NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH DU LỊCH THỰC TẾ ẢO TRONG THỜI KỲ DỊCH BỆNH COVID – 19 TẠI VIỆT NAM

Đinh Thị Tuyết, Nguyễn Thị Thu Thủy, Đỗ Văn Phúc, Trần Việt Hoàng, Nguyễn Thị Thanh Nhân

Đại học Quốc gia Hà Nội

Preprint DOI : <https://osf.io/dbk5a/>

Khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) diễn ra, quá trình này đã bổ sung cho nhân loại nhiều công nghệ mới tân tiến, tác động tích cực đến các khía cạnh của kinh tế, xã hội. Riêng đối với ngành Du lịch, những xu hướng mới như du lịch thực tế ảo, du lịch thông minh cũng được biết đến với sự đóng góp chủ chốt của công nghệ. Các quốc gia phát triển mạnh mẽ về du lịch trong khu vực như Thái Lan, Singapore cũng đã ban hành nhiều chính sách trong việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào việc phát triển du lịch. Thực tế đã chứng minh được tính hiệu quả mà nó mang lại cho các dự án, các địa phương. Thu hút du khách tới các địa điểm du lịch, du tích thắng cảnh của các địa phương (Srifar, 2018).

Công nghệ thực tế ảo (Virtual Reality) – tương lai của ngành công nghiệp không khói là du lịch nhờ vào công nghệ VR, một khái niệm hoàn toàn mới đã được định hình đó là “ Du lịch thực tế ảo” . Du lịch thực tế ảo ra đời dựa trên nền tảng công nghệ không gian 3D số hóa hiện đại, là một kết quả tất yếu nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách trên khắp thế giới. Bước đầu của du lịch thực tế ảo đó chính là công việc số hóa không gian thực, thông qua những thiết bị chuyên dụng, chúng ta có thể scan tất cả các không gian từ khu du lịch, bảo tàng, khách sạn, resort, điểm vui chơi giải trí,... Với độ chính xác của tất cả các vật thể, môi trường thu thập được lên đến 100% so với không gian thực tế (sai số có thể là 1 %).

Sau khi thực hiện bước số hóa, dữ liệu thu thập sẽ được xử lý và đưa lên môi trường 3D thực tế ảo. Người du lịch từ khắp nơi trên thế giới từ đây có thể trải nghiệm không gian được số hóa, dữ liệu thu thập sẽ được xử lý và đưa lên môi trường 3D thực tế ảo. Người du lịch từ khắp nơi trên thế giới từ đây

có thể trải nghiệm không gian được số hóa bằng thiết bị 3D sống động như kính VR, hoặc màn hình hiện thị 2D thông thường như trên điện thoại, máy tính, ipad,... Thực tế ảo là cho phép trải nghiệm chìm đắm, thậm chí có thể đi lại, tương tác trực tiếp vào không gian đó sẽ phát huy tối đa sự hứng thú, tạo nên sự ấn tượng, thêm khát đến một địa điểm nào đó mà họ chưa có điều kiện đến hoặc đang trong quá trình tham khảo (Disztinger et al., 2017).

Sự xuất hiện của dịch bệnh COVID – 19 đã thay đổi toàn bộ hành vi của phần lớn mọi người. Các ngành kinh doanh đang phải đối mặt với các nguy cơ suy thoái dòng vốn, không ít những công ty có thâm niên lâu đời buộc phải chia tay thị trường kinh doanh bởi vì dịch bệnh này. Mọi người được khuyến cáo không nên đi du lịch và hạn chế tập trung nơi đông người, dẫn đến ngành kinh doanh chiếm tỷ trọng đóng góp GDP cao là dịch vụ du lịch đang gặp vấn đề lớn. Lượng khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam du lịch tăng lên hàng năm thì bỗng tụt dốc vì dân cách xã hội do dịch bệnh gây ra trong năm 2020 (La et al., 2020). Vì lý do đó, đây là lúc mà khách hàng nước ngoài có thể sử dụng và trải nghiệm các địa điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam thông qua công nghệ thực tế ảo (Thuy, Nhan, et al., 2021).

Mới đây, lần đầu tiên tour du lịch ảo khám phá Mộc Châu tại Tây Bắc đã được thực hiện, mang đến cho du khách những trải nghiệm như thật với những địa danh đã số hóa trong môi trường 3D như thác Dải Yếm, rừng thôn bản Áng... Hay tour thực tế ảo tham quan hang Sơn Đòong (Quảng Ninh) đưa du khách đi xuyên qua những hang động với hình ảnh 360 độ sắc nét và hệ thống âm thanh gắn liền với các cảnh quan. Sản phẩm này đã được trang báo nổi tiếng The Guardian (Anh) đánh giá nằm trong top 10 tour thực tế ảo đáng tham quan nhất thế giới qua màn ảnh (Nguyen, 2020).

