

Chuyển đổi số trong hoạt động lữ hành

Nguyễn Trọng Nghĩa

Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

TÓM TẮT

Sự phát triển của nền công nghệ số đã mang lại nhiều lợi ích cho ngành lữ hành, giúp cho các doanh nghiệp có thể hoạt động hiệu quả hơn và cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp lữ hành cũng phải đối mặt với nhiều thách thức và áp lực, bao gồm đầu tư tài chính và nhân lực, cạnh tranh, bảo mật thông tin và bảo vệ môi trường. Để phát triển đồng bộ, chương trình đào tạo dành cho sinh viên ngành lữ hành thời đại công nghệ kỹ thuật số cũng đang đối mặt với áp lực về nội dung giảng dạy. Sinh viên không chỉ thông thạo chuyên ngành lữ hành mà còn phải năng động ứng dụng công nghệ kỹ thuật số thì mới đáp ứng được nhu cầu nguồn nhân lực cao cho thị trường lao động tại các doanh nghiệp lữ hành.

Từ khóa: chuyển đổi số, công nghệ số, lữ hành, du lịch

1. GIỚI THIỆU

Trong thời đại bùng nổ của công nghệ số và các xu hướng kinh tế toàn cầu, chuyển đổi số đã trở thành một phần quan trọng trong hoạt động của các doanh nghiệp, không chỉ riêng doanh nghiệp công nghệ mà còn là doanh nghiệp của tất cả ngành nghề. Trong lĩnh vực dịch vụ du lịch, các doanh nghiệp cũng đang tích cực chuyển đổi số để cải thiện chất lượng phục vụ và tăng cường sự cạnh tranh trên thị trường. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp lữ hành, việc thích ứng với thị trường số đang ngày càng trở nên cấp thiết nhưng không thể là sự ứng dụng toàn diện trong toàn bộ quy trình hoạt động mà cần phải có giải pháp riêng để không bị tụt lại trong sự cạnh tranh.

Theo tài liệu Hướng dẫn về Chuyển đổi số trong ngành Du lịch - Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động: "... chuyển đổi số là lựa chọn sống còn đối với ngành Du lịch nhằm thích ứng với những thay đổi sâu sắc sau ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, mở ra hướng đi mới linh hoạt và bền vững hơn" [1]. Sự chuyển đổi của doanh nghiệp lữ hành sang sử dụng công nghệ số cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động đào tạo chuyên ngành lữ hành một cách tích cực trong cải thiện chất lượng đào tạo. Công nghệ số cho phép giảng viên và học viên tương tác trao đổi kiến thức, chia sẻ kinh nghiệm và cập nhật thông tin một cách nhanh chóng, dễ dàng và tiết kiệm chi phí in ấn tài liệu. Tuy nhiên, sự chuyển đổi này cũng mang lại một số thách thức đối với hoạt động đào tạo về vấn đề người dạy vừa am hiểu chuyên ngành lữ hành đồng

thời với năng lực ứng dụng công nghệ kỹ thuật số, đặc biệt cần phải nhận diện đúng những công đoạn nào trong quy trình hoạt động của doanh nghiệp lữ hành không thể ứng dụng công nghệ kỹ thuật số mà chỉ có thể tác nghiệp thủ công truyền thống.

Hiện tại đã có nhiều nghiên cứu khoa học về chủ đề chuyển đổi kỹ thuật số tại các doanh nghiệp, nghiên cứu này chỉ trình bày về các công đoạn ứng dụng công nghệ số chuyên ngành lữ hành cùng với những thách thức và cơ hội trong quá trình chuyển đổi tác nghiệp. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp các doanh nghiệp lữ hành hiểu rõ hơn về lợi ích chuyển đổi số đồng thời phát triển đồng bộ trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực lữ hành và những thay đổi cải tiến cần có trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo chuyên ngành lữ hành.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Theo tài liệu Hướng dẫn Chuyển đổi số trong ngành Du lịch - Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động: "Chuyển đổi số cần bắt đầu từ việc chuyển đổi nhận thức. Chuyển đổi số là sự chuyển đổi căn bản phương thức hoạt động truyền thống sang hoạt động trên môi trường số thông qua ứng dụng những công nghệ hiện đại, qua đó mang lại những giá trị gia tăng mới cho khách hàng và nhà cung cấp" [1]. Đây thực sự là một điều thách thức đối với vấn đề giao tiếp giữa thế hệ làm việc theo kiểu truyền thống có những kinh nghiệm về du lịch và lữ hành và thế hệ làm việc trên nền tảng công nghệ số thừa hưởng những ứng dụng về công nghệ số.

Tác giả liên hệ: Nguyễn Trọng Nghĩa

Email: ngiant@hiu.vn

Theo [2] thì Số hóa là quá trình chuyển thể dữ liệu ở dạng tín hiệu truyền thống (analog) thành những dữ liệu bằng số (digital) trên máy tính. Điều này được thực hiện bằng cách đo lường tín hiệu analog tại các điểm thời gian khác nhau và chuyển đổi nó thành dạng digital bằng cách mã hóa tín hiệu dưới dạng các số. Và vấn đề Chuyển đổi số là quá trình Số hóa các thông tin dữ liệu ở dạng analog thành giá trị số nhị phân gồm 0 và 1 theo một phương pháp mã hóa cụ thể. Điều này cho phép các tín hiệu analog được xử lý, lưu trữ, truyền tải và hiển thị trên các thiết bị số hóa, cung cấp cho chúng ta nhiều lợi ích như tăng tốc độ xử lý, tăng chất lượng và độ chính xác của thông tin và giảm thiểu lỗi trong quá trình truyền tải và lưu trữ dữ liệu. Ngoài ra, việc sử dụng tín hiệu digital còn cho phép chúng ta áp dụng các thuật toán số hóa để phân tích và xử lý tín hiệu một cách chính xác và nhanh chóng hơn. Điều này giúp các doanh nghiệp lữ hành dễ dàng truy cập dữ liệu hoặc cung cấp dữ liệu đến khách hàng một cách dễ dàng và nhanh chóng hơn.

