

# ĐÀO TẠO NHÂN LỰC DU LỊCH Ở VIỆT NAM - NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

DƯƠNG VĂN SÁU

**1. Nhân lực du lịch – sản phẩm văn hóa, sản phẩm du lịch đặc biệt** Trong xã hội hiện đại, nhân lực [human resources; manpower] là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của đất nước, bởi nhân lực chính là nguồn lực chủ đạo của xã hội. Theo Đại Từ điển tiếng Việt: “Nhân lực là sức người dùng trong sản xuất”<sup>1</sup>. Nhân lực là nguồn lực lao động hoạt động trong một lĩnh vực nào đó của đời sống xã hội trên một địa bàn nhất định, trong những khoảng thời gian nhất định. Do có vai trò, vị trí quan trọng như vậy nên nhân lực luôn là mối quan tâm hàng đầu của bất kỳ một cá nhân, tổ chức nào trong đó có các doanh nghiệp du lịch. Là ngành kinh tế dịch vụ mang tính tổng hợp cao, đối tượng chính của du lịch là du khách; du khách trong quá trình đi du lịch sẽ tiêu dùng các sản phẩm du lịch. Sản phẩm du lịch sẽ quyết định kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành du lịch. Muốn vậy, phải đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng đủ các yêu cầu, điều kiện đặt ra từ thực tế. Đào tạo nguồn nhân lực trong du lịch cũng là đào tạo ra những người biết tạo ra các sản phẩm du lịch đặc sắc để đáp ứng, thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của du khách; có như vậy, du lịch mới phát triển bền vững. Như vậy, trước hết cần phải hiểu sản phẩm du lịch là gì? Theo Luật Du lịch, “sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch”<sup>2</sup>. Trong quá trình du lịch, không chỉ đòi hỏi được thỏa mãn những nhu cầu sinh học, du khách còn mong muốn được thỏa mãn các nhu cầu văn hóa ngày càng cao. Những nhu cầu này phụ thuộc nhiều vào các yếu tố chủng tộc, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, vị trí xã hội, sức khỏe, khả năng tài chính và các yếu tố tâm sinh lý khác... Do vậy, để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của du khách, các sản phẩm du lịch đòi hỏi phải đạt được nhiều tiêu chí hết sức cơ bản. Là một ngành kinh tế tổng hợp mang bản chất và nội dung văn hóa sâu sắc; trên cơ sở, nền tảng văn hóa dân tộc - vùng miền, hoạt động Du lịch luôn đem đến cho du khách những sản phẩm chứa đựng các giá trị nhân văn đặc sắc mang sắc thái bản địa, đó chính là những sản phẩm du lịch. Từ thực tế hoạt động du lịch, cho thấy: Sản phẩm du lịch là toàn bộ những dịch vụ tạo ra các hàng hóa văn hóa mang tính đặc thù do các cá nhân và tổ chức kinh doanh du lịch cung cấp để phục vụ những nhu cầu của các đối tượng du khách khác nhau. Sản phẩm du lịch phù hợp với những tiêu chí nghề nghiệp theo thông lệ quốc tế đồng thời chứa đựng những giá trị văn hóa đặc trưng bản địa, đáp ứng và làm thỏa mãn các mục tiêu kinh tế - xã hội đối với các cá nhân, tổ chức và địa phương nơi đang diễn ra các hoạt động kinh doanh du lịch. Sản phẩm du lịch trước hết là một loại hàng hóa nhưng là một loại hàng hóa đặc biệt, nó cũng cần có quá trình nghiên cứu, đầu tư, có người sản xuất, có người tiêu dùng... như lực du lịch là nguồn nhân lực hoạt động trong ngành du lịch trên một địa bàn cụ thể trong những khoảng thời gian nhất định. Muốn có nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao, cần phải xem xét,

đánh giá việc đào tạo nguồn nhân lực này một cách khoa học. Như vậy, xét về bản chất, nhân lực du lịch chính là một “sản phẩm văn hóa” - “sản phẩm du lịch” đặc biệt, “sản phẩm” này sẽ giữ vai trò quyết định đến việc hình thành các sản phẩm du lịch khác.