Vậy giữa du lịch thực tế và du lịch thực tế ảo có những điểm chung và điểm khác nhau nào? Liệu rằng du lịch thực tế ảo có thực sự thay thế được cho du lịch thực tế không? Thực tế cho thấy rằng, Du lịch thực tế ảo (Virtuak Tours) chính là “bản sao” hoàn hảo nhất cho du lịch thực tế (Travel Tours). Cả hai loại hình này đều đưa khách hàng đến không gian mà họ mong muốn một cách chân thực và sống động nhất, kích thích đầy đủ các giác quan của người tiêu dùng nhằm tối ưu hóa cảm xúc mà người sử dụng dịch vụ mong muốn nhận được. Bên cạnh đó, Du lịch ảo và du lịch còn đều là những dịch vụ nhằm mang đến sự giải trí cho khách hàng (Thuy, Hoang, et al., 2021). Sau những ngày làm việc mệt mỏi, bận rộn với công việc, mỗi người có thể lựa chọn cho mình một phương thức khác nhau để giải tỏa những căng thẳng của cuộc sống (Linh, 2021).

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích giống nhau mà nó mang lại thì còn một số khác biệt về thời gian, chi phí,...giữa du lịch thực tế và du lịch thực tế ảo. Trước tiên về mặt thời gian, nếu như du lịch thực tế khách hàng thường phải tiêu tốn thời gian để sắp xếp lịch trình một cách tỉ mỉ, lên lịch tham quan, tạm gác lại những công việc của bản thân trong một thời gian để tận hưởng được những khoảnh khắc thư giãn tại các địa điểm du lịch mà họ đến. Điều đó phần nào làm cản trở tâm lý của người tiêu dùng muốn đi du lịch vì nó tốn quá nhiều thời gian. Còn đối với du lịch thực tế ảo, người dùng có thể tận dụng những khoảng thời gian rảnh rỗi trong lịch trình làm việc của mình để tranh thủ thư giãn, giảm tối thiểu stress ở không gian sống động, chân thực mà khách hàng mong muốn (Anh, 2021).

Thứ hai, là sự khác biệt về chi phí cho mỗi loại hình du lịch thực tế và thực tế ảo. Để tận hưởng một chuyến du lịch, khách hàng phải bỏ ra số tiền lên đến hàng triệu đồng thậm chí hàng trăm triệu đồng cho một địa điểm ưa thích. Nhưng với “tắm visa” công nghệ VR, người dùng có thể đặt chân đến bất cứ nơi đâu họ muốn. Đặc biệt là không tốn quá nhiều chi phí cho mỗi lần trải nghiệm như vậy vì họ có thể ngồi tại căn phòng của gia đình mình để tận hưởng nó.

Cuối cùng phải kể đến sự khác biệt về công sức mà khách hàng phải bỏ ra. Đối với du lịch thực tế, người tham gia phải bỏ ra nhiều công sức để tính toán các vấn đề xoay quanh chuyến du lịch như: bị bệnh tim thì có thể leo núi không?; mức độ dịch bệnh ở nơi họ đang đến như nào,...Thay vào đó với du lịch thực tế ảo không đòi hỏi quá nhiều công sức mà người tiêu dùng bỏ ra. Người dùng có thể ngồi tại nhà và sử dụng các thiết bị nền tảng VR là có thể tham quan bất kỳ nơi đâu mà không cần quan tâm đến các yếu tố bên ngoài như mưa, nắng, dịch bệnh,...(Toandung, 2021).

Điều mà làm nên sự thành công cũng như độ nổi của mô hình du lịch mới mẻ này chính là những ưu điểm của nó mang lại. Thứ nhất sử dụng công nghệ thực tế ảo trong ngành du lịch giúp tiết kiệm khá nhiều chi phí.. Công nghệ thực tế ảo trong ngành du lịch là việc sử dụng thực tế ảo (Virtual Reality) để mô phỏng không gian giống hệt bên ngoài. Thực tế ảo vừa tác động đến thị giác thậm chí còn có thể tác động đến các giác quan như thính giác, xúc giác khiến trải nghiệm như thật mà không mất các khoản chi phí di chuyển. Số tiền giảm được có khi lên tới 90% so với chi phí thông thường.

Thứ hai là du lịch thực tế ảo mang lại trải nghiệm an toàn. Tất cả những lo lắng về sức khỏe, rủi ro,... đều có thể được giải quyết khi bạn sử dụng công nghệ thực tế ảo. Người dùng sẽ ở trong một không gian an toàn, ngắm nhìn cảnh vật nhờ công nghệ thực tế ảo (VR) mà không cần lo đến những rủi ro xảy ra. Nếu như bạn muốn đến tận nơi để có được những trải nghiệm du lịch cá nhân bạn cũng có thể chọn thực tế ảo để thử trải nghiệm trước khi đích thân tới đó. Sử dụng công nghệ thực tế ảo trong ngành du

lịch bạn có thể chủ động quan sát mọi khung cảnh với kích thước và hình dáng , màu sắc thật 100% sẽ không có chuyện bạn phải thất vọng với nơi mình đến hay cảm thấy bị các chiêu trò pr lừa gạt(BBT, 2021).

