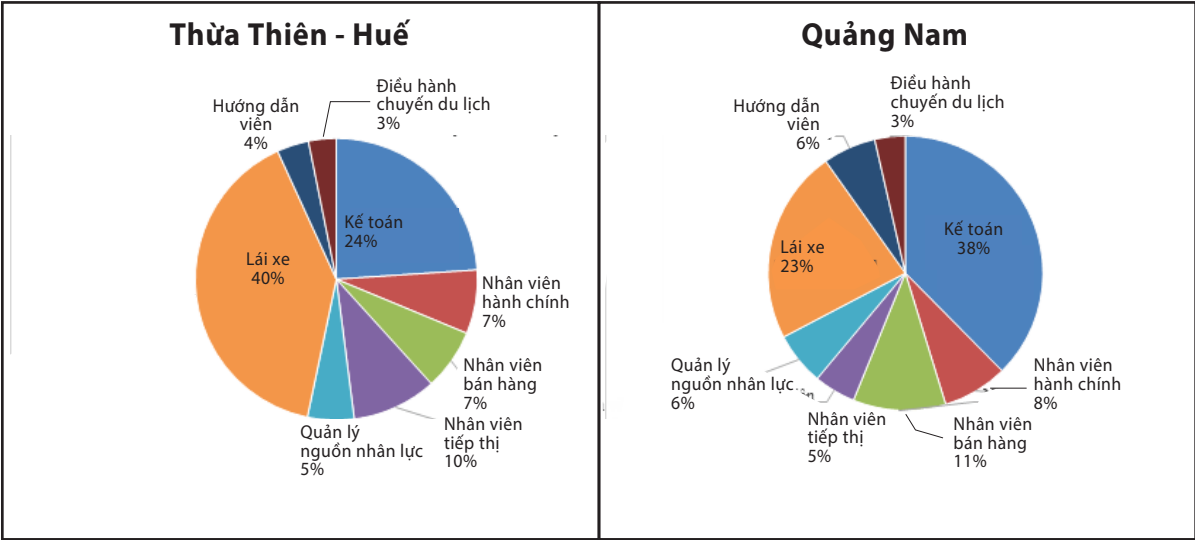
Biểu đồ 4b: Việc làm trong các nhà hàng ở tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Công việc trong các dịch vụ lữ hành và vận chuyển được phân tích chung với nhau vì như được ghi nhận trong cuộc khảo sát, hầu hết các công ty lữ hành cung cấp dịch vụ vận chuyển cho khách du lịch. Trong các công ty du lịch cung cấp cả hai dịch vụ (lữ hành và vận chuyển), lái xe chiếm tỷ lệ lao động lớn nhất. Ở Thừa Thiên - Huế, tỷ lệ lái xe là 40% và ở Quảng Nam là 23%. Số lượng hướng dẫn viên du lịch ở Quảng Nam chiếm 6% trong khi hướng dẫn du lịch ở Huế chỉ chiếm 4%.

Biểu đồ 4c: Việc làm trong dịch vụ lữ hành và vận chuyển ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam

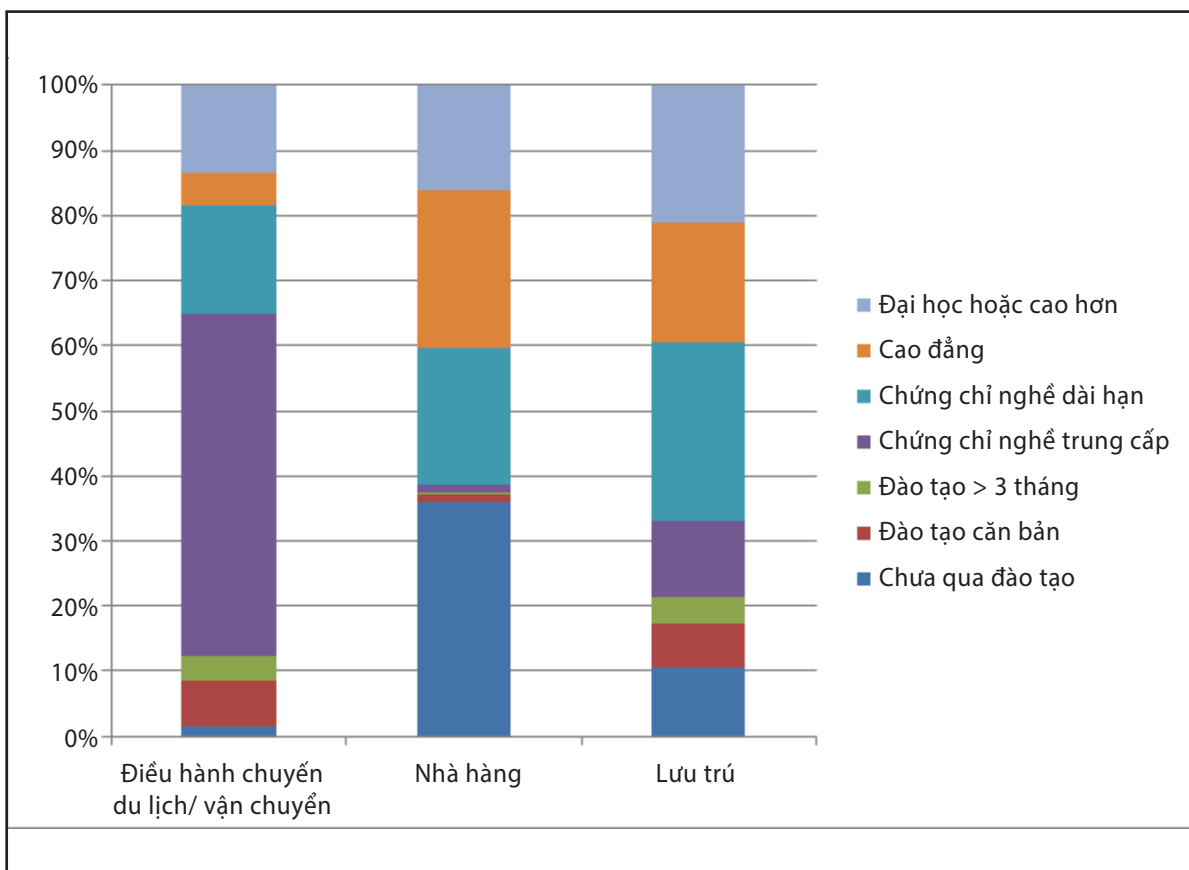


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Về vấn đề giới trong ngành du lịch, cuộc khảo sát cho thấy phụ nữ chiếm hơn 50% tổng lao động trong ngành du lịch ở cả hai tỉnh.

Xét về trình độ, cuộc khảo sát cho thấy các nhà hàng tuyển dụng người lao động không được đào tạo chính thức nhiều hơn so với các lĩnh vực khác, trong khi hoạt động lữ hành và vận chuyển tuyển dụng phần lớn người lao động có chứng chỉ dạy nghề ngắn hạn. Trong các cuộc phỏng vấn chuyên sâu, nhiều chủ nhà hàng chỉ ra rằng họ thích đào tạo người lao động không có bất kỳ giấy chứng nhận đào tạo chính quy nào, vì sinh viên tốt nghiệp từ các trường dạy nghề chưa đáp ứng yêu cầu của họ do không có kỹ năng thực hành. Điều này có thể giải thích lý do vì sao các nhà hàng đều tuyển dụng phần lớn người lao động chưa qua đào tạo

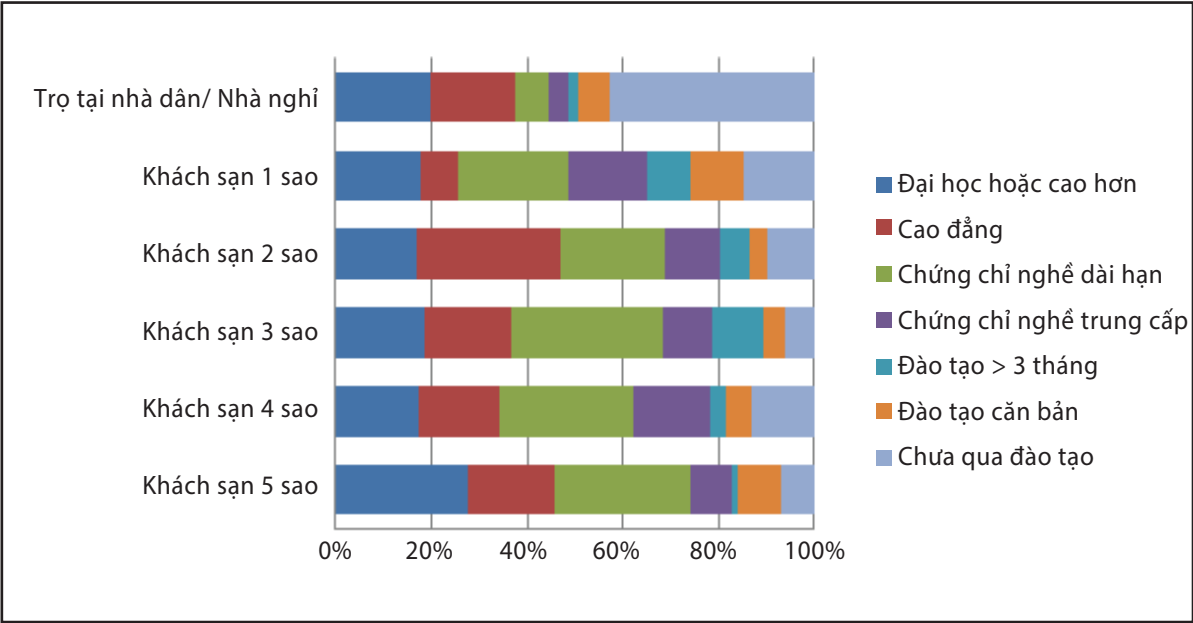
Biểu đồ 5a: Trình độ lực lượng lao động trong ba tiểu ngành du lịch tại các tỉnh mục tiêu



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Lao động thuộc mọi trình độ được tuyển dụng trong lĩnh vực lưu trú. Lĩnh vực lưu trú bao gồm các doanh nghiệp thuộc nhiều cấp độ từ nhà nghỉ/trợ tại nhà dân đến khách sạn năm sao và các khu nghỉ dưỡng. Biểu đồ 5b miêu tả chi tiết hơn trình độ của người lao động trong lĩnh vực này. Các khách sạn năm sao tuyển dụng tỷ trọng lớn nhất sinh viên tốt nghiệp đại học và tỷ trọng thấp nhất nhân viên không có trình độ. Nhà nghỉ tuyển dụng tỷ trọng lớn nhất người lao động không có trình độ.

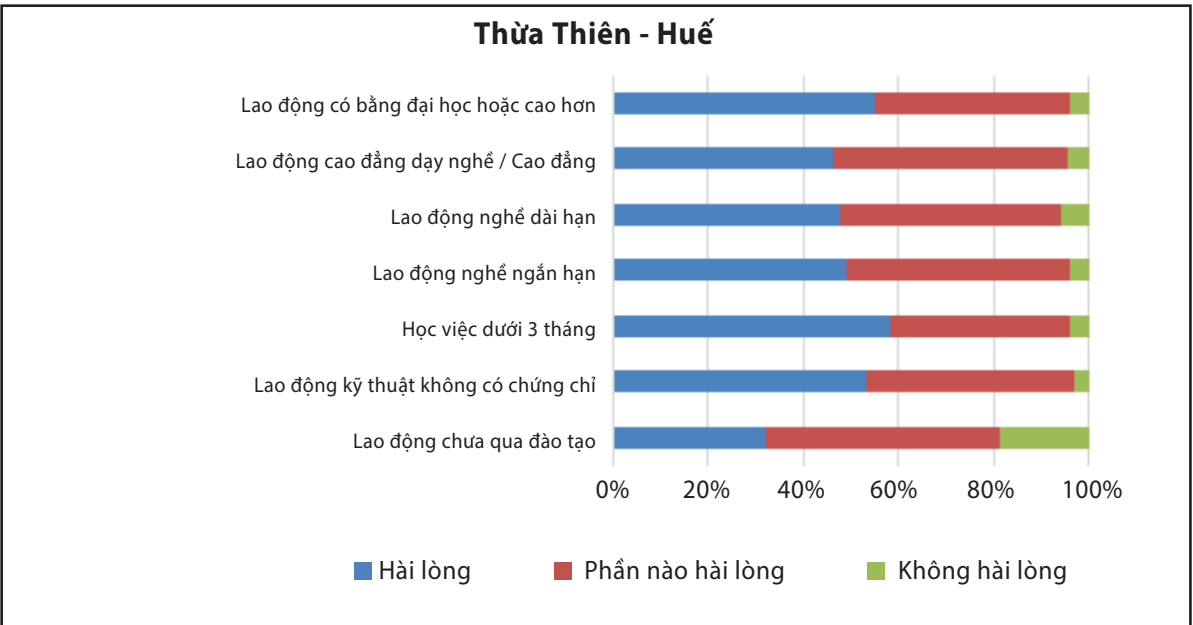
Biểu đồ 5b: Trình độ của người lao động trong các doanh nghiệp lưu trú

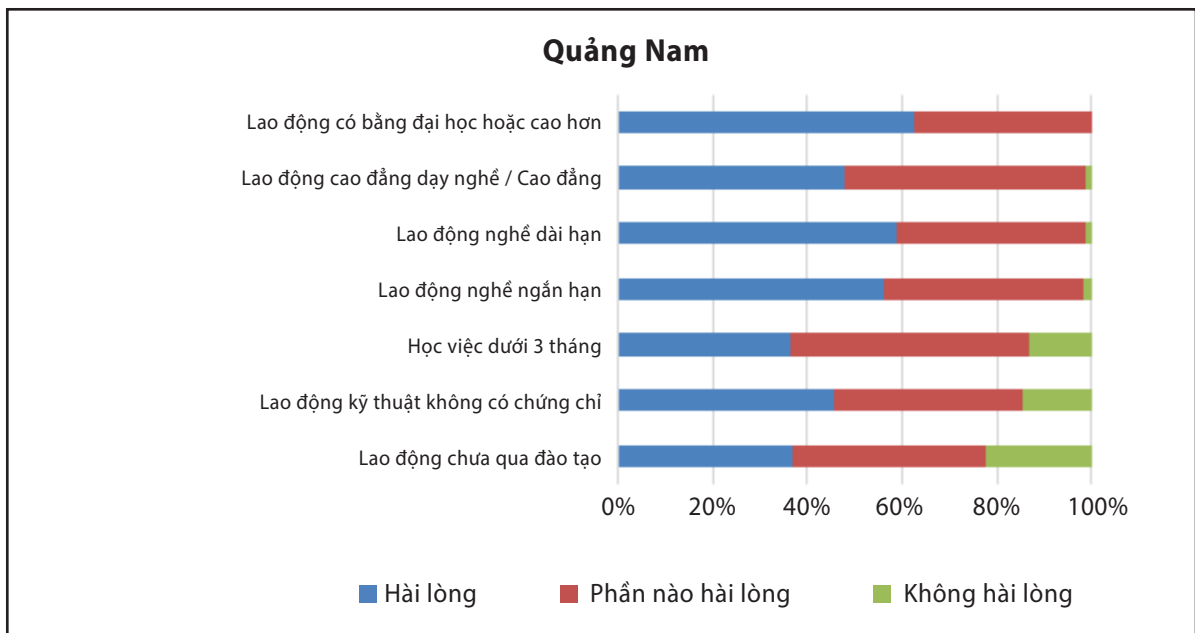


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát cho thấy không phải tất cả người sử dụng lao động đều hài lòng với năng lực của nhân viên có trình độ. Như trong Biểu đồ 6, ở tất cả các trình độ, một phần đáng kể người sử dụng chỉ hài lòng phần nào với nhân viên của họ. Những người chưa qua đào tạo chính thức có tỉ lệ không hài lòng lớn nhất.

Biểu đồ 6: Mức độ hài lòng của người sử dụng lao động đối với người lao động theo cấp bậc trình độ

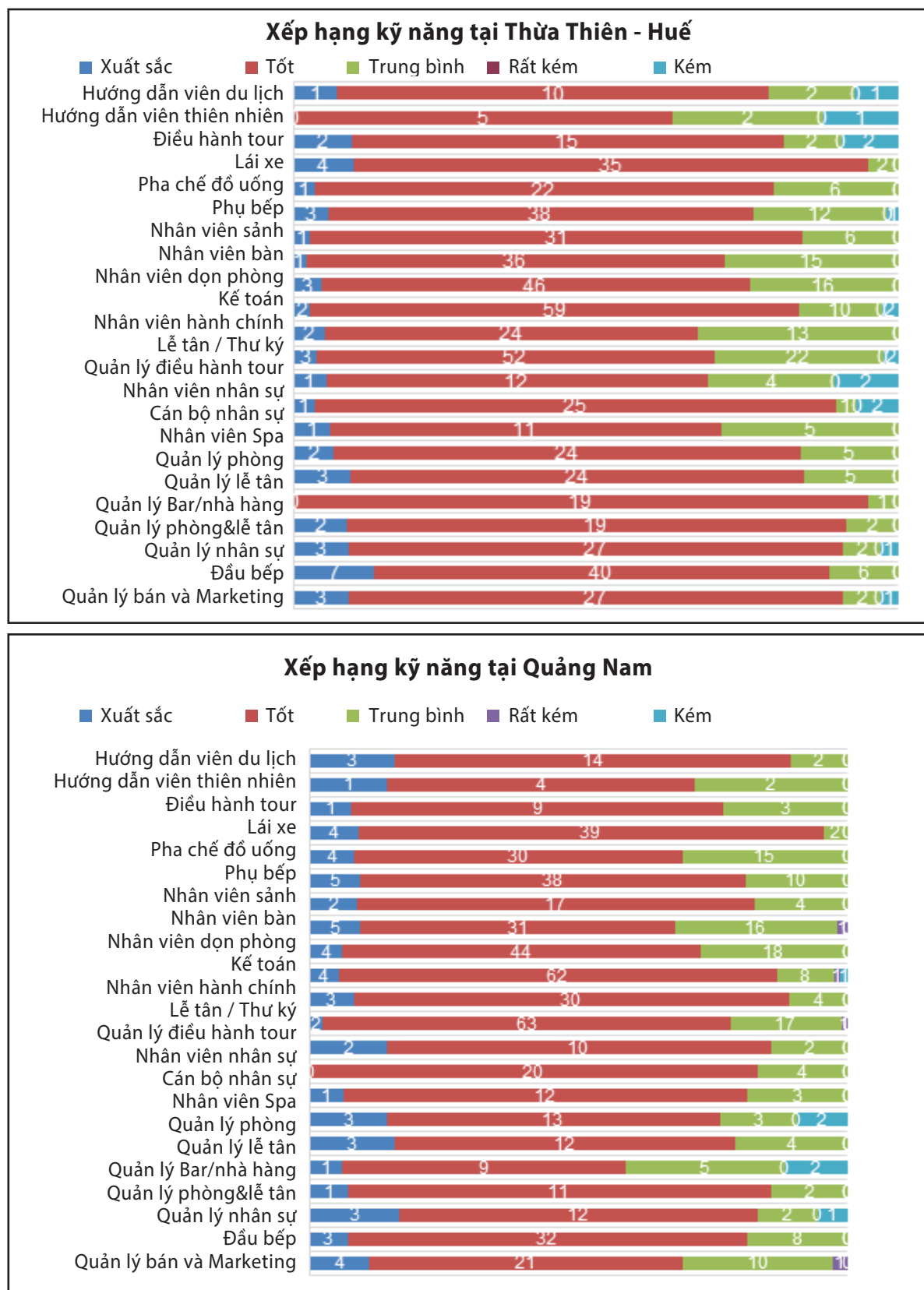




Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Trong cuộc khảo sát, người sử dụng lao động được yêu cầu đánh giá các kỹ năng kỹ thuật của người lao động. Nhìn chung, ở tất cả các công việc, phần lớn doanh nghiệp đánh giá kỹ năng của nhân viên là "tốt" hoặc "xuất sắc", và đa số người sử dụng lao động đánh giá kỹ năng của nhân viên ít nhất là "trung bình". Ở Quảng Nam, thiếu hụt lớn nhất được xác định trong nhân viên quản lý thực phẩm và đồ uống, phục vụ bàn, nhân viên bán hàng và tiếp thị, nhân viên phục vụ quầy rượu và hướng dẫn viên du lịch thiên nhiên. Tại Huế, thiếu hụt lớn nhất là trong hướng dẫn viên du lịch thiên nhiên, nhân viên điều hành chuyến du lịch, nhân viên chăm sóc sức khỏe, nhân viên hành chính và phục vụ bàn.