## **2. Những thành tố của nhân lực du lịch ở Việt Nam**

Cũng như bất kỳ một ngành kinh tế nào khác, kinh tế du lịch cũng bao gồm hai nguồn nhân lực chính, đó là nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp và nguồn nhân lực hoạt động gián tiếp trong ngành du lịch. Trong đó nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp giữ vai trò quyết định sự thành công của ngành kinh tế quan trọng này. Nguồn nhân lực trực tiếp hoạt động trong ngành du lịch, bao gồm:

- Những người làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Đây là đối tượng đầu tiên phải kể đến trong kinh tế du lịch của một đất nước đang chuyển hướng trên bước đường xây dựng một nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của nhà nước. Nguồn nhân lực này làm việc trong các cơ quan chuyên ngành của Chính phủ, các Bộ, ngành của Trung ương và địa phương. Trước hết phải kể đến các cán bộ chuyên môn thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Các cá nhân và tập thể làm việc tại Tổng cục Du lịch, các bộ phận chuyên trách thuộc Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch ở các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

- Những người trực tiếp đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực cho ngành du lịch. Đây là một bộ phận đông đảo trong các trường đại học, cao đẳng, trung học nghề của ngành Du lịch, các khoa Du lịch trong hệ thống các trường Đại học và cao đẳng, trung học chuyên nghiệp trên toàn quốc. Với nhiều qui mô và cấp độ đào tạo khác nhau, các cơ sở đào tạo đang là cơ sở đầu tiên đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực đa dạng, chất lượng cao cho kinh tế du lịch của đất nước.

- Những người làm việc trực tiếp trong ngành du lịch: bao gồm toàn bộ cán bộ công nhân viên ở tất cả các bộ phận khác nhau nằm trong các công ty du lịch, các hãng lữ hành, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên toàn quốc. Những người trực tiếp kinh doanh du lịch ở các vị trí khác nhau của ngành kinh tế trọng điểm này của đất nước. Toàn bộ những người làm việc ở các vị trí khác nhau trong 5 lĩnh vực kinh doanh du lịch là những người lao động trực tiếp, bao gồm: Những người làm việc trong các doanh nghiệp Kinh doanh lữ hành. Những người làm việc trong các doanh nghiệp Kinh doanh lưu trú. Những người làm việc trong các doanh nghiệp Kinh doanh vận chuyển khách du lịch. Những người làm việc trong các doanh nghiệp Kinh doanh các dịch vụ hỗ trợ. Những người làm việc trong các doanh nghiệp Kinh doanh khu du lịch, đô thị du lịch.

Trong mỗi một lĩnh vực, lại có rất nhiều các vị trí khác nhau với các nhiệm vụ và chức năng khác nhau. Tất cả những cá nhân đó được tổ chức, sắp xếp, biên chế thành những bộ phận với cơ cấu khác nhau... Đó là những người trực tiếp làm việc trong ngành du lịch. Trong nguồn nhân lực hoạt động trực tiếp lại hình thành đội ngũ lao động chuyên

nghiệp và đội ngũ lao động thời vụ. Đội ngũ lao động thời vụ trong ngành du lịch thường xuất hiện ở những nơi có hoạt động du lịch diễn ra không thường xuyên. Ví dụ như ở các bãi biển phía Bắc nước ta, do điều kiện thời tiết chi phối nên hầu như các hoạt động du lịch biển thường chỉ diễn ra trong các tháng mùa hè. Vào thời điểm này, tại các khu du lịch biển như Đồ Sơn, Sầm Sơn, Cửa Lò... du khách đổ về rất đông, chủ yếu là khách nội địa. Các nhà nghỉ, khách sạn hoạt động hết công suất và phải thuê nhân công thời vụ để tham gia vào những công việc phục vụ khách tại các khách sạn, nhà hàng... Ngoài những người hoạt động trực tiếp, nguồn nhân lực hoạt động gián tiếp trong ngành du lịch bao gồm:

- Những người làm các công việc khác nhau tại các tuyến điểm du lịch. Tại các tuyến điểm này, để phục vụ hoạt động du lịch có rất nhiều các công việc khác nhau đòi hỏi nhiều người làm việc trong các dịch vụ có liên quan đến hoạt động du lịch: từ các nhân viên bảo vệ, những người bán và kiểm soát vé, những người cung ứng các dịch vụ lưu niệm, dịch vụ ẩm thực, nghỉ ngơi, giải trí, lưu trú ngắn... đến những người làm công tác điều phối và quản lý giao thông, vệ sinh môi trường, thu gom và xử lý rác thải.v.v...

