

VẬN DỤNG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LỬ HÀNH Ở ĐỒNG NAI

Phạm Đình Sửu¹

TÓM TẮT

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang là xu thế phát triển tất yếu đến tất cả các lĩnh vực trong đời sống, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và ở Đồng Nai nói riêng. Các doanh nghiệp lửa hành Đồng Nai cũng đứng trước yêu cầu nhanh chóng vận dụng các yếu tố công nghệ trong sự phát triển của doanh nghiệp nhằm tạo ra những lợi thế cạnh tranh. Bài viết muốn đưa ra những vấn đề cấp thiết phải vận dụng cách mạng công nghệ 4.0 trong các doanh nghiệp lửa hành Đồng Nai, nêu các thực trạng về vận dụng công nghệ trong doanh nghiệp; đồng thời đề ra giải pháp để ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp lửa hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

Từ khóa: Du lịch, năng lực cạnh tranh, cách mạng công nghiệp 4.0

1. Tổng quan về cách mạng công nghiệp 4.0

Cụm từ “Công nghiệp 4.0” (Industrie 4.0) nổi lên ở Đức năm 2013, còn được gọi là cuộc cách mạng số với sự xuất hiện của những công nghệ như internet vạn vật (Internet of Things), trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (Cyber-Physical Systems), mạng xã hội, điện toán đám mây,... [1].

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 được hình thành trên cơ sở tiếp nối thành quả của cuộc cách mạng công nghiệp 3.0 kết hợp với nền tảng công nghệ số và hiểu biết về vật lý, vật liệu, sinh học để tạo ra xu hướng phát triển tiên tiến hơn [2]. Cách mạng công nghiệp 4.0 cho phép tạo ra các sản phẩm với chất lượng cao nhưng giá thành rẻ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của con người. Nhìn chung, cách mạng công nghiệp 4.0 đang làm thay đổi căn bản nền sản xuất với sức lan tỏa nhanh chóng

của số hóa và công nghệ thông tin, tác động sâu rộng đến toàn bộ đời sống xã hội, sản xuất, dịch vụ và lưu thông phân phối hàng hóa trên thế giới.

Đặc trưng rõ nét của cách mạng công nghiệp 4.0 chính là toàn bộ hệ thống về sản xuất, ý tưởng và công nghệ mới đều có thể được hiện thực hóa nhờ có tốc độ phát triển và lan tỏa nhanh trên nền tảng cốt lõi của việc ứng dụng trí tuệ thông minh nhân tạo (AI), internet vạn vật (IoT), thực tế ảo (AR) và dữ liệu lớn (Big Data) [1]. Nếu xét trong phạm vi doanh nghiệp, cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ làm thay đổi cách thức tổ chức và hoạt động trong doanh nghiệp, cụ thể qua 03 bước: (i) Số hóa: mọi quy trình sản xuất từ công nghệ cao tới thiết bị công nghiệp được chuyển đổi bằng công nghệ số; (ii) Công nghiệp hóa: tích hợp công nghệ mới để cải tiến và phát triển; (iii) Tối ưu hóa: việc cải tiến những thành phần đơn giản nhất

¹Trường Cao đẳng Bách khoa Sài Gòn
Email: suu.pd@bkc.edu.vn

trong quy trình sản xuất cũng có thể tạo ra nhiều cơ hội phát triển mới [3].

2. Đặt vấn đề

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã bắt đầu hình thành từ những năm gần đây và ngày càng tác động sâu, mạnh đến nền kinh tế - xã hội của tất cả các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Cuộc cách mạng này là một bước nhảy vọt về công nghệ trong tất cả các lĩnh vực; nó cũng quyết định đến sự thành công hay thất bại của bất kỳ doanh nghiệp nào dựa trên thành tựu đột phá trong các lĩnh vực công nghệ số. Hòa nhập vào sân chơi toàn cầu hóa, các doanh nghiệp lữ hành cũng chịu sự chi phối rất lớn từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Bùng nổ cách mạng công nghiệp 4.0 dẫn đến nhiều đột phá về phát triển du lịch, ảnh hưởng sâu rộng đến phát triển và quảng bá du lịch. Trong bối cảnh “ngành ngành số hóa”, việc ứng dụng thương mại điện tử vào ngành du lịch trở thành điều kiện tất yếu để tạo nên nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam.