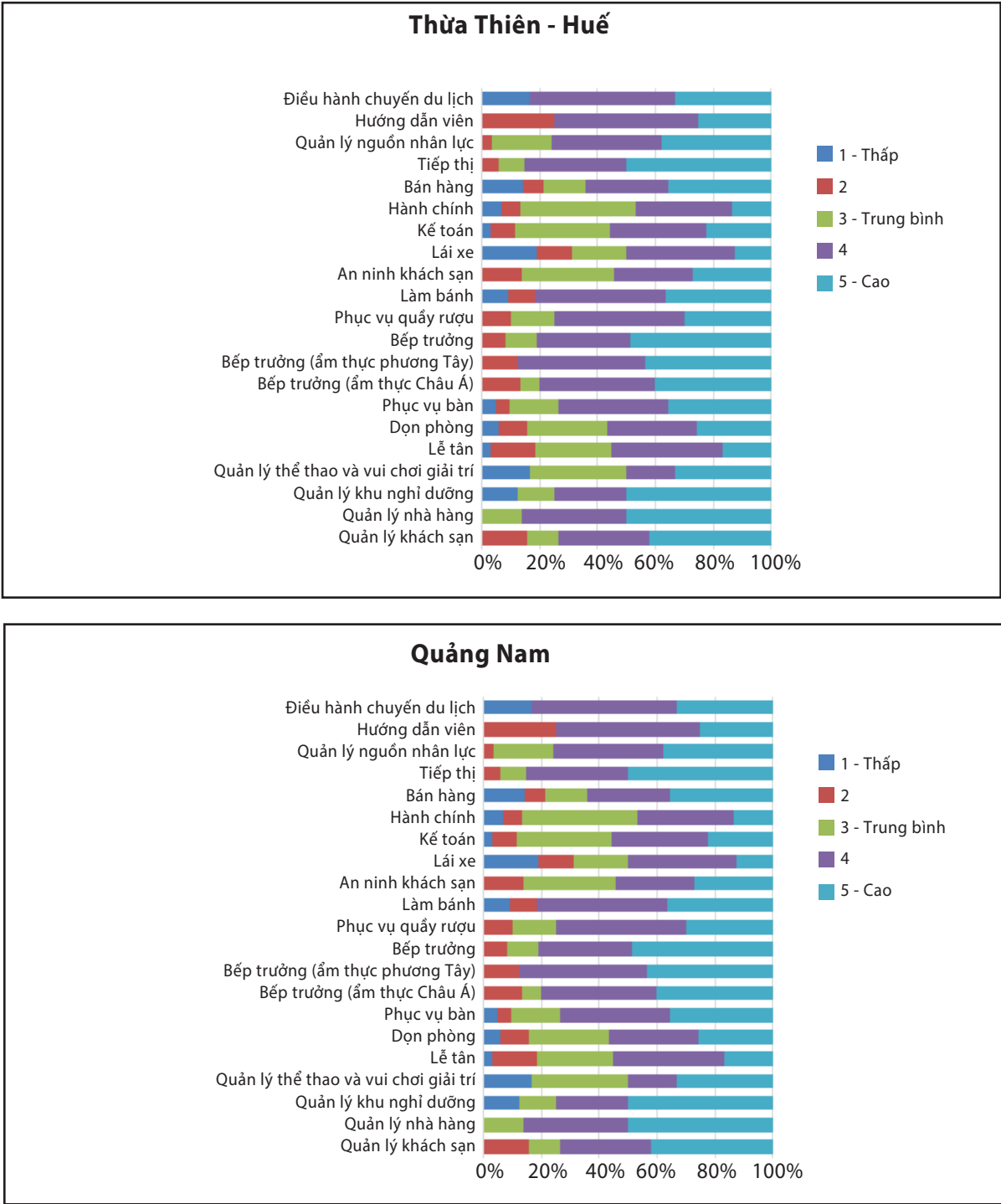
Biểu đồ 7: Xếp hạng về kỹ năng của người lao động trong tất cả các doanh nghiệp tại hai tỉnh



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Hầu hết doanh nghiệp trong cuộc khảo sát cho thấy nhu cầu cần đào tạo thêm cho nhân viên của họ, đặc biệt là những lao động mới. Biểu đồ 8 cho thấy người sử dụng lao động được khảo sát đánh giá nhu cầu đào tạo bổ sung cho các công việc chính như thế nào. Đối với hầu hết các công việc, hơn một nửa tổng số người sử dụng lao động muốn nhu cầu đào tạo bổ sung ít nhất là 4 trên thang điểm từ 1-5.

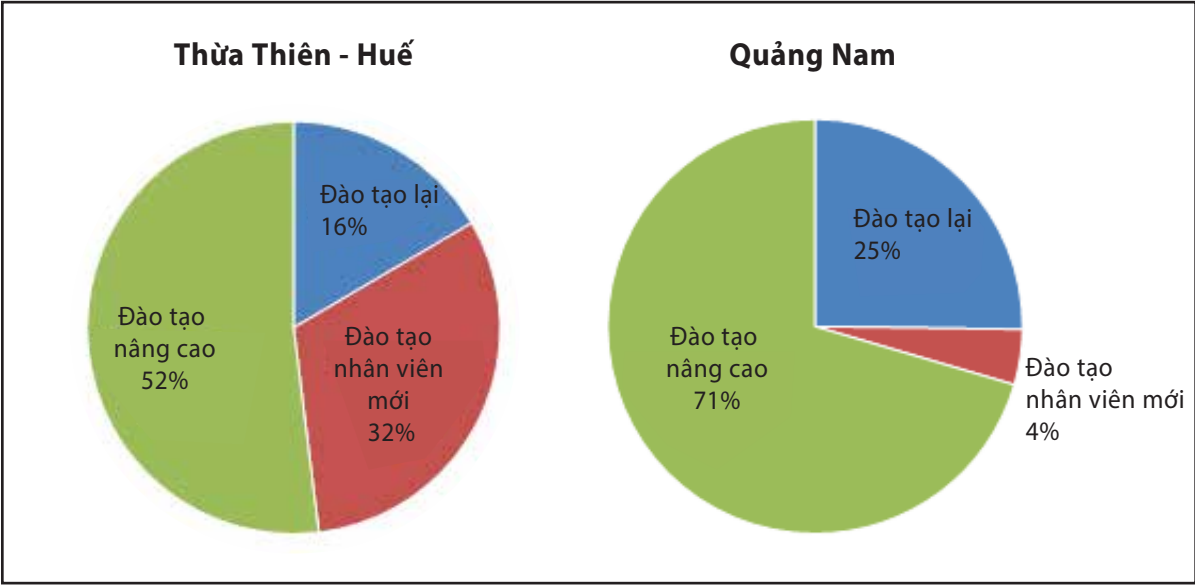
Biểu đồ 8: Đánh giá về đào tạo bổ sung (1 = thấp, 5 = cao)



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Nhiều doanh nghiệp trong ngành du lịch cung cấp đào tạo nâng cao cho nhân viên của họ để cải thiện chất lượng dịch vụ. Biểu đồ 9a cho thấy trong tổng số đào tạo được cung cấp bởi các doanh nghiệp trong tỉnh Thừa Thiên - Huế, 52% là đào tạo nâng cao, 16% là đào tạo cho nhân viên mới và 32% là đào tạo lại. Người sử dụng lao động ở Quảng Nam tập trung hơn vào đào tạo nâng cao và đào tạo lại.

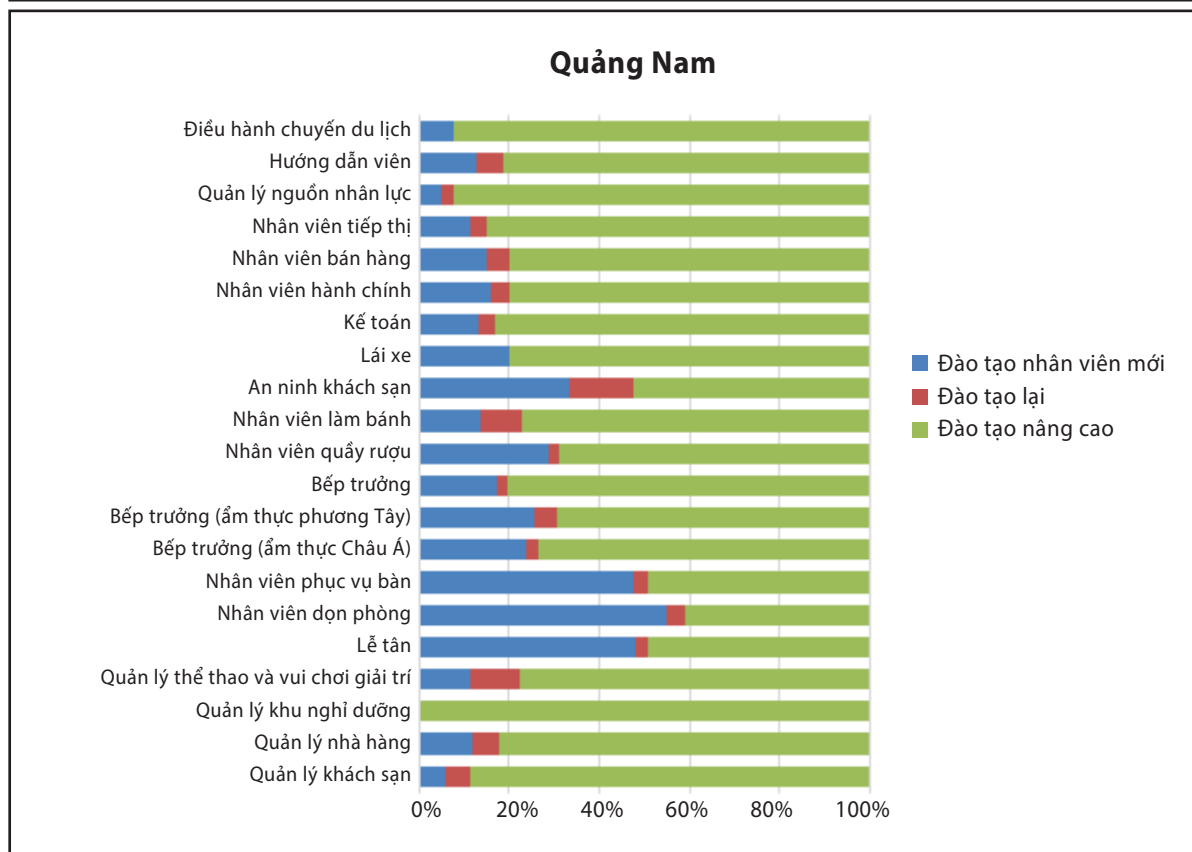
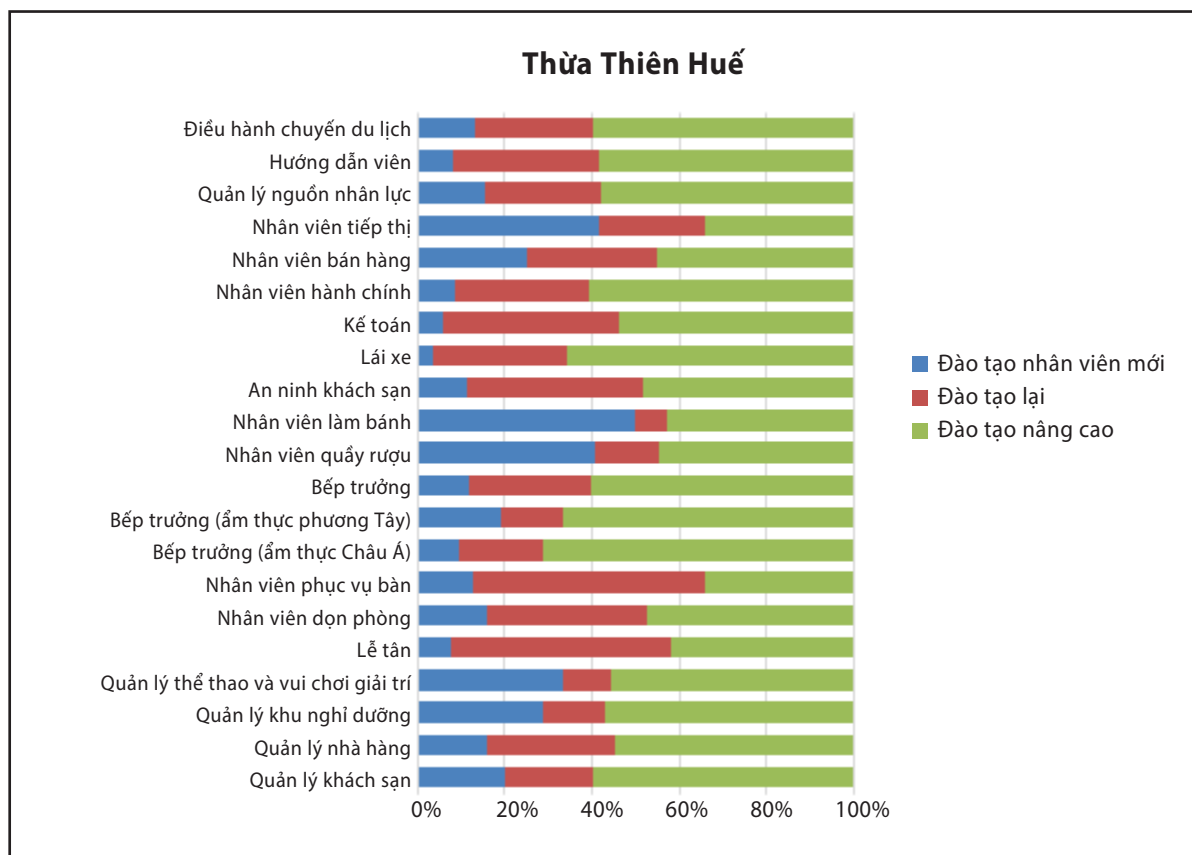
Biểu đồ 9a: Loại hình đào tạo trong doanh nghiệp tại hai tỉnh



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Biểu đồ 9b trình bày chi tiết những công việc rất cần tiếp tục đào tạo lại, đào tạo cho nhân viên mới và đào tạo nâng cao. Trong các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ lưu trú, công việc nhân viên an ninh khách sạn đòi hỏi đào tạo được tổ chức chính thức cho nhân viên mới vì không có cơ sở đào tạo nào được cung cấp các khóa học như vậy. Trong các cuộc phỏng vấn sâu, người sử dụng lao động nhấn mạnh việc thiếu vắng các chương trình đào tạo quản lý thực tế của các cơ sở đào tạo. Các kỹ năng cho những công việc này thường yêu cầu kinh nghiệm làm việc và phải phù hợp với cơ cấu tổ chức và văn hóa doanh nghiệp của công ty.

Biểu đồ 9b: Loại hình đào tạo cho mỗi công việc



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Các cuộc phỏng vấn chuyên sâu cung cấp thêm thông tin về những người tiến hành đào tạo trong doanh nghiệp. Trong các khách sạn 4-5 sao, người đứng đầu bộ phận nhân sự hoặc trưởng nhóm thường đảm nhiệm việc đào tạo nội bộ. Một số khách sạn 5 sao có thể kí hợp đồng đào tạo với trường đại học hoặc trường nghề. Chỉ có 10% các doanh nghiệp được khảo sát trả lời họ cộng tác với các trường dạy nghề để đào tạo nhân viên của họ.

5. TÂM NHÌN VỀ TƯƠNG LAI

Để phân tích sự phát triển trong tương lai của ngành du lịch tại Việt Nam, đầu tiên chúng tôi nhìn vào phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức (SWOT) dựa trên ý kiến của các chuyên gia trong ngành:

Điểm mạnh	Điểm yếu
Vị trí địa lý chiến lược ở Đông Nam Á. Dễ dàng tiếp cận các thị trường mục tiêu khác nhau bằng đường bộ, hàng không, đường sông, đường biển. Tài nguyên du lịch đa dạng và hấp dẫn, trải dài trên toàn quốc. Chính phủ và các doanh nghiệp ngày càng quan tâm tới phát triển du lịch. Chi phí lao động thấp. Cơ sở hạ tầng du lịch tăng trưởng nhanh chóng. Các điểm du lịch mới ở Việt Nam ngày càng tăng.	Yếu kém về vệ sinh dịch tễ, vệ sinh môi trường và quản lý môi trường. Thủ tục xin thị thực tốn kém và mất nhiều thời gian. Cơ sở hạ tầng giao thông kém (đường bộ và đường sắt). Cơ sở vật chất cho du thuyền trên biển sang trọng chưa đầy đủ. Quản lý du lịch yếu kém. Cơ cấu pháp lý và chính sách về du lịch chưa hoàn thiện. Phối hợp không đồng bộ với các ngành khác trong việc thúc đẩy và phát triển du lịch. Ngân sách hoạt động của Việt Nam dành cho phát triển du lịch, đặc biệt là ngân sách xúc tiến còn thấp và chưa đáp ứng nhu cầu. Kỹ năng của nhiều lao động trong ngành còn kém, và yếu kém trong đào tạo cho lao động mới - thiếu lao động có tay nghề cao.

Cơ hội	Thách thức
Các điểm đến mới ở Việt Nam được xác định và phát triển cho du lịch. Xu hướng khách du lịch đến châu Á và Thái Bình Dương tăng. Nâng cao tiêu chuẩn so với các đối thủ láng giềng với sự hỗ trợ từ Cộng đồng Kinh tế ASEAN, được hưởng lợi từ Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề Du lịch	Cạnh tranh gay gắt từ các nước láng giềng. Sản phẩm du lịch và phát triển chuỗi giá trị còn kém. Căng thẳng ở Biển Đông gia tăng.

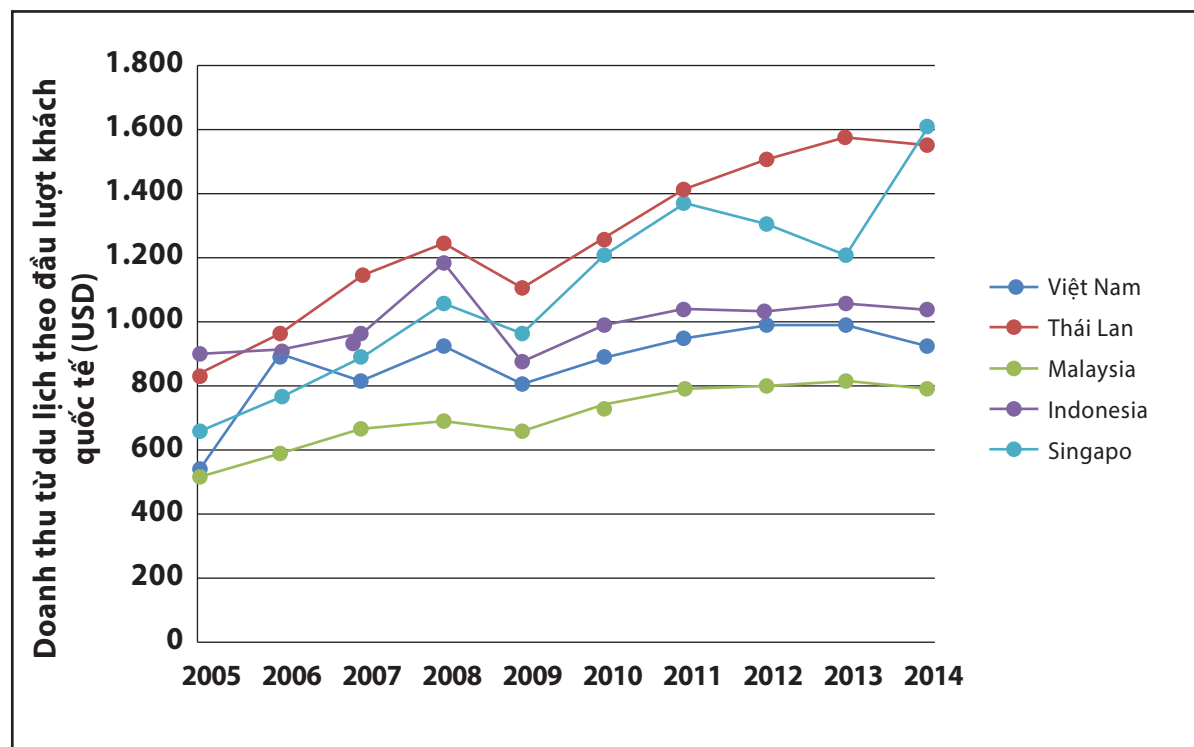
Việt Nam là nước có nguồn tài nguyên du lịch phong phú và hấp dẫn, bao gồm cả tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa. Có tám điểm được UNESCO công nhận là di sản thế giới tại Việt Nam, chủ yếu nằm ở khu vực miền Bắc và miền Trung. Hơn nữa, Việt Nam nổi tiếng với những bãi biển cát trắng dài dọc theo bờ biển. Đồng bằng sông Cửu Long xinh đẹp, cùng với lối sống thú vị của người dân địa phương, cũng là một điểm đến hấp dẫn đối với du khách.

Cơ hội để phát triển và bổ sung giá trị lớn hơn về du lịch được nhắm mục tiêu trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trải dài trên tất cả các vùng của đất nước. Chiến lược tìm cách đa dạng hóa nhiều điểm đến dành cho du khách, và đưa lợi ích kinh tế từ du lịch đến nhiều vùng của đất nước. Các cơ hội được xác định khác nhau tùy theo địa phương và khu vực, nhưng bao gồm:

- Tiếp tục phát triển du lịch nghỉ dưỡng ven biển
- Du lịch biển khác, bao gồm tham quan biển, văn hóa biển và ẩm thực
- Du lịch di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới
- Du lịch sinh thái văn hóa kết hợp với khám phá bản sắc văn hóa của các dân tộc, du lịch sinh thái, khám phá văn hóa và lịch sử, văn hóa sông nước, các hoạt động truyền thống của địa phương và nền văn minh lúa nước
- Du lịch đô thị,
- Du lịch MICE (Hội họp, Khen thưởng, Hội nghị, Triển lãm).

Có nhiều cơ hội để tiếp tục tăng số lượng du khách. Ngoài ra cũng có cơ hội tăng giá trị trong ngành du lịch để nâng cao doanh thu trung bình thu được từ mỗi du khách. Như có thể thấy trong Biểu đồ 10, Việt Nam xếp thứ 4 trong 5 điểm đến du lịch lớn ở Đông Nam Á xét về doanh thu từ du lịch tính trên mỗi lượt khách quốc tế, thu nhập khoảng 1.000 USD mỗi du khách so với khoảng 1.600 USD ở Thái Lan.

Biểu đồ 10: Doanh thu từ du lịch tính trên mỗi lượt khách quốc tế ở một số quốc gia Đông Nam Á, giai đoạn 2005-2014



Nguồn: UNWTO, 2008, 2010 và 2015.

