

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC CHO NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

● VŨ MẠNH CƯỜNG

TÓM TẮT:

Được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, ngành Du lịch có rất nhiều cơ hội để phát triển. Một trong những yếu tố tiên quyết đảm bảo cho ngành Du lịch phát triển bền vững, hiệu quả, đó là đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu đổi mới và hội nhập. Bài viết phân tích những tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) đến ngành Du lịch Việt Nam. Từ đó đưa ra những giải pháp để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Du lịch nhằm thích ứng trong bối cảnh CMCN 4.0.

Từ khóa: cách mạng công nghiệp 4.0, nhân lực du lịch chất lượng cao, du lịch thông minh.

1. Tác động của CMCN 4.0 tới ngành Du lịch Việt Nam

1.1. Cơ hội CMCN 4.0 tạo ra cho ngành Du lịch Việt Nam

Một là, CMCN 4.0 làm xuất hiện nhiều loại hình và sản phẩm du lịch mới.

CMCN 4.0 thúc đẩy mô hình "du lịch thông minh" nhờ vào sự hỗ trợ của công nghệ, nhằm tạo ra và cung cấp dịch vụ tốt nhất cho du khách. Trí tuệ nhân tạo sẽ mang đến nhiều lựa chọn nhờ việc phân tích dữ liệu về khách hàng. Điều này cũng giúp các doanh nghiệp tạo lập chuỗi giá trị và cung cấp các loại hình du lịch theo đúng sở thích của khách hàng. Công nghệ số có thể tính toán được xu hướng nhu cầu của khách đối với loại

hình du lịch, địa điểm, hình thức mua sắm hay loại cơ sở lưu trú mà khách thường lựa chọn,... Đó chính là cơ sở phát triển "du lịch thông minh".

Hai là, CMCN 4.0 sẽ giúp mở rộng không gian, thời gian và thị trường du lịch.

Với yếu tố cốt lõi vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) đã tạo ra cơ hội phát triển rất lớn cho ngành Du lịch của Việt Nam. Tại Việt Nam, theo khảo sát của Công ty Nghiên cứu thị trường Q&Me, có 88% khách du lịch tra cứu thông tin qua mạng, trong đó, 35% thường xuyên sử dụng internet để tìm kiếm thông tin du lịch. Tra cứu Google Trends cho thấy, từ khóa "du lịch" được tìm kiếm tăng 3 lần trong 5 năm gần đây. Thông tin du lịch trong nước được tìm kiếm thường liên

quan đến điểm đến, khách sạn, nhà hàng, kinh nghiệm du lịch,... Những yếu tố này là nền tảng thuận lợi để du lịch Việt Nam phát triển trong bối cảnh CMCN 4.0.

Việc phát triển Internet kết nối vạn vật tạo nên thế giới phẳng, chỉ cần có kết nối internet là 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 chính là cú huých quan trọng làm nảy sinh nhu cầu đi du lịch ở mọi người dân, là cơ hội vàng để mở rộng thị trường du lịch.

Việc sử dụng hình ảnh, các thước phim 3D, 4D tái dựng lại các sự kiện, di tích lịch sử, văn hóa, các di sản thiên nhiên và đưa lên internet hoặc trình chiếu tại các điểm du lịch sẽ giúp cho tất cả mọi người (trong đó có các 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. Đây cũng là một trong những phương pháp kích cầu du lịch hiệu quả.

Ba là, CMCN 4.0 giúp giảm chi phí quảng cáo, tiếp thị trong du lịch.

CMCN 4.0 ảnh hưởng trực tiếp đến các hình thức tiếp thị trong du lịch, làm cho các hình thức này ngày càng đa dạng hơn. Nếu như trước kia, để quảng bá, phát triển điểm đến, người ta phải mất kinh phí khá lớn cho việc quảng cáo trên truyền hình, báo, đài, phát tờ rơi, tập gấp, bản đồ, giới thiệu các tour và giá mỗi tour du lịch,... thì nay thông qua ứng dụng các website thông minh (như Web30s, Smart Live Chart, Smart Marketing Tool) và tổng đài ảo (tất cả các phần mềm này đều chạy trên môi trường điện toán đám mây) chi phí quảng cáo và thời gian đã giảm đi rất nhiều. Đây là một lợi thế lớn do CMCN 4.0 mang lại cho ngành Du lịch.

