

TẦM QUAN TRỌNG CỦA CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ GẮN KẾT NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN DU LỊCH (NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH ĐỐI VỚI SINH VIÊN KHOA DU LỊCH- TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ HÀ NỘI)

IMPORTANCE OF FACTORS AFFECTING CAREER COMMITMENT OF TOURISM STUDENTS (A CASE STUDY FOR STUDENTS OF FACULTY OF TOURISM - HANOI OPEN UNIVERSITY)

Trần Thu Phương, Lê Thị Linh Chi, Phan Thị Phương Mai*

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 05/01/2022

Ngày nhận kết quả phản biện đánh giá: 04/07/2022

Ngày bài báo được duyệt đăng: 27/07/2022

Tóm tắt: Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có tốc độ phát triển nhanh, chiếm vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Khi du lịch càng phát triển thì nhu cầu về nguồn nhân lực càng tăng, đặc biệt là việc giữ chân được các nhân viên muốn gắn bó lâu dài với nghề. Do đó, việc xác định được tầm quan trọng của các yếu tố tác động tới sự gắn kết với nghề nghiệp là vô cùng quan trọng. Bài viết dựa trên thuyết hai nhân tố của Herzberg và một số mô hình nghiên cứu đã có, tham vấn của chuyên gia làm nền tảng, từ đó đưa ra 3 nhóm yếu tố tác động tới sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch: nhóm yếu tố chủ quan (tính cách, mong muốn, nhận thức, năng lực), khách quan (các yếu tố đến từ cơ sở đào tạo, các yếu tố đến từ công việc, và nhóm yếu tố khác như gia đình, truyền thông).

Từ khóa: sinh viên, du lịch, sự gắn kết với nghề nghiệp.

Abstract: Tourism is an integrated economic sector with a rapid growth rate and occupies an important position in the socio-economic development strategies of many countries around the world, including Vietnam. As tourism develops, the demand for human resources increases, especially to retain employees who want to have a long-term commitment to their occupation. Therefore, it is extremely important to identify the importance of factors affecting career commitment. The research is based on Herzberg's two-factor theory and some existing research models, expert consultation to propose three groups of factors affecting career commitment: subjective factors (personality, desire, perception and capacity), objective factors (training institutions and work, and other factors of family and promotion).

Keywords: students, tourism, career commitment

* Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội

I. Đặt vấn đề

Du lịch góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế khác, tăng thu ngoại tệ, cân bằng cán cân thanh toán, cải thiện kết cấu hạ tầng và nâng cao nhận thức sống cho người dân. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch, năm 2019 du lịch Việt Nam đón 18 triệu lượt khách quốc tế, cùng với đó, hình ảnh du lịch quốc gia ngày càng được nâng cao.

Khi du lịch càng phát triển thì nhu cầu về nguồn nhân lực càng tăng, đặc biệt là việc giữ chân được các nhân viên muốn gắn bó lâu dài với nghề. Theo Tạp chí Công Thương (2021) mỗi năm ngành Du lịch cần 40.000 lao động, tuy nhiên, nguồn lực cung cấp được chỉ là 20.000, trong đó chủ yếu là trình độ trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn. Chính vì vậy, để phát triển ngành Du lịch Việt Nam, nâng tầm chất lượng hình ảnh du lịch với du khách trong và ngoài nước, ngành Du lịch cần được phát triển mạnh mẽ, trong đó vấn đề quan trọng nhất là đảm bảo nguồn nhân lực ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu công việc.

Dưới sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 trong 2 năm, các hoạt động

trong lĩnh vực du lịch bị đình trệ. Theo thống kê của Tổng Cục du lịch, năm 2020, lượng khách du lịch quốc tế giảm 79,5%, khách nội địa giảm 34%, tổng thu du lịch giảm 58,7%; gần 60% lao động mất việc làm hoặc cắt giảm lao động, công suất buồng phòng các khách sạn chỉ đạt 10-15%; gần 90% doanh nghiệp lữ hành quốc tế đóng cửa.