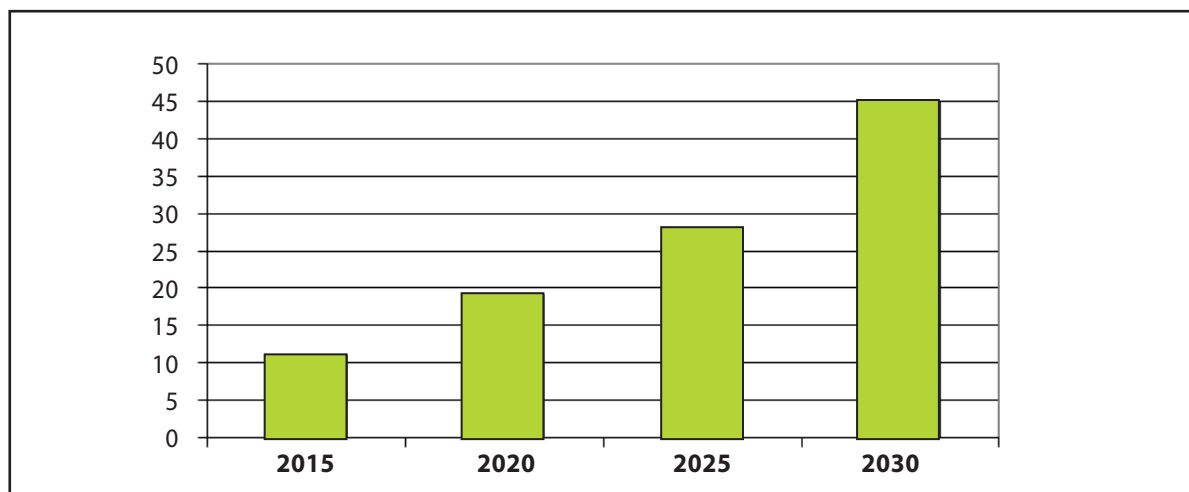
Năm 2011, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt "*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*" do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề xuất. Chiến lược đưa ra các dự báo cho các mục tiêu phát triển du lịch đến năm 2030 trong bảng và biểu đồ dưới đây:

Bảng 3: Dự báo số lượng du khách quốc tế và nội địa tại Việt Nam

Mục		2015	2020	2025	2030
Tổng số khách quốc tế đến Việt Nam	Số lượng du khách (Nghìn)	7 200	10 200	14 000	18 000
	Số ngày ở trung bình (ngày)	7,3	7,5	7,7	8
	Tổng số ngày ở (nghìn)	52 560	76 500	107 800	144 000
Tổng số khách nội địa	Số lượng du khách (Nghìn)	35 000	47 500	55 500	70 000
	Số ngày ở trung bình (ngày)	5,4	6	6,2	6,5
	Tổng số ngày ở (nghìn)	189 000	285 000	344 100	455 000

Nguồn: Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Bộ Văn hóa, thể thao và Du lịch (MOCST), 2011.

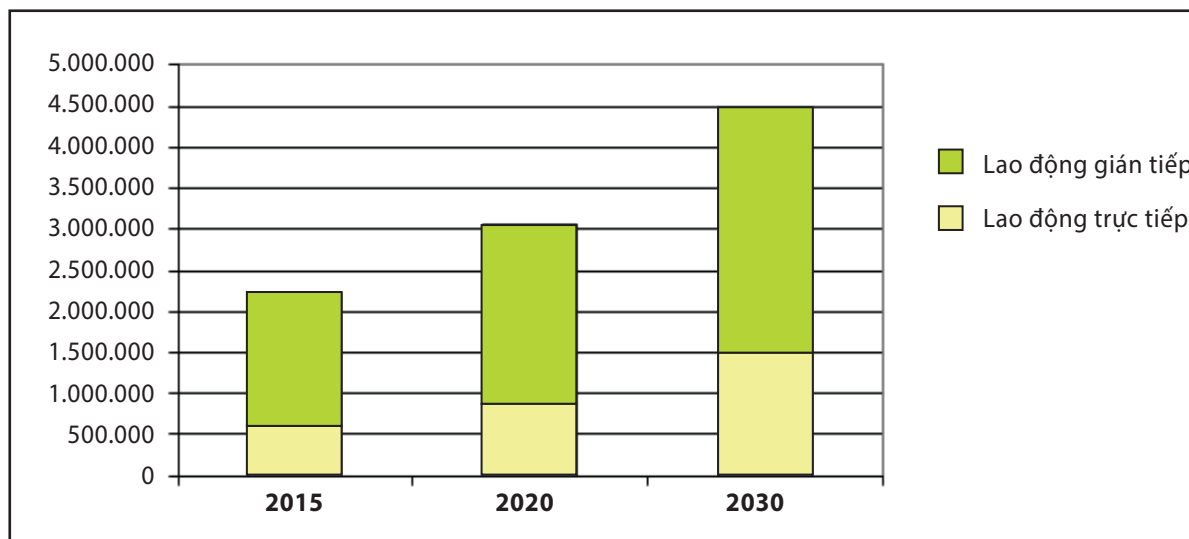
Biểu đồ 11: Dự báo doanh thu ngành du lịch Việt Nam đến năm 2013 (tỷ USD)



Nguồn: Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (MOCST), 2011.

Dự báo việc làm dự kiến tăng bình quân mỗi năm 50.000 số việc làm trực tiếp trong ngành này từ năm 2015 đến năm 2020, với số lao động gián tiếp tăng 120.000 mỗi năm. Tốc độ tăng việc làm trực tiếp được dự kiến tăng lên ở mức 63.000 mỗi năm từ năm 2020 đến năm 2030.

Biểu đồ 12: Dự báo số lao động du lịch Việt Nam đến năm 2030, trực tiếp và gián tiếp



Nguồn: Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (MOCST), 2011.

Để đạt được kết quả này, “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đưa ra hành động chủ yếu trong các lĩnh vực sau:

- Phát triển sản phẩm du lịch với chất lượng cao và giá trị gia tăng cao, đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách du lịch nội địa và quốc tế, phát huy những điểm mạnh nổi bật của tài nguyên du lịch; ưu tiên phát triển du lịch biển đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái, phát huy thế mạnh và liên kết giữa các vùng hướng tới hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng theo các vùng du lịch.

- Phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, về cơ sở vật chất, hạ tầng xã hội và văn hóa, và cơ sở hạ tầng du lịch kỹ thuật trong các lĩnh vực bao gồm điểm tham quan, cơ sở dịch vụ lưu trú, nhà hàng, dịch vụ thông tin, tư vấn du lịch, dịch vụ đặt giữ chỗ, đại lý, lễ hành, hướng dẫn, phương tiện và cơ sở dịch vụ vận chuyển khách du lịch, cơ sở dịch vụ phục vụ tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí, thể thao, hội nghị và các mục đích khác.
- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch, từ đó đảm bảo về số lượng, chất lượng và tiêu chuẩn đào tạo đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo về du lịch mạnh, cơ sở vật chất kỹ thuật, thiết bị giảng dạy đồng bộ, hiện đại, chuẩn hóa chất lượng giảng viên, chuẩn hóa chương trình khung đào tạo du lịch. Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu của ngành phù hợp với tiêu chuẩn khu vực và quốc tế, đặc biệt chú ý tới các nhà quản lý du lịch và lao động lành nghề. Đa dạng hóa phương thức đào tạo bao gồm khuyến khích đào tạo tại chỗ và tự đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp.
- Phát triển thị trường du lịch tập trung vào thị trường nội địa và du khách quốc tế đến từ Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương, Tây Âu, Bắc Âu, Bắc Mỹ và Đông Âu, đồng thời phục vụ các thị trường mới như Trung Đông và Ấn Độ. Tập trung thu hút có lựa chọn các phân khúc thị trường khách du lịch với khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày. Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp hơn và liên kết với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, ngoại giao và trao đổi văn hóa, tập trung vào các sản phẩm, thương hiệu và hình ảnh quốc gia. Phát triển thương hiệu du lịch mạnh và nhất quán lồng ghép với các sản phẩm du lịch và các thương hiệu doanh nghiệp du lịch địa phương và khu vực để nâng cao năng lực cạnh tranh trong khu vực và quốc tế.
- Nhà nước hỗ trợ đầu tư cho cơ sở hạ tầng du lịch, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến du lịch và phát triển thương hiệu. Liên kết và huy động các nguồn lực nâng cao năng lực và cải thiện chất lượng của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, hình thành các trung tâm du lịch đạt tiêu chuẩn khu vực và quốc tế, dựa trên các ưu tiên phát triển ngành. Tổ chức thực hiện các chính sách phát triển bền vững; nghiên cứu chính sách ưu đãi đối với phát triển du lịch sinh thái, du lịch "xanh", du lịch cộng đồng và du lịch có trách nhiệm. Khuyến khích sự tham gia của xã hội, thu hút các nguồn đầu tư cả trong và ngoài nước cho phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch, nguồn nhân lực và xúc tiến du lịch.
- Tiếp tục phát triển và tổ chức thực hiện các thỏa thuận hợp tác quốc tế về du lịch, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước và các tổ chức quốc tế, để thúc đẩy phát triển và hội nhập của du lịch Việt Nam.
- Tăng cường quản lý nhà nước về du lịch trong các lĩnh vực môi trường pháp lý, năng lực của các cơ quan quản lý nhà nước ở trung ương và địa phương, xây dựng kế hoạch và chiến lược, giám sát và quản lý luồng khách, tăng cường áp dụng các tiêu chuẩn ngành, và tiếp tục phân cấp quản lý. Tiếp tục cải cách doanh nghiệp nhà nước, khuyến khích phát triển các doanh nghiệp du lịch có tiềm lực và thương hiệu mạnh, chú trọng phát triển doanh nghiệp du lịch nhỏ và vừa, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng và du lịch ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

- Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng các tiến bộ trong quản lý và kinh doanh du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, khảo sát thị trường và xúc tiến du lịch. Nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò của du lịch đối với phát triển kinh tế-xã hội của đất nước, và đề cao trách nhiệm xã hội và môi trường trong mọi hoạt động du lịch.

6. THIẾU HỤT VỀ NĂNG LỰC DOANH NGHIỆP CẦN CÓ ĐỂ ĐÁP ỨNG MỤC TIÊU ĐỀ RA

Việt Nam có nguồn tài nguyên du lịch phong phú và đa dạng trên cả nước với năng lực doanh nghiệp khác nhau theo từng vùng. Trong báo cáo này, chúng tôi xem xét năng lực doanh nghiệp ở miền Trung Việt Nam, cụ thể là tại Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam. Đây là những tỉnh dự án tập trung nghiên cứu, lập kế hoạch phối hợp với các bên có liên quan về du lịch của tỉnh, và theo dõi việc triển khai các sáng kiến để giải quyết các ưu tiên kỹ năng chính đã được xác định.

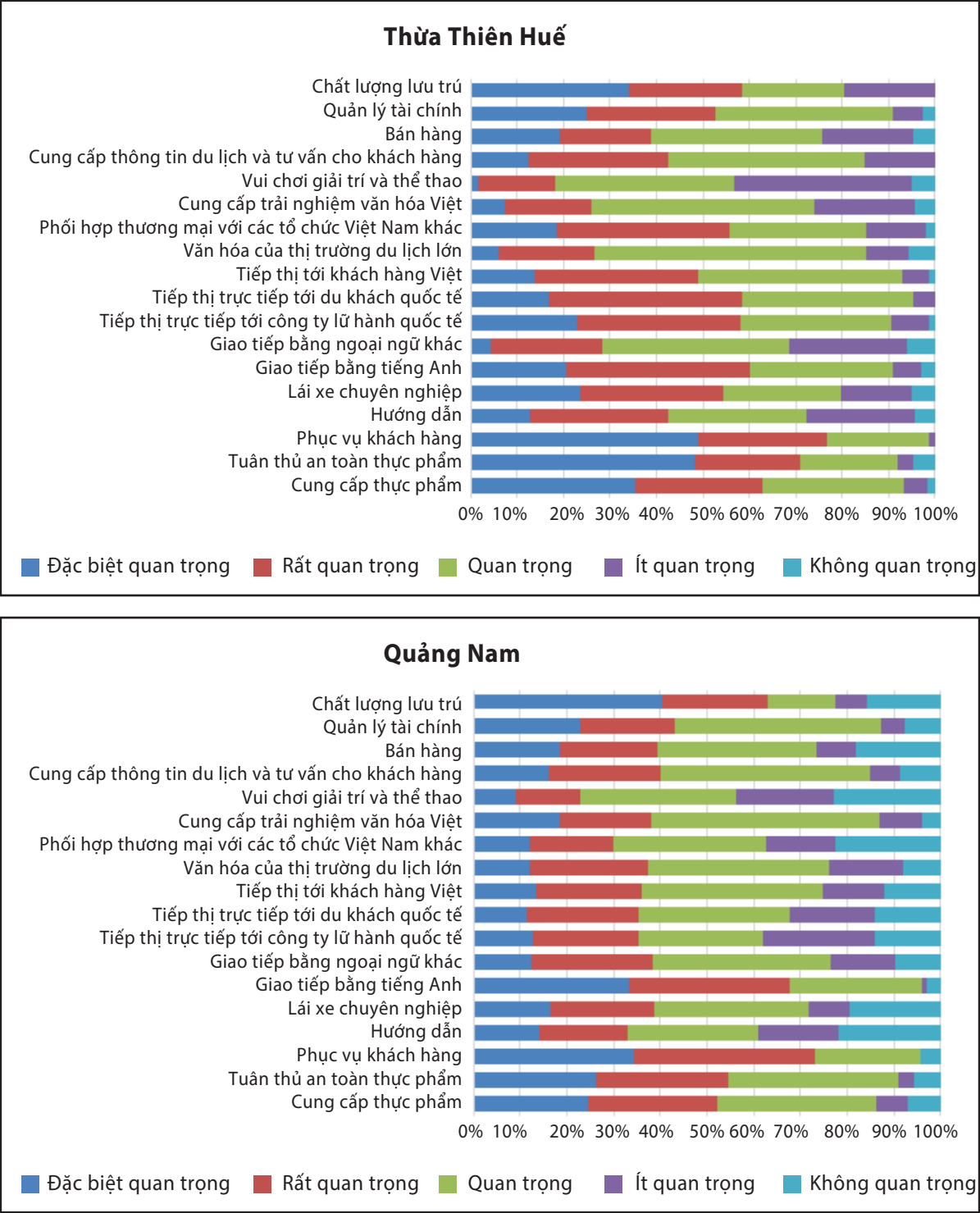
Sau khi khảo sát 117 doanh nghiệp¹² trong ngành du lịch ở mỗi tỉnh (tổng số 234 doanh nghiệp tại hai tỉnh) và tổ chức hai vòng hội thảo tham vấn với các bên có liên quan, nghiên cứu đã xác định các lĩnh vực thiếu hụt ưu tiên chính sau trong năng lực kinh doanh của các doanh nghiệp ngành du lịch ở cả hai tỉnh:

- Dịch vụ chăm sóc khách hàng
- Kỹ năng giao tiếp (bao gồm kỹ năng ngoại ngữ)
- Tiếp thị và xúc tiến, tập trung vào tiếp thị trực tuyến cho thị trường quốc tế
- Chất lượng cơ sở lưu trú
- Tuân thủ an toàn thực phẩm

Như có thể thấy trong Biểu đồ 13, đây không chỉ là những lĩnh vực duy nhất mà các doanh nghiệp xác định thiếu hụt trong năng lực của họ. Năm lĩnh vực này được ưu tiên hành động dựa trên các bằng chứng khảo sát và tham vấn của các bên có liên quan. Các bằng chứng khảo sát chỉ ra một chương trình nghị sự lớn hơn trong thời gian dài, với những thiếu hụt đáng kể trong các lĩnh vực như cung cấp thực phẩm, quản lý tài chính, hướng dẫn và điều hành du lịch.

¹² Xem Phụ lục A để biết thêm chi tiết.

Biểu đồ 13: Quan điểm của người sử dụng lao động về tầm quan trọng của những năng lực cần thiết



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

6.1 Dịch vụ chăm sóc khách hàng

Hơn 60% doanh nghiệp trong cuộc khảo sát nhận thấy dịch vụ chăm sóc khách hàng là một thiếu hụt kỹ năng cực kỳ quan trọng hoặc rất quan trọng. Dịch vụ chăm sóc khách hàng yếu kém đã nhiều lần được báo cáo như là một lý do quan trọng khiến du khách đến Việt Nam không hài lòng. Tất nhiên có một số lý do khác như sản phẩm du lịch hạn chế, nhưng dịch vụ chăm sóc khách hàng đã nhiều lần được báo cáo là lý do quan trọng nhất khiến du khách không hài lòng khi họ rời khỏi Việt Nam.

6.2 Kỹ năng giao tiếp và kỹ năng ngôn ngữ

Kỹ năng giao tiếp là một trong những điểm yếu lớn nhất của lao động Việt Nam trong mọi thành phần kinh tế. Trong lĩnh vực du lịch, giao tiếp là yếu tố quyết định để được du khách hài lòng, vì không thể cung cấp dịch vụ tốt nếu không có trò chuyện và trao đổi thông tin chính xác. Vấn đề còn lớn hơn ở chỗ kỹ năng ngoại ngữ của nhiều nhân viên tiếp xúc với khách hàng trong lĩnh vực du lịch chưa đủ tốt, trong nhiều trường hợp dẫn đến hiểu lầm. Tiếng Anh là trở ngại ngôn ngữ lớn nhất, do đây là ngoại ngữ được sử dụng bởi nhiều du khách thậm chí từ các nước không nói tiếng Anh, nhưng cũng có nhu cầu về kỹ năng trong các ngôn ngữ khác tại các địa điểm có sự tập trung lớn các ngôn ngữ khác, chẳng hạn như du khách Nga tại Khánh Hòa.

6.3 Tiếp thị

Theo truyền thống, tiếp thị và quảng bá du lịch Việt Nam do Chính phủ (Tổng cục Du lịch) thực hiện thông qua các chiến dịch và triển lãm quốc tế. Các doanh nghiệp lớn có vốn đầu tư nước ngoài có thể biết cách tiếp thị quốc tế, trong khi các doanh nghiệp lớn trong nước gặp khó khăn tự thực hiện ngay cả khi họ có ngân sách dành cho việc này. Việc thiếu hụt các kỹ năng tiếp thị và kỹ năng ngôn ngữ cản trở họ bán sản phẩm hiệu quả cho du khách quốc tế. Doanh nghiệp nhỏ và vừa không thể dành một lượng tiền lớn cho các chiến dịch quảng bá và tiếp thị trực tiếp tại thị trường mục tiêu, do đó tiếp thị trực tuyến có thể là một giải pháp khả thi và hiệu quả về chi phí nếu họ học được cách làm. Các chính quyền cấp tỉnh có cơ hội đóng góp hiệu quả hơn vào tiếp thị du lịch trên địa bàn tỉnh của họ, phù hợp với các chiến lược tiếp thị du lịch quốc gia. Tiếp thị cho khách du lịch đã ở Việt Nam là một yếu tố quan trọng đối với doanh nghiệp thuộc mọi quy mô, và cả đối với chính quyền cấp tỉnh, đặc biệt là nhắm mục tiêu tới các khách du lịch tự túc.

6.4 Lưu trú

Mặc dù có sự tăng trưởng nhanh chóng về số lượng du khách trong nước và quốc tế đến Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam trong những năm qua, năng lực dịch vụ lưu trú phục vụ du khách được cải thiện chậm chạp. Số lượng khách sạn hạng sang khá hạn chế, khiến khó thu hút du khách thuộc phân khúc cao cấp. Năng lực này có vẻ là một thách thức nghiêm trọng và sẽ mất nhiều thời gian và nguồn lực để giải quyết, cả về các công trình và cơ sở hạ tầng và cả về phát triển nguồn nhân lực và sản phẩm du lịch cần thiết để khai thác chúng.

Bảng 4. Dịch vụ lưu trú theo hạng mục ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam.

Tỉnh	Hạng mục	2007	2009	2011	2013
Thừa Thiên - Huế	Khách sạn 5 sao	1	3	4	4
	Khách sạn 4 sao	6	7	9	9
	Khách sạn 3 sao	6	6	11	11
	Khách sạn 1-2 sao	21	22	64	73
	Nhà nghỉ	67	60	101	100
	Loại hình khác	50	195	250	337
Quảng Nam	Khách sạn 5 sao	1	3	3	4
	Khách sạn 4 sao	9	9	11	13
	Khách sạn 3 sao	7	7	11	11
	Khách sạn 1-2 sao	28	37	37	42
	Nhà nghỉ		N/A		
	Loại hình khác	48	46	46	52

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Nam và Thừa Thiên-Huế.

6.5 Tuân thủ an toàn thực phẩm

An toàn thực phẩm là vấn đề phổ biến ở Việt Nam, do lạm dụng chất cấm trong nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản. Xử lý và bảo quản thực phẩm thích hợp trước và sau khi nấu ăn cũng thường là vấn đề, do đội ngũ nhân viên trong bếp nhà hàng thường không biết xử lý thực phẩm và tuân thủ tiêu chuẩn vệ sinh khi nấu ăn. Ngộ độc thực phẩm ảnh hưởng xấu tới trải nghiệm tổng thể của du khách, và có thể ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín của doanh nghiệp và uy tín điểm đến du lịch của Việt Nam. Người sử dụng lao động tại các tỉnh nhìn nhận nghiêm túc vấn đề này nhưng họ phải đầu tư rất nhiều thời gian và công sức để hình thành thói quen thực hiện an toàn thực phẩm thích hợp, đào tạo nhân viên tương ứng và đảm bảo tuân thủ. Có lẽ cần đến hành động pháp lý tích cực hơn từ chính quyền trung ương và địa phương về an toàn thực phẩm.

7. KHUYẾN NGHỊ VỀ NHỮNG KỸ NĂNG CẦN THIẾT

Cuộc khảo sát phỏng vấn doanh nghiệp đã xác định những kỹ năng cần có để bù đắp thiếu hụt trong năng lực kinh doanh. Người sử dụng lao động mong muốn không chỉ tập trung vào các thiếu hụt được miêu tả trước đó mà còn giải quyết nhiều vấn đề rộng lớn hơn.

