

Phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Nguyễn Thị Tình
Học viện Hành chính Quốc gia

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 tạo ra những thay đổi lớn trên hầu hết các lĩnh vực kinh tế- xã hội, tạo ra những cơ hội phát triển mạnh mẽ cho Việt Nam, trong đó có lĩnh vực du lịch. Được biết đến là đất nước có giàu tiềm năng du lịch, nếu Việt Nam đầu tư, biết tận dụng khai thác tốt cơ hội mà cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 mang lại thì ngành du lịch Việt Nam sẽ có những phát triển ngoạn mục, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng và phát triển kinh tế của Việt Nam.

1. Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển du lịch

1.1. Trong lĩnh vực quảng bá xúc tiến du lịch

Để quảng bá, giới thiệu, phát triển các điểm đến du lịch thì theo phương thức trước đây, các công ty du lịch sẽ sử dụng các phương thức truyền thống như truyền hình, đài phát thanh, báo chí, tờ rơi... hay phải đến tận nơi giới thiệu các tour du lịch, tốn rất nhiều thời gian cũng như chi phí. Hiện giờ, nhờ có máy tính và mạng Internet giúp kết nối vạn vật, du khách có thể dễ dàng truy cập và tìm hiểu những danh lam thắng cảnh, những địa điểm vui chơi trên toàn thế giới với chi phí vô cùng rẻ, nhờ đó kích thích nhu cầu đi du lịch và là cơ hội mở rộng thị trường du lịch.

Nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin, các cơ sở kinh doanh du lịch đã số hóa các cơ sở dữ liệu du lịch như giới thiệu trên nền tảng Internet các dạng tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, sử dụng hình ảnh, các thước phim 3D, 4D tái dựng lại các sự kiện, di tích lịch sử, văn hóa, các di sản thiên nhiên, tạo dựng bản đồ các điểm du lịch, giới thiệu hệ thống các nhà hàng, khách sạn, hệ thống giao thông... của mỗi địa phương, mỗi quốc gia, điều này không chỉ mang lại tiện ích cho du khách mà còn giảm bớt chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh và hiệu quả quản lý cho các cơ sở kinh doanh du lịch và nhà quản lý.

Với sự phát triển vô cùng mạnh mẽ của các mạng xã hội như facebook, twitter,... những bức hình, bài viết về những điểm du lịch trên khắp thế giới được lan truyền, phổ biến rộng rãi tới tất cả người dân trên toàn thế giới, từ đó tạo hiệu ứng đám đông, nhanh chóng gây dựng thương hiệu cho điểm đến, thậm chí đó còn là thương hiệu mang tầm vóc, quy mô toàn cầu.

1.2. Trong lĩnh vực kinh doanh du lịch

Bán dịch vụ du lịch qua mạng: Ngày nay các nhà kinh doanh du lịch có thể “bán hàng” qua mạng thông qua hình thức thương mại điện tử như cung cấp tour, cung cấp các dịch vụ ăn ở đi lại, quà lưu niệm cho khách có nhu cầu trên mạng điện tử và khách thanh toán trực tuyến, không cần phải gặp gỡ trực tiếp giữa người cung cấp dịch vụ du lịch và du khách như trước kia.

Hợp tác các doanh nghiệp du lịch: Nhờ có kết nối mạng và chia sẻ thông tin, các doanh nghiệp du lịch có thể hợp tác, liên kết với nhau để chuyên môn hóa từng khâu trong hành trình du lịch của du khách như doanh nghiệp thì chịu trách nhiệm cung cấp dịch vụ vận tải, doanh nghiệp chịu trách nhiệm về ăn uống, doanh nghiệp chịu trách nhiệm về các hoạt động vui chơi,... như vậy vừa nâng cao hiệu quả kinh doanh, vừa giảm chi phí cho du khách.

