

**QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG DU LỊCH
TRONG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0**
**TOURISM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
IN INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0**

*Đinh Thu Phương**

TÓM TẮT

Khoảng 10 năm trước, cụm từ “chuỗi cung ứng” hay “quản trị chuỗi cung ứng” hiếm khi được tìm thấy trong câu chuyện của các nhà quản lý. Họ chỉ dùng thuật ngữ “logistics” hay “vận tải” để mô tả dòng chảy của hàng hóa hoặc dịch vụ. Ngày nay, các CEO trên khắp thế giới đã đặt yếu tố quản trị chuỗi cung ứng lên hàng đầu. Khi thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, yếu tố này có ảnh hưởng lớn đến sự thống trị của thị trường và lòng tin của khách hàng. Quản trị chuỗi cung ứng tốt không chỉ làm cho các công ty đạt được lợi nhuận cao mà còn giúp họ vượt xa các đối thủ cạnh tranh trong cùng ngành và phát triển bền vững hơn. Du lịch là một trong những ngành chủ lực của nền kinh tế của mỗi quốc gia. Nó cũng là ngành chịu ảnh hưởng nặng nề từ những đánh giá của khách hàng. Tuy nhiên, những nghiên cứu về quản trị chuỗi cung ứng trong ngành du lịch còn rất hạn chế. Phạm vi của bài viết cung cấp một số kiến thức nền tảng về chuỗi cung ứng du lịch, mối quan hệ giữa đặc điểm ngành du lịch và các nội dung của quản trị chuỗi cung ứng ngành du lịch. Bài viết cũng trình bày những thách thức mà quản trị chuỗi cung ứng du lịch phải đối mặt trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: du lịch, quản trị chuỗi cung ứng.

ABSTRACT

About 10 years ago, the phrase “Supply Chains” or “Supply Chain Management” was rarely found in the stories of executives. They only use the term “logistics” or “transportation” to describe the flow of goods or services. Nowadays, CEOs around the world have put the supply chain management element at the top. As the competitive market is increasingly fierce, this factor has a great impact on market dominance and customer trust. Good supply chain management not only makes the companies achieve high profits, but also help them out striping competitors in the same industry and growing more sustainably. The tourism industry is one of the important sectors in the economy of each country. It is also heavily influenced by the assessments from customers. However, there is a limited number of research on supply chain management in tourism. The scope of the article provides some foundation knowledge of the tourism supply chain, the

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

relations between characteristic of tourism and TSCM participants. The paper also presented the challenges that tourism supply chain faces in the industrial revolution 4.0.

Keywords: *tourism, supply chain management.*

1. GIỚI THIỆU

Trong những năm gần đây, thế giới đã chứng kiến một sự bùng nổ của hoạt động du lịch trên toàn cầu. Du lịch đã trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia và kinh tế du lịch đã góp phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế thế giới.

Thực tế hoạt động du lịch đã xuất hiện từ lâu trong lịch sử loài người. Trong thời kỳ cổ đại Ai Cập và Hy Lạp, hoạt động du lịch mang tính tự phát, đó là các cuộc hành hương về đất thánh, các thánh địa, chùa chiền, các nhà thờ Kitô giáo. Tới thế kỷ thứ XVII, khi các cuộc chiến tranh kết thúc thời kỳ phục hưng ở các nước châu Âu bắt đầu, kinh tế xã hội phát triển nhanh, thông tin, bưu điện cũng như giao thông vận tải phát triển và thúc đẩy cho lịch sử phát triển mạnh mẽ.

Nhưng du lịch chỉ thực sự phổ biến cuối thế kỷ XIX và bùng nổ vào thập kỷ 60 cuối thế kỷ XX này khi cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lần thứ hai đem lại những thành quả vô cùng to lớn về kinh tế xã hội. Con người sống trong không gian với “bê tông”, “máy tính”, tác phong công nghiệp đã quá mệt mỏi họ nảy sinh nhu cầu trở về với thiên nhiên, về với cội nguồn văn minh nông nghiệp hay chỉ đơn giản để nghỉ ngơi sau một thời gian lao động.

Như vậy, du lịch đã trở thành một hiện tượng quen thuộc trong đời sống con người và ngày càng phát triển phong phú cả về chiều rộng và chiều sâu. Tuy nhiên, khái niệm “du lịch” được hiểu rất khác nhau tại các quốc gia khác nhau và từ nhiều góc độ khác nhau.

