

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH BÀ RỊA - VŨNG TÀU TRONG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

### SOLUTIONS TO THE DEVELOPMENT OF BA RIA – VUNG TAU TOURISM IN THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0

Ngô Văn Lược\*, Ngô Thúy Lân\*\*

#### TÓM TẮT

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang làm thay đổi mọi mặt hoạt động của con người. Cuộc cách mạng công nghiệp này chẳng những tác động sâu sắc đối với các ngành sản xuất, mà còn ảnh hưởng mạnh mẽ đến các ngành dịch vụ như y tế, giáo dục, du lịch. Bài này trình bày các tác động của công nghiệp 4.0 đối với du lịch thế giới cũng như du lịch Việt Nam và đề xuất các giải pháp để phát triển du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu trong kỷ nguyên cách mạng này.

*Từ khóa:* du lịch 4.0, du lịch thông minh, du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu.

#### ABSTRACT

The fourth industrial revolution is changing every aspect of human activity. This industrial revolution has profoundly affected not only the manufacturing industry, but also the health services, education and tourism. This paper presents the impact of industry 4.0 on global tourism industry as well as Vietnam's tourism industry and proposes several solutions to develop Ba Ria - Vung Tau tourism in this revolution era.

*Keywords:* travel 4.0, smart travel, Ba Ria-Vung Tau tourism.

## 1. TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 ĐỐI VỚI DU LỊCH THẾ GIỚI

### 1.1. Về cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư [1]

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất dựa vào phát minh động cơ hơi nước. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai dựa vào phát minh ra điện. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba dựa vào phát minh chất bán dẫn và công nghiệp điện tử. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra (từ năm 2000) dựa trên các ngành công nghệ vật lý, công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, với trọng tâm là công nghệ số sử dụng internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), phân tích dữ liệu lớn (SMAC),... với mục tiêu chuyển toàn bộ thế giới thực thành thế giới số (thế giới ảo).

Năm 2013, trong một bản báo cáo của chính phủ Đức, lần đầu tiên đưa ra khái niệm “công nghiệp 4.0” (Industrie 4.0) nhằm nói tới công nghệ cao, tự động hóa các ngành sản

\* Giáo sư, Tiến sĩ khoa học, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu

\*\* Thạc sĩ, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu

xuất mà không có sự tham gia của con người. Ở giai đoạn này, con người đóng vai trò chỉ huy, thiết kế hệ thống và ra lệnh người máy và các thiết bị có trí tuệ nhân tạo thực hiện, tức là đóng vai trò lực lượng lao động chủ yếu. Robot (và các thiết bị) có trí tuệ nhân tạo có khả năng vật lý vượt trội (làm việc cường độ cao 24/24 giờ trong ngày kể cả trong điều kiện lao động khắc nghiệt, độc hại), đồng thời có khả năng ghi nhớ, học hỏi vô biên. Do vậy, cách mạng công nghiệp 4.0 làm cho sản xuất và dịch vụ đạt hiệu quả vượt trội, có năng suất cao với chi phí thấp.

## 1.2. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đối với du lịch thế giới [2] [3]

Du lịch là ngành công nghiệp không khói thu hút hàng tỷ du khách, đóng góp đáng kể cho kinh tế thế giới. Theo Hiệp hội Du lịch và Lữ hành Thế giới, năm 2016 riêng trong khu vực APEC du lịch đóng góp 1.320 tỷ USD, tạo ra 67 triệu việc làm, đóng góp 6,1% xuất khẩu của khu vực.

Du lịch liên quan đến nhiều ngành như giao thông vận tải, tài chính ngân hàng, thương mại, đầu tư, môi trường, văn hóa, ... Du lịch kết nối chuỗi dịch vụ du lịch với các ngành này nhằm làm vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi. Cách mạng 4.0, từng bước tác động vào tất cả các khâu trong chuỗi dịch vụ du lịch nhằm mang lại hiệu quả cao nhất cho các du khách cũng như các hãng du lịch.