7.1 Kỹ năng chăm sóc khách hàng

Khảo sát cho thấy kỹ năng chăm sóc khách hàng rõ ràng là nhu cầu quan trọng nhất ở mọi loại hình doanh nghiệp du lịch được khảo sát. Điều này phản ánh nhu cầu về kỹ năng phục vụ khách hàng đối với nhân viên tiếp xúc với khách hàng. Nhu cầu này đặc biệt quan trọng đối với các nhân viên đảm nhận vai trò chính là kết nối với khách hàng, bao gồm nhân viên quầy lễ tân trong khách sạn và nhà nghỉ, quản lý phòng ăn và nhân viên phục vụ tại các nhà hàng, nhân viên quầy rượu, hướng dẫn viên, nhân viên tổ chức hoạt động, nhân viên tổ chức chuyến du lịch, đại lý du lịch và nhân viên bán hàng tại các cửa hàng lưu niệm. Kỹ năng này cũng quan trọng đối với những nhân viên ở các vị trí khác có tiếp xúc với du khách, chẳng hạn như nhân viên buồng phòng và lái xe. Điều quan trọng là các nhân viên khác tác động gián tiếp đến hoạt động phục vụ khách hàng, chẳng hạn như đầu bếp và nhân viên văn phòng cũng cần có những kỹ năng, hiểu biết và thái độ cần để giúp các đồng nghiệp tại các vị trí trực tiếp tiếp xúc với khách hàng thực hiện tốt vai trò của mình.

Do nhiều công ty du lịch tại Việt Nam, đặc biệt là tại các tỉnh hợp tác với dự án, là các doanh nghiệp nhỏ hoặc siêu nhỏ, trong đó phần nhiều là doanh nghiệp gia đình, nên tồn tại nhu cầu phát triển các kỹ năng chăm sóc khách hàng tại các doanh nghiệp du lịch nhỏ, nhân viên và các thành viên trong gia đình, cũng như tại các doanh nghiệp lớn và chính quy hơn.

Mặc dù đào tạo về kỹ năng phục vụ khách hàng ở mức độ nào đó được lồng ghép trong các khóa học khác nhau hiện có do các cơ sở dạy nghề cung cấp, và thông qua đào tạo nội bộ tại các doanh nghiệp lớn hơn, cần tăng cường đào tạo kỹ năng này và mở rộng phạm vi đào tạo tới các doanh nghiệp trong ngành ở mỗi tỉnh mục tiêu. Nội dung có thể bao gồm các bài học về văn hóa tại một số thị trường quốc tế lớn. Các khái niệm và bài tập về chăm sóc khách hàng có thể được truyền đạt ở nhiều khóa học khác nhau. Đối với một số công việc, khái niệm này có thể cần phải được mở rộng thành khái niệm hiện nay được gọi là chăm sóc khách hàng bao hàm cả việc giải quyết vấn đề cho khách hàng.

7.2 Kỹ năng giao tiếp và kỹ năng ngôn ngữ

Kỹ năng giao tiếp được người sử dụng lao động rất coi trọng. Các cách tiếp cận tốt nhất bao gồm học thông qua thực hành, có nghĩa là học viên và nhân viên phải có cơ hội thực hành thường xuyên.

Giao tiếp bằng ngoại ngữ tuyệt đối quan trọng khi các công ty cố gắng thu hút du khách quốc tế. Yêu cầu nâng cao kỹ năng ngoại ngữ đã được nhắc đến nhiều lần trong các cuộc phỏng vấn với tất cả các bên có liên quan khác nhau, từ các cán bộ chính phủ, các trường dạy nghề đến người sử dụng lao động. Một nỗ lực ở quy mô lớn phải đảm bảo các nhân viên khách sạn có thể tiếp cận các khóa học ngôn ngữ. Ngoại ngữ quan trọng nhất là tiếng Anh, nhưng các ngôn ngữ khác như Pháp, Nga và Trung Quốc cũng hữu ích, tùy thuộc vào du khách ghé thăm. Có các khóa học ngoại ngữ tại thành phố Huế và Đà Nẵng, nhưng sinh viên và nhân viên du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Nam không dễ dàng tham gia các khóa học tốt.

7.3 Tuân thủ an toàn thực phẩm

Quản lý các nhà hàng và cơ sở lưu trú cho rằng đây là lĩnh vực ưu tiên cao. Đào tạo về việc tuân thủ an toàn thực phẩm có thể được lồng ghép trong một số khóa đào tạo về chế biến thực phẩm và nấu ăn nhưng không có khóa học riêng nào về vấn đề này. Trong ngắn hạn, có thể cần đến các giải pháp như các khóa học chuyên sâu hai hoặc ba ngày tập trung vào các vấn đề như duy trì điều kiện vệ sinh, cất giữ thực phẩm đúng cách, xử lý côn trùng và vệ sinh cá nhân.

Đối với việc lạm dụng hóa chất cấm trong chăn nuôi, các chủ nhà hàng có thể làm việc với nông dân địa phương và tìm kiếm các giải pháp tốt cho cả đôi bên.

Trong dài hạn, Việt Nam cần học hỏi kinh nghiệm của các nước khác, nơi cơ quan quản lý nhà nước ban hành và thực thi khung pháp lý an toàn thực phẩm đáng tin cậy đối với toàn bộ quá trình sản xuất, chế biến và dịch vụ thực phẩm, bao gồm cả các nhà hàng, khách sạn và các ngành khác liên quan tới du lịch, và hỗ trợ khung pháp lý bằng việc thể chế hóa đào tạo và chứng nhận tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

7.4 Quy hoạch và hoạch định chính sách

Trong các cuộc phỏng vấn, các cán bộ chính quyền địa phương nói rằng họ không có kỹ năng phù hợp trong quy hoạch du lịch và xây dựng chính sách. Đây là vấn đề đặc biệt trong ngành du lịch, vì ở hầu hết các quốc gia chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập và thúc đẩy tuân thủ các tiêu chuẩn du lịch, quy hoạch và cơ sở hạ tầng, và quảng bá du lịch. Quy hoạch kém, hoặc không quy hoạch, sẽ không thể khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực này do các chủ doanh nghiệp không chắc chắn về tương lai phát triển. Chính sách yếu kém gây thiếu minh bạch không đáng có và các doanh nghiệp không đầu tư khi không thể dự đoán các quy định. Một trong những lý do là kỹ năng thu thập dữ liệu, phân tích và lập kế hoạch của cán bộ địa phương không đủ để đưa ra những nghiên cứu và quy hoạch chất lượng trước khi soạn thảo kế hoạch và chính sách.

8. KỸ NĂNG CÒN THIẾU HỤT

8.1 Thực trạng thiếu hụt kỹ năng trong lĩnh vực du lịch tại tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam

Thực trạng thiếu hụt kỹ năng trong lĩnh vực du lịch tại hai tỉnh xuất hiện ở hầu hết các vị trí thuộc tất cả các loại hình doanh nghiệp du lịch. Ví dụ, nhiều cá nhân mở nhà nghỉ du lịch khi có đủ nguồn lực tài chính, nhưng bản thân họ hoặc các nhân viên không có bất kỳ đào tạo hoặc kiến thức nào về quản lý nhà nghỉ. Nhân viên trong các khách sạn nhỏ và nhà nghỉ không có cơ hội tham gia các khóa đào tạo cơ bản do hạn chế thời gian, ngân sách eo hẹp, và không có khả năng tiếp cận các khóa học phù hợp. Hầu hết chủ các đơn vị này không coi đào tạo cho nhân viên là quan trọng và hầu hết không yêu cầu nhân viên có chứng nhận kỹ năng khi tuyển dụng.

Có khả năng nguyên nhân bắt nguồn một phần từ chính sự thiếu hụt trong kỹ năng quản lý doanh nghiệp du lịch của chủ doanh nghiệp. Thiếu kỹ năng và không tự học, họ không có khả năng tận dụng tốt các kỹ năng của nhân viên để phục vụ du khách tốt hơn và nâng cao hiệu quả kinh doanh của chính mình. Không coi trọng kỹ năng, nhiều người cảm thấy có lý do thuyết phục để tuyển dụng nhân viên không có chứng nhận kỹ năng do có thể trả lương thấp và ít xảy ra khả năng thách thức trình độ quản lý kém của họ.

Những rào cản này một phần có lẽ cũng do quy mô doanh nghiệp. Các doanh nghiệp nhỏ trên toàn cầu đều thiếu sót về quản lý nguồn nhân lực, gặp khó khăn khi xác định nhu cầu kỹ năng cũng như khi tìm nguồn cung cấp và chi trả cho hoạt động đào tạo phù hợp cho nhân viên của mình. Ngay cả khi họ được tiếp cận với chương trình đào tạo phù hợp, họ thường không linh động cho nhân viên tham gia, hoặc khả năng hoặc sẵn sàng trả lương nhân viên khi họ được đào tạo. Đối với những lao động không chính thức trong ngành du lịch, ví dụ, người điều hành dịch vụ ở trọ tại nhà dân (homestay), người chèo thuyền, v.v..., thường kém kỹ năng chăm sóc khách hàng, tiếng Anh và tiếp thị doanh nghiệp của mình. Họ hầu hết có trình độ học vấn thấp. Điều này ảnh hưởng đến khả năng thực hiện các chiến lược tiếp cận thị trường tốt hơn và tạo cơ hội mang lại những nguồn thu nhập khác.

Trong khi các quản lý tại các khách sạn và nhà hàng lớn phàn nàn về khó khăn tuyển dụng nhân viên/lao động cho doanh nghiệp của mình, sinh viên tốt nghiệp từ các trường dạy nghề liên quan đến du lịch gặp rất nhiều trở ngại khi tìm kiếm một công việc trong ngành. Vấn đề được nghe nhiều nhất trong quá trình khảo sát là chất lượng đào tạo tại các trường dạy nghề. Các doanh nghiệp ở cả hai tỉnh luôn cần những nhân viên lành nghề, đặc biệt với các vị trí trong các khách sạn lớn và hướng dẫn viên du lịch. Trong vài trường hợp, khi một khách sạn 5 sao cần một vị trí cấp cao, họ phải tìm kiếm các ứng viên ở nơi khác bởi nhân viên địa phương chưa có các kỹ năng mà họ cần.

Ngoài khách sạn, nhà nghỉ và nhà hàng, nghiên cứu và các cuộc tham vấn cũng xác định những thiếu sót kỹ năng trong các lĩnh vực như hướng dẫn du lịch, lái xe du lịch và điều hành chuyến du lịch. Hoạt động hướng dẫn du lịch được xác định là vấn đề đặc biệt quan trọng, bởi nó tác động lớn đến trải nghiệm của du khách tại các di sản thế giới ở hai tỉnh.

8.2 Cơ sở đào tạo về du lịch tại hai tỉnh

Hệ thống giáo dục nghề nghiệp (TVET) của Việt Nam có đặc trưng là cấu trúc phức tạp với các trường dạy nghề do các cơ quan chính phủ khác nhau giám sát và kiểm soát. Các trường trong hệ thống giáo dục nghề nghiệp do cả hai Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội và Bộ Giáo dục và Đào tạo chịu trách nhiệm về quản lý nội dung chương trình đào tạo và cấp chứng chỉ. Tuy nhiên, các bộ ngành và các tỉnh có thể thành lập các trường dạy nghề do họ tự giám sát và kiểm soát về tài chính và nhân sự.

Trong lĩnh vực du lịch, theo Chiến lược phát triển nguồn nhân lực Việt Nam đến năm 2020, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội cũng xác định du lịch là một trong số các lĩnh vực ưu tiên. Kế hoạch tổng thể nhằm nâng cấp chín trường cao đẳng du lịch chất lượng cao, đào tạo mười hai ngành nghề tiêu chuẩn quốc tế đã được đề ra. Trong hai tỉnh, Trường Cao đẳng nghề Du lịch Huế là một trong chín trường sẽ được nâng cấp. Ngôi trường này đã nhận được hỗ trợ đáng kể từ ngân sách quốc gia và từ *Dự án tăng cường nguồn nhân lực trong ngành khách sạn và du lịch tại Việt Nam (VIE 031)*.

Có khoảng 10 cơ sở đào tạo khác ở hai tỉnh này cung cấp các chương trình học về du lịch và khách sạn. Ở Thừa Thiên - Huế, ngoài Trường Cao đẳng nghề Du lịch Huế, các đơn vị đào tạo khác, bao gồm Khoa Du lịch Đại học Huế, Đại học Phú Xuân và Trường Trung cấp nghề Âu Lạc, cũng có các khóa học quản trị du lịch và khách sạn. Tại Quảng Nam, có bốn cơ sở đào tạo tích cực tham gia ngành du lịch và khách sạn: Trường Đại học Quảng Nam, Cao đẳng Kinh tế Kỹ thuật Quảng Nam, Trường trung cấp nghề Bắc Quảng Nam và Trường trung cấp Nghề thuật, Văn hóa và Du lịch Quảng Nam. Các trường đại học có các khóa học lấy bằng cử nhân quản trị khách sạn và du lịch, trong khi đó các trường cao đẳng và trung học chuyên nghiệp cung cấp các khóa học đào tạo nghề để cấp văn bằng, chứng chỉ. Mỗi năm, tổng số học sinh nhập học ngành du lịch và khách sạn tại tám cơ sở đào tạo trên cả hai tỉnh là khoảng 1.000.

Những thách thức đối với các cơ sở đào tạo tại tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam

Các cơ sở đào tạo ở cả hai tỉnh gặp rất nhiều khó khăn và thách thức trong giáo dục và đào tạo nghề du lịch. Theo nhận định của các cán bộ cơ quan ban/ngành liên quan và các doanh nghiệp du lịch tham gia khảo sát và phỏng vấn, thách thức nghiêm trọng nhất là chất lượng đào tạo. Đào tạo được cho là không theo nhu cầu, và các doanh nghiệp nói rằng họ phải đào tạo lại các nhân viên đã được cấp chứng chỉ. Các cơ sở đào tạo nói rằng họ gặp khó khăn trong tuyển sinh, thiết kế và áp dụng các mô-đun/môn học mới, kết nối với các doanh nghiệp, đa dạng hóa hoạt động học tập cho sinh viên và tìm kiếm cơ hội để nâng cao kiến thức và kỹ năng của giảng viên và giáo viên hướng dẫn cũng như kinh phí để cải tiến.

Một trong những khó khăn cho các cơ sở đào tạo ở hai tỉnh là vẫn không thể cung cấp tất cả các mô-đun/môn học về ngành kinh doanh và du lịch mà người sử dụng lao động đang cần. Một số trường trung cấp chỉ có thể dạy các mô-đun phổ biến nhất trong ngành du lịch chẳng hạn như Nấu ăn và Lễ tân. So với các trường khác trong tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam, các mô-đun và các môn học về du lịch tại Khoa Du lịch Đại học Huế và Cao đẳng nghề Du lịch Huế đa dạng hơn.

Tuy nhiên, các cơ sở đào tạo không thể tự giải quyết được vấn đề này. Trước kia thì họ phải thiết kế chương trình đào tạo mới và xin phê duyệt của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội hoặc Bộ Giáo dục và Đào tạo. Theo chính sách hiện hành khi Luật Giáo dục Nghề nghiệp mới được Quốc Hội thông qua và có hiệu lực từ ngày 1 tháng 7 năm 2015, khung chương trình không còn bị áp đặt cứng nhắc từ hai Bộ, nhưng các trường vẫn khá tốn thời gian và chi phí để thiết kế chương trình giảng dạy mới. Thiết kế một môn học hoặc mô-đun mới đòi hỏi chuyên môn, công sức và tài chính đôi khi nằm ngoài khả năng của nhiều trường. Đây là một thách thức đối với các trường nghề ở các tỉnh khi đội ngũ giáo viên của họ chưa có đủ năng lực và kiến thức để thiết kế các mô-đun và môn học mới cho riêng mình. Ngay cả khi họ có thể mua hoặc mượn một chương trình đào tạo mới chất lượng cao hơn, giáo viên cũng không thể giảng dạy vì cần phải qua huấn luyện và hướng dẫn, và cần có các tài liệu đào tạo nguồn. Các trường thường khó có các thiết bị hiện đại cần thiết để giảng dạy các chương trình đào tạo.

Hầu hết các trường nghề tại các tỉnh đang phải vật lộn với lượng tuyển sinh hạn chế. Trong số các cơ sở đào tạo được tham vấn, chỉ có Khoa Du lịch Đại học Huế cho rằng đối với họ tuyển sinh không phải là vấn đề. Có nhiều lý do vì sao lượng tuyển sinh tại các cơ sở đào tạo không đủ nhu cầu. Thứ nhất, nhiều người tin rằng cách duy nhất để có sự nghiệp thành công là học đại học chứ không phải là cao đẳng nghề hoặc trung cấp. Quan điểm này còn phổ biến ở nhiều nước, song ở Việt Nam quan điểm này càng nặng nề do văn hóa Nho giáo. Thứ hai, nhiều học sinh trung học có tham vọng đi học ở các thành phố lớn. Thứ ba, cơ hội nghề du lịch không được thúc đẩy mạnh mẽ. Một số cảm thấy không chắc chắn về cơ hội việc làm trong tương lai với ngành du lịch vì họ không có đủ thông tin hoặc thiếu định hướng nghề nghiệp tốt. Mặc dù tất cả các cơ sở đào tạo tại hai tỉnh cung cấp hai buổi hướng nghiệp liên quan đến du lịch trước và trong năm học, nhưng những nỗ lực hiện tại dường như không đủ.

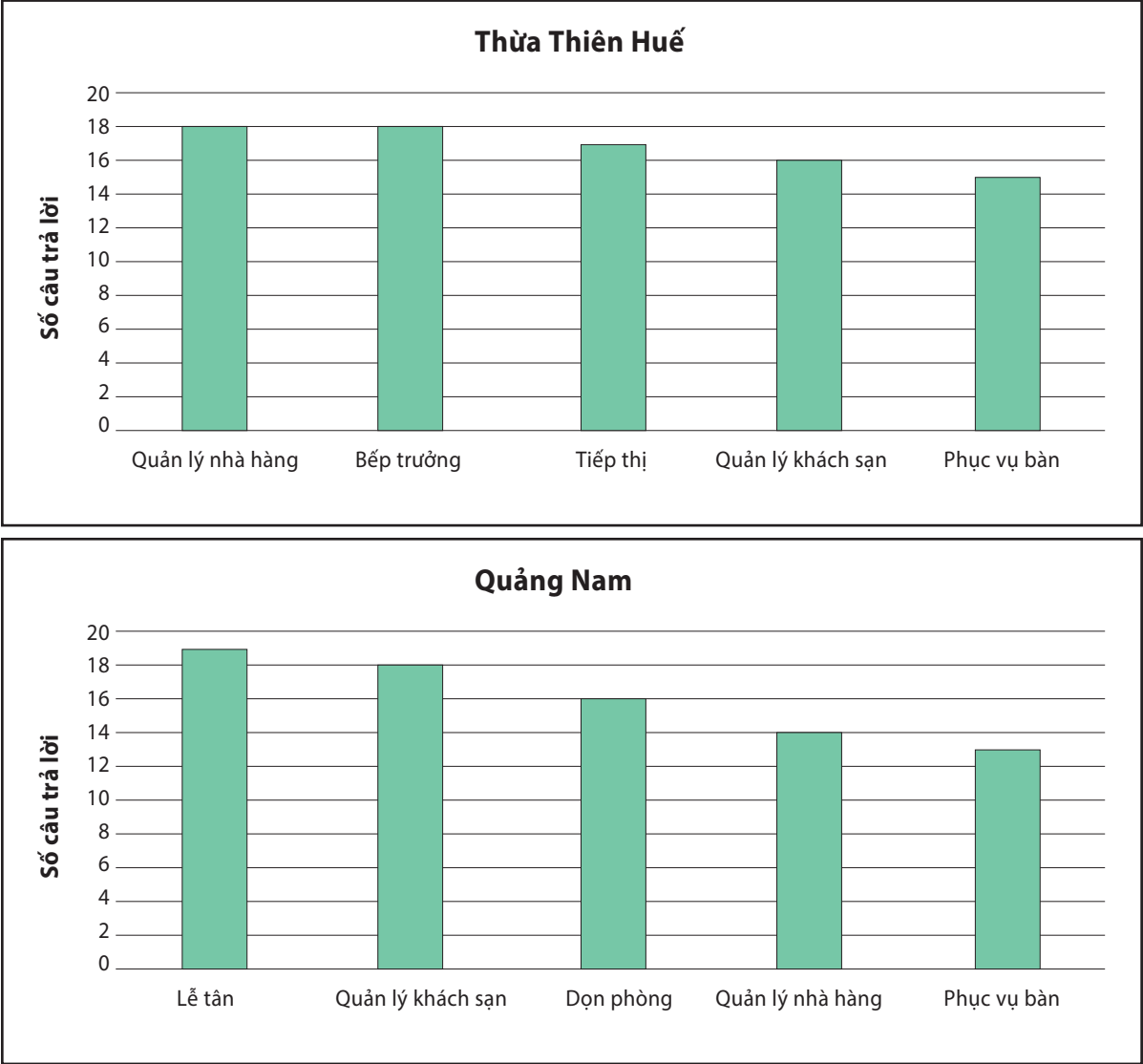
Một khó khăn khác đối với các cơ sở đào tạo là kết nối yếu kém với các doanh nghiệp. Việc phối hợp giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp tùy thuộc vào thái độ và nỗ lực của từng trường. Ví dụ, đối với các doanh nghiệp và các bên liên quan khác, Khoa Du lịch Đại học Huế được coi là đơn vị kết nối tốt với các doanh nghiệp vì họ tích cực đưa các doanh nghiệp vào quá trình giảng dạy và thiết kế giáo trình của mình. Ngược lại, một số trường học báo cáo đã gửi sinh viên đến thực tập tại các doanh nghiệp như một điều kiện để tốt nghiệp, mà không tham khảo ý kiến hoặc trao đổi bàn bạc trước với các doanh nghiệp.

