

HỢP TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH QUỐC TẾ: BÀI HỌC KINH NGHIỆM VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

COLLABORATIVE TRAINING FOR TOURISM HUMAN RESOURCES BETWEEN UNIVERSITIES AND INTERNATIONAL TOURISM ENTERPRISES: LESSONS LEARNED AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM

Trần Tuyên^{1,2*}

¹Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hồ Chí Minh, Việt Nam

²Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

*Corresponding author: tuyentran@hcmussh.edu.vn

(Nhận bài / Received: 13/6/2025; Sửa bài / Revised: 17/7/2025; Chấp nhận đăng / Accepted: 11/8/2025)

DOI: 10.31130/ud-jst.2025.23(8B).415

Tóm tắt - Trong bối cảnh quốc tế hóa giáo dục diễn ra mạnh mẽ, hợp tác đào tạo giữa cơ sở giáo dục và doanh nghiệp du lịch quốc tế trở thành chiến lược quan trọng. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính, bao gồm tổng hợp tài liệu và phân tích các mô hình tiêu biểu để nhận diện nguyên tắc nền tảng và yếu tố quyết định thành công của hợp tác đào tạo quốc tế. Kết quả chỉ ra năm yếu tố then chốt: (i) thống nhất mục tiêu và chia sẻ lợi ích; (ii) linh hoạt và thực tiễn trong thiết kế chương trình; (iii) sự tham gia chủ động của doanh nghiệp; (iv) cơ chế phối hợp và hạ tầng hỗ trợ rõ ràng; (v) vai trò điều phối của Nhà nước. Nghiên cứu đề xuất bốn định hướng cho Việt Nam: quốc tế hóa chiến lược hợp tác; thể chế hóa vai trò doanh nghiệp; phát triển thực tập xuyên quốc gia; và nâng cao năng lực hợp tác toàn cầu, nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập và nâng cao sức cạnh tranh của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Từ khóa - Giáo dục và đào tạo; nguồn nhân lực du lịch; doanh nghiệp du lịch; quốc tế hóa giáo dục; Việt Nam

1. Đặt vấn đề

Toàn cầu hóa và sự thay đổi nhanh chóng của ngành du lịch quốc tế đang đặt ra những yêu cầu mới đối với nguồn nhân lực: không chỉ cần kiến thức chuyên môn vững vàng mà còn phải có kỹ năng thực hành, năng lực làm việc trong môi trường đa văn hóa và khả năng thích ứng linh hoạt [1], [2]. Những yêu cầu này khó có thể đạt được nếu cơ sở đào tạo không có sự hợp tác chặt chẽ và dài hạn với các doanh nghiệp du lịch – đặc biệt là doanh nghiệp du lịch quốc tế, nơi sinh viên có thể tiếp cận tiêu chuẩn toàn cầu, quy trình chuyên nghiệp và môi trường làm việc đa văn hóa, đa quốc gia.

Trong xu thế quốc tế hóa giáo dục, hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp du lịch quốc tế đang trở thành một yếu tố chiến lược trong phát triển chương trình đào tạo [3]. Theo các nghiên cứu gần đây, mô hình đồng kiến tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp không chỉ nâng cao chất lượng đào tạo mà còn tăng khả năng cạnh tranh nghề nghiệp cho sinh viên trên thị trường lao động toàn cầu [4] - [6]. Tuy nhiên, tại Việt Nam, mô hình hợp tác này mới chỉ dừng lại

Abstract - In the era of internationalization of education, collaboration between higher education institutions and international tourism enterprises is a vital strategy. This qualitative study synthesizes academic literature and examines best-practice models to identify core principles and critical success factors for international collaborative training in tourism. Findings highlight five key factors: aligned objectives and benefit-sharing; flexible and practice-oriented curriculum design; active industry participation; clear coordination mechanisms and supporting infrastructure; and the coordinating role of government. Drawing on these cases, the paper proposes four directions for Vietnam: internationalizing collaboration strategies; institutionalizing industry roles in training; developing cross-border internship programs; and strengthening global partnership capacities to meet integration demands and enhance the competitiveness of Vietnam's tourism workforce.

