

Du lịch thông minh ở Nhật Bản hiện nay

Lưu Thị Thu Thủy^(*)

Tóm tắt: Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) là sự kết hợp tối ưu hệ thống những công nghệ tiên tiến triển khai vào sản xuất công nghiệp và dịch vụ. CMCN 4.0 đã tác động mạnh mẽ tới mọi ngành, mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, bao gồm cả du lịch. Do đó, phát triển du lịch thông minh hiện đang là xu thế tất yếu. Nhật Bản là một trong những nước đi tiên phong trong sử dụng công nghệ vào phát triển du lịch. Bài viết khái quát một số vấn đề của du lịch thông minh ở Nhật Bản hiện nay, trên cơ sở đó đề xuất một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Từ khóa: Du lịch thông minh, Ứng dụng công nghệ thông tin, Thành phố thông minh, Du lịch Nhật Bản

Abstract: The Fourth Industrial Revolution is the optimal combination of a system of advanced technologies applied in industrial production and services. It has a strong impact on every industry and socio-economic field, including tourism. Therefore, developing “smart tourism” is an inevitable trend today. Japan is one of the pioneer countries in applying technologies in tourism development. The article outlines some current smart tourism issues in Japan, thereby proposing lessons for Vietnam.

Keywords: Smart Tourism, IT Application, Smart City, Japanese Tourism

1. Mở đầu

Du lịch thông minh, hiểu một cách đơn giản nhất, là du lịch được phát triển trên nền tảng ứng dụng những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại, đặc biệt là công nghệ thông tin (CNTT) và truyền thông nhằm tạo ra những giá trị, lợi ích và dịch vụ tốt nhất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng.

Về khái niệm du lịch thông minh (*smart tourism*), hiện có nhiều cách hiểu khác nhau. Theo Phạm Thùy Linh (2020:

144), đó là mô hình được xây dựng trên nền tảng CNTT và truyền thông, trong đó hạ tầng tích hợp dữ liệu được phát triển đồng bộ, đảm bảo sự tương tác kịp thời giữa ba bên là nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch và du khách nhằm tạo ra giá trị lợi ích và du lịch tốt nhất. Hay theo Gretzel (2011: 758), du lịch thông minh là một bước tiến khác biệt trong sự phát triển của CNTT vào lĩnh vực du lịch ở chỗ các khía cạnh vật chất và quản trị của du lịch đang bước vào sân chơi kỹ thuật số, đây là mức độ thông minh mới đạt được trong các hệ thống du lịch.

Du lịch thông minh ở Nhật Bản được đề cập tới từ khá sớm và tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau. Theo trang web

^(*) ThS., Viện Thông tin Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam;
Email: luuthuthuy76@yahoo.com

của *Trung tâm du lịch thông minh Nhật Bản*: Du lịch thông minh là quá trình nhận dịch vụ liên quan đến du lịch một cách tiện lợi thông qua Internet, bằng mọi ngôn ngữ dù người ta ở bất kỳ nơi nào trên thế giới (<https://centersmarttourism.com/ja/>).