Lữ hành là hành trình đi lại giữa các địa điểm khác nhau nhằm khám phá và tìm hiểu những vùng đất mới, gặp gỡ và tương tác với những người khác, trải nghiệm những điều mới lạ, giúp cho con người thoát khỏi áp lực của cuộc sống hàng ngày qua những hoạt động giải trí và thư giãn. Nó có thể là các chuyến đi du lịch, công tác, học tập, hoặc các chuyến đi với nhiều mục đích khác. Lữ hành là một hoạt động rất phổ biến trên toàn thế giới và có ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực dịch vụ du lịch khác nhau như lưu trú, nhà hàng, vận tải và thương mại. Nó cũng có tác động đến kinh tế và văn hóa của các địa phương, giúp thúc đẩy sự phát triển của các ngành này.

Doanh nghiệp lữ hành là một loại doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch và lữ hành cung cấp các sản phẩm chương trình tham quan du lịch trọn gói hay từng phần, tổ chức và thực hiện theo hợp đồng cam kết dành cho nhóm đoàn riêng biệt hoặc các nhóm đoàn nối ghép. Doanh nghiệp lữ hành đóng một vai trò quan trọng giúp khách hàng tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm các điểm đến mới mẻ và thú vị, đồng thời cũng đóng góp vào phát triển kinh tế, văn hóa và xã hội của các địa phương mà du khách đến tham quan.

Công nghệ chuyển đổi số trong lĩnh vực lữ hành là quá trình sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để tối ưu hóa trải nghiệm du lịch của khách hàng và giúp doanh nghiệp lữ hành cải thiện hiệu quả những tác nghiệp trước đây thực hiện theo cách thủ công truyền thống. Tuy nhiên, vì lý do tiêu chí đánh giá chất lượng tour không có thước đo chính xác mà

do cảm nhận cá nhân nhận xét nên có những công đoạn không thể thao tác theo công nghệ lập trình định sẵn.

Phương pháp nghiên cứu đề tài bằng cách quan sát hoạt động kinh doanh của một số doanh nghiệp lữ hành, phân tích và tổng hợp sau khi trải nghiệm thực tế tại các doanh nghiệp du lịch và lữ hành từ giai đoạn nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm và thiết kế tour, tiếp thị và bán hàng đến công tác điều hành hướng dẫn tour và chăm sóc sau tour. Phân tích những công đoạn có thể ứng dụng công nghệ số trong doanh nghiệp và vấn đề khai thác nguồn dữ liệu công nghệ số trong giáo dục và đào tạo.

3. THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

Tình hình chuyển đổi số tại các doanh nghiệp lữ hành ở Việt Nam đang diễn ra khá tích cực và nhanh chóng trong những năm gần đây. Việc sử dụng công nghệ thông tin để quản lý và phát triển doanh nghiệp đã trở thành xu hướng không thể tránh khỏi đối với các doanh nghiệp lữ hành. Các doanh nghiệp lữ hành đã áp dụng nhiều giải pháp công nghệ để quản lý các hoạt động của mình, nhưng vẫn còn một số doanh nghiệp lữ hành ở Việt Nam đang hoạt động theo phương thức truyền thống, điều này khiến cho họ đang bị tụt lại so với các đối thủ cạnh tranh sử dụng công nghệ tiên tiến.

3.1. Doanh nghiệp lữ hành và quy trình hoạt động

Các doanh nghiệp lữ hành cần phải hiểu rõ về sản phẩm và khách hàng của mình, quy trình hoạt động của doanh nghiệp lữ hành có thể được phân chia thành các giai đoạn chính như sau:

Nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm: Doanh nghiệp lữ hành cần phân tích và đánh giá thị trường để xác định nhu cầu của khách hàng và cạnh tranh với các đối thủ trong ngành. Sau đó, doanh nghiệp sẽ phát triển các sản phẩm du lịch mới hoặc điều chỉnh các sản phẩm hiện có để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Tiếp thị và bán tour: Sau khi phát triển sản phẩm, doanh nghiệp sẽ tiến hành truyền thông quảng bá thông qua nhiều kênh marketing khác nhau như trang web, mạng xã hội, quảng cáo trực tiếp hoặc gián tiếp và bán tour theo kiểu truyền thống hay đặt online.

Đặt dịch vụ du lịch: Khách hàng sẽ liên hệ và đặt chỗ trực tiếp với doanh nghiệp hoặc thông qua các đại lý du lịch. Sau đó, doanh nghiệp sẽ tiến hành xử lý đơn hàng, đặt đầy đủ các dịch vụ du lịch theo tiêu

chí đúng lúc, đúng nơi và đúng lượng.