Key words - Education and training; tourism human resources; tourism enterprises; internationalization of education; Vietnam

ở mức thực tập ngắn hạn hoặc hợp tác hình thức, trong khi việc xây dựng mối quan hệ bền vững với các doanh nghiệp du lịch quốc tế còn nhiều khoảng trống, cả về cơ chế, năng lực triển khai và định hướng chiến lược.

Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết tập trung nghiên cứu các mô hình hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch giữa nhà trường và doanh nghiệp quốc tế tại các quốc gia tiêu biểu như Hoa Kỳ, Anh, Úc và Thụy Sĩ. Mục tiêu là làm rõ các nguyên tắc nền tảng, yếu tố quyết định thành công, từ đó rút ra bài học và đề xuất chính sách nhằm thúc đẩy hợp tác giữa các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam có đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở các bậc học và doanh nghiệp du lịch quốc tế. Đây là điều kiện tiên quyết để nâng cao năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong kỷ nguyên hội nhập quốc tế sâu rộng.

2. Tổng quan nghiên cứu

Hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo du lịch đang trở thành xu thế tất yếu trong bối cảnh quốc tế hóa giáo dục và toàn cầu hóa ngành du lịch. Nhiều nghiên

¹ University of Social Sciences and Humanities, Ho Chi Minh City, Vietnam (Tran Tuyen)

² Vietnam National University, Ho Chi Minh City, Vietnam (Tran Tuyen)

cứu đã chỉ ra rằng, mối liên kết này không chỉ nâng cao chất lượng nhân lực mà còn thúc đẩy đổi mới sáng tạo và năng lực cạnh tranh của ngành.

Các mô hình hợp tác quốc tế cho thấy vai trò trung tâm của doanh nghiệp trong thiết kế chương trình đào tạo gắn với thực tiễn. Knight và cộng sự phân tích chương trình liên kết giữa Đại học Central China Normal và Đại học Colorado State nhấn mạnh tính linh hoạt và định hướng thực tiễn là yếu tố quyết định thành công [7]. Thapa cho thấy, quan hệ đối tác lâu dài giữa Đại học Florida và Đại học Tshwane giúp nâng cao năng lực đào tạo, nghiên cứu và phát triển đội ngũ [5]. Ở góc độ doanh nghiệp, Olszewski nhận định rằng vai trò của cơ sở giáo dục đại học trong đổi mới phụ thuộc vào quy mô và năng lực hấp thụ của doanh nghiệp [2]. Với các doanh nghiệp lớn, hợp tác với cơ sở giáo dục đại học đem lại hiệu quả rõ rệt. Ngoài ra, kỹ năng mềm và năng lực liên văn hóa cũng được xem là yếu tố then chốt trong hội nhập nghề nghiệp toàn cầu [8].

Các mô hình như “Fair-Trade Learning” cho thấy, học tập kết hợp thực hành tại cộng đồng giúp sinh viên phát triển tư duy phản biện và năng lực xã hội [6]. Ở châu Âu, nghiên cứu trong dự án Next Tourism Generation [3] cho thấy sự liên kết nhà trường – doanh nghiệp giúp chương trình đào tạo linh hoạt trước biến động thị trường sau đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, như Yangeng & Cheng chỉ ra từ trường hợp Trung Quốc, việc thiếu cơ chế hỗ trợ và chia sẻ thông tin giữa các bên vẫn là trở ngại lớn trong hợp tác [4]. Do đó, cần vai trò điều phối của nhà nước để định hình khung pháp lý và môi trường hỗ trợ. Cuối cùng, Baskakova et al. và Zins nhấn mạnh rằng muốn hợp tác hiệu quả, cần các nền tảng hỗ trợ đồng bộ như hệ thống đánh giá kỹ năng, chia sẻ tài nguyên số và trung tâm đổi mới chung [1], [9].

Tổng kết lại, ba yếu tố then chốt rút ra từ các mô hình quốc tế gồm: gắn kết thực tiễn – phát triển năng lực xuyên văn hóa – thúc đẩy đổi mới thông qua hợp tác đa chiều, là nền tảng để Việt Nam phát triển chiến lược đào tạo du lịch thích ứng và hội nhập.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính, tập trung vào phân tích tài liệu học thuật nhằm khám phá và tổng hợp những bài học kinh nghiệm quốc tế về hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Phương pháp định tính được lựa chọn phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, nhằm đi sâu vào phân tích bối cảnh, mô hình vận hành, yếu tố thành công và hàm ý chính sách từ các trường hợp điển hình ở các quốc gia có nền giáo dục phát triển. Nguồn dữ liệu chủ yếu bao gồm các bài báo khoa học quốc tế được công bố trên các tạp chí uy tín thuộc hệ thống Scopus.