Còn theo Kanato Kashima, năm 2014 khi ẩm thực Nhật Bản (*Washoku*) được tôn vinh là di sản văn hóa phi vật thể của thế giới, khái niệm du lịch thông minh ở Nhật Bản được mở rộng, cân nhắc tới cả dịch vụ liên quan đến sức khỏe, làm đẹp cho du khách, giúp họ tận hưởng chuyến du lịch tại đây một cách khỏe và đẹp (Kanato Kashima, Yoshitsugu Morita, 2017a: 76). Ở góc độ hẹp hơn, trong tiếng Nhật có một từ là *Omotenashi*, mang ý nghĩa cung cấp sự phục vụ tốt nhất nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, khi đưa *Omotenashi* vào trong ngành du lịch, đây chính là du lịch thông minh (Kanato Kashima và các cộng sự, 2019: 21). Dưới lăng kính khác, Shuichi Kasahara lập luận: trước đây loại hình du lịch chính của Nhật Bản là “du lịch theo nhóm” nhưng trong những năm gần đây du lịch cá nhân chiếm phần lớn do mục đích du lịch ngày càng trở nên đa dạng. Bên cạnh đó, do sự phát triển của CNTT nên hiện nay phần lớn các hoạt động dịch vụ du lịch đều được hỗ trợ bởi công nghệ số và loại hình du lịch kiểu này được gọi là du lịch thông minh (Shuichi Kasahara, 2019: 1-2). Đặc biệt, ở góc độ khái quát cao hơn, theo Sekiguchi Yoichi (2020): việc sử dụng CNTT liên quan đến ngành du lịch bắt đầu bằng hình thức đặt vé trực tuyến ở thập niên 1950, tiếp đó phát triển dịch vụ cung cấp thông tin về địa điểm du lịch, bản đồ điện tử, đặt chỗ trực tuyến trên trang web ở những năm cuối thập niên 1990 đầu 2000, sau đó phát triển ở mức độ cao hơn như cung cấp thông tin cho khách thông qua thiết bị đầu cuối, điện thoại thông minh,

trải nghiệm tham quan bằng VR (Virtual Reality - thực tế ảo) và AR (Augmented Reality - thực tế tăng cường)..., từ đó mô hình du lịch thông minh ra đời.

Như vậy, có thể thấy loại hình du lịch thông minh ra đời dưới tác động của cuộc CMCN 4.0, là một bước tiến rõ rệt trong quá trình phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông trong du lịch, nâng cao mức độ thông minh trong các hệ thống du lịch thông qua việc thay đổi cách thức tạo ra, trao đổi, tiêu dùng và đa dạng sản phẩm cho ngành du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh khái niệm du lịch thông minh, còn có một số khái niệm cũng mang ý nghĩa tương tự như *điểm đến thông minh* và *du khách thông minh*¹.

2. Đặc trưng của du lịch thông minh ở Nhật Bản

Nhật Bản đã triển khai du lịch thông minh dưới nhiều hình thức nhằm tạo điểm nhấn và lợi thế cạnh tranh. Cụ thể là:

Thứ nhất, hầu hết các dịch vụ du lịch đều sử dụng ứng dụng công nghệ số. Đây là một trong những đặc trưng quan trọng nhất. Sự phát triển của CNTT làm thay đổi hoàn toàn phương thức tiếp cận, chia sẻ thông tin của khách du lịch. Đặc biệt, sự bùng nổ của mạng xã hội và các ứng dụng trên điện thoại di động tác động lớn đến việc lựa chọn điểm đến, nơi lưu trú, địa điểm ăn uống của khách du lịch. Nhật Bản tập trung đầu tư mạnh cho du lịch thông minh

¹ *Điểm đến thông minh* (Smart Tourist Destinations) là điểm đến với hạ tầng công nghiệp tiên tiến, bảo đảm sự phát triển bền vững, tiếp cận thuận lợi với du khách, giúp gia tăng chất lượng trải nghiệm và cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân. *Du khách thông minh* (Smart Tourists) không chỉ tiêu thụ sản phẩm du lịch đã mua mà còn chia sẻ và tạo ra trải nghiệm, có vai trò quản lý và giám sát để đảm bảo sự hoàn hảo cho hành trình du lịch của mình (Phan Huy Xu, Võ Văn Thành, 2018: 95).