Tổ chức thực hiện tour và cung cấp dịch vụ du lịch: Trước khi khách hàng đi du lịch, doanh nghiệp sẽ tiến hành tổ chức họp tour hoặc thông tin chi tiết về địa điểm, thời gian và những điều cần thiết. Trong suốt chuyến đi, doanh nghiệp sẽ cung cấp đúng và đủ các dịch vụ du lịch tại điểm đến. Khi kết thúc chuyến đi, doanh nghiệp sẽ thu dọn, thanh toán và thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Tất cả các giai đoạn trên đều được thực hiện bởi một số phòng ban với tên gọi khác nhau tùy vào mỗi doanh nghiệp lữ hành, bao gồm phòng nghiên cứu và phát triển, phòng tiếp thị quảng bá, phòng kinh doanh, phòng điều hành, phòng hướng dẫn, phòng hậu cần.

3.2. Các công đoạn có thể ứng dụng công nghệ kỹ thuật số

3.2.1. Nghiên cứu thị trường

Doanh nghiệp có thể sử dụng công nghệ kỹ thuật số để thu thập và phân tích dữ liệu về xu hướng du lịch, thông tin về khách hàng tiềm năng, và đánh giá các đối thủ cạnh tranh trong ngành. Giai đoạn Nghiên cứu thị trường trong quy trình hoạt động của doanh nghiệp lữ hành là giai đoạn rất quan trọng để định hướng cho các hoạt động kinh doanh tiếp theo. Công nghệ kỹ thuật số có thể giúp cho giai đoạn này được thực hiện nhanh chóng và hiệu quả hơn thông qua các ứng dụng và công cụ sau:

Công cụ phân tích thị trường trực tuyến: Các công cụ như Google Analytics hay các ứng dụng phân tích dữ liệu khác giúp cho doanh nghiệp lữ hành có thể thu thập và phân tích dữ liệu từ các trang web và mạng xã hội về xu hướng, sở thích và nhu cầu của khách hàng. Nhờ đó, họ có thể đánh giá được lượng truy cập trang web, tần suất và xu hướng tìm kiếm của khách hàng, thông tin về đối thủ cạnh tranh và thị trường. Một số doanh nghiệp lữ hành phát triển nền tảng website hoặc Google ads thường hay dùng công cụ này để phân tích chi tiết về thị trường khách hàng mà doanh nghiệp đang quan tâm.

Khảo sát trực tuyến: Doanh nghiệp lữ hành có thể sử dụng các công cụ khảo sát trực tuyến như SurveyMonkey, Google Forms để thu thập ý kiến, đánh giá, ý tưởng từ khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ hoặc chính sách kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp mới thành lập hoặc có định hướng chuyển đổi công nghệ số sử dụng hình thức khảo sát trực tuyến, thường áp dụng với đối tượng thị trường du khách nội địa nhằm hai mục đích biết

thêm nhu cầu sở thích khách hàng và gián tiếp quảng cáo thương hiệu.

Công cụ tìm kiếm từ khóa: Doanh nghiệp lữ hành có thể sử dụng các công cụ như Google Keyword Planner hoặc SEMrush để tìm kiếm từ khóa liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của họ. Nhờ đó, họ có thể biết được các từ khóa nào đang được tìm kiếm nhiều nhất trên các công cụ tìm kiếm, từ đó tối ưu hóa nội dung trên trang web của mình. Doanh nghiệp có bộ phận IT thường hay sử dụng công cụ này để có được danh sách từ khóa ưu tiên đưa vào bài viết trên web hoặc page.

Các công cụ so sánh giá như Skyscanner, Expedia, Agoda và Booking.com được sử dụng để giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và chi phí trong việc tìm kiếm và so sánh giá từ nhiều nhà cung cấp dịch vụ du lịch khác nhau trên cùng một trang web hoặc ứng dụng di động. Ngoài ra, các công cụ so sánh giá còn cung cấp thông tin đánh giá từ khách hàng trước đó, thông tin về các tiện ích và dịch vụ có sẵn cùng những thông tin về vị trí và các hoạt động gần đó. Hầu như các công cụ này ít được sử dụng trong Doanh nghiệp lữ hành nhưng lại phát triển nhiều với các dịch vụ lưu trú, ăn uống hoặc mua sắm du lịch.

3.2.2. Tiếp thị và bán hàng

Doanh nghiệp có thể sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để quảng bá sản phẩm và dịch vụ của mình thông qua các kênh trực tuyến như trang web, mạng xã hội, email marketing hoặc quảng cáo trực tiếp. Giai đoạn tiếp thị và bán hàng trong quy trình hoạt động của doanh nghiệp lữ hành là giai đoạn quan trọng để tiếp cận và thu hút khách hàng mới, đồng thời giữ chân khách hàng cũ và tăng doanh số bán hàng.

Theo số liệu so sánh marketing xã hội với marketing truyền thống [3], đa số các doanh nghiệp du lịch và lữ hành đang ứng dụng kỹ thuật số để quản lý và tiếp thị sản phẩm của mình vì thực tế du khách hiện nay đa phần cũng “đang ở trên mạng”, một số lượng nhỏ khách còn đến các văn phòng để đăng ký du lịch do chưa sử dụng quen với các ứng dụng công nghệ. Các doanh nghiệp lữ hành phải có hệ thống quản lý du lịch trực tuyến để phục vụ khách hàng. Công nghệ kỹ thuật số giúp cho giai đoạn này được thực hiện nhanh chóng và hiệu quả hơn thông qua các ứng dụng và công cụ sau:

Digital marketing: Các chiến dịch tiếp thị truyền thống như quảng cáo trên truyền hình, báo chí, tạp chí, thư rác đã được thay thế bằng các chiến dịch tiếp thị số trên các nền tảng trực tuyến như SEO,

Google Ads, Email marketing, Facebook Ads, Zalo Ads, Instagram Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, giúp doanh nghiệp lữ hành tiếp cận và tương tác với khách hàng tiềm năng trên các nền tảng trực tuyến, đồng thời giúp tăng hiệu quả của chiến dịch tiếp thị bằng cách tối ưu hóa target đối tượng, quản lý chi phí tiếp thị và đo lường hiệu quả của các chiến lược marketing.