Cách tiếp cận này cho phép nghiên cứu không chỉ tổng hợp bài học kinh nghiệm quốc tế một cách hệ thống mà còn đưa ra các phân tích so sánh, đánh giá sâu sắc, từ đó xây dựng hàm ý chính sách phù hợp với bối cảnh giáo dục du lịch tại Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thực trạng hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch giữa nhà trường và doanh nghiệp tại Việt Nam

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, ngành du lịch Việt Nam ngày càng giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế, kéo theo nhu cầu cấp thiết về nguồn nhân lực chất lượng cao. Dù chưa có các báo cáo đánh giá cụ thể, nhưng thực tiễn cho thấy liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu đào tạo trong môi trường toàn cầu hóa. Điều này diễn ra trong bối cảnh chung về hợp tác đào tạo giữa các cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp tại Việt Nam.

Hiện nay, hợp tác giữa hai bên chủ yếu thể hiện qua các kỳ thực tập ngắn hạn cuối khóa. Dù tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận thực tiễn, những kỳ thực tập này thường mang tính hình thức, thiếu liên kết chặt chẽ với nội dung học thuật. Sinh viên chủ yếu đảm nhận công việc đơn giản, ít có cơ hội rèn luyện kỹ năng quản lý hoặc tư duy chiến lược trong môi trường chuyên nghiệp. Hầu hết các cơ sở đào tạo đã ký kết hợp tác với doanh nghiệp trong đào tạo và tuyển dụng. Tuy nhiên, việc triển khai nội dung hợp tác còn hạn chế, thiếu cơ chế giám sát, đánh giá hiệu quả, và thiếu sự tham gia thực chất của doanh nghiệp vào các khâu quan trọng như thiết kế chương trình, giảng dạy chuyên đề hay đánh giá kết quả học tập. Các hoạt động kết nối như hội thảo nghề nghiệp, ngày hội việc làm hay chương trình trải nghiệm tuy diễn ra thường xuyên hơn nhưng vẫn mang tính giới thiệu hơn là gắn kết đào tạo với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp du lịch quốc tế.

Những bất cập nêu trên xuất phát từ ba nguyên nhân chính. Thứ nhất, chưa có cơ chế phối hợp chiến lược và hiệu quả giữa hai bên; các hoạt động hợp tác còn dừng ở mức hành chính hoặc sự kiện ngắn hạn. Thứ hai, doanh nghiệp chưa nhận thức đầy đủ vai trò trong quá trình đào tạo, thường coi sinh viên thực tập như lao động thời vụ hơn là nhân sự tiềm năng. Thứ ba, chương trình đào tạo tại nhiều trường vẫn thiên về lý thuyết, chưa cập nhật kỹ năng thiết yếu như công nghệ số, du lịch bền vững hay năng lực liên văn hóa – những yêu cầu quan trọng trong thị trường lao động toàn cầu.

Tuy vậy, bối cảnh hiện nay cũng mở ra nhiều cơ hội. Sự phát triển của công nghệ số, xu hướng du lịch thông minh và bền vững, cùng với quốc tế hóa nguồn nhân lực trong khu vực ASEAN tạo động lực để các trường và doanh nghiệp đổi mới mô hình hợp tác. Nhiều tập đoàn quốc tế đầu tư vào Việt Nam đã chủ động tìm kiếm đối tác đào tạo nhân lực tại chỗ, tạo tiền đề cho hợp tác chiến lược sâu rộng hơn.

4.2. Các nguyên tắc nền tảng và yếu tố quyết định thành công trong hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Trong bối cảnh giáo dục du lịch cần thích ứng nhanh với thay đổi của thị trường lao động toàn cầu, việc xây dựng mô hình hợp tác hiệu quả giữa nhà trường và doanh nghiệp trở thành yếu tố then chốt quyết định chất lượng đào tạo và năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực. Tổng hợp từ các nghiên cứu quốc tế cho thấy năm nguyên tắc nền tảng và yếu tố cốt lõi đảm bảo thành công của mô hình hợp tác này.