như áp dụng các loại hình: ví điện tử, mã QR, dùng dấu vân tay để thanh toán dịch vụ, làm thủ tục tự động tại sân bay, nhận phòng, trải nghiệm du lịch dựa trên công nghệ thực tế ảo. Theo Kanato Kashima và Yoshitsugu Morita (2017b), nhiều khách du lịch nước ngoài khi đến Nhật Bản đều tải, sử dụng thông tin trên *Cổng thông tin du lịch Nhật Bản*, truy cập trang web, quét mã QR, tải các ứng dụng dành riêng cho du lịch thông minh. Các ứng dụng này tiện lợi này giúp du khách tiết kiệm thời gian và có thể đặt được mọi dịch vụ với đa dạng loại hình thanh toán, trong đó quét mã vạch với nhiều ngôn ngữ khác nhau tạo điều kiện thuận tiện cho du khách. Thậm chí du khách chỉ cần đăng ký dấu vân tay, hộ chiếu và thẻ tín dụng là có thể “tay không” đi du lịch ở Nhật Bản. Ngoài ra, ở nhiều điểm du lịch, người ta đã sử dụng kính ảo công nghệ 3D giúp du khách tham gia hoạt động du lịch một cách sống động nhất. Những tiện ích từ việc ứng dụng CNTT đem lại sự tiện lợi không chỉ cho du khách mà còn cả với các nhà khai thác dịch vụ du lịch. Nghiên cứu của Mizoho Aizawa (2020) và Sekiguchi Yoichi (2020) đều chỉ ra rằng: đối với các nhà khai thác dịch vụ, việc số hóa các thông tin và ứng dụng CNTT giúp thu thập nhiều dữ liệu khác nhau, nâng cao hiệu quả công việc, tiết kiệm lao động, gia tăng lợi ích kinh doanh, do đó ngày càng nhiều doanh nghiệp lựa chọn ở Nhật Bản hướng tới mô hình du lịch này.

Thứ hai, tập trung vào phát triển mảng du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe (du lịch nghỉ dưỡng, du lịch wellness¹). Theo Kanato Kashima và các cộng sự (2019),

trong ngành này người ta còn cung cấp những thiết bị có thể phân tích, hiểu được biểu cảm của khách dựa trên việc phân tích xúc cảm trên khuôn mặt, giọng nói. Ngoài ra, hầu hết các cơ sở dịch vụ y tế dành cho du lịch nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe ở Nhật Bản đều được trang bị robot thông minh nhằm đem lại sự hài lòng cho du khách, đồng thời gia tăng giá trị dịch vụ.

Thứ ba, phát triển, mở rộng mạng lưới du lịch, đặc biệt là việc phân phối dữ liệu và điểm cung cấp dịch vụ du lịch thông minh nhằm thiết lập một thương hiệu trong khu vực. Theo Shuichi Kasahara (2019), giống như nhiều ngành kinh tế khác, du lịch cũng là một ngành dịch vụ có số lượng lớn doanh nghiệp tham gia. Những dịch vụ nhỏ lẻ bao gồm dịch vụ lưu trú, bán lẻ, còn các doanh nghiệp lớn cung cấp dịch vụ đường sắt, hàng không. Sự tham gia của các nhóm này đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển ngành du lịch - dịch vụ, cung cấp đa dạng các dịch vụ đáp ứng nhu cầu của khách và du khách sẽ lựa chọn dịch vụ theo ngân sách và thị hiếu của mình. Để phát triển du lịch thông minh, Nhật Bản đã xây dựng một hệ thống cung cấp dịch vụ thông tin đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trên cơ sở từng khu vực và biến nó thành những mô hình kiểu mẫu. Kyoto là một trong những điểm du lịch quốc tế hàng đầu, đồng thời là nơi cung cấp dịch vụ du lịch thông minh đa dạng kiểu mẫu của Nhật Bản.

Thứ tư, thúc đẩy mở rộng du lịch thông minh thông qua quảng cáo, giới thiệu sản phẩm ứng dụng CNTT. Nhật Bản đã tổ chức nhiều cuộc triển lãm, hội chợ quốc tế về du lịch để quảng bá du lịch thông minh, tiêu biểu như *Triển lãm du lịch quốc tế EXPO, Ceatec Japan* là những sự kiện thường niên. Tại sự kiện này, các mô hình, phần mềm ứng dụng thông minh sử

¹ Mô hình chăm sóc sức khỏe kết hợp chăm sóc thể chất và tinh thần nhằm mục đích mang đến cho du khách những dịch vụ chăm sóc sức khỏe tối ưu và toàn diện nhất.