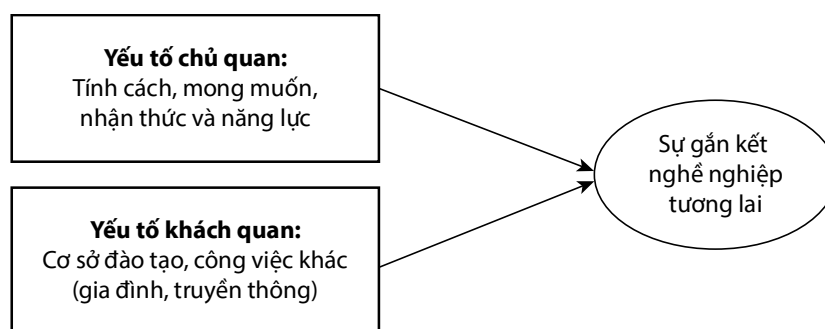
Theo đó, rất nhiều người làm trong ngành Du lịch buộc phải bỏ nghề, từ đó tác động không nhỏ đến sự gắn kết với nghề nghiệp tương lai của sinh viên du lịch. Bài viết xác định tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch (Nghiên cứu điển hình đối với sinh viên Khoa Du lịch-Trường Đại học Mở Hà Nội).

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm sự gắn kết nghề nghiệp

Sự gắn kết nghề nghiệp của nhân viên là việc liên quan đến thái độ tích cực của nhân viên trong việc thực hiện các công việc hoặc cung cấp các dịch vụ, với tư duy giúp tổ chức đạt được các mục tiêu (Molly Gigli 2021).

2.2. Các nhóm yếu tố tác động đến sự gắn kết nghề nghiệp tương lai



Hình 1 – Các nhóm yếu tố tác động đến sự gắn kết nghề nghiệp tương lai

Dựa vào khái niệm trên, sự gắn kết nghề nghiệp tương lai của một người được hiểu là việc liên quan đến thái độ tích cực của người đó trong việc xác định sẽ thực hiện các công việc hoặc cung cấp các dịch

vụ, với tư duy giúp tổ chức tương lai đạt được các mục tiêu.

Hình 1 chỉ ra 2 nhóm yếu tố: nhóm yếu tố chủ quan (gồm tính cách, mong

muốn, nhận thức và năng lực), khách quan (gồm các nội dung về cơ sở đào tạo và công việc và nhóm yếu tố khác như gia đình và truyền thông) tác động đến sự gắn kết với nghề nghiệp dựa trên một số nghiên cứu đã có và sự tham vấn của chuyên gia.

2.2.1. Nhóm yếu tố chủ quan

- Tính cách cá nhân: Inceoglu & Warr (2011) chỉ ra rằng 2 khía cạnh trong mô hình Big Five (sự ổn định cảm xúc và sự tận tâm) ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự gắn kết với nghề nghiệp. Young & cộng sự (2018) chỉ ra rằng tính cách ảnh hưởng lớn đến sự gắn kết công việc.

- Mong muốn của bản thân: Mong muốn là trạng thái của con người có thể được thỏa mãn những nhu cầu cụ thể. Hay nói cách khác, mong muốn là một yêu cầu xuất phát từ ý thức, nguyện vọng hoặc động cơ của một cá nhân để có được sự thỏa mãn. Do đó, mong muốn của con người có thể đa dạng tùy thuộc vào nhận thức, môi trường, văn hóa và xã hội của mỗi cá nhân. (Nguyễn Thị Thùy Dung, 2019)

- Nhận thức của bản thân về nghề nghiệp: Nghiên cứu của Luecht và cộng sự (1990) được xem như một trong những nghiên cứu từ rất sớm đánh giá mức độ nhận thức nghề nghiệp của học viên thuộc các chuyên ngành đào tạo khác nhau có ảnh hưởng đến sự gắn kết với nghề nghiệp trong tương lai.

- Năng lực của bản thân: Việc có các kỹ năng phù hợp với nghề nghiệp tương lai sẽ giúp một cá nhân tự tin hơn với lựa chọn ngành nghề và có xu hướng gắn bó lâu dài với nghề nghiệp đó.

2.2.2. Nhóm yếu tố khách quan

Các yếu tố đến từ cơ sở đào tạo

- Chương trình đào tạo: là một hệ thống các hoạt động giáo dục, đào tạo được thiết kế và tổ chức thực hiện nhằm đạt được các mục tiêu đào tạo, hướng tới cấp một văn bằng giáo dục đại học cho người học. Chương trình đào tạo bao gồm mục tiêu, khối lượng kiến thức, cấu trúc, nội dung, phương pháp và hình thức đánh giá đối với môn học, ngành học, trình độ đào tạo, chuẩn đầu ra phù hợp với Khung trình độ quốc gia Việt Nam.

- Phương tiện hỗ trợ: Theo Lê Thị Cẩm Nhung (2019), phương tiện hỗ trợ được hiểu là tập hợp những đối tượng vật chất được người dạy sử dụng với tư cách là những phương tiện tổ chức, điều khiển hoạt động nhận thức của người học, là phương tiện nhận thức của người học, thông qua đó mà thực hiện những nhiệm vụ dạy học.

- Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp: Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là tất cả mọi hình thức tương tác trực tiếp hay gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa trường đại học và các DN nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai bên (Lê Hoàng Bá Huyền, 2019).

- Cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc tương lai: Cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc tương lai được hiểu là các hoạt động giúp các sinh viên hiểu rõ hơn về địa điểm làm việc, từ đó có sự hình dung khái quát về công việc, nhiệm vụ... sẽ thực hiện trong tương lai (thực địa,...)

- Các hoạt động định hướng nghề nghiệp: bao gồm định hướng tại Khoa bởi

các giảng viên chuyên môn, định hướng tại khoa bởi các chuyên gia trong ngành và định hướng tại các doanh nghiệp du lịch.

- Các hoạt động ngoại khóa: bao gồm: các sự kiện do Ngành tổ chức, các sự kiện tại các doanh nghiệp du lịch, các hội thi chuyên môn...

Các yếu tố đến từ công việc:

Thuyết hai nhân tố của Herzberg cho rằng có hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến động lực của nhân viên tại nơi làm việc; là các nhân tố duy trì và các nhân tố động viên.. Theo đó, nhóm nhân tố duy trì có tác dụng khiến nhân viên không bất mãn với công việc, bao gồm:

- Thu nhập: Thu nhập thuộc nhóm nhân tố duy trì mà theo Herzberg, những nhân tố này không thúc đẩy nhân viên. Tuy nhiên, khi chúng thiếu sót hoặc không đầy đủ, các nhân tố duy trì có thể khiến nhân viên rất không hài lòng. Một khi thỏa mãn với thu nhập sẽ làm nhân viên muốn gắn kết hơn cùng tổ chức, nỗ lực hơn vì tổ chức (Suma & Lesha, 2013).

- Phúc lợi và khen thưởng: Danish & Usman (2010), khen thưởng và công nhận có mối tương quan với sự hài lòng công việc và tác động đến động lực làm việc của nhân viên, tạo cơ sở để nhân viên gắn bó với tổ chức.

- Sự quản lý, giám sát trong công việc: Người quản lý trực tiếp là người chịu trách nhiệm điều hành, quản lý, phân công công việc, tổ chức đào tạo, giám sát và phát triển đội ngũ nhân viên kế thừa. Armstrong và Taylor (2017) cho rằng người quản lý trực tiếp là tiền đề quan trọng của sự gắn kết của nhân viên với tổ chức. Theo Talukder (2019) và Suma

và Lesha (2013), người quản lý trực tiếp được xem là con đường dẫn đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức.

- Các điều kiện làm việc: Môi trường làm việc trong tổ chức bao gồm môi trường vật chất và môi trường tâm lý. Theo Armstrong và Taylor (2017), khi tổ chức có một môi trường làm việc tốt thì sự gắn kết của nhân viên với tổ chức càng cao. Theo nghiên cứu của Hanaysha (2016) đã cho thấy mối quan hệ giữa môi trường làm việc và sự gắn kết với tổ chức. Môi trường làm việc luôn được người lao động quan tâm bởi vì liên quan tới sự thuận tiện cá nhân song đồng thời nó cũng là nhân tố giúp họ hoàn thành tốt nhiệm vụ. Môi trường làm việc tốt sẽ nâng cao hơn nữa sự gắn kết của nhân viên.

- Quan hệ với đồng nghiệp: Nhóm nhân tố động viên có tác dụng giữ chân nhân viên và khiến họ muốn gắn bó lâu dài với tổ chức, bao gồm các nội dung sau đây:

- Thành tựu trong công việc: Yếu tố tạo sự động lực và sự thỏa mãn cho người thực hiện công việc, có động lực làm việc gắn bó lâu dài hơn

- Sự công nhận của tổ chức, lãnh đạo, đồng nghiệp: Theo Đoàn Thị Trang Hiền (2012) thì việc ghi nhận nỗ lực và khen thưởng nhân viên là những yếu tố then chốt giúp nâng cao năng suất lao động, đem lại sự hài lòng của khách hàng và hạn chế thấp nhất tỷ lệ nhân viên bỏ việc

- Đặc điểm của công việc: Trong lĩnh vực du lịch, sự sáng tạo, trao quyền và đặc điểm công việc là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến sự gắn kết của nhân viên (Hồ Tuy Tựu & Phạm Hồng Liêm, 2012). Saks (2006) phát hiện ra rằng các đặc điểm

công việc có mối tương quan tích cực với sự tham gia của công việc của nhân viên và gia tăng sự gắn kết của họ với tổ chức