Cuối cùng, nhưng không kém phần quan trọng, giáo viên hướng dẫn và giáo viên giảng dạy các cơ sở đào tạo ít có cơ hội nâng cao kiến thức và kỹ năng của mình, có thể khiến cho chất lượng đào tạo cũng bị giảm theo thời gian. Tất cả các cơ sở đào tạo được hỏi đều sẵn sàng gửi các giáo viên và giảng viên tham gia các chương trình đào tạo, nhưng họ không đủ nguồn lực tài chính và không có kế hoạch tổ chức tự đào tạo cho các giảng viên/giáo viên.

8.3 Nhu cầu phát triển kỹ năng cho người lao động trong ngành du lịch

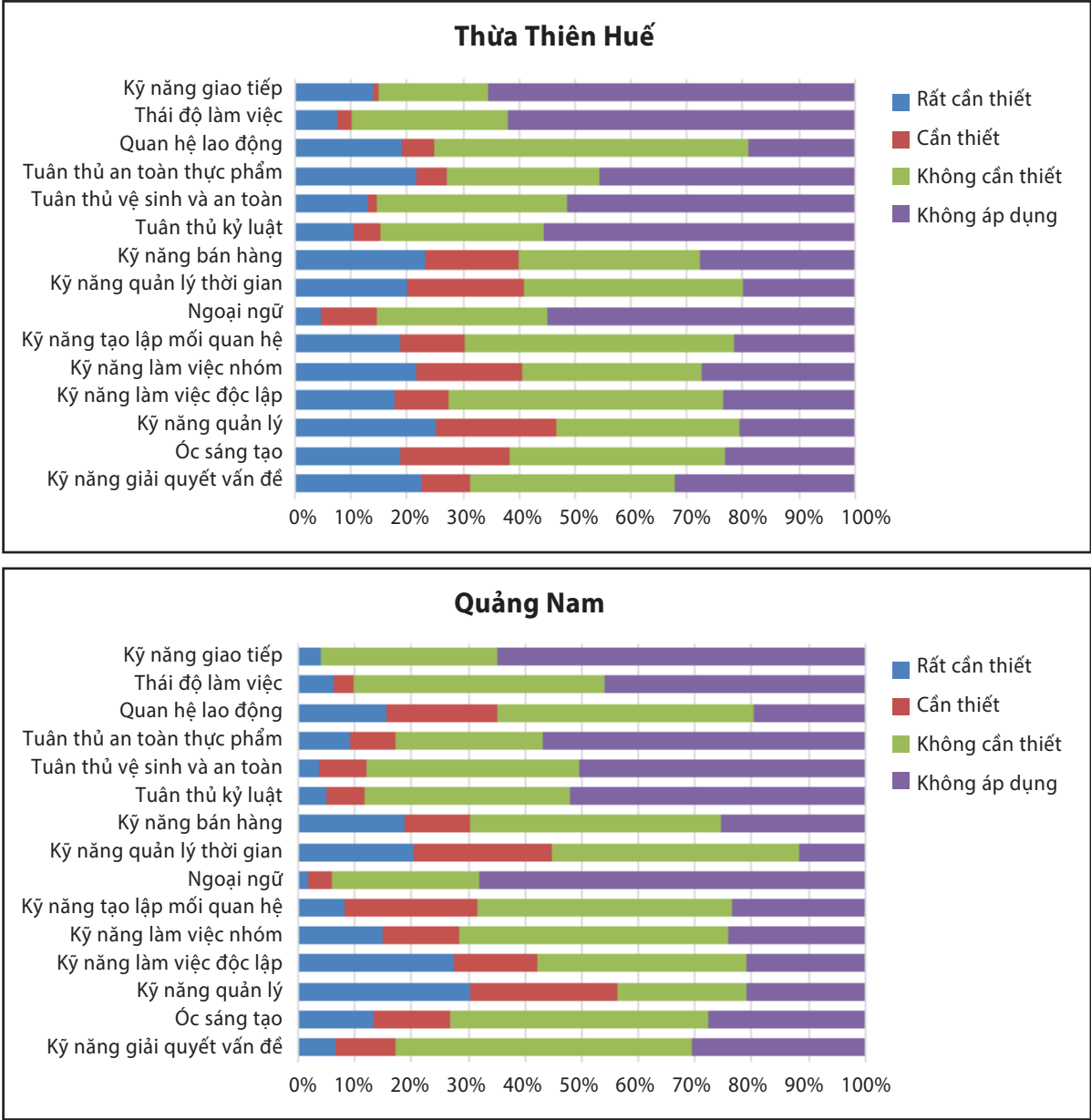
Dựa trên khảo sát doanh nghiệp được thực hiện, năm công việc cần đào tạo lại nhất ở hai tỉnh khác nhau. Quản lý nhà hàng, khách sạn và nhân viên phục vụ bàn thuộc năm công việc hàng đầu ở cả hai tỉnh. Ở Thừa Thiên - Huế, đầu bếp và công việc tiếp thị cũng thuộc năm công việc hàng đầu. Ở Quảng Nam là nhân viên lễ tân và nhân viên buồng phòng.

Biểu đồ 14: Năm công việc cần đào tạo lại nhất tại mỗi tỉnh



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

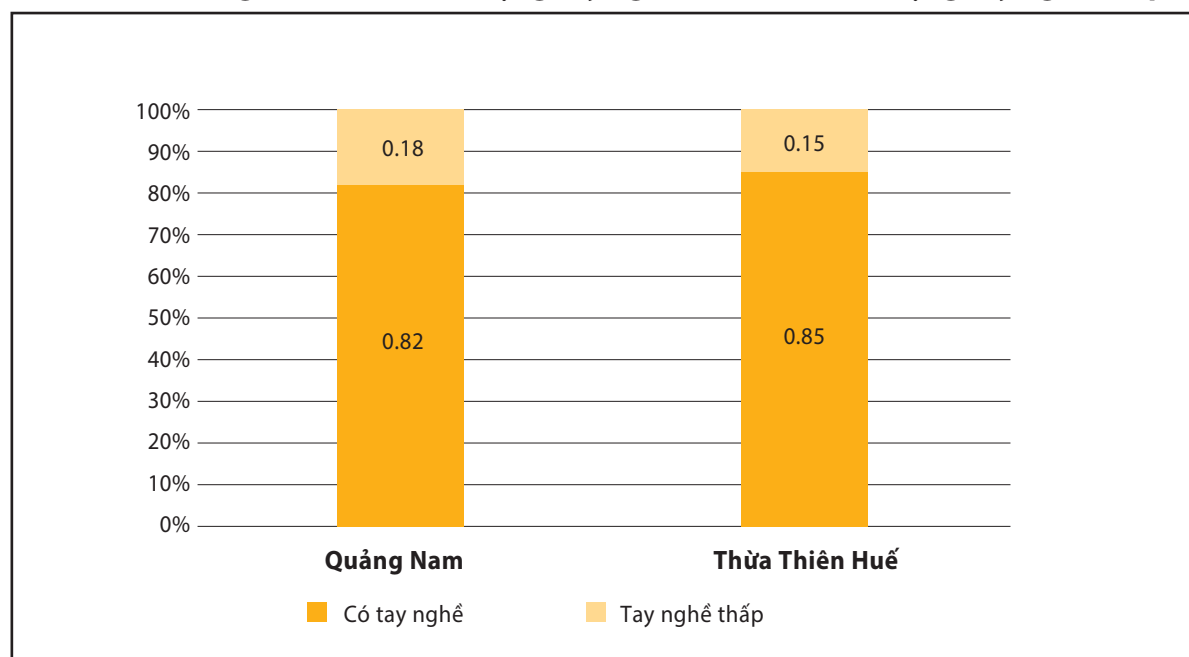
Biểu đồ 15: Xếp hạng về tầm quan trọng của kỹ năng việc làm cốt lõi từ người sử dụng lao động



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Biểu đồ 16 cho thấy 82% công ty ở Quảng Nam và 85% công ty ở Thừa Thiên - Huế ưa thích thuê lao động tay nghề cao. Nhân viên lành nghề có thể ngay lập tức đạt hiệu quả trong công việc và người sử dụng lao động không phải mất thời gian và tiền bạc để đào tạo họ. Tuy nhiên, 18% người sử dụng lao động ở Quảng Nam và 15% ở Thừa Thiên - Huế ưa thích tuyển dụng lao động phổ thông. Dựa trên các bằng chứng phỏng vấn, có hai lý do chính giải thích điều này: đầu tiên là người sử dụng lao động muốn đào tạo nhân viên theo nhu cầu riêng của họ, và họ không cần phải tuyển "người biết nghề không đến nơi đến chốn". Thông qua việc tự đào tạo theo nhu cầu này, người sử dụng lao động có thể thuê những người lao động đáp ứng nhu cầu đặc biệt của mình và thường là các nhân viên trung thành. Một lý do khác là một số người sử dụng lao động, đặc biệt là trong các doanh nghiệp siêu nhỏ, không đủ chi phí để dễ dàng tuyển dụng lao động có tay nghề cao.

Biểu đồ 16: Mong muốn thuê lao động tay nghề cao so với lao động tay nghề thấp



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

8.4 Nhu cầu phát triển kỹ năng cho các nhóm được phỏng vấn

Trong khảo sát doanh nghiệp được tiến hành tại Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam năm 2014, các cuộc phỏng vấn được thực hiện với ba nhóm: người sử dụng lao động, cơ sở đào tạo và các cán bộ chính quyền địa phương.

Người sử dụng lao động

Tất cả người sử dụng lao động từ khách sạn 5 sao đến 3 sao ở hai tỉnh bày tỏ nhu cầu nâng cao kỹ năng và kiến thức quản lý và giao tiếp. Tất cả người sử dụng lao động của các khách sạn 1 sao ở cả hai tỉnh mong muốn cải thiện khả năng quản lý khách sạn, tiếp thị, và thậm chí cả kế toán của họ. Hầu như tất cả các chủ khách sạn 1 sao không được đào tạo chuyên môn trước khi bắt đầu kinh doanh. Một số người sử dụng lao động quản lý nhà nghỉ/nhà trọ (6 trong số 30 tại Huế và 15 trong số 30 ở Quảng Nam) không thấy cần phải cải thiện kỹ năng. Họ nghĩ rằng những gì họ đã làm khá tốt rồi vì các doanh nghiệp của họ vẫn tồn tại.

Đối với chủ các nhà hàng, đa số, khoảng 90%, thể hiện mong muốn được đào tạo thêm về tài chính, quản lý nguồn nhân lực và tiếp thị. Đối với người sử dụng lao động trong điều hành chuyến du lịch và vận chuyển, 75% những người ở Quảng Nam thấy đào tạo kỹ năng dịch vụ khách hàng và truyền thông là quan trọng. Ở Thừa Thiên - Huế, tất cả người sử dụng lao động trong lĩnh vực điều hành chuyến du lịch nhận thấy nhu cầu đào tạo về truyền thông, bán hàng và kỹ năng tiếp thị.

Các giáo viên và giảng viên của các cơ sở đào tạo

Phỏng vấn với các cơ sở đào tạo cho thấy họ không thể đủ khả năng tài chính để tiếp tục các khóa học đào tạo giúp các giảng viên/giáo viên cập nhật với các phương pháp giảng dạy và kỹ năng mới. Hầu hết các giảng viên/giáo viên được hỏi bày tỏ mong muốn tham gia các khóa học về phương pháp giảng dạy và kỹ năng chuyên môn. Một số người khác muốn cải thiện ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp và các kỹ năng mềm khác. Kỹ năng thực hành kém khá phổ biến ở các giáo viên tại các trường dạy nghề. Nhiều giáo viên không thể thực hiện thuần thục các kỹ năng cần thiết mà họ phải dạy học sinh. Điều này dường như giải thích tại sao chất lượng đào tạo ở các trường dạy nghề không đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp.

Các cán bộ chính quyền địa phương

Ở cả hai tỉnh mục tiêu, phỏng vấn cho thấy các cán bộ chính quyền địa phương không được đào tạo đủ kỹ năng quản lý du lịch. Hầu hết cán bộ không được đào tạo chuyên môn về du lịch. Ở Quảng Nam, 86 cán bộ trong các cơ quan liên quan đến du lịch không được đào tạo chính quy và cũng không có bằng cử nhân du lịch. Hơn nữa, các cán bộ chính quyền địa phương không được đào tạo liên tục về du lịch sau khi được tuyển dụng. Các cán bộ chính quyền địa phương tham gia phỏng vấn mong muốn có thêm nhiều cơ hội tham dự các khóa đào tạo hữu ích cho công việc của mình. Trong số các loại hình đào tạo mà họ đề cập, ưu tiên hàng đầu là các kỹ năng lập kế hoạch, thu thập dữ liệu và phân tích và phát triển sản phẩm du lịch.

Điều này rất quan trọng đối với năng lực cạnh tranh của ngành du lịch tại các tỉnh mục tiêu bởi vì phần lớn các quyết định phát triển chiến lược ở cấp tỉnh được thực hiện bởi chính quyền địa phương và chính quyền địa phương cũng đóng một vai trò thực tiễn quan trọng trong quảng bá, quản lý, phát triển kỹ năng và cơ sở hạ tầng cho ngành. Cán bộ chính quyền địa phương được đào tạo tốt có ý nghĩa quan trọng đối với tất cả các doanh nghiệp du lịch lớn nhỏ ở các tỉnh mục tiêu. Đặc biệt là đối với đa số các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ luôn cần phối hợp hoạt động và liên kết với nhau để cùng tiến.

Các cán bộ địa phương tại Sở Lao động, Thương binh và Xã hội cũng như Liên đoàn Lao động tỉnh còn thiếu sâu sát về các vấn đề lao động trong ngành du lịch. Khi được khảo sát, hai đơn vị này của Quảng Nam cho biết đã học hỏi được đôi điều về ngành du lịch thông qua dự án SIT/ILO¹³, nhưng Sở Lao động, Thương binh và Xã hội và Liên đoàn Lao động tỉnh Thừa Thiên - Huế hầu như chưa nắm được gì. Sở Lao động, Thương binh và Xã hội tỉnh Quảng Nam đã lập báo cáo đánh giá về hiện trạng chất lượng dịch vụ, cung và cầu lao động có tay nghề trong ngành du lịch. Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Nam đã tiến hành nghiên cứu điều kiện làm việc trong ngành du lịch, trong đó xác định nhiều vấn đề liên quan đến điều kiện làm việc.

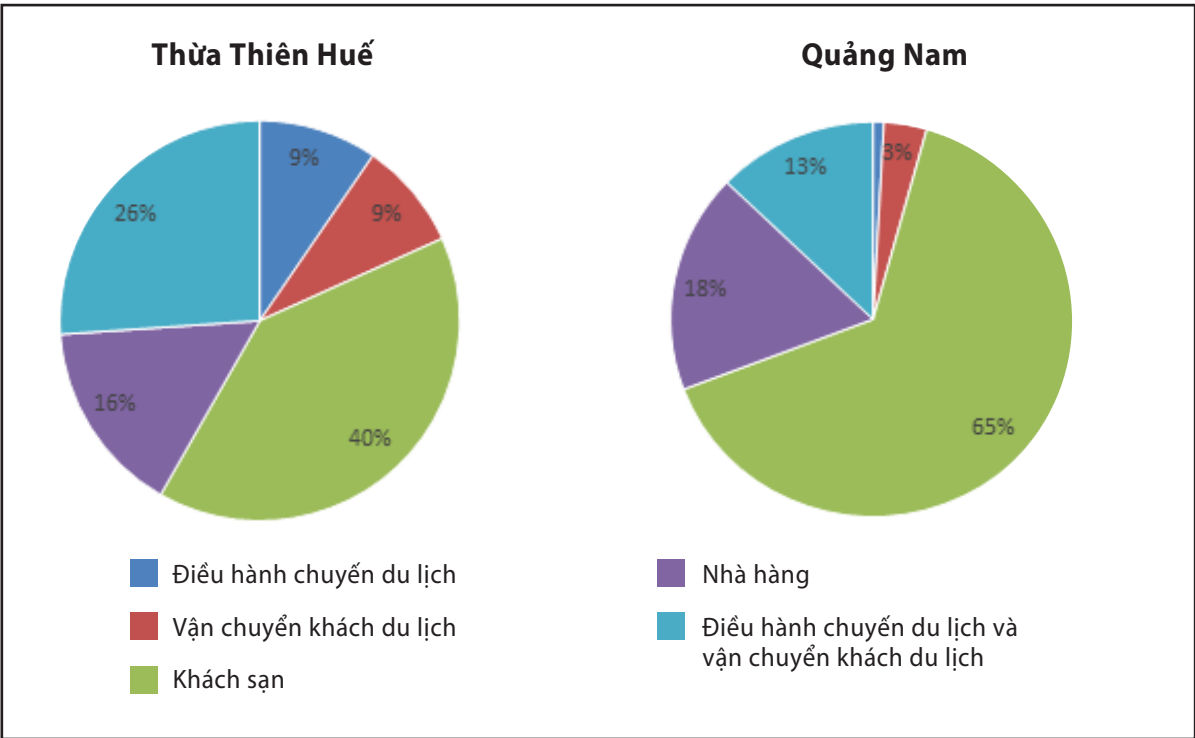
¹³ Dự án Tăng cường Du lịch các huyện sâu đất liền tại Quảng Nam do Chính phủ Luxembourg tài trợ

8.5 Thông tin người sử dụng lao động tham gia phỏng vấn trong khảo sát doanh nghiệp ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam

Trong số những doanh nghiệp tham gia khảo sát, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú có số lượng nhân viên lớn nhất so với các loại hình doanh nghiệp khác (nhà hàng, điều hành chuyến du lịch và vận chuyển). Trong các khách sạn hạng sang như 5 sao hoặc 4 sao, du khách được hưởng đầy đủ các dịch vụ (lưu trú, nhà hàng, điều hành chuyến du lịch và vận chuyển). Việc làm trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú tại Quảng Nam chiếm 65% lượng lao động thuộc các doanh nghiệp được phỏng vấn, trong khi tỷ lệ này ở Thừa Thiên - Huế là 40%.

Đa số các công ty lữ hành ở cả hai tỉnh cung cấp cả dịch vụ vận chuyển. Ví dụ, ở Quảng Nam, trong số hơn 100 doanh nghiệp tham gia khảo sát, 13% nhân viên làm việc trong các công ty cung cấp cả dịch vụ du lịch và vận chuyển. Tỷ lệ lao động làm việc trong các công ty lữ hành và vận chuyển tương ứng là 1% và 3%. Số liệu tương ứng cho khảo sát ở Thừa Thiên - Huế là 26%, 9% và 9% tương ứng.

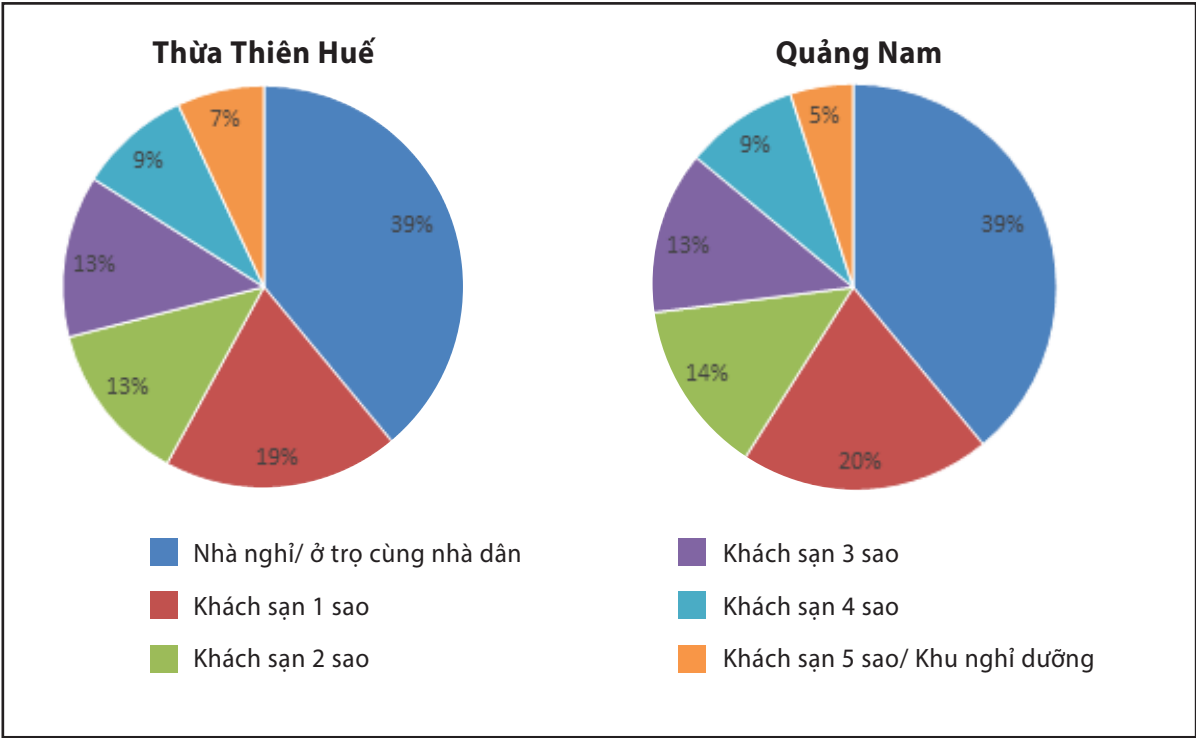
Biểu đồ 17a: Phân bố việc làm trong các công ty tham gia khảo sát theo từng ngành nghề kinh doanh



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

Trong dịch vụ lưu trú, nhà nghỉ và nhà trọ sử dụng số lượng nhân viên lớn nhất trong các doanh nghiệp được khảo sát, lên đến 39% ở cả hai tỉnh. Người lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú (gồm các khách sạn 1 sao và 2 sao) chiếm khoảng 70% tổng số lao động trong các doanh nghiệp được khảo sát.