dụng trong ngành du lịch thường được giới thiệu, ví dụ như: hệ thống dịch vụ khách hàng từ xa sử dụng thiết bị đầu cuối *Kiosk*, phần mềm sử dụng hình ảnh lập thể *VR Cyber Wheel*, v.v... (Ōkawara Katsuyuki, 2018). Ngoài ra còn có thử nghiệm các hình thức có ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) như trình diễn “taxi đi chung AI” dành cho khách du lịch nước ngoài hay “dịch vụ xe buýt AI”, chương trình trải nghiệm du lịch thông minh ngắm lâu đài Edo, du lịch 3D phục hồi Nihonbashi với giá 12.000 Yên/khách bao gồm cả bữa trưa (Kinki Nippon Tourist, 2014).

Thứ năm, tăng cường đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, ứng dụng công nghệ số và phần mềm thông minh nhằm tiết kiệm thời gian, công sức và tài chính. Theo Shuichi Kasahara và các cộng sự (2016), trong những năm gần đây, nhiều dịch vụ thông tin du lịch đã được cung cấp cho khách du lịch quốc tế tại các điểm du lịch khác nhau. Đây là chương trình do Cơ quan xúc tiến Du lịch Nhật Bản cung cấp, bao gồm 50 dịch vụ như: môi trường mạng wifi công cộng miễn phí, ứng dụng điện thoại thông minh, thiết bị CNTT dạng máy tính bảng, v.v... Hầu hết các dịch vụ này đều sử dụng các ứng dụng thông minh, ví dụ như công nghệ tích hợp AI, giúp đặt chỗ trực tuyến, cung cấp thông tin, gia tăng giá trị thực cho người tiêu dùng, tiết kiệm được thời gian, tiền bạc.

Thứ sáu, du lịch thông minh gắn liền với thúc đẩy phát triển thành phố thông minh (smart city). Nghiên cứu của Mihoko Aizawa (2020) cho thấy, những khách du lịch thông minh thường đến các thành phố thông minh để nâng cao trải nghiệm các giá trị du lịch. Thành phố thông minh là một khu vực đô thị sử dụng các loại cảm biến Internet điện tử (IoT) khác nhau để thu thập dữ liệu. Thông tin chi tiết thu được từ dữ

liệu đó được sử dụng để quản lý tài sản, tài nguyên và dịch vụ hiệu quả; đổi lại, dữ liệu đó được sử dụng để cải thiện các hoạt động trên toàn thành phố. Đặc biệt đối với du lịch thông minh ở các thành phố kiểu này, việc sử dụng IoT là để quảng bá sự hấp dẫn của khu vực, tập trung vào kinh doanh du lịch, giúp tăng thời gian lưu trú của khách, cải thiện khả năng thu hút khách hàng. Hàng loạt các giải pháp đã được đề ra như ứng dụng phần mềm Kokosil trong cung cấp thông tin, cung cấp bãi đỗ xe thông minh có sử dụng công nghệ ETC2, chia sẻ bãi đỗ xe công cộng, hay bãi đỗ xe thuộc công ty du lịch với nhau và có thể đặt chỗ qua Internet nhằm giúp chia sẻ thông tin, giảm thời gian chờ xe, giảm tắc nghẽn giao thông. Bằng cách đó, chính quyền địa phương của thành phố thông minh và các công ty lữ hành có thể nắm bắt hành vi của khách du lịch, tính toán được lợi nhuận, cải thiện cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng dịch vụ (PR TIMES, 2017).

