

CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGOẠI NGỮ GẮN VỚI NHU CẦU PHÁT TRIỂN CỦA THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG TRONG LĨNH VỰC DU LỊCH

STRATEGIC FOREIGN LANGUAGE EDUCATION FOR MEETING THE TOURISM DEVELOPMENT NEEDS OF DA NANG CITY

Cao Trí Dũng^{1*}, Nguyễn Thị Uyên Na²

¹Hiệp hội Du lịch Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam

²Công ty Cổ phần Việt Nam TravelMart, Việt Nam

*Tác giả liên hệ / Corresponding author: dung@vietnamtravelmart.com.vn

(Nhận bài / Received: 30/6/2025; Sửa bài / Revised: 15/7/2025; Chấp nhận đăng / Accepted: 11/8/2025)

DOI: 10.31130/ud-jst.2025.23(8B).426

Tóm tắt - Đà Nẵng, với định hướng trở thành trung tâm du lịch quốc tế và điểm đến hàng đầu khu vực, đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ về lượng khách quốc tế. Trong bối cảnh đó, năng lực ngoại ngữ của nguồn nhân lực du lịch trở thành một trong những yếu tố then chốt, quyết định chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh của điểm đến [1]. Bài viết phân tích nhu cầu, thực trạng đào tạo ngoại ngữ trong ngành du lịch Đà Nẵng, chỉ ra những thách thức và tình trạng thiếu hụt nhân sự đa ngôn ngữ cũng như chi phí đào tạo cao. Trên cơ sở đó, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ, đổi mới chương trình gắn với nghiệp vụ, ưu tiên các ngôn ngữ trọng điểm và tiềm năng, thúc đẩy hợp tác giữa nhà trường - doanh nghiệp - hiệp hội, đồng thời ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giảng dạy. Các giải pháp này hướng tới mục tiêu xây dựng nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

Từ khóa - Đào tạo ngoại ngữ; Du lịch; Thành phố Đà Nẵng; Nhân lực; Hội nhập quốc tế

1. Giới thiệu chung về nhu cầu năng lực ngoại ngữ trong ngành du lịch Đà Nẵng

Nhu cầu về ngoại ngữ trong ngành du lịch Đà Nẵng không chỉ là một yêu cầu cơ bản mà đã trở thành một lợi thế cạnh tranh cốt lõi, đặc biệt khi thành phố hướng tới các thị trường khách quốc tế đa dạng và cao cấp [2].

Phục vụ đa dạng sản phẩm du lịch: Đà Nẵng đang phát triển nhiều loại hình du lịch chuyên biệt như du lịch MICE, du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch y tế, du lịch golf, và du lịch văn hóa - lịch sử. Mỗi phân khúc này thu hút các đối tượng khách hàng khác nhau, đến từ nhiều quốc gia với ngôn ngữ và văn hóa giao tiếp riêng biệt. Khả năng giao tiếp lưu loát bằng ngôn ngữ của du khách là điều kiện tiên quyết để cung cấp dịch vụ cá nhân hóa, đáp ứng kỳ vọng cao của họ và tạo ra trải nghiệm đáng nhớ. Ví dụ, một nhân viên lễ tân khách sạn 5 sao cần không chỉ tiếng Anh mà còn có thể giao tiếp cơ bản bằng tiếng Hàn hoặc tiếng Nhật để tạo ấn tượng ban đầu mạnh mẽ; Một MC tổ chức sự kiện không chỉ giỏi về kiến thức, kỹ năng hoạt náo mà còn phải giỏi về ngoại ngữ.

Nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng: Giao tiếp ngoại ngữ hiệu quả giúp nhân viên hiểu rõ

Abstract - Da Nang, with its vision of becoming an international tourism hub and a leading regional destination, has witnessed strong growth in international tourist arrivals. In this context, foreign language competence of the tourism workforce has become a decisive factor determining service quality and competitiveness [1]. This paper analyzes the needs and current situation of language training in Da Nang's tourism sector, emphasizing major challenges such as shortages of multilingual personnel and high training costs. Building on this analysis, the paper proposes solutions to improve the quality of language education, including renewing curricula with tourism-specific content, prioritizing both key and emerging languages, strengthening cooperation among universities, enterprises, and associations, and applying artificial intelligence in teaching. These measures aim to develop a professional and multilingual tourism workforce that meets the requirements of international integration.

