

TÁC ĐỘNG CỦA CMCN 4.0 ĐỐI VỚI DU LỊCH VIỆT NAM

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

NGUYỄN ĐỨC TÂN*

CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 (CMCN 4.0) ĐÃ TẠO RA NHỮNG ĐỘT PHÁ VỀ CÔNG NGHỆ VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO, CÓ ẢNH HƯỞNG SÂU RỘNG ĐẾN TOÀN BỘ HOẠT ĐỘNG TRONG NGÀNH DU LỊCH. ĐỂ THÍCH ỨNG VỚI CUỘC CMCN 4.0, ĐÒI HỎI NGÀNH DU LỊCH PHẢI CÓ NHỮNG BƯỚC ĐỔI MỚI NHẪM TẬN DỤNG MỘT CÁCH TỐT NHẤT NHỮNG CƠ HỘI, VỪA PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG VỪA ĐẢM BẢO PHÁT TRIỂN KINH TẾ, VĂN HÓA - XÃ HỘI VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG.

Tác động của CMCN 4.0 đối với phát triển ngành Du lịch

Về lĩnh vực quảng bá và marketing du lịch

Việc phát triển internet kết nối vạn vật giúp mọi người có thể truy cập và tìm hiểu những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh du lịch nổi tiếng trên toàn thế giới. Từ đó, kích thích nhu cầu đi du lịch ở mọi người, mở rộng thị trường du lịch...

Nếu như trước kia, để quảng bá điểm đến, người ta phải mất rất nhiều thời gian và phải trả một khoản kinh phí khá lớn cho quảng cáo trên truyền hình, báo, đài, phát tờ rơi, tập gấp, bản đồ... thì nay thông qua ứng dụng các website thông minh, các nền tảng mạng xã hội, cộng đồng mạng và tổng đài ảo, giá thành chi phí quảng cáo, tiếp thị và thời gian dành cho nó đã giảm đi rất nhiều.

Việc số hóa các cơ sở dữ liệu du lịch như giới thiệu các dạng tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, bản đồ các điểm du lịch, hệ thống các nhà hàng, khách sạn, hệ thống giao thông... của mỗi địa phương, mỗi quốc gia đang được triển khai rộng rãi, mang lại tiện ích cho các nhà quản lý, kinh doanh du lịch và du khách. Có thể nói số hóa là bước đầu tiên quan trọng, là cơ sở cho việc chuyển đổi số trong du lịch các nước hiện nay.

Việc sử dụng hình ảnh, phim 3D, 4D tái dựng các sự kiện, di tích lịch sử, văn hóa, di sản thiên nhiên và đưa lên internet hoặc trình chiếu tại các điểm du lịch sẽ giúp cho tất cả mọi để dàng khám phá, tìm hiểu tài nguyên du lịch của mỗi địa phương, mỗi quốc gia.

Về lĩnh vực kinh doanh dịch vụ du lịch

Thương mại điện tử, kinh doanh qua mạng, trong đó có kinh doanh du lịch hiện đang là xu thế chung. CMCN 4.0 giúp các nhà kinh doanh du lịch triển khai bán các dịch vụ du lịch cho mọi đối tượng có nhu cầu trên khắp thế giới với chi phí thấp nhất, thời gian tiết kiệm nhất và doanh thu cao nhất.

Ứng dụng công nghệ đã làm giảm đáng kể nguồn lao động, rút ngắn thời gian làm việc, giảm mạnh các chi phí dẫn tới giảm giá thành các dịch vụ du lịch. Chính nhờ mua và bán hàng qua mạng nên các doanh nghiệp du lịch có thể liên kết, hợp tác, chia sẻ khó khăn, lợi nhuận, bán hàng cho số lượng khách đông, chi phí và thời gian ít nên họ có thể ổn định giá, giảm giá, thậm chí giảm giá cực sốc các dịch vụ du lịch.

Internet kết nối vạn vật đã giúp cho các doanh nghiệp lữ hành dễ dàng kết nối tour, tuyến, điểm, tăng lượng khách và tăng hiệu suất kinh doanh du lịch, biến du lịch trở thành một ngành công nghiệp có guồng máy hoạt động không ngừng nghỉ.

