

PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG TÂY NGUYÊN TRONG ĐIỀU KIỆN CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

● LÊ THẾ PHIỆT

TÓM TẮT:

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang làm thay đổi mọi mặt hoạt động của con người. Lĩnh vực kinh doanh du lịch cũng chịu sự tác động của nhân tố ảnh hưởng đó, đặc biệt khi du lịch được xem là lĩnh vực ưu tiên trong chiến lược phát triển của Việt Nam. Tây Nguyên - miền đất huyền thoại, là kho báu vô tận để khai thác, phát triển du lịch, nhưng do nhiều điều kiện khách quan và chủ quan, ngành Du lịch của vùng này vẫn chưa phát triển tương xứng tiềm năng, thế mạnh sẵn có. Bài viết này nhằm phân tích thực trạng phát triển du lịch vùng Tây Nguyên, những ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến phát triển du lịch vùng Tây Nguyên; Từ đó, đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển du lịch vùng Tây Nguyên trong điều kiện cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp, cách mạng công nghiệp lần thứ tư, du lịch, Tây Nguyên.

1. Giới thiệu

Tây Nguyên có vị trí chiến lược quan trọng về kinh tế, chính trị, quốc phòng an ninh đối với cả nước và khu vực. Nằm ở khu vực ngã ba biên giới Việt Nam - Lào - Campuchia, tiếp giáp với các vùng Bắc Trung Bộ, Duyên hải Nam Trung Bộ và Đông Nam Bộ, Tây Nguyên có điều kiện thuận lợi để mở rộng giao lưu phát triển kinh tế, đặc biệt là du lịch với nhiều vùng trong cả nước và quốc tế. Trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định Tây Nguyên là một trong 7 vùng du lịch của cả nước. Trong những năm qua du lịch vùng Tây Nguyên có những bước phát triển khá, góp phần đáng kể vào phát triển kinh tế - xã hội của vùng. Tuy nhiên, tài nguyên du lịch của Tây Nguyên chưa được khai thác bài bản và còn nhiều bất cập do chưa tận dụng được một cách đầy đủ các lợi thế để thu hút đầu tư cho phát triển du lịch. Cuộc

cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã tạo ra những thay đổi vô cùng to lớn trong đời sống kinh tế - xã hội, trong đó tác động không nhỏ đến kinh doanh du lịch. Vì thế cần phân tích ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến phát triển du lịch vùng Tây Nguyên nhằm tranh thủ các cơ hội mà cách mạng công nghiệp lần thứ tư mang đến cho du lịch vùng Tây Nguyên.

2. Thực trạng du lịch vùng Tây Nguyên

2.1. Tiềm năng phát triển du lịch vùng Tây Nguyên

Tây Nguyên gồm 5 tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng với tổng diện tích 54 641 km², chiếm 16,8% diện tích cả nước. Nơi đây hàm chứa nguồn tài nguyên thiên nhiên và nguồn tài nguyên văn hóa vô cùng to lớn có tiềm năng phát triển các loại hình du lịch.

Về tài nguyên thiên nhiên: Tây Nguyên được thiên nhiên ưu đãi nhiều danh lam thắng cảnh nổi

tiếng liên quan đến núi, sông suối, thác nước, hồ... và cả hệ động thực vật hết sức phong phú, trong đó có nhiều khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia... Những tài nguyên có giá trị để khai thác phát triển du lịch bao gồm: cảnh quan dọc các sông Đắk Bla, Pa Cô, Serepok, Krông Ana, Krông Nô, Đồng Nai...; hệ thống các hồ lớn và đẹp như Tuyển Lâm, Đan Kia Suối Vàng, Hồ Lắk, Biển Hồ, các hồ thủy điện (Yaly, Đại Ninh...); hệ thống các thác nước như Dray Sap, Trinh Nữ, Diệu Linh, Phú Cường, Lưu Ly, Pongour, Cam Ly, Pren...