Nhiều nước ở Châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Thái Lan,... đã tăng cường đầu tư và tận dụng triệt để lợi ích của du lịch thông minh. Họ đã áp dụng ví điện tử, dùng dấu vân tay hay mã QR để thanh toán dịch vụ, làm thủ tục tại sân bay, nhận phòng, trải nghiệm du lịch trên công nghệ thực tế ảo,... Thành phố Dubai ở Trung Đông đã tích hợp du lịch thông minh với mô hình thành phố thông minh để kết nối du khách với hệ thống tài nguyên của thành phố, toàn bộ các dịch vụ từ khách sạn, nhà hàng, visa, hàng không đến các dịch vụ ăn uống, vui chơi giải trí đều sử dụng công nghệ số.

1.3. Trong lĩnh vực đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch

Nguồn lao động du lịch bao gồm lao động trực tiếp và lao động gián tiếp, có thể chia thành ba nhóm

chính: Nhóm lao động thực hiện chức năng quản lý nhà nước về du lịch; nhóm lao động thực hiện chức năng nghiệp vụ du lịch; nhóm lao động thực hiện chức năng kinh doanh du lịch. Cách mạng công nghiệp 4.0 ra đời giúp việc đào tạo nguồn nhân lực nói chung và nhân lực cho ngành du lịch nói riêng trở nên thuận tiện và hiệu quả hơn. Việc sử dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại và tích cực sẽ giúp người học hứng thú, nắm bắt được nội dung bài học tốt hơn. Bên cạnh phương pháp dạy học truyền thống, người học có thể tham gia các chương trình học khác như học từ xa, học trực tuyến nhờ có máy tính và mạng internet.

2. Hiện trạng áp dụng cách mạng công nghiệp 4.0 trong kinh doanh du lịch ở Việt Nam

Theo báo cáo của Tổng cục Du lịch Việt Nam, trong năm 2017, Việt Nam đón 13 triệu lượt khách quốc tế trong đó lượng khách tham khảo thông tin điểm đến trên mạng Internet chiếm 71% và lượng du khách quốc tế đặt mua dịch vụ trên mạng cho chuyến đi đến Việt Nam chiếm 64%. Hai năm gần đây các công nghệ thông minh đã thực sự bùng nổ trong lĩnh vực du lịch với sự ra đời của các doanh nghiệp thuần túy công nghệ liên kết mạnh mẽ với các doanh nghiệp lữ hành, nhà hàng, khách sạn... Hiện nay gần như tất cả các doanh nghiệp du lịch Việt Nam sử dụng website giới thiệu quảng bá sản phẩm. Hầu hết các khách sạn, nhà hàng, điểm vui chơi đã có wifi miễn phí và dịch vụ này đang được nhân rộng ở nhiều điểm du lịch. Nhiều địa phương đưa vào sử dụng nhiều phần mềm, tiện ích thông minh, nhất là các tỉnh, thành phố lớn được coi là những trung tâm du lịch của cả nước, cụ thể như:

Hà Nội đang từng bước xây dựng thành phố thông minh, trong đó, du lịch được ưu tiên. Năm 2018, Hà Nội đã đưa vào sử dụng 2 phần mềm tiện ích thông minh hỗ trợ du khách gồm hệ thống thuyết minh tự động tại di tích Văn Miếu-Quốc Tử Giám và phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng Thành Thăng Long. Theo đó, để sử dụng hệ thống thuyết minh tự động tại di tích Văn Miếu-Quốc Tử Giám, khách tham quan chỉ cần sử dụng một thiết bị có cài sẵn các nội dung thuyết minh, những địa điểm cần thuyết minh tại di tích. Nội dung thuyết minh được biên soạn cẩn thận về các câu chuyện lịch sử, câu chuyện di sản giúp khách tham quan dễ dàng hình dung quá trình hình thành và phát triển các giá trị của di tích.

Thành phố Hồ Chí Minh cũng đang tích cực đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số và truyền thông trong ngành du lịch nhằm đưa thành phố trở thành đô thị du lịch thông minh. Một số phần mềm du lịch thông minh đã được thành phố đưa vào sử dụng như phần mềm du lịch thông minh "Vibrant Ho Chi Minh city", "Sai Gon Bus", "Ho Chi Minh City Travel Guide", "Ho Chi Minh City Guide and Map" đã và đang được áp dụng ngày càng rộng rãi trên địa bàn.

