

VẬN DỤNG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH Ở ĐỒNG NAI

● PHẠM ĐÌNH SỬ

TÓM TẮT:

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang trở thành hướng đi cho tất cả các lĩnh vực trong đời sống, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và ở Đồng Nai nói riêng. Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai cũng đứng trước yêu cầu nhanh chóng vận dụng các yếu tố công nghệ trong sự phát triển của doanh nghiệp nhằm tạo ra những lợi thế cạnh tranh. Bài viết đưa ra những vấn đề cấp thiết phải vận dụng cách mạng công nghệ 4.0 trong các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai; thực trạng về vận dụng công nghệ trong doanh nghiệp; và các giải pháp để ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

Từ khóa: Du lịch, năng lực cạnh tranh, cách mạng công nghiệp 4.0, doanh nghiệp lữ hành, tỉnh Đồng Nai.

1. Tổng quan về cách mạng công nghiệp 4.0

Cụm từ "Công nghiệp 4.0" (Industrie 4.0) nổi lên ở Đức năm 2013, còn được gọi là cuộc cách mạng số với sự xuất hiện của những công nghệ như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR), mạng xã hội, điện toán đám mây.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) được hình thành trên cơ sở tiếp nối thành quả của cuộc cách mạng công nghiệp 3.0 kết hợp với nền tảng công nghệ số và hiểu biết về vật lý, vật liệu, sinh học để tạo ra xu hướng phát triển tiên tiến hơn. CMCN 4.0 cho phép tạo ra các sản phẩm với chất lượng cao nhưng giá thành rẻ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của con người. Nhìn chung, CMCN 4.0 đang làm thay đổi căn bản nền sản xuất với sức lan tỏa nhanh chóng của số hóa và công

nghệ thông tin, tác động sâu rộng đến toàn bộ sống xã hội, sản xuất, dịch vụ và lưu thông p
phối hàng hóa trên thế giới.

Đặc trưng rõ nét của CMCN 4.0 chính là toàn hệ thống về sản xuất, ý tưởng và công nghệ đều có thể được hiện thực hóa nhờ có tốc độ phát triển và lan tỏa nhanh trên nền tảng cốt lõi của ứng dụng trí tuệ thông minh nhân tạo (Artif Intelligence), vạn vật kết nối (Internet of Things thực tế ảo (Cyber-Physical Systems) và dữ liệu lớn (Big Data). Nếu xét trong phạm vi doanh nghiệp, CMCN 4.0 sẽ làm thay đổi cách thức tổ chức hoạt động trong doanh nghiệp, cụ thể qua 3 b
(i) Số hóa: Mọi quy trình sản xuất từ công nghệ đời thiết bị công nghiệp được chuyển đổi bằng công nghệ số; (ii) Công nghiệp hóa: Tích hợp công nghệ số với các quy trình sản xuất truyền thống để cải tiến và phát triển; (iii) Tự động hóa:

cải tiến những thành phần đơn giản nhất trong quy trình sản xuất cũng có thể tạo ra nhiều cơ hội phát triển mới.

2. Đặt vấn đề

Cuộc CMCN 4.0 đã bắt đầu hình thành từ những năm gần đây và ngày càng tác động sâu, mạnh đến nền kinh tế - xã hội của tất cả các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Cuộc cách mạng này là một bước nhảy vọt về công nghệ trong tất cả các lĩnh vực và quyết định đến sự thành công hay thất bại của bất kỳ doanh nghiệp nào dựa trên thành tựu đột phá trong các lĩnh vực công nghệ số. Trong cuộc chơi này, các doanh nghiệp lữ hành chịu sự chi phối rất lớn từ cuộc CMCN 4.0.

Bùng nổ CMCN 4.0 đã tạo ra nhiều đột phá về phát triển du lịch, ảnh hưởng sâu rộng đến phát triển và quảng bá du lịch. Trong bối cảnh "ngành nghề số hóa", việc ứng dụng thương mại điện tử vào ngành Du lịch trở thành điều kiện tất yếu để tạo nên nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam.

