
CHANGES IN THE TOURISM SERVICES INDUSTRY IN THE DIGITAL ECONOMY

Truong Thi Thu Lanh^a

Le Thi Bao Nhu^b

^aUniversity of Finance - Marketing

Email: tth.lanh@ufm.edu.vn

^bSaigon University

Email: ltnhu@sgu.edu.vn

Received: 04/07/2023

Reviewed: 07/08/2023

Revised: 20/08/2023

Accepted: 21/11/2023

Released: 25/11/2023

In recent decades, the development of the Internet and the transition to a digital economy have had a profound impact on many aspects of social life, including tourism. In addition to communication activities, the tourism industry has made changes to keep up with modern trends, such as using technology to promote its image, find customers and provide convenient services. Based on current practice, the paper presents changes in the tourism sector in the digital economy, the difficulties that companies in this field are facing and from there proposes some ideas. Propose solutions to improve the quality of current tourism.

Keywords: Tourism; Digital economy; Digital technology.

1. Giới thiệu

Quyết định phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 của Thủ tướng Chính phủ đã nêu lên các giải pháp về ứng dụng khoa học, công nghệ trong ngành du lịch, bao gồm đẩy nhanh việc chuyển đổi và ứng dụng công nghệ số trong ngành du lịch để kết nối và tăng trải nghiệm cho khách du lịch; mở rộng cung cấp dịch vụ kết hợp giữa kênh du lịch thực và kênh du lịch số hóa; sử dụng tối đa các giao dịch điện tử trong hoạt động du lịch; đồng thời phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh; xúc tiến, quảng bá, xây dựng thương hiệu; quản lý khách du lịch và hoạt động du lịch, tài nguyên du lịch trên cơ sở ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại và nền tảng công nghệ số [2]. Những ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực du lịch như điện toán đám mây, Blockchain, Big data, công nghệ 3D, công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường, Internet kết nối vạn vật, các trang mạng xã hội... ngày càng phổ biến. Hiện nay, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, ban quản lý các điểm tham quan, doanh nghiệp du lịch, du khách đã ứng dụng kỹ thuật số trong quản lý, kinh doanh du lịch, trải nghiệm du lịch và đã mang lại một số thay đổi tích cực. Đặc biệt, trong giai đoạn hậu

Covid - 19 và suy thoái kinh tế, ngành du lịch bị ảnh hưởng nghiêm trọng về doanh thu cũng như sụt giảm nhân lực. Do đó, ngành du lịch cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số để ổn định và phát triển.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

Ứng dụng công nghệ số trong du lịch là một chủ đề đang được quan tâm từ cấp quản lý nhà nước đến doanh nghiệp cũng như du khách vì những tiện ích từ công nghệ số mang lại. Hiện nay, có một số nghiên cứu về ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực du lịch như sau:

Nghiên cứu của ThS. Nguyễn Minh Châu (2023), đăng ở tạp chí điện tử Lý luận Chính trị “*Phát triển du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam*”. Nghiên cứu đã nêu lên một số tiềm năng và những điều kiện thuận lợi của Việt Nam để phát triển du lịch cũng như nêu lên một số đóng góp đối với phát triển kinh tế của ngành du lịch Việt Nam; nêu lên những quan điểm, các chính sách để phát triển ngành du lịch Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi số.

Nghiên cứu của ThS. Lê Trung Cang - ThS. Trần Bá Thọ (2021) tạp chí Công Thương “*Chuyển đổi số đối với sự phát triển ngành du lịch Việt Nam: Vai trò và giải pháp chính sách*”. Nghiên cứu đã nêu lên những thuận lợi của chuyển đổi số trong phát triển kinh tế, trong đó có du lịch. Chuyển đổi số có vai trò quan trọng và những xu hướng phát triển của chuyển đổi số đối với ngành du lịch Việt Nam làm cơ sở để đưa ra giải pháp trong chuyển đổi số ngành du lịch.

Nghiên cứu của ThS. Phạm Thị Thùy Linh (2020) tạp chí Công thương “*Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch ở Việt Nam*”. Nghiên cứu đã nêu lên tình trạng ứng dụng công nghệ số trong phát triển du lịch hiện nay cũng như nêu ra những hạn chế còn tồn tại trong phát triển du lịch ở Việt Nam.