Hiện nay, ngành du lịch Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào sân chơi toàn cầu. Trong lĩnh vực này đã và đang diễn ra sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Vấn đề sống còn đối với các doanh nghiệp là ai vận dụng công nghệ tốt hơn người đó sẽ chiếm ưu thế. Chính vì thế việc đầu tư công nghệ hiện đại vào doanh nghiệp là những yêu cầu thiết thực để đảm bảo cho sự phát triển [1].

Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025 [1]. Theo đề án, mục tiêu đến năm 2020 hoàn thành việc số hóa toàn bộ các dữ liệu về hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp lữ hành quốc tế, cơ sở lưu trú trong cả nước do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương và địa phương quản lý; hình thành hệ thống thông tin số về khu, điểm du lịch, cơ sở dịch vụ du lịch và khách du lịch; phát triển các ứng dụng trên thiết bị di động cung cấp cho khách du lịch tại các địa bàn du lịch trọng điểm, trong đó có các thông tin về điểm đến, sản phẩm dịch vụ du lịch, thuyết minh du lịch dịch tự động ra các ngôn ngữ phổ biến; kết nối liên thông giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương và doanh nghiệp lữ hành.

Năm 2018, Việt Nam đón gần 15,5 triệu lượt khách quốc tế. Theo điều tra của Tổng cục Thống kê, 71% du khách có tham khảo thông tin điểm đến trên internet; 64% đặt, mua dịch vụ trên mạng trong chuyến đi đến Việt Nam [2]. Số liệu thống kê cho thấy khuynh hướng khách du lịch sử dụng các công cụ công nghệ để tìm hiểu và lựa chọn điểm đến của mình trong các chuyến du lịch ngày càng nhiều. Điều này cho thấy nếu việc ứng dụng công nghệ vào du lịch tất yếu sẽ mang lại nhiều lợi thế cạnh tranh.

Số liệu thống kê từ Tổng cục Du lịch về tác động của các kênh thông tin đến hành vi tiêu dùng, khách du lịch thường sử dụng 5 - 6 kênh thông tin để chọn sản phẩm, nhà cung cấp, gồm

thông tin truyền miệng (79%), website (71%), ý kiến chuyên gia trên internet (63%), mạng xã hội (63%), 31% khách hàng tin vào những người quen biết, 28% các ý kiến tích cực trên mạng xã hội tác động đến quyết định tiêu dùng. Khảo sát trên cho thấy công nghệ đã từng bước thay thế các kênh thông tin truyền thống và trở nên quan trọng trong cạnh tranh thị trường của các doanh nghiệp lữ hành [3].

Trên địa bàn Đồng Nai hiện nay, đa số các doanh nghiệp lữ hành đều là những doanh nghiệp vừa và nhỏ, sức cạnh tranh chưa cao và trong quá trình hoạt động còn gặp nhiều khó khăn. Các doanh nghiệp đang loay hoay trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động của mình nhằm tạo lợi thế cạnh tranh trong việc chiếm lĩnh thị trường. Việc thông tin từ doanh nghiệp đến với khách hàng nhanh hay chậm sẽ phụ thuộc vào vấn đề công nghệ đồng thời quyết định đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp đó. Để tồn tại, thích nghi và phát triển buộc các doanh nghiệp lữ hành phải “nâng cấp”, tăng năng lực cạnh

tranh bằng việc ứng dụng những giải pháp công nghệ các sản phẩm du lịch cũng như hoạt động kinh doanh [2].

3. Những vấn đề liên quan đến năng lực cạnh tranh các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0

Trong những năm gần đây, mặc dù với sự tăng nhanh về số lượng các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực lữ hành (hơn 50 đơn vị) trên địa bàn tỉnh, cùng với hàng chục điểm và nhiều dự án du lịch đang triển khai đã mang lại cho du lịch Đồng Nai một sức bật mới về lượng khách cũng như doanh thu. Lượng khách đến Đồng Nai trong giai đoạn 2017 - 2019 tăng trung bình gần 12%, doanh thu tăng trung bình cũng tăng hơn 12% [4]. Tuy nhiên, sự tăng trưởng đó vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có, đồng thời thể hiện sự hạn chế trong cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh, đặc biệt là sự hạn chế về việc vận dụng công nghệ trong các doanh nghiệp du lịch Đồng Nai để tạo lợi thế cạnh tranh.