Hiện nay, ngành Du lịch Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào sân chơi toàn cầu. Trong lĩnh vực này, đã và đang diễn ra sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Vấn đề sống còn đối với các doanh nghiệp là doanh nghiệp nào vận dụng công nghệ tối ưu sẽ chiếm ưu thế. Chính vì thế, việc đầu tư công nghệ hiện đại vào doanh nghiệp là những yêu cầu thiết thực để đảm bảo cho sự phát triển.

Theo Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025, mục tiêu đến năm 2020 hoàn thành việc số hóa toàn bộ các dữ liệu về hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp lữ hành quốc tế, cơ sở lưu trú trong cả nước do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương và địa phương quản lý; hình thành hệ thống thông tin số về khu, điểm du lịch, cơ sở dịch vụ du lịch và khách du lịch; phát triển các ứng dụng trên thiết bị di động cung cấp cho khách du lịch tại các địa bàn du lịch trong điểm, trong đó có các thông tin về điểm đến, sản phẩm dịch vụ du lịch, thuyết minh du lịch dịch tự động ra các ngôn ngữ phổ biến; kết nối liên thông giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương và doanh nghiệp lữ hành.

Năm 2018, Việt Nam đón gần 15,5 triệu lượt khách quốc tế. Theo điều tra của Tổng cục Thống kê, 71% du khách có tham khảo thông tin điểm đến trên Internet; 64% đặt, mua dịch vụ trên mạng trong chuyến đi đến Việt Nam. Qua số liệu thống kê cho thấy khuynh hướng của khách du lịch ngày càng sử dụng các công cụ công nghệ để tìm hiểu và lựa chọn điểm đến của mình trong các chuyến du lịch. Điều này cho thấy, nếu việc ứng dụng công nghệ vào du lịch tất yếu sẽ mang lại nhiều lợi thế cạnh tranh.

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Du lịch về tác động của các kênh thông tin đến hành vi tiêu dùng, khách du lịch thường sử dụng 5 - 6 kênh thông tin để chọn sản phẩm, nhà cung cấp, gồm thông tin truyền miệng (79%), website (71%), ý kiến chuyên gia trên internet (63%), mạng xã hội (63%), 31% khách hàng tin vào những người quen biết, 28% các ý kiến tích cực trên mạng xã hội tác động đến quyết định tiêu dùng. Khảo sát trên cho thấy, công nghệ đã từng bước thay thế các kênh thông tin truyền thống và trở nên quan trọng trong cạnh tranh thị trường của các doanh nghiệp lữ hành.

Trên địa bàn Đồng Nai hiện nay, đa số các doanh nghiệp lữ hành đều là những doanh nghiệp vừa và nhỏ, sức cạnh tranh chưa cao và trong quá trình hoạt động còn gặp nhiều khó khăn. Đa số các doanh nghiệp đang loay hoay trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động của mình nhằm tạo lợi thế cạnh tranh trong việc chiếm lĩnh thị trường. Việc thông tin từ doanh nghiệp đến với khách hàng nhanh hay chậm sẽ phụ thuộc vào vấn đề công nghệ, đồng thời quyết định đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp đó. Để tồn tại, thích nghi và phát triển buộc các doanh nghiệp lữ hành phải "nâng cấp", tăng năng lực cạnh tranh bằng việc ứng dụng những giải pháp công nghệ các sản phẩm du lịch cũng như hoạt động kinh doanh.

3. Những vấn đề liên quan đến năng lực cạnh tranh các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai trong thời kỳ cách mạng 4.0