- Những cá nhân và tổ chức làm công tác nghiên cứu ở các hình thái và cấp độ khác nhau mà nội dung và kết quả nghiên cứu có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến ngành du lịch: các Viện nghiên cứu phát triển du lịch; các cơ quan kiến trúc, qui hoạch, đầu tư...

- Những người hoạt động trong các lĩnh vực thông tin – truyền thông bao gồm các cơ quan báo chí, đài phát thanh, truyền hình, các nhà xuất bản... mà nội dung thông tin đăng tải do họ cung cấp có liên quan, phục vụ hoạt động du lịch.

- Những người làm ở các khâu công việc mà có liên quan đến việc xuất nhập cảnh của du khách: các cơ quan ngoại giao, các nhân viên tại các cửa khẩu, các nhân viên an ninh, biên phòng, hải quan, thuế vụ, kiểm dịch.v.v... Tất cả nguồn nhân lực du lịch hoạt động trực tiếp hoặc gián tiếp đều cần phải được đào tạo với các cấp độ và yêu cầu khác nhau. Việc đào tạo đóng vai trò quyết định sự phát triển của ngành kinh tế dịch vụ đặc biệt quan trọng này.

**3. Đặc điểm và yêu cầu của nhân lực du lịch ở Việt Nam** Là một quốc gia đang phát triển, nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam cũng nằm trong tình trạng chung, mang những đặc điểm của nguồn nhân lực Việt Nam: trẻ, thiếu và yếu; tính chuyên nghiệp chưa cao, thiếu tính đồng bộ. Nhiều người, nhiều công việc thiếu những tiền lệ và sự trải nghiệm, đang trong quá trình tìm tòi, tiếp cận để học hỏi, bổ sung, hoàn thiện mình.

- Đặc điểm về giới tính, tuổi tác, sức khỏe: một số lĩnh vực phù hợp với nam giới (hướng dẫn viên suốt tuyến...), một số lĩnh vực lại phù hợp với nữ giới (cung cấp các dịch vụ bổ sung...). Hầu hết đòi hỏi sức khỏe, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ nên cần những người trẻ tuổi, xông xáo nhưng trong công việc cũng luôn đòi hỏi người lao động phải có kinh nghiệm thực tế.

- Đặc thù công việc: Du lịch là hoạt động mang tính động rất cao, luôn biến đổi và phát triển không ngừng. Nội dung công việc liên quan đến nhiều đối tượng, thành phần khác nhau. Kết quả công việc luôn chịu sự tác động của hiệu quả tài chính, tiền bạc trong kinh doanh nên thường xuất hiện tính thực tế, thực dụng cao. Điều đó cũng chi phối phần nào các mối quan hệ trong ngành giữa các cá nhân và tổ chức với nhau.

- Tính liên ngành, liên vùng cao đòi hỏi sự phối kết hợp cao, sâu và rộng mang tính đồng bộ... giữa nhiều cơ quan, ban ngành, các cá nhân và tổ chức; giữa các địa phương vùng miền; giữa các quốc gia trong khu vực và quốc tế.

- Tính tổng hợp, kế thừa cao những kết quả thành tựu, kinh nghiệm của những người đi trước, của những hoạt động kinh doanh đã và đang hoàn thành. Trong kinh doanh du lịch, đôi khi xuất hiện tình trạng “hốt váng” khi thời cơ và điều kiện cho phép.

