

# GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

● ĐỖ THỊ PHƯƠNG

## TÓM TẮT:

Trong những năm gần đây, ngành Du lịch Việt Nam ngày càng khẳng định vai trò quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế. Lượng khách quốc tế, cũng như lượng khách du lịch nội địa ngày càng tăng. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, năm 2019, du lịch Việt Nam đón trên 18 triệu lượt khách quốc tế và phục vụ 85 triệu lượt khách nội địa. Tổng doanh thu từ khách du lịch ước đạt hơn 720.000 tỷ đồng, đóng góp trực tiếp 6,6% GDP của Việt Nam.

Tuy nhiên, ngành Du lịch đã và đang gặp không ít khó khăn và thách thức trước tác động của cách mạng công nghiệp 4.0. Do vậy, bài viết sẽ đưa ra những giải pháp kịp thời cả về chính sách, cơ sở hạ tầng, môi trường du lịch và cả nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển của Ngành trong thời gian tới.

**Từ khóa:** Ngành Du lịch, Việt Nam, cách mạng 4.0.

## I. Những thuận lợi và khó khăn của ngành Du lịch Việt Nam

### 1.1. Thuận lợi

Du lịch phát triển góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, đẩy mạnh hợp tác và hội nhập. Nhận thấy tầm quan trọng của ngành nên năm 2017, Bộ Chính trị đã có Nghị quyết 08/NQ-TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cũng trong năm đó, Luật Du lịch (sửa đổi) đã chính thức được Quốc hội thông qua, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho ngành phát triển trong thời kỳ mới.

Ngành Du lịch Việt Nam ngày càng phát triển, số lượng khách quốc tế và nội địa tăng mạnh. Nhiều điểm đến của Việt Nam được các tạp chí danh tiếng về du lịch trên thế giới bầu chọn là điểm đến yêu thích. Bên cạnh đó, chính sách cấp thị thực

được cải thiện đã góp phần làm gia tăng lượng du khách quốc tế đến Việt Nam.

Thị trường du lịch Việt Nam đã thu hút được sự quan tâm của nhiều hãng hàng không tham gia khai thác, nhiều đường bay thẳng đến Việt Nam được mở, tiêu biểu như hãng New Air New Zealand kết nối Việt Nam - New Zealand; Thương Hải - TP. Hồ Chí Minh; Thổ Nhĩ Kỳ - Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh; Đà Nẵng - Hồng Kông; Sydney/Melbourne - TP. Hồ Chí Minh; Đồng Hới - Chiang Mai...

Ngoài ra, nhiều hoạt động văn hóa, thể thao mang tầm quốc tế được tổ chức ở Việt Nam như: Đại hội Thể thao bãi biển châu Á 2016; Liên hoan Âm thực quốc tế; Giải quần vợt Vietnam Open 2016, 2017, WSC 2017, APEC 2017... tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển.

Thời gian qua, Việt Nam đã thu hút được nguồn

vốn FDI vào các dự án du lịch, nhiều khu nghỉ dưỡng ven biển và khách sạn 5 sao được đầu tư. Hơn thế nữa, các địa phương cũng đã quan tâm và nâng cao nhận thức về phát triển du lịch, các dịch vụ được nâng tầm chất lượng, vấn đề an ninh, an toàn cho du khách ngày càng được đảm bảo.

### 1.2. Khó khăn

Mặc dù giàu tài nguyên thiên nhiên, bản sắc văn hóa dân tộc đa dạng, nhưng sản phẩm du lịch của nước ta lại đơn điệu và chất lượng dịch vụ chưa cao. Công tác quảng bá, xúc tiến còn bộc lộ nhiều hạn chế, thiếu sự dẫn dắt của các cơ quan quản lý nhà nước, chưa có sự kết nối đồng bộ trong cả hệ thống, cũng như chưa gắn kết du lịch với các sự kiện, hình ảnh mang tính quốc tế... Việc định vị điểm đến còn lúng túng, không có quy hoạch phát triển cụ thể. Công tác nghiên cứu chưa được đầu tư tương xứng, nên phần nào đó làm cho thương hiệu du lịch Việt Nam chưa phát triển đúng với tiềm năng.