Thứ nhất, sự đồng thuận mục tiêu và chia sẻ lợi ích giữa nhà trường và doanh nghiệp là điều kiện tiên quyết. Các mô hình hợp tác hiệu quả đều cho thấy rằng doanh nghiệp không chỉ là nơi tiếp nhận sinh viên thực tập, mà còn đóng vai trò trong việc thiết kế chương trình, điều chỉnh phương pháp giảng dạy theo hướng thực tiễn [5], [7]. Khi hai bên cùng chia sẻ mục tiêu và lợi ích, quan hệ hợp tác trở nên bền vững hơn.

Thứ hai, chương trình đào tạo cần có tính linh hoạt và gắn với thực tiễn. Việc tích hợp các hoạt động học tập thực hành như dự án nghề nghiệp, học kỳ doanh nghiệp, hoặc học thông qua tình huống thực tế giúp sinh viên phát triển kỹ năng mềm, giao tiếp liên văn hóa và năng lực giải quyết vấn đề – những năng lực ngày càng thiết yếu trong môi trường du lịch toàn cầu [8].

Thứ ba, sự tham gia chủ động từ phía doanh nghiệp là yếu tố làm tăng giá trị hợp tác. Theo Olszewski, doanh nghiệp càng tham gia sâu thì lợi ích nhận lại càng lớn, đặc biệt là trong nâng cao năng lực đổi mới [2]. Việc doanh nghiệp trực tiếp cung cấp tình huống thực tế, tham gia giảng dạy, phản biện đầu ra chương trình hay hướng dẫn thực tập giúp tạo ra môi trường học tập gắn với thực tiễn và chuyên giao tri thức hiệu quả.

Thứ tư, một cơ chế phối hợp rõ ràng và hạ tầng hỗ trợ đồng bộ là điều kiện vận hành hợp tác hiệu quả. Thiếu cơ chế điều phối minh bạch và công cụ giám sát khiến nhiều mô hình hợp tác rơi vào hình thức. Ngược lại, tại những quốc gia có khung pháp lý và cơ sở tài chính hỗ trợ tốt như Úc và Thụy Sĩ, hợp tác giữa trường và doanh nghiệp diễn ra bài bản, liên tục và có chiều sâu [4].

Cuối cùng, vai trò của Nhà nước là không thể thiếu trong định hướng và bảo trợ cho hợp tác giáo dục – doanh nghiệp. Các chính sách hỗ trợ tài chính, công nhận việc học tập tích hợp, khuyến khích doanh nghiệp tham gia đào tạo, hoặc hỗ trợ đổi mới sáng tạo là những yếu tố đã được chứng minh có hiệu quả tại các quốc gia tiên tiến như Anh và Úc [3], [9]. Nhà nước không chỉ là nhà quản lý mà còn cần đóng vai trò kiến tạo hệ sinh thái hợp tác bền vững, đặc biệt trong bối cảnh du lịch đang chịu nhiều biến động hậu đại dịch và chịu tác động mạnh từ công nghệ.

Tóm lại, năm yếu tố trên tạo thành nền tảng cốt lõi để xây dựng mô hình hợp tác hiệu quả trong đào tạo du lịch. Đây cũng là cơ sở quan trọng để Việt Nam phát triển các khung hợp tác giáo dục – doanh nghiệp phù hợp với bối cảnh quốc tế hóa sâu rộng hiện nay.

4.3. Bài học kinh nghiệm quốc tế

Phân tích các mô hình hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Hoa Kỳ, Anh, Úc và Thụy Sĩ cho thấy sự thành công của các chương trình này không đến từ một công thức cố định, mà là kết quả của quá trình tích hợp có chủ đích giữa lý thuyết giáo dục, thực tiễn nghề nghiệp và chiến lược phát triển nguồn nhân lực quốc gia.

Từ các trường hợp điển hình này, có thể rút ra bốn bài học kinh nghiệm có giá trị định hướng cho việc phát triển mô hình hợp tác tương tự tại Việt Nam.