Key words - Foreign language training; Tourism; Da Nang City; Human resources; International integration

hơn nhu cầu, mong muốn và thậm chí là những lo ngại tiềm ẩn của du khách. Điều này cho phép họ cung cấp dịch vụ chính xác, nhanh chóng và tinh tế hơn. Khả năng giải quyết khiếu nại, xử lý tình huống phát sinh một cách khéo léo bằng ngôn ngữ của khách hàng sẽ góp phần biến những trải nghiệm tiêu cực thành tích cực, nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của du khách. Sự tự tin trong giao tiếp ngoại ngữ cũng giúp nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp và thân thiện, tạo thiện cảm sâu sắc.

Ứng dụng công nghệ và du lịch thông minh: Trong kỷ nguyên số, du khách ngày càng sử dụng các ứng dụng di động, nền tảng đặt phòng trực tuyến, và các công cụ dịch thuật tích hợp AI. Nhân lực du lịch cần có khả năng sử dụng thành thạo các phần mềm quản lý khách sạn (PMS), hệ thống đặt chỗ toàn cầu (GDS), và các công cụ marketing số, mà phần lớn các giao diện và tài liệu hướng dẫn đều bằng tiếng Anh hoặc các ngôn ngữ quốc tế khác. Khả năng ngoại ngữ giúp nhân viên khai thác tối đa các công nghệ này để tối ưu hóa quy trình làm việc, phân tích dữ liệu khách hàng và cá nhân hóa dịch vụ.

Thúc đẩy du lịch bền vững và có trách nhiệm: Việc truyền tải thông điệp về bảo vệ môi trường, tôn trọng văn

¹ Danang Tourism Association, Vietnam (Cao Trí Dũng)

² Vietnam Travelmart Joint - Stock Company, Vietnam (Nguyen Thi Uyen Na)

hóa địa phương và thúc đẩy du lịch có trách nhiệm đến du khách quốc tế đòi hỏi khả năng giao tiếp và kiến thức chuyên sâu về ngoại ngữ tốt. Nhân viên du lịch có thể đóng vai trò là cầu nối văn hóa, giúp du khách hiểu và trân trọng hơn các giá trị bản địa, đồng thời khuyến khích họ tham gia vào các hoạt động du lịch có ý thức.

Đa dạng hóa thị trường khách và ngôn ngữ trọng điểm: Ngoại tiếng Anh là ngôn ngữ chung, Đà Nẵng đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ của các thị trường khách như Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản. Do đó, nhu cầu về tiếng Hàn, tiếng Trung, tiếng Nhật là rất lớn. Bên cạnh đó, các ngôn ngữ tiềm năng khác như tiếng Nga, tiếng Pháp, tiếng Đức, tiếng Thái, ... cũng ngày càng quan trọng. Việc đào tạo nhân lực đa ngôn ngữ sẽ giúp Đà Nẵng mở rộng thị trường, giảm thiểu sự phụ thuộc vào một vài thị trường nhất định và tăng cường khả năng phục vụ khách hàng từ khắp nơi trên thế giới [3].

2. Dự kiến thị trường khách quốc tế trong tương lai và nhu cầu đào tạo ngoại ngữ trong tình hình mới

Việc mở rộng các đường bay quốc tế mới đến Đà Nẵng trong giai đoạn 2022-2025 và những năm tiếp theo đang mở ra những cơ hội lớn, đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết về năng lực ngoại ngữ đa dạng cho nguồn nhân lực du lịch.