Theo Luật Du lịch Việt Nam: “Du lịch là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định”.

Du lịch có vai trò rất quan trọng trong sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của một quốc gia, đã trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng của nhiều nước công nghiệp phát triển. Mạng lưới du lịch đã được thiết lập ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Các lợi ích kinh tế mang lại từ du lịch là điều không thể phủ nhận, thông qua việc tiêu dùng của du khách đối với các sản phẩm của du lịch. Nhu cầu của du khách bên cạnh việc tiêu dùng các hàng hóa thông thường còn có những nhu cầu tiêu dùng đặc biệt: nhu cầu nâng cao kiến thức, học hỏi, văn cảnh, chữa bệnh, nghỉ ngơi, thư giãn,...

Trên bình diện chung, hoạt động du lịch có tác dụng làm biến đổi cán cân thu chi của đất nước. Du khách quốc tế mang ngoại tệ vào đất nước có địa điểm du lịch, làm tăng thêm nguồn thu ngoại tệ của đất nước đó. Ngược lại, phần chi ngoại tệ sẽ tăng lên đối với

những quốc gia có nhiều người đi du lịch ở nước ngoài. Trong phạm vi một quốc gia, hoạt động du lịch làm xáo trộn hoạt động luân chuyển tiền tệ, hàng hóa, điều hòa nguồn vốn từ vùng kinh tế phát triển sang vùng kinh tế kém phát triển hơn, kích thích sự tăng trưởng kinh tế ở các vùng sâu, vùng xa...

Một lợi ích khác mà ngành du lịch đem lại là góp phần giải quyết vấn đề việc làm. Bởi các ngành dịch vụ liên quan đến du lịch đều cần một lượng lớn lao động. Du lịch đã tạo ra nguồn thu nhập cho người lao động, giải quyết các vấn đề xã hội.

2. QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG NGÀNH DU LỊCH

2.1. Tổng quan về quản trị chuỗi cung ứng

Thuật ngữ “quản lý chuỗi cung ứng” xuất hiện cuối những năm 1980 và trở nên phổ biến trong những năm 1990. Có nhiều định nghĩa khác nhau về chuỗi cung ứng như:

- “*Chuỗi cung ứng bao gồm mọi công đoạn có liên quan, trực tiếp hay gián tiếp, đến việc đáp ứng nhu cầu khách hàng. Chuỗi cung ứng không chỉ gồm nhà sản xuất và nhà cung cấp, mà còn nhà vận chuyển, kho, người bán lẻ và bản thân khách hàng*” - “Supplychain management: strategy, planing and operation” của Chopra Sunil và Pter Meindl, (2001, Upper Saddle Riverm NI: Prentice Hall c.1)

- “*Chuỗi cung ứng là một mạng lưới các lựa chọn sản xuất và phân phối nhằm thực hiện các chức năng thu mua nguyên liệu, chuyển đổi nguyên liệu thành bán thành phẩm và thành phẩm, và phân phối chúng cho khách hàng*” - “An introduction to supply chain management” Ganesham, Ran and Terry P.Harrison, 1995.

Từ những khái niệm trên, ta có thể hiểu chuỗi cung ứng như sau:

“*Chuỗi cung ứng là một hệ thống các tổ chức, con người, công nghệ, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan đến việc di chuyển một sản phẩm hoặc dịch vụ từ nhà cung cấp đến khách hàng. Các hoạt động của chuỗi cung ứng biến đổi nguồn tài nguyên thiên nhiên, nguyên vật liệu và bán thành phẩm thành sản phẩm hoàn chỉnh được giao cho khách hàng cuối cùng*”.

