

ĐIỀU KIỆN VÀ QUY TRÌNH XÂY DỰNG ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thúy Hương^{1*}, Nguyễn Doãn Thành¹,
Nguyễn Thanh Tuấn¹, Hà Thị Sa¹

¹Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang

* Email: thuyhuong2508@gmail.com

Ngày nhận bài: 09/04/2024

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 29/04/2024

Ngày chấp nhận đăng: 10/05/2024

TÓM TẮT

Thực hiện Đề án “Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” tại Việt Nam của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, nhiều tỉnh/thành phố trong cả nước đang triển khai xây dựng điểm đến du lịch thông minh, bước đầu mang lại những kết quả nhất định. Đã có điểm đến du lịch của Việt Nam đạt được một số tiêu chí của một điểm đến du lịch thông minh, nhưng chưa có một điểm đến nào đạt được đầy đủ các tiêu chí của một điểm đến du lịch thông minh. Một trong những nguyên nhân chủ yếu của thực trạng này là do lãnh đạo cơ quan quản lý nhà nước và chính quyền các cấp, các điểm đến du lịch chưa xác định được các điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch thông minh ở Việt Nam, từ đó chưa có các giải pháp thực hiện khả thi và hiệu quả. Bằng việc sử dụng phối hợp các phương pháp nghiên cứu lý luận và thực tiễn (điều tra bằng bảng hỏi, quan sát thực tiễn, trò chuyện, nghe báo cáo trực tiếp, nghiên cứu sản phẩm hoạt động,...) đối với các khách thể nghiên cứu, nhóm tác giả đã đánh giá thực trạng xây dựng điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam, từ đó đề xuất các điều kiện và quy trình xây dựng thành công điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: điều kiện, điểm đến du lịch thông minh, quy trình.

CONDITIONS AND PROCEDURES FOR BUILDING SMART TOURISM DESTINATIONS IN VIETNAM

ABSTRACT

Implementing the Project “Application of technology of Industry 4.0’s technology to develop smart tourism, promoting tourism to become a key economic sector” in Vietnam of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, many provinces/cities across the country are implementing the construction of smart tourism destinations, initially bringing certain results. There have been tourism destinations in Vietnam that have met some of the criteria for a smart tourism destination, but there has been no destination that has met all the criteria for a smart tourism destination. One of the main causes of this situation is that leaders of state management agencies and governments at all levels, managers of tourism destinations have not determined the conditions and processes for building smart tourism destinations in Vietnam, therefore have not come up with feasible and effective implementation solutions. By using a combination of theoretical and practical research methods (questionnaire survey, practical observation, interview, direct reports, product research...). For subjects of the research, the authors have evaluated the current situation of building smart tourism destinations in Vietnam, thereby proposing conditions and processes for successfully building a smart tourism destinations in Vietnam today.

Keywords: conditions, process, smart tourism destinations.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày 30/11/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1671/QĐ-TTg 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”. Đặc biệt, trong Chỉ thị số 16/2017/CT-TTg, lần đầu tiên thuật ngữ “du lịch thông minh” được nhắc đến trong một văn bản pháp quy của Việt Nam: “...Ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, đô thị thông minh”. Với việc ứng dụng ngày càng sâu rộng công nghệ thông tin và truyền thông, du lịch thông minh là xu hướng phát triển tất yếu của ngành du lịch Việt Nam. Khác với du lịch truyền thống, du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích của du khách nhưng lại đảm bảo mức chi phí thấp, an toàn và thuận tiện nhất trên cơ sở ứng dụng công nghệ và sử dụng các thiết bị hiện đại, thông tin, dữ liệu toàn cầu. Nhiều quốc gia trên thế giới đã triển khai du lịch thông minh dưới nhiều hình thức khác nhau để tạo nên những điểm nhấn và lợi thế cạnh tranh trong du lịch. Châu Âu được đánh giá là khu vực có lợi thế và dẫn đầu trong xu hướng phát triển mới này. Ở châu Á, nhiều điểm đến của Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Singapore cũng đã đầu tư mạnh cho du lịch thông minh như áp dụng ví điện tử, mã QR, dùng dấu vân tay để thanh toán dịch vụ, làm thủ tục sân bay, nhận phòng, trải nghiệm du lịch dựa trên công nghệ thực tế ảo,... Không nằm ngoài xu thế này, du lịch Việt Nam đang tiếp cận nhanh chóng với du lịch thông minh để tạo nên nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững. Theo thống kê, đến tháng 1/2020 Việt Nam có số người sử dụng internet lên đến 68,17 triệu người (chiếm tỉ lệ 70% số dân); số lượng người dùng mạng xã hội là 65 triệu người (chiếm tỉ lệ 67% số dân). Việt Nam là quốc gia đứng thứ 18 thế giới về tỉ lệ người dân sử dụng internet và là một trong 10 nước có lượng người dùng Facebook và YouTube cao nhất thế giới, trong đó thanh, thiếu niên chiếm tỉ lệ khá lớn (Vụ Gia Đình, 2021). Đây là tiền đề lớn để Việt Nam phát triển du lịch thông minh. Với sự

phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp công nghệ số tại Việt Nam và tiềm năng khách hàng du lịch thông minh ngày càng tăng cao ở trong và ngoài nước, trong khi hiện nay, ở Việt Nam mới chỉ có khoảng 10 doanh nghiệp kinh doanh du lịch trực tuyến như Ivivu.com, chudu24.com, mytour.vn, tripi.vn, vntrip.vn,... và các công ty lữ hành online thương hiệu toàn cầu như Agoda.com, booking.com, Traveloka.com, Expedia.com đang độc chiếm thị trường với khoảng 80% thị phần, thì việc nghiên cứu phát triển du lịch thông minh nói chung, xây dựng các điểm đến du lịch thông minh (ĐDDLTM) nói riêng là việc làm vô cùng cần thiết và cấp bách. Hiện nay, trên phạm vi toàn quốc đã có một số địa phương đang xây dựng hoặc đã ban hành đề án phát triển du lịch thông minh, song thiếu sự đồng bộ. Chưa có điểm đến nào tại Việt Nam đã được công nhận hay gọi là ĐDDLTM. Cũng đã có một số bài viết, công trình nghiên cứu của các tác giả khác nhau về lĩnh vực này, song chưa có tác giả nào nghiên cứu đề xuất về điều kiện và quy trình xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam. Chính vì vậy, chúng tôi đã quyết định chọn vấn đề này để nghiên cứu.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp nghiên cứu lí luận

Phân tích, tổng hợp, phân loại, hệ thống hóa các văn kiện của các kì đại hội Đảng, tài liệu, giáo trình, sách, báo, tạp chí,... có liên quan đến nội dung nghiên cứu.

2.2. Nhóm phương pháp nghiên cứu thực tiễn

2.2.1. Phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi

Các phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu là: chọn mẫu nghiên cứu; xây dựng phiếu hỏi; điều tra thử; điều tra chính thức; thu phiếu điều tra; xử lí kết quả điều tra; phân tích kết quả và rút ra kết luận.

2.2.2. Phương pháp phỏng vấn

Phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo các cấp Trung ương, địa phương, các doanh nghiệp du lịch nhằm làm rõ thêm thực trạng xây dựng ĐDDLTM và các điều kiện, quy trình xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam.

2.2.3. Phương pháp quan sát

Tiến hành quan sát các sản phẩm du lịch thông minh; hoạt động của các đối tượng tham gia du lịch (lãnh đạo quản lý các cấp, nhân viên các doanh nghiệp du lịch, khách du lịch,...) hỗ trợ kết quả nghiên cứu về thực trạng xây dựng ĐDDLTMT và các điều kiện, quy trình xây dựng ĐDDLTMT tại Việt Nam.

2.2.4. Phương pháp nghiên cứu sản phẩm hoạt động

Nhóm tác giả tiến hành nghiên cứu các sản phẩm du lịch của một ĐDDLTMT ở các nước, ở Việt Nam để từ đó đề xuất các điều kiện và quy trình xây dựng ĐDDLTMT tại Việt Nam.

2.2.5. Phương pháp chuyên gia

Lấy ý kiến các chuyên gia về những nội dung liên quan đến quá trình và kết quả nghiên cứu, giúp chúng tôi đánh giá đúng thực trạng và nguyên nhân của thực trạng, từ đó, đề xuất được các điều kiện, quy trình xây dựng ĐDDLTMT tại Việt Nam.