Thị trường Trung Đông (Dubai): Hãng hàng không Emirates đã khai thác đường bay trực tiếp Dubai - Đà Nẵng từ tháng 6/2025. Đây là một thị trường khách cao cấp, có khả năng chi tiêu lớn và yêu cầu dịch vụ chất lượng cao. Nhu cầu về tiếng Anh lưu loát là bắt buộc, đồng thời hiểu biết về văn hóa, phong tục Hồi giáo và các cụm từ tiếng Ả Rập cơ bản sẽ là lợi thế cạnh tranh đáng kể. Bên cạnh đó, đường bay này và rất nhiều đường bay đang có sẽ thúc đẩy nguồn khách Tây Âu, Bắc Âu đến Đà Nẵng, làm gia tăng nhu cầu đào tạo ngoại ngữ để đón đầu một số nguồn khách tiềm năng như: Đức, Tây Ban Nha, Thụy Điển...

Thị trường Cộng đồng các quốc gia độc lập (CIS) - Nga, Kazakhstan, Uzbekistan: Đà Nẵng đã và đang đón các chuyến bay thẳng từ Kazakhstan (Almaty) và Uzbekistan (Tashkent), nâng tổng số chuyến bay từ khu vực CIS lên 11 chuyến/tuần. Du khách từ các thị trường này thường có thời gian lưu trú dài (5-7 ngày) và có nhu cầu cao về du lịch nghỉ dưỡng, ẩm thực, vui chơi giải trí. Điều này tạo ra nhu cầu lớn về nhân sự có khả năng giao tiếp tiếng Nga và hiểu biết về văn hóa các nước CIS.

Thị trường Đông Nam Á (Philippines, Myanmar, Indonesia, Thái Lan): Các đường bay mới từ Manila (Philippines), Yangon (Myanmar) và kế hoạch mở rộng đến Indonesia, Úc đang tăng cường kết nối Đà Nẵng với khu vực này. Mặc dù tiếng Anh có thể là ngôn ngữ giao tiếp chung, nhưng việc có nhân sự biết tiếng bản địa (ví dụ: tiếng Tagalog, tiếng Myanmar, tiếng Bahasa Indonesia, tiếng Thái) sẽ giúp tạo sự thân thiện, gần gũi và nâng cao trải nghiệm cho du khách.

Thị trường truyền thống (Hàn Quốc, Nhật Bản): Dù đã có lượng khách lớn, việc dự kiến mở thêm các đường bay từ Incheon (Hàn Quốc) và Osaka (Nhật Bản) cho thấy tiềm năng tăng trưởng tiếp tục. Nhu cầu về tiếng Hàn và tiếng

Nhật chuyên sâu vẫn sẽ rất cao, đặc biệt là các hướng dẫn viên, nhân viên khách sạn, nhà hàng có khả năng giao tiếp lưu loát và am hiểu văn hóa.

Thị trường Đông Âu: Các đơn vị như Crystal Bay, Anex đang triển khai các đường bay từ Đông Âu, hứa hẹn mở ra một thị trường mới với nhu cầu về các ngôn ngữ Đông Âu (ví dụ: tiếng Nga, tiếng Ba Lan, tiếng Séc).

Những đường bay mới này không chỉ làm tăng số lượng khách mà còn đa dạng hóa nguồn khách, đòi hỏi nhân lực du lịch Đà Nẵng phải có năng lực ngoại ngữ linh hoạt và chuyên biệt hơn nữa.

3. Thực trạng năng lực ngoại ngữ của nhân lực du lịch

Từ góc độ các doanh nghiệp du lịch tại Đà Nẵng, năng lực ngoại ngữ của nguồn nhân lực đang là một trong những thách thức lớn nhất, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh và chất lượng dịch vụ.

Khó khăn trong tuyển dụng: Nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự có trình độ ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu, đặc biệt là các ngôn ngữ ngoài tiếng Anh. Ngay cả với tiếng Anh, việc tìm người có khả năng giao tiếp lưu loát, tự tin trong các tình huống thực tế vẫn là một bài toán.

Chi phí đào tạo nội bộ cao: Do nguồn cung nhân lực ngoại ngữ chất lượng cao từ các cơ sở đào tạo chưa đủ, các doanh nghiệp thường phải tự đầu tư vào các khóa đào tạo ngoại ngữ nội bộ hoặc thuê các trung tâm bên ngoài. Điều này làm tăng chi phí vận hành và thời gian chuẩn bị nhân sự.

