Xu hướng mới trong lĩnh vực du lịch và gợi ý cho phát triển du lịch tỉnh Phú Yên

Lê Đỗ Thiên Trúc*, Lê Mai Hải**

,Trường Đại học Sài Gòn (SGU)*

Ngày nhận bài: 20/02/2019, ngày gửi phản biện: 8/05/2019, ngày duyệt đăng: 06/06/2019

Bài viết giới thiệu một số xu hướng mới trong lĩnh vực du lịch quốc tế, từ đó, đưa ra gợi ý cho việc phát triển du lịch ở tỉnh Phú Yên, tạo bước đột phá cho Phú Yên nói riêng và các tỉnh duyên hải miền Trung nói chung, dựa trên cơ sở bốn xu hướng bao gồm: khác biệt trong nhu cầu khách du lịch; tăng trưởng du lịch bền vững; ứng dụng của công nghệ và cải tiến trong phương tiện di chuyển.

Từ khóa: OECD, phát triển du lịch, Phú Yên

1. Một số xu hướng mới trong lĩnh vực du lịch hiện nay

1.1. Nhu cầu du lịch gia tăng nhanh

Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu trên thế giới và vấn đề già hóa dân số khiến tỉ lệ người giàu sẽ càng giàu hơn và ngày càng già hơn trong vài thập niên tới. Ngoài ra, nhóm người được sinh ra từ năm 1980 đến 2000 (thế hệ Millennials hay thế hệ Y), cùng với thế hệ sinh từ năm 1996 trở về sau (Gen Z)sẽ là nguồn lực chính tham gia vào các hoạt động du lịch, qua đó tạo nên sự dịch chuyển lớn trong thị trường du lịch.

Về loại hình du lịch, xu hướng dịch vụ du lịch gia đình đang "bùng nổ" trên toàn cầu với nhóm đối tượng khách là các thành viên ở nhiều lứa tuổi trong một gia đình, và được chi trả bởi các du khách lớn tuổi trong gia đình- người có điều kiện kinh tế vànhiều thời gian rảnh. Hiện nay, gần 1/3 nhóm người đã nghỉ hưu thường đi du lịch cùng với các thành viên trong gia đình. (Age Wave, 2016). Một thị trường du lịch đáng chú ý khác là Y tế, xuất phát từ tăng lên của tầng lớp trung lưu dẫn đến xuất hiện những yêu cầu sử dụng các dịch vụ Y tế chất lượng cao (khám chữa bệnh, thẩm mỹ), do đó lượng khách du lịch từ các quốc gia mới nổi ngày càng tăng.

Về đối tượng khách du lịch, thế hệ Millennials chiếm khoảng 20% khách du lịch quốc tế, với mức chi tiêu ước tính 203 tỷ USD trên toàn thế giới. Theo dự báo đến năm 2040, nhóm khách nằm trong độ tuổi từ 40-60, là độ tuổi bắt đầu nghỉ hưu và tích lũy thêm của cải trong vòng 25 năm nữa, tỷ lệ số tiền tiêu dùng của nhóm này sẽ tăng lên đáng kể. Trong khi đó, thế hệ Z sẽ đóng vai trò lực lượng chính trong thị trường du lịch và lực lượng lao động vào năm 2040 bước vào độ tuổi từ 30-45. (Weinswig, 2016).

Theo nghiên cứu này, thế hệ Millenials thích đi du lịch nhiều hơn so với các thế hệ khác - ở mức trên 4 lần/năm, mặc dù thời gian du lịch có xu hướng ngắn hơn các nhóm khác và chủ yếu mang tính trải nghiệm thực tế.