- Tính luân chuyển nhanh chóng, kịp thời: sự luân chuyển vị trí, nhiệm vụ; luân chuyển địa bàn, hình thức hoạt động. Ví dụ, các sinh viên, những người làm trong các ngành văn hóa – ngoại ngữ, sư phạm đang nhiều người có xu hướng chuyển sang hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Những người đã kinh qua thời gian làm Hướng dẫn viên có thể chuyển vào vị trí người điều hành du lịch... Điều đó dẫn đến yêu cầu chuyển đổi, cập nhật bổ sung, hoàn thiện và nâng cao kiến thức phải được tiến hành thường xuyên, liên tục.

- Tính linh hoạt, thích ứng cao đòi hỏi sự tích cực, chủ động, nhạy bén, sáng tạo... của người làm du lịch nhưng phải luôn tuân thủ luật pháp trên tinh thần “thượng tôn pháp luật” đồng thời lại phải phù hợp với những thông lệ trong nước và quốc tế, lễ luật của các địa phương, vùng miền.

- Tính chuyên biệt, chuyên nghiệp trong một số lĩnh vực cao đòi hỏi tính chính xác, cụ thể, khách quan, khoa học. Ví dụ, các nhân viên điều hành du lịch phải đảm bảo tính chính xác nhưng linh hoạt, thích ứng cao và luôn bám sát thực tế. Các Hướng dẫn viên phải luôn bình tĩnh, sáng suốt, quyết đoán nhưng phải thể hiện sự vui vẻ, hòa nhã... Hoạt động du lịch luôn đòi hỏi và đặt ra yêu cầu ngày càng cao cả về số và chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đáp ứng các vị trí khác nhau (trực tiếp hay gián tiếp) trong ngành du lịch. Những yêu cầu luôn cụ thể, sát thực cả về nội dung và hình thức. Ví dụ cụ thể, với Hướng dẫn viên du lịch, cần có “hai nội và ba ngoại”. “Hai nội”, gồm: nội dung (nắm chắc kiến thức chuyên môn); nội tình (nắm chắc diễn biến tình hình công việc cụ thể). “Ba ngoại”, gồm: ngoại hình (có sức khỏe, hình thức đẹp, trang phục, trang thiết bị phù hợp, hiệu quả...); ngoại ngữ (sử dụng hiệu quả ngôn ngữ đối với các đối tượng khách khác nhau); “ngoại tình” (có tình cảm, thân thiện với người ngoài (tức du khách) - tình cảm đúng đắn với du khách).v.v...

#### 4. Những vấn đề đặt ra đối với việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay

Nguồn nhân lực là yếu tố quyết định thành công, hiệu quả của bất cứ một ngành kinh tế nào. Trong kinh tế du lịch, để hình thành nguồn nhân lực du lịch có chất lượng, hiệu quả phải làm tốt 3 khâu: đào tạo – tuyển chọn