Doanh nghiệp lữ hành Việt Nam còn yếu, chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ (chiếm tới 84%). Sự liên kết giữa các doanh nghiệp và giữa doanh nghiệp với chính quyền còn mang tính hình thức. Thêm vào đó, việc giải quyết triệt để các vấn đề về ô nhiễm môi trường, giao thông ùn tắc và an toàn thực phẩm... chưa được kiểm soát tốt. Do vậy, Chính phủ một số nước như Mỹ, Anh, Úc, Canada, Thụy Sĩ... đã đưa những vấn đề này vào khuyến cáo cho công dân khi đi du lịch Việt Nam, khiến cho hình ảnh du lịch của nước ta giảm giá trị.

Nguồn nhân lực du lịch còn nhiều bất cập, thiếu trầm trọng nguồn nhân lực chất lượng cao. Theo số liệu từ Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam, mỗi năm toàn Ngành cần thêm gần 40.000 lao động, nhưng các cơ sở đào tạo mới đáp ứng khoảng 15.000 lao động, trong số đó chỉ có gần 12% sinh viên tốt nghiệp từ các trường đại học, cao đẳng. Điều đáng quan ngại là sau khi tuyển dụng, các sinh viên này chưa đáp ứng được yêu cầu công việc, nên doanh nghiệp vẫn mất thời gian, công sức đào tạo lại.

## 2. Những thời cơ và thách thức của ngành Du lịch Việt Nam trước cách mạng công nghiệp 4.0

### 2.1. Thời cơ

- Mở rộng không gian, thời gian và thị trường du lịch: Việc phát triển internet kết nối vạn vật làm xóa nhòa không gian và thời gian, tạo nên một thế

giới phẳng, mọi người chỉ cần kết nối internet là có thể truy cập và tìm hiểu tất cả những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi tiếng trên toàn thế giới. Việc sử dụng hình ảnh, các thước phim 3D, 4D tái dựng lại các sự kiện lịch sử, văn hóa, các di sản thiên nhiên sẽ giúp cho tất cả mọi người dễ dàng khám phá và thích thú tìm hiểu tài nguyên du lịch của mỗi địa phương, mỗi quốc gia. Đây cũng là một trong những phương pháp kích cầu du lịch hiệu quả, làm nảy sinh nhu cầu đi du lịch, là cơ hội vàng để mở rộng thị trường du lịch.

- Giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị: Nếu như trước kia để phát triển điểm đến, chúng ta phải mất rất nhiều thời gian và kinh phí cho việc quảng cáo trên truyền hình, báo, đài, phát tờ rơi... thì nay, thông qua ứng dụng các Website thông minh như Web30s, Smart Live Chart, Smart Marketing Tool, giá thành chi phí quảng cáo, tiếp thị và thời gian dành cho hoạt động này đã giảm đi rất nhiều. Đây là một lợi thế to lớn do công nghiệp 4.0 mang lại.

- Số hóa cơ sở dữ liệu du lịch: 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 ở khắp nơi trên thế giới.

- Bán hàng qua mạng và thanh toán trực tuyến: Thương mại điện tử, kinh doanh qua mạng, đang là xu thế thời đại. Công nghiệp 4.0 giúp cho các nhà kinh doanh du lịch triển khai bán các dịch vụ cho mọi đối tượng có nhu cầu trên khắp thế giới với chi phí ít nhất, thời gian tiết kiệm nhất và doanh thu cao nhất.

- Giảm nhân lực lao động, thời gian, chi phí, giảm giá thành các dịch vụ du lịch: Ứng dụng công nghệ hiện đại đã làm giảm đáng kể nguồn nhân lực lao động, rút ngắn thời gian làm việc, giảm mạnh các chi phí dẫn tới giảm giá thành các dịch vụ du lịch.