Biểu đồ 17b: Phân bố việc làm trong các công ty dịch vụ lưu trú được khảo sát



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp cho Báo cáo STED, 2014.

9. CÁC BIỆN PHÁP ĐỀ XUẤT ĐÁP ỨNG NHU CẦU KỸ NĂNG TƯƠNG LAI Ở CÁC TỈNH MỤC TIÊU

Yêu cầu cải thiện kỹ năng trong ngành du lịch Quảng Nam và Thừa Thiên - Huế rất đa dạng và phong phú. Sau khi hoàn tất nghiên cứu ban đầu, ở mỗi tỉnh đã có hai hội thảo tham vấn với các bên có liên quan trong ngành du lịch, chủ yếu là cơ quan Chính phủ, người sử dụng lao động, công đoàn, các cơ sở giáo dục và đào tạo. Dưới đây là danh sách 14 hoạt động với ba bên có liên quan tại địa phương (cơ quan chính quyền cấp tỉnh, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp) được các đại biểu tham gia hội thảo xây dựng và thống nhất.

Số thứ tự	Các hoạt động	Nội dung	Các bên tham gia	Kết quả dự kiến
A. Cơ quan Chính phủ				
1	Đào tạo kỹ năng lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá kế hoạch	Các phương pháp xây dựng kế hoạch ngắn hạn và dài hạn nhằm giám sát quá trình thực hiện và đánh giá thành công/tác động của chúng.	Các chuyên viên Sở VHTTDL và Sở LĐTBXH cùng với đại diện từ các hiệp hội du lịch và hiệp hội người sử dụng lao động/người lao động.	Dự thảo quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và kế hoạch phát triển kỹ năng
2	Đào tạo kỹ năng thu thập và phân tích dữ liệu để lập kế hoạch	Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi khảo sát, phỏng vấn, xử lý số liệu và trình bày	Các chuyên viên Sở VHTTDL và Sở LĐTBXH cùng với đại diện từ các hiệp hội du lịch và hiệp hội người sử dụng lao động/người lao động.	Các mẫu phiếu khảo sát được xây dựng
3	Đào tạo quản lý du lịch và phát triển nguồn nhân lực	Các khóa học ngắn hạn được lựa chọn với các chủ đề cụ thể về quản lý du lịch và phát triển nguồn nhân lực	Các chuyên viên Sở VHTTDL và Sở LĐTBXH cùng với đại diện từ các hiệp hội du lịch và hiệp hội người sử dụng lao động/người lao động.	
4	Đào tạo kỹ năng xúc tiến du lịch	Thiết kế và thực hiện các chiến dịch xúc tiến các điểm đến/sản phẩm mới	Các chuyên viên Sở VHTTDL và Sở LĐTBXH cùng với đại diện từ các hiệp hội du lịch.	Các bài tập được hoàn tất

Lưu ý: Có thể thấy trong các báo cáo Đánh giá nhu cầu đào tạo, các kỹ năng mềm (như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, v.v...) rất cần để cải thiện năng lực của các cán bộ nhà nước (và do đó giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành). Hoạt động phát triển kỹ năng mềm sẽ được lồng ghép vào các hoạt động đào tạo khác được liệt kê ở trên.

B. Cơ sở đào tạo

5	Đào tạo thiết kế chương trình	Giáo viên/giảng viên học cách thiết kế một chương trình mới cho nhu cầu kỹ năng phát sinh	Giáo viên được lựa chọn từ các cơ sở đào tạo/giảng viên trong các doanh nghiệp	Đưa ra các chương trình mẫu
6	Chuẩn bị tài liệu giảng dạy	Giáo viên/giảng viên cập nhật phương pháp giảng dạy mới	Giáo viên được lựa chọn từ các cơ sở đào tạo/giảng viên trong các doanh nghiệp	Đưa ra các tài liệu mẫu
7	Phương pháp giảng dạy	Giáo viên/giảng viên học cách soạn tài liệu giảng dạy cho các chương trình mới	Giáo viên được lựa chọn từ các cơ sở đào tạo/giảng viên trong các doanh nghiệp	Đưa ra các tài liệu mẫu
8	Nâng cao kỹ năng	Giáo viên/giảng viên nâng cao kỹ năng phối hợp với các doanh nghiệp	Giáo viên được lựa chọn từ các cơ sở đào tạo	
9	Hướng nghiệp (phối hợp với Dự án Việc làm cho Thanh niên nông thôn) ¹⁴	Giáo viên học cách thu hút sinh viên tham gia chương trình	Giáo viên được lựa chọn từ các cơ sở đào tạo	

C. Các doanh nghiệp

10	Đào tạo về tiếp thị (đặc biệt là tiếp thị trực tuyến) và quảng bá	Các chủ doanh nghiệp (từ các DN Nhỏ&Vừa) học cách thực hiện có hiệu quả các hoạt động tiếp thị	Các chủ doanh nghiệp được lựa chọn	Đưa ra các bản mẫu
11	Đào tạo kỹ năng chăm sóc khách hàng	Các nhân viên chính học cách chăm sóc khách hàng	Các nhân viên được lựa chọn	
12	Đào tạo giảng viên	Các giảng viên chủ chốt học cách tiến hành đào tạo cho nhân viên mới trong quá trình làm việc	Các nhân viên được lựa chọn	

¹⁴ Dự án Việc làm cho Thanh niên nông thôn là một dự án của ILO tập trung vào hướng nghiệp và tư vấn nghề nghiệp, tăng cường cung cấp thông tin về nghề nghiệp và đào tạo, trang bị các kỹ năng và phương pháp về việc làm bền vững trong phát triển kinh doanh cho thanh niên nông thôn, tạo cơ hội tốt hơn cho họ tiếp cận được với thị trường lao động. Dự án này hỗ trợ tỉnh Quảng Nam và Thừa Thiên-Huế.

13	Phát triển các tài liệu đào tạo để tự học (phối hợp với Dự án Du lịch bền vững)	Một bộ tài liệu tự học sẽ được xây dựng dành cho các doanh nghiệp nhỏ		
14	Đào tạo quản lý tài chính và nhân lực và kỹ năng khởi nghiệp (SYB) và Hiểu biết kinh doanh (KAB)	Các chủ doanh nghiệp (từ các DN Nhỏ&Vừa) học cách quản lý hiệu quả tài chính và nguồn nhân lực và khởi sự doanh nghiệp nhỏ thành công	Các chủ doanh nghiệp được lựa chọn	

Các cán bộ chính quyền địa phương

Trong số bốn biện pháp can thiệp tiềm năng dành cho các cán bộ chính quyền địa phương, cần nhất là các khóa đào tạo lập kế hoạch và thu thập dữ liệu. Chỉ khi các cán bộ nhà nước được trang bị những kỹ năng này họ mới có thể xây dựng các chiến lược và chính sách tốt cho sự phát triển bền vững của ngành. Như đã thấy trong các phân tích trước đây, năng lực cạnh tranh của ngành du lịch ở từng tỉnh bị ảnh hưởng đáng kể bởi kỹ năng hạn chế của các cán bộ phụ trách, và nâng cao kỹ năng cho họ mang lại cơ hội quan trọng để củng cố ngành du lịch tại các tỉnh này.

Các cơ sở đào tạo

Các cơ sở đào tạo không đáp ứng được mong đợi của người sử dụng lao động trong ngành du lịch. Những lĩnh vực mà các cơ sở đào tạo có thể tập trung để cải thiện chất lượng đào tạo bao gồm xây dựng chương trình và tài liệu khoá học, và cải thiện và cập nhật các kỹ năng giảng dạy. Ngoài ra, nếu các trường liên kết chặt chẽ hơn với các doanh nghiệp trong quá trình đào tạo thì sẽ có cơ hội thực hiện các hoạt động giảng dạy phù hợp hơn với nhu cầu, do đó sinh viên tốt nghiệp đáp ứng tốt hơn các kỹ năng cần thiết của ngành.

Các doanh nghiệp

Theo phân tích thiếu hụt năng lực kinh doanh, ưu tiên hàng đầu là các can thiệp nhằm giúp các doanh nghiệp nâng cao kỹ năng tiếp thị, kỹ năng chăm sóc khách hàng và đào tạo nội bộ.

Các khóa đào tạo về kỹ năng tiếp thị có thể tập trung một phần vào tiếp thị trực tuyến, hiệu quả về chi phí ngay cả đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Kết nối Internet ở Việt Nam đủ tốt để chủ các nhà trọ (homestay) ở vùng sâu, vùng xa có thể truy cập.

Các khóa đào tạo cho các doanh nghiệp về kỹ năng chăm sóc khách hàng sẽ nhắm tới các cán bộ chủ chốt trong doanh nghiệp, những người sau này có thể đào tạo những người khác cùng công ty. Thái độ và nhận thức chăm sóc khách hàng đúng đắn phải bắt đầu từ lãnh đạo, để đưa ra chỉ đạo về kỹ năng chăm sóc khách hàng cho nhân viên trong toàn doanh nghiệp.

Các công ty du lịch tại các tỉnh mục tiêu nhận thấy đào tạo nâng cao kỹ năng và đào tạo lại nhân viên để họ thực hiện tốt hơn công việc của mình. Tuy nhiên, ngay cả khi các nhà quản lý và nhóm lãnh đạo trong các doanh nghiệp có kỹ năng chuyên môn tốt thì hầu hết họ không có kỹ năng đào tạo và tư vấn cần để phát triển các kỹ năng cho nhân viên của họ. Đây là một vấn đề, nhất là trong các doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ và vừa không có khả năng thuê giảng viên có chuyên môn. Trong những trường hợp này, cần đào tạo cho giảng viên và huấn luyện kỹ năng để giúp họ phát triển các kỹ năng và kiến thức cho nhân viên tốt hơn và hiệu quả hơn.

10. KHUYẾN NGHỊ CHO CHÍNH SÁCH CẤP QUỐC GIA VÀ CÁC TỈNH KHÁC

Phân tích được thực hiện tại hai tỉnh miền Trung Việt Nam chỉ ra nhu cầu nâng cao chất lượng đào tạo ngành du lịch tại đây, và cũng có thể được áp dụng ở các tỉnh khác. Điều này sẽ phù hợp với các ưu tiên được xác định trong “*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” của Chính phủ, trong đó chú trọng vào nguồn nhân lực:

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch, từ đó đảm bảo về số lượng, chất lượng và tiêu chuẩn đào tạo đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế.
- Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo về du lịch mạnh, 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 tổ chức thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu của ngành phù hợp với tiêu chuẩn khu vực và quốc tế, đặc biệt chú ý tới các nhà quản lý du lịch và lao động lành nghề.
- Đa dạng hóa phương thức đào tạo bao gồm khuyến khích đào tạo tại chỗ và tự đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp.

Mặc dù nghiên cứu này, và các hoạt động can thiệp tiếp theo, tập trung chủ yếu ở cấp tỉnh, thành công ở cấp tỉnh vẫn sẽ có những hạn chế nhất định. Ở cấp quốc gia, chúng ta đặc biệt cần những hoạt động trong các lĩnh vực như thiết lập tiêu chuẩn năng lực kỹ năng nghề và chương trình giảng dạy, xây dựng tiêu chuẩn và cơ chế đào tạo cho giáo viên và giảng viên thực hiện các chương trình giảng dạy chất lượng cao, xác định và chia sẻ các hoạt động kỹ năng hiệu quả giữa các tỉnh.

Tác động ở cấp quốc gia sẽ được thực hiện trong bối cảnh Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề du lịch, trong đó dự kiến góp phần hình thành các tiêu chuẩn kỹ năng và chương trình giảng dạy du lịch khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN. Du lịch là một trong tám nghề thuộc Hiệp định công nhận lẫn nhau.

Hộp 1: Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề du lịch

Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề du lịch, được ký ngày 9 tháng 11 năm 2012 là Hiệp định công nhận lẫn nhau thứ 8 và mới nhất của ASEAN. Đến năm 2015, sáu nước (Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore và Thái Lan) đã hoàn thành các hành động quốc gia được yêu cầu theo quy định tại Điều 9.2 của Hiệp định công nhận lẫn nhau, đó là thành lập Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch và Hội đồng nghề du lịch quốc gia. Nghề du lịch bao gồm đến 32 vị trí nghề. Các vị trí đó gồm dịch vụ khách sạn (lễ tân, buồng phòng, nấu ăn và dịch vụ ăn uống) và các dịch vụ du lịch (đại lý du lịch, và công ty lữ hành). Đối với từng loại dịch vụ, có từ bốn đến bảy cấp độ dịch vụ khác nhau với tổng tất cả là 32. Cần lưu ý là nghề hướng dẫn viên được chủ động loại bỏ trong phạm vi kể trên. Ở một số nước, hướng dẫn viên là một nghề chịu sự quản lý nhằm đảm bảo kiến thức và hiểu biết về lịch sử và văn hóa nước sở tại/khu vực, nhưng Hiệp định công nhận lẫn nhau chỉ bao gồm các nghề không bị quản lý. Hiệp định công nhận lẫn nhau về nghề du lịch chú trọng đến tiêu chuẩn năng lực chung và chương trình giảng dạy chung. Dựa trên Tiêu chuẩn Năng lực chung về nghề Du lịch trong ASEAN, ASEAN thiết lập Chương trình Giảng dạy chung về Du lịch thuộc khối ASEAN. Sử dụng các bộ công cụ, giảng viên nguồn và chuyên gia đánh giá nguồn cho từng vị trí được đào tạo trong khu vực, tiếp theo là đào tạo quốc gia cho các giảng viên và chuyên gia đánh giá. Những giảng viên và chuyên gia đánh giá được công nhận trong khu vực sẽ đào tạo cho nhân viên ngành du lịch. Sau khi hoàn tất đào tạo, người lao động được đánh giá và cấp chứng nhận từ Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch (một cơ quan chính phủ cấp quốc gia). Chỉ khi đó, người lao động mới có thể được công nhận là một “nhân viên ngành du lịch nước ngoài” trong thuật ngữ ASEAN. ASEAN lập Hệ thống đăng ký nghiệp vụ du lịch ASEAN là nền tảng dựa trên web để đăng ký các nhân viên du lịch nước ngoài. Hệ thống này cũng hỗ trợ kết nối người tìm việc (nhân viên du lịch nước ngoài) và nhà tuyển dụng tiềm năng.

Hiệp định công nhận lẫn nhau sẽ mang lại một số lợi ích cho các người lao động và ngành du lịch. Lợi ích đầu tiên là tạo thuận lợi để các nhân viên du lịch tự do làm việc ở bất kỳ đâu dựa vào bằng cấp/chứng chỉ năng lực kỹ năng nghề du lịch. Tuy nhiên, đăng ký ở cấp khu vực không đảm bảo cơ hội việc làm, khi mà chính phủ nước sở tại có quyền xem xét có nên công nhận đủ điều kiện làm việc trong nước hay không. Mặt khác, thỏa thuận công nhận khu vực có thể giúp nhà tuyển dụng (ví dụ, khách sạn) tìm được từ các nước thành viên ASEAN khác, những người đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định bằng cách làm giảm đáng kể chi phí thông tin. Những lợi ích khác ngoài tính tự do di chuyển tìm việc đối với các nhân viên như: (1) tăng cường tính thống nhất đào tạo/giáo dục dựa trên năng lực, (2) công nhận kỹ năng của các nhân viên du lịch, (3) nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, và (4) nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Hiệp định công nhận lẫn nhau ASEAN đang hoạt động như một sáng kiến khu vực nhằm thiết lập và tăng cường các tiêu chuẩn chất lượng trong nghề vốn không được kiểm soát này.¹⁵

¹⁵ Fukunaga, Đánh giá sự tiến bộ của Hiệp định công nhận lẫn nhau trong ASEAN về dịch vụ chuyên nghiệp, năm 2015.

Tài liệu tham khảo

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (MoCST). 2011. *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2020, tầm nhìn 2030*. Truy cập tại: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/docs/436> [ngày 10/5/2016]

_____. 2014. *Báo cáo Du lịch thường niên Việt Nam 2014*.

Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP). 2013. *Báo cáo Phát triển con người 2013*. Truy cập tại: http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf [ngày 10/5/2016]

Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF). 2013. *Báo cáo khả năng cạnh tranh ngành Du lịch và Lữ hành 2013*. Truy cập tại: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf [ngày 10/5/2016]

Fukunaga, Y. 2015. *Đánh giá quá trình thực hiện Hiệp định công nhận lẫn nhau trong ASEAN về dịch vụ chuyên nghiệp, Tham luận tại Viện Nghiên cứu Kinh tế của ASEAN và Đông Á*. Truy cập tại: <http://www.eria.org/ERIA-DP-2015-21.pdf> [ngày 10/5/2016]

Kĩ năng làm việc thúc đẩy thương mại và Đa dạng hóa kinh tế (STED). 2014. (không xuất bản) Điều tra doanh nghiệp.

Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO). 2008. *Báo cáo Du lịch của UNWTO năm 2008*. Truy cập tại: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2008.pdf [ngày 10/5/2016]

_____. 2010. *Báo cáo Du lịch của UNWTO năm 2010*. Truy cập tại: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413720> [ngày 10/5/2016]

_____. 2015. *Báo cáo Du lịch của UNWTO năm 2008*. Truy cập tại: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> [ngày 10/5/2016]

Tổng cục Thống kê Việt Nam (GSO). 2006. *Kết quả điều tra chi tiêu của du khách năm 2005, Nhà xuất bản Thống kê*.

_____. 2010. *Kết quả điều tra chi tiêu của du khách năm 2009, Nhà xuất bản Thống kê*.

_____. 2014. *Niên giám Thống kê Việt Nam 2013, Nhà xuất bản Thống kê*.

Trung tâm Thông tin, Tổng cục Du lịch Việt Nam (VNAT). 2013. *Số liệu thống kê du lịch chủ yếu từ 2000 đến 2012, Nhà xuất bản Thanh niên*.

PHỤ LỤC A

Quy mô mẫu khảo sát phỏng vấn doanh nghiệp ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam

CƠ CẤU DOANH NGHIỆP THEO PHIẾU KHẢO SÁT TẠI THỪA THIÊN - HUẾ

Ngành kinh doanh		Số DN được phỏng vấn	Tổng số DN trong tỉnh	Chú thích
Công ty lữ hành		10	52	không tính bộ phận lữ hành trong khách sạn
Vận chuyển		10	47	không tính bộ phận vận chuyển trong khách sạn
- Nhà hàng		20	149	không tính bộ phận nhà hàng trong khách sạn
Khách sạn	5 sao	5	5	
	4 sao	7	7	
	3 sao	10	10	
	2 sao	10	18	
	1 sao	15	75	
	Nhà nghỉ	30	321	
Tổng số DN		117		

CƠ CẤU SỐ DOANH NGHIỆP THEO PHIẾU KHẢO SÁT TẠI QUẢNG NAM

Ngành kinh doanh		Số DN được phỏng vấn	Tổng số DN trong tỉnh	Chú thích
Công ty lữ hành		10	37	không tính bộ phận lữ hành trong khách sạn
Vận chuyển		10	n/a	
- Nhà hàng		20	n/a	
Khách sạn	5 sao	4	4	
	4 sao	7	11	
	3 sao	10	11	
	2 sao	11	24	
	1 sao	15	17	
	Loại hình khác	30	33	
Tổng số DN		117		

Số lượng doanh nghiệp chia theo hạng mục khác nhau ở mỗi tỉnh, do đó chúng tôi cố gắng phỏng vấn cùng số lượng doanh nghiệp theo mỗi hạng mục từ cả hai tỉnh. Mặc dù hầu hết các doanh nghiệp ở Thừa Thiên - Huế chủ yếu ở thành phố Huế và hầu hết các doanh nghiệp ở Quảng Nam chủ yếu ở thành phố Hội An, chúng tôi cố gắng phỏng vấn doanh nghiệp ở các huyện của hai tỉnh để mẫu mang tính đại diện hơn.