Những nghiên cứu trên mới chỉ bàn về tiềm năng, lợi thế, xu hướng của du lịch Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi số, trong đó nổi bật là quan điểm và chính sách phát triển du lịch, thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch ở Việt Nam. Các tác giả chưa đề cập đến những thay đổi của ngành du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số. Vì vậy, bài viết hướng tới tìm hiểu những thay đổi từ các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, ban quản lý điểm đến du lịch, doanh nghiệp du lịch đến du khách trong nền kinh tế số. Bên cạnh đó, nhóm tác giả cũng nêu một số khó khăn và thảo luận các giải pháp nhằm tận dụng tối ưu thành tựu của công nghệ số trong quản lý, kinh doanh cũng như sử dụng dịch vụ du lịch tại Việt Nam.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu: (1) Phương pháp phân tích – tổng hợp tài liệu thứ cấp để nêu lên những thành tựu của chuyển đổi số; những thay đổi của ngành du lịch trong thời đại kinh tế số. (2) Phương pháp thực địa, quan sát: Thông qua những đợt tham quan thực tế, quan sát ở Hà Nội, Tp.HCM, Đà Nẵng, Quảng Nam, Huế, Bình Thuận, Tây Ninh để nêu lên những thay đổi cụ thể của ngành du lịch tại các điểm đến du lịch. (3) Phương pháp lịch sử - tư duy logic để suy luận, phán đoán, nhận định và đưa các vấn đề thảo luận, định hướng giải pháp để ngành du lịch ứng dụng một cách tối ưu thành tựu của công nghệ số để phát triển.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1 Những thành tựu của chuyển đổi số tác động đến ngành dịch vụ du lịch

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra một môi trường trí tuệ nhân tạo, tự động hóa và con người sẽ làm việc cùng nhau với những thách thức hoàn toàn mới. Những thành tựu này mang cho con người những cơ hội mới để thay đổi bộ mặt kinh tế xã hội, trong đó có ngành du lịch. Một số thành tựu công nghệ số tác động mạnh đến ngành du lịch phải kể đến:

Internet: Sự phát triển của Internet đã tạo ra những tác động đến ngành du lịch đặc biệt là sự kết nối của máy tính, máy tính bảng, điện thoại di động thông minh đến mọi vật và ứng dụng mạnh trong dữ liệu số để lưu trữ thông tin khi kết nối với bigdata.

Trí tuệ nhân tạo, Robot thông minh: Công nghệ này ảnh hưởng đến các ngành kinh tế, trong đó có ngành du lịch. Trí tuệ nhân tạo có thể phân tích dữ liệu, cung cấp thông tin, trao đổi thông tin, đưa ra những dự đoán về nhu cầu khách hàng. Robot thông minh có thể đảm nhiệm như một người cung cấp dịch vụ ở một số cơ sở kinh doanh du lịch, thực hiện một số công việc mang tính chất tay chân ở khách sạn. Hai công nghệ này có thể nâng cao hiệu suất công việc và tăng sự hài lòng cho du khách.

Thực tế ảo và thực tế tăng cường: Ứng dụng công nghệ thực tế ảo là việc sử dụng kỹ thuật thị giác để tạo ra môi trường nhân tạo dựa trên môi trường thực tế để hỗ trợ du khách quan sát và tương tác với xung quanh. Thực tế tăng cường là công nghệ sử dụng kỹ thuật thị giác dựa trên video, hỗ trợ bằng đồ họa để du khách có những trải nghiệm như trong thực tế. Hai công nghệ này được ứng dụng trong việc giới thiệu các điểm tham quan, tái hiện các điểm tham quan từ xa và hữu ích trong giai đoạn dịch bệnh COVID - 19 khi có những chính sách hạn chế di chuyển giữa các vùng, quốc gia. Công nghệ này sẽ kích thích du khách khám phá nhiều điểm đến hơn.

Dữ liệu lớn (Bigdata) và điện toán đám mây: Sự lưu trữ được dữ liệu lớn và dùng chung trên Internet đã thúc đẩy việc tổng hợp, phân tích, so sánh dữ liệu với nhiều mục đích khác nhau được thuận lợi hơn.

Chuỗi khối (Blockchain): Với hệ thống cơ sở dữ liệu ngày càng tăng và thay đổi liên tục thì chuỗi khối sẽ là nguồn ban đầu của lưu trữ thông tin bởi việc mã hóa và mở rộng theo thời gian. Chuỗi khối sẽ làm hạn chế việc thay đổi thông tin và dữ liệu đã được lưu trữ trước đó.