Đà Nẵng cũng đề cao ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch của mình. Đà Nẵng sử dụng các phương pháp marketing điện tử để quảng bá du lịch, xây dựng các hệ thống phần mềm, tiện ích hỗ trợ du khách như "Da Nang Tourism", "inDaNang", "Go! Đà Nẵng", "Da Nang Bus." Đặc biệt, Đà Nẵng đã đưa vào sử dụng ứng dụng chatbot "Da Nang Fantastcity" Đây là công nghệ được sử dụng đầu tiên tại Việt Nam và Đông Nam Á (cùng với Singapore).

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia nghiên cứu, các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đã rất tích cực, kịp thời tiếp cận cách mạng công nghiệp 4.0 để nắm bắt xu hướng kinh doanh mới, đáp ứng nhu cầu du lịch đa dạng của du khách. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, phát triển du lịch trong thời đại công nghệ số vẫn còn bộc lộ nhiều khó khăn, vướng mắc sau:

- Hiện Việt Nam có hơn một nửa số doanh nghiệp du lịch áp dụng các giải pháp bán hàng, thanh toán trực tuyến nhưng hiệu quả không đồng đều, doanh số thu được qua mạng chưa cao;

- Nhiều công ty du lịch trực tuyến của Việt Nam không đủ năng lực để cạnh tranh với các công ty nước ngoài. Các sản phẩm giao dịch điện tử du lịch trong nước mới chỉ đáp ứng được 20% nhu cầu giao dịch, còn lại là các sản phẩm giao dịch nước ngoài. Theo số liệu của Hiệp hội Thương mại Điện tử, các đại lý du lịch trực tuyến thương hiệu toàn cầu như Agoda.com, booking.com, Traveloka.com, Trivago.com, hotel.com đang độc chiếm 80% thị phần Việt Nam. Trong khi đó, Việt Nam chỉ có trên 10 sản phẩm giao dịch điện tử và cũng chủ yếu phục vụ thị trường khách trong nước với số lượng giao dịch thấp như: livvu.com, chudu24.com, vntrip.vn,...

- Ngoài các thành phố lớn, các địa phương khác trên cả nước tuy đã có website giới thiệu và quảng bá điểm đến du lịch nhưng thông tin còn sơ sài, chủ yếu bằng tiếng Việt.

3. Gợi ý giải pháp phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Tổng cục Du lịch đã xây dựng và trình Chính phủ Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 của ngành Du lịch Việt Nam. Trong đó, đề án xác định phát triển du lịch thông minh là một nội dung quan trọng cần tập trung trong bối cảnh số hóa hiện nay và đưa ra các cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển du lịch thông minh. Đề án đặt mục tiêu đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý, kinh doanh du lịch, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam, hiện thực hóa mục tiêu đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Để đạt được những mục tiêu của Đề án, ngành du lịch Việt Nam cần có những giải pháp cơ bản sau:

- i) Xây dựng và hoàn thiện hệ thống thông tin ngành du lịch trên không gian mạng

- Ngành du lịch phải từng bước số hóa các điểm đến du lịch trên tất cả các nội dung như: sản phẩm du lịch, giá cả, giao thông, phương tiện đi lại,... với ít nhất hai thứ tiếng là tiếng Việt và tiếng Anh; phát triển ứng dụng thuyết minh du lịch trên thiết bị di động thông minh thông qua công nghệ chuyển đổi giọng nói giữa tiếng Việt và các ngôn ngữ thông dụng khác.

- Phát động phong trào và có những cơ chế khuyến khích (nếu cần thiết) các cá nhân, tổ chức tham gia đóng góp dữ liệu vào hệ thống thông tin chung. Cá nhân, tổ chức có thể đóng góp bằng các bài viết, bài giới thiệu, các thước phim, ảnh... về những điểm đến du lịch.

ii) **Đẩy mạnh công tác xúc tiến du lịch trên không gian mạng**

- Nâng cấp cổng thông tin du lịch Việt Nam theo hướng đầy đủ, đa dạng, chính xác về nội dung, sinh động về các hình thức thể hiện; hỗ trợ tối đa những nhu cầu của du khách; giúp du khách đặt và thanh toán dịch vụ du lịch một cách nhanh nhất, thuận tiện nhất; tiếp nhận và xử lý phản hồi của du khách một cách kịp thời.