Thứ nhất, việc tích hợp trải nghiệm thực tiễn một cách có cấu trúc vào chương trình đào tạo là yếu tố cốt lõi giúp sinh viên phát triển năng lực nghề nghiệp thực tế.

Tại Hoa Kỳ, mô hình Cooperative Education yêu cầu sinh viên tham gia thực tập kéo dài tại các doanh nghiệp lớn như Marriott hay Disney, trong khi đó mô hình Sandwich Programs tại Anh thiết kế năm học thứ ba như một giai đoạn học tập qua công việc có tính bắt buộc và đánh giá học thuật rõ ràng. Úc triển khai Work-Integrated Learning (WIL) như một cấu phần chiến lược trong chương trình đào tạo, yêu cầu sinh viên tham gia vào các dự án thực tế do doanh nghiệp đặt hàng. Thụy Sĩ đẩy mô hình này lên một cấp độ cao hơn với Dual Education, nơi sinh viên trải qua thời gian học và làm gần như ngang nhau tại các doanh nghiệp quốc tế. Đối với Việt Nam, bài học đặt ra là cần thiết kế lại chương trình đào tạo du lịch theo hướng tích hợp chặt chẽ các giai đoạn học tập trong doanh nghiệp, đảm bảo đó là những trải nghiệm có định hướng học thuật rõ ràng, không chỉ dừng lại ở việc “đi thực tập”.

Bảng 1. So sánh các mô hình hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại Hoa Kỳ, Anh, Úc và Thụy Sĩ

Quốc gia	Mô hình tiêu biểu	Đặc điểm chính	Vai trò doanh nghiệp	Hiệu quả đạt được	Bài học cho Việt Nam
Hoa Kỳ	Cooperative education	Thực tập kéo dài tại doanh nghiệp lớn, gắn với đánh giá học thuật	Đối tác cung cấp trải nghiệm thực tiễn	Sinh viên gắn kết thực tiễn, tăng khả năng thích nghi ngành dịch vụ	Cần tích hợp thực tập có định hướng học thuật, không chỉ “đi thực tập”
Anh	Sandwich programs	Năm thứ ba dành cho thực tập, có tính bắt buộc và được đánh giá học thuật	Đồng kiến tạo chương trình, tham gia giảng dạy	Tăng tính ứng dụng, kỹ năng nghề vững chắc	Doanh nghiệp nên tham gia thiết kế môn học và đánh giá sinh viên
Úc	Work-Integrated Learning (WIL)	Dự án thực tế do doanh nghiệp đặt hàng, tích hợp trong khung đào tạo	Đặt hàng dự án, hỗ trợ hướng dẫn	Kết nối tốt giữa học thuật – thị trường lao động	Cần xem doanh nghiệp là đối tác chiến lược, chứ không chỉ “bên tuyển dụng”
Thụy Sĩ	Dual education	50% học – 50% làm tại doanh nghiệp quốc tế, có thỏa thuận đào tạo lâu dài	Đồng phát triển chương trình, tổ chức hội chợ việc làm	Sinh viên có trải nghiệm quốc tế sớm, kỹ năng toàn diện	Cần xây dựng mô hình hợp tác có ràng buộc lâu dài, định hướng quốc tế rõ ràng

Thứ hai, sự tham gia sâu rộng và có trách nhiệm của doanh nghiệp trong toàn bộ quá trình đào tạo là yếu tố quyết định tính thực tiễn và tính thị trường của chương trình học.

Hoa Kỳ và Anh là hai quốc gia đi đầu trong việc xây dựng các chương trình đào tạo có sự đồng kiến tạo của doanh nghiệp, từ thiết kế môn học, nội dung giảng dạy đến việc tham gia đánh giá kết quả học tập. Tại Anh, các doanh nghiệp còn tham gia vào hội đồng tư vấn chương trình và trực tiếp giảng dạy các học phần chuyên đề. Trong khi đó, tại Thụy Sĩ, doanh nghiệp đóng vai trò không chỉ là nơi tiếp nhận thực tập mà còn là đối tác phát triển chương trình giáo dục, góp phần định hình kỹ năng cốt lõi mà sinh viên cần có. Đối với Việt Nam, đây là một lời nhắc mạnh mẽ rằng doanh nghiệp cần được nhìn nhận không chỉ là “bên sử dụng lao động”, mà là một đối tác chiến lược trong quá trình đào tạo. Chính sách giáo dục

đại học cần tạo hành lang pháp lý và cơ chế khuyến khích phù hợp để doanh nghiệp có thể tham gia một cách thực chất vào quá trình này.