Những thành tựu của cuộc cách mạng 4.0 trên đã tác động mạnh mẽ đến các lĩnh vực của ngành du lịch như:

Robot đã có thể tham gia vào một số công việc đơn giản như lau kính, quét dọn, phục vụ, phụ bếp hoặc một số công việc yêu cầu kỹ năng cao hơn là nhân viên lễ tân... tại một số khách sạn, nhà hàng trên thế giới. Bên cạnh đó, Robot có thể tham gia vào việc nhận diện khuôn mặt, vân tay trong mở khóa phòng hay điều chỉnh nhiệt độ, điều khiển trang thiết bị trong phòng bằng giọng nói.

Ngoài ra, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và Internet giúp các doanh nghiệp trả lời khách hàng, giới thiệu các dịch vụ trực quan hơn, việc bán hàng trực tuyến, quảng bá hình ảnh doanh nghiệp được thực hiện một cách nhanh chóng.

Các doanh nghiệp lữ hành còn ứng dụng thực tế ảo để tái hiện điểm đến, tích hợp dữ

liệu để thuyết minh mà không cần hướng dẫn viên.

Với những tác động cụ thể của công nghệ, lĩnh vực du lịch sẽ có những lợi ích đáng kể là giảm nguồn nhân lực, các công việc được tự động hóa cao sẽ giảm thời gian làm việc, dẫn đến giảm chi phí, tạo giá thành cạnh tranh. Các khách hàng sẽ tiếp cận, tìm hiểu dịch vụ được nhanh chóng, trực quan, tiện lợi hơn. Các cơ quan lý nhà nước về du lịch cũng sẽ thuận tiện trong việc xúc tiến du lịch tại các điểm đến; công tác quản lý điểm đến, doanh nghiệp, nhân sự sẽ thuận lợi hơn.

4.2. Những chuyển đổi số hóa trong ngành dịch vụ du lịch

Mục tiêu của đề án ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã nêu “Đến năm 2025, ứng dụng các công nghệ tiên tiến phát triển các nền tảng ứng dụng để phục vụ du khách, cộng đồng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Đến năm 2030 sẽ hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh, đồng bộ trên cơ sở tiếp cận những công nghệ tiên tiến hàng đầu thế giới” [3]. Hiện nay, việc chuyển đổi số hóa đã được các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, ban quản lý các điểm đến, doanh nghiệp du lịch và khách du lịch ứng dụng khá rộng rãi, cụ thể:

Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

Ứng dụng công nghệ số trong Marketing du lịch

Hầu hết các điểm đến du lịch trọng điểm như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ninh, Nha Trang, Bình Thuận, Cần Thơ... đã xây dựng hệ thống cổng thông tin điện tử riêng (website) để cung cấp thông tin, hỗ trợ, tư vấn cho du khách.

Bên cạnh đó, các địa điểm du lịch cũng dựa trên các ứng dụng của mạng xã hội như Zalo, Facebook, Tiktok, Instagram, Youtube, Twitter... để tiếp cận khách hàng, quảng bá cho các doanh nghiệp du lịch và các sản phẩm du lịch. Ngoài ra, sự xuất hiện các ứng dụng du lịch để phục vụ du khách tra cứu thông tin, đăng ký, so sánh, thanh toán ngày càng được sử dụng phổ biến. Thành phố Đà Nẵng đã ứng dụng công nghệ 4.0 trong hoạt động truyền thông, quảng bá du lịch và xây dựng bộ nhận dạng thương hiệu du lịch Đà Nẵng - Danang FantastiCity. Ngoài việc tham dự, tổ chức các hội thảo trực tiếp thì Đà Nẵng đã tổ chức thành công các hội thảo trực tuyến với các thị trường du lịch trọng điểm như Thái Lan, Đài Loan (Trung Quốc), Nhật Bản, Malaysia, Hàn Quốc, Singapore....; Đà Nẵng cũng hợp tác với nền tảng dành cho du lịch tự túc (Klook) để quảng bá du lịch tỉnh đến các thị trường khác.

Quản lý và phát triển điểm đến du lịch thông minh

Tổng cục Du lịch Việt Nam đã có một số thay đổi quan trọng trong việc xây dựng các ứng dụng trong du lịch như Thẻ Du lịch thông minh, ứng dụng - Vietnam Travel, ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn, Trang vàng về du lịch Việt Nam đã cung cấp các dữ liệu về doanh nghiệp, hướng dẫn viên, dịch vụ du lịch, vé điện tử, dịch vụ hỗ trợ... được số hóa là sản phẩm hỗ trợ thiết thực cho du khách, doanh nghiệp du lịch, nhân lực du lịch, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch [11].