Thiếu hụt ở các vị trí quan trọng: Các vị trí tiếp xúc trực tiếp với khách quốc tế như lễ tân, quan hệ khách hàng, hướng dẫn viên, nhân viên kinh doanh, quản lý cấp trung thường là những vị trí cần ngoại ngữ tốt nhất. Tuy nhiên, đây cũng là những vị trí thiếu hụt nhiều nhất về năng lực giao tiếp đa ngôn ngữ.

Ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng: Khi nhân viên không thể giao tiếp hiệu quả bằng ngôn ngữ của khách, việc truyền tải thông tin về sản phẩm, dịch vụ, hoặc giải quyết các vấn đề phát sinh trở nên khó khăn, dẫn đến sự không hài lòng của du khách và ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.

Hạn chế mở rộng thị trường: Doanh nghiệp muốn khai thác các thị trường mới như Nga, Trung Đông, Ấn Độ nhưng lại thiếu nhân sự có khả năng giao tiếp các ngôn ngữ này, khiến họ bỏ lỡ nhiều cơ hội kinh doanh tiềm năng.

Khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn: Chương trình đào tạo ngoại ngữ tại nhiều cơ sở còn nặng về ngữ pháp và từ vựng chung, thiếu các tình huống giao tiếp thực tế, chuyên ngành trong môi trường du lịch [2]. Sinh viên thường thiếu tự tin khi giao tiếp trực tiếp với khách nước ngoài, khả năng xử lý các tình huống phát sinh bằng ngoại ngữ còn yếu.

Nguồn nhân lực được đào tạo đa ngôn ngữ: Mặc dù nhu cầu về các ngôn ngữ ngoài tiếng Anh đang tăng, ngôn ngữ phụ thứ 2 chưa được đầu tư về chiều sâu. Việc thiếu hụt các khóa học chuyên sâu về tiếng Hàn, tiếng Trung, tiếng Nhật hoặc các ngôn ngữ khác đang cản trở Đà Nẵng khai thác tối đa tiềm năng từ các thị trường này.

Cạnh tranh nhân sự ngoại ngữ: Nhân sự có trình độ ngoại ngữ tốt thường có nhiều lựa chọn nghề nghiệp hơn, không chỉ trong ngành du lịch mà còn ở các lĩnh vực khác, dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt trong việc thu hút và giữ chân nhân tài. Ngay cả những sinh viên ngoại ngữ có ý định làm du lịch, họ thường thiếu kiến thức chuyên môn về nghiệp vụ du lịch và các kỹ năng giao tiếp đặc thù trong ngành. Điều này tạo ra một nghịch lý: ngành du lịch cần nhân lực giỏi ngoại ngữ, nhưng không phải tất cả sinh viên ngoại ngữ đều chọn hoặc được chuẩn bị tốt để làm việc trong ngành này.

4. Thách thức và nhu cầu đào tạo ngoại ngữ ở hiện tại và tương lai để đáp ứng nhu cầu phục vụ đa dạng nguồn khách du lịch đến Đà Nẵng

Dựa trên phân tích thực trạng và dự báo thị trường, Đà Nẵng đang và sẽ đối mặt với nhiều thách thức lớn về đào tạo ngoại ngữ, đồng thời đặt ra những nhu cầu cấp thiết cần được giải quyết.

4.1. Thách thức

Khoảng cách giữa cung và cầu: Nguồn cung nhân lực du lịch có trình độ giao tiếp ngoại ngữ tốt, đặc biệt là các ngôn ngữ ngoài tiếng Anh, vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng và đa dạng của thị trường [3].

Chất lượng đào tạo chưa đồng đều: Các chương trình đào tạo ngoại ngữ tại các cơ sở đào tạo dù đã được cải tiến tiếp cận với nhu cầu thực tiễn nhưng vẫn chưa hoàn toàn gắn kết với yêu cầu của doanh nghiệp và thị trường khách quốc tế, dẫn đến sinh viên có bằng cấp nhưng thiếu kỹ năng giao tiếp thực hành.

Tâm lý người học và người lao động: Nhiều người học vẫn chưa nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của việc thành thạo ngoại ngữ chuyên ngành. Người lao động hiện tại có thể ngại học thêm ngôn ngữ mới do áp lực công việc và thiếu động lực.