Công nghệ AI và chatbot: Công nghệ AI, Big Data và Internet of Things đang được áp dụng để cải thiện trải nghiệm khách hàng, tăng cường hiệu quả kinh doanh và giúp cho doanh nghiệp lữ hành tự động hóa quy trình hỗ trợ khách hàng và xử lý đơn hàng. Các chatbot có thể giúp đáp ứng các yêu cầu của khách hàng một cách tự động và nhanh chóng, giúp tiết kiệm thời gian và tối ưu hóa quy trình hỗ trợ khách hàng. Công nghệ trí tuệ nhân tạo được sử dụng để tối ưu hóa quá trình đặt hàng, từ việc tìm kiếm tour phù hợp cho đến việc gợi ý cho khách hàng các sản phẩm và dịch vụ liên quan.

Content marketing: Các nội dung chất lượng như bài viết, hình ảnh, video, infographic giúp doanh nghiệp lữ hành tạo nên sự hấp dẫn với khách hàng tiềm năng trong đó hình ảnh và video là những nội dung được ưa chuộng nhất trong tiếp thị và quảng cáo tour trực tuyến. Các doanh nghiệp lữ hành cũng sử dụng các công cụ tạo hình ảnh và video như Canva, Adobe Premiere Pro, iMovie để tạo ra nội dung quảng cáo chất lượng và sau đó đăng tải trên các trang web, blog, mạng xã hội, email marketing giúp tăng lượt truy cập trang web và tiếp cận với khách hàng tiềm năng.

Nền tảng website: Một website chuyên nghiệp và dễ sử dụng là cần thiết để thu hút khách hàng truy cập và tìm hiểu về sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành. Nền tảng website cũng có thể giúp doanh nghiệp lữ hành xây dựng chiến lược tiếp thị và bán hàng trực tuyến bằng cách tích hợp các tính năng như cửa hàng trực tuyến, thanh toán trực tuyến, form đặt chỗ online, chatbot hỗ trợ khách hàng, ...

Quản lý bán tour: Theo nghiên cứu của Tập đoàn Google, hiện tại khách hàng du lịch ưa thích việc sử dụng các thiết bị di động để tìm kiếm thông tin về chương trình tour phù hợp và đặt tour trực tuyến. Doanh nghiệp sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích dữ liệu khách hàng và tạo ra các gợi ý và đề xuất tour phù hợp với từng khách hàng cụ thể. Đồng thời sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để quản lý đơn đặt hàng và thanh toán trực tuyến một cách dễ dàng và nhanh chóng. Điều này giúp giảm thiểu thời gian xử lý đơn hàng, đảm bảo tính chính xác và giảm thiểu sai sót trong quá trình xử

lý đơn hàng.

Công nghệ blockchain: được sử dụng để giám sát quy trình xử lý đơn hàng và đảm bảo tính minh bạch trong quá trình xử lý đơn hàng. Hệ thống blockchain giúp giảm thiểu sai sót và gian lận trong quá trình xử lý đơn hàng bằng cách tạo ra một hệ thống xác thực và chứng thực các giao dịch, từ đó đảm bảo rằng tất cả các bên liên quan đều có thể truy cập và kiểm tra thông tin một cách dễ dàng và chính xác.

Quản lý hệ thống CRM: Hiện tại các doanh nghiệp lữ hành đang chuyển sang hình thức sử dụng các công cụ quản lý khách hàng (CRM) để quản lý và lưu trữ thông tin khách hàng, quản lý lịch trình chuyến đi, lịch sử giao dịch, lịch sử đặt tour, lịch sử thanh toán và các thông tin liên quan đến khách hàng nhằm giúp tiết kiệm thời gian trong lưu trữ và truy xuất dữ liệu [4]. Các hệ thống phân tích dữ liệu cũng đồng thời giúp doanh nghiệp lữ hành đánh giá hiệu quả của các chiến dịch tiếp và bán hàng, phân tích các hành vi mua hàng của khách hàng, từ đó đưa ra những quyết định chiến lược về sản phẩm, giá cả và chính sách bán hàng để tăng doanh số và lợi nhuận.

Quản lý phản hồi và đánh giá khách hàng: Các doanh nghiệp lữ hành thường sử dụng tin nhắn SMS để giữ liên lạc với khách hàng sau khi tour kết thúc. Sử dụng chatbot hoặc trợ lý ảo để giải đáp các thắc mắc của khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành. Cung cấp hỗ trợ khách hàng trực tuyến qua điện thoại, email hoặc chat trực tuyến. Phân tích và xử lý các phản hồi đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ và sản phẩm của doanh nghiệp. Cung cấp các kênh liên lạc và hỗ trợ khách hàng để giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp.