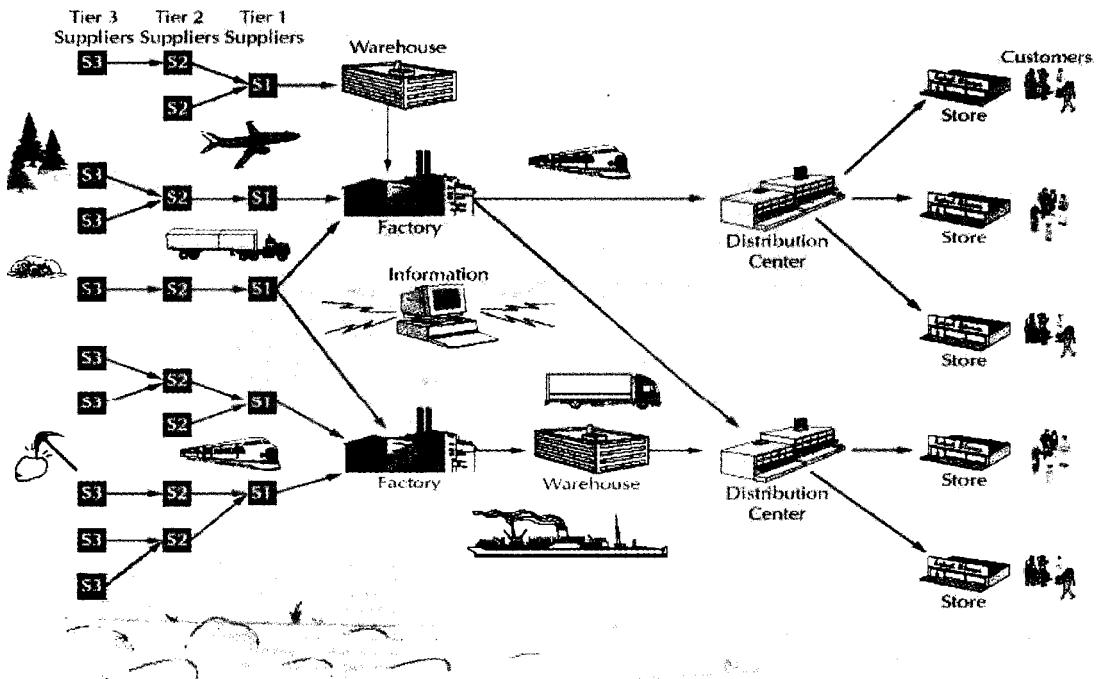
“*Quản trị chuỗi cung ứng là quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu lực, hiệu quả hoạt động vận chuyển, lưu trữ hàng hóa, dịch vụ và những thông tin có liên quan từ điểm đầu đến điểm tiêu thụ cuối cùng với mục đích thỏa mãn nhu cầu của khách hàng*”.

Một dây chuyền cung ứng sản xuất bao gồm tối thiểu ba yếu tố: nhà cung cấp, bản thân đơn vị sản xuất và khách hàng:

- Nhà cung cấp: là các công ty bán sản phẩm, dịch vụ.

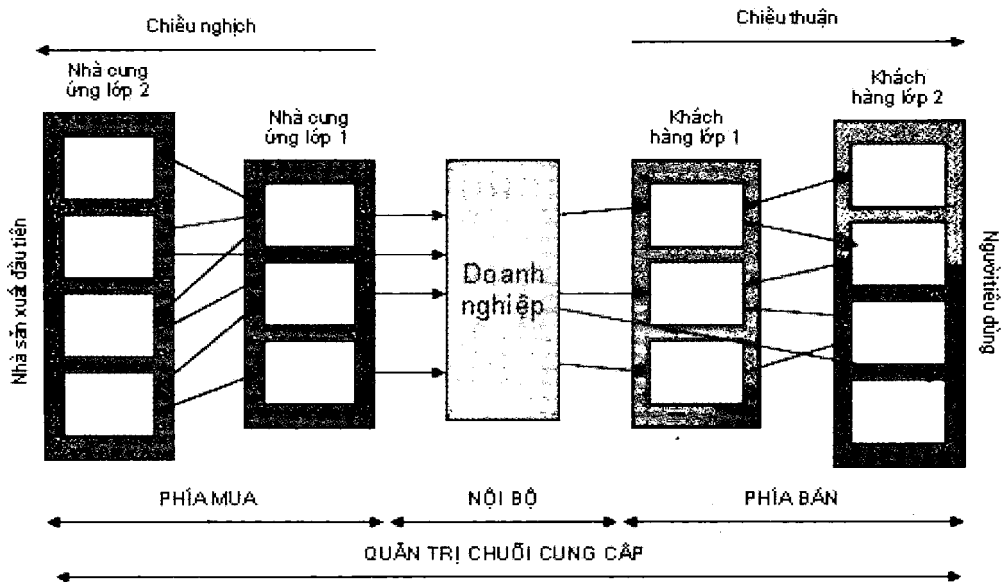
- Đơn vị sản xuất: là nơi sử dụng nguyên liệu, dịch vụ đầu vào và áp dụng các quá trình sản xuất để tạo ra sản phẩm cuối cùng.