3. Chính sách và giải pháp phát triển du lịch thông minh của Nhật Bản

Tại Nhật Bản, việc chú trọng du lịch thông minh được triển khai từ sớm cho thấy nước này đã luôn đi trước xu thế phát triển của ngành du lịch trên thế giới và trở thành một trong những điểm đến được yêu thích của du khách quốc tế. Bên cạnh những chính sách chung phát triển du lịch như: chiến lược phát triển du lịch toàn cầu, chiến dịch “Visit Japan”, “Visit Japan Campaign”, “30 triệu du khách nước ngoài tới Nhật”, “Phi tập trung hóa kỳ nghỉ” vào năm 2010 hay những chiến lược dài hơi có tính quốc gia là “Chiến lược phục hồi quốc gia và quốc gia du lịch”; năm 2012, Nội các của Chính phủ Nhật Bản đã thông qua “Kế hoạch cơ bản thúc đẩy quốc gia du lịch”... là một phần trong “Chiến lược quốc gia du lịch”; năm 2013, Nhật Bản tiếp tục ban

hành chính sách coi du lịch là động lực để phát triển các khu vực phụ cận điểm du lịch xa trung tâm đô thị, thực hiện thỏa thuận “Bầu trời mở” cho phép tăng chuyến bay tới các sân bay quốc tế; năm 2014, miễn thị thực cho công dân Thái Lan và Malaysia; năm 2015, đơn giản hóa thủ tục xin visa cho công dân Trung Quốc, theo đó, người Trung Quốc với mức thu nhập trên mức quy định có thể có visa 5 năm vào Nhật Bản;... (<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/index.html>).

Bên cạnh đó, Nhật Bản cũng ban hành nhiều chính sách và giải pháp cụ thể để phát triển du lịch thông minh, như:

- Thực thi cấp visa điện tử cho du khách, bắt đầu từ tháng 4/2020, nhằm đáp ứng nhu cầu đơn giản hóa quá trình xin thị thực cũng như nhằm mục tiêu tăng trưởng ngành du lịch Nhật Bản. Bên cạnh đó tính đến tháng 7/2020, Nhật Bản tiến hành miễn visa cho phép công dân của 68 quốc gia và vùng lãnh thổ đến Nhật Bản du lịch, công tác trong vòng 15 ngày mà không cần thị thực (https://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/index.html). Hay thậm chí nhằm phổ cập du lịch thông minh ở Nhật Bản, Bộ Kinh tế và Thương mại Công nghiệp Nhật Bản (METI) đã tiến hành điều tra cả ở trong và ngoài nước về việc thúc đẩy *Cool Japan* một trong những chiến lược quảng bá, phát triển văn hóa - du lịch Nhật Bản, dự kiến kết quả sẽ được thông báo trên Youtube và trang web sau thời gian covid (Mihoko Aizawa, 2020: 58).

- Tăng đầu tư ngân sách dành cho ngành du lịch. Theo phê duyệt ngân sách của Nội các Chính phủ Nhật Bản ngày 21/12/2018, ngân sách dành cho du lịch năm 2019 là 71.106 triệu Yên, tăng gấp 2,2 lần năm 2018 (24.800 triệu Yên), trong khi năm 2017 là 21.035 triệu Yên và năm 2016 là 20.015 triệu Yên (MLIT, 2017: 1). Việc

gia tăng ngân sách này nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và xây dựng kết cấu hạ tầng cho ngành du lịch, hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng sản phẩm du lịch thông minh, doanh nghiệp số để tạo ra sản phẩm du lịch hội tụ đáp ứng yêu cầu phát triển phù hợp với cách mạng công nghiệp, phổ biến mô hình du lịch thông minh thành công đến từng công ty, doanh nghiệp lữ hành, viện nghiên cứu của nước này (Mihoko Aizawa, 2020; MLIT, 2019).