CMCN 4.0 giúp tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm du lịch mới, phong phú, hấp dẫn hơn, chẳng hạn công nghệ ảo cho phép tái tạo những sự kiện lịch sử, không gian văn hóa cổ xưa, những thắng cảnh thiên nhiên hùng vĩ... để du khách có thể trải nghiệm và đắm chìm vào đó... Những ưu thế công nghệ vượt trội giúp du khách cảm nhận bằng tất cả các giác quan của mình, khiến sự hài lòng của du khách tăng lên rất nhiều. Chính vì vậy CMCN 4.0 không chỉ làm giảm giá thành mà còn làm tăng chất lượng các dịch vụ du lịch...

Về lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực du lịch

CMCN 4.0 đang tác động sâu rộng vào du lịch. Vì vậy, các cơ sở đào tạo du lịch cũng cần có những chuyển đổi mạnh mẽ để thích ứng với sự phát triển của công nghệ. Theo đó, cần đổi mới chương trình, giáo trình đào tạo, tăng thời lượng thực hành, thực tập thực tế tại doanh nghiệp; nâng cao và cập nhật trình độ chuyên môn, công nghệ cho đội ngũ giáo viên; ứng dụng công nghệ mới trong giảng dạy lý thuyết và thực hành; đào tạo thêm cho sinh viên các kỹ năng mềm, kỹ năng ứng dụng công nghệ mới, kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ; liên kết nhà trường với doanh nghiệp, đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội.

*Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang

Cơ hội

Trong số các giải pháp công nghệ đang phát triển với tốc độ nhanh chóng, có thể kể một số xu hướng sau:

Ứng dụng Mobile: Các ứng dụng này phù hợp với một đặc trưng của khách hàng (du khách) là ở xa nơi có sản phẩm và “tiêu thụ” sản phẩm trong quá trình di chuyển. Các ứng dụng trên điện thoại di động thông minh cho phép khách hàng có thể khai thác thông tin, thực hiện các thao tác giao dịch và tích hợp nhiều tiện ích khác. Ví dụ như mở cửa phòng khách sạn, đặt các bữa ăn phục vụ tại phòng, đặt các dịch bổ sung trong khách sạn...

Trí tuệ nhân tạo (AI) and Chatbots: Trí tuệ nhân tạo đã khẳng định được vị trí quan trọng của nó trong các xu hướng của thị trường kỹ thuật số, bao gồm cả trong lĩnh vực du lịch. Chatbot là một chương trình được tạo từ máy tính cho phép con người có thể tương tác giao tiếp, thông qua một trí tuệ nhân tạo đã được lập trình sẵn. Chatbot được chia thành 2 loại theo cách mà chúng tương tác với con người là auditory (âm thanh) và textual (chữ) và ngày càng phổ biến trên trang web của các doanh nghiệp du lịch.

Kết nối IoT: Dữ liệu IoT giúp doanh nghiệp biết được nhu cầu, thói quen du lịch và một số đặc điểm khác để có thể chuyển đến khách hàng tiềm năng những thông tin mà họ thật sự quan tâm. Việc khai thác các dữ liệu IoT vừa giúp doanh nghiệp tăng khả năng bán được sản phẩm, vừa biết rõ khách hàng hơn, đồng thời giúp khách hàng tiết kiệm thời gian tìm kiếm và thực hiện các thao tác để mua sản phẩm mà họ muốn.

Rating và Review: Việc khách hàng có thể chia sẻ các ý kiến của họ một cách nhanh chóng thông qua mạng xã hội như Facebook, Yelp, TripAdvisor hay các trang web du lịch giúp các cơ sở lưu trú, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch hiểu rõ hơn mong muốn của du khách. Công cụ kỹ thuật này thúc đẩy các doanh nghiệp quan tâm hơn đến chất lượng để tạo sự hài lòng của du khách, gây dựng uy tín thông qua điểm đánh giá của khách hàng. Ngoài ra, đây cũng là kênh tham khảo, giúp khách hàng cảm thấy yên tâm khi chọn lựa một sản phẩm hoặc một dịch vụ du lịch.

Thực tế ảo (Virtual Reality): Nhằm đáp ứng nhu cầu tìm kiếm thông tin, trải nghiệm địa điểm du lịch trên internet của du khách trước và trong chuyến đi. Nhiều điểm du lịch hoặc các công ty đã xây dựng tour ảo hay tour tương tác nhằm mô phỏng điểm du lịch thông qua các hình ảnh, video, các yếu tố đa phương tiện khác như hiệu ứng âm thanh, âm nhạc hoặc các bản tường thuật, giới thiệu, các văn bản. Yếu tố khiến tour ảo trở nên hấp dẫn với du khách là các công nghệ mới được áp dụng như một phần cốt lõi của hệ thống đó như ảnh 360, video 360, ảnh panorama, ảnh flycam...