Thứ ba, xây dựng mối quan hệ đối tác bền vững giữa nhà trường và doanh nghiệp là nền tảng để đảm bảo tính ổn định và hiệu quả dài hạn của mô hình hợp tác.

Các cơ sở giáo dục đại học tại Anh, Úc và Thụy Sĩ đều thiết lập mối quan hệ hợp tác với doanh nghiệp thông qua hợp đồng ba bên, thỏa thuận đào tạo hoặc các liên minh chiến lược, từ đó duy trì sự phối hợp liên tục giữa giảng viên, doanh nghiệp và sinh viên. Tại Thụy Sĩ, nhiều trường còn tổ chức hội chợ tuyển dụng quốc tế ngay trong khuôn viên, tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận thị trường lao động toàn cầu ngay từ trong quá trình học. Việt Nam hiện nay vẫn đang thiếu các mô hình hợp tác có tính thể chế như vậy; các hoạt động hợp tác còn mang tính ngắn hạn và tự phát. Bài học rút ra là cần có cơ chế quản trị quan hệ đối tác lâu dài giữa nhà trường và doanh nghiệp, dựa trên lợi ích song phương và cam kết trách nhiệm rõ ràng.

Cuối cùng, việc định hướng chương trình đào tạo theo chuẩn quốc tế và phát triển kỹ năng toàn cầu là xu thế không thể đảo ngược trong giáo dục và đào tạo du lịch.

Các cơ sở giáo dục đại học tại Úc và Thụy Sĩ không chỉ dừng lại ở việc trang bị kỹ năng chuyên môn, mà còn chú trọng lồng ghép đào tạo kỹ năng mềm, năng lực liên văn hóa, và tư duy toàn cầu cho sinh viên. Việc coi sinh viên là người học chuyên nghiệp ngay từ đầu đã giúp họ phát triển được bản lĩnh nghề nghiệp và khả năng thích nghi cao với môi trường lao động đa văn hóa. Đối với Việt Nam, điều này đặt ra nhu cầu cấp thiết trong việc quốc tế hóa chương trình đào tạo, không chỉ bằng việc sử dụng giáo trình nước ngoài hay giảng viên thỉnh giảng quốc tế, mà còn qua việc kiến tạo trải nghiệm học tập toàn cầu, như các chương trình trao đổi, thực tập quốc tế, hoặc đào tạo liên kết với doanh nghiệp du lịch toàn cầu.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng mô hình hợp tác nhà trường – doanh nghiệp trong đào tạo du lịch chỉ có thể phát huy hiệu quả khi được thiết kế như một chiến lược đồng kiến tạo toàn diện, dựa trên nền tảng trải nghiệm thực tiễn, hợp tác dài hạn và định hướng quốc tế. Đây là những bài học để các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam tham khảo trong quá trình tái cấu trúc chương trình đào tạo, nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong kỷ nguyên toàn cầu hóa.

4.4. Các hàm ý chính sách và đề xuất cho các cơ sở giáo dục đại học đào tạo du lịch tại Việt Nam

Trên cơ sở tổng hợp mô hình hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch giữa nhà trường và doanh nghiệp quốc tế tại Hoa Kỳ, Anh, Úc và Thụy Sĩ, có thể rút ra những hàm ý chính sách quan trọng nhằm định hướng các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam trong việc mở rộng và nâng cao hiệu quả hợp tác với các doanh nghiệp du lịch toàn cầu.

Trước hết, các cơ sở giáo dục đại học cần chủ động quốc tế hóa chiến lược hợp tác, thay vì chỉ duy trì mối quan hệ với doanh nghiệp nội địa.