4.2. Nhu cầu đào tạo ngoại ngữ đáp ứng nhu cầu hiện tại và sẵn sàng cho tương lai

Đào tạo tiếng Anh chuyên sâu: Nâng cao trình độ tiếng Anh từ cơ bản lên chuyên sâu, đặc biệt là kỹ năng nói và nghe, khả năng giao tiếp trong các tình huống phức tạp và xử lý khiếu nại.

Đào tạo đa ngôn ngữ trọng điểm: Ưu tiên đào tạo và phát triển nhân lực thành thạo tiếng Hàn, tiếng Trung, tiếng Nhật để phục vụ các thị trường truyền thống và đang phát triển mạnh.

Đào tạo các ngôn ngữ tiềm năng: Xây dựng các khóa học tiếng Nga, tiếng Đức, tiếng Tây Ban Nha, tiếng Thụy Điển, tiếng Ả Rập (cho thị trường Trung Đông), tiếng Thái, tiếng Bahasa Indonesia để đón đầu các đường bay và thị trường mới.

Đào tạo ngoại ngữ gắn với nghiệp vụ: Các khóa đào tạo cần tích hợp chặt chẽ kiến thức nghiệp vụ du lịch với kỹ năng ngoại ngữ, ví dụ: tiếng Anh cho lễ tân, tiếng Hàn cho hướng dẫn viên, tiếng Trung cho nhân viên nhà hàng, v.v.

Đào tạo kỹ năng giao tiếp đa văn hóa: Bên cạnh ngôn ngữ, cần đào tạo sâu về văn hóa, phong tục, tập quán và tâm lý của từng thị trường khách để nhân viên có thể giao

tiếp xúc, tránh những hiểu lầm không đáng có.

Ứng dụng công nghệ trong học ngoại ngữ: Khuyến khích và hỗ trợ việc sử dụng các ứng dụng, phần mềm, nền tảng AI để tự học và luyện tập ngoại ngữ, giúp nhân viên chủ động nâng cao trình độ [4].

Đào tạo lại và bồi dưỡng thường xuyên: Các doanh nghiệp cần có kế hoạch đào tạo lại và bồi dưỡng ngoại ngữ định kỳ cho nhân viên hiện tại để duy trì và nâng cao trình độ, đáp ứng yêu cầu thay đổi của thị trường.

5. Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ cho nhân lực du lịch Đà Nẵng

Đề công tác đào tạo ngoại ngữ thực sự trở thành động lực cho sự phát triển của du lịch Đà Nẵng, cần có sự phối hợp đồng bộ và chặt chẽ từ nhiều phía, tạo thành một hệ sinh thái đào tạo bền vững, xin được đề xuất một số giải pháp cụ thể sau:

5.1. Về phía các cơ sở đào tạo ngoại ngữ

5.1.1. Cập nhật chương trình đào tạo ngoại ngữ chuyên biệt

Thường xuyên rà soát, cập nhật chương trình ngoại ngữ theo hướng chuyên sâu, bám sát các tiêu chuẩn nghề quốc tế và nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp du lịch.

Nghiên cứu đưa vào giảng dạy một số thứ tiếng đáp ứng nhu cầu phát triển cao của nguồn khách quốc tế đến Đà Nẵng trong tương lai như: Tiếng Bahasa (Indonesia), tiếng Ả Rập, tiếng Đức, tiếng Tây Ban Nha, tiếng Nga...

Tăng cường các module học về ngoại ngữ chuyên ngành (tiếng Anh du lịch, tiếng Hàn khách sạn, tiếng Trung lễ hành, tiếng Nhật ẩm thực,...), tập trung vào các tình huống giao tiếp thực tế, từ vựng chuyên dụng, cấu trúc câu thường dùng trong từng nghiệp vụ cụ thể.

Đào tạo về thị trường khách quốc tế đa dạng: Bổ sung các nội dung đào tạo chuyên sâu về đặc điểm văn hóa, thị hiếu, tâm lý và nhu cầu giao tiếp của từng thị trường khách du lịch quốc tế trọng điểm của Đà Nẵng (ví dụ: khách Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, châu Âu, Bắc Mỹ, Ấn Độ). Điều này giúp nhân lực không chỉ giao tiếp ngôn ngữ mà còn hiểu rõ bối cảnh văn hóa để phục vụ chuyên nghiệp và tinh tế hơn.