Ứng dụng công nghệ số trong việc hỗ trợ du khách tại điểm tham quan là hệ thống thuyết minh tự động bằng nhiều ngôn ngữ phù hợp với du khách; các phần mềm trợ lý du lịch

ảo, thư viện 3D để hỗ trợ tra cứu, tìm hiểu thông tin liên quan đến điểm đến được ứng dụng ở các điểm tham quan, bảo tàng, di tích ở Hà Nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh...

Ứng dụng quét mã QR để tìm hiểu thông tin, cảm nang du lịch; ấn bản du lịch tại điểm đến; quét QR tích hợp thông tin thuyết minh song ngữ Việt - Anh đã được ứng dụng ở đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi), Bảo tàng điêu khắc Chăm (Đà Nẵng), Tháp bà Ponagar (Nha Trang)...

Tại các điểm đến có hệ thống phần mềm, trạm cung cấp thông tin du lịch hiện đại, du khách được hỗ trợ cung cấp thông tin như: tại Đà Nẵng có “Da Nang Tourism”, “in DaNang”, “Go! Đà Nẵng”, “Da Nang Bus”, ứng dụng Chatbot “Da Nang Fantasticity” [8], tại Thành phố Hồ Chí Minh có “Vibrant Ho Chi Minh City”, “Sai Gon Bus”, “Ho Chi Minh City Travel Guide”, “Ho Chi Minh City Guide and Map”.

Ứng dụng trên thiết bị di động (Mobile) để thuyết minh du lịch tự động tại một số điểm du lịch, ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động để kết nối nhà quản lý, người dân, du khách và doanh nghiệp như tại một số điểm đến ở Bắc Kạn, Quảng Nam... cũng được triển khai.

Ứng dụng nền tảng hệ thống du lịch thực tế ảo trên bản đồ số và công nghệ VR 360 đối với các khu, điểm du lịch, các di tích danh thắng ở một số điểm tham quan ở Huế, Quảng Nam... đã được thực hiện.

Tổng cục Du lịch đang hỗ trợ tỉnh Thanh Hóa trong chuyển đổi số, phát triển du lịch thông minh là đưa vào ứng dụng sản phẩm du lịch AR - trải nghiệm thực tế tăng cường và tour tham quan bằng VR 360 [10].

Thành phố Đà Nẵng đã tổ chức tập huấn chuyên sâu về chuyển đổi số trong hoạt động du lịch dành cho các đơn vị lữ hành, cơ sở lưu trú...

Thành phố Hồ Chí Minh đã áp dụng các ứng dụng chuyển đổi số nhằm thu hút khách du lịch và tối ưu hóa các thủ tục hành chính mức độ 4 tại Sở Du lịch. Các ứng dụng số thành phố áp dụng trên hệ điều hành iOS và Android như Google Map, Google Eart, sàn giao dịch thương mại điện tử (Lazada, Traveloka, Shopee), cổng thông tin 1022 - kênh giao tiếp giữa người dân và chính quyền thành phố, sử dụng công nghệ 3D trong quảng bá du lịch... [6]

Tại Hà Nội, các cơ quan chức năng cũng đã triển khai các ứng dụng công nghệ số trong du lịch như bản đồ du lịch số, Audio Guide - ứng dụng du lịch trên thiết bị thông minh. Từ đó, khách du lịch có thể dễ dàng tra cứu, tìm hiểu về các thông tin du lịch bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau [6].

Đối với doanh nghiệp du lịch

Việc nắm bắt xu hướng phát triển của du khách trong thời đại kinh tế số sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí và kinh doanh hiệu quả hơn. Doanh nghiệp có thể tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn, tạo sự thuận lợi cho du khách, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Các doanh nghiệp du lịch Việt Nam hầu hết đã có website riêng - tạo dấu ấn riêng. Bên cạnh đó, trên website cũng tích hợp nhiều tính năng để hỗ trợ cho du khách tìm kiếm các thông tin liên quan, giải đáp thắc mắc, góp ý, bình luận, lựa chọn dịch vụ, đặt dịch vụ và thậm chí là thanh toán dịch vụ.