- Quảng bá, giới thiệu du lịch Việt Nam trên tất cả các kênh, các phần mềm ứng dụng. Mở chiến dịch và tạo phong trào quảng bá cho tất cả người dân, khuyến khích mọi người dân cùng làm du lịch. Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ thông tin lớn trong và ngoài nước để thực hiện truyền thông, quảng cáo qua nhiều kênh thông tin như tin nhắn, các ứng dụng phổ biến, nhạc chờ, chữ ký cuộc gọi.

iii) **Hỗ trợ doanh nghiệp đẩy nhanh ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch**

Như đã đề cập, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch đang thiếu về tiềm lực tài chính và kinh nghiệm, yếu về năng lực khoa học công nghệ, do đó trong thời gian tới Nhà nước nên có chính sách hỗ trợ đối với các doanh nghiệp này để họ trở thành những doanh nghiệp lớn mạnh, có sức cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài:

Hỗ trợ về vốn: Nhà nước có thể có những gói cho vay với lãi suất thấp, thời gian vay dài, thủ tục thế chấp và cho vay đơn giản, tạo điều kiện để cộng đồng các doanh nghiệp du lịch dễ dàng tiếp cận nguồn vốn này.

Hỗ trợ về công nghệ: Bên cạnh việc chủ động từ phía doanh nghiệp, nhà nước có thể hỗ trợ tư vấn công nghệ cho các doanh nghiệp bằng cách mời các chuyên gia am hiểu về kinh doanh du lịch trực tuyến để hướng dẫn ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 vào lĩnh vực này.

Bên cạnh đó, liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước cũng là giải pháp không tồi trong thời gian này. Đẩy mạnh liên kết ngành và đa ngành, lưu hành liên kết với lưu trú, vận chuyển, ngân hàng, công nghệ thông tin... để tạo nên những dịch vụ ưu việt cho du khách trong và ngoài nước.

iv) **Tuyên truyền, đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao nhận thức về ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch**

Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn về ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển du lịch thông minh cho cán bộ quản lý nhà nước về du lịch, các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng làm du lịch. Xu hướng phát triển du lịch hiện nay là khách hàng sẽ mua vé, đặt phòng hay gọi thức ăn... đều thông qua hệ thống điện tử. Người máy hay hệ thống công nghệ sẽ thay con người thực hiện các nghiệp vụ, do đó đòi hỏi đào tạo nguồn nhân lực du lịch phải tinh hơn. Nghiên cứu, đào tạo những vị trí việc làm mới thay thế những vị trí truyền thống mà hệ thống công nghệ đã đảm nhiệm.

Hiện nay, trong ngành du lịch, nhân sự được đào tạo chuyên môn ở lĩnh vực công nghệ thông tin đang khá khan hiếm, các doanh nghiệp phải tuyển dụng và mất nhiều thời gian đào tạo lại. Do vậy trong thời gian tới, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch nên:

- Xây dựng lại chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo đảm bảo đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

- Xây dựng mới một số môn học hay module, giáo trình phù hợp với chuẩn đầu ra mới. Xây dựng nhiều loại hình du lịch ví dụ theo hướng du lịch trực tuyến mà sau này khách du lịch sẽ xem và lựa chọn trực tuyến các tour trước khi đi.

- Các cơ sở đào tạo cần liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch để có môi trường cọ sát thực tế cho sinh viên, vừa giúp sinh viên có được những trải nghiệm thực tế, vừa giúp họ tiếp cận được những công nghệ và phương thức kinh doanh hiện đại ở các doanh nghiệp, nhất là thời đại mà công nghệ thay đổi ngày càng nhanh chóng./.

Tài liệu tham khảo

Ban Chấp hành Trung ương (2017), Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

Thủ tướng Chính phủ (2018), Quyết định 1671/QĐ-TTg về phê duyệt “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018- 2020, định hướng đến năm 2025”

Trường Đại học Bà Rịa- Vũng Tàu (2018), Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Tổng cục du lịch (2012), Chiến lược phát triển của ngành du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030