1.2. Xu hướng du lịch bền vững

Du lịch là một yếu tố có liên quan trong việc tiêu thụ năng lượng và tạo ra khí thải nhà kính. Nó

*le.d.thien.truc@gmail.com

cũng góp phần vào việc sử dụng nước ngọt và đất đai, suy thoái môi trường và tiêu thụ thực phẩm không bền vững. Tuy nhiên, du lịch cũng có thể nâng cao nhận thức về các giá trị văn hóa và môi trường, giúp tài trợ cho việc bảo vệ và quản lý các khu vực được bảo vệ và tăng giá trị và tầm quan trọng kinh tế của chúng. Khi được xây dựng dựa trên sự tham gia của các bên liên quan và các nguyên tắc phát triển bền vững, du lịch có thể đóng góp vào tăng trưởng toàn diện thông qua việc cung cấp cơ hội việc làm và phát triển kinh tế ở cả khu vực thành thị và nông thôn, và thúc đẩy hội nhập xã hội.

Du lịch có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên và nền kinh tế Carbon thấp- là nền kinh tế dựa trên các nguồn năng lượng ít cácbon mà có một sản lượng tối thiểu phát thải khí nhà kính (GHG) vào sinh quyển, nhưng đặc biệt đề cập đến khí nhà kính CO_2.

Cũng theo nghiên cứu cho thấy, ước tính lượng khí thải liên quan đến du lịch bao gồm tất cả các hoạt động giải trí và kinh doanh trong nước và quốc tế, tập trung vào việc chuyển đến và đi từ điểm đến, chỗ ở, và các hoạt động tại các điểm đến. Cụ thể, ngành du lịch ước tính đóng góp khoảng 5% lượng khí thải GHG toàn cầu (UNWTO, 2016b) và việc tăng trưởng du lịch nhanh và không có kế hoạch có thể dẫn đến các tác động tiêu cực như sự suy thoái của văn hóa truyền thống, cũng như gia tăng cờ bạc, buôn bán ma túy và thậm chí là mại dâm.

Các nhà làm du lịch đã đưa vào việc sản xuất thực phẩm và giảm thiểu chất thải theo định hướng bền vững. Ví dụ, sáng kiến của chuỗi khách sạn Scandic chỉ mua cà phê hữu cơ và được giao dịch công bằng ảnh hưởng đến 20 triệu tách cà phê được phục vụ mỗi năm (Gössling et al., 2011). Bên cạnh đó, kết quả từ một nghiên cứu năm 2015 cho thấy 66% người tiêu dùng toàn cầu sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các thương hiệu bền vững, tăng từ 55% vào năm 2014, trong khi đối với thế hệ Millennials, con số này cao hơn đáng kể ở mức 73%, chỉ tăng từ 50% (Nielsen, 2015). Một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mua hàng là niềm tin thương hiệu, đó là lý do tại sao các chương trình chứng nhận của bên thứ ba trở nên phổ biến trong lĩnh vực du lịch bền vững. Chính vì vậy, Chính phủ và ngành công nghiệp nên cùng nhau làm việc một cách chủ động để đảm bảo sự phát triển và quản lý bền vững các lợi ích vì lợi ích và sự hưởng thụ của cộng đồng địa phương và khách du lịch trong cả ngắn hạn và dài hạn.

1.3. Xu hướng ứng dụng công nghệ trong du lịch

Các công nghệ mới tiếp tục định hình lại thị trường và các lĩnh vực trên khắp thế giới như từ nền kinh tế chia sẻ đến Internet vạn vật đến tự động hóa, trí tuệ nhân tạo và từ công nghệ Blockchain đến phân tích dữ liệu lớn, một loạt các cải tiến mới và đang nổi lên hứa hẹn sẽ mở ra nhiều cơ hội hơn cho mọi người trên khắp thế giới.