- Khách hàng: là người sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất.



Hình 1: Quản trị chuỗi cung ứng

Nguồn: Internet



Hình 2: Cấu trúc của chuỗi cung ứng

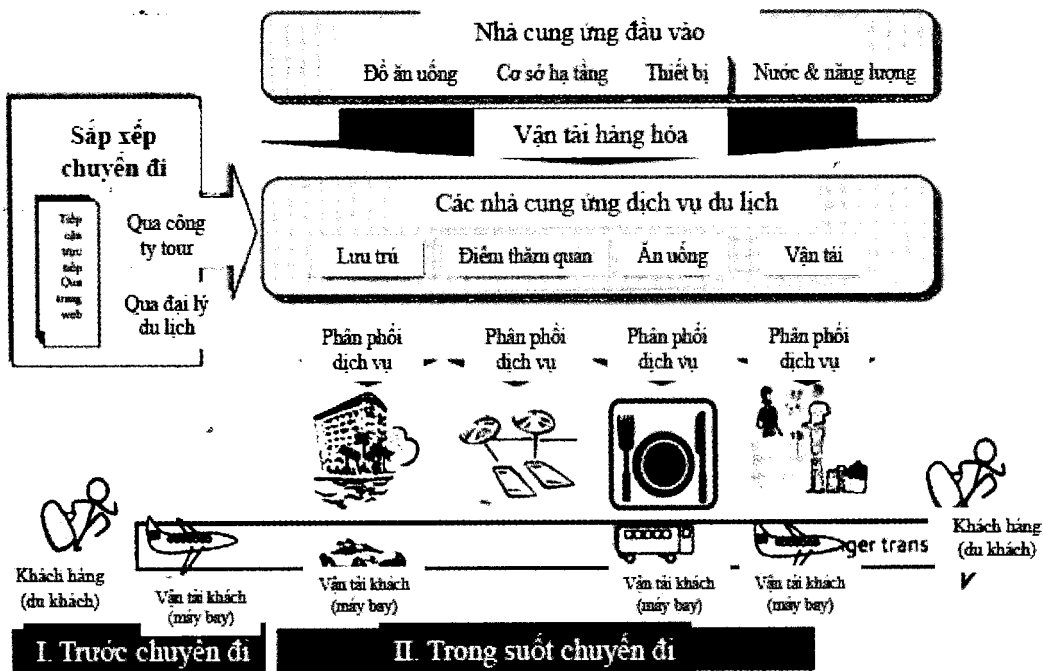
Nguồn: Lương Thị Hoa, Bài giảng Quản trị Logistics, Học viện Hàng không

2. Chuỗi cung ứng du lịch

Trong khi du lịch được xem là ngành trọng điểm trong nền kinh tế của các quốc gia cũng như kinh tế toàn cầu, thì quản trị chuỗi cung ứng cũng trở thành một phần quan trọng trong quản lý kinh doanh. Tuy nhiên số lượng các bài nghiên cứu và quản trị chuỗi cung ứng ngành du lịch vẫn còn rất hạn chế. Phần lớn các nghiên cứu về quản trị chuỗi cung ứng tập trung vào lĩnh vực sản xuất.

Theo Porter (1980), mỗi ngành công nghiệp có một cấu trúc, hoặc các đặc điểm kinh tế và kỹ thuật cơ bản làm tăng tính hoạt động và tính cạnh tranh của nó. Nghĩa là, mỗi chuỗi cung ứng thay đổi tùy thuộc vào loại sản phẩm được cung cấp. Do đó, xác định các đặc điểm của ngành du lịch và các sản phẩm của nó là rất quan trọng trong việc mô tả một chuỗi cung ứng du lịch. Có thể định nghĩa chuỗi cung ứng du lịch như sau:

“Một chuỗi cung ứng du lịch là một mạng lưới các tổ chức du lịch tham gia vào các hoạt động khác nhau, từ cung cấp các thành phần khác nhau của các sản phẩm/dịch vụ du lịch như các chuyến bay và chỗ ở cho đến việc phân phối và tiếp thị sản phẩm du lịch cuối cùng tại một điểm đến cụ thể, và có sự tham gia của nhiều cá nhân hoặc tổ chức trong cả lĩnh vực tư nhân và công cộng”.