Hợp tác quốc tế cần được xác lập là định hướng chiến lược dài hạn trong phát triển chương trình đào tạo, không chỉ dừng ở việc cử sinh viên đi thực tập nước

ngoài, mà hướng đến thiết lập mối quan hệ đối tác đồng hành với các tập đoàn du lịch toàn cầu. Điều này bao gồm cả việc ký kết thỏa thuận hợp tác song phương về đào tạo, đồng phát triển chương trình học, và triển khai các mô hình thực tập liên kết xuyên quốc gia có kiểm định học thuật.

Thứ hai, cần xây dựng cơ chế thể chế hóa sự tham gia của doanh nghiệp du lịch quốc tế vào quá trình đào tạo đại học.

Các mô hình như Industry Partnership Programs tại Hoa Kỳ hay Employer-Engaged Curriculum tại Anh cho thấy rằng doanh nghiệp quốc tế có thể đóng vai trò giảng dạy chuyên đề, tư vấn nội dung chương trình học, và hỗ trợ đánh giá dự án học thuật. Các trường Việt Nam có thể mời chuyên gia nước ngoài từ các tập đoàn du lịch lớn tham gia các hội đồng học thuật, giảng dạy trực tuyến xuyên biên giới, hoặc tổ chức các buổi huấn luyện nghề nghiệp trực tiếp cho sinh viên. Việc này không chỉ bổ sung kiến thức thực tiễn quốc tế mà còn mở rộng kết nối nghề nghiệp cho sinh viên ngay từ khi còn trong trường.

Thứ ba, cần phát triển các chương trình thực tập quốc tế có cấu trúc, được công nhận tín chỉ, với cơ chế phối hợp ba bên (nhà trường – doanh nghiệp – sinh viên).

Khác với hình thức thực tập mang tính trải nghiệm, mô hình này phải được tích hợp chính thức vào chương trình đào tạo, có mục tiêu học tập rõ ràng và đánh giá học thuật tương ứng. Các trường cần hợp tác với các chuỗi khách sạn, doanh nghiệp lữ hành, hãng hàng không, công ty du lịch đa quốc gia để xây dựng lộ trình thực tập 4–6 tháng tại nước ngoài, đồng thời bảo đảm hỗ trợ visa, tài chính và bảo hiểm nghề nghiệp cho sinh viên.

Thứ tư, để hợp tác quốc tế thực chất và bền vững, các trường cần nâng cao năng lực quản trị hợp tác toàn cầu.

Việc xây dựng một đơn vị chuyên trách hợp tác quốc tế với vai trò vừa là đầu mối đàm phán vừa là trung tâm hỗ trợ triển khai là cần thiết. Ngoài ra, cần có đội ngũ giảng viên và cán bộ quản lý có hiểu biết sâu về thị trường lao động du lịch toàn cầu, có khả năng giao tiếp và làm việc với đối tác quốc tế, đồng thời sử dụng thành thạo tiếng Anh trong hoạt động chuyên môn. Điều này không chỉ giúp duy trì mối quan hệ đối tác mà còn đảm bảo chất lượng và hiệu quả thực thi các chương trình hợp tác.

Cuối cùng, chính sách quốc gia cần hỗ trợ các cơ sở giáo dục đại học trong việc xây dựng mạng lưới hợp tác quốc tế về đào tạo du lịch.

Nhà nước có thể đóng vai trò kiến tạo qua việc thiết lập các hiệp định khung với các tập đoàn du lịch quốc tế, thúc đẩy công nhận tín chỉ xuyên biên giới, hoặc hỗ trợ tài chính cho các chương trình liên kết thực tập – đào tạo tại nước ngoài. Đồng thời, cần có cơ chế bảo vệ quyền lợi sinh viên khi tham gia các chương trình đào tạo xuyên quốc gia, đặc biệt liên quan đến tiêu chuẩn chất lượng, hợp đồng lao động và chi phí sinh hoạt tại nước ngoài.