Tích hợp các kỹ năng mềm trong quá trình học ngoại ngữ: kỹ năng giao tiếp đa văn hóa, xử lý tình huống bằng ngoại ngữ, thuyết trình bằng ngoại ngữ, làm việc nhóm trong môi trường đa quốc tịch.

5.1.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên ngoại ngữ

Khuyến khích giảng viên ngoại ngữ tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch chuyên sâu, cập nhật kiến thức và xu hướng mới nhất của ngành.

Xây dựng cơ chế luân chuyển hoặc tạo điều kiện cho giảng viên ngoại ngữ trực tiếp tham gia làm việc, trải nghiệm các vị trí khác nhau trong doanh nghiệp du lịch để hiểu rõ quy trình vận hành và nắm bắt yêu cầu giao tiếp thực tế.

Mời các chuyên gia, quản lý cấp cao từ doanh nghiệp có kinh nghiệm làm việc với khách quốc tế tham gia giảng dạy các buổi chuyên đề, chia sẻ kinh nghiệm thực tế về giao tiếp đa văn hóa và xử lý tình huống bằng ngoại ngữ.

Tuyển dụng giảng viên là người bản xứ hoặc có trình độ ngoại ngữ tương đương người bản xứ, có kinh nghiệm giảng dạy và làm việc trong ngành du lịch.

5.1.3. Đầu tư cơ sở vật chất và trang thiết bị hỗ trợ học ngoại ngữ

Xây dựng các phòng lab ngôn ngữ hiện đại, được trang bị đầy đủ thiết bị nghe nhìn, phần mềm luyện phát âm, giao tiếp chuyên sâu.

Ứng dụng công nghệ AI trong đào tạo ngoại ngữ: Sử dụng các nền tảng học tập trực tuyến tích hợp AI để luyện kỹ năng nói, nghe, phản xạ giao tiếp, cá nhân hóa lộ trình học tập cho từng sinh viên.

Trang bị các phần mềm mô phỏng tình huống giao tiếp thực tế trong khách sạn, nhà hàng, lễ hành để sinh viên thực hành.

5.1.4. Tăng cường thực hành và trải nghiệm thực tế ngoại ngữ

Tăng thời lượng thực hành giao tiếp ngoại ngữ trong các môn học chuyên ngành.

Tăng cường các chương trình thực tập có trả lương tại các khách sạn, resort quốc tế, công ty lễ hành chuyên phục vụ khách nước ngoài để sinh viên có môi trường thực hành ngoại ngữ thường xuyên.

Tổ chức các câu lạc bộ ngoại ngữ, các buổi giao lưu văn hóa, cuộc thi hùng biện, thuyết trình bằng ngoại ngữ để tạo sân chơi và khuyến khích sinh viên tự tin giao tiếp.

Thúc đẩy các chương trình trao đổi sinh viên quốc tế, tạo cơ hội cho sinh viên học tập và làm việc trong môi trường đa văn hóa, đa ngôn ngữ.

5.1.5. Thực hiện khảo sát sinh viên tốt nghiệp

Định kỳ thực hiện các chương trình khảo sát sâu rộng đối với sinh viên đã ra trường và có việc làm, đặc biệt tập trung vào mức độ thành thạo ngoại ngữ và khả năng ứng dụng trong công việc thực tế.

Phân tích dữ liệu khảo sát để đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu trong chương trình đào tạo ngoại ngữ hiện tại, từ đó đưa ra các điều chỉnh, cải tiến cần thiết về nội dung, phương pháp giảng dạy và kỹ năng ngoại ngữ cần trang bị cho sinh viên.