Về tài nguyên văn hóa: Tây Nguyên hiện nay là nơi cư trú của 47 dân tộc khác nhau bao gồm cả nhóm dân tộc bản địa sinh sống lâu đời và nhóm dân tộc di cư từ nơi khác đến, làm cho mối quan hệ và giao lưu văn hóa ở Tây Nguyên phong phú và đa dạng. Mỗi dân tộc Tây Nguyên có những nét văn hóa, phong tục, tập quán riêng. Vùng Tây Nguyên có trên 30% dân số là người dân tộc thiểu số, có hệ thống các lễ hội đặc sắc, là nơi bảo tồn và trao truyền các tri thức, các giá trị văn hóa truyền thống quý báu thông qua các hoạt động văn hóa, phương thức tổ chức sinh hoạt văn hóa dân gian của cộng đồng như: văn hóa công chiêng, văn hóa mấu hễ, văn hóa nhà rông, nhà dài, văn hóa ẩm thực, văn hóa thổ cẩm, văn hóa sử thi, văn hóa diễn tấu nhạc cụ, biểu diễn các làn điệu dân ca, dân vũ của các tộc người Tây Nguyên... Không gian văn hóa Công chiêng Tây Nguyên đã được UNESCO công nhận là kiệt tác truyền khẩu và là di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại. Các lễ hội dân gian, lễ hội văn hóa ở Tây Nguyên rất hoành tráng và sôi động, phổ biến nhất là lễ đâm trâu, lễ cúng lúa mới, lễ hội công chiêng... đã trở thành một sản phẩm du lịch văn hóa đầy sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước.

Tây Nguyên có một hệ thống các buôn cổ truyền của đồng bào các dân tộc thiểu số hiện còn lưu giữ và bảo tồn những cấu trúc văn hóa, thể hiện nét sinh hoạt văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc. Có nghề thủ công truyền thống nổi tiếng như nghề dệt vải thổ cẩm, nghề đeo - tạc tượng, nghề đan lát mây tre... Ở Tây Nguyên, Nhà Rông, Nhà Dài là biểu tượng văn hóa cộng đồng các dân tộc, là nơi sinh hoạt tôn giáo, tín ngưỡng; nơi lưu giữ các hiện vật truyền thống công, chiêng, trống... Vì vậy, nhà Rông Tây Nguyên vừa có giá trị văn hóa vật thể vừa có giá trị văn hóa phi vật

thể. Đây chính là tiềm năng để phát triển loại hình du lịch văn hóa cộng đồng, du lịch trải nghiệm làng nghề, du lịch tìm hiểu bản sắc văn hóa tộc người Tây Nguyên...

Bên cạnh đó, vùng Tây Nguyên còn lưu giữ được nhiều di tích lịch sử văn hóa và cách mạng, trong đó có nhiều di tích được xếp hạng quốc gia. Kon Tum có: Ngục Kon Tum, Ngục Đắk Glei, di tích lịch sử danh thắng Măng Đen, di tích lịch sử chiến thắng Đắk Tô-Tân Cảnh, di tích chiến thắng Plei Kần. Gia Lai có: Tây Sơn Thượng Đạo, Nhà lao Pleiku, Làng kháng chiến Stor, Chiến thắng đường 7 sông Bờ... Đắk Lắk có: Nhà Đày Buôn Ma Thuật, Bảo tàng Dân tộc Đắk Lắk, hang đá Đắk Tur, Đồn diên Ca Đa, Đình Lạc Giao, Chùa Sắc Tứ Khải Đoan, Tòa Giám mục Đắk Lắk, Tháp Yang Prong... Đắk Nông có: Di tích lịch sử địa điểm lưu niệm N'Trang Gưh, Cùm di tích lịch sử N'Trang Lơng. Di tích lịch sử Ngục Đắk Mil, Di tích lịch sử địa điểm bắt đầu đường Hồ Chí Minh Nam Tây Nguyên - Nam Bộ... Lâm Đồng có Dinh I, Dinh II, Dinh III, chùa Linh Sơn, Linh Phong; Thiền viện Trúc Lâm; nhà thờ Chánh tòa, Cam Ly; khu mộ cổ của dân tộc Mạ, khu di chỉ khảo cổ Cát Tiên. Đây là những tài nguyên du lịch có giá trị để khai thác phục vụ phát triển du lịch.