Có thể nói, bước tác động ban đầu của của công nghiệp 4.0 tạo ra du lịch trực tuyến (DLTT). Các tiện ích của internet, điện thoại và thiết bị di động, các trang mạng xã hội tạo điều kiện để chuyển từ giao dịch du lịch trực tiếp sang giao dịch du lịch trực tuyến chẳng hạn như quảng cáo trực tuyến (E-Marketing), đặt mua và thanh toán trực tuyến (E-Payment) các tour du lịch, giải quyết các khiếu nại của các du khách trực tuyến, ... Việc gia tăng các khách du lịch, nhất là nhóm du lịch đơn lẻ trong việc sử dụng thông tin du lịch trực tuyến dẫn đến việc ra đời các hãng du lịch trực tuyến (OTA) đem lại hiệu quả cao cho ngành du lịch. Tổng doanh thu DLTT toàn cầu năm 2016 đạt 565 tỷ USD và dự báo sẽ đạt 817 tỷ USD vào năm 2020. Thị trường DLTT Đông Nam Á sẽ tăng gấp 4 lần từ 21,6 tỷ USD năm 2015 lên 89,6 tỷ USD vào năm 2025.

Giai đoạn tiếp theo trong phát triển du lịch dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 là du lịch thông minh (Smart travel) [4]. Trong giai đoạn này, nhờ du lịch trực tuyến đã phát triển hoàn chỉnh và các ứng dụng trực tuyến, cá nhân du khách có khả năng thiết kế tour phù hợp với các yêu cầu của mình với giá cả tối thiểu. Đồng thời, bắt đầu thử nghiệm dùng người máy có trí tuệ nhân tạo trong các dịch vụ du lịch. Hiện nay các nước Nhật Bản, Mỹ, Đức, Trung Quốc đi đầu trong hướng phát triển này nhờ dùng người máy giao tiếp với du khách, pha chế thức uống, bung bê đồ ăn phục vụ du khách trong nhà hàng, khách sạn, ... Mới đây, Bỉ chế tạo robot thông minh có khả năng giao tiếp bằng 19 ngôn ngữ [7].

Mục tiêu của phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0 là du lịch 4.0 [5]. Trong giai đoạn này các công đoạn dịch vụ du lịch được số hóa hoàn toàn, được kết nối

với nhau thành một hệ thống chung nhờ IoT, và được thực hiện chủ yếu bởi người máy và các thiết bị có trí tuệ nhân tạo. Du khách chỉ việc đưa ra yêu cầu người máy thiết kế tour du lịch tối ưu, tổ chức và thực hiện tất cả các dịch vụ du lịch đáp ứng mọi yêu cầu riêng biệt của du khách. Chẳng hạn du khách có thể yêu cầu màu sắc trong phòng ngủ, bản nhạc trong bữa ăn phù hợp với mình.

Hiện tại, ngay cả ở các nước tiên tiến trên thế giới, du lịch trực tuyến đang được mở rộng, du lịch thông minh mới bắt đầu triển khai nhằm hướng tới du lịch 4.0.

## 2. ẢNH HƯỞNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 ĐỐI VỚI DU LỊCH VIỆT NAM

### 2.1. Tình hình du lịch Việt Nam

Việt Nam có nhiều cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, có nền văn hóa phong phú, đa dạng với nhiều hạng mục được xếp hạng thế giới. Việt Nam có nền chính trị ổn định, an ninh đảm bảo. Đó là những điều kiện để du lịch Việt Nam phát triển nhanh chóng.

Theo Tổng cục Du lịch, trong năm 2016 du lịch Việt Nam đón 10 triệu lượt khách quốc tế (tăng 26% so với năm 2015), phục vụ 62 triệu lượt khách nội địa (tăng 8,8% tổng thu ngân sách từ du lịch đạt 400 nghìn tỷ đồng.

Đầu năm 2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Mục tiêu của du lịch Việt Nam đóng góp 10% GDP của nước và thu hút 20 triệu lượt khách du lịch nước ngoài vào năm 2020. Việc ứng dụng các thành tựu của cách mạng 4.0 sẽ tạo điều kiện thuận lợi để du lịch Việt Nam đạt được mục tiêu này.

### 2.2. Ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp 4.0 đối với du lịch Việt Nam

#### 2.2.1. Một số kết quả ban đầu [3], [6], [8]

Tháng 12/1997 Việt Nam thiết lập đường truyền internet. Ngay sau đó du lịch Việt Nam đã lập trang website đầu tiên để quảng bá du lịch. Khoảng 5, 6 năm gần đây du lịch Việt Nam mới dùng thương mại điện tử thông qua website để triển khai giao dịch mua bán tour du lịch.