- Cơ hội phát triển nghề nghiệp: Martensen & Grondoldt (2006) cho rằng sự thăng tiến trong công việc là yếu tố quan trọng đối với người nhân viên, đó là sự tự khẳng định bản thân họ trong môi trường làm việc. Khi nhân viên có cơ hội phát triển và tự khẳng định mình càng nhiều thì họ sẽ gắn bó với tổ chức nhiều hơn. Các nghiên cứu thực nghiệm cũng đã khẳng định hoạch định nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến ảnh hưởng trực tiếp và góp phần gia tăng sự gắn bó với tổ chức của nhân viên (Phạm Thế Anh & Nguyễn Thị Hồng Đào, 2013; Nguyễn Thị Kim Ánh & cộng sự, 2018; Meyer & Smith, 2000)

- Các yếu tố khác

+ Gia đình: bao gồm truyền thống của gia đình và sự kỳ vọng của gia đình

+ Thông tin truyền thông về nghề nghiệp tương lai thông qua các phương thức khác nhau.

III. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu

Trên cơ sở các tài liệu thu thập được từ các báo cáo, báo điện tử, tạp chí khoa học và các nghiên cứu trước đây liên quan đến sự gắn kết, sự gắn kết nghề nghiệp, nhóm tác giả đã phân tích, tổng hợp và tiến hành xây dựng cơ sở lý thuyết, xây dựng các bảng hỏi và các nội dung có liên quan khác của nghiên cứu.

3.2. Phương pháp thống kê mô tả

Phương pháp thống kê mô tả được thực hiện thông qua điều tra xã hội học.

Các dữ liệu điều tra thu thập từ các bảng hỏi đối với 02 đối tượng: chuyên gia và sinh viên.

Đối tượng chuyên gia: 08 chuyên gia bao gồm 04 giảng viên du lịch, 02 đại diện đến từ khách sạn và 02 đại diện đến từ công ty lữ hành đã tham gia trả lời bảng hỏi được thiết kế trên google form và thực hiện trực tuyến.

Bảng hỏi bao gồm 02 phần chính, phần thứ nhất bao gồm các thông tin cá nhân của chuyên gia, phần thứ hai xin ý kiến của các chuyên gia (“Đồng ý” hoặc “Không đồng ý”) về các nội dung thuộc 2 nhóm nhân tố chủ quan và khách quan có tác động đến sự gắn kết với nghề nghiệp tương lai của sinh viên du lịch.

Thời gian thực hiện điều tra trong tháng 2/2022. Kết quả: 100% các yếu tố và nội dung đề xuất được đánh dấu “Đồng ý” bởi 08 chuyên gia; 70% các chuyên gia bổ sung thêm một số nội dung, bao gồm: tính cách cá nhân, nhận thức của bản thân về nghề nghiệp (nhóm nhân tố chủ quan); Gia đình (truyền thống, kỳ vọng), và thông tin truyền thông (nhóm nhân tố khách quan).

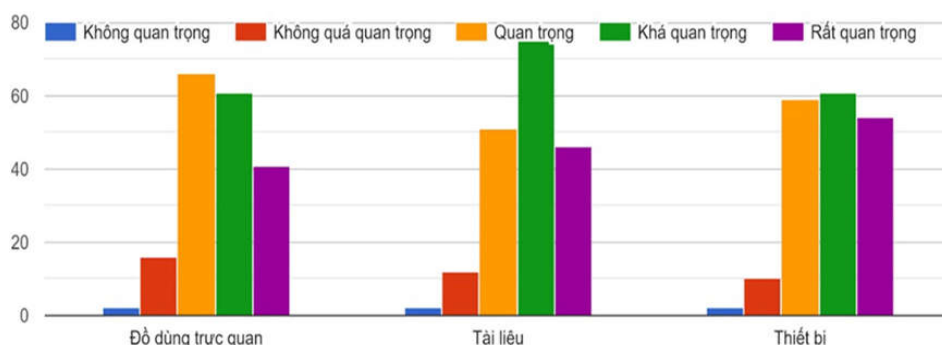
Đối tượng sinh viên du lịch: 200 sinh viên hệ chính quy đang theo học tại Khoa Du lịch trường Đại học Mở Hà Nội đã được gửi đường link dẫn đến bảng hỏi trên google form. Các câu hỏi khảo sát chủ yếu được thiết kế theo 5 cấp độ của thang đo Likert (1 là không quan trọng – 5 là rất quan trọng). Đây là thang đánh giá được sử dụng trong nhiều nghiên cứu gần đây trong lĩnh vực du lịch (Nguyễn Mạnh Hùng, 2019, Nguyễn Hoàng Tứ 2016).