2.2. Thực trạng phát triển du lịch vùng Tây Nguyên

Trong giai đoạn 2011-2015, vùng Tây Nguyên đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong việc mở rộng thị trường khách du lịch quốc tế, đặc biệt là du khách từ các nước phát triển và các nước trong khu vực ASEAN. Tổng doanh thu du lịch của các tỉnh trong vùng Tây Nguyên tăng lên rõ rệt, đến cuối năm 2015 mức thu đạt 88.443,9 tỷ đồng. Lượng khách du lịch quốc tế đi lại vùng Tây Nguyên có xu hướng tăng qua từng năm và tốc độ tăng trưởng tương đối cao đạt khoảng 15%/năm trong giai đoạn 2011-2015 nhưng thị phần khách du lịch quốc tế của vùng Tây Nguyên không có sự cải thiện nhiều, vẫn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng lượng khách quốc tế cả nước. Lâm Đồng là địa phương giữ vai trò chủ đạo, trung tâm du lịch của toàn Vùng, lượng khách du lịch quốc tế đến Lâm Đồng chiếm gần 68,5% tổng lượng khách quốc tế đến Tây Nguyên. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch đến với vùng trong những năm gần đây bình quân chỉ đạt 10%, tốc độ tăng trưởng bình quân tổng thu

du lịch xấp xỉ 30%. So sánh với cả nước, tổng thu du lịch vùng Tây Nguyên chỉ chiếm 4,3%; điều này cho thấy, đóng góp về du lịch trong cơ cấu của vùng chưa đủ lớn.

Năm 2017, các tỉnh Tây Nguyên đã thu hút trên 1,881 triệu lượt khách, tăng 9% so với năm 2016; trong đó, khách du lịch trong nước tăng 6,6%, khách quốc tế tăng 2,4%, đạt doanh thu trên 2.906 tỷ đồng, tăng gần 14% so với năm 2016. Trong đó, Lâm Đồng vẫn là địa phương có lượng du khách đến nhiều nhất so với các tỉnh trong vùng, chiếm 78,34% so với toàn vùng, kế đến là Đắk Lắk.

Tuy nhiên, hoạt động du lịch vẫn chủ yếu tập trung tại một số trung tâm, điểm du lịch lớn đã có truyền thống. Việc phát triển các điểm du lịch mới nhằm thu hút khách du lịch trong thời gian qua chưa khả quan, do sản phẩm du lịch chưa có sự khác biệt để hấp dẫn du khách, thiếu sản phẩm du lịch mang tính đột phá.

3. Ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến phát triển du lịch

3.1. Về lĩnh vực marketing du lịch

- 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, du khách có thể truy cập và tìm hiểu tất cả những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh du lịch nổi tiếng trên toàn thế giới. Đây là cơ hội để mở rộng thị trường du lịch, tiếp cận khách hàng.

- Giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị: Giá thành chi phí cho quảng cáo, marketing sẽ giảm đi nhiều khi thông qua ứng dụng các website thông minh và tổng đài ảo

- Số hóa cơ sở dữ liệu du lịch: Các tài nguyên du lịch, bản đồ các điểm du lịch, hệ thống các nhà hàng, khách sạn, hệ thống giao thông... dễ dàng được số hóa, mang lại tiện ích cho các nhà quản lý, kinh doanh du lịch và du khách ở khắp nơi trên thế giới.

3.2. Về lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ du lịch

- Bán hàng qua mạng và thanh toán trực tuyến: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư giúp cho 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 ít nhất, thời gian tiết kiệm nhất.

- Giảm giá thành các dịch vụ du lịch: Việc ứng dụng công nghệ hiện đại đã làm giảm đáng kể nguồn nhân lực, rút ngắn thời gian làm việc,

giảm các chi phí dẫn tới giảm giá thành các dịch vụ du lịch.

- Liên kết tour, tuyến 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, chạy hết công suất.

- Phát triển thương hiệu điểm đến: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đưa thông tin, hình ảnh điểm đến cho mọi người ở tất cả mọi lúc, mọi nơi, nó kích thích và tạo ra nhu cầu khám phá, tìm hiểu điểm đến.