Hiện nay internet Việt Nam phát triển khá nhanh. Đã có các đường truyền tốc độ cao. Số lượng người dùng internet đạt trên 50 triệu lượt người/năm, trong đó khoảng một triệu người dùng có đặt dịch vụ khách sạn, đặt vé máy bay, mua tour du lịch. Tuy vậy trang website của du lịch Việt Nam còn có mặt hạn chế. Thông tin trên website chưa đầy đủ, phong phú và cập nhật kịp thời. Giao dịch trực tuyến chưa nhiều. Quảng bá du lịch ra thế giới còn hạn chế (vì trên website chỉ có phiên bản tiếng Việt và tiếng Anh).

### 2.2.2. Phương hướng phát triển [2], [6], [8]

- Cần phát triển và hoàn thiện du lịch trực tuyến: Trang website du lịch phải thường xuyên cập nhật đầy đủ các thông tin về du lịch Việt Nam, có nhiều phiên bản ngoại ngữ để du khách nước ngoài có thể tìm hiểu, đặt mua các tour du lịch Việt Nam, phản ánh cũng như nhận được phản hồi kịp thời các vướng mắc hoặc góp ý của du khách. Nhờ đó du lịch trực tuyến góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của du lịch Việt Nam.

- Ngày 4/5/2017, Thủ tướng Chính phủ ban hành chỉ thị 16 CT-T/q về tăng cường năng lực tiếp cận với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, trong đó nêu rõ yêu cầu đẩy mạnh, phát triển du lịch thông minh. Do vậy, ngành du lịch cần sớm xây dựng chiến lược từng bước phát triển du lịch thông minh nhằm hướng tới tiếp cận với du lịch 4.0 trong tương lai.

## 3. PHÁT TRIỂN DU LỊCH BÀ RỊA – VŨNG TÀU TRONG KỶ NGUYÊN CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

### 3.1. Tình hình du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu [9], [10], [11]

Do có lợi thế về địa lý, cảnh quan thiên nhiên, khí hậu và văn hóa, từ lâu Bà Rịa - Vũng Tàu là một địa danh du lịch nổi tiếng thu hút nhiều du khách trong nước cũng như nước ngoài. Ngày nay du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu phát triển khá mạnh mẽ. Số lượng cơ sở lưu trú lên đến 256, trong đó có 4 khách sạn 5 sao, 15 khách sạn 4 sao và khu du lịch cao cấp Hồ Tràm có đẳng cấp quốc tế.

Năm 2016, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đón 17 triệu lượt khách, trong đó có 600 nghìn lượt khách quốc tế với tổng doanh thu đạt 2.200 tỷ đồng. Trong 6 tháng đầu năm 2017 du lịch tỉnh đón trên 7 triệu lượt khách, trong đó có 289 nghìn lượt khách quốc tế với tổng doanh thu 1.496 tỷ đồng (tăng 9,8% so với cùng kỳ năm 2016). Tuy nhiên hiệu quả hoạt động của du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu chưa cao. Mặc dù số lượng khách du lịch nhiều, nhưng mức chi tiêu của du khách khá thấp, chỉ khoảng 130 nghìn đồng/người. Du lịch đường biển là một lợi thế của Bà Rịa - Vũng Tàu, nhưng số du khách đi theo đường biển khá khiêm tốn, chỉ khoảng 50 nghìn lượt khách/năm. Nguyên nhân là do sản phẩm du lịch còn nghèo nàn, đơn điệu, môi trường du lịch chưa thực sự hấp dẫn: Một số điểm du lịch còn mất vệ sinh, ô nhiễm môi trường, một số nhà hàng còn có hiện tượng chặt chém hoặc đeo bám du khách. Một nguyên nhân nữa là do Bà Rịa - Vũng Tàu chưa chú trọng đầy đủ đến việc ứng dụng công nghệ thông tin, kỹ thuật số trong ngành du lịch. Trang website của du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu mới hoạt động từ năm 2005, còn trang website du lịch Vũng Tàu mới khai trương từ đầu năm 2017. Nội dung của các website du lịch của tỉnh chưa phong phú, thông tin cập nhật chưa kịp thời, giao dịch trực tuyến còn hạn chế.

Để có thể thực hiện mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu cần nhanh chóng chuyển mình trong mọi mặt hoạt động, trong đó có việc ứng dụng các thành quả của cách mạng công nghiệp 4.0 để nâng cao hiệu quả hoạt động.