Bốn là, CMCN 4.0 giúp số hóa cơ sở dữ liệu du lịch.

Số hóa các cơ sở dữ liệu du lịch như giới thiệu các dạng tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa, 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.

Đây là một cơ hội rất lớn đảm bảo cho ngành Du lịch phát triển một cách bền vững và hiệu quả.

Năm là, CMCN 4.0 tăng cường liên kết tour, tuyến du lịch và giúp phát triển thương hiệu điểm đến.

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. Với lợi thế ứng dụng rộng rãi Internet và công nghệ số, CMCN 4.0 mang đến cho mọi người ở mọi lúc, mọi nơi những thông tin, hình ảnh về các điểm đến, từ đó sẽ kích thích và tạo ra nhu cầu muốn tìm hiểu và khám phá các điểm đến. Các điểm du lịch nổi tiếng, có chất lượng dịch vụ tốt, thông qua CMCN 4.0 sẽ tạo ra hiệu ứng đám đông, tạo nên thương hiệu điểm đến nhanh chóng và mang tầm vóc quy mô toàn cầu.

Sáu là, CMCN 4.0 góp phần giảm giá thành và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

Các dịch vụ du lịch gồm có: dịch vụ lữ hành; dịch vụ vận chuyển; dịch vụ lưu trữ, ăn uống; dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ mua sắm; dịch vụ thông tin, hướng dẫn; dịch vụ trung gian và dịch vụ bổ sung. Thương mại điện tử, kinh doanh qua mạng, trong đó có kinh doanh du lịch hiện đang là xu thế thời đại. CMCN 4.0 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 thấp nhất, thời gian tiết kiệm nhất. Chính nhờ mua và bán hàng qua mạng nên các doanh nghiệp du lịch có thể liên kết, cùng hợp tác, chia sẻ khó khăn và lợi nhuận, bán hàng cho số lượng khách đông, chi phí và thời gian ít nên họ có thể ổn định giá, giảm giá, thậm chí giảm giá tối đa các dịch vụ du lịch.

1.2. Thách thức CMCN 4.0 đối với ngành du lịch Việt Nam

CMCN 4.0 ngoài việc mang lại những cơ hội rất lớn cho ngành Du lịch Việt Nam thì cũng có những thách thức không nhỏ.

Thứ nhất là, đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu phát triển.

Mục tiêu tổng quát của quy hoạch tổng thể

phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 như sau: Đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp với hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và trên thế giới. Đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành Du lịch phát triển. Quy hoạch tổng thể cũng xác định chỉ tiêu cụ thể về việc làm cho ngành Du lịch: năm 2020 là 2,9 triệu (trong đó 870 nghìn lao động trực tiếp), năm 2025 là 3,5 triệu (trong đó 1,05 triệu lao động trực tiếp), năm 2030 là 4,7 triệu (trong đó 1,4 triệu lao động trực tiếp). Để tận dụng được những cơ hội mà CMCN 4.0 mang lại, việc đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được những yêu cầu về số lượng và chất lượng là yếu tố rất quan trọng.

Thứ hai, CMCN 4.0 đòi hỏi năng lực cạnh tranh rất cao.

Để tăng cường sức cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch trong thời đại CMCN 4.0, các doanh nghiệp này phải thay đổi từ cách quản trị truyền thống sang quản trị thông minh. Các doanh nghiệp lữ hành phải xây dựng và số hóa các nghiệp vụ, khởi tạo database nội dung giới thiệu các điểm đến bằng tiếng Việt và một số ngôn ngữ quốc tế khác; Tận dụng cơ hội để tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp, tiến tới ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) trong việc giới thiệu điểm tham quan. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp lữ hành Việt cũng phải nâng cao năng lực cho đội ngũ hướng dẫn viên, tư vấn viên về kỹ năng mềm, kỹ năng ứng công nghệ mới, kỹ năng giao tiếp và sử dụng ngoại ngữ trong hoạt động kinh doanh.