5.2. Về phía doanh nghiệp du lịch

5.2.1. Chủ động tham gia vào quá trình đào tạo ngoại ngữ

Phối hợp chặt chẽ với các trường để xây dựng chương trình đào tạo ngoại ngữ chuyên ngành, đóng góp ý kiến về các kỹ năng giao tiếp, từ vựng và ngữ cảnh cần thiết cho từng vị trí công việc. Tiếp nhận sinh viên thực tập với các chương trình rõ ràng, có người hướng dẫn cụ thể và tạo môi trường để sinh viên thực hành giao tiếp ngoại ngữ với khách hàng và đồng nghiệp. Tham gia vào các buổi hội thảo, tọa đàm nghề nghiệp tại các trường để chia sẻ kinh nghiệm về yêu cầu ngoại ngữ thực tế và tuyển dụng trực tiếp nhân sự có năng lực.

Đưa ra các mô tả công việc cụ thể và yêu cầu ngoại ngữ rõ ràng: Các doanh nghiệp cần chủ động cung cấp cho các cơ sở đào tạo những mô tả công việc chi tiết cho từng vị trí, kèm theo danh sách các kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm và trình độ ngoại ngữ cụ thể (ví dụ: yêu cầu

IELTS/TOEIC tối thiểu cho tiếng Anh, HSK cho tiếng Trung, JLPT cho tiếng Nhật, hoặc các chứng chỉ tương đương cho các ngôn ngữ khác) cần thiết để đáp ứng yêu cầu công việc. Điều này làm cơ sở quan trọng để các cơ sở đào tạo cải tiến quy trình, nội dung giảng dạy, đảm bảo nguồn nhân lực đầu ra phù hợp tối đa với nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động du lịch.

5.2.2. Đầu tư vào đào tạo ngoại ngữ nội bộ

Tổ chức các lớp học ngoại ngữ tại chỗ hoặc liên kết với các Trường đại học ngoại ngữ để nâng cao trình độ tiếng Anh và các ngôn ngữ khác (Hàn, Trung, Nhật, Nga, Pháp, Đức, Thái...) cho nhân viên ở mọi cấp độ.

Khuyến khích nhân viên học thêm ngôn ngữ thứ hai, thứ ba thông qua các chính sách hỗ trợ học phí, thưởng cho nhân viên đạt chứng chỉ ngoại ngữ cao.

Tạo môi trường làm việc khuyến khích giao tiếp bằng ngoại ngữ, tổ chức các hoạt động giao lưu văn hóa, các buổi "English/Korean/Chinese/Japanese speaking day" định kỳ.

Đào tạo về ứng dụng AI trong công việc: Cung cấp các khóa đào tạo thực tế về cách sử dụng và ứng dụng các công cụ, phần mềm AI hỗ trợ giao tiếp đa ngôn ngữ vào các tác vụ hàng ngày của từng bộ phận (ví dụ: AI dịch thuật tức thời, chatbot hỗ trợ khách hàng đa ngôn ngữ) [5].

5.3. Vai trò của Hiệp hội Du lịch

Hiệp hội đóng vai trò cầu nối quan trọng giữa các doanh nghiệp du lịch là thành viên, cơ sở đào tạo và cơ quan quản lý nhà nước. Hiệp hội sẽ tập hợp ý kiến, nhu cầu thực tế của doanh nghiệp về năng lực ngoại ngữ (số lượng, chất lượng, kỹ năng thiếu hụt, đặc biệt là yêu cầu về ngoại ngữ cho từng thị trường khách) để phản ánh kịp thời đến các trường và cơ quan chức năng, đảm bảo chương trình đào tạo bám sát thực tiễn, từ đó nâng cao chất lượng đầu ra và khả năng đáp ứng của sinh viên.

Định kỳ khảo sát nhu cầu ngoại ngữ của doanh nghiệp theo từng thị trường khách để đưa ra định hướng đào tạo phù hợp, tránh tình trạng đào tạo tràn lan hoặc thiếu hụt cục bộ, đặc biệt là trong các ngôn ngữ hiếm.

Tạo cầu nối vững chắc giữa nhà trường và doanh nghiệp thông qua các diễn đàn, hội nghị thường niên, ngày hội việc làm để tăng cường sự tương tác và hợp tác trong đào tạo ngoại ngữ.