Các doanh nghiệp đã ứng dụng phần mềm trong quản lý, vận hành công việc, nhân sự

ngày càng tăng và hiệu quả hơn. Phần lớn các công ty du lịch Vietravel, Hanoitourist, Saigontourist, Vietrantour... đều đã chuyển đổi số trong công tác quản lý và giới thiệu sản phẩm mới [12].

Các doanh nghiệp cũng nắm bắt xu hướng của du khách bằng cách sử dụng mạng xã hội để việc cung cấp thông tin, quảng cáo trải nghiệm, quảng bá du lịch, đẩy mạnh marketing trực tuyến, sử dụng các app ứng dụng công nghệ để phục vụ khách, chẳng hạn như VinWonders Phú Quốc (Việt Nam) ứng dụng trải nghiệm giải trí ảo cho du khách.

Đối với du khách

Tìm kiếm, lựa chọn và quyết định mua sản phẩm du lịch của du khách

Cùng với việc ứng dụng công nghệ số trong quảng bá, truyền thông, tiếp cận khách hàng của các cơ quan quản lý, doanh nghiệp thì khách hàng cũng dễ dàng tiếp cận thông tin, lựa chọn, so sánh, bình luận với các khách hàng khác cũng như với doanh nghiệp ở mọi lúc, mọi nơi thông qua máy tính, điện thoại di động thông minh. Không những thế các ứng dụng, trang thông tin điện tử, thương mại điện tử còn tạo điều kiện thuận lợi cho du khách thanh toán online tạo sự tiện lợi, nhanh chóng và dễ dàng cho du khách.

Việc quyết định mua thông qua thương mại điện tử đang chiếm tỷ lệ lớn, đặc biệt là thế hệ trẻ gen Z. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) đã thống kê rằng nếu xét theo đối tượng khách đặt dịch vụ và chương trình du lịch trực tuyến thì khách du lịch nội địa là 60%; khách du lịch quốc tế là 75%. [8]

Trong chuyến du lịch của du khách

Điện thoại thông minh với những tính năng vượt trội như gắn thẻ địa lý, định vị toàn cầu, tìm kiếm vị trí có thể hỗ trợ cho du khách tại các điểm đến du lịch tương ứng. Theo đó, du khách thường sử dụng các ứng dụng trên điện thoại trong khi du lịch như tìm kiếm địa điểm tham quan, các nhà hàng, quán ăn, khu vui chơi giải trí... Bên cạnh đó, du khách cũng quan tâm đến các hướng dẫn, biển báo chỉ đường và các ghi chú trong hành trình du lịch của họ.

Sau chuyến du lịch

Du khách thường đăng các trạng thái, hình ảnh, ý tưởng, chia sẻ trải nghiệm của họ cũng như có những đánh giá và khuyến nghị trên diễn đàn du lịch, blog, mạng xã hội.

4.3. Một số khó khăn ngành du lịch đối mặt trong nền kinh tế số hóa hiện nay

Ngành dịch vụ du lịch Việt Nam hiện nay đang ứng dụng rộng rãi những thành tựu của nền kinh tế số trong quản lý, kinh doanh, sử dụng dịch vụ du lịch. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay thì việc thực hiện vẫn còn một số khó khăn nhất định.

Thứ nhất, nhân lực áp dụng công nghệ số ngành du lịch còn hạn chế

Các website ở các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp du lịch thông tin cung cấp ít được cập nhật, những phản hồi, ý kiến, bình luận, thắc mắc của du khách ít được phản hồi một cách nhanh chóng, thoả đáng. Hiện nay, chương trình đào tạo ngành du lịch tại các trường cũng chưa chú trọng nhiều đến việc nâng cao kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin trong chuyên ngành mà chỉ đáp ứng những kỹ năng tin học văn phòng cơ bản, từ đó dẫn đến nhân sự du lịch đáp ứng yêu cầu có chuyên môn và biết ứng dụng công nghệ thông tin còn hạn chế. Cụ thể là nhân lực am hiểu về công nghệ thông tin, marketing trực tuyến trong

ngành dịch vụ du lịch rất hiếm, gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng cũng như quản lý, kinh doanh du lịch dựa vào công nghệ. Vì vậy, cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp du lịch đang không thể chủ động, tiếp cận khách hàng và khi khách hàng gặp khó khăn cũng không thể giải quyết thỏa đáng thông qua website.