Chúng ta không thể phủ nhận rằng công nghệ hiện đại là một phát triển vượt bậc của xã hội mang lại những điều tốt đẹp cho con người. Tuy nhiên khôn phải lúc nào công nghệ hiện đại cũng tốt, du lịch thực tế ảo chỉ là biện pháp tạm thời nó không thể thay thế hoàn toàn được cho du lịch truyền thống, nếu con người chú trọng lựa chọn việc du lịch thực tế ảo thì những doanh nghiệp du lịch và những khu lưu trú du lịch sẽ bị ảnh hưởng đáng kể, làm giảm doanh thu lẫn số lượng khách tham quan.

Ngoài ra, việc sử dụng công nghệ thực tế ảo để đi du lịch trong một khoảng thời gian liên tục tác động không tốt đến sức khỏe con người, gây ra các chứng như : đau đầu, mất mớ , buồn nôn,... Tuy nhiên, tác động đến sức khỏe con người của VR vẫn chưa thực sự được làm rõ, có những tác dụng phụ được cho là tạm thời nhưng tác động lâu dài thì chưa có nhiều nghiên cứu và hầu hết còn rất khan hiếm. Các công ty nghiên cứu và sản xuất thiết bị thực tế ảo cũng rất lưu tâm đến vấn đề này, họ thường đưa ra các cảnh báo cho người dùng để hạn chế gặp phải những rắc rối về tâm lý (CHITK, 2021). Việt Nam là một quốc gia có tiềm năng về du lịch rất lớn. Tuy nhiên do ảnh hưởng của dịch bệnh COVID – 19 đã dập tắt mọi kì vọng về ngành.

Việt Nam được biết đến là một đất nước có tiềm năng về du lịch là rất lớn. Tuy nhiên, mọi kỳ vọng về một ngành du lịch tăng trưởng vượt bậc của Việt Nam đã bị dập tắt bởi đại dịch COVID – 19 (La et al., 2020; Thuy, Nhan, et al., 2021). Vậy chúng ta cần làm gì để có thể duy trì phát triển tốt tiềm năng đó, khôi phục những thiệt hại khó khăn do đại dịch này gây ra ? Ngành du lịch cần tăng cường quảng bá điểm đến du lịch an toàn, giới thiệu chương trình du lịch giá rẻ , thu hút khách nội địa và phát huy vai trò của chương trình “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam”. Vì vậy, việc ứng dụng công nghệ chuyên nghiệp như VR (Virtual Reality) được xem là vô cùng cấp thiết với ngành du lịch. Trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0 như hiện nay, đặc biệt hơn là còn ảnh hưởng bởi đại dịch Covid 19, Việt Nam không thể đứng ngoài cuộc đua phát triển mô hình du lịch thực tế ảo, cần dành sự nghiên cứu, đầu tư mạnh mẽ cho nó (Thuy, Nhan, et al., 2021).

Ngoài ra, du lịch Việt Nam cần việc phát triển song song du lịch thực tế ảo với du lịch thực tế bởi khả năng mở rộng phân khúc khách hàng. Tăng cường phát động các chương trình, hội thảo nhằm giới thiệu những nổi bật về mô hình du lịch thực tế ảo này mang lại trong mùa đại dịch dịch này đến được với các du khách nhiều hơn. Các doanh nghiệp du lịch cũng cần nỗ lực thay đổi hết mình, hợp tác với các

công ty phát triển công nghệ hiện đại trong và nước ngoài để đi đầu ứng dụng, tạo lợi thế cạnh tranh trong cuộc đua công nghệ VR.

Bên cạnh đó, cơ quan chức năng, quản lý nhà nước về du lịch cần giữ vai trò là đầu tàu kết nối để tạo điều kiện, khuyến khích các đơn vị nhanh chóng số hóa dữ liệu các điểm đến, từ đó đồng bộ hóa để tìm hướng khai thác hiệu quả nguồn dữ liệu khổng lồ này với công nghệ VR. Thêm vào đó điều quan trọng là vai trò quảng bá văn hóa dân tộc (Q.-H. Vuong, 2021; Q.-H. Vuong et al., 2019; Q. H. Vuong et al., 2018), văn hóa môi trường (Khuç, 2021; Q. Vuong, 2020; Q. H. Vuong, 2021; Q. H. Vuong et al., 2021) cho người dân của hình thức du lịch này cần đặc biệt quan tâm và đẩy mạnh. Điều này đòi hỏi sự đầu tư về cả thời gian, nhân lực và vật lực, nhưng hứa hẹn sẽ tạo ra những cú huých mạnh mẽ để du lịch Việt Nam tăng tốc, bứt phá (Anh, 2021).