### 3.2. Đề xuất một số giải pháp

a) Sớm xây dựng chiến lược phát triển du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu đến năm 2025 tầm nhìn đến năm 2030, nhằm xác định mục tiêu và phương thức hoạt động hiệu quả bằng cách kết hợp hài hòa giữa du lịch truyền thống và du lịch hiện đại, phù hợp với thể mạnh và điều kiện của địa phương.

b) Phát triển môi trường du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu phong phú, hấp dẫn, như có thêm các sản phẩm và hình thức du lịch mới. Các điểm du lịch xanh, sạch đẹp, ứng xử với du khách thân thiện, niềm nở, mến khách.

c) Đẩy mạnh phát triển du lịch trực tuyến. Hoàn chỉnh các trang website của các địa phương, đơn vị 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,...

d) Kịp thời đào tạo bồi dưỡng tiếp viên và cán bộ ngành du lịch, đáp ứng nhu cầu phát triển trong kỷ nguyên số. Chuyển đổi chương trình đào tạo du lịch trong các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn theo hướng tăng cường kỹ năng số (như IoT, AI ...) và tăng cường ngoại ngữ.

đ) Khuyến khích các nhà đầu tư trong nước và quốc tế xây dựng một số nhà hàng, khách sạn thông minh, nhằm mở rộng khả năng đáp ứng nhu cầu của các du khách, nhất là du khách nước ngoài.

Bằng các giải pháp trên, du lịch BR-VT sẽ phát triển ngày càng hiệu quả, từng bước thích nghi với trào lưu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

## 4. KẾT LUẬN

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động ngày càng mạnh mẽ đối với ngành du lịch. Dựa vào nền tảng công nghệ thông tin tương đối phát triển và con người Việt Nam năng động, sáng tạo, tin tưởng rằng du lịch Việt Nam bắt nhịp được với trào lưu phát triển du lịch 4.0 của thế giới, đưa du lịch Việt Nam (trong đó có du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu) sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần xứng đáng vào công cuộc phát triển kinh tế nước nhà.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Minh Khoa (2017), *Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư là gì?*, <https://baomoi.com/cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4-0-la-gi/c/22861841.epi>.
- [2] Đức Hiếu (2017), *Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ thay đổi mạnh ngành du lịch*, <https://dulich.tuoitre.vn/du-lich/cach-mang-40-se-thay-doi-manh-nganh-du-lich-1334136.htm>.

- [3] Minh Hoàng (2017), *Ngành du lịch với cách mạng công nghiệp 4.0*, [http://toquoc.vn/Thoi\\_su/nganh-du-lich-voi-cach-mang-cong-nghiep-40-243427.html](http://toquoc.vn/Thoi_su/nganh-du-lich-voi-cach-mang-cong-nghiep-40-243427.html).
- [4] Wade Jones, *The Industry 4.0 and travel: Bringing 'Smart Travel' together*, <https://www.sabre.com/insights/the-industry-4-0-and-travel-bringing-smart-travel-together>.
- [5] Jay S. Rein (2015), *Get ready for travel 4.0*, <https://www.linkedin.com/pulse/what-travel-industrys-industry-40-jay-s-rein>.
- [6] Đình Anh (2017), *Du lịch 4.0 sẽ tạo điều kiện để phát triển du lịch thông minh*, <http://ictnews.vn/cntt/cuoc-song-thong-minh/cach-mang-4-0-se-tao-co-hoi-phat-trien-du-lich-thong-minh-155926.ict>.
- [7] ITB Berlin Convention (2016), *Travel 4.0 - the digital revolution*, [www.ict-berlin.com](http://www.ict-berlin.com).
- [8] Trần Nhật Minh (2017), *Du lịch 4.0: Việt Nam trong "tâm bão" toàn cầu*, <http://cafef.vn/du-lich-40-viet-nam-trong-tam-bao-toan-cau-20170712110045252.chn>.
- [9] Đăng Khoa (2017), *Liên kết phát triển trong du lịch ngày càng đi vào thực chất*, <http://baobariavungtau.com.vn/kinh-te/201706/lien-ket-trong-phat-trien-du-lich-ngay-cang-di-vao-thuc-chat-744792/index.htm>.
- [10] Hoàng Lê (2017), *Chủ động triển khai và phát triển du lịch trực tuyến*, <http://baobariavungtau.com.vn/thoi-su-binh-luan/201709/chu-dong-trien-khai-va-phat-trien-du-lich-truc-tuyen-759522/index.htm>.
- [11] TS Phùng Đức Vinh (2017), *Một số giải pháp phát triển du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu*, <http://www.baobariavungtau.com.vn/du-lich/201703/mot-so-giai-phap-phat-trien-du-lich-br-vt-728563>.