Thứ hai, chưa có các hướng dẫn, hỗ trợ cụ thể của Nhà nước cho các doanh nghiệp

Các cơ quan quản lý du lịch tại địa phương và đơn vị kinh doanh du lịch cần có những hành động cụ thể để tăng cường hiệu quả hơn nữa việc ứng dụng công nghệ thông tin, quảng bá du lịch Việt Nam, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước dựa trên chỉ đạo của ngành du lịch. Tuy nhiên, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cấp cao nhất chưa có những hướng dẫn cụ thể, tập huấn, giám sát, đôn đốc, hỗ trợ cho doanh nghiệp, cộng đồng, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp dưới kịp thời nên thực tế còn nhiều bất cập và thiếu đồng bộ, mỗi doanh nghiệp làm theo một kiểu, mỗi doanh nghiệp đầu tư một kiểu.

Thứ ba, khả năng tài chính doanh nghiệp chi cho công nghệ không nhiều

Với các doanh nghiệp du lịch nhỏ hay các điểm tham quan, việc ứng dụng công nghệ số trong hoạt động kinh doanh còn nhiều hạn chế vì vốn ít, khả năng đầu tư cho ứng dụng công nghệ còn chưa cao. Đặc biệt là giai đoạn sau dịch bệnh COVID - 19, các doanh nghiệp đang tái khởi động, tìm kiếm nhân sự, tìm kiếm khách hàng nên sẽ khó khăn cho doanh nghiệp khi tập trung vào hai mục tiêu vừa củng cố doanh nghiệp vừa phát triển công nghệ.

Thứ tư, tính cạnh tranh với các công ty về thương mại điện tử của các doanh nghiệp Việt Nam còn thấp

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các công nghệ dựa trên nền tảng Internet, thuật ngữ Virtual Tour (chuyến tham quan ảo) hay Interactive Tour (chuyến tham quan tương tác) đã xuất hiện từ năm 1994 và trở nên phổ biến hơn đối với khách du lịch ở nhiều nước trên thế giới, tuy nhiên thuật ngữ trên vẫn còn rất mới mẻ và chưa được ứng dụng rộng rãi tại Việt Nam.

Du khách quốc tế và Việt Nam đều có khả năng ứng dụng các công nghệ trong du lịch nhưng tốc độ phát triển của các doanh nghiệp kinh doanh ứng dụng công nghệ về du lịch của Việt Nam vẫn còn rất chậm, dịch vụ đơn điệu, khả năng tiếp cận du khách thấp nên khả năng cạnh tranh thấp hơn so với các doanh nghiệp nước ngoài. Việt Nam có khoảng 10 doanh nghiệp kinh doanh du lịch trực tuyến nhưng cũng chỉ phục vụ du khách nội địa và với số lượng giao dịch còn rất thấp, như Ivivu.com, chudu24.com, mytour.vn, tripi.vn, vntrip.vn... Các doanh nghiệp này vẫn chưa cạnh tranh với công ty kinh doanh trực tuyến của thế giới như Agoda.com, Booking.com, Traveloka.com, Expedia.com đang độc chiếm thị trường Việt Nam với khoảng 80% thị phần. [9]

Thứ năm, ứng dụng công nghệ gây trở ngại cho du khách đặc biệt là du khách lớn tuổi

Công nghệ số cũng gây một số bất lợi cho du khách, đặc biệt là du khách lớn tuổi trong việc sử dụng Internet vì theo cách truyền thống họ sẽ được tư vấn, đặt dịch vụ và thanh toán trực tiếp tại doanh nghiệp du lịch chứ không phải thông qua điện thoại hay máy tính. Bên cạnh đó, lượng thông tin nhanh, nhiều và không đồng nhất có thể gây khó khăn cho du khách trong việc chọn lọc thông tin chính xác, tin cậy. Du khách thanh toán trực tuyến cũng không thật sự yên tâm về độ bảo mật khi du khách khai báo nhiều thông tin cá nhân.

5. Thảo luận

Việc ứng dụng công nghệ 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là việc làm cần thiết và phù hợp với bối cảnh hiện nay. Từ những phân tích trên có thể thấy ngành du lịch Việt Nam có những thay đổi đáng kể trong thời đại công nghệ số. Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ số của ngành du lịch Việt Nam cũng gặp một số khó khăn nhất định, Vì vậy, để du lịch Việt Nam có những thay đổi tích cực hơn và mang lại hiệu quả cao hơn, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp sau:

- Về phía các cơ quan chức năng

Các cơ quan chức năng cần có những chính sách hướng dẫn, hỗ trợ kịp thời, nhanh chóng cho việc ứng dụng công nghệ số trong ngành du lịch bằng văn bản cụ thể, kênh hỗ trợ liên tục. Đồng thời, các cơ quan cũng nên có chiến dịch truyền thông để doanh nghiệp và các đối tượng liên quan hiểu và áp dụng hiệu quả.