Quản lý doanh nghiệp: Công nghệ kỹ thuật số đã được ứng dụng rộng rãi và đã chứng minh hiệu quả trong việc quản lý các hoạt động tài chính, nhân sự và bảo mật nguồn dữ liệu. Sử dụng phần mềm quản lý tài chính để quản lý và theo dõi các giao dịch, thu chi của doanh nghiệp lữ hành. Áp dụng công nghệ Blockchain để đảm bảo tính toàn vẹn và an ninh cho các giao dịch tài chính của doanh nghiệp. Sử dụng phần mềm quản lý nhân sự để quản lý thông tin nhân viên, tính lương, chấm công và các hoạt động liên quan đến quản lý nhân sự. Cung cấp các dịch vụ đào tạo và phát triển năng lực cho nhân viên thông qua các ứng dụng học trực tuyến. Sử dụng các công nghệ lưu trữ và xử lý dữ liệu để quản lý và lưu trữ các thông tin quan trọng của doanh nghiệp. Áp dụng các biện pháp bảo mật

thông tin, bao gồm mã hóa dữ liệu và các phương thức xác thực, để đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin của khách hàng và doanh nghiệp.

3.3. Các công đoạn không thể hoặc chỉ ứng dụng một phần công nghệ kỹ thuật số

Trong quy trình hoạt động của doanh nghiệp lữ hành, các công việc đều có thể ứng dụng công nghệ kỹ thuật số để tăng cường hiệu quả và độ chính xác. Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ kỹ thuật số sẽ khác nhau tùy theo đặc thù của từng công việc. Vì vậy, đôi khi có những công việc mà công nghệ kỹ thuật số chỉ có thể hỗ trợ trong quản lý hoặc không thể thay thế hoàn toàn vai trò của con người.

Thiết kế tour: Đối với những chương trình tour định kỳ với các điểm đến phổ thông và ít có sự thay đổi, việc thiết kế tour có thể sử dụng các phần mềm như Tourwriter, Rezdy và Tourplan để hoán vị điểm đến tạo sự phong phú đa dạng sản phẩm hoặc sử dụng công nghệ thực tế ảo để khách hàng trải nghiệm trước khi đặt tour. Theo nghiên cứu của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 45% doanh nghiệp lữ hành đã sử dụng phần mềm quản lý du lịch để thiết kế và quản lý chương trình tour. Tuy nhiên, đối với các loại hình tour theo yêu cầu, tour nghiên cứu tìm hiểu, tour trải nghiệm mới lạ thì cần phải thiết kế theo phương thức thủ công, phối hợp các yếu tố về không gian, thời gian, biến động thực tế và hơn nữa là tâm tư tình cảm của người thiết kế tour gửi gắm vào chủ đề tuyến điểm để khách hàng cảm nhận và đồng cảm. Điều này thì máy móc công nghệ không thể thay thế con người mà chỉ hỗ trợ theo dõi quản lý sau khi sản phẩm đã được hoàn chỉnh.

Bán tour: Đối với các doanh nghiệp lữ hành bán tour lẻ, chạy tour theo chuỗi hoặc bán tour cố định thường sử dụng các phần mềm quản lý bán tour để giúp quản lý các thông tin về tour, giá cả, chính sách giá, khách hàng, đặt chỗ và thanh toán. Nhưng vẫn còn đó số lượng rất lớn khách hàng có nhu cầu tư vấn trước khi quyết định mua tour, họ cần tương tác với nhân viên để có được niềm tin, được trao đổi trực tiếp bằng ngũ quan để dễ nhớ và có nhiều ấn tượng với sản phẩm và thậm chí đo lường thái độ phục vụ và cách xử lý tình huống nhằm đưa ra so sánh nhận xét. Do đó, vai trò của nhân viên bán tour không thể kết thúc cho dù công nghệ kỹ thuật số có tiến bộ như con người nhưng cũng không thể thay thế con người.

Điều hành tour và dịch vụ du lịch: Việc ứng dụng kỹ thuật số trong điều hành tour và dịch vụ du lịch là một trong những xu hướng đang được phát triển mạnh mẽ trong ngành du lịch. Doanh nghiệp lữ

hành sử dụng các phần mềm quản lý điều hành tour để giúp quản lý các hoạt động điều hành tour một cách hiệu quả hơn. Tuy nhiên, các phần mềm này chỉ hỗ trợ quản lý các thông tin về lịch trình, nhắc nhở dịch vụ, theo dõi đội ngũ nhân viên và khách hàng. Còn lại phần việc sắp xếp ma trận dịch vụ du lịch theo chương trình tour với nhiều sự thay đổi cả chủ quan lẫn khách quan đi kèm theo 3 yếu tố đúng thời điểm, đúng địa điểm và đúng lượng chất thực sự chỉ dành riêng cho nhân viên điều hành tour mà công nghệ không thể thay thế.

Tổ chức thực hiện hợp đồng phục vụ du khách: Cho dù có hoặc không có nền tảng công nghệ số thì doanh nghiệp lữ hành đều phải quản lý hợp đồng để theo dõi các thông tin về hợp đồng, giá cả, thời gian, dịch vụ và các điều kiện cần thiết khác. Tuy nhiên, nếu ứng dụng hệ thống quản lý hợp đồng theo công nghệ số thì sẽ dễ dàng hơn trong việc kiểm soát thông tin và truy xuất nhanh chóng hơn. Công nghệ máy ảnh số, máy quay phim hoặc flycam được sử dụng để ghi lại các hoạt động và chia sẻ. Một số điểm tham quan có không gian lớn nhưng có kiểm soát tốt đã sử dụng công nghệ hướng dẫn kỹ thuật số hoặc ứng dụng điện thoại thông minh để hướng dẫn du khách trong một phạm vi nhất định. Chất lượng tour là do cá nhân cảm nhận và đánh giá, việc thực hiện các hoạt động du lịch trong nhà hay ngoài trời để du khách trải nghiệm đều do nhân viên chuyên ngành tác nghiệp. Rất nhiều tình huống bất chợt xảy đến đều cần đến vai trò của hướng dẫn viên du lịch. Du khách có mặt tại điểm tham quan với bối cảnh thực tế vừa được mục kích sờ thị vừa được nghe, thấy và tương tác cùng hướng dẫn viên diễn đạt trình bày thì hiệu ứng chất lượng tour chắc chắn vượt trội và khác biệt so với công nghệ kỹ thuật số.