Tóm lại, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh toàn cầu hóa, các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam cần chuyển từ tư duy hợp tác nội địa sang chiến lược hợp tác quốc tế toàn diện. Việc chủ động thiết lập quan hệ đối tác học thuật – nghề nghiệp với các doanh nghiệp du

lịch quốc tế, đồng thời xây dựng cơ chế thể chế hóa hợp tác và hỗ trợ triển khai thực tế, sẽ là điều kiện cần thiết để phát triển mô hình đào tạo phù hợp với chuẩn mực quốc tế, từ đó tăng năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

5. Kết luận

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự biến đổi nhanh chóng của thị trường lao động ngành du lịch, hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp quốc tế trở thành yêu cầu thiết yếu để nâng cao chất lượng đào tạo và năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực. Thông qua phân tích kinh nghiệm từ các quốc gia có nền giáo dục du lịch phát triển như Hoa Kỳ, Anh, Úc và Thụy Sĩ, nghiên cứu này cho thấy rằng yếu tố quyết định thành công của mô hình hợp tác không chỉ nằm ở sự phối hợp kỹ thuật, mà là sự tham gia chiến lược, bền vững và toàn diện của doanh nghiệp trong toàn bộ chu trình đào tạo.

Tại Việt Nam, dù hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch quốc tế đã được đề cập trong nhiều chính sách, nhưng vẫn còn thiếu chiều sâu, đặc biệt là trong hợp tác quốc tế. Doanh nghiệp cần được nhìn nhận như đối tác đồng kiến tạo chương trình, không chỉ là nơi tiếp nhận sinh viên thực tập. Việc thể chế hóa hợp tác quốc tế, xây dựng cơ chế vận hành minh bạch, và thúc đẩy quốc tế hóa chương trình là những bước đi cần thiết. Tuy nhiên, nghiên cứu này chủ yếu dựa vào phân tích tài liệu thứ cấp và chưa khảo sát thực tiễn hợp tác với doanh nghiệp quốc tế tại các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo nên tập trung vào khảo sát định tính và định lượng để đánh giá sâu hơn các mô hình hợp tác hiện có, từ đó đề xuất khung chính sách thực thi hiệu quả và phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số C2025-18b-08.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] A. H. Zins, “Perceived Employability of Tourism and Hospitality Graduates in China”, *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 2025, doi: 10.1080/10963758.2025.2456650.
- [2] M. Olszewski, “Effect of cooperation with universities on the innovativeness of tourism enterprises”, *Polish Journal of Sport and Tourism*, vol. 28, no. 1, pp. 30 – 34, 2021, doi: 10.2478/pjst-2021-0006.
- [3] L. Rienda, L. Ruiz-Fernández, and R. Andreu, “Soft skills in the tourism industry of the future: a comparison between Italy and Spain”, *Journal of Tourism Futures*, p. 1-16, 2024, doi: 10.1108/JTF-07-2023-0165.
- [4] W. Yangeng and F. Cheng, “On the Problems and Strategies of University-Enterprise Cooperation in China”, in *Proceedings - 2015 7th International Conference on Measuring Technology and Mechatronics Automation, ICMTMA 2015*, Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2015, pp. 719 – 722. doi: 10.1109/ICMTMA.2015.179.
- [5] B. Thapa, “International academic partnership: Case study in South Africa”, *J Hosp Leis Sport Tour Educ*, vol. 24, pp. 30 – 37, 2019, doi: 10.1016/j.jhlste.2018.10.004.
- [6] D. Bowan and G. Dallam, “Building bridges: overview of an international sustainable tourism education model”, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, vol. 20, no. 3, pp. 202 – 215, 2020, doi: 10.1080/15313220.2020.1797609.
- [7] D. W. Knight, W. Nian, and E. Chen, “Launching an online graduate degree for tourism management in China: lessons in Chinese-foreign cooperation”, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, vol. 20, no. 4, pp. 326 – 346, 2020, doi: 10.1080/15313220.2019.1707148.
- [8] K. I. Yoo, O. Junek, A. Bisson, and Z. Dinh, “Role of cross-cultural competence in career success: bridging the gap for international graduates in tourism and hospitality”, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 2025, doi: 10.1080/15313220.2025.2495093.
- [9] D. Y. Baskakova, O. Y. Belash, N. G. Ryzhov, Y. S. Ryaskov, and M. Y. Shestopalov, “Prospects for the development of university and business cooperation”, in *2016 IEEE 5th Forum Strategic Partnership of Universities and Enterprises of Hi-Tech Branches, Science. Education. Innovations 2016*, Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2017, pp. 57 – 60. doi: 10.1109/IVForum.2016.7835854.