Thách thức

Đối với doanh nghiệp, khi họ tiến hành chuyển đổi số sẽ phải áp dụng công nghệ mới dẫn đến chi phí đầu tư bước đầu khá lớn (bao gồm chi phí cho máy móc công nghệ, thay đổi hệ thống quản lý, con người, hệ thống đào tạo...).

Hạ tầng kỹ thuật và ứng dụng công nghệ thông tin trong các doanh nghiệp mặc dù đã được chú trọng nhưng chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu.

Sự thiếu hụt nguồn lực (tài chính, công nghệ và nhân lực); rào cản trong văn hóa doanh nghiệp; thiếu hụt dữ liệu (các báo cáo, phân tích thông tin); tầm nhìn hạn chế của người lãnh đạo; tâm lý e ngại trong việc tiếp cận và ứng dụng... cũng là những thách thức cần quan tâm khắc phục.

Một số giải pháp

Để tận dụng cơ hội từ CMCN 4.0, trước hết cần nâng cao nhận thức về du lịch thông minh; khuyến khích các doanh nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong kinh doanh, tiếp cận du lịch số; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý nhà nước, nâng cao hiệu quả quản lý, từng bước điện đại hóa ngành Du lịch.

Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành những văn bản quy định, hướng dẫn chi tiết về phát triển du lịch số để định hướng cho ngành Du lịch và các địa phương trong việc triển khai thực hiện. Cơ quan quản lý du lịch các cấp xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch về phát triển du lịch theo hướng công nghệ số, có lộ trình và bước đi phù hợp. Ngoài ra, hoàn thiện chính sách liên quan đến ứng dụng khoa học và công nghệ, công nghệ thông tin - truyền thông với phát triển kinh tế - xã hội nói chung như phát triển Chính phủ điện tử, thủ tục hành chính điện tử, thương mại điện tử, phát triển giao thông thông minh, đô thị thông minh, điểm đến thông minh để đồng bộ với thể chế chính sách về phát triển du lịch thông minh. Ngoài ra là những cơ chế, chính sách ưu tiên, khuyến khích các hoạt động nghiên cứu ứng dụng khoa học - công nghệ cho ngành Du lịch; xác định và ưu tiên đầu tư cho phát triển du lịch số, điểm đến du lịch thông minh; xây dựng cơ sở dữ liệu Ngành; sản xuất các phần mềm, hệ thống, chương trình, ứng dụng, tiện ích thông minh cho công tác quản lý và phát triển điểm đến, công tác thống kê du lịch, công tác bảo tồn, phục chế các giá trị di sản, di tích phục vụ du lịch...

Bên cạnh đó cần tiến hành đồng bộ một số giải pháp: hoàn thiện hạ tầng pháp lý, tạo môi trường phát triển và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật cho thanh toán điện tử trong giao dịch thương mại và hỗ trợ pháp lý phát triển các hình thức kinh doanh mới; đổi mới hoạt động quảng bá, xúc tiến trên cơ sở áp dụng công nghệ số và thiết bị số tiên tiến; hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch dựa trên nền tảng công nghệ số; đẩy mạnh hợp tác quốc tế về khoa học - công nghệ với các nước phát triển để học hỏi kinh nghiệm, nâng cao năng lực nghiên cứu và ứng dụng khoa học - công nghệ vào phát triển du lịch thông minh; hợp tác, chuyển giao công nghệ và hợp tác đầu tư phát triển công nghệ cho Việt Nam; chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu sử dụng và vận hành công nghệ, sẵn sàng tiếp cận và thích ứng với du lịch thông minh... ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thị Thanh Bình, 2020, Cách mạng công nghiệp 4.0 - Cơ hội và thách thức của giai cấp công nhân Việt Nam hiện nay, Tạp chí Công sản, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/816338/view.content>;
2. Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ thay đổi mạnh ngành du lịch, <https://dulich.tuoiitre.vn/du-lich/cach-mang-4-0-se-thay-doi-mạnh-ngành-du-lich-1334136.htm...>