3.4. Thách thức của các doanh nghiệp lữ hành khi thực hiện chuyển đổi số

Khó khăn lớn nhất là sự thay đổi văn hóa và tư duy: Chuyển đổi số đòi hỏi sự thay đổi toàn diện trong cách tiếp cận kinh doanh của doanh nghiệp, từ việc tư duy đến việc triển khai các quy trình mới. Điều này đòi hỏi sự can đảm từ lãnh đạo và sự hỗ trợ từ các bộ phận trong doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thời gian hoạt động lâu năm đã quen dần với nguồn khách hàng quen biết hoặc hăng đối tác, kinh nghiệm tổ chức và phục vụ du khách có nhiều nhưng khi áp dụng công nghệ số với hàng loạt thao tác trước khi ứng dụng và chưa kể đến những trục trặc kỹ thuật vào những lúc khẩn cấp thường tạo nên ấn tượng ngán ngại với công nghệ số.

Ngoài ra, một điều gây khó khăn lớn đối với những

người có thâm niên chuyên ngành lĩnh vực hành là tốc độ phát triển và sự thay đổi loại hình ứng dụng của công nghệ số thực sự quá nhanh. Mất một thời gian dài để làm quen với thương mại điện tử thông qua cách gửi email thì công nghệ đã chuyển sang Website, Landing page với tác dụng của một cửa hàng bán hàng 24/7 được tối ưu hóa với SEO, SEM. Tìm hiểu được đến đây thì xuất hiện các phần mềm chat Yahoo, Skype rồi Zalo, Whatsapp, Twitter, LinkedIn và đặc biệt phải kể đến Facebook, Fanpage, Messenger. Cũng phải nói đến cả một khoảng thời gian dài Facebook tại Việt Nam bị chặn, muốn sử dụng được phải trải qua một quá trình tự mày mò và phải chấp nhận đánh mất khoảng thời gian dành cho kinh doanh. Đến hiện nay lại có thêm Tiktok và Youtube, chưa kịp thành thạo thì lại ra đời ChatGPT và Open AI. Những điều này thực sự là điều thách thức quá lớn đối với Doanh nghiệp lĩnh vực hành phải lắng đọng thời gian kinh doanh để dạo chơi các ứng dụng công nghệ với một số tiền đầu tư không nhỏ!

Đối với Doanh nghiệp có thâm niên ngắn hơn thì ưu thế tiếp cận nhanh với các ứng dụng nhưng bù lại kinh nghiệm về lĩnh vực hành còn hạn chế. Thực sự cũng có một số Doanh nghiệp lĩnh vực hành rất thành công thông qua ứng dụng công nghệ nhưng cái giá đánh đổi là niềm tin dành cho người kinh doanh có tính mạo hiểm cao và chấp nhận chi phí đầu tư bằng nguồn vay mượn. Còn lại đa số hầu như không tự tin lắm về số vốn bỏ ra cho một ứng dụng công nghệ mang tính trừu tượng trong khi lãi vay phải trả đều đặn trong thực tế. Chi phí nào kết quả đó, điều này đã làm tụt hậu rất nhiều doanh nghiệp chưa đầu tư đúng mức với các ứng dụng công nghệ.

Chi phí đầu tư ban đầu cao: Chuyển đổi số đòi hỏi các doanh nghiệp lĩnh vực hành phải đầu tư một khoản tiền lớn và bền bỉ để xây dựng và triển khai các hệ thống công nghệ mới. Điều này đặc biệt khó khăn đối với các doanh nghiệp lĩnh vực hành nhỏ và vừa vì họ không có nhiều nguồn lực để đầu tư cho chuyển đổi số. Các doanh nghiệp lĩnh vực hành thường phải đối mặt với áp lực giảm chi phí và tối ưu hóa hoạt động.

Khó khăn trong việc thích ứng với thay đổi: Chuyển đổi số có thể gây ra những thay đổi lớn trong cách thức hoạt động của các doanh nghiệp lĩnh vực hành và đòi hỏi họ phải thích ứng với những thay đổi này. Điều này đặc biệt khó khăn đối với các doanh nghiệp lĩnh vực hành truyền thống, vì họ đã quen với cách thức hoạt động truyền thống và không muốn thay đổi cách thức hoạt động của mình. Với nhiều hệ thống cũ, tích hợp các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo và blockchain trở nên khó khăn và đòi hỏi

sự đầu tư lớn.