Trong những năm gần đây, với sự phát triển của nền kinh tế, đời sống vật chất và tinh thần của người dân Đồng Nai ngày càng nâng cao, chính vì thế ngành Du lịch của tỉnh ngày càng phát triển. Biểu hiện của sự phát triển đó là sự tăng lên đáng kể về lượng du khách và doanh thu hàng năm trên địa bàn Đồng Nai. Hiện nay, hầu

hết các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai đã vận dụng Internet vận vật trong việc chào bán các chương trình tour cũng như quảng bá các sản phẩm nhằm tạo lợi thế cạnh tranh nhưng vẫn còn ở những giai đoạn sơ khai. Nhiều doanh nghiệp mới chỉ ứng dụng Internet vào hoạt động truyền thông cho sản phẩm. Nếu chỉ dừng lại ở những giai đoạn như này, thì chưa thể khai thác được hết các lợi thế của công nghệ trong cạnh tranh, quản lý và điều hành doanh nghiệp. Điều này dẫn đến sự bất lợi trong việc chiếm lĩnh thị trường so với các doanh nghiệp tại các địa bàn lân cận như TP. Hồ Chí Minh.

3.1. Về mô các doanh nghiệp

Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Nai, hiện tại trên địa bàn có khoảng 30 doanh nghiệp lữ hành đang hoạt động. Tuy nhiên, hầu hết các doanh nghiệp lữ hành đều là những doanh nghiệp có vốn vừa và nhỏ, nguồn lực yếu và vốn đầu tư ít nên sức cạnh tranh kém. Phần lớn các doanh nghiệp hoạt động theo hướng tự phát, chưa có sự liên kết phối hợp lẫn nhau giữa các doanh nghiệp trong việc chia sẻ thông tin về sản phẩm. Những doanh nghiệp này thường không tạo được niềm tin đối với khách du lịch mua tour thông qua các công cụ số hóa và đánh mất thị phần vào những đối tác cạnh tranh tại các khu vực lân cận, đặc biệt là các công ty có tài chính mạnh và vốn lớn.

3.2. Về ứng dụng công nghệ

Cùng với việc phát triển nhanh của công nghệ thông tin toàn cầu, các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai cũng có những bước tiến đáng kể trong việc vận dụng công nghệ thông tin vào doanh nghiệp để tạo ra những tiện ích nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng cũng như phục vụ cho các hoạt động của mình. Hầu hết các doanh nghiệp đều có những trang web riêng, sử dụng các trang mạng xã hội nhằm phục vụ nhu cầu phát triển của doanh nghiệp. Tuy nhiên, sự vận dụng này vẫn chưa theo kịp sự phát triển của thời đại, đồng thời chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp. Việc các doanh nghiệp sử dụng các trang web và mạng xã hội chỉ mang tính chất cung cấp thông tin, giới thiệu sản phẩm. Vẫn có nhiều website du lịch còn sơ sài có hình thức lẫn nội dung, cơ sở dữ liệu nghèo nàn, chủ yếu là thông tin giới thiệu doanh nghiệp, chưa có giao dịch trực tuyến, ngôn ngữ đơn thuần là tiếng Việt, thông tin lại không

được cập nhật thường xuyên. Nguyên nhân những vấn đề trên chính là do hoạt động thông tin du lịch trên website của ngành Du lịch chưa được tổ chức một cách đồng bộ, thống nhất từ cơ quan lý đến từng doanh nghiệp. Sản phẩm và vụ thông tin du lịch còn thiếu tính chuyên nghiệp chưa có sự phối hợp, trao đổi dữ liệu giữa các vị... Công tác quảng bá của các doanh nghiệp mang tính tự phát và nhỏ lẻ, dữ liệu chưa được giữ một cách có hệ thống, không theo một định hướng nhất định.

3.3. Về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là một lợi thế cạnh tranh và phát triển của mỗi doanh nghiệp, thế nhưng những doanh nghiệp vừa và nhỏ nên phần lớn công ty lữ hành trên địa bàn Đồng Nai chỉ có một vài nhân viên kinh doanh, điều hành tour chuyên thực hiện các công việc chỉ liên quan đến du lịch. Hầu hết các nhân viên đó chỉ giỏi về chuyên môn du lịch còn công nghệ thông tin thì quá khó đối với nhân viên kinh doanh hay điều hành. Bởi vì có một số người tốt về công nghệ, ít có đơn vị nào tuyển dụng nhân viên IT hay thậm chí lập phòng IT hoặc thuê để phục vụ cho sự phát triển của doanh nghiệp trong thời kỳ CMCN 4.0.

4. Giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp lữ hành ở Đồng Nai trong thời kỳ CMCN 4.0

4.1. Về vốn doanh nghiệp

Nhanh chóng hiện đại hóa mô hình hoạt động của doanh nghiệp theo hướng kinh doanh dịch vụ, nâng cấp vốn doanh nghiệp từ những doanh nghiệp vừa và nhỏ thành những doanh nghiệp lớn, nguồn lực và tiềm lực mạnh để xây dựng niềm tin với khách hàng thông qua việc kêu gọi đầu tư những tập đoàn lớn hoặc những cá nhân nguồn lực chính đối dào. Có thể thay đổi mọi hình thức doanh nghiệp từ công ty TNHH sang công ty cổ phần tập hợp tối đa sức mạnh tập thể.

Việc tổ chức quản trị trong các doanh nghiệp hành phải được xây dựng bài bản khoa học các phòng chức năng và chuyên môn nghiệp vụ riêng biệt. Các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn cần tập trung nghiên cứu xây dựng thành kênh trao đổi dữ liệu dùng chung (ESB - Enterprise Service Bus) theo hướng chuẩn hóa và các hệ thống chuyển đổi dữ liệu (

Exchange) để đảm bảo tính tương thích kết nối giữa các hệ thống quản trị khác nhau. Các thông tin về tổ chức, sản phẩm và giá phải đảm bảo tính chính xác và thống nhất giữa các doanh nghiệp.

4.2. Về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng, quyết định hàng đầu của một doanh nghiệp. Tuy nhiên đối với nguồn nhân lực du lịch Đồng Nai, một trong những yếu điểm lớn nhất vẫn là khả năng vận dụng công nghệ. Vì vậy, các doanh nghiệp lữ hành cần xây dựng được đội ngũ nhân sự đủ về mặt lượng và chất, có khả năng tiếp nhận, nắm bắt công nghệ và ứng dụng thực tiễn vào công tác quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh. Trong bối cảnh CMCN 4.0, các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai có thể tận dụng sự phát triển mạnh mẽ về hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông để nâng cao chất lượng, số lượng đào tạo thông qua việc đa dạng hóa hình thức và nội dung như triển khai hệ thống đào tạo trực tuyến (E-learning) và hệ thống thư viện trực tuyến (E-library), hướng đến hình thức tự học và thi online. Bên cạnh đó, doanh nghiệp lữ hành nên xem xét đến việc tăng cường hợp tác với các tổ chức, đơn vị đào tạo có chất lượng để xây dựng những chương trình đào tạo riêng cho nguồn nhân lực của doanh nghiệp mình.

4.3. Về ứng dụng công nghệ 4.0

Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên chủ động tiếp cận CMCN 4.0, coi đây là cơ hội nâng cao năng lực cạnh tranh, bắt đầu từ việc cơ bản - số hóa dữ liệu, bao gồm cập nhật thông tin tour tuyến, chương trình khuyến mãi hậu mãi, các thông tin về hoạt động của doanh nghiệp, từng bước tiến tới đẩy mạnh ứng dụng công nghệ mới trong việc tạo ra các tiện ích cho khách hàng thông qua việc cung cấp các dịch vụ, như: triển khai cổng thanh toán điện tử; thiết lập kênh tương tác trực tiếp với khách; xây dựng các chương trình trải nghiệm du lịch ảo.... Thông qua việc tích hợp và minh bạch thông tin, hàm sát phản hồi của khách hàng, doanh nghiệp sẽ dần hình thành những sản phẩm du lịch mới theo kịp xu hướng chung.

Bên cạnh tạo ra sản phẩm du lịch thông minh, các tiện ích cho khách hàng, các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Đồng Nai nên chú trọng trong việc tạo ra các Fanpage, Website và các Apps như là các kênh truyền thông của công ty. Thông qua các phương tiện này và thông qua Internet vạn vật,

các doanh nghiệp chủ động quảng bá thông tin về tour tuyến, chương trình khuyến mại và cả sự kiện của công ty đến khách du lịch.