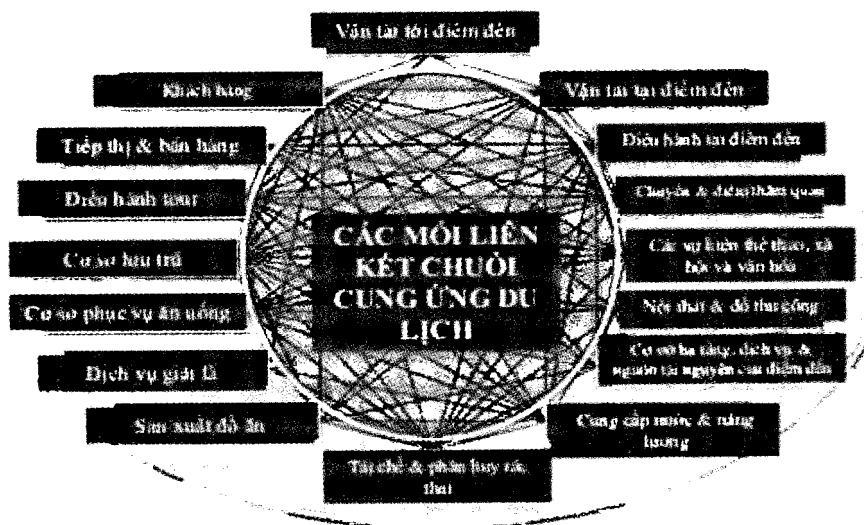
Hình 3: Chuỗi cung ứng du lịch

Nguồn: Internet

Các chuỗi cung ứng du lịch bao gồm nhiều thành phần - không chỉ là chỗ ở, đi lại và đi dạo mà còn cả các quán bar, nhà hàng, thủ công mỹ nghệ, sản xuất thực phẩm, xử lý chất thải và cơ sở hạ tầng hỗ trợ du lịch tại các điểm đến. Tất cả đều là một phần của sản

phẩm kỳ nghỉ mà du khách mong đợi dù nhà cung cấp dịch vụ du lịch có ký hợp đồng trực tiếp với nhà cung cấp hay không (Hình 3). Không một nhà khai thác du lịch nào cung cấp dịch vụ vận chuyển 1 sao để đưa khách hàng đến khách sạn 5 sao cả. Sự bền vững của kỳ nghỉ, như chất lượng, phụ thuộc vào hiệu suất tại tất cả các liên kết trong chuỗi cung ứng du lịch.

Một khía cạnh khác của chuỗi cung ứng du lịch là các hoạt động của khách hàng trong khi đi nghỉ. Các nhà khai thác du lịch đang tiếp thị toàn bộ trải nghiệm trong kỳ nghỉ cho khách hàng, bao gồm cơ hội để trải nghiệm các sản phẩm và dịch vụ của địa phương. Các nhà khai thác du lịch có thể đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp những lời khuyên phù hợp cho khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ địa phương và đảm bảo rằng các nhà sản xuất và các nhà cung cấp dịch vụ địa phương có thể tiếp cận với khách du lịch trên cơ sở công bằng.



Hình 4: Các mối liên kết trong chuỗi cung ứng du lịch

Nguồn: Richard Tapper, Xavier Font, *Tourism Supply Chain*, Leeds Metropolitan University and Environment Business & Development Group, 2004