Khó khăn trong việc tập trung nhân lực: Chuyển đổi số đòi hỏi các doanh nghiệp lĩnh vực hành phải có đội ngũ nhân lực có kỹ năng và kiến thức về công nghệ thông tin và kỹ thuật số. Tuy nhiên, việc tìm kiếm và tuyển dụng nhân lực phù hợp có thể là một thách thức đối với các doanh nghiệp lĩnh vực hành, đặc biệt là khi cạnh tranh với các doanh nghiệp khác trong ngành. Nhiều doanh nghiệp lĩnh vực hành chưa có đội ngũ nhân viên có đủ kiến thức về công nghệ số để có thể triển khai các dự án chuyển đổi số và luôn cập nhật công nghệ mới hoặc phiên bản mới.

Nguy cơ về bảo mật thông tin: Chuyển đổi số có thể tăng nguy cơ giữ an toàn và bảo mật thông tin đối với các doanh nghiệp lĩnh vực hành. Sử dụng các hệ thống và công nghệ mới có thể đưa đến các lỗ hổng bảo mật và dễ bị tấn công bởi các hacker. Do đó, các doanh nghiệp lĩnh vực hành cần đảm bảo rằng hệ thống bảo mật của họ được nâng cấp và giám sát một cách chặt chẽ để giảm thiểu rủi ro.

Thực sự chưa có nhu cầu: Một số doanh nghiệp lĩnh vực hành chuyên đề thị trường khách hàng và sản phẩm như tour học sinh hay tour cựu chiến binh có sản phẩm chương trình tour đơn giản, dịch vụ ổn định từ nhà cung cấp, nguồn khách hàng theo lịch đến hẹn lại lên, độ lớn của ngành thị trường không cần mở rộng. Do đó, nhu cầu chuyển đổi công nghệ số chỉ dành để phát triển thị trường khách mới của doanh nghiệp.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Chuyển đổi số mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp lĩnh vực hành và khách hàng của họ, từ cải thiện trải nghiệm khách hàng đến giảm chi phí và tăng cường khả năng quản lý và vận hành. Khách hàng được trải nghiệm dịch vụ lĩnh vực hành trực tuyến tiện lợi và nhanh chóng. Doanh nghiệp lĩnh vực hành có thể quản lý và giám sát hoạt động một cách hiệu quả hơn, chi phí nhân sự giảm bớt, thời gian xử lý thủ tục tự động hóa và nhanh hơn, vận hành có sai sót nhờ vào việc quản lý thông tin trực tuyến, tiềm năng kinh doanh của doanh nghiệp lĩnh vực hành được mở rộng quy mô hơn và dịch vụ cung cấp cho khách hàng ở nhiều địa điểm khác nhau với chi phí đầu tư cơ sở vật chất ở mức tối thiểu.

Để phát triển song hành và đồng bộ nhằm tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao và có năng lực đáp ứng yêu cầu của thị trường, công tác giáo dục và đào tạo chuyên ngành lĩnh vực hành cũng phải thay đổi thích ứng. Chính xác hơn là sự tăng cường về khối lượng và số lượng vì ngoài kiến thức và kỹ năng chuyên ngành lĩnh vực hành vẫn luôn là nền tảng mà còn

phải tăng thêm kiến thức và kỹ năng về công nghệ kỹ thuật số. Vẫn chưa hết, không chỉ áp dụng thuần túy mà phải có tư duy sáng tạo phát hiện ra vấn đề để tìm giải pháp giải quyết vấn đề đó.

Theo tài liệu Hướng dẫn Chuyển đổi số trong ngành Du lịch – Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động [1], hệ sinh thái chuyển đổi số du lịch bao gồm 4 loại hình sản phẩm dành cho các đối tượng du khách, doanh nghiệp kinh doanh du lịch và lữ hành, hướng dẫn viên và cơ quan quản lý du lịch. Lĩnh vực giáo dục và đào tạo chuyên ngành du lịch và lữ hành cần nên khai thác tài nguyên của nền tảng công nghệ số để hỗ trợ người học được hiệu quả hơn.

Đối với sản phẩm ứng dụng dành cho du khách, hướng dẫn viên và cơ quan quản lý du lịch: nguồn dữ liệu lớn về thông tin điểm đến và các số liệu thống kê sẽ giúp sinh viên dễ dàng tìm kiếm tài liệu học tập và đặc biệt là nguồn thông tin này đáng tin cậy do có kiểm soát từ cơ quan chuyên ngành.

Đối với sản phẩm dành cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch và lữ hành bao gồm khá nhiều các ứng dụng như thẻ du lịch thông minh, ứng dụng quản trị và kinh doanh du lịch, trang vàng du lịch Việt Nam, hệ thống báo cáo thống kê du lịch, hệ thống quản lý phòng tại cơ sở lưu trú, hệ thống vé điện tử, hệ thống kiểm soát tự động, bãi đỗ xe thông minh, máy bán nước tự động, phần mềm quản lý bán hàng, hệ thống quản lý khách hàng, hệ thống quản lý chương trình khuyến mãi, chữ ký số, hợp đồng điện tử, hóa đơn điện tử, sản vật Việt Nam, chương trình chuỗi dịch vụ liên kết Minicards, hệ thống thuyết minh đa phương tiện. Người dạy và người học cần nhận diện ra những ứng dụng nào có liên quan và đặc biệt phải vững vàng tiên quyết về nền tảng của kiến thức, kỹ năng, thái độ và nhận thức du lịch.

Chương trình đào tạo cần tập trung vào việc giảng dạy các kỹ năng số hóa và các công cụ phần mềm ứng dụng đồng thời khuyến khích sáng tạo và đổi mới trong việc phát triển sản phẩm, dịch vụ và kinh doanh, mở rộng tư duy để tìm kiếm các ý tưởng mới và các giải pháp sáng tạo để cải thiện ngành lữ hành. Kỹ năng quản lý và lãnh đạo cũng cần được giảng dạy để các sinh viên có thể quản lý và phát triển các doanh nghiệp du lịch thành công.