2.2.6. Phương pháp thống kê toán học

Sử dụng các công thức thống kê toán học, phần mềm SPSS để xử lý và phân tích số liệu thu được từ phương pháp điều tra viết.

3. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

3.1. Một số vấn đề lý luận liên quan

3.1.1. Các khái niệm cơ bản

– *Khái niệm điểm đến du lịch (Tourist destination)*: Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO): “Điểm đến du lịch là vùng không gian địa lý mà khách du lịch ở lại ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm du lịch, các dịch vụ cung cấp, các tài nguyên du lịch thu hút khách, có ranh giới hành chính để quản lý và có sự nhận diện về hình ảnh để xác định khả năng cạnh tranh trên thị trường” (Boes và cs., 2015). Trong các tài liệu khoa học về du lịch, các địa điểm mà khách du lịch lựa chọn trong chuyến đi có thể là một địa danh cụ thể, một khu vực, một vùng lãnh thổ, một quốc gia, thậm chí là châu lục được gọi chung là điểm (nơi) đến du lịch. Trên phương diện địa lý, điểm đến du lịch là một vị trí địa lý mà một du

khách đang thực hiện hành trình đến đó nhằm thỏa mãn nhu cầu theo mục đích chuyến đi của người đó. Với quan niệm này, điểm đến du lịch vẫn chưa định rõ, còn mang tính chung chung, nó chỉ xác định vị trí địa lý phụ thuộc vào nhu cầu của khách du lịch, chưa xác định được các yếu tố nào tạo nên điểm đến du lịch. Xem xét trong mối quan hệ kinh tế du lịch, điểm đến du lịch được hiểu là yếu tố cung du lịch. Sở dĩ như vậy là do chức năng của điểm đến chính là thỏa mãn nhu cầu mang tính tổng hợp của khách du lịch. Từ góc độ cung du lịch, điểm đến du lịch là sự tập trung các tiện nghi và dịch vụ được thiết kế để đáp ứng nhu cầu của du khách (Gretzel và cs., 2015).

Phân biệt với điểm du lịch (Tourist destination): Trong Luật du lịch Việt Nam (Chương I, Điều 4) không quy định về điểm đến du lịch nhưng lại quy định về điểm du lịch: “Điểm du lịch là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn, phục vụ nhu cầu tham quan của khách du lịch”. Như vậy, điểm đến du lịch và điểm du lịch là khác nhau. Xét theo mỗi quan niệm thì có thể thấy rằng, điểm du lịch chỉ là nơi có tài nguyên du lịch tức là yếu tố tạo nên điểm hấp dẫn du lịch. Điểm du lịch chính là một phần của điểm đến du lịch.

Phân biệt với điểm tham quan (Sight seeing): Điểm đến du lịch được định nghĩa là một không gian địa lý mà du khách có thể đặt chân tới và ở lại ít nhất một đêm. Địa điểm này có thể là các địa điểm ở trong nước hoặc nước ngoài. Khi tới đây, du khách sẽ sử dụng những sản phẩm hay dịch vụ du lịch như khách sạn, nhà hàng, khu vui chơi giải trí,... Còn đối với điểm tham quan du lịch là địa điểm mà du khách sử dụng để chiêm ngưỡng, tham quan về những tác phẩm, sản phẩm, dịch vụ du lịch có giá trị,... Nơi đây cũng có thể là địa điểm để trưng bày những giá trị về văn hóa và mang tính chất lịch sử. Đồng thời, ở điểm tham quan du lịch, du khách chỉ đến xem, chiêm ngưỡng rồi đi chứ không nghỉ lại. Như vậy, có thể thấy rằng, điểm tham quan du lịch thuộc vào điểm đến du lịch. Đồng thời các điểm tham quan du lịch thường sẽ rất đa dạng và phụ thuộc nhiều vào địa điểm du lịch của địa phương đó.