Chủ động phối hợp chặt chẽ với các cơ sở đào tạo và các chuyên gia trong ngành để tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, chuyên đề về ngoại ngữ du lịch chuyên biệt, tập trung vào giao tiếp thực tế, từ vựng chuyên ngành và văn hóa giao tiếp của các thị trường khách trọng điểm (Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản...). Các khóa học này cần được cập nhật liên tục theo xu hướng thị trường và có thể được thiết kế linh hoạt, phù hợp với lịch trình làm việc của người lao động.

Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý để xây dựng, phổ biến và giám sát việc áp dụng các tiêu chuẩn năng lực ngoại ngữ cho từng vị trí trong ngành du lịch.

Làm cầu nối tìm kiếm và thúc đẩy các chương trình hợp tác đào tạo với các tổ chức, trường học ngôn ngữ quốc tế uy tín, các hiệp hội du lịch nước ngoài. Điều này mang lại cơ hội học hỏi, trao đổi kinh nghiệm, tiếp cận các mô hình

đào tạo ngoại ngữ tiên tiến và nâng cao trình độ chuyên môn, đặc biệt là ngoại ngữ cho nhân lực Đà Nẵng, đồng thời mở rộng cơ hội việc làm quốc tế cho sinh viên.

Phối hợp với các cơ quan chức năng tổ chức các hội thảo chuyên đề, diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm, cuộc thi hùng biện, giao tiếp ngoại ngữ trong du lịch để tạo sân chơi lành mạnh, khuyến khích học hỏi, nâng cao kỹ năng và phát triển năng lực ngoại ngữ cho nhân lực du lịch. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp tìm kiếm và tuyển dụng nhân tài tiềm năng.

Tổ chức các cuộc thi tay nghề, các chương trình vinh danh nhân lực du lịch giỏi có năng lực ngoại ngữ xuất sắc để tạo động lực, khuyến khích sự phát triển cá nhân và nâng cao uy tín nghề nghiệp.

6. Kết luận

Nâng cao năng lực ngoại ngữ là một trong những nhiệm vụ trọng tâm và cấp bách để phát triển bền vững ngành du lịch Đà Nẵng. Với sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ sở đào tạo, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý nhà nước và vai trò chủ động của Hiệp hội Du lịch thành phố Đà Nẵng, Đà Nẵng sẽ xây dựng được đội ngũ nhân lực du lịch không chỉ giỏi chuyên môn mà còn thành thạo ngoại ngữ, đáp ứng

mọi yêu cầu của thị trường quốc tế, góp phần đưa thành phố trở thành điểm đến du lịch đẳng cấp và hấp dẫn hàng đầu khu vực [2], [3].

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] T. H. Tran, H. C. Hoa, T. P. L. Nguyen, T. N. Do, H. A. Le, and Q. S. Nguyen, "Human resources for tourism and travel business in Vietnam", *Business and Economic Research*, vol. 10, no. 4, pp. 63–85, 2020, doi: 10.5296/ber.v10i4.17929.
- [2] Q. Vu, "Developing tourism human resources to meet integration requirements", *Nhan Dan Online*, Dec. 30, 2024. [Online]. Available: <https://en.nhandan.vn/developing-tourism-human-resources-to-meet-integration-requirements-post142939.html>. [Accessed: Jun. 25, 2025].
- [3] UNWTO, *Keynote Presentation on Tourism Human Resources in Da Nang*, Madrid, Spain: World Tourism Organization, 2023. [Online]. Available: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/Forum%20-%20Keynote%20Presentation%20on%20HR%20in%20Da%20Nang.pdf>. [Accessed: Jun. 25, 2025].
- [4] L. Duarte, J. Torres, V. Ribeiro, and I. Moreira, "Artificial Intelligence systems applied to tourism: A survey", *arXiv preprint*, arXiv:2010.14654, 2020. [Online]. Available: <https://arxiv.org/abs/2010.14654>. [Accessed: Jun. 25, 2025].
- [5] Q. Wei, M. Yang, J. Wang, W. Mao, J. Xu, and H. Ning, "TourLLM: Enhancing LLMs with Tourism Knowledge", *arXiv preprint*, arXiv:2407.12791, 2024. [Online]. Available: <https://arxiv.org/abs/2407.12791>. [Accessed: Jun. 25, 2025].