Trong những thập kỷ gần đây, những tiến bộ công nghệ đã giúp ngành du lịch trở gần gũi, dễ tiếp cận và đơn giản hơn đối với nhiều người và trong tương lai, công nghệ có khả năng thay đổi hoàn toàn những gì được xem là du lịch như bán vé tích hợp và hệ thống thanh toán di động. Ví dụ, khi công nghệ thực tế ảo tiếp tục được cải thiện, có thể hình dung rằng du lịch ảo có thể bổ sung hoặc thay thế các hành trình vật lý cho du khách. Nói cách khác, khi con người đang sống trong thời đại kỹ thuật số và kết nối toàn cầu thì cơ hội để khắc phục và có những trải nghiệm "ảo"giống như các chuyến đi du lịch thực tế trở thành một lựa chọn thay thế cho trải nghiệm kỹ thuật số thuần túy.

Số hóa mang lại lợi ích lớn cho ngành du lịch, tạo ra giá trị khoảng 305 tỷ USD trong giai đoạn 2015-2016. Vấn đề tương tự cũng xảy ra tương tự với nguồn cung ứng vận tải, khi gặp phải những thách thức

dù có sự tăng trưởng đáng kể trong những năm gần đây. Sự phát triển liên tục, nhanh chóng của các công ty tìm nguồn cung ứng xe như Uber, Lyft và BlaBlaCar đang cung cấp nhiều lựa chọn hơn cho mọi người khi đi du lịch có thể rẻ hơn và hiệu quả hơn. Tỉ lệ việc làm từ các công ty chuyên về "dịch vụ chia sẻ" xe ở Mỹ đã tăng 69% từ năm 2010 đến 2014, và sau đó tăng thêm 63% vào năm 2015 (Hathaway & Muro, 2016).

Trong thời gian tới, các lĩnh vực trải nghiệm ăn uống và du lịch được dự đoán sẽ phát triển hơn trong nền "kinh tế chia sẻ", khi người tiêu dùng đã quen thuộc với loại hình "home stay" khi đi du lịch (thông qua các nền tảng như BonAppetour và VizEat).

Những tiến bộ nhanh chóng trong tự động hóa thông qua robot và trí tuệ nhân tạo đã sẵn sàng phá vỡ thị trường lao động trên toàn thế giới trong hai thập kỷ tới, có khả năng thay thế tới 69% việc làm hiện tại ở Ấn Độ, 47% ở Hoa Kỳ và 30% ở Vương quốc Anh (Frey& Ostern, 2013; Kim, 2016). Tuy nhiên, những gián đoạn trong các lĩnh vực từ sản xuất đến bán lẻ có khả năng cung cấp hiệu quả hơn, hàng hóa và dịch vụ giá cả phải chăng trên nhiều lĩnh vực.

Dữ liệu lớn cũng đang được sử dụng để làm cho các dịch vụ hiệu quả hơn và được nhắm mục tiêu bằng cách sử dụng dữ liệu đó để theo dõi hành vi mua và dự đoán nhu cầu dịch vụ (Song & Liu, 2017).

Công nghệ chuỗi khối (Blockchain), được biết đến chủ yếu là nền tảng cho các loại tiền ảo như Bitcoin, có thể mang đến một loạt các ứng dụng tiềm năng trên nhiều lĩnh vực. Ví dụ như cho phép mọi người đăng ký quyền sở hữu dữ liệu cá nhân và tham gia vào giao dịch một cách hiệu quả, cùng với mức độ tin cậy cao hơn. (Gjerding, 2017; Aitken, 2016).

Hiện tại, công nghệ thực tế ảo (VR) được sử dụng chủ yếu trong các trò chơi điện tử, tuy nhiên du lịch là một lĩnh vực rõ ràng có thể bị ảnh hưởng nếu mọi người có thể dễ dàng trải nghiệm một nơi khác mà không cần rời khỏi nhà của chính mình.

Tóm lại, rất khó tính toán về việc làm thế nào cho phép các công nghệ hiện tại tiếp tục phát triển - cũng như dự đoán sự xuất hiện của các loại công nghệ mới và chưa được biết đến, đối với khiến các nhà hoạch định chính sách ngày nay được xem nhưlà một thách thức lớn. Ưu tiên quan trọng thứ hai là tăng cường các khung pháp lý và tuân thủ để làm cho chúng dễ dàng hơn cho sự đổi mới và đáp ứng với những thay đổi công nghệ nhanh chóng. Vấn đề quan trọng thứ ba cần xem xét trong du lịch, là làm thế nào để cân bằng tốt nhất về quyền riêng tư và bảo mật của con người trong bối cảnh dữ liệu ngày càng kết nối và đa dạng trên thế giới.