– *Khái niệm ĐDDLTM (Smart travel destination)*: ĐDDLTM là một khái niệm mới nổi trong bối cảnh phát triển và ứng dụng của công nghệ thông tin và truyền thông ngày càng gia tăng ở các điểm đến du lịch, khái niệm này đang dần tạo ra một cách tiếp cận mới về quản lý điểm đến. Có nhiều quan điểm của nhiều tác giả về khái niệm này. Theo Buhalis & Amaranggana (2013), ĐDDLTM được hiểu là mang sự thông minh vào các điểm đến du lịch, có nghĩa rằng các điểm đến cần kết nối các bên liên quan thông qua nền tảng trung gian công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT&TT) để hỗ trợ trao đổi thông tin liên quan đến các hoạt động du lịch thông qua các thuật toán của máy tính để nâng cao quá trình ra quyết định. Theo Boes và cs. (2015), ĐDDLTM là các điểm đến sử dụng các phương pháp và công cụ kỹ thuật có sẵn kích hoạt cung và cầu để đồng sáng tạo giá trị, niềm vui và trải nghiệm cho du khách và mang lại sự thịnh vượng, lợi nhuận và các lợi ích cho các tổ chức và điểm đến. Theo Gretzel và cs. (2015), ĐDDLTM là du lịch được hỗ trợ bằng cách tích hợp các nỗ lực tại điểm đến để thu thập và tập hợp/khai thác dữ liệu nhận được từ cơ sở hạ tầng vật lý, các kết nối xã hội, các nguồn từ chính phủ/tổ chức và con người kết hợp với việc sử dụng các công nghệ nâng cao để chuyển đổi dữ liệu vào trải nghiệm tại điểm đến và tuyên bố giá trị của doanh nghiệp rõ ràng, tập trung vào hiệu quả, bền vững và giàu trải nghiệm. Theo (Lamsfus và cs. (2015), một điểm đến du lịch được xem là thông minh khi nó tận dụng các cơ sở hạ tầng công nghệ được cung cấp bởi thành phố thông minh để: (1) nâng cao trải nghiệm du lịch của du khách bằng việc cá nhân hóa, khiến cho họ nhận thức được sự sẵn có của các dịch vụ và sản phẩm của cả du lịch và địa phương tại các điểm đến; (2) bằng cách trao quyền cho các tổ chức quản lý điểm đến, các tổ chức địa phương và các công ty du lịch trong việc ra quyết định và hành động dựa vào dữ liệu được tạo ra trong phạm vi điểm đến, được thu thập, được quản lý và được xử lý bởi cơ sở hạ tầng công nghệ; Theo (Del Chiappa & Baggio (2015), ĐDDLTM có thể được coi là điểm đến dựa trên tri thức, trong đó, CNTT&TT, internet vạn vật, điện toán đám mây và hệ thống dịch vụ internet người dùng cuối được sử dụng để cung cấp các công cụ,

nền tảng và hệ thống để tạo ra kiến thức và khả năng truy cập thông tin cho tất cả các bên liên quan một cách có hệ thống, hiệu quả và tạo các cơ chế sẵn có cho phép các bên liên quan tham gia càng nhiều càng tốt trong quá trình đổi mới sáng tạo. Theo Jovicic (2019), ĐDDLTM là một không gian địa lý, nơi có sự đan xen giữa thực tế và kỹ thuật số, trong đó, tất cả các bên liên quan đều có thể tiếp cận kiến thức và thông tin, tạo điều kiện để thực hiện việc đổi mới liên tục về hiệu suất và hoạt động; cho phép cộng tác tốt hơn giữa các công ty du lịch và khách du lịch, những người có thể trao đổi thông tin/kiến thức với trình độ hiểu biết và xã hội hóa cao hơn, làm tăng nhu cầu du lịch và tìm kiếm trải nghiệm cá nhân hóa. Như vậy, hầu hết các nhà nghiên cứu đồng ý rằng, ĐDDLTM có thể được xác định bằng không gian du lịch với sự hỗ trợ của các ứng dụng CNTT&TT và các công nghệ nâng cao khác (internet vạn vật, điện toán đám mây và các hệ thống dịch vụ internet người dùng cuối, v.v.) nhằm cố gắng cải thiện trải nghiệm của du khách khi tiếp cận điểm đến đó, đồng thời cung cấp chất lượng cuộc sống tốt hơn cho người dân. Nhóm tác giả đồng quan điểm với Viện Phát triển Đổi mới của Tây Ban Nha (SEGITTUR) cùng với Cơ quan Tiêu chuẩn hóa quốc gia AENOR, khái niệm ĐDDLTM được hiểu là: “một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người, được xây dựng dựa trên cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại, đảm bảo sự phát triển bền vững của lãnh thổ, tạo điều kiện cho sự tương tác của du khách và sự tích hợp của họ với môi trường xung quanh, nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân” (Nguyễn Thái Hòa & Nguyễn Vũ Hoa Hồng, 2023).