Thời gian thực hiện điều tra từ tháng 3/2022 đến 4/2022. Trong tổng số 200

người được gửi đường dẫn, nhóm nghiên cứu nhận được phản hồi của 184 sinh viên, đạt tỷ lệ 92%.

IV. Kết quả và thảo luận

Trong phạm vi bài viết này, kết quả khảo sát của sinh viên về các nội dung liên quan đến cơ sở đào tạo thuộc nhóm yếu tố khách quan sẽ được trình bày.



Hình 2. Đánh giá của sinh viên về tầm quan trọng của phương tiện hỗ trợ tại cơ sở đào tạo đối với sự gắn kết nghề nghiệp

Nguồn: Điều tra xã hội học

Bảng 1. Tầm quan trọng của phương tiện hỗ trợ tại cơ sở đào tạo tác động đến sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch

Nội dung	Điểm TB
Đồ dùng trực quan	3,76/5
Tài liệu	3,81/5
Thiết bị	3,66/5

Nguồn: Điều tra xã hội học

4.2. Cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc tương lai

Bảng 2. Tầm quan trọng của cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc tương lai đối với sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch

Nội dung	Điểm TB
Tham quan thực nghiệp	4,13/5
Thực hành tại doanh nghiệp	4,16/5
Thực tập tại doanh nghiệp	4,17/5
Kiến tập tại doanh nghiệp	4,05/5
Hỗ trợ các sự kiện Ngành	3,91/5

Nguồn: Điều tra xã hội học

4.1. Phương tiện hỗ trợ

Đối với phương tiện hỗ trợ, tài liệu học tập được đánh giá là quan trọng nhất trong việc tác động tới sự gắn kết nghề nghiệp tương lai của sinh viên (3,81/5), đứng thứ hai là đồ dùng trực quan (3,76/5) và cuối cùng là trang thiết bị phục vụ học tập (3,66/5).

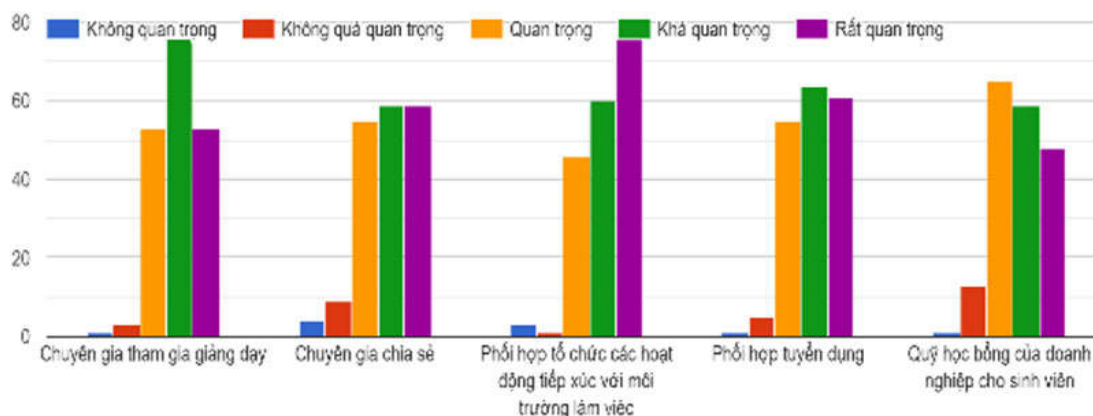
Theo sự đánh giá của các sinh viên tham gia khảo sát: đối với cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc trong tương lai thì các yếu tố thực tập, thực hành tại doanh nghiệp tác động nhiều nhất đến sự gắn kết với nghề nghiệp tương lai của sinh viên (tương ứng với 4,17 và 4,16/5). Các hoạt động tham quan thực nghiệp và kiến tập tại doanh nghiệp đứng ở vị trí tiếp theo và ít quan trọng nhất là hoạt động hỗ trợ các sự kiện của Ngành (3,91/5).