Công nghệ luôn liên tục định hình lại chuỗi giá trị du lịch, và sẽ tiếp tục làm như vậy. Sự phát triển không ngừng của các mô hình kinh doanh trong ngành này sẽ mang lại cơ hội mới cho nhiều doanh nghiệp. Do đó, hợp tác chặt chẽ với các cơ quan chính phủ để phát triển các chiến lược nên là ưu tiên hàng đầu để nắm bắt tiềm năng để cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách du lịch.

1.4.Coi trọng hơn các phương tiện di chuyển

Giao thông vận tải luôn là yếu tố quyết định chính của du lịch quốc tế, đưa người tiêu dùng đến các dịch vụ và nhà cung cấp thương mại đến các thị trường toàn cầu. Từ góc độ du lịch quốc tế, vai trò chủ đạo của vận tải hàng không trong việc đưa khách du lịch đến các điểm du lịch là không phải bàn cãi. Ví dụ, Tổ chứcTổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) ước tính rằng vận tải hàng không chỉ chiếm hơn một nửa (54%) tổng số khách quốc tế, trong khi du lịch bằng đường bộ chiếm 39%, đường thủy 5% và đường sắt 2% vào năm 2015 (UNWTO, 2016a). Mặc dù cả đường không lẫn đường bộ là những lựa chọn chính về vận tải cho khách du lịch quốc tế, đường sắt và đường thủy; trong khi đó sự mở rộng của các nhà ga

trung tâm và nhà ga quốc tế đóng vai trò quan trọng trong việc phân phối du khách đến và liên quan tới địa điểm đến mà họ lựa chọn.

Các nhà hoạch định chính sách sẽ cần phải nhanh chóng đáp ứng với những yêu cầu phát triển này, để thực hiện các chính sách và tạo điều kiện thuận lợi chonhu cầu vận chuyển của khách du lịch, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng du lịch bền vững và duy trì hoặc tăng cường an ninh và toàn vẹn lãnh thổ. Ví dụ, yêu cầu về tính nhất quán và hài hòa của các tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến an toàn và an ninh, và các quy định vận tải quốc tế để phản ánh sự thay đổi quyền lực địa chính trị (ví dụ: hàng không). Ngoài ra, Các chính phủ cũng cần thiết phải áp đặt các giới hạn đối với du lịch trong và ngoài nước, nhằm tuân thủ các cam kết quốc tế về giảm lượng chất thải nhằm đạt được mục tiêu phát triển bền vững.

2. Một số gợi ý cho phát triển du lịch tỉnh Phú Yên

2.1. Đón bắt sự gia tăng nhu cầu khách du lịch

Dựa trên báo cáo của OECD, các nhà làm du lịch của tỉnh Phú Yên nên tập trung nhiều vào việc phát triển thị phần vào đối tượng là tầng lớp trung lưu, thế hệ Milennials và Gen Z. Bên cạnh đó, Phú Yêncó thể căn cứ vào địa lý của tỉnh để khai thác du lịch dành cho nhiều lứa tuổi, đặc biệt là đưa ra các hoạt động du lịch mang tính trải nghiệm thực tế dành cho thế hệ trẻ.