Thứ ba, vấn đề an toàn và bảo mật thông tin.

Công nghệ mới sẽ đem lại cho ngành Du lịch Việt Nam nhiều cơ hội để phát triển như IoT, điện toán đám mây, công nghệ thực tế ảo.... Tuy nhiên, mặt trái của thế giới kết nối đó là nguy cơ mất an toàn thông tin. Do đó vấn đề an toàn và bảo mật thông tin rất quan trọng để đảm bảo sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp, trên hết là các quyền lợi của du khách.

2. Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Du lịch trong thời đại CMCN 4.0

2.1. Nhóm giải pháp đối với cơ quan quản lý nhà nước (QLNN) về du lịch tại địa phương

Một là, xây dựng kế hoạch phát triển lực lượng lao động du lịch địa phương dựa vào chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch vùng, tỉnh, các số liệu thống kê hàng năm về lượng khách du lịch tăng, giảm, số lượng cơ sở lưu trú và số lượng lao động du lịch hiện tại, nhằm phân tích sự thiếu hụt về chất và lượng lao động du lịch, kịp thời điều chỉnh kế hoạch đào tạo mới, bồi dưỡng, nâng cao nghiệp vụ cho lao động đang làm việc. Các địa phương cần chủ động làm việc với các cơ sở đào tạo nghề du lịch và các doanh nghiệp du lịch để hình thành sự hợp tác giáo dục - thực hành, nhằm đạt được mục đích học viên sau đào tạo có đủ kiến thức, kỹ năng nghề và kinh nghiệm để làm việc, tăng số lượng lao động có nghề, đáp ứng được yêu cầu thực tế.

Hai là, khuyến khích người lao động có ý thức tự nâng cao tay nghề, khuyến khích các doanh nghiệp quan tâm tới công tác đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ, khuyến khích cơ sở dạy nghề du lịch phát triển theo định hướng thị trường, đồng thời tạo môi trường lao động ngày một tốt hơn.

Ba là, tập trung đầu tư hiện đại hóa cơ sở vật chất, máy móc và các trang thiết bị để đảm bảo việc ứng dụng công nghệ thông tin và số hóa dữ liệu cho hoạt động du lịch. Mở các khóa đào tạo, nâng cao tay nghề tại địa phương, sử dụng các trang mạng, thông tin chung để cung cấp và cập nhật các chính sách, chương trình và thông tin về lực lượng lao động du lịch.

2.2. Nhóm giải pháp đối với các đơn vị, doanh nghiệp trong lĩnh vực lưu trú và lữ hành

Các đơn vị, doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch phải tiên phong trong việc tận dụng cơ hội do CMCN 4.0 mang lại. Cụ thể là:

Thứ nhất, ứng dụng rộng rãi internet trong các khâu và tăng cường số hóa dữ liệu, quản trị thông minh trong du lịch.

Thứ hai, khắc phục các vấn đề yếu kém trong công tác đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ, nâng cao hiệu quả công việc, bao gồm các năng lực cơ bản, năng lực quản lý và du lịch có trách nhiệm. Hiện

tại, đa số các đơn vị, doanh nghiệp lựa chọn hình thức đào tạo tại chỗ nên cần chuẩn bị các đào tạo viên là những người có nhiều kinh nghiệm, có kiến thức và kỹ năng như: kỹ năng giao tiếp hiệu quả, kỹ năng truyền đạt và chia sẻ thông tin, khả năng áp dụng các nguyên tắc đào tạo. Các đơn vị, doanh nghiệp cần liên kết với các cơ sở đào tạo nghề du lịch để mở các khóa đào tạo ngắn hạn hoặc dài hạn nhằm nâng cao chất lượng cho đội ngũ lao động đáp ứng được thời đại CMCN 4.0.