4.3. Quan hệ hợp tác với doanh nghiệp

Đối với các nội dung liên quan đến quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, theo ý kiến của các sinh viên tham gia khảo sát: nội dung *ô phối hợp tổ chức các hoạt động tiếp xúc với môi trường làm việc thực tế* có tác động nhất tới sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên trong tương lai (4,1/5). Các yếu tố khác bao gồm phối

hợp với các doanh nghiệp trong hoạt động tuyển dụng, mời các chuyên gia trong Ngành tham gia giảng dạy đứng ở vị trí tiếp theo với số điểm trung bình khá gần nhau. Hai nội dung có tầm quan trọng thấp

nhất là mời các chuyên gia trong Ngành về chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức... (3,86/5) và thành lập quỹ học bổng của doanh nghiệp dành cho sinh viên (3,75/5).



Hình 3. Đánh giá của sinh viên về tầm quan trọng của quan hệ hợp tác với DN đối với sự gắn kết nghề nghiệp

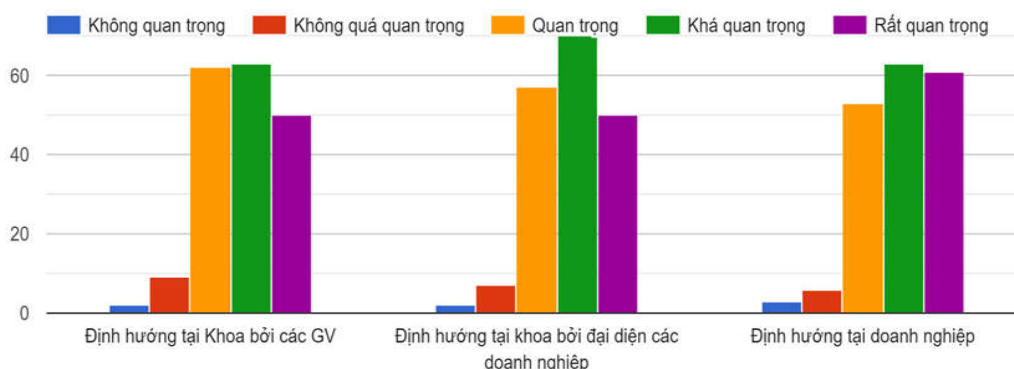
Nguồn: Điều tra xã hội học

Bảng 3. Tầm quan trọng của quan hệ hợp tác với doanh nghiệp đối với sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch

Nội dung	Điểm TB
Chuyên gia tham gia giảng dạy	3,95/5
Chuyên gia chia sẻ	3,86/5
Phối hợp tổ chức các hoạt động làm quen với môi trường thực tế	4,1/5
Phối hợp tuyển dụng	3,96/5
Quỹ học bổng của doanh nghiệp dành cho sinh viên	3,75/5

Nguồn: Điều tra xã hội học

4.4. Các hoạt động định hướng nghề nghiệp



Hình 4. Đánh giá của sinh viên về tầm quan trọng của các hoạt động định hướng nghề nghiệp đối với sự gắn kết nghề nghiệp

Nguồn: Điều tra xã hội học

Bảng 4. Tầm quan trọng của các hoạt động định hướng nghề nghiệp đối với sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch

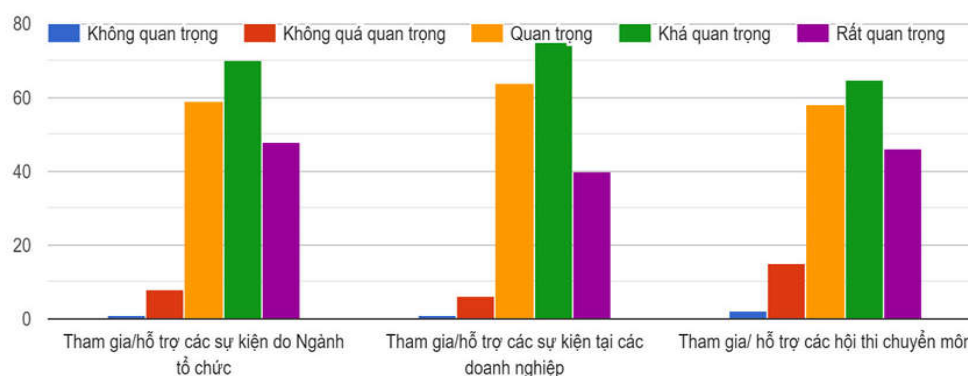
Nội dung	Điểm TB
Định hướng tại Khoa bởi các GV	3,80/5
Định hướng tại Khoa bởi đại diện các doanh nghiệp	3,85/5
Định hướng tại doanh nghiệp	3,93/5

Nguồn: Điều tra xã hội học

Trong số các nội dung liên quan đến các hoạt động định hướng nghề nghiệp, nội dung định hướng tại doanh nghiệp được các sinh viên tham gia khảo sát đánh giá là quan trọng nhất

(3,93/5). Tiếp theo là hoạt động định hướng tại Khoa bởi đại diện các doanh nghiệp và ít quan trọng nhất là hoạt động định hướng tại Khoa bởi các giảng viên (3,8/5).