- Phát triển hệ thống thông tin đa ngôn ngữ (Anh, Trung, Hàn, Nhật), hỗ trợ wifi miễn phí và hỗ trợ không dùng tiền mặt tại các điểm du lịch lớn. Hệ thống nhà hàng và cửa hàng bán lẻ đều cài đặt máy có hệ thống giới thiệu, dịch thuật đa ngôn ngữ. Thúc đẩy phổ biến các trung tâm thông tin du lịch sử dụng các công nghệ mới nhất như AI chatbot¹. Thúc đẩy cải tiến phương thức tìm kiếm “nhà trọ” và khách sạn bằng cách sử dụng các phần mềm tiện ích thông minh. Ngoài ra, mở rộng hệ thống cửa hàng tiện ích ở khu vực nông thôn, đưa các ứng dụng thông minh, cải thiện môi trường số hóa thủ tục miễn thuế. Hoàn thiện hệ thống tự động “Các biện pháp khẩn cấp để đảm bảo an toàn và an ninh cho khách du lịch nước ngoài trong trường hợp khẩn cấp” bằng 7 ngôn ngữ, hỗ trợ tối đa 24/24 tại Trung tâm thông tin của Tổng cục Du lịch. Tăng cường cung cấp thông tin về thiên tai, thời tiết bằng hệ thống đa ngôn ngữ giúp du khách dễ dàng truy cập và có thể yên tâm khi tham quan du lịch ở Nhật Bản (MLIT, 2019: 2-7).

- Bên cạnh đó, Nhật Bản cũng đưa ra một số chính sách có liên quan nhằm thúc

¹ Chatbot là một chương trình kết hợp AI tương tác với con người. Công cụ này thay thế cho nhân viên để tư vấn trả lời thắc mắc của khách hàng. Chatbot thường trao đổi với người dùng qua hình thức tin nhắn (Textual) hoặc âm thanh (Auditory).

đẩy phát triển du lịch thông minh như cài đặt hệ thống ATM chấp nhận thẻ phát hành từ nước ngoài, hỗ trợ thanh toán không dùng tiền mặt, nâng cao bảo mật cho thẻ tín dụng, bảo trì môi trường wifi miễn phí ở các cơ sở du lịch và phòng chống thiên tai lớn. Phổ biến và công khai mạng nội bộ SSID (Service Set Identifier) và hiện thực hóa không gian sử dụng wifi đồng bộ. Xây dựng hệ thống dịch thuật miễn phí đa ngôn ngữ, triển khai thực thi và phổ biến kinh doanh trên phạm vi của hệ thống điện toán đám mây Omotenashi IoT, xây dựng các mô hình dữ liệu mở và sử dụng dữ liệu lớn trong lĩnh vực du lịch. Hỗ trợ tạo các mô hình kinh doanh và dịch vụ du lịch sáng tạo sử dụng IoT. Tăng cường sáng kiến “trực quan hóa” chất lượng dịch vụ; Tăng cường cơ sở thông tin du lịch và quảng bá các thành phố thông minh sử dụng CNTT. Đẩy mạnh dịch vụ du lịch bằng cách cải thiện bán vé trực tuyến... (METI, 2020).

- Ngoài ra, Nhật Bản còn ban hành nhiều chính sách cải thiện hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch: Dựa trên Luật Xúc tiến Du lịch Quốc tế, tiến hành thúc đẩy sự phát triển của hệ thống đường sắt địa phương, v.v..., cải tiến mạnh ít nhất 100 khu vực đường sắt vào cuối năm 2020 và 300 khu vực đường sắt vào năm 2021. Tạo và phát triển dịch vụ vận chuyển đạt tiêu chuẩn quốc tế, cung cấp wifi miễn phí trên hầu hết các phương tiện giao thông như tàu cao tốc Shinkansen, tàu điện ngầm, xe buýt, đặc biệt là đơn giản hóa thủ tục đặt chỗ trực tuyến cho *Japan Rail Pass* từ nước ngoài (MLIT, 2019: 5)... Cung cấp thông tin cho khách du lịch nước ngoài trong trường hợp bất thường trên tàu cao tốc Shinkansen bằng hệ thống phát thanh đa ngôn ngữ, sử dụng mã QR, v.v...; hay tiến hành hỗ trợ và đăng ký MaaS (Metal as a Service) cho phép người dùng tìm kiếm,

đặt trước, thanh toán vé đường sắt và xe buýt bằng điện thoại thông minh với nhiều cách thức khác nhau, đồng thời thúc đẩy hỗ trợ đặt phòng qua Internet tại các cơ sở du lịch cùng với tích hợp phương tiện giao thông vận tải...