– *Khái niệm xây dựng ĐDDLTM (Building a smart tourism destination)*: Theo nhóm tác giả, xây dựng ĐDDLTM là xây dựng một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người, dựa trên cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại, đảm bảo sự phát triển bền vững của lãnh thổ, tạo điều kiện cho sự tương tác của du khách và sự tích hợp của họ với môi trường xung quanh, nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân.

– *Khái niệm điều kiện xây dựng ĐDDLTM (Conditions for building a smart tourist destination)*: Theo Từ điển Tiếng Việt, “Điều kiện được hiểu là điều nêu ra như một đòi hỏi trước khi thực hiện một việc nào đó. Trên cơ sở đó, điều kiện cần là yếu tố không thể thiếu để đạt được mục tiêu nào đó. Điều kiện đủ là tổng hợp tất cả các yếu tố, khi có hay thỏa mãn điều kiện này thì có được tất cả” (Hoàng Phê, 2022). Theo nhóm tác giả, điều kiện xây dựng ĐDDLTM được hiểu là điều nêu ra như một đòi hỏi trước khi xây dựng ĐDDLTM. Điều kiện cần là yếu tố không thể thiếu để xây dựng ĐDDLTM. Điều kiện đủ là tổng hợp tất cả các yếu tố được sử dụng, khi có hay thỏa mãn điều kiện này thì mới xây dựng được ĐDDLTM.

– *Khái niệm quy trình xây dựng ĐDDLTM (The process of building a smart tourist destination)*: Theo Wikipedia Tiếng Việt, quy trình (procedure) là trình tự thực hiện một hoạt động đã được quy định, mang tính chất bắt buộc, đáp ứng những mục tiêu cụ thể của hoạt động quản trị. Theo nhóm tác giả, quy trình xây dựng ĐDDLTM là trình tự thực hiện bắt buộc các công việc đã được các cơ quan quản lý nhà nước và chuyên môn các cấp về du lịch phê duyệt nhằm xây dựng thành công ĐDDLTM.

3.1.2. Các yếu tố cấu thành một ĐDDLTM

Hiện nay, cả trong và ngoài nước, một số tác giả mới tập trung nghiên cứu và đưa ra khái niệm về ĐDDLTM, trong đó mỗi tác giả đề cập đến các yếu tố cấu thành ĐDDLTM ở các góc độ khác nhau, song tổng hợp lại gồm các yếu tố sau: chính quyền quản trị thông minh; công nghệ thông minh; điểm hấp dẫn du lịch; cư dân thông minh; nhà thông minh; giao thông/ di chuyển thông minh; năng lượng thông minh;... Liên quan đến vấn đề này, theo LUCI, một trong những đơn vị tiên phong trong lĩnh vực đô thị thông minh với hàng loạt những giải pháp quản lý toàn diện và hiệu quả thì một thành phố thông minh được cấu thành bởi 6 tiêu chuẩn là: môi trường thông minh, đời sống thông minh, nền kinh tế thông minh, di chuyển thông minh, chính quyền/ quản trị thông minh và cư dân thông minh (LUCI, 2024), chưa có tác giả