4.5. Các hoạt động ngoại khóa



Hình 5. Đánh giá của sinh viên về tầm quan trọng của các hoạt động ngoại khóa đối với sự gắn kết nghề nghiệp

Nguồn: Điều tra xã hội học

Bảng 5. Tầm quan trọng của các hoạt động định hướng nghề nghiệp đối với sự gắn kết nghề nghiệp của sinh viên du lịch

Nội dung	Điểm TB
Tham gia/hỗ trợ các sự kiện do Ngành tổ chức	3,83/5
Tham gia/hỗ trợ các sự kiện tại các doanh nghiệp	3,79/5
Tham gia/ hỗ trợ các hội thi chuyên môn	3,83/5

Nguồn: Điều tra xã hội học

Trong các hoạt động ngoại khóa thì yếu tố tham gia/ hỗ trợ các sự kiện do Ngành tổ chức và các hội thi chuyên môn được đánh giá quan trọng như nhau, đều đạt 3,83/5. Hoạt động ít quan trọng nhất đối với sự gắn kết nghề nghiệp theo đánh giá của các sinh viên tham gia khảo sát là tham gia hỗ trợ các sự kiện tại doanh nghiệp (3,79/5).

Các giải pháp đối với nhà trường:

- Nhà trường cần khảo sát ý kiến của sinh viên về chất lượng cơ sở vật chất, các trang thiết bị học tập từ đó tăng cường bổ sung các trang thiết bị để phục vụ cho học tập, đáp ứng được các nhu cầu của sinh viên.
- Việc phối hợp tổ chức các hoạt động tiếp xúc với môi trường làm việc

rất quan trọng đối với các bạn sinh viên. Chính vì vậy, Khoa cần tiếp tục phối hợp, hợp tác với các doanh nghiệp lữ hành và nhà hàng, khách sạn để tạo ra nhiều hơn nữa cơ hội được thực tập và làm việc thực tế cho sinh viên.

- Phối hợp với các doanh nghiệp tổ chức các hoạt động tư vấn, hội thảo, hội nghị trao đổi kinh nghiệm, định hướng nghề nghiệp, tuyển dụng và các hoạt động truyền thông nhằm kết nối sinh viên với các doanh nghiệp và nhà tuyển dụng là cần thiết; Xây dựng dữ liệu sinh viên tốt nghiệp hàng năm cung cấp cho các đơn vị tuyển dụng; Giới thiệu việc làm sau khi tốt nghiệp cho sinh viên; Tổ chức khảo sát, lấy ý kiến của sinh viên, doanh nghiệp về các hoạt động của đơn vị...

- Nhà trường cần tiếp tục chủ động mời các nhà quản lý, nhân lực giỏi từ doanh nghiệp tham gia vào hoạt động đào tạo, hỗ trợ quá trình nghiên cứu, giảng dạy trên giảng đường sát với thực tiễn.

- Nâng cao năng lực đào tạo thông qua bồi dưỡng trình độ của đội ngũ giảng viên, đầu tư cơ sở vật chất thiết yếu; cập nhật, đổi mới, xây dựng chương trình học năng động, sáng tạo và phù hợp hơn với sinh viên và đảm bảo sinh viên tiếp cận rõ ràng nhất với nghề nghiệp tương lai.

Giải pháp đối với doanh nghiệp

- Nâng cao năng lực đào tạo thông qua bồi dưỡng trình độ của đội ngũ chuyên viên đào tạo.

- Đẩy mạnh công tác gắn kết giữa doanh nghiệp doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo du lịch. Điều này giúp sinh viên hiểu rõ hơn về doanh nghiệp cũng như nghề nghiệp tương lai của mình.

- Doanh nghiệp tạo cơ hội để sinh viên có thể thực nghiệm công việc.

Giải pháp đối với sinh viên

- Tìm tòi, khám phá và lấy việc học là yếu tố tiên quyết.

- Sinh viên cần chủ động tìm hiểu rõ về ngành/ chuyên ngành lựa chọn. Tìm hiểu về cơ sở đào tạo và đánh giá mức độ phù hợp với bản thân.

- Tích cực tham gia các hoạt động do nhà trường và doanh nghiệp tổ chức để có nhiều hơn kinh nghiệm thực tiễn của ngành.