2.2. Phát triển du lịch theo hướng bền vững

Theo OECD, xu hướng du lịch trong thời gian tiếp theo sẽ là tăng trưởng bền vững. Do đó, tỉnh Phú Yên nên tập trung vào việc sử dụng hiệu quả tài nguyên và giảm thiểu "dấu chân Carbon" (lượng khí thải gây hiệu ứng nhà kính do một người tạo ra). Để đạt được hiệu quả tài nguyên lớn hơn, cơ cấu đầu tư xanh và sự phối hợp liên ngành, cần phải xem xét các động lực bền vững khác nhau (UNEP, 2011). Những điều này bao gồm, đối với i) năng lượng - tăng chi phí và phụ phí carbon; ưu đãi của chính phủ; sinh thái; cũng như các quy định/pháp luật về hiệu quả năng lượng; ii) cấu trúc giá nước phản ánh sự khan hiếm nước và quản lý nước có trách nhiệm; và iii) đa dạng sinh học - quy định liên quan đến các hệ sinh thái nhạy cảm, cũng như các chính sách quốc gia thu hút doanh thu thông qua du lịch để bảo vệ môi trường sống sinh học quan trọng. Theo mô hình đầu tư xanh như vậy, du lịch có thể đóng góp lớn hơn cho tăng trưởng GDP, đồng thời giảm đáng kể mức tiêu thụ nước, sử dụng năng lượng và khí thải CO_2, so với mô hình kinh doanh thông thường.

2.3. Coi trọng ứng dụng công nghệ trong du lịch

Sự phát triển của công nghệ trong thời đại 4.0, khiến các nhà làm du lịch tỉnh Phú Yên nên xem xét việc ứng dụng nền kinh tế chia sẻ, Internet vạn vật đến phương tiện tự trị, trí tuệ nhân tạo và công nghệ Blockchain đến phân tích dữ liệu lớn vào việc xây dựng hệ thống du lịch của tỉnh.

Tiếp đến là tăng cường các khung pháp lý và tuân thủ để làm cho chúng dễ dàng hơn cho sự đổi mới và đáp ứng với những thay đổi công nghệ nhanh chóng. Những cách tiếp cận này cần được xem xét trong bối cảnh khuôn khổ chính sách kinh tế và xã hội tổng thể, nhất thiết phải chồng chéo và chạm vào hoạt động của cả chính quyền quốc gia, địa phương và nhiều lĩnh vực khác nhau, từ nhà ở đến giao thông đến vấn đề an ninh.

Một vấn đề quan trọng tiếp theo để xem xét trong cả lĩnh vực du lịch và rộng hơn, là làm thế nào để cân bằng tốt nhất mối quan tâm về quyền riêng tư và bảo mật trong một dữ liệu ngày càng kết nối, giàu dữ liệu thế giới. Đối với khách du lịch, lợi ích của việc chia sẻ nhiều dữ liệu hơn có thể bao gồm

giải phóng mặt bằng và bảo mật nhanh hơn, nhưng có thể sẽ có nhu cầu ngày càng tăng đối với việc phát triển các biện pháp bảo vệ phù hợp để đảm bảo dữ liệu không được sử dụng cho mục đích trái phép.

2.4.Tăng cường kết nối về giao thông

Hiện tại, hệ thống giao thông Phú Yên thuận tiện với đầy đủ đường biển, đường sắt, đường bộ, quốc lộ 1A và đường sắt Bắc Nam là cửa ngõ hướng ra biển Đông cho các tỉnh Tây Nguyên. Cầu Đà Rằng 2 sau khi đi vào hoạt động sẽ đưa đại lộ Hùng Vương bắt ngang qua sông nối liền trung tâm thành phố Tuy Hòa với Sân bay Đông Tác và với Khu công nghiệp Hòa Hiệp, cảng biển nước sâu Vũng Rô đã tiếp nhận được đầu tài trọng trên 3000 DWT và cùng với cảng Vân Phong ở phía Nam sẽ là cụm cảng trung chuyển quốc tế cùng với sự phát triển của dịch vụ vận tải hàng khách bằng đường bộ, đường sắt chất lượng cao và hàng không, khoảng cách về thời gian đến Phú Yên đã được rút ngắn.