nào xây dựng hệ thống các yếu tố cấu thành một ĐDDLTM. Trên cơ sở tổng hợp các kết quả nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước ở trên, theo nhóm tác giả, các yếu tố cấu thành một ĐDDLTM kết hợp trong đó cả nhóm yếu tố con người – yếu tố quyết định (chính quyền thông minh, cư dân thông minh, du khách thông minh); nhóm yếu tố công nghệ (công nghệ thông minh, nhà thông minh, hệ thống giao thông/ di chuyển thông minh, hệ thống năng lượng thông minh); nhóm yếu tố cơ sở vật chất, hạ tầng (tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch); nhóm yếu tố điều kiện (cuộc sống thông minh, nền kinh tế thông minh, môi trường thông minh, điểm hấp dẫn du lịch). Trong đó: (1) Chính quyền thông minh: là chính quyền ứng dụng CNTT nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động của cơ quan nhà nước, tăng cường công khai, minh bạch thông tin, cung cấp dịch vụ cho người dân và chính phủ; (2) Tài nguyên du lịch: Theo khoản 4, Điều 3, Luật Du lịch 2017, tài nguyên du lịch được hiểu là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch; (3) Sản phẩm du lịch: Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) đã cho rằng: “Sản phẩm du lịch là sự tổng hợp của 3 nhóm nhân tố cấu thành bao gồm: hệ thống dịch vụ, quản lý điều hành; tài nguyên du lịch; hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật.” Từ định nghĩa trên, theo nhóm tác giả, ta có thể hiểu một cách cụ thể và đơn giản: “Sản phẩm du lịch là một dịch vụ cung cấp các loại hàng hóa cho khách du lịch. Trong đó, sản phẩm được tạo nên có sự khai thác của yếu tố tự nhiên, xã hội và việc sử dụng nguồn lực như lao động, cơ sở vật chất, trang thiết bị,... của một vùng hay một quốc gia”; (4) Điểm hấp dẫn khách du lịch: là một địa điểm thú vị mà khách du lịch ghé thăm, đặc biệt là vì giá trị tự nhiên hoặc văn hóa vốn có hoặc đã được trưng bày, ý nghĩa lịch sử, vẻ đẹp tự nhiên hoặc xây dựng, mang lại sự thư giãn và giải trí; (5) Công nghệ thông minh: là giải pháp hiện đại nhằm đề ra mục tiêu hành động, cho phép ngay từ giai đoạn ban đầu có thể tổng hợp mọi thông tin sẵn có, xác định khung thời gian của hoạt động, xác định tính

đầy đủ các nguồn lực và đưa ra những quy trình cụ thể, rõ ràng để thực hiện nhiệm vụ cho tất cả các bên liên quan; (6) Nhà thông minh (Smart home): Theo Wikipedia, nhà thông minh là kiểu nhà được lắp đặt các thiết bị điện, điện tử có thể được điều khiển hoặc tự động hoá hoặc bán tự động, thay thế con người trong thực hiện một hoặc một số thao tác quản lí, điều khiển. Hệ thống điện tử này giao tiếp với người dùng thông qua bảng điện tử đặt trong nhà, ứng dụng trên điện thoại di động, máy tính bảng hoặc một giao diện web; (7) Hệ thống giao thông/ di chuyển thông minh (Intelligent Transport Systems – ITS): Theo Wikipedia, là hệ thống các ứng dụng khoa học kĩ thuật tiên tiến hướng tới mục tiêu cung cấp các giải pháp, dịch vụ hữu ích cho người và phương tiện tham gia giao thông, giúp tổ chức giao thông an toàn, thuận tiện hơn và hạn chế các tai nạn, sự cố khi tham gia; (8) Đời sống thông minh: Theo Wikipedia, là đời sống mang lại sự gắn kết xã hội. Các yêu cầu đối với đời sống thông minh chính là các yêu cầu quyết định cuộc sống của cư dân đô thị như các cơ sở văn hóa, hệ thống chăm sóc sức khỏe/ y tế, hệ thống an ninh, hệ thống nhà ở, sự gắn kết xã hội, sự hấp dẫn về du lịch và hệ thống giáo dục đào tạo; (9) Nền kinh tế thông minh: là nền kinh tế của đổi mới sáng tạo, ở đó các hệ sinh thái được hình thành và vận hành hiệu quả nhằm đưa ra các giải pháp hữu hiệu cho các vấn đề dân sinh cùng sự đổi mới liên tục trong mô hình kinh doanh. Nền kinh tế thông minh đòi hỏi cần đáp ứng yêu cầu sau: tinh thần đổi mới sáng tạo, tinh thần doanh nghiệp, năng suất cao, kết nối mạng lưới toàn cầu và địa phương, sự vận hành linh hoạt của thị trường lao động, từ đó đảm bảo sự cơ động xã hội trong các giai tầng dân cư; (10) Hệ thống năng lượng thông minh: Theo Wikipedia, được hiểu là những nguồn năng lượng hay những phương pháp khai thác năng lượng vô hạn, không cạn kiệt như năng lượng mặt trời, năng lượng gió hoặc năng lượng sinh khối; (11) Môi trường thông minh: Theo Wikipedia, là bao gồm các giải pháp về năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, quản lí mạng lưới điện tiêu thụ, giám sát ô nhiễm, giám sát chất thải, cấp thoát nước, các công trình, toà nhà thông minh, tiêu thụ ít