- Liên kết các doanh nghiệp du lịch: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư giúp liên kết vùng, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch ngày càng thuận lợi, mở rộng không gian, làm cho ngành Du lịch phát triển bền vững hơn.

- Phát triển các sản phẩm du lịch mới: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm du lịch mới, phong phú, hấp dẫn hơn, nhất là công nghệ ảo giúp các điểm du lịch tái dựng lại các sự kiện, di tích lịch sử, văn hóa, các di sản thiên nhiên giúp du khách dễ dàng khám phá, hiểu hơn, yêu hơn và thích thú tìm hiểu tài nguyên du lịch của mỗi địa phương, mỗi quốc gia.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với những ưu thế về công nghệ cho phép du khách cảm nhận bằng tất cả các giác quan (thính giác, vị giác, khứu giác, xúc giác) của mình, sự cảm nhận và hài lòng của du khách sẽ tăng lên rất nhiều.

4. Giải pháp phát triển du lịch trong điều kiện cách mạng công nghiệp lần thứ tư

Một là, phát triển môi trường du lịch, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp với tiềm năng và thế mạnh của từng địa phương trong vùng; chú trọng nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch đặc thù mang đậm nét Tây Nguyên như du lịch nghiên cứu khám phá rừng, khám phá thiên nhiên, du lịch trải nghiệm văn hóa Tây Nguyên, du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng, tiếp tục phát triển và nhân rộng các mô hình du lịch hoạt động có hiệu quả trong thực tế.

Hai là, các địa phương ở khu vực Tây Nguyên chủ động tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Phải quan tâm đến

các vấn đề như: quảng bá tích hợp toàn ngành và bám sát phản hồi của thị trường; tích hợp và minh bạch thông tin về điểm đến, lưu trú, lữ hành, giá cả và nguồn nhân lực, chất lượng phục vụ du lịch bằng dữ liệu giám sát thường xuyên; nâng cao năng lực quản lý nhà nước của tiêu chuẩn du lịch thông qua phản ánh của thị trường; nâng cao chất lượng hệ sinh thái du lịch và nâng cao năng lực ngành du lịch thông qua ứng dụng công nghệ thông tin tổng thể và hiệu quả. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch cần theo sát những xu hướng công nghệ và thương mại điện tử mới nhất để tiếp cận nhiều khách hàng hơn và gia tăng lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh. Trong đó, việc xây dựng danh tiếng và sự tin nhiệm cho thương hiệu là điều tiên quyết. Khi chính thức có hiện diện trực tuyến thông qua việc sở hữu một tên miền của riêng mình, doanh nghiệp có thể tiếp cận thị trường rộng lớn hơn nhiều, vượt ra ngoài phạm vi quốc gia của doanh nghiệp đó để tiến tới mục tiêu phát triển cao hơn và gia tăng lợi nhuận.

Ba là, đẩy mạnh phát triển du lịch trực tuyến. Hoàn chỉnh các trang website về du lịch, cập nhật thông tin và kịp thời cung cấp cho trang website của du lịch tỉnh. Chú trọng việc đặt và thanh toán trực tuyến các tour trên các trang website du lịch. Ngăn chặn kịp thời các thông tin không lành mạnh trên các website. Xây dựng phiên bản các trang website du lịch sử dụng ngôn ngữ các nước có nhiều du khách hoặc có tiềm năng du lịch lớn như tiếng Anh, tiếng Hoa, tiếng Nhật, tiếng Nga, tiếng Pháp,...

Bốn là, đẩy mạnh liên kết và tăng cường hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch, đặc biệt là sử dụng công nghệ thông tin để quảng bá sản phẩm; liên kết để tạo sức mạnh trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ giữa các địa phương vùng Tây nguyên, các tỉnh duyên hải miền Trung; các tỉnh Tây Nam Bộ; lựa chọn các doanh nghiệp mạnh về thương hiệu.

có tiềm lực về kinh tế kết hợp với các đơn vị lữ hành, khách sạn trên địa bàn tổ chức phát động điểm đến tại các thị trường trọng điểm, tạo sức mạnh tổng hợp để thu hút nguồn khách du lịch; tổ chức và nâng tầm các sự kiện thường niên để quảng bá, thu hút du khách.