2.3. Quản trị chuỗi cung ứng du lịch

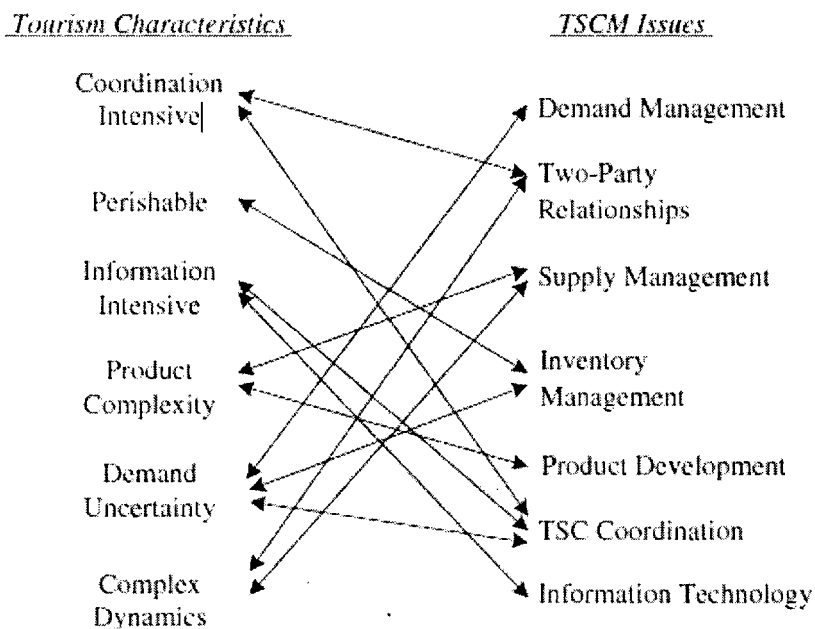
Quản trị chuỗi cung ứng trong bất kỳ lĩnh vực nào, kể cả du lịch, bao gồm tất cả các phần của “vòng đời sản phẩm”: nguyên liệu, chế biến, sản xuất, phân phối, bán lẻ, khách hàng và xử lý cuối cùng.

Nhìn chung, tính bền vững của một sản phẩm du lịch, phụ thuộc vào các vấn đề bao gồm môi trường và điều kiện làm việc tại các quốc gia là điểm đến; an toàn, bao gồm cả sự an toàn của khách hàng và nhân viên trong việc cung cấp tất cả các khía cạnh của một sản phẩm du lịch; sử dụng và thải bỏ tài nguyên, bao gồm việc xử lý, tái sử dụng và tái chế các chất thải, và các biện pháp để tăng hiệu quả sử dụng tài nguyên.

Để quản trị chuỗi cung ứng du lịch thành công, cần nắm rõ những đặc điểm của sản phẩm du lịch và ngành du lịch. Các nhà nghiên cứu đã chỉ ra một số đặc điểm của du lịch như sau:

- Du lịch là một ngành công nghiệp điều phối nhiều sản phẩm/dịch vụ khác nhau (giao thông vận tải, chỗ ở,...) được nhóm lại với nhau để tạo thành sản phẩm du lịch cuối cùng.
- Các dịch vụ của sản phẩm du lịch không thể lưu trữ để sử dụng trong tương lai.
- Ngành du lịch là một ngành công nghiệp rất nhiều thông tin, hoặc dựa vào thông tin về các sản phẩm du lịch thường không thể kiểm tra được trước khi khách du lịch mua hàng, điều này có nghĩa là việc bán các sản phẩm du lịch phụ thuộc rất nhiều vào việc trình bày và diễn giải các sản phẩm.
- Các sản phẩm du lịch có tính chất phức tạp, bao gồm nhiều thành phần dịch vụ khác nhau như chỗ ở, giao thông, tham quan, ăn uống và mua sắm.
- Ngành du lịch thường phải đối mặt với sự không chắc chắn về nhu cầu du lịch cao của khách hàng và sự cạnh tranh gay gắt giữa các nhà cung cấp dịch vụ.

Dựa trên các đặc điểm của ngành du lịch, các vấn đề quản trị chuỗi cung ứng du lịch đã được chốt được xác định: quản lý nhu cầu, quan hệ hai bên, quản lý nguồn cung, quản lý tồn kho, phát triển sản phẩm, điều phối TSC và công nghệ thông tin (Hình 5).



Hình 5: Đặc điểm của ngành du lịch và các nội dung quản trị chuỗi cung ứng

Nguồn: Xinyan Zhang, Haiyan Song, George Q. Huang, *Tourism supply chain management: A new research agenda*, Tourism Management, 2009