Tăng cường đào tạo tiếng Anh và kỹ năng giao tiếp do tiếng Anh đã trở thành ngôn ngữ chính trong ngành lữ hành và công nghệ. Vì vậy, các chương trình đào tạo cần tăng cường đào tạo tiếng Anh và kỹ năng giao tiếp để học viên có thể giao tiếp tốt với khách hàng quốc tế. Đào tạo kỹ năng đa dạng

hóa sản phẩm du lịch do người tiêu dùng ngày càng đa dạng hóa yêu cầu đối với các sản phẩm du lịch. Vì vậy, các chương trình đào tạo cần đào tạo học viên về cách phát triển các sản phẩm du lịch đa dạng và đáp ứng được yêu cầu của nhiều khách hàng khác nhau.

Sinh viên cần phải được làm quen với một số hệ thống quản lý, tìm hiểu công nghệ website và ứng dụng di động, chủ động sử dụng được trí tuệ nhân tạo để tư vấn cho khách hàng về các tour du lịch phù hợp với sở thích và ngân sách của họ, tiếp cận với nguồn Big data để thu thập dữ liệu và đưa ra các chiến lược tiếp thị và kinh doanh phù hợp, thông thạo với Internet of things kết nối các thiết bị và hệ thống với nhau để quản lý và vận hành một cách hiệu quả hơn. Ngoài khối lượng kiến thức, kỹ năng và thái độ của một nhân viên lữ hành trong thời đại công nghệ kỹ thuật số; sinh viên cũng cần phải nhận thức vì không chỉ nhận thức về du lịch lữ hành mà còn phải ý thức trong vấn đề bảo mật thông tin, biết tiết kiệm năng lượng và bảo vệ môi trường.

5. KẾT LUẬN

Do tính đặc thù của ngành lữ hành có sản phẩm mang tính trừu tượng và tiêu chí chất lượng sản phẩm đó được khách hàng đánh giá bằng cảm nhận cá nhân tại một thời điểm và không gian xảy ra cảm xúc thông qua quá trình được phục vụ. Do đó, nền tảng công nghệ kỹ thuật số không thể nào thay thế hoàn toàn tất cả tác nghiệp, thậm chí có những công đoạn xảy ra phản ứng ngược khi khách hàng cần giao tiếp giữa người với người thay vì với chatbot.

Sự phát triển của công nghệ đã có nhiều lợi ích đối với ngành du lịch và lữ hành, giúp các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn và cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng. Nhưng đồng thời các doanh nghiệp lữ hành cũng đối mặt với nhiều thách thức và áp lực như đầu tư tài chính và nhân lực, mức độ cạnh tranh ở diện rộng hơn, ý thức bảo mật thông tin và bảo vệ môi trường.

Cùng với đó, chương trình đào tạo cho sinh viên ngành lữ hành cũng đang đối mặt với áp lực về cải tiến nội dung giảng dạy. Vấn đề cần nhận diện đúng những tác nghiệp trong ngành lữ hành có thể ứng dụng hoặc không thể ứng dụng công nghệ chuyển đổi số để cập nhật vào chương trình đào tạo nhằm xây dựng nguồn nhân lực không chỉ có đủ năng lực về nghiệp vụ chuyên ngành, kiến thức và kỹ năng thông thạo, tư duy và nhận thức chuẩn mực mà còn phát triển được khả năng ứng dụng công nghệ kỹ thuật số một cách năng động. Thị trường lao

động của ngành du lịch và lữ hành có nguồn nhân lực cao trong bối cảnh ứng dụng công nghệ chuyển

đổi số để phát triển ngành kinh tế mũi nhọn là điều mong mỏi của cả cộng đồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Tổng cục Du lịch, Trung tâm thông tin Du lịch, *Hướng dẫn Chuyển đổi số trong ngành Du lịch – Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động*, tháng 02/2023.

[2] Tôn Thất Hòa An, “Một số vấn đề về chuyển đổi số và ứng dụng trong doanh nghiệp”, *Hội thảo: Phân tích dữ liệu, quản trị dữ liệu thông minh trong các tổ chức và các vấn đề liên quan*, Trường Đại học

Tài chính Marketing, 2021.

[3] Brands Vietnam, Inbound Marketing vs Outbound Marketing, <http://www.brandsvietnam.com/1319-Infographic-Inbound-Marketing-vs-Outbound-Marketing>, truy cập ngày 25/07/2023.

[4] Phan Huy Xu và Nguyễn Tuyên Linh, “Ứng dụng CRM trong kinh doanh du lịch lữ hành”, *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang*, 28(3), 37-41, 2021.

Digital transformation in the travel industry

Nguyen Trong Nghia

ABSTRACT

The development of digital technology has brought many benefits to the travel industry and supported businesses in operating more efficiently and providing better services to customers. However, travel businesses also face many challenges including financial and human investment, wide ranging competition, information security and environmental protection. In order to develop synchronously, the training program for travel industry students in the digital technology era is also facing pressure on teaching content. Students not only master the knowledge, skills and attitudes related to the travel industry, but also have to know how to actively apply digital technology to meet the high demand for human resources of the labor market.

Keywords: digital transformation, digital technology, travel, tourism

Received: 16/05/2023

Revised: 02/06/2023

Accepted for publication: 09/06/2023