Cần ứng dụng phần mềm điều hành tour, nhằm chuyên nghiệp hóa dịch vụ du lịch, đổi mới - xây dựng Website theo chuẩn giao diện smart phone, ipad, desktop nhằm cải thiện quá trình tương tác giữa khách du lịch với các doanh nghiệp lữ hành, cũng như quá trình chuyển tài dịch vụ tiện ích theo hướng có lợi hơn cho khách hàng trong việc truy cập. Tạo box livechat (hộp thoại trò chuyện trực tuyến) để khách hàng được chủ động tương tác, nhân viên đáp thắc mắc từ nhân viên tư vấn tức thời, cho phép khách hàng đăng ký nhận tin khuyến mại chủ động. Mở rộng quảng bá sản phẩm trên mạng xã hội để tiếp cận và tương tác tốt hơn với khách hàng.

Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên triển khai Website bán tour trực tuyến và cố gắng cải tiến để xây dựng giao diện web có thiết kế ấn tượng và thân thiện hơn với du khách, bổ sung thêm các dịch vụ giá trị gia tăng cho khách. Tất cả các dịch vụ mua bán được tổ chức theo giao diện thân thiện để du khách có thể dễ dàng tìm bằng những thao tác đơn giản. Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên xây dựng và hoàn thiện App bán tour trực tuyến để du khách có thêm một phương tiện tìm hiểu thông tin và đặt tour du lịch.

Ứng dụng Big data trong các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai, nhờ những dữ liệu thông tin lớn, các doanh nghiệp lữ hành có cơ sở thu thập thông tin về quốc tịch, mục đích du lịch (nghỉ dưỡng hay công việc). Dựa trên dữ liệu này, nhiều doanh nghiệp lữ hành định hướng được thị trường mục tiêu cho doanh nghiệp của mình, cũng như xây dựng những chiến lược phát triển cụ thể, đưa ra những gói dịch vụ phù hợp với sở thích của khách hàng và tiếp cận tới thị trường tiềm năng, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

5. Kết luận

CMCN 4.0 đã thật sự tạo ra sự thay đổi lớn trong tất cả các lĩnh vực của đời sống, du lịch, là một ngành dịch vụ nằm trong tầm ảnh hưởng của làn sóng này. Việc nắm bắt và chủ động thích ứng với CMCN 4.0 sẽ giúp cho các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai nói riêng có nhiều cơ hội phát triển và tạo ra lợi thế cạnh tranh đối với các doanh nghiệp khác trong nước và khu vực ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Quang Hải (2017). Cách mạng công nghiệp 4.0 - Những thách thức, thời cơ ảnh hưởng đến ngành Du lịch Việt Nam. *Tạp chí Thể thao*
2. Kiều Thu Hương, Vũ Lan Hương (2018). Cách mạng 4.0 tại các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí khoa học Thương mại - Trường Đại học Thương mại*.
3. Tổng cục Du lịch (<http://vietnamtourism.gov.vn>)
4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Đồng Nai (<http://svhtdl.dongnai.gov.vn>)

Ngày nhận bài: 5/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM ĐÌNH SỬ

Khoa Kinh tế Quản trị - Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

**TAKING ADVANTAGE OF THE INDUSTRY 4.0 TO IMPROVE
THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES
LOCATED IN DONG NAI PROVINCE**

● Master. PHAM DINH SUU

Faculty of Economic Management
Dong Nai Technology University

ABSTRACT:

The Industry 4.0 has affected all areas and has brought many development opportunities for Vietnamese enterprises in general and those located in Dong Nai Province in particular. Tourism enterprises in Dong Nai Province are also facing the requirement for quickly applying technological advances in their businesses to create competitive advantages. This article presents urgent tasks of taking advantage of the Industry 4.0 for tourism enterprises located in Dong Nai Province and also introduces solutions for implementing technology to improve competitiveness to tourism enterprises located in Dong Nai Province.

Keywords: Travel, competitiveness, Industry 4.0, tourism companies, Dong Nai Province.