Từ thủ đô Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh đến Phú Yên chỉ mất bình quân 1giờ 45 phút theo đường hàng không, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư du khách đến tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng đầu tư làm ăn tại Phú Yên. Sân bay Tuy hòa đủ rộng để các máy bay lớn hạ cánh, đã có đường bay Tuy Hòa -Tp. Hồ Chí Minh và ngược lại mỗi ngày 1 chuyến đường bay thẳng Hà Nội - Tuy Hòa - Hà Nội với tầng suất 5 chuyến/1 tuần là giải pháp cực kỳ hữu hiệu để kích cầu thu hút các nhà đầu tư và khách du lịch đến với Phú Yên trong thời gian tới.

Bên cạnh đó, trong tương lai, hệ thống giao thông của tỉnh nên có được sự tích hợp về công nghệ, cải tiến trong việc quản lý hệ thống đường bộ, đường sắt cũng như là hàng không.

Kết luận

Xu hướng phát triển ngành du lịch trong thời gian tới có nhiều thay đổi. Nghiên cứu đã chỉ ra sự thay đổi trong đối tượng khách du lịch là thế hệ Millenials, thế hệ Genz và tầng lớp trung lưu; xu hướng phát triển du lịch bền vững; sự phát triển của công nghệ trong thời đại 4.0 như ứng dụng nền kinh tế chia sẻ, Internet kết nối vạn vật đến phương tiện tự động, trí tuệ nhân tạo, công nghệ blockchain cũng như dữ liệu lớn và việc phát triển phương tiện di chuyển du lịch. Qua đó, tỉnh Phú Yên có thể có những giải pháp đón đầu chuẩn bị cho việc phát triển ngành du lịch tại tỉnh nói riêng và các tỉnh duyên hải miền Trung nói chung.

Tài liệu tham khảo

1. Age Wave, *New retirement survey*, https://agewave.com/what-we-do/landmark-research-and-consulting/research-studies/new-retirement-survey/, ngày truy cập 16/06/2019.

2. Ban Quản lý Khu Kinh tế Phú Yên, *Hạ tầng kỹ thuật Phú Yên*, http://bqlkkt.phuyen.gov.vn/tong-quan/ha-tang-ky-thuat1.html, ngày truy cập 23/05/2019.

3. Stefan Gössling, Brian Garrod, Carlo Aall, John Hille, Paul Peeters, Food management in tourism: Reducing tourism's carbon 'foodprint', *Tourism Management* 32(2011) 534 543, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710000701, ngày truy cập 17/06/2019.

4. Hathaway,I., & Muro,M.(2016). *Tracking the gig economy: New numbers*, https://www.brookings.edu/research/tracking-the-gigeconomy-new-numbers/, ngày truy cập 23/05/2019.

5. Nguyễn Văn Mạnh - Nguyễn Đình Hóa (2015), *Giáo trình Marketing Du lịch*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

6. Noel Scott - Giuseppe Marzano (2015), Governance of tourism in OECD countries, *Journal Tourism Recreation Research*, Volume 40 - Issue 2, https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2015.1041746, ngày truy cập 27/05/2019.

7. OECD (2018), *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, Publisher: OECD.

8. World Tourism Organization, *Annual Report 2016*, https://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf, ngày truy cập 18/06/2019.

9. World Tourism Organization, *Annual Report 2017*, https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807, ngày truy cập 18/06/2019.

10. Deborah Weinswig (2016), *Gen Z: Get Ready for the Most Self-Conscious, Demanding Consumer Segment, Fung Global Retail & Technology*, https://www.fbicgroup.com/sites/default/files/Gen%20Z%20Report%202016%20by%20Fung%20Global%20Retail%20Tech%20August%2029,%202016.pdf, ngày truy cập 18/06/2019.

11. Viet Nam News, *Phú Yên seeks investment to tap potential*, http://vietnamnews.vn/economy/465845/phu-yen-seeks-investment-to-tap-potential.html#qhmASKpT8ArHwQ6M.99, ngày truy cập 6/6/2019.