2.4. Quản trị chuỗi cung ứng du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang trong giai đoạn khởi phát và sẽ tác động đến mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, mở ra nhiều cơ hội phát triển cho Việt Nam vì nó không chỉ nhằm vào công nghiệp, nó nhằm vào công nghệ số, đem những thành tựu vượt bậc của công nghệ số tới mọi lĩnh vực, trong đó có du lịch.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã làm thay đổi thói quen du lịch của khách hàng. Nếu như trước đây, một người muốn đi du lịch gặp khó khăn trong việc tìm hiểu về một gói sản phẩm du lịch thì ngày nay, anh ta có thể dễ dàng thu thập thông tin bằng cách tra cứu trên mạng, xem xét kinh nghiệm của những người đã trải nghiệm sản phẩm đó... Ngoài ra, khách hàng cũng tiết kiệm được nhiều thời gian và chi phí hơn trong việc đặt chỗ, thanh toán thông qua các ứng dụng trực tuyến. Một vấn đề khác cũng cần được đề cập đến, đó là cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra sự kết nối giữa mọi người với nhau, bất kể họ đang ở quốc gia nào. Nhờ các phần mềm như viber, zalo..., cho phép mọi người tương tác ngay tức thì, không có sự chậm trễ, vì vậy khách hàng khi đi du lịch ở nước ngoài vẫn có thể giữ được liên lạc thường xuyên với gia đình, người thân, giải quyết công việc.

Như đã đề cập ở phần trước, chuỗi cung ứng du lịch bao gồm nhiều thành phần khác nhau, do đó cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cũng tác động đến các thành phần đó, đưa đến nhiều cơ hội cũng như thách thức cho ngành du lịch, như:

- Các nhà khai thác du lịch có thể nâng cao hiệu quả quảng cáo sản phẩm du lịch của mình thông qua việc cung cấp cho khách hàng những thông tin cần thiết về phong tục, văn hóa tại các điểm đến; danh sách nhà nghỉ, khách sạn, nhà hàng,... đáng tin cậy.

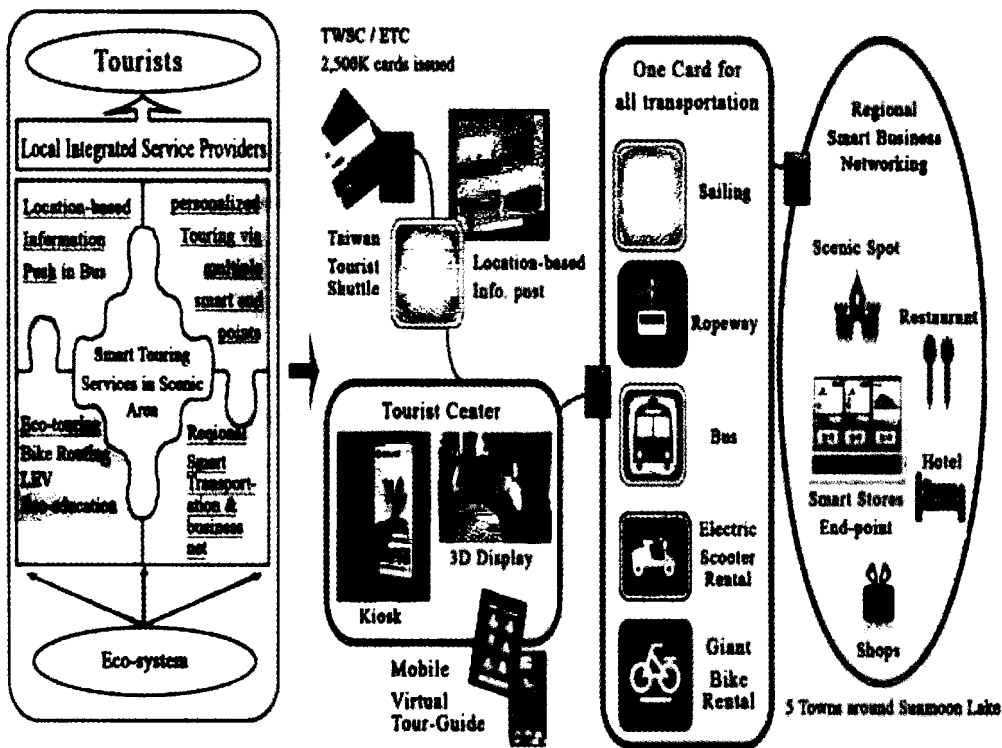
- Thông qua các trang mạng xã hội, các ứng dụng trên điện thoại, khách hàng có thể đưa ra những nhận xét ngay lập tức về một sản phẩm du lịch mà họ đang và đã sử dụng. Các nhà khai thác du lịch cần có những biện pháp thích hợp để có thể thu thập được những phản hồi đó một cách nhanh chóng và chính xác nhất.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 làm cho con người ngày nay không thể tách rời mạng Internet, do đó các nhà khai thác du lịch cần phủ sóng wifi ở gần như các điểm đến cụ thể, thậm chí ngay cả trên đường, trên các phương tiện giao thông và các trạm chờ.

Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các nhà khai thác du lịch bắt đầu chuyển đổi mô hình quản trị chuỗi cung ứng của mình theo hướng “Du lịch thông minh” (Smart Tourism) dựa trên cơ sở phát triển của “Mạng lưới vạn vật kết nối Internet” (Internet of Things - IoT).

Việc sử dụng công nghệ đã giúp ích cho cả ngành du lịch lẫn khách du lịch. Ngày nay, việc đặt một kỳ nghỉ trực tuyến đã trở nên dễ dàng hơn. Tương tự như vậy, rất thuận lợi cho các khách sạn và các hãng hàng không hoạt động kinh doanh trực tuyến vì nó có

một cách tiếp cận rộng hơn. Internet đã thay đổi hoàn toàn các mô hình kinh doanh thông thường và mọi người đang thích nghi với nó. Công nghệ cũng giúp cho ngành du lịch cũng như du khách tiết kiệm được thời gian cũng như giảm được các thủ tục trong quá trình du lịch. Ví dụ như mô hình sử dụng thẻ du lịch: Thẻ du lịch được cấp cho khách du lịch dựa trên gói sản phẩm mà họ mua. Du khách có thể được sử dụng thẻ này để truy cập vào tất cả các phương tiện vận chuyển, các cửa hàng mua sắm khác nhau... Các kiosk và bàn trợ giúp tương tác được lắp đặt để hỗ trợ khách du lịch (Hình 6).



Hình 6: Ý tưởng về du lịch thông minh

Nguồn: Karandeep Kaur, Rajdeep Kaur, *Internet of Things to promote Tourism: An insight into Smart Tourism*, International Journal of Recent Trends in Engineering & Research, 2016

Vấn đề đặt ra cho các nhà quản trị du lịch là phải thay đổi chuỗi cung ứng du lịch sao cho phù hợp với mô hình “du lịch thông minh”. Ngoài việc đầu tư cho hệ thống công nghệ thông tin, họ còn phải thiết lập được sự liên kết của tất cả các thành phần tham gia vào chuỗi cung ứng thông qua mạng lưới Internet. Đồng thời, cũng cần đào tạo một nguồn nhân lực có chất lượng cao.

KẾT LUẬN

Cũng như các ngành khác, ngành du lịch cũng chịu tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Để bắt kịp được xu hướng của thời đại, đồng thời để thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng, các nhà quản trị du lịch cần phải thay đổi chuỗi cung ứng du lịch theo

hướng hiện đại hóa và minh bạch hóa. Các thông tin về các nhà cung cấp dịch vụ du lịch cần công khai và cập nhật thường xuyên như xuất xứ nguồn gốc thực phẩm, bảng giá các dịch vụ như ăn uống, giải trí,... Bên cạnh đó, các nhà quản trị du lịch cũng cần xem xét đến việc hợp tác giữa những chuỗi cung ứng du lịch với nhau nhằm tối đa hóa sự hài lòng của khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đoàn Thị Hồng Vân, *Quản trị cung ứng*, Trường Đại học Kinh tế TP HCM
- [2] Lương Thị Hoa, *Bài giảng Quản trị Logistics*, Học viện Hàng không
- [3] Binus University, *Tourism Supply*, 2007
- [4] Richard Tapper, Xavier Font, *Tourism Supply Chain*, Leeds Metropolitan University and Environment Business & Development Group, 2004
- [5] Xinyan Zhang, Haiyan Song, George Q. Huang, *Tourism supply chain management: A new research agenda*, Tourism Management, 2009
- [6] Milosav Đorđević, *Supply Chain Management in Tourism*, 4th International Quality Conference, 2010
- [7] Christine Koblun, *The Influence of Culture in Tourism Supply Chain Management*, 2011
- [8] Karandeep Kaur, Rajdeep Kaur, *Internet of Things to promote Tourism: An insight into Smart Tourism*, International Journal of Recent Trends in Engineering & Research, 2016
- [9] Website: <http://piboonrunroj.files.wordpress.com/2011/07/slide03.jpg>
- [10] Website: www.technofunc.com
- [11] Website: <https://voer.edu.vn>