Bảng 1: *Lượng khách và doanh thu du lịch Đồng Nai giai đoạn 2017 - 2019*

Năm	Lượng khách (Triệu lượt)	Tăng trưởng (%)	Doanh thu (Tỷ)	Tăng trưởng (%)
2017	3,4	9,5	1.200	4,7%
2018	3,9	13,5	1.386	15,4
2019	4,4	12,8	1.607	16,0

(Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Nai)

Hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai đã vận dụng internet vận vật trong việc chào bán các chương

trình tour cũng như quảng bá các sản phẩm nhằm tạo lợi thế cạnh tranh nhưng vẫn còn ở những giai đoạn sơ khai.

Nhiều doanh nghiệp mới chỉ ứng dụng internet vào hoạt động truyền thông cho sản phẩm. Nếu chỉ dừng lại ở những giai đoạn như này thì chưa thể khai thác được hết các lợi thế của công nghệ trong cạnh tranh, quản lý và điều hành doanh nghiệp. Điều này dẫn đến sự bất lợi trong việc chiếm lĩnh thị trường so với các doanh nghiệp tại các địa bàn lân cận như thành phố Hồ Chí Minh.

3.1. Về quy mô các doanh nghiệp

Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Nai, hiện tại trên địa bàn có khoảng 30 doanh nghiệp lữ hành đang hoạt động, tuy nhiên hầu hết các doanh nghiệp lữ hành đều là những doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, nguồn lực yếu và vốn đầu tư ít nên sức cạnh tranh kém. Phần lớn các doanh nghiệp hoạt động theo hướng tự phát, chưa có sự liên kết phối hợp lẫn nhau giữa các doanh nghiệp trong việc chia sẻ thông tin về sản phẩm. Những doanh nghiệp này thường không tạo được niềm tin đối với khách du lịch mua tour thông qua các công cụ số hóa và đánh mất thị phần vào những đối tác cạnh tranh tại các khu vực lân cận, đặc biệt là các công ty có tài chính mạnh và vi mô lớn.

3.2. Về ứng dụng công nghệ

Cùng với việc phát triển nhanh của công nghệ thông tin toàn cầu, các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai cũng có những bước tiến đáng kể trong việc vận dụng công nghệ thông tin vào doanh nghiệp để tạo ra những tiện ích nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng cũng như phục vụ cho các hoạt động của mình. Hầu hết các doanh nghiệp đều có trang web riêng, sử dụng các trang

mạng xã hội nhằm phục vụ nhu cầu phát triển của doanh nghiệp. Tuy nhiên, sự vận dụng này vẫn chưa theo kịp với sự phát triển của thời đại đồng thời chưa đáp ứng được nhu cầu của danh nghiệp. Việc các doanh nghiệp sử dụng các trang web và các mạng xã hội chỉ mang tính chất cung cấp thông tin, giới thiệu sản phẩm, vẫn còn sơ sài cả hình thức lẫn nội dung, cơ sở dữ liệu nghèo nàn, chủ yếu là thông tin giới thiệu doanh nghiệp, chưa có giao dịch trực tuyến, ngôn ngữ đơn thuần là tiếng Việt, thông tin lại không được cập nhật thường xuyên. Nguyên nhân của những vấn đề trên chính là do hoạt động thông tin du lịch trên website của ngành Du lịch chưa được tổ chức một cách đồng bộ, thống nhất từ cơ quan quản lý đến từng doanh nghiệp. Sản phẩm và dịch vụ thông tin du lịch còn thiếu tính chuyên nghiệp, chưa có sự phối hợp, trao đổi dữ liệu giữa các đơn vị... Công tác quảng bá của các doanh nghiệp còn mang tính tự phát và nhỏ lẻ, dữ liệu chưa được lưu giữ một cách có hệ thống, không theo một chuẩn nhất định.

3.3. Về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là một lợi thế cạnh tranh trong phát triển của mỗi doanh nghiệp, nhưng vì là những doanh nghiệp vừa và nhỏ nên phải thừa nhận một điều là phần lớn các công ty lữ hành trên địa bàn Đồng Nai chỉ có nhân viên kinh doanh, điều hành tour chuyên thực hiện các công việc chỉ liên quan đến du lịch. Họ chỉ giỏi về chuyên môn du lịch, còn công nghệ thông tin hạn chế bởi thực tế là trong chương trình đào tạo du lịch của các trường chủ yếu chú trọng tới ngoại ngữ nhiều hơn vì

tính. Ít có đơn vị nào tuyển cho mình nhân viên IT hay thành lập phòng IT hoặc ban IT để phục vụ cho sự phát

triển của doanh nghiệp trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0 [4].