– sử dụng đúng mục đích và cách thức. Vấn đề đầu tiên của kinh tế du lịch chính là tạo ra những sản phẩm du lịch đặc sắc có sức thu hút, hấp dẫn cao đối với du khách. Bất cứ một sản phẩm du lịch nào cũng phải là một sản phẩm văn hóa cao. Để có được điều này, trước tiên phải có nhân lực du lịch tốt. Muốn có được nguồn nhân lực du lịch tốt cần phải có cơ chế chính sách, đường lối phát triển. Nhân lực trước hết chịu sự tác động, điều phối của đường lối chính sách phát triển. Bên cạnh đó vấn đề đào tạo và đào tạo lại là công việc thường xuyên của bất cứ một doanh nghiệp nào. Trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp cũng là quá trình quản lý, khai thác, sử dụng nguồn nhân lực đi đôi với việc đánh giá, thẩm định khen thưởng và xử lý, khắc phục hạn chế nảy sinh trong hoạt động tại doanh nghiệp. Việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam hiện nay được diễn ra bằng những hình thức sau đây: **Đào tạo gián tiếp** & **Đào tạo trực tiếp**. Đào tạo gián tiếp thông qua công tác tuyên truyền, quảng bá qua các chương trình thông tin truyền thông của các cơ quan thông tin đại chúng. Xuất bản và cung cấp các ấn phẩm dưới nhiều hình thức khác nhau, các chương trình phát thanh truyền hình để cung cấp phổ biến kiến thức, tuyên truyền đường lối chính sách, pháp luật, nâng cao nhận thức chuyên môn nghiệp vụ; gợi ý và định hướng ý tưởng kinh doanh... Đào tạo trực tiếp nguồn nhân lực du lịch tại các cơ sở đào tạo nghề và việc đào tạo lại, đào tạo bổ sung tại các doanh nghiệp trong ngành du lịch với nhiều hình thức khác nhau như tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn và dài hạn, các lớp tập huấn, bồi dưỡng, bổ túc và cập nhật kiến thức, kỹ năng chuyên môn. Năm 2008, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Bộ Giáo dục và Đào tạo kết hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Bộ Lao động thương binh và xã hội đã tổ chức Hội thảo quốc gia *Đào tạo Nhân lực ngành du lịch theo nhu cầu xã hội*. Hội thảo một lần nữa nhấn mạnh đến việc đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt gắn quá trình đào tạo với thực tiễn hoạt động của ngành, tạo ra sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp. Đặc điểm của đào tạo du lịch là đào tạo nghề nên rất cần các cơ sở thực hành, thực tế. Các trang thiết bị kỹ thuật phục vụ đào tạo thường rất đắt tiền và nhanh chóng thay đổi khiến cho các cơ sở đào tạo thường khó theo kịp sự phát triển của ngành. Dẫn đến tình trạng đào tạo du lịch hiện nay đang phổ biến tình trạng “tay không bắt giặc”. Việc phối kết hợp giữa các nhà trường với các doanh nghiệp về lý thuyết là rất đúng, rất cần thiết nhưng thực hiện trên thực tế không hề dễ dàng bởi các cơ sở vật chất kỹ thuật, con người

của mỗi một doanh nghiệp là của công việc kinh doanh chứ không dễ dàng để cho các cơ sở đào tạo "thủ" hay "tập". Thực tế ở Khoa Văn hóa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội lấy "Đồng hành cùng doanh nghiệp" luôn là một phương châm đúng nhưng không dễ thực hiện. Nếu muốn tăng thực tế, thực hành cho sinh viên, học viên lại phải giải bài toán tăng học phí, tăng kinh phí đào tạo – một bài toán muôn thủa của toàn xã hội... Ngay trong việc đào tạo, do nhu cầu xã hội tăng nhanh dẫn đến qui mô đào tạo được mở rộng nhanh chóng đòi hỏi tăng nhanh về số lượng đội ngũ giảng viên. Điều này cũng khiến cho chất lượng đội ngũ giảng viên cũng không cao, không đáp ứng và thỏa mãn yêu cầu của thực tế. Nhiều sinh viên giỏi đã không muốn làm công tác giảng dạy, đào tạo do thu nhập thấp trong nhà trường. Muốn thu nhập cao phải tham gia kinh doanh trong khi khả năng và kinh nghiệm kinh doanh của các nhà trường, các thầy các cô thật khó có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp trong ngành. Chất lượng đào tạo cũng phụ thuộc vào chất lượng tuyển sinh. Chất lượng tuyển sinh phụ thuộc chất lượng đào tạo phổ thông từ các cấp mầm non, cơ sở... Nguyên nhân làm nảy sinh kết quả và nguyên nhân khác đồng thời tạo nên hệ quả rộng rãi, tác động lâu dài... Ngành du lịch Việt Nam cũng mới thực sự phát triển trong khoảng 15 năm trở lại đây nên còn thiếu những chuyên gia đầu ngành, thiếu nhiều nhà quản lý, nhà khoa học tầm cỡ. Hệ thống giáo trình, giáo án, tài liệu thiếu, nhiều cán bộ giáo viên không muốn xuất bản vì nhuận bút thấp, sự bảo hộ quyền và lợi ích tác quyền chưa tốt dẫn đến nhiều người phải lo bảo vệ cái "cần câu cơm" cho riêng mình. Hầu hết đội ngũ cán bộ được chuyển từ các ngành kinh tế - văn hóa – xã hội khác sang làm việc trong lĩnh vực du lịch. Nhu cầu xã hội tăng nhanh, qui mô đào tạo mở rộng dẫn đến tình trạng cạnh tranh đôi khi thiếu lành mạnh làm giảm chất lượng đào tạo chung của toàn ngành. Đội ngũ cán bộ giảng dạy, đào tạo cũng bị phân tán bởi thời gian, vị thế trong những cơ sở giáo dục trong và ngoài công lập. Tổng hợp tất cả các yếu tố đó khiến cho chất lượng đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch chưa đáp ứng và tương xứng với yêu cầu phát triển của ngành. Thực tế, trong nền kinh tế thị trường, nền giáo dục đào tạo theo hướng đáp ứng các nhu cầu xã hội, thực hiện phương châm chung: đào tạo cái mà thị trường cần chứ không phải đào tạo cái mà mình có! Dẫn đến việc các cơ sở đào tạo đều phát triển theo hướng đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực. Chính điều đó khiến cho việc đào tạo chuyên sâu, chuyên nghiệp bị tác động, ảnh hưởng. Trong dòng thác ồ ạt của kinh tế thị trường đã cuốn chung trong một dòng chảy mà ở đó sắc màu bị pha trộn đến khó nhận ra "mình là ai? cái gì? ở đâu?". Đó là thách thức và yêu cầu đổi mới của tính chuyên nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch ở Việt Nam hiện nay! Từ thực tế nguồn nhân lực du lịch hiện nay, để nâng cao chất lượng đào tạo có nhiều việc phải tiến hành đồng bộ. Việc xã hội hóa giáo dục là tất yếu nhưng phải dưới sự qui hoạch, điều tiết của Nhà nước. Cần qui hoạch lại hệ thống các cơ sở đào tạo trong và ngoài công lập. Đẩy mạnh và tăng cường việc theo dõi, đánh giá, thẩm định chất