- Liên kết tour, tuyến du lịch: Công nghiệp 4.0 đã giúp các doanh nghiệp lữ hành dễ dàng kết nối tour, tuyến điểm, tăng lương khách và tăng hiệu suất kinh doanh du lịch.

- Phát triển du lịch hiệu điểm đến: Công nghiệp 4.0 đưa thông tin, hình ảnh điểm đến cho mọi người ở tất cả mọi nơi, kích thích và tạo ra nhu cầu khám

phá các điểm du lịch nổi tiếng, có chất lượng dịch vụ tốt, qua đó sẽ tạo ra hiệu ứng đám đông, tạo nên thương hiệu điểm đến nhanh chóng và mang tầm vóc quy mô toàn cầu.

- Liên kết các doanh nghiệp du lịch: Liên kết vùng, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch, chia sẻ khách, dịch vụ, chia sẻ lợi nhuận cũng như khó khăn là xu thế tất yếu để chuyên môn hóa và giảm giá thành dịch vụ du lịch. Công nghiệp 4.0 giúp cho mỗi liên kết này ngày càng thuận lợi, mở rộng không gian, làm cho ngành Du lịch phát triển bền vững hơn.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ: Khi ứng dụng công nghiệp 4.0 cho phép du khách cảm nhận bằng tất cả các giác quan của mình, sự cảm nhận và hài lòng của du khách sẽ tăng lên rất nhiều.

## **2.2. Thách thức**

- Công nghiệp 4.0 cho phép tái tạo lại 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, tạo cho du khách có cảm giác như đang ở chính những điểm du lịch đó. Do vậy, để du khách có nhu cầu bước ra khỏi thế giới ảo, khám phá thế giới thực, đòi hỏi ngành Du lịch phải không ngừng thay đổi để tạo ra những sự hút nhất định.

- Công nghiệp 4.0 yêu cầu nguồn nhân lực du lịch phải có trình độ cao, do nhân lực trình độ thấp sẽ dần dần được thay thế bởi máy móc, robot. Tự động hóa, báo cáo tự động và trợ lý ảo sẽ dần trở nên phổ biến.

## **3. Giải pháp phát triển ngành Du lịch Việt Nam trước tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0**

*Thứ nhất*, xây dựng chiến lược phát triển du lịch, tầm nhìn đến năm 2030 cho phù hợp với tình hình thực tế. Đồng thời, cần nâng cấp Ban Chỉ đạo quốc gia về du lịch do hiện tại vẫn đang hoạt động theo hình thức kiêm nhiệm thành Ủy ban chuyên trách để chỉ đạo và tập trung các nguồn lực.

*Thứ hai*, tái cơ cấu ngành Du lịch Việt Nam theo đúng tinh thần Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị và Luật Du lịch. Cụ thể:

- Tái cấu trúc lại sản phẩm du lịch theo hướng tập trung chuyển đổi dịch vụ từ 7h-18h thành 18h-22h đêm trên cơ sở đảm bảo an ninh trật tự đối với các tụ điểm vui chơi giải trí, nhằm hướng đến phục vụ đối tượng khách du lịch quốc tế, qua đó gia tăng giá trị khai thác chi tiêu của du khách. Đẩy mạnh

xây dựng văn hóa ẩm thực thành thương hiệu quốc gia về du lịch để vừa định vị nhanh về nhận biết đất nước, văn hóa và con người Việt Nam vừa thúc đẩy lượng tiêu thụ trái cây, nông sản thực phẩm lúa gạo, là một trong những thế mạnh của nước ta.

- Phát triển sản phẩm du lịch chất lượng, đặc sắc, có giá trị gia tăng cao, đáp ứng nhu cầu, Tập trung sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái. Hình thành hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch quốc gia, địa phương và đô thị. Tuyên truyền về giá trị, ý nghĩa văn hóa, lịch sử, truyền thống điểm tham quan lên môi trường mang bởi đây là cơ hội để chúng ta quảng bá những hình ảnh tối đẹp của điểm đến.