Thứ ba, tổ chức công tác nhân sự dựa trên các dữ liệu phân tích công việc chính xác, đó là quá trình xác định các nhiệm vụ quan trọng của một vị trí công việc cụ thể và các phẩm chất cần có để thực hiện thành công các nhiệm vụ đó, bao gồm các nhiệm vụ cụ thể, công cụ và công nghệ, kiến thức, kỹ năng, năng lực, các hoạt động, môi trường làm việc, giáo dục, sở thích, phong cách làm việc và giá trị công việc. Thông tin từ phân tích công việc có thể sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau, như xây dựng chức năng nhiệm vụ từng vị trí, tuyển dụng, phát triển nghề nghiệp, đánh giá hiệu quả công việc và thực hiện chế độ lương, thưởng. Giải pháp này cho phép các đơn vị, doanh nghiệp đánh giá đúng thực chất và sử

dụng có hiệu quả đội ngũ lao động du lịch. Qua đó, khuyến khích người lao động tự hoàn thiện mình để đáp ứng được yêu cầu của công việc.

3. Kết luận

Du lịch ngày càng có vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam và được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn. Bên cạnh những thành tựu mà ngành Du lịch đã đạt được trong thời gian qua thì còn những hạn chế cần phải khắc phục. Một trong những hạn chế lớn đó là nguồn nhân lực chưa đủ về số lượng, chất lượng chưa cao.

Thời đại CMCN 4.0 với những yếu tố cốt lõi: trí tuệ nhân tạo (AI), vạn vật kết nối (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data), đang đặt ra những thách thức không nhỏ cho nguồn nhân lực ngành Du lịch trong nước. Để đào tạo được nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu trong thời đại CMCN 4.0 thì vai trò đầu tiên thuộc về các cơ sở đào tạo nghề du lịch. Ngoài ra sự tham gia của các cơ quan quản lý du lịch, các đơn vị, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch cũng là yếu tố rất quan trọng. Khi sở hữu được nguồn nhân lực đủ về số lượng và tốt về chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng nghề nghiệp thì ngành Du lịch sẽ vững vàng cất cánh trong kỷ nguyên công nghệ số ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Klaus Schwab (2018). *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
2. Nguyễn Minh Tuệ (chủ biên) (2014). *Địa lý Du lịch Việt Nam*. Hà Nội: NXB Giáo dục Việt Nam.
3. Thủ tướng Chính phủ (2011). *Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30 tháng 12 năm 2011 ban hành “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030”*.
4. Tổng cục Du lịch (2012). Phân tích nhu cầu nhân lực và đào tạo của ngành Du lịch Việt Nam. Truy cập tại <https://images.vietnamtourism.gov.vn/vn/dmdocuments/NhucaudaotaoDLVN.pdf>
5. Tổng cục Du lịch (2015). Bộ tiêu chuẩn nghề du lịch VTOS. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/esrt/default.aspx-portalid=1&tabid=344&itemid=602.htm>
6. Tổng cục Du lịch (2015). Báo cáo kỹ thuật Nghiên cứu khảo sát lực lượng lao động du lịch năm 2015 khu vực tỉnh Duyên hải miền Trung: Thừa Thiên Huế, TP Đà Nẵng và Quảng Nam. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/esrt/default.aspx-portalid=1&tabid=344&itemid=942.htm>
7. World Tourism Organization (2016). Tourism Highlights, UNWTO. [Online] Available at <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Ngày nhận bài: 9/4/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2022

Thông tin tác giả:

VŨ MẠNH CƯỜNG

Giảng viên, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh

IMPROVING THE QUALITY OF TOURISM HUMAN RESOURCES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

● VU MANH CUONG

Lecturer, Ho Chi Minh City University of Food Industry

ABSTRACT:

The tourism industry is considered as a spearhead economic sector in Vietnam and it has many development opportunities. One of the prerequisites to ensure the sustainable and effective development of the tourism industry is to train quality human resources to meet the requirements of innovation and integration. This paper analyzes the impacts of the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) on Vietnam's tourism industry. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to train high-quality human resources for the tourism industry in the context of Industry 4.0.

Keywords: the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0), high-quality tourism human resources, smart tourism.