4. Bàn luận và kết luận

Như vậy, có thể thấy, ngành du lịch Nhật Bản đã tận dụng được thành tựu phát triển của CNTT, từ đó giúp du lịch của nước này tối ưu hóa hiệu quả xúc tiến quảng bá, mở rộng thị trường, phát triển du lịch trực tuyến, tạo ra nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng thương hiệu du lịch quốc tế. Những thành quả này đã giúp cho ngành du lịch thông minh của Nhật Bản có sự phát triển ngoạn mục, trở thành một trong những điểm đến yêu thích của du khách trên thế giới. Do đó, kinh nghiệm từ thực tiễn phát triển du lịch thông minh tại Nhật Bản sẽ vô cùng hữu ích cho Việt Nam khi khai thác, ứng dụng CNTT để phát triển du lịch bất kỳ xu thế của thế giới. Cụ thể:

Thứ nhất, việc ứng dụng CNTT vào phát triển du lịch thông minh từ rất sớm đã giúp Nhật Bản thành công trong việc quảng bá hình ảnh, tạo lập thông tin, giới thiệu sản phẩm hấp dẫn, cung cấp dịch vụ chất lượng cho du khách, bên cạnh đó còn giúp du khách tiết kiệm được thời gian, chi phí.

Thứ hai, Nhật Bản đã thành công bởi không chỉ sử dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại nhất mà còn do biết ứng dụng công nghệ một cách thông minh nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ để thỏa mãn du khách và tối đa hóa lợi nhuận. Điều này đã giúp Nhật Bản thành công và trở thành một trong những quốc gia tiên tiến phát triển về du lịch trên thế giới.

Thứ ba, Nhật Bản đã xây dựng thành công mô hình du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh, kết hợp hài hòa lợi

ích giữa du lịch thông minh và thành phố thông minh, đây cũng sẽ là mô hình điển hình cho các quốc gia đi sau nghiên cứu và áp dụng.

Thứ tư, việc ứng dụng CNTT vào cơ sở hạ tầng, hệ thống giao thông đường bộ giúp Nhật Bản tiết kiệm được không ít thời gian, nhân lực và kinh tế, đặc biệt giúp du khách tiết kiệm được tối đa thời gian đi chuyển, gia tăng thời gian lưu trú, tạo điểm nhấn trong du lịch □

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản (METI, 2020), *Sổ tay khu nghỉ dưỡng thông minh* (経済産業省 (2020), スマートリゾートハンドブック, https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/downloadfiles/fy31/handbook2.pdf
2. Gretzel, U. (2011), “Intelligent systems in tourism: A social science perspective”, *Annals of Tourism Research*, Vol. No. 38(3), p. 757- 779.
3. Kanato Kashima, Yoshitsugu Morita (2017a), “Conceptualizing smart tourism of Japan: A case study of smart tourism design on China and Thailand”, *International Journal of Management and Applied Science*, Volume-3, Issue-3, p.76 -78.
4. Kanato Kashima, Shozo Naito, Meihui Li (2019), “Xây dựng hệ thống du lịch thông minh tại Nhật Bản: tập trung vào giám sát sức khỏe”, *NAIS Journal*, p. 20 -25 (嘉島 叶人・内藤 昭三・李 美慧 (2019), “日本におけるスマートツーリズムシステムの構築: ヘルス見守りを中心として”, *NAIS Journal*, p. 20 -25).
5. Kanato Kashima và Yoshitsugu Morita (2017b), “Nghiên cứu liên quan đến phương pháp thiết kế du lịch thông minh ở Nhật Bản”, Kỷ yếu Hội nghị khu vực Kyushu của Hội Du lịch Nhật Bản (嘉島叶人・森田昌嗣 (2017) “日本におけるスマートツーリズムのデザイン方法に関する研究”, 日本観光学会九州支部大会概要集).
6. Kinki Nippon Tourist (2014), *Gia nhập “Du lịch thông minh” thế hệ tiếp theo, tái hiện lịch sử bằng kính thông minh*, <https://www.travelvoice.jp/20141128-32119> (近畿日本ツーリスト (2014)、次世代型旅行「スマートツーリズム」に参入、スマートグラスで歴史再現など)
7. Phạm Thùy Linh (2020), “Du lịch thông minh - Xu hướng phát triển tất yếu của ngành Du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Công thương*, số 7, tr. 144 - 147.
8. Mihoho Aizawa (2020), “Tập trung post-corona: Phương hướng đổi mới điểm du lịch: từ góc độ chuyển đổi kỹ thuật số” (相澤美穂子 (2020), “ポストコロナを見据えた観光地イノベーションの方向性: デジタルトランスフォーメーションの観点から”), Japan Travel Bureau Foundation, tr.57-68, https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/11/2020kouza_kougiroku_kougi5.pdf
9. MLIT (2017), “Kỷ yếu dự toán liên quan đến Tổng cục du lịch” (MLIT (2017年), “平成29年度 観光庁関係予算概要”), <https://www.mlit.go.jp/common/001169367.pdf>
10. MLIT (2019), “Chương trình hiện thực hóa tầm nhìn du lịch 2019: Biến Nhật Bản thành điểm đến mà thế giới muốn ghé thăm” (MLIT (2019), 観光ビジョン実現プログラム 2019—世界が訪れたくなる日本), <https://www.mlit.go.jp/common/001293516.pdf>
11. Ōkawara Katsuyuki (2018), “Mục tiêu “du lịch” của JTB trong một xã hội siêu