3.4. Phân tích ma trận SWOT đối với các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai

Bảng 1: Phân tích ma trận SWOT các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai [4]

	Điểm mạnh (Strengths)	Chiến lược nhằm phát huy điểm mạnh
Strengths	- Doanh tổ chức theo mô hình MTV hoặc TNHH...	Có thể liên kết với các tập thể cá nhân khác, dễ thay đổi loại hình doanh nghiệp cho phù hợp với xu hướng phát triển xã hội.
	Đội ngũ nhân viên trẻ, năng động	Phát huy lợi thế năng động, dễ tiếp thu kiến thức mới trong quá trình đào tạo.
	Sản phẩm đa dạng và chất lượng	Sử dụng công nghệ quảng bá các sản phẩm nhằm tạo lợi thế cạnh tranh giúp doanh nghiệp phát triển.
Weakness	Điểm yếu (Weakness)	Chiến lược khắc phục điểm yếu
	Doanh nghiệp chưa có thương hiệu đối với thị trường trong và ngoài nước	Từng bước xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp theo những tiêu chí rõ ràng. Vận dụng truyền thông để thông tin doanh nghiệp đến với khách hàng.
	Lãnh đạo doanh nghiệp trẻ, chưa có nhiều kinh nghiệm	Phát huy tính sáng tạo và bản lĩnh dám nghĩ dám làm, tăng cường học hỏi và làm chủ kiến thức mới. Mời các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực về đào tạo nâng cao chuyên môn thực tế.
	Doanh nghiệp có quy mô nhỏ và tài chính hạn hẹp	Có thể liên kết với các tập thể cá nhân có tiềm lực khác, dễ thay đổi loại hình doanh nghiệp cho phù hợp với xu hướng phát triển xã hội.
	Việc ứng dụng công nghệ thông tin còn hạn chế trong doanh nghiệp	Đầu tư hệ thống công nghệ thông tin cho doanh nghiệp, tiếp cận các ứng dụng mới đối với ngành nghề.

	Cơ hội (Opportunities)	Chiến lược nhằm tận dụng cơ hội
Opportunities	Công nghệ thông tin ngày càng phát triển	Nhanh chóng tiếp cận và ứng dụng các công nghệ mới vào doanh nghiệp nhằm tạo lợi thế cạnh tranh.
	Lượng khách đi du lịch ngày càng lớn	Nắm bắt nhu cầu du khách, xây dựng các sản phẩm chất lượng phục vụ nhu cầu của khách du lịch
	Khách sử dụng dịch vụ du lịch qua internet ngày càng nhiều	Phát triển các sản phẩm du lịch thông minh, xây dựng các dịch vụ du lịch điện tử, tạo ra các tiện ích thông qua công nghệ nhằm đáp ứng xu thế.
	Thách thức (Threats)	Giải pháp đối mặt thách thức
Threats	Các doanh nghiệp lữ hành ngày càng nhiều	Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu, chất lượng sản phẩm, ứng dụng công nghệ tạo ra các tiện ích nhằm tạo lợi thế cạnh tranh.
	Các doanh nghiệp lữ hành quy mô ngày càng lớn, tổ chức hoạt động ngày càng chuyên nghiệp	Tăng cường liên kết, hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước, thay đổi mô hình hoạt động.

4. Giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp lữ hành ở Đồng Nai trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0

4.1. Giải pháp xây dựng quy mô doanh nghiệp lữ hành ở Đồng Nai

Nhanh chóng hiện đại hóa mô hình hoạt động doanh nghiệp theo hướng kinh doanh dịch vụ, nâng cấp quy mô doanh nghiệp từ những doanh nghiệp vừa và nhỏ thành những doanh nghiệp lớn có nguồn lực và tiềm lực mạnh để xây dựng niềm tin với khách hàng thông qua việc kêu gọi đầu tư từ những tập đoàn lớn hoặc những cá nhân có năng lực tài chính, nguồn lực chất

lượng cao. Huy động hiệu quả và liên kết nguồn lực từ các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp tiềm năng trong và ngoài nước. Chuyển dịch loại hình doanh nghiệp phù hợp với nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa nhằm tập hợp tối đa sức mạnh của doanh nghiệp để tạo lợi thế cạnh tranh.