Năm là, thực hiện chiến dịch truyền thông trong cộng đồng, nâng cao nhận thức của cộng đồng xã hội về môi trường và phát triển du lịch; tiếp tục xây dựng các điểm mua sắm, nhà hàng, các hãng taxi, xe điện, vận chuyển khách du lịch đạt chuẩn phục vụ khách du lịch; tổ chức các lớp tập huấn "Nụ cười thân thiện" để nâng cao nhận thức của cộng đồng dân cư, doanh nghiệp; tổ chức lắp đặt hệ thống biển chỉ dẫn về du lịch bằng tiếng Anh và tiếng Việt cho khách du lịch; lắp đặt nhà vệ sinh công cộng đạt chuẩn quốc tế tại các điểm du lịch, bến xe, bến tàu, khu công viên giải trí...

Sáu là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là lực lượng hướng dẫn viên tại chỗ có kiến thức, am hiểu về phong tục tập quán và biết tiếng dân tộc của đồng bào để phục vụ du khách. Đầu tư nguồn nhân lực ở tất cả các lĩnh vực du lịch: lữ hành, khách sạn, nhà hàng, hướng dẫn viên, thuyết minh viên, vận chuyển, khu điểm du lịch, cán bộ quản lý nhà nước ở các cấp; rà soát đánh giá số lượng và chất lượng nguồn nhân lực để xây dựng định hướng và kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cho phù hợp.

Bảy là, khuyến khích khởi nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ, du lịch. Các địa phương ở khu vực Tây Nguyên cần tổ chức các cuộc thi sáng tạo, ý tưởng kinh doanh để cá nhân hoặc tập thể có môi trường để thúc đẩy sự sáng tạo và dần hình thành ý tưởng kinh doanh. Ngay cả các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng hay công ty lữ hành đều có thể tổ chức các cuộc thi sáng tạo nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ tại các cơ sở kinh doanh đó. Khi các doanh nghiệp thành công thì đóng góp chung cho ngành Du lịch của địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đinh Anh (2017). Du lịch 4.0 sẽ tạo điều kiện để phát triển du lịch thông minh, <http://ictnews.vn/ctnt/cuoc-song-thong-minh/cach-mang-4-0-se-tao-co-hoi-phat-trien-du-lich-thongminh-155926.ict>.

2. Nguyễn Hoàng Hà (2017), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Thách thức và cơ hội cho phát triển, Kỳ yếu Hội thảo quốc tế Cải cách quốc gia để phát triển*.
3. Đỗ Lan (2015), *Tìm hướng phát triển cho du lịch vùng Tây Nguyên*, <http://www.baodaklak.vn/channel/3483/201508/tim-huong-phat-trien-cho-du-lich-vung-tay-nguyen-2403632/>
4. Trần Thị Tuyết Mai (2019), *Du lịch vùng Tây Nguyên - Tiềm năng và giải pháp*, <http://www.vtr.org.vn/du-lich-vung-tay-nguyen-tiem-nang-va-giai-phap.html>

Ngày nhận bài: 10/4/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/4/2019

Thông tin tác giả:

TS. LÊ THẾ PHIẾT

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Tây Nguyên

DEVELOPING THE TOURISM IN THE CENTRAL HIGHLANDS IN THE CONTEXT OF THE INDUSTRY 4.0

● **Ph.D LE THE PHIET**

Faculty of Economics, Tay Nguyen University

ABSTRACT:

The Industry 4.0 is changing every aspect of human activities. Vietnam's tourism business, the priority sector of Vietnam's development strategy, is also affected by that influencing trend. The Central Highlands, the legendary land, is an endless treasure to exploit and develop tourism activities. However due to many objective and subjective conditions, the tourism sector of this region has not developed adequate to its potential and strengths. This article is to analyze the current status of tourism development in the Central Highlands, the effects of the Industry 4.0 on tourism development in the Central Highlands, thereby proposing a number of solutions to develop tourism activities in the Central Highlands in the context of the Industry 4.0.

Keywords: Industrial revolution, the Industry 4.0, tourism, Central Highlands region.