- thông minh là gì?. Nghe và xem những câu chuyện ở CEATEC” (大河原 克行 (2018), “JTБが目指す, 超スマート社会の「ツーリズム」とは? CEATECで見せるそのストーリーを聞”), <https://internet.watch.impress.co.jp/docs/interview/1144270.html>
12. PR TIMES (2017), *Bước đầu cung cấp giải pháp về hệ thống smart city thúc đẩy hồi sinh các thành phố du lịch sử dụng IOT*, (PR TIMES (2017), IOTを活用し観光都市活性化を促進する「スマート@ツーリズムシティ」ソリューションを提供開始), <https://japan.cnet.com/release/30188170/>
 13. Sekiguchi Yoichi (2020), *Để du lịch thông minh trở thành một nguồn thu nhập mới cho các doanh nghiệp liên quan đến du lịch* (関口陽一 (2020), “スマートツーリズムを観光関連事業者の新たな収入源に”), https://www.rieti.go.jp/jp/columns/a01_0587.html.
 14. Shuichi Kasahara, Iiyama, Masaaki, Michihino Mino (2016), *Cấu trúc của việc cung cấp dịch vụ thông tin du lịch trong khu vực - Danh mục dịch vụ du lịch* (笠原秀一, 飯山将晃, 美濃導彦 (2016), “地域における観光情報サービス提供のアーキテクチャ〜ツーリズムサービスポートフォリオ”, http://www.mm.media.kyoto-u.ac.jp/wp-content/uploads/2016/10/sti2016_kasahara.pdf
 15. Shuichi Kasahara (2019), “Phát triển du lịch thông minh trong khu vực Dịch vụ thông tin du lịch, cộng tác dữ liệu, danh mục dịch vụ”, Tạp chí *Hiệp hội thông tin Nhật Bản*, Quyển số 63, số 1, tr. 2-7 (笠原 秀一 (2019), “地域におけるスマートツーリズム開発—観光情報サービス, データ連携, サービスポートフォリオ”, システム制御情報学会誌, Vol 63. No.1, p. 2-7.
 16. Phan Huy Xu và Võ Văn Thành (2018), “Bàn thêm về phát triển du lịch thông minh”, *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang*, số 12, tr. 94 -102.
 17. <https://centersmarttourism.com/ja/> (センタースマート観光の公式サイトへようこそ)
 18. https://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/index.html
 19. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/index.html>