- Xây dựng kế hoạch tổ chức lễ hội quốc gia, vùng hoặc địa phương nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng theo từng vùng, miễn để tạo dựng thương hiệu, tránh lãng phí nguồn lực và gây nhầm lẫn.

- Tái cấu trúc lại hình thái các doanh nghiệp lữ hành. Đề xuất Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch huy động các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực nhà hàng, khách sạn cùng với các công ty lữ hành có uy tín hàng đầu của Việt Nam tham gia vào các chương trình du lịch kích cầu được tổ chức định kỳ hằng năm. Hoạt động này nhằm thu hút du khách trong nước đi du lịch cũng như khuyến khích khách quốc tế đến Việt Nam. Đây cũng chính là hình thức nhằm giúp các doanh nghiệp quảng bá thương hiệu của mình.

- Đào tạo và phát triển nhân lực du lịch, cần đổi về cơ cấu ngành nghề và trình độ cao. Có chiến lược, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch phù hợp; chú trọng nhân lực quản lý và lao động có tay nghề cao; đa dạng hóa phương thức đào tạo; đẩy mạnh đào tạo nhất là văn hóa, nghiệp vụ, hướng dẫn du lịch, ngoại ngữ.

*Thứ ba*, phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu vùng, địa phương, doanh nghiệp và sản phẩm. Chú trọng phát triển thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao. Tăng cường phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất. Tăng ngân sách cho xúc tiến, quảng bá du lịch, áp dụng cơ chế linh hoạt, mở văn phòng đại diện du lịch Việt Nam tại các thị trường trọng điểm.

*Thứ tư*, đẩy mạnh đầu tư, nâng cấp, cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

theo hướng đồng bộ, hiện đại, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh. Quy hoạch, đầu tư phát triển giao thông, thông tin, truyền thông, năng lượng, cấp thoát nước, môi trường. Đầu tư phát triển hạ tầng xã hội, văn hóa, y tế, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, ăn uống, giải trí, đi lại tham quan đảm bảo chất lượng và tiện nghi.

Thứ năm, đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức toàn xã hội trong phát triển du lịch, kêu gọi toàn thể mọi người chung tay bảo vệ môi trường với hình ảnh du lịch thân thiện và an toàn, không còn cảnh chèo kéo, cướp giật, "chặt chém" khách, nhằm tạo niềm tin cho khách để họ tiếp tục quay trở lại Việt Nam cùng với bạn bè, người thân ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08/2017/NQ-TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
2. Tổng cục Du lịch (2019), *Tình hình hoạt động của ngành Du lịch năm 2019 và triển khai nhiệm vụ năm 2020*.
3. Tổng cục Thống kê (2019), *Tình hình kinh tế - xã hội năm 2019*.

Ngày nhận bài: 18/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2020

*Thông tin tác giả:*

**ThS. ĐỖ THỊ PHƯỢNG**

Khoa Kinh tế cơ sở, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**SOLUTIONS FOR SUPPORTING THE TOURISM INDUSTRY'S GROWTH IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0**

● Master. **DO THI PHUONG**

Faculty of Fundamental Economics,

University of Economics - Technology for Industries

**ABSTRACT:**

In recent years, Vietnam's tourism industry has increasingly affirmed its important role in the country's economy development. The number of international and domestic tourists is increasing. According to the General Department of Tourism, Vietnam welcomed over 18 million international visitors and served 85 million domestic visitors in 2019. The total revenue of Vietnam's tourism industry in 2019 was estimated at over VND 720.000 billion, directly contributing to 6.6% of Vietnam's GDP.

However, the tourism industry has faced many difficulties and challenges due to the impact of Industry 4.0. This article proposes solutions in terms of policies, infrastructure, tourism environment and high-quality human resources to promote the tourism industry's growth.

**Keywords:** Tourism industry, Vietnam, Industry 4.0.