Tài liệu tham khảo

- Anh, V. (2021). *Cơ hội phát triển du lịch ảo*. Báo Nhân Dân. <https://nhandan.vn/tin-tuc-du-lich/co-hoi-phat-trien-du-lich-ao-637154/>
- BBT. (2021). Ưu điểm của công nghệ thực tế ảo trong ngành du lịch. *Virtual Tour 360*, techvr360. <https://techvr360.com/uu-diem-cua-cong-nghe-thuc-te-ao-trong-nganh-du-lich/>
- CHITK. (2021). *Thực tế ảo có tốt không*. <https://tourzy.vn/tin-tuc-chung/thuc-te-ao-co-tot-khong>
- Disztinger, P., Schlögl, S., & Groth, A. (2017). Technology acceptance of virtual reality for travel planning. In *Information and communication technologies in tourism 2017* (pp. 255–268). Springer.
- Khuç, Q. Van. (2021). Environmental culture thoughts to make a better world for our nature and children. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g5zex>
- La, V., Pham, T., Ho, M., Nguyen, M., Nguyen, K.-L. P., Voung, T.-T., Nguyen, T. H.-K., Tran, T., Khuç, V.-Q., Ho, M.-T., & Vuong, Q.-H. (2020). Policy response, social media and science journalism for the sustainability of the public health system amid COVID-19 outbreak: The Vietnam lessons. *Sustainability*, 12. <https://doi.org/10.3390/su12072931>
- Linh, K. (2021). *Du lịch thực tế ảo “lên ngôi” thời đại dịch*. Báo Quốc Tế. <https://baoquocte.vn/du-lich-thuc-te-ao-len-ngoi-thoi-dai-dich-141016.html>
- Nguyen, H. P. (2020). *Công nghệ thực tế ảo- Hướng phát triển mới trong lĩnh vực du lịch*. <https://baodantoc.vn/cong-nghe-thuc-te-ao-huong-phat-trien-moi-trong-linh-vuc-du-lich->

1607506951121.htm

- Srifar, D. (2018). *360 virtual reality travel media for elderly*.
- Thuy, N. T. T., Hoang, T. V., Tuyet, D. T., & Nhan, N. T. T. (2021). Đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với chất lượng dịch vụ tại resort cao cấp trong mùa dịch covid – 19 ở việt nam. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ybr4v>
- Thuy, N. T. T., Nhan, N. T. T., Hoang, T. V., & Phuc, D. Van. (2021). Tác động của dịch bệnh covid-19 đến ngành du lịch việt nam. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bjdek>
- Toandung. (2021). *Du Lịch Thực Tế Và Du Lịch Thực Tế Ảo Bạn Chọn Cái Nào?*
<https://vrtour.vn/traai-nghiem/du-lich-thuc-te-va-du-lich-thuc-te-ao-ban-chon-cai-nao.html>
- Vuong, Q.-H. (2021). Western monopoly of climate science is creating an eco-deficit culture. *Economy, Land & Climate Insight*, 1–9.
- Vuong, Q.-H., Bui, Q.-K., La, V.-P., Vuong, T.-T., Ho, M.-T., Nguyen, H.-K. T., Nguyen, H.-N., Nghiem, K.-C. P., & Ho, M.-T. (2019). Cultural evolution in Vietnam’s early 20th century: A Bayesian networks analysis of Hanoi Franco-Chinese house designs. *Social Sciences & Humanities Open*, 1(1), 100001. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2019.100001>
- Vuong, Q. (2020). From children’s literature to sustainability science, and young scientists for a more sustainable Earth. *Journal of Sustainability Education*, 24(December).
- Vuong, Q. H. (2021). The semiconducting principle of monetary and environmental values exchange. *Economics and Business Letters*, 10(3), 284–290. <https://doi.org/10.17811/eb1.10.3.2021.284-290>
- Vuong, Q. H., Bui, Q. K., La, V. P., Vuong, T. T., Nguyen, V. H. T., Ho, M. T., Nguyen, H. K. T., & Ho, M. T. (2018). Cultural additivity: behavioural insights from the interaction of Confucianism, Buddhism and Taoism in folktales. *Palgrave Communications*, 4(1).
<https://doi.org/10.1057/s41599-018-0189-2>
- Vuong, Q. H., Ho, M. T., Nguyen, M. H., Pham, T. H., Vuong, T. T., Khuc, Q., Ho, H. A., & La, V. P. (2021). On the environment-destructive probabilistic trends: A perceptual and behavioral study on video game players. *Technology in Society*, 65(January), 101530.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101530>