- Sinh viên cần chủ động tìm hiểu rõ về ngành/ chuyên ngành lựa chọn. Tìm hiểu về cơ sở đào tạo và đánh giá mức độ phù hợp với bản thân.

- Tích cực tham gia các hoạt động do nhà trường và doanh nghiệp tổ chức để có nhiều hơn kinh nghiệm thực tiễn của ngành.

- Doanh nghiệp tạo cơ hội để sinh viên có thể thực nghiệm công việc.

Giải pháp đối với sinh viên

- Tìm tòi, khám phá và lấy việc học là yếu tố tiên quyết.

- Chủ động tìm hiểu rõ về ngành/ chuyên ngành lựa chọn. Tìm hiểu về cơ sở đào tạo và đánh giá mức độ phù hợp với bản thân.

- Tích cực tham gia các hoạt động do nhà trường và doanh nghiệp tổ chức để có nhiều hơn kinh nghiệm thực tiễn của ngành.

V. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố tác động tới sự gắn kết nghề nghiệp tương lai của sinh viên du lịch; nghiên cứu điển hình đối với sinh viên Khoa Du lịch-Trường Đại học Mở Hà Nội. Nội dung được trình bày trong bài viết tập trung vào

sự đánh giá của sinh viên về mức độ quan trọng của các nội dung liên quan đến cơ sở đào tạo có tác động đến sự gắn kết với nghề nghiệp trong tương lai của họ. Những nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào phân tích sâu hơn, sử dụng mô hình IPA để đánh giá thêm mức độ thực hiện thực tế của những nội dung có tác động đến sinh viên du lịch trong việc gắn kết với nghề nghiệp tương lai của họ.

Tài liệu tham khảo:

Tiếng Việt:

- [1]. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, *Đánh giá mức độ đáp ứng kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên chuyên ngành Quản trị nhân lực so với yêu cầu của doanh nghiệp – nghiên cứu tình huống tại trường Đại học Kinh tế quốc dân*, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, (2016).
- [2]. Nguyễn Thị Kim Hiệp, Các yếu tố tác động đến sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp tại Đồng Nai, tạp chí Công thương số tháng 4/2021, (2021).
- [3]. Huỳnh Trương Huy, Đoàn Thị Tuyết Kha, Nguyễn Thị Tú Trinh, *Nhận thức nghề nghiệp của sinh viên ngành Du lịch*
- [4]. *tại các trường cao đẳng, đại học trên địa bàn thành phố Cần Thơ*, Tạp chí Khoa học Giáo dục và Công nghệ số 8, tháng 11/2019, (2019).
- [5]. Nguyễn Phúc Nguyên, Nguyễn Thị Như Hiếu, Nguyễn Hằng, Hoàng Anh Viên, *Nghiên cứu sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức trường hợp khách sạn 3 sao tại Đà Nẵng*, Tạp chí Kinh tế & Phát triển số 276, tháng 6/2020, (2020).
- [6]. Tạp chí Công Thương, *Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, Số 18, tháng 7 năm 2021, (2021).
- [7]. Nguyễn Thị Đoàn Trang, *Sự gắn kết của sinh viên và chất lượng cuộc sống đại học: Nghiên cứu thông qua giá trị dịch vụ cảm nhận và mục đích cuộc sống*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á,

số 2/2019, (2019).

Tiếng Anh

- [1]. Andrew James Clements, Caroline Kamau, *Understanding students' motivation towards proactive career behaviours through goal-setting theory and the job demands–resources model*, Studies in Higher Education, Volume 43, 2018 - Issue 12, (2018).
- [2]. LiweiHsu, *Work motivation, job burnout, and employment aspiration in hospitality and tourism students—An exploration using the self-determination theory*, Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, Volume 13, (2013).
- [3]. Molly Gigli, *Job Commitment: Definition & Overview*, Study.com (2016)
- [4]. Seo Ah Park, Hong-bumm Kim & Kwang-Woo Le, *Perceptions of determinants of job selection in the hospitality and tourism industry: The case of Korean university students*, Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, Volume 16, (2017).
- [5]. Scott Richardson, *Undergraduate Tourism and Hospitality Students Attitudes Toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation*, Journal of Teaching in Travel & Tourism Volume 8, 2008 - Issue 1 (2008).
- [6]. Tamer Atef, Masooma Al Balushi, *Omani tourism and hospitality students' employment intentions and job preferences: Ramifications on Omanization plans*, Quality Assurance in Education
- [7]. Volume 25 Issue 4, ISSN: 0968-4883, (2017).

Địa chỉ tác giả: Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội

Email: phuongtt@hou.edu.vn