Việc tổ chức quản trị trong các doanh nghiệp lữ hành phải được xây dựng bài bản, khoa học với các phòng chức năng và chuyên môn nghiệp vụ riêng biệt. Các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn cần tập trung nghiên cứu xây dựng thành công kênh trao đổi dữ liệu dùng chung (ESB - Enterprise

Service Bus) theo mô hình chuẩn quốc tế và các hệ thống chuyên đổi dữ liệu (Data Exchange) để đảm bảo tính tương thích kết nối giữa các hệ thống quản trị khác nhau. Các thông tin về tổ chức, sản phẩm và giá phải đảm bảo tính chính xác và thống nhất giữa các doanh nghiệp.

4.2. Giải pháp xây dựng nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai

Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng, quyết định hàng đầu của một doanh nghiệp. Tuy nhiên đối với nguồn nhân lực du lịch Đồng Nai thì một trong những yếu điểm lớn nhất vẫn là khả năng vận dụng công nghệ. Vì vậy, các doanh nghiệp lữ hành cần xây dựng được đội ngũ nhân sự đủ về mặt lượng và chất, có khả năng tiếp nhận, nắm bắt công nghệ và ứng dụng thực tiễn vào công tác quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai có thể tận dụng sự phát triển mạnh mẽ về hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông để nâng cao chất lượng, số lượng đào tạo thông qua việc đa dạng hóa hình thức và nội dung như triển khai hệ thống đào tạo trực tuyến (E-learning) và hệ thống thư viện trực tuyến (E-library), hướng đến hình thức tự học và thi online. Bên cạnh đó, doanh nghiệp lữ hành nên xem xét đến việc tăng cường hợp tác với các tổ chức, đơn vị đào tạo có chất lượng để xây dựng những chương trình đào tạo riêng cho nguồn nhân lực của doanh nghiệp mình.

4.3. Giải pháp về ứng dụng công nghệ 4.0 trong các doanh nghiệp lữ hành ở Đồng Nai.

Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên chủ động tiếp cận cách mạng công nghiệp 4.0, coi đây là cơ hội nâng cao năng lực cạnh tranh, bắt đầu từ việc cơ bản - số hóa dữ liệu, bao gồm cập nhật thông tin tour tuyến, chương trình khuyến mãi, hậu mãi, các thông tin về hoạt động của doanh nghiệp, từng bước tiến tới đẩy mạnh ứng dụng công nghệ mới trong việc tạo ra các tiện ích cho khách hàng thông qua việc cung cấp các dịch vụ như: triển khai cổng thanh toán điện tử; thiết lập kênh tương tác trực tiếp với khách; xây dựng các chương trình trải nghiệm du lịch ảo... Thông qua việc tích hợp và minh bạch thông tin, bám sát phản hồi của khách hàng, doanh nghiệp sẽ dần hình thành những sản phẩm du lịch mới theo kịp xu hướng chung.

Bên cạnh tạo ra sản phẩm du lịch thông minh, các tiện ích cho khách hàng, các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Đồng Nai nên chú trọng trong việc tạo ra các fanpage, website và các apps như là các kênh truyền thông của công ty. Thông qua các phương tiện này và thông qua internet vạn vật, các doanh nghiệp chủ động quảng bá thông tin về tour tuyến, chương trình khuyến mại và cả sự kiện của công ty đến khách du lịch.

Cần ứng dụng mềm điều hành tour, nhằm chuyên nghiệp hóa dịch vụ du lịch, đổi mới – xây dựng website theo chuẩn giao diện smart phone, iPad, desktop nhằm cải thiện quá trình tương tác giữa khách du lịch với các doanh nghiệp lữ hành cũng như quá trình chuyển tải dịch

vụ tiện ích theo hướng có lợi hơn cho khách hàng trong việc truy cập. Tạo box live chat (hộp thoại trò chuyện trực tuyến) để khách hàng được chủ động tương tác, nhận giải đáp thắc mắc từ nhân viên tư vấn tức thời, cho phép khách hàng đăng ký nhận tin khuyến mại chủ động. Mở rộng quảng bá sản phẩm trên mạng xã hội để tiếp cận và tương tác tốt hơn với khách hàng.

Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên triển khai website bán tour trực tuyến và cố gắng cải tiến để xây dựng giao diện web có thiết kế ấn tượng và thân thiện hơn với du khách, bổ sung thêm các dịch vụ giá trị gia tăng cho khách. Tất cả các dịch vụ mua bán được tổ chức theo giao diện thân thiện để du khách có thể dễ dàng tìm bằng những thao tác đơn giản. Các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai nên xây dựng và hoàn thiện App bán tour trực tuyến để du khách có thêm một phương tiện tìm hiểu thông tin và đặt tour du lịch. Ứng dụng và vận hành công nghệ E-Tour, giới thiệu tuyến điểm thông qua chương trình tour điện tử...

Ứng dụng big data trong các doanh nghiệp lữ hành Đồng Nai, nhờ những

dữ liệu thông tin lớn, đồng thời kết nối nguồn dữ liệu với các nước trên thế giới, các doanh nghiệp lữ hành có cơ sở thu thập thông tin về quốc tịch, mục đích du lịch (nghỉ dưỡng hay công việc). Dựa trên dữ liệu này, nhiều doanh nghiệp lữ hành định hướng được thị trường mục tiêu cho doanh nghiệp mình cũng như xây dựng những chiến lược phát triển cụ thể, đưa ra những gói dịch vụ phù hợp với sở thích của khách hàng và tiếp cận tới thị trường tiềm năng. Từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

4. Kết luận

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra sự thay đổi lớn trong tất cả các lĩnh vực của đời sống, du lịch là một ngành dịch vụ nằm trong tầm ảnh hưởng của làn sóng này. Việc nắm bắt và chủ động thích ứng với cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ giúp cho các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai nói riêng có nhiều cơ hội phát triển và tạo ra lợi thế cạnh tranh đối với các doanh nghiệp khác trong nước và khu vực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Quang Hải (2017), “Cách mạng công nghiệp 4.0 - Những thách thức, thời cơ ảnh hưởng đến ngành Du lịch Việt Nam”, <http://tapchithethao.vn/cach-mang-cong-nghiep-40-nhung-thach-thuc-thoi-co-anh-huong-den-nganh-du-lich-viet-nam-n3426.html>, (truy cập ngày 10/12/2019)
2. ThS. Kiều Thu Hương và ThS. Vũ Lan Hương (2018), “Cách mạng 4.0 tại các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam: Thực trạng và giải pháp”, Trường Đại học Thương mại, <http://www.tapchicongthuong.vn/bai-viet/cach-mang-40-tai-cac-doanh-nghiep-lu-hanh-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-53823.htm>, (truy cập ngày 12/12/2019)
3. Khúc Hồng Thiện (2019), “Du lịch Việt Nam với cách mạng công nghiệp 4.0”, Báo Nhân Dân Cuối Tuần, <https://www.nhandan.com.vn/cuoituan/item/39677202-du-lich-viet-nam-voi-cach-mang-cong-nghiep-4-0.html>, (truy cập ngày 10/12/2019)

4. Thanh Xuân (2019), “Đánh giá kết quả hoạt động du lịch Đồng Nai năm 2018”, <https://www.dongnai.gov.vn/Pages/newsdetail.aspx?NewsId=165644&CatId=56>, (truy cập ngày 10/12/2019)

**APPLYING THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 TO IMPROVE
COMPETITIVENESS FOR TRAVEL BUSINESSES
IN DONG NAI PROVINCE**

ABSTRACT

The industrial revolution 4.0 is becoming a growing trend that is indispensable for all areas of life, opening up many development opportunities for enterprises in Vietnam in general and in Dong Nai in particular, including travel businesses. Dong Nai travel enterprises are also facing the need to quickly apply technological factors in the development of enterprises to create competitive advantages. The article wants to raise the urgent issues of using technology revolution 4.0 in Dong Nai travel enterprises, outlining the current situation of technology application in enterprises. At the same time, it offers solutions to apply technology to improve competitiveness for travel businesses in Dong Nai Province.

Từ khóa: *Travel, competitiveness, the industrial revolution 4.0*

(Received: 24/12/2019, Revised: 22/3/2020, Accepted for publication: 6/8/2020)