Đầu tư bảo đảm hệ thống hạ tầng, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số ngành du lịch, phát triển các ứng dụng kết nối liên thông hệ thống thông tin quản lý từ trung ương đến cơ sở, cập nhật, bổ sung thường xuyên dữ liệu du lịch mới.

Phối hợp các doanh nghiệp công nghệ thông tin trong và ngoài nước để hỗ trợ nâng cấp, phát triển các ứng dụng thông minh phục vụ khách du lịch ở các điểm đến du lịch. Có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch số.

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống thông tin du lịch trên các cổng thông tin du lịch, ứng dụng du lịch để đồng nhất và liên kết lẫn nhau về thông tin. Nhiệm vụ đặt ra trong giai đoạn 2023 - 2025 là xây dựng quy định, quy chế để phát triển du lịch thông minh và mở rộng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch, đẩy mạnh ứng dụng các mô hình kinh doanh du lịch trực tuyến; nâng cấp, phát triển website du lịch quốc gia. Tiếp tục tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức về ứng dụng công nghệ, phát triển du lịch thông minh. Giai đoạn 2026 - 2030, cơ quan quản lý nhà nước sẽ phối hợp với các bộ, ngành và cơ quan trực thuộc để duy trì, cập nhật thông tin và phát triển đồng bộ hệ sinh thái du lịch thông minh, thúc đẩy ứng dụng trí tuệ nhân tạo, nắm bắt các xu hướng công nghệ trên thế giới và ứng dụng công nghệ mới phục vụ phát triển du lịch tại Việt Nam [12].

- Về phía các cơ sở đào tạo

Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, phần mềm trong đào tạo về nghiệp vụ và quản lý tại cơ sở đào tạo để sinh viên có khả năng ứng dụng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu thực tế của doanh nghiệp.

Đầu tư phát triển hệ thống trang thiết bị phục vụ giảng dạy tại cơ sở đào tạo, đặc biệt là các phần mềm ứng dụng trong kinh doanh, nghiệp vụ du lịch, các công cụ marketing trực tuyến hiện đại để đáp ứng kịp thời xu hướng phát triển của thời đại, phát triển du lịch gắn liền với công nghệ.

- Về phía các doanh nghiệp du lịch

Muốn đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp du lịch trước hết cần xây dựng được sản phẩm chất lượng, bên cạnh đó ứng dụng công nghệ trong marketing sản phẩm thông qua website với các công nghệ hiện đại; sử dụng mạng xã hội để đưa thông tin và giao

tiếp với khách hàng, nâng cao chất lượng trải nghiệm với các ứng dụng di động; hợp tác với các nền tảng số và các sàn giao dịch điện tử.

Chú trọng trong tập huấn các kỹ năng cần thiết trong ứng dụng công nghệ số cho đội ngũ nhân lực du lịch tại các doanh nghiệp du lịch.

Doanh nghiệp du lịch chủ động tham gia các diễn đàn chuyển đổi số nhằm giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn về việc ứng dụng các công nghệ vào quá trình hoạt động, đổi mới sáng tạo trải nghiệm cho khách hàng.