lượng giáo dục đào tạo của các cơ sở để nâng cao chất lượng, giảm thiểu việc đào tạo “rút kinh nghiệm” bởi những thí điểm, thí nghiệm trong giáo dục đào tạo sẽ ảnh hưởng liên đới, lâu dài đến không chỉ một vài thế hệ, và rất khó khắc phục, sửa chữa. Nhà nước cần can thiệp thông qua hệ thống luật pháp và cơ chế chính sách khoa học, hợp lý để thúc đẩy sự liên minh, gắn kết đồng bộ giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp. Chính sách đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phải có sự can thiệp của nhà nước và các doanh nghiệp bằng tài chính và sự cam kết phục vụ sau khi được đào tạo. Nhà nước và các cơ sở đào tạo nên có chính sách “chiêu hiền đãi sĩ” dụng người hiền tài thỏa đáng thông qua việc bảo hộ chặt chẽ quyền và lợi ích của các tác giả, nâng cao nhuận bút cho các giáo trình, giáo án bài giảng có chất lượng. Có cơ chế và chính sách thuận lợi, cởi mở để các nhà giáo ở các nhà trường dễ dàng, thoải mái “ngồi” với nhau trong các diễn đàn đa cấp để thảo luận, chia sẻ và hợp tác... Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch là vấn đề đầu tiên, chiếm nội dung và vị thế cực kỳ quan trọng nhưng là “câu chuyện dài hơi” muôn thủa của không chỉ các cơ sở đào tạo, của ngành du lịch mà là của toàn xã hội. Bằng những bước đi và biện pháp thích hợp với từng thời đoạn, chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở Việt Nam đang từng bước được hoàn thiện và nâng cao. Mỗi cơ sở đào tạo, mỗi doanh nghiệp trong quá trình phát triển luôn cần phải soi lại chính mình, “tắm gội, giặt ủi, sấm sanh” đồ hành của mình, xốc lại tâm thế, hành trang, tiếp tục lên đường! Cùng với các cơ sở đào tạo khác, Khoa Văn hóa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội đang nỗ lực cố gắng hết sức mình trên con đường tiến về phía trước. Đường chúng ta đi là con đường còn lắm chông gai, đầy khó khăn, thử thách nhưng là con đường “vô tiền khoáng hậu” – Đường đó là ĐƯỜNG TỚI NGÀY VINH QUANG!

DVS