PHỤ LỤC B

Dữ liệu thống kê về ba tỉnh mục tiêu

Bảng B.1: Số lượng du khách quốc tế đến Thừa Thiên-Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa và tỷ trọng trong tổng số lượt khách đến Việt Nam, giai đoạn 2005-2013

Đơn vị: lượt, %, Nguồn: Tổng cục Thống kê và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên - Huế	369 000	666 590	607 022	612 463	653 856	730 490	748 089
Thị phần	10,61%	15,76%	16,09%	12,13%	10,87%	10,67%	9,88%
Quảng Nam*	712 529	1 005 543	1 102 918	1 162 362	1 286 455	1 384 342	1 634 938
Thị phần	20,49%	23,78%	29,24%	23,02%	21,39%	20,22%	21,59%
Khánh Hòa	248 578	281 586	281 850	387 271	440 569	530 660	708 981
Thị phần	7,15%	6,66%	7,47%	7,67%	7,33%	7,75%	9,36%

* Tổng số du khách quốc tế = du khách nghỉ đêm + du khách ban ngày

Bảng B.2: Thị trường quốc tế lớn về khách du lịch đến Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa và thị phần tại Việt Nam, giai đoạn 2007-2013

Đơn vị: lượt, %, Nguồn: Tổng cục Thống kê và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

STT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên - Huế								
1	Vương quốc Anh	31 663	29 021	41 637	39 859	43 642	44 758	52 673
	Thị phần (%)	29,46	27,10	36,05	28,64	27,92	26,27	28,52
2	Canada	14 598	13 759	16 251	n/a	17 494	16 832	16 777
	Thị phần (%)	16,32	15,85	19,20	n/a	16,44	14,82	15,98
3	Đức	49 394	59 939	53 064	46 989	46 063	52 824	54 130
	Thị phần (%)	48,51	58,32	52,11	38,15	40,43	49,55	55,42
4	Mỹ	36 396	48 789	51 577	43 837	44 479	43 010	41 035
	Thị phần (%)	8,91	11,76	12,80	10,17	10,11	9,69	9,49
5	Nhật Bản	22 397	26 569	29 531	26 802	27 195	33 937	33 022
	Thị phần (%)	5,35	6,76	8,28	6,06	5,65	5,89	5,47
6	Pháp	106 988	122 803	106 691	102 241	102 233	107 437	105 235
	Thị phần (%)	65,32	67,45	61,69	51,29	48,35	48,90	50,12

STT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
7	Thái Lan	165 248	15 902	89 992	113 796	122.516	128 019	130 943
	<i>Thị phần (%)</i>	98,93	8,72	56,40	51,07	67,01	56,68	48,68
8	Thụy Sĩ	5 133	2 768	9 279	n/a	8.307	n/a	9 056
	<i>Thị phần (%)</i>	24,22	14,05	47,11	n/a	32,53	n/a	31,86
9	Úc	55 994	34 635	56 561	58 691	64.355	64 253	4 606
	<i>Thị phần (%)</i>	24,93	14,76	26,05	21,10	22,21	22,17	1,44
Quảng Nam*								
1	Úc	64 674	4 954	1 812	6 463	65 809	90 625	102 643
	<i>Thị phần (%)</i>	28,79	2,11	0,83	2,32	22,71	31,27	32,11
2	Pháp	63 873	24 927	8 807	54 808	52 984	64 897	8 361
	<i>Thị phần (%)</i>	39,00	13,69	5,09	27,49	25,06	29,54	3,98
3	Vương quốc Anh	34 168	9 494	2 153	37 309	34 103	50 582	75 463
	<i>Thị phần (%)</i>	31,79	8,87	1,86	26,81	21,82	29,69	40,87
4	Đức	36 533	7 985	4 428	36 679	29 885	45 972	50 286
	<i>Thị phần (%)</i>	35,88	7,77	4,35	29,78	26,23	43,12	51,48
5	Mỹ	36 406	17 828	9 432	26 137	24 496	34 261	37 064
	<i>Thị phần (%)</i>	8,92	4,30	2,34	6,06	5,57	7,72	8,58
6	Nhật Bản	15 005	14 454	11 868	17 854	17 531	20 953	27 915
	<i>Thị phần (%)</i>	3,59	3,68	3,33	4,04	3,64	3,64	4,62
7	Tây Ban Nha	21 252	5 864	3 144	1 451	11 598	17 581	18 565
	<i>Thị phần (%)</i>	81,98	23,86	14,87	4,90	35,71	56,16	55,95
8	Hà Lan	13 355	7 874	5 044	13 532	12 577	17 254	17 096
	<i>Thị phần (%)</i>	36,57	22,23	14,52	30,93	27,93	37,62	36,06
9	Trung Quốc	5 468	10 999	5 528	7 991	8 898	13 343	33 791
	<i>Thị phần (%)</i>	0,95	1,71	1,07	0,88	0,63	0,93	1,77
Khánh Hòa								
1	Nga	17 546	17.507	19 958	29 663	34 317	82 992	148 932
	<i>Thị phần (%)</i>	40,52	35,73	30,15	35,85	42,52	47,62	43,52
2	Úc	27 568	28.101	26 973	31 626	35 467	44 775	43 305
	<i>Thị phần (%)</i>	12,27	11,97	12,42	11,37	12,24	15,45	13,55
3	Mỹ	33 343	41.299	28 154	36 092	32 448	34 666	35 631
	<i>Thị phần (%)</i>	8,17	9,96	6,99	8,37	7,38	7,81	8,24

STT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
4	Hàn Quốc	9 346	12 218	9 271	13 812	15 412	25 654	34 759
	Thị phần (%)	1,97	2,72	2,57	2,79	2,87	3,66	4,64
5	Pháp	24 426	26 697	23 704	33 185	30 813	25 431	31 990
	Thị phần (%)	14,91	14,66	13,70	16,65	14,57	11,57	15,24
6	Vương quốc Anh	16 281	23 049	23 064	27 800	28 424	23 998	29 290
	Thị phần (%)	15,15	21,52	19,97	19,98	18,19	14,09	15,86
7	Đức	20 093	17 763	21 462	24 003	22 583	21 466	28 099
	Thị phần (%)	19,73	17,28	21,08	19,49	19,82	20,14	28,77
8	Trung Quốc	12 390	14 680	10 411	11 617	13 211	22 428	27 786
	Thị phần (%)	2,16	2,28	2,01	1,28	0,93	1,57	1,46
9	Nhật Bản	17 718	15 183	14 238	24 595	21 600	23 681	26 108
	Thị phần (%)	4,24	3,86	3,99	5,56	4,49	4,11	4,32
10	Canada	14 936	14 559	9 691	13 042	16 944	17 351	18 252
	Thị phần (%)	16,69	16,77	11,45	12,77	SS	15,28	17,39

* Chỉ tính du khách nghỉ đêm

Bảng B.3 Các thị trường lớn về du khách quốc tế đến Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa tính theo thị phần tại mỗi tỉnh, giai đoạn 2007-2013

Đơn vị: %, Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

STT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên Huế								
1	Vương quốc Anh	4,75	3,67	6,86	6,51	6,67	6,13	7,04
2	Canada	2,19	1,74	2,68	0,00	2,68	2,30	2,24
3	Đức	7,41	7,58	8,74	7,67	7,04	7,23	7,24
4	Mỹ	5,46	6,17	8,50	7,16	6,80	5,89	5,49
5	Nhật Bản	3,36	3,36	4,86	4,38	4,16	4,65	4,41
6	Pháp	16,05	15,53	17,58	16,69	15,64	14,71	14,07
7	Thái Lan	24,79	2,01	14,83	18,58	18,74	17,53	17,50
8	Thụy Sĩ	0,77	0,35	1,53	0,00	1,27	0,00	1,21
9	Úc	8,40	4,38	9,32	9,58	9,84	8,80	0,62
10	Thị trường khác	26,82	34,67	25,11	29,43	27,16	38,37	40,18

STT		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Quảng Nam*								
1	Úc	14,10	1,27	0,43	13,68	19,95	16,75	15,37
2	Pháp	13,92	6,38	2,08	11,60	16,06	11,99	12,52
3	Vương quốc Anh	7,45	2,43	0,51	7,90	10,34	9,35	11,30
4	Đức	7,96	2,04	1,05	7,77	9,06	8,49	7,53
5	Mỹ	7,94	4,56	2,23	5,53	7,43	6,33	5,55
6	Nhật Bản	3,27	3,70	2,81	3,78	5,32	3,87	4,18
7	Tây Ban Nha	4,63	1,50	0,74	3,07	3,52	3,25	2,78
8	Hà Lan	2,91	2,02	1,19	2,86	3,81	3,19	2,56
9	Trung Quốc	1,19	2,82	1,31	1,69	2,70	2,47	5,06
10	Thị trường khác	36,62	73,28	87,65	42,11	21,82	34,32	33,15
Khánh Hòa								
1	Nga	6,23	5,54	7,08	7,66	7,79	15,64	21,01
2	Úc	9,79	8,89	9,57	8,17	8,05	8,44	6,11
3	Mỹ	11,84	13,06	9,99	9,32	7,37	6,53	5,03
4	Hàn Quốc	3,32	3,86	3,29	3,57	3,50	4,83	4,90
5	Pháp	8,67	8,44	8,41	8,57	6,99	4,79	4,51
6	Vương quốc Anh	5,78	7,29	8,18	7,18	6,45	4,52	4,13
7	Đức	7,14	5,62	7,61	6,20	5,13	4,05	3,96
8	Trung Quốc	4,40	4,64	3,69	3,00	3,00	4,23	3,92
9	Nhật Bản	6,29	4,80	5,05	6,35	4,90	4,46	3,68
10	Canada	5,30	4,60	3,44	3,37	3,85	3,27	2,57
11	Thị trường khác	31,23	33,25	33,68	36,62	42,98	39,24	40,17

* Chỉ tính du khách nghỉ đêm

Bảng B.4: Du khách nội địa đến Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa và thị phần tại Việt Nam, giai đoạn 2005-2013

Đơn vị: lượt, %, Nguồn: Tổng cục Thống kê và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên - Huế	681 000	851 200	828 887	973 970	950 494	999 050	1 023 502
Thị phần	4,26%	4,43%	3,32%	3,48%	3,17%	3,07%	2,92%
Quảng Nam*	649 597	1 098 665	1 197 740	1 229 315	1 259 366	1 433 971	1 802 186
Thị phần	4,06%	5,72%	4,79%	4,39%	4,20%	4,41%	5,15%
Khánh Hòa	653 890	1 078 065	1 329 032	1 453 524	1 740 337	1 787 290	2 291 141
Thị phần	4,09%	5,61%	5,32%	5,19%	5,80%	5,50%	6,55%

* Tổng số du khách nội địa = du khách nội địa nghỉ đêm + du khách nội địa ban ngày

Bảng B.5: Các thị trường chính về du khách nội địa chính đến Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa năm 2013

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Thừa Thiên - Huế	Quảng Nam	Khánh Hòa
Hà Nội	Hà Nội	Hà Nội
Thành phố Hồ Chí Minh	Thành phố Hồ Chí Minh	Thành phố Hồ Chí Minh
		Khu vực Tây Nguyên

Bảng B.6: Số cơ sở lưu trú và phòng trọ ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa, giai đoạn 2005-2013

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

	2005		2007		2009		2010		2011		2012		2013	
	Tổng số cơ sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú	Tổng số phòng sở lưu trú
Thừa Thiên- Huế	132	3 734	151	4 761	293	6 409	313	7 284	439	7 723	531	9 543	534	9 678
Quảng Nam	83	2 939	93	3 513	102	3 879	104	3 993	108	4 327	115	4 644	122	4 934
Khánh Hòa	320	7 691	387	8 890	409	10 200	455	11 730	503	12 048	511	12 722	543	14 949

Bảng B.7: Cơ sở lưu trú ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa chia theo hạng mục, giai đoạn 2005 - 2013

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Tỉnh	Hạng mục	2005	2007	2009	2011	2013
Thừa Thiên- Huế	Khách sạn 5 sao	0	1	3	4	4
	Khách sạn 4 sao	3	6	7	9	9
	Khách sạn 3 sao	4	6	6	11	11
	Khách sạn 1-2 sao	25	21	22	64	73
	Nhà nghỉ	62	67	60	101	100
	Loại hình khác	38	50	195	250	337
Quảng Nam*	Khách sạn 5 sao	1	1	3	3	4
	Khách sạn 4 sao	8	9	9	11	13
	Khách sạn 3 sao	4	7	7	11	11
	Khách sạn 1-2 sao	17	28	37	37	42
	Loại hình khác	53	48	46	46	52
Khánh Hòa	Khách sạn 5 sao	1	2	4	6	7
	Khách sạn 4 sao	3	3	2	5	6
	Khách sạn 3 sao	5	6	12	24	35
	Khách sạn 1-2 sao	104	131	153	184	225
	Nhà nghỉ	45	85	18	16	18
	Loại hình khác	156	144	220	268	254

* Chú thích: Không có số lượng nhà nghỉ ở Quảng Nam

Bảng B.8: Tỷ lệ lấp đầy phòng nghỉ ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa, giai đoạn 2004-2013

Đơn vị: %; Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Tỉnh	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên- Huế	65,0	72,0	72,0	72,0	65,0	55,0	52,0	57,0	54,0	55,0
Quảng Nam	43,4	46,4	50,8	57,8	55,0	56,0	52,0	56,6	60,7	63,0
Khánh Hòa	n/a	43,0	47,0	50,0	55,0	58,0	62,0	67,0	62,0	61,0

Bảng B.9: Chi tiêu của du khách ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa năm 2009 và năm 2013

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Chi tiêu hàng ngày của du khách quốc tế (du lịch cá nhân). Đơn vị: USD

Tổng số tiền			Phân theo						
		Lưu trú	Thực phẩm	Vận chuyển	Tham quan	Mua sắm	Giải trí	Chữa bệnh	Khác
2009									
Thừa Thiên - Huế	69,23	16,09	13,34	10,69	9,32	10,62	3,78	0,3	5,09
Quảng Nam	134,31	30,84	23,79	10,77	12,8	43,2	6,57	3,51	2,82
Khánh Hòa	86,26	19,6	18,95	11,24	11,59	12,08	6,34	0,51	5,94
2013									
Thừa Thiên - Huế	70,6	15,5	15,3	14,2	9,0	9,8	3,7	0,2	2,9
Quảng Nam	75,9	22,6	17,6	9,2	4,7	17,9	1,5	0,4	2,1
Khánh Hòa	86,2	22,1	21,7	14,3	10,5	10,1	4,1	0,4	3,1

Chi tiêu hàng ngày của du khách nội địa (du lịch cá nhân). Đơn vị: 1.000 đồng

Tổng số tiền		Phân theo							
		Lưu trú	Thực phẩm	Vận chuyển	Tham quan	Mua sắm	Giải trí	Chữa bệnh	Khác
2009									
Thừa Thiên - Huế	832,02	186,49	180,12	221,14	79,7	105,46	19,48	3,31	36,31
Quảng Nam	555,8	154,33	123,00	158	26,51	67,5	8,43	1,53	16,53
Khánh Hòa	750,7	138,7	176,1	172,31	115,43	81,84	25,6	4,97	35,77
2013									
Thừa Thiên - Huế	956,1	191,2	219,9	221,5	102,3	144,3	26,5	9,0	41,5
Quảng Nam	996,6	277,2	214,7	167,1	94,9	178,6	17,2	5,8	41,2
Khánh Hòa	1 568,7	429,6	376,1	196,3	222,4	226,7	43,7	6,6	27,3

Bảng B.10: Số lao động trong ngành du lịch ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa, giai đoạn 2004-2013

Đơn vị: người; Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Tỉnh	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thừa Thiên- Huế	4 000	4 530	5 000	5 300	6 830	7 150	8 100	9 600	9 550	10 050
Quảng Nam	2 072	3 280	4 321	5 000	5 641	6 800	8 000	9 500	11 500	13 000
Khánh Hòa	n/a	n/a	11 841	12 394	13 121	13 650	14 168	17 895	18 468	19 165

Bảng B.11: Số lao động phân theo trình độ ở Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam và Khánh Hòa, giai đoạn 2004-2013

Đơn vị: %; Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Tỉnh	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Thừa Thiên- Huế	Sau đại học	0,05	0,18	0,26	0,25	0,26	0,29	0,38	0,40	0,46	0,50
	Đại học và cao đẳng	19,00	19,01	20,00	20,00	21,00	22,00	23,00	24,00	25,01	26,00
	Văn bằng	46,00	47,99	48,00	49,00	50,00	50,00	51,00	53,00	54,00	52,00
	Chứng chỉ	14,00	15,01	14,00	15,00	15,01	15,01	16,00	14,00	14,00	13,00
	Không qua đào tạo	20,95	17,81	17,76	15,75	13,73	12,70	9,62	8,60	6,54	8,50
Quảng Nam	Sau đại học và đại học	8,25	8,85	9,27	9,85	10,06	11,57	11,75	12,25	12,37	13,50
	Cao đẳng và văn bằng	15,05	16,06	17,75	17,50	18,90	19,45	20,47	22,80	23,50	25,06
	Chứng chỉ	52,65	48,62	45,06	44,89	42,25	40,87	38,50	37,02	36,07	35,80
	Khác	24,05	26,47	27,92	27,76	28,25	28,11	29,28	27,93	28,06	25,64
	Sau đại học	n/a	n/a	0,80	0,85	0,84	0,88	0,85	0,87	0,87	0,90
Khánh Hòa	Đại học và cao đẳng	n/a	n/a	23,68	23,93	23,98	26,75	28,38	26,62	26,38	25,82
	Văn bằng	n/a	n/a	19,59	19,95	1,99	20,40	20,43	20,60	20,40	19,87
	Khác	n/a	n/a	18,77	17,97	17,28	17,93	17,65	16,52	17,88	18,39
	Không qua đào tạo	n/a	n/a	37,16	37,30	38,01	34,04	32,69	35,39	34,46	35,01

Bảng B.12: Hướng dẫn viên có giấy phép ở Thừa Thiên - Huế; Quảng Nam và Khánh Hòa

Đơn vị: Người, Nguồn: Tổng cục Du lịch

Tỉnh	2010		2011		2012	
	Tổng số	Tỷ trọng	Tổng số	Tỷ trọng	Tổng số	Tỷ trọng
Toàn quốc	5 894	100,00%	3 383	100,00%	3 004	100,00%
Thừa Thiên- Huế	401	6,80%	114	3,37%	169	5,63%
Quảng Nam	75	1,27%	77	2,28%	30	1,00%
Khánh Hòa	132	2,24%	162	4,79%	145	4,83%

PHỤ LỤC C

CAN THIỆP TỪ ILO - KẾT QUẢ VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Dựa trên danh sách gồm 14 can thiệp tiềm năng được tất cả các bên có liên quan tại các hội thảo chấp thuận, và dựa trên cơ chế bổ sung được xác định sau đó thông qua làm việc với các bên liên quan, ILO đã hỗ trợ kỹ thuật để thực hiện các hoạt động chú trọng kỹ năng. Hỗ trợ được thực hiện đối với tất cả các bên có liên quan. Phát huy các dự án ILO khác ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam (*"Chương trình Việc làm cho thanh niên nông thôn"* và *"Du lịch bền vững và có trách nhiệm ở miền Trung Việt Nam"*), các dự án này hợp tác với nhau như "Một ILO" để hỗ trợ kỹ thuật cho các bên có liên quan trong ngành du lịch.

Các hoạt động được thực hiện nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch thông qua phát triển nguồn nhân lực tại tất cả các nhóm liên quan: doanh nghiệp, người lao động, cơ sở đào tạo và cơ quan chính quyền địa phương.

C.1 Can thiệp đối với người sử dụng lao động

Trong nhiều thập kỷ theo nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung, các trường học đào tạo mà không quan tâm đến nhu cầu của các doanh nghiệp. Giờ đây, khi phải có các chương trình đào tạo theo nhu cầu, một trong những vấn đề khó khăn nhất là làm thế nào các doanh nghiệp và cơ sở đào tạo có thể hợp tác trong đào tạo. ILO đã làm việc với người sử dụng lao động và cơ sở đào tạo để thúc đẩy hợp tác giữa hai bên. Theo đó, các hiệp hội du lịch và các doanh nghiệp du lịch tại các tỉnh mục tiêu đã ký kết Biên bản ghi nhớ với các cơ sở đào tạo khác nhau để hợp tác vì lợi ích chung. Với sự tham gia của các doanh nghiệp, đào tạo sẽ sát với nhu cầu và chất lượng sẽ được cải thiện. Vì vậy, các doanh nghiệp sẽ có thể tuyển dụng nhân viên có kỹ năng tốt hơn.

Đối với chủ sở hữu các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, ILO đã xây dựng một bộ tài liệu đào tạo tự học hướng dẫn họ cải thiện các kỹ năng phục vụ du khách và thực hiện thí điểm các tài liệu này trong khuôn khổ dự án. Ngoài ra, dự án đã làm việc với Liên minh Hợp tác xã tỉnh Quảng Nam (cơ quan đại diện cho chủ Doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ) đào tạo khoảng 90 chủ doanh nghiệp về homestay, thủ công mỹ nghệ và nhà hàng (30 chủ doanh nghiệp cho mỗi nghề) theo chương trình thí điểm trước khi nhân rộng ra toàn quốc. Điều này đã được thống nhất với Tổng cục Du lịch, và góp phần hỗ trợ *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* tập trung phát triển mô hình tự đào tạo như là một phần trong nỗ lực học hỏi.

Ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam, dự án hợp tác với các hiệp hội du lịch và các cơ sở đào tạo tổ chức ngày hội nghề nghiệp cho sinh viên, tại đây quản lý từ các doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm với sinh viên, cũng như thực hiện phỏng vấn các ứng viên tiềm năng cho vị trí tuyển dụng trong các công ty của mình.

C.2 Can thiệp đối với người lao động

Hai nhóm hoạt động can thiệp được thực hiện trực tiếp hơn để giải quyết kỹ năng của người lao động.

- ***Đào tạo Hướng dẫn Di Sản Thế Giới cho hướng dẫn viên du lịch:*** Dựa trên đề nghị từ các công ty lữ hành, các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam, ILO đã phối hợp với Văn phòng UNESCO tại Việt Nam tổ chức bốn khóa đào tạo về Hướng dẫn Di sản Thế giới cho khoảng 100 hướng dẫn viên. Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam nổi tiếng với di sản thế giới (cố đô Huế, phố cổ Hội An và di tích Mỹ Sơn) và là những điểm đến hấp dẫn lớn đối với du khách. Tuy nhiên, hiểu biết hạn chế của hướng dẫn viên du lịch đã ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm của du khách tại các địa điểm này. ILO và UNESCO nhận thấy cần cải thiện kỹ năng trong lĩnh vực này để nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch của miền Trung Việt Nam. Để đảm bảo can thiệp bền vững, hoạt động hợp tác đầu tiên đã đào tạo gần 20 giảng viên địa phương về Hướng dẫn Di sản thế giới và một số được đào tạo tiếp để có thể trở thành giảng viên nguồn cho các lớp tương tự trong tương lai. Sự thành công của khóa học đã thu hút Vietravel, công ty lữ hành lớn có chi nhánh tại thành phố Đà Nẵng, đề nghị ILO và UNESCO hỗ trợ tổ chức khóa đào tạo riêng về Hướng dẫn Di sản Thế giới cho hướng dẫn viên du lịch của họ với nguồn kinh phí tự chi trả.
- ***Đào tạo tiếng Nga căn bản cho nhân viên trong các doanh nghiệp thuộc ngành du lịch tại tỉnh Khánh Hòa:*** Từ tham vấn với nhà tài trợ (Đại sứ quán Nga tại Việt Nam), dự án nhận thấy nhu cầu cải thiện dịch vụ đối với khách hàng nói tiếng Nga ở tỉnh Khánh Hòa thuộc khu vực miền Trung Việt Nam, nơi số lượng du khách Nga tăng nhanh. Rào cản ngôn ngữ đã gây ra hiểu lầm hoặc thông tin sai lệch giữa du khách Nga và nhân viên khách sạn, nhà hàng, cửa hàng và vận chuyển. Sau khi tham vấn với các bên có liên quan trong tỉnh, dự án chấp thuận hỗ trợ ngành du lịch bằng việc cung cấp những lớp học tiếng Nga cho nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn thí điểm. ILO đã làm việc với Trường Cao Đẳng nghề Du lịch Nha Trang trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa tổ chức sáu khóa học tiếng Nga căn bản cho khoảng 180 học viên là nhân viên trong các doanh nghiệp liên quan tới du lịch. Học viên được giảng dạy bởi các giáo viên Việt Nam giàu kinh nghiệm và có cơ hội thực hành tiếng Nga với người Nga bản xứ làm việc tại thành phố Nha Trang. Thông qua đào tạo, hầu hết các học viên có thể sử dụng tiếng Nga căn bản trong công việc hằng ngày. ILO cũng hỗ trợ trường Trường Cao Đẳng nghề Du lịch Nha Trang biên soạn và in 500 cuốn Sổ tay thành ngữ Nga-Việt, giúp cải thiện giao tiếp bằng cách ghi ra các thành ngữ thường dùng với du khách. Những cuốn sổ tay này cũng được thiết kế để sử dụng làm tài liệu tự học.