6. Kết luận

Việt Nam là đất nước có tiềm năng du lịch. Tuy nhiên, sự phát triển công nghệ số trong lĩnh vực này hiện vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu kinh tế - xã hội và hội nhập. Trong tương lai gần, cùng với sự tăng dần của các nhà đầu tư nước ngoài và các chính sách mở cửa, các công nghệ hiện đại sẽ dần có mặt tại nước ta. Để thích ứng với nền kinh tế số hóa, Việt Nam cần có những giải pháp kịp thời, đồng bộ, hiệu quả nhằm tận dụng các cơ hội, phát triển du lịch bền vững cùng với phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội và bảo vệ môi trường, đồng thời tránh các rủi ro về lạc hậu, cơ sở hạ tầng, chính sách cũng như nguồn nhân lực du lịch không đáp ứng được yêu cầu thực tế.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08 về việc phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
- [2]. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 147 về việc phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
- [3]. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022), *Quyết định số 3570 về việc phê duyệt Đề án “Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”*.
- [4]. Nguyễn Văn Lưu (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Đào tạo nhân lực du lịch trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0”, tháng 5/2019, Đại học Khánh Hòa. Nxb Văn học, tr.20 - 33.
- [5]. ThS. Lê Trung Cang - ThS. Trần Bá Thọ (2021), *Chuyển đổi số đối với sự phát triển ngành du lịch Việt Nam: Vai trò và giải pháp chính sách*, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/chuyen-doi-so-doi-voi-su-phat-trien-nganh-du-lich-viet-nam-vai-tro-va-giai-phap-chinh-sach-83465.htm>.
- [6]. ThS. Nguyễn Minh Châu (2023), *Phát triển du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam*, <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/thuc-tien/item/5004-phat-trien-du-lich-trong-boi-canhh-chuyen-doi-so-o-viet-nam.html>.
- [7]. Phạm Thị Thùy Linh (2020), *Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch ở Việt Nam*, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-ung-dung-cong-nghe-thong-tin-trong-phat-trien-du-lich-o-viet-nam-72312.htm>
- [8]. D.Ngân (2020), *Chuyển đổi số để phục hồi, phát triển du lịch*,

<https://haiquanonline.com.vn/chuyen-doi-so-de-phuc-hoi-phat-trien-du-lich-134366.html>

[9]. Ninh Cơ (2021), *Ứng dụng công nghệ số phục hồi và phát triển du lịch*, <https://nhandan.vn/khoahoc-congngh/ung-dung-cong-nghe-so-phuc-hoi-va-phat-trien-du-lich-653429/>

[10]. NT (2021), *Hỗ trợ các địa phương chuyển đổi số, phát triển du lịch thông minh*, <http://baochinhphu.vn/Utilities/PrintView.aspx?distributionid=426917>

[11]. H.N (2022), *Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu đối với ngành du lịch*, <https://dangcongsan.vn/kinh-te/chuyen-doi-so-la-xu-huong-tat-yeu-doi-voi-nganh-du-lich-628056.html>

[12]. Nhật Minh (2023), *Ứng dụng công nghệ số: Thúc đẩy phát triển ngành du lịch Việt Nam*, <https://baoxaydung.com.vn/ung-dung-cong-nghe-so-thuc-day-phat-trien-nganh-du-lich-viet-nam-350931.html>

[13]. Cổng thông tin điện tử tỉnh Ninh Bình (2023), *Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh*, <https://ninhbinh.gov.vn/kinh-te/ung-dung-cong-nghe-cua-cong-nghiep-4-0-de-phat-trien-du-lich-thong-minh-312444>

NHỮNG THAY ĐỔI CỦA NGÀNH DỊCH VỤ DU LỊCH TRONG NỀN KINH TẾ SỐ HÓA

Trương Thị Thu Lành^a

Lê Thị Bảo Như^b

^aĐại học Tài chính - Marketing

Email: tth.lanh@ufm.edu.vn

^bĐại học Sài Gòn

Email: ltbnhu@sgu.edu.vn

Ngày nhận bài: 04/07/2023

Ngày phản biện: 07/08/2023

Ngày tác giả sửa: 20/08/2023

Ngày duyệt đăng: 21/11/2023

Ngày phát hành: 25/11/2023

Trong những thập kỷ vừa qua, sự phát triển của Internet và chuyển đổi sang nền kinh tế kỹ thuật số có tác động sâu sắc, thay đổi nhiều mặt của đời sống xã hội, trong đó có du lịch. Bên cạnh cách thức hoạt động truyền thống, ngành du lịch đã có những bước chuyển mình nhằm bắt kịp xu hướng thời đại, chẳng hạn như sử dụng công nghệ để quảng bá hình ảnh, tìm kiếm khách hàng và cung cấp các dịch vụ tiện ích. Xuất phát từ thực tiễn đã nêu, trong bài báo này, nhóm tác giả sẽ trình bày những thay đổi trong lĩnh vực du lịch trong nền kinh tế số hóa, những khó khăn mà các công ty trong lĩnh vực này đang phải đối mặt và từ đó đề xuất một số kiến nghị giải pháp nhằm nâng cao chất lượng du lịch hiện nay.

Từ khóa: Du lịch; Kinh tế số; Công nghệ số.