năng lượng; (12) Cư dân thông minh: Theo Wikipedia, là cư dân có năng lực phù hợp với sự vận hành của thành phố thông minh, có tâm thế sẵn sàng cho việc học tập suốt đời, sự đa dạng về xã hội và chủng tộc, sáng tạo, tư duy mở và sẵn sàng tham gia đời sống chung của cộng đồng; (13) Du khách thông minh: Theo Wikipedia, du khách là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến. Dựa vào việc xác định các yếu tố liên quan đến công nghệ ảnh hưởng đến du khách trong bối cảnh du lịch thông minh tại các điểm đến du lịch, Femenia-Serra và cs. (2019) đề xuất khái niệm du khách thông minh, là khách du lịch, bằng cách cởi mở chia sẻ dữ liệu của mình và sử dụng các công nghệ thông minh, tương tác linh hoạt với các bên liên quan khác, đồng sáng tạo để nâng cao và cá nhân hóa trải nghiệm thông minh. tăng khả năng cạnh tranh của điểm đến, đặc biệt là nhờ sự hỗ trợ của CNTT&TT (Nguyễn Thị Thanh Thanh, 2023).

3.2. Thực trạng ĐDDLTМ tại Việt Nam

– Về số lượng: Để tìm hiểu thực trạng này, chúng tôi đã tiến hành phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi đối với 200 khách thể nghiên cứu, trong đó có 100 cán bộ quản lí nhà nước (CBQLNN) cấp trung ương, địa phương và 100 cán bộ quản trị doanh nghiệp (CBQTDN) du lịch tại 7 tỉnh, thành phố của Việt Nam được chọn nghiên cứu (Quảng Ninh, Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Khánh Hòa, TP Hồ Chí Minh, Phú Quốc). Với câu hỏi 3.1 – Phiếu hỏi Mẫu 3 – dành cho CBQLNN cấp trung ương, địa phương; Với câu hỏi 3.1 - Phiếu hỏi Mẫu 1 – Phiếu dành cho CBQTDN, kết quả thu được như Bảng 1.

Kết quả thu được tại Bảng 1 cho thấy, trong 200 khách thể được chọn nghiên cứu tại 8 tỉnh/ thành phố của Việt Nam, có 90 khách thể (chiếm 45%) trả lời trên địa bàn họ sinh sống không có ĐDDLTМ, 60 khách thể (chiếm 30%) trả lời có từ 1 đến 3 ĐDDLTМ, 25 khách thể (chiếm 12,5%) trả lời có từ 3 đến 5 ĐDDLTМ, 25 khách thể (chiếm 12,5%) trả lời có trên 5 ĐDDLTМ. Nếu căn cứ vào kết quả đánh giá từng tỉnh/ thành phố, chúng tôi thấy, đa số lãnh đạo quản lí nhà

nước và doanh nghiệp thành phố Hà Nội, Đà Nẵng và Phú Quốc đánh giá tại các tỉnh, thành phố này chưa có ĐDDLTМ; đa số lãnh đạo quản lý nhà nước và doanh nghiệp các tỉnh/ thành phố còn lại như Quảng Ninh, Thừa Thiên Huế, Khánh Hòa, TP HCM đánh giá tại tỉnh/ thành phố của họ có từ 01 đến trên 5 ĐDDLTМ. Qua làm việc và quan sát trực tiếp các điểm đến du lịch tại các tỉnh/thành phố được chọn nghiên cứu, chúng tôi cũng nhận thấy, chưa có điểm đến nào đạt được đầy đủ các yếu tố cấu thành ĐDDLTМ. Tiến hành trò chuyện trực tiếp với một số lãnh đạo quản lý nhà nước cấp trung ương và địa phương quản lý về công tác chuyển đổi số trong ngành du lịch của các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu về thực trạng này,

chúng tôi nhận thấy, họ cũng chỉ khẳng định rằng, hiện nay, các tỉnh thành phố được chọn nghiên cứu đang triển khai đề án phát triển du lịch thông minh, nhưng rất ít điểm đến du lịch của các tỉnh/ thành phố này đạt được đầy đủ các yếu tố cấu thành của một ĐDDLTМ và mức độ đạt được của các điểm đến là khác nhau. Đối chiếu với các yếu tố cấu thành ĐDDLTМ, chúng tôi nhận thấy, ý kiến đánh giá của lãnh đạo quản lý nhà nước cấp trung ương và địa phương, các doanh nghiệp tại các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu là đúng. Từ đây, chúng tôi rút ra kết luận, tại các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu, rất ít điểm đến đạt tiêu chuẩn ĐDDLTМ. Trong đó, các tỉnh, thành phố Đà Nẵng, Hà Nội, Phú Quốc chưa có ĐDDLTМ.