C.3 Can thiệp đối với các cơ sở đào tạo

Một trong những mục tiêu của dự án là nâng cao chất lượng đào tạo theo nhu cầu trong hoạt động giáo dục và đào tạo kỹ thuật và dạy nghề chính quy. Các hội thảo tham vấn xác định đây là một nhu cầu rõ ràng ở hai tỉnh mục tiêu. Dự án hỗ trợ các cơ sở đào tạo trong các hoạt động sau:

- **Nâng cao kỹ năng thực hành và kỹ năng giảng dạy cho giáo viên:** Kỹ năng thực hành và kỹ năng giảng dạy không đạt yêu cầu được coi là nguyên nhân khiến chất lượng đào tạo thấp. Nếu bản thân các giáo viên không thể thực hiện tốt các kỹ năng, họ sẽ khó hướng dẫn sinh viên đạt được mức kỹ năng theo yêu cầu của doanh nghiệp. Đây là lý do chính vì sao hầu hết các trường tại hội thảo tham vấn yêu cầu ILO hỗ trợ họ đào tạo cho giáo viên. Tại thành phố Huế có một trung tâm đào tạo nghề du lịch theo chuẩn VTOS (Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam) rất nổi tiếng là Trường Cao đẳng nghề Du lịch Huế. Trường cao đẳng này được trang bị thiết bị giảng dạy cập nhật và hầu hết giáo viên được chứng nhận là giảng viên VTOS. Ngoài ra, tất cả các chương trình đào tạo tại trường cao đẳng này được Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội công nhận.

Khoảng 30 giáo viên từ sáu cơ sở đào tạo ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam tham gia các khóa đào tạo về lễ tân, dịch vụ ăn uống và chế biến thức ăn. Những người tham gia phải vượt qua kỳ thi lý thuyết và thực hành để được cấp giấy chứng nhận tốt nghiệp. Hầu hết tất cả các giáo viên tham gia đều đủ điều kiện nhận chứng chỉ sau khi thi.

- **Đào tạo cán bộ làm công tác hướng nghiệp:** Hệ thống đào tạo nghề tại Việt Nam đang đối mặt với vấn đề tỷ lệ tuyển sinh thấp. Vấn đề càng trầm trọng hơn khi xã hội không biết đến các chương trình liên quan đến du lịch cũng như lợi thế của các kỹ năng được công nhận. Để hỗ trợ giải quyết vấn đề này, dự án đã phối hợp cùng dự án Việc làm cho Thanh niên Nông thôn hỗ trợ đào tạo giáo viên hướng nghiệp. Với những kỹ năng và kiến thức có được sau khóa học, giáo viên sẽ có thể thu hút nhiều học viên cho các chương trình đào tạo nghề bằng cách cung cấp cho học viên (và cha mẹ của họ) thông tin về cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp và định hướng học tập và nghề nghiệp rõ ràng trong tương lai. Trong năm qua, các trường đã có phản hồi tích cực, lãnh đạo hầu hết các trường nhận thấy kỹ năng hướng nghiệp của các giáo viên đã giúp họ thu hút nhiều học viên hơn.

C.4 Can thiệp đối với các cơ quan chính quyền địa phương

Các cơ quan chính quyền địa phương được hỗ trợ bao gồm Sở Lao động, Thương binh và Xã hội và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ở hai tỉnh thí điểm. Trong một số trường hợp, chuyên viên từ Tổng cục Dạy nghề cũng được mời tham gia vào các hoạt động của dự án.

Các hoạt động hỗ trợ từ ILO đối với các cơ quan chính quyền địa phương tập trung chủ yếu vào công tác nâng cao năng lực cho các chuyên viên về quy hoạch du lịch và thu thập và phân tích dữ liệu. Các kỹ năng này đối với cán bộ địa phương vẫn bị coi là yếu kém. Các khóa đào tạo xoay quanh việc xây dựng các kỹ năng cần có để quy hoạch phát triển du lịch, và sau đó áp dụng những kỹ năng này để đưa ra các quy hoạch phát triển du lịch ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam. Các quy hoạch tổng thể này được dùng để định hướng phát triển ngành du lịch trong thập kỷ tới. Quan trọng hơn, khi các chuyên viên được trang bị các kỹ năng lập kế hoạch và kỹ năng phân tích dữ liệu, họ sẽ có khả năng điều chỉnh, sửa đổi hoặc cập nhật các kế hoạch trong tương lai khi cần.

C.5 Can thiệp đối với tất cả các bên có liên quan

Một hoạt động quan trọng khác là thực hiện khảo sát, học tập kinh nghiệm tại Penang, Malaysia, một điểm du lịch quan trọng và là di sản thế giới. Chuyến công tác này đã giới thiệu một mô hình tốt mà ngành du lịch Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam, vốn là quê hương của các di sản thế giới, có thể học hỏi. Cán bộ địa phương, đại diện người sử dụng lao động và người lao động đã gặp gỡ với các đối tác và trao đổi kinh nghiệm quy hoạch du lịch và đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Bài học kinh nghiệm trong chuyến tham quan khảo sát cho phép các bên có liên quan hoàn thiện quy hoạch tổng thể du lịch của tỉnh mình.

C.6 Bài học kinh nghiệm từ việc thực hiện các khuyến nghị

Bài học quan trọng được rút ra là một dự án hợp tác kỹ thuật đơn lẻ với quy mô khiêm tốn tại cấp tỉnh không thể cung cấp tất cả các kỹ năng thiết yếu để đáp ứng với nhu cầu của ngành du lịch địa phương. Hầu hết yêu cầu kỹ năng đối với du lịch Việt Nam phải được thực hiện ở cấp quốc gia, trong các lĩnh vực bao gồm thiết lập tiêu chuẩn năng lực và chương trình giảng dạy chung, và thiết lập một cơ chế để định hướng chính sách kỹ năng du lịch cho Việt Nam trong tương lai.

Ngay cả với các kỹ năng có thể đạt được ở cấp tỉnh, việc xác định và sắp xếp thứ tự ưu tiên các hoạt động hỗ trợ phục vụ mục tiêu bền vững trong dài hạn cũng rất khó khăn. Xét cho cùng thì việc phát triển kỹ năng phải nhận được hỗ trợ từ cả phía chính phủ, người sử dụng lao động, người lao động và học viên. Vai trò hỗ trợ kỹ thuật trong giáo dục và đào tạo không phải là nhằm trang trải chi phí cho các hoạt động đào tạo mà người học thấy cần phải có. Thành công của việc hỗ trợ không chỉ bởi vì nhận được sự đồng thuận từ các bên có liên quan và đối tượng hưởng lợi, mà còn ở chỗ sự hỗ trợ kỹ thuật này sẽ tạo nên một hệ thống đào tạo bền vững trong dài hạn. Đối với các dự án thực hiện dựa trên phương pháp STED, nâng cao chất lượng phải bao gồm cả nâng cao năng lực cạnh tranh trên trường quốc tế (như du lịch quốc tế).

Với những can thiệp này, dự án đặc biệt tập trung nâng cao năng lực tại các cơ sở đào tạo và các cơ quan liên quan thuộc chính quyền địa phương với hy vọng rằng những cải tiến năng lực sẽ có tác động tích cực đến hoạt động của ngành, và những năng lực này được duy trì và tạo nền tảng cho phát triển trong tương lai. Khi trực tiếp nhắm tới người lao động, dự án đã tập trung vào các điểm quan trọng có tác động lớn đến trải nghiệm của du khách - kỹ năng hướng dẫn đối với các di sản thế giới, và khả năng sử dụng tiếng Nga trong chăm sóc khách hàng tại địa phương có lượng du khách Nga tăng nhanh (Khánh Hòa), và có những bằng chứng ban đầu cho thấy các hoạt động này được duy trì sau khi kết thúc các hỗ trợ ban đầu từ dự án của ILO.

Dự án đã cố gắng tạo điều kiện thay đổi thể chế ở cả cấp tỉnh (tạo cơ chế hợp tác giữa nhà tuyển dụng và cơ sở giáo dục và đào tạo) và ở cấp quốc gia thông qua hỗ trợ thành lập một Hội đồng Kỹ năng nghề cho ngành Du lịch nhằm định hướng chính sách kỹ năng du lịch và đồng thời thực hiện nghĩa vụ của Việt Nam theo Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề Du lịch.

Việc thực hiện dự án phải được dựa trên quá trình hợp tác với các bên liên quan trong ngành, nếu không những kết quả vừa qua sẽ không thể đạt được. Việc hợp tác với các dự án ILO khác trong lĩnh vực du lịch cùng tỉnh giúp tăng cường sự ảnh hưởng của các biện pháp can thiệp, bổ sung thêm lợi thế về quy mô và uy tín. Mặc dù vậy, những gì đã được thực hiện chỉ phản ánh một phần kỹ năng được xác định thông qua phân tích STED. Hy vọng rằng các bên có liên quan trong ngành du lịch tại các tỉnh tham gia dự án sẽ tiếp tục theo đuổi mục tiêu quan trọng này, dù có hay không có hỗ trợ kỹ thuật. Chúng tôi cũng hy vọng rằng các hoạt động can thiệp đã được chứng minh là thành công tại các tỉnh tham gia dự án sẽ được áp dụng tại các tỉnh khác nếu các tỉnh này cũng có những thách thức tương tự.

Đối với các bài học thực tiễn rút ra trong quá trình thực hiện dự án, chúng ta cần biết rằng để các bên liên quan đồng thuận về các hoạt động của dự án đã là khó, nhưng thực hiện các hoạt động được đồng thuận này còn phức tạp hơn rất nhiều. Dưới đây là các bài học hữu ích và hy vọng chúng có thể được áp dụng trong hầu hết các trường hợp:

- **Tham vấn là yếu tố quan trọng:** Tham vấn là điều bắt buộc trong phương pháp STED và chúng tôi có thể nói rằng không thể làm gì nếu không có tham vấn. Tầm quan trọng của tham vấn không chỉ ở giai đoạn bắt đầu mà còn ở các bước tiếp theo trong quá trình thực hiện. Tham vấn giúp chúng ta có những can thiệp đúng, và thực hiện đúng những can thiệp đó.

Một cơ chế tham vấn thường xuyên với các đối tác địa phương ở Quảng Nam và Thừa Thiên-Huế đã được thành lập theo đó các cuộc họp tổ kỹ thuật được tiến hành hai hay ba tháng một lần. Thành viên của tổ kỹ thuật mỗi tỉnh là các cán bộ sở ngành, cán bộ hiệp hội du lịch và liên đoàn lao động tỉnh, đại diện các trường nghề và đại diện cộng đồng. Các cuộc họp này do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì với sự hỗ trợ điều phối của cán bộ dự án ILO. Thành viên trong cuộc họp lần lượt báo cáo tiến độ thực hiện các hoạt động của dự án, nêu ra các khó khăn và vấn đề (nếu có) để các thành viên khác cho ý kiến tháo gỡ và sau đó đề xuất các hoạt động cho những tháng tiếp theo. Với cách làm như này, đối tác địa phương đã chủ động trong công tác phối hợp với ILO, và sự hỗ trợ của ILO cũng đáp ứng được nhu cầu thực sự của đối tác địa phương. Tham vấn thường xuyên đảm bảo việc thực hiện các hoạt động của dự án diễn ra suôn sẻ và hiệu quả trong suốt cả quá trình.

- **Luôn cân nhắc điều chỉnh hoặc thay đổi:** Mặc dù lập kế hoạch tốt là rất quan trọng, song cần thay đổi và/hoặc điều chỉnh nếu ta thấy lý do cần thay đổi là hợp lý. Một số hoạt động được miêu tả ở trên không nằm trong kế hoạch ban đầu, nhưng trở nên quan trọng theo thời gian, và chúng hóa ra lại thành công và có khả năng bền vững. Đương nhiên chúng ta vẫn phải luôn tiến hành công tác tham vấn khi thay đổi.

Một ví dụ tốt của việc điều chỉnh hoạt động của dự án là chuỗi hoạt động đào tạo về Hướng dẫn Di sản Thế giới (HDDSTG). Trong hai cuộc hội thảo tham vấn đầu tiên, các đại biểu tham gia hội thảo đã nhất trí với danh sách gồm 14 hoạt động can thiệp của dự án, trong đó không bao gồm các hoạt động đào tạo HDDSTG. Tuy nhiên, trong một cuộc họp tổ kỹ thuật khi một đối tác ở Quảng Nam (Ban quản lý khu di tích Mỹ Sơn) nêu tầm quan trọng của đào tạo HDDSTG đối với khả năng cạnh tranh của ngành du lịch thì đã nhận được sự tán đồng của các đối tác địa phương khác và của cán bộ UNESCO. Sau khi tham vấn nhanh với các đối tác ở Thừa Thiên-Huế, tất cả đã nhất trí sẽ hỗ trợ đào tạo HDDSTG cho các hướng dẫn viên ở hai tỉnh. Việc đào tạo cho hướng dẫn viên về HDDSTG đã rất thành công và theo các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và hướng dẫn viên là rất hữu ích.

- **Tính bền vững rất quan trọng:** Ở một đất nước đang phát triển như Việt Nam, tác động tích cực của các dự án tài trợ quốc tế giảm dần sau khi kết thúc dự án. Vì vậy, cần duy trì tính bền vững các kết quả của dự án để tiếp tục đạt được những ảnh hưởng tích cực sau khi dự án kết thúc. Dù rằng các hoạt động của dự án này luôn chú trọng đến tính bền vững, nhưng tính bền vững của các kết quả sẽ khó duy trì nếu không có những hỗ trợ tiếp theo.

Hoạt động mang tính bền vững nhất có lẽ là việc đào tạo các giảng viên nguồn về HDDSTG. Những người được lựa chọn tham dự khóa đào tạo giảng viên nguồn là các giảng viên ngành hướng dẫn và các hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm. Sau khóa đào tạo giảng viên nguồn, dự án tiếp tục hỗ trợ bốn giảng viên tốt nhất ở mỗi tỉnh Quảng Nam và Thừa Thiên-Huế tham gia giảng dạy cho hai khóa đào tạo HDDSTG cho hướng dẫn viên dưới sự giám sát chất lượng của cán bộ UNESCO. Các giảng viên nguồn đã có thể trau dồi thêm kỹ năng và trở thành giảng viên có uy tín của khu vực miền Trung. Nửa năm sau khi các khóa đào tạo do dự án hỗ trợ kết thúc, Vietravel, một công ty lữ hành lớn, đã mời các giảng viên nguồn này giảng dạy cho khóa đào tạo về HDDSTG cho các hướng dẫn viên của công ty tại Đà Nẵng. Các đối tác địa phương hoàn toàn tin rằng những giảng viên nguồn này sẽ có thể tiếp tục giảng dạy những khóa khác cho hướng dẫn viên trong khu vực.

Tuy nhiên, một số hoạt động can thiệp chưa có tính bền vững cao. Chẳng hạn như khóa đào tạo về kỹ năng quy hoạch cho cán bộ ngành du lịch hai tỉnh dù rất hữu ích vì các cán bộ du lịch địa phương đã tự soạn ra được bản quy hoạch phát triển du lịch cấp tỉnh có chất lượng; nhưng bản quy hoạch phát triển du lịch này là cho giai đoạn 5 năm, có nghĩa là các cán bộ sẽ không có cơ hội được thực hành kỹ năng và kiến thức này trong vòng 5 năm tới. Kỹ năng quy hoạch của họ sẽ có thể bị mai một theo thời gian.

Ngoài ra, một số nhận định có thể rút ra khi làm việc với các đối tác:

- **Chiến lược kỹ năng du lịch cho Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam:** Các bên có liên quan ở cả hai tỉnh hiểu được vai trò quan trọng của ngành du lịch trong phát triển kinh tế-xã hội, xóa đói giảm nghèo, và nhận thức rõ việc thiếu hụt kỹ năng ảnh hưởng như nào đối với phát triển du lịch. Trước đây, các bên có liên quan ở cả hai tỉnh đã cố gắng cùng nhau cộng tác nhằm giải quyết các vấn đề thiếu hụt kỹ năng nhưng kết quả chưa tối ưu. Một trong những lý do chính là hợp tác không hiệu quả giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo; không bên nào đủ tích cực giúp đỡ sinh viên và người lao động cải thiện kỹ năng làm việc. Một vấn đề quan trọng khác là các cơ quan chính quyền địa phương như Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Sở Lao động, Thương binh và Xã hội ở mỗi tỉnh mục tiêu không thể hướng dẫn hoặc hỗ trợ các phương pháp khả thi cho các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp. Bản thân các cán bộ địa phương cần được đào tạo để hỗ trợ tốt hơn cho các doanh nghiệp và người lao động trong ngành du lịch.
- **Bài học cho các tỉnh tương tự khác tại Việt Nam:** Ngành du lịch tại nhiều tỉnh khác ở Việt Nam có thể gặp phải những vấn đề tương tự như Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam, đặc biệt là những tỉnh dọc theo bờ biển miền Trung. Chất lượng đào tạo kỹ năng du lịch ở các tỉnh lân cận chưa thể tốt hơn tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam bởi các tỉnh lân cận này không có đủ cơ sở đào tạo tập trung vào kỹ năng du lịch.

Một số bài học có thể được rút ra từ Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam như sau:

- Các cơ quan chính quyền địa phương chịu trách nhiệm (Sở Lao động, Thương binh và Xã hội và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) ở các tỉnh, đặc biệt là các tỉnh miền Trung như Ninh Thuận, Phú Yên và Bình Định, nên tham quan học hỏi các tỉnh có ngành du lịch phát triển để xem có thể áp dụng được những bài học gì. Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam có nhiều bài học để chia sẻ sau nhiều năm hợp tác với các đối tác phát triển bao gồm ILO trong phát triển du lịch. Những bài học từ hai tỉnh này có thể được áp dụng ở những tỉnh khác trong khu vực miền Trung.
 - Doanh nghiệp ở các tỉnh khác có thể gửi nhân viên chủ chốt đến Quảng Nam hoặc Thừa Thiên - Huế để được đào tạo. Nhiều doanh nghiệp ở Quảng Nam cho biết chương trình đào tạo lại nhân viên mới của họ được thực hiện rất tốt. Việc đào tạo chủ yếu do các nhân viên cốt lõi (trưởng nhóm) thực hiện khi họ có kỹ năng đào tạo tốt. Các nhân viên cốt lõi tại các doanh nghiệp ở các tỉnh như Ninh Thuận, Phú Yên hay Bình Định (nơi không có các trường nghề du lịch tốt) có thể học hỏi từ các đồng nghiệp tại Quảng Nam và sau đó về đào tạo lại nhân viên mình phụ trách.
 - Cần thiết lập một cơ chế phối hợp tích cực và hiệu quả giữa các doanh nghiệp và cơ sở đào tạo để giải quyết vấn đề thiếu hụt kỹ năng trong bối cảnh ngành du lịch phát triển nóng trong những năm gần đây. Ở cấp độ quốc gia, việc thành lập một Hội đồng Kỹ năng nghề nhằm thúc đẩy hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp xem ra có vẻ khó khăn vì có nhiều vướng mắc. Tuy nhiên, cơ chế hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp ở cấp độ địa phương lại dễ thực hiện trên cơ sở đôi bên cùng có lợi: chẳng hạn như doanh nghiệp có thể nhận sinh viên thực tập trong mùa cao điểm, còn nhà trường có thể được doanh nghiệp góp ý về chương trình và giáo trình đào tạo sao cho đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp tốt hơn.
- **Chiến lược kỹ năng du lịch quốc gia:** Với sự ra đời của Cộng đồng Kinh tế ASEAN vào ngày 1 tháng 1 năm 2016, Việt Nam cần có chiến lược phát triển kỹ năng du lịch tuân thủ các yêu cầu của Hiệp định công nhận lẫn nhau của ASEAN về nghề Du lịch. Sau khuyến nghị của các chuyên gia tại Hội thảo về Hội đồng Kỹ năng nghề cho ngành Du lịch hồi tháng 6 năm 2015, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cho rằng Hội đồng nghề Du lịch Việt Nam nên là cơ quan quốc gia với vai trò tương tự như Hội đồng Kỹ năng ngành để phát triển các kỹ năng du lịch. Một khía cạnh quan trọng là sự tham gia của doanh nghiệp trong việc thiết lập các tiêu chuẩn và chứng nhận kỹ năng. Các bài học kinh nghiệm cấp tỉnh ở Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam sẽ là ví dụ hữu ích cho hoạt động của Hội đồng Kỹ năng nghề ngành Du lịch cấp quốc gia.

Văn phòng ILO tại Việt Nam
48-50 Nguyễn Thái Học,
Hà Nội, Việt Nam
Tel: (84 4) 3734 0902
Fax: (84 4) 3734 0904
Email: hanoi@ilo.org