Bảng 1. Đánh giá của CBQLNN cấp trung ương, địa phương và CBQTDN về số lượng ĐDDLTМ tại các tỉnh/thành phố được chọn nghiên cứu

TT	Khách thể nghiên cứu	Số lượng ĐDDLTМ tại các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu									
		Không có		Có 01 đến 3 điểm đến		Có 03 đến 5 điểm đến		Có trên 5 điểm đến		Tổng cộng	
		SL	Tỉ lệ %	SL	Tỉ lệ %	SL	Tỉ lệ %	SL	Tỉ lệ %	SL	Tỉ lệ %
1	CBQLNN cấp trung ương	1	14,29	4	57,14	1	14,29	1	14,29	7	100
2	CBQLNN và CBQTDN tại TP Hà Nội	14	56,00	7	28,00	1	4,00	3	12,00	25	100
3	CBQLNN và CBQTDN tại tỉnh Quảng Ninh	9	31,03	8	27,59	8	27,59	4	13,79	29	100
4	CBQLNN và CBQTDN tại tỉnh Thừa Thiên Huế	14	43,75	9	28,13	3	09,38	6	18,75	32	100
5	CBQLNN và CBQTDN tại TP Đà Nẵng	16	50,00	8	25,00	3	09,38	5	15,63	32	100
6	CBQLNN và CBQTDN tại tỉnh Khánh Hòa	12	35,29	16	47,06	3	08,82	3	08,82	34	100
7	CBQLNN và CBQTDN tại TP HCM	11	45,83	7	29,17	4	16,67	2	08,33	24	100
8	CBQLNN và CBQTDN tại TP Phú Quốc	13	76,47	1	05,88	2	11,76	1	05,88	17	100
Tổng cộng		90	45,00	60	30,00	25	12,50	25	12,50	200	100

– Về chất lượng các điểm đến du lịch: Để tìm hiểu thực trạng này, chúng tôi tiếp tục tiến hành phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi đối với 200 khách thể nghiên cứu, trong đó có 100 CBQLNN cấp trung ương và địa phương và 100 CBQTDN du lịch tại 7 tỉnh, thành phố của Việt Nam được chọn

nghiên cứu (Quảng Ninh, Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Khánh Hòa, TP Hồ Chí Minh, Phú Quốc). Với câu hỏi 3.2 – Phiếu hỏi Mẫu 3 – dành cho CBQLNN cấp trung ương, địa phương; Câu hỏi 3.2 – Phiếu hỏi Mẫu 1 – Phiếu dành cho CBQTDN, kết quả thu được như Bảng 2.

Bảng 2. Tổng hợp đánh giá của CBQLNN cấp trung ương, địa phương và CBQTDN về chất lượng ĐDDLTM tại các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu

TT	Nhóm tiêu chí	CBQLNN Cấp TW, ĐP		CBQTDN		Tổng cộng	
		ĐTB	TB	ĐTB	TB	ĐTB	TB
1	Chính quyền/ quản trị tại điểm đến	2,29	8	2,39	7	2,34	8
2	Tài nguyên du lịch	2,66	4	2,81	3	2,73	4
3	Sản phẩm và dịch vụ du lịch	2,67	3	3,00	1	2,83	2
4	Đời sống tại điểm đến	2,70	2	3,00	1	2,85	1
5	Nền kinh tế tại điểm đến	2,56	5	2,61	5	2,58	5
6	Hệ thống giao thông/ di chuyển tại điểm đến	1,95	10	2,25	10	2,10	10
7	Hệ thống năng lượng tại điểm đến	2,42	7	2,32	9	2,37	7
8	Môi trường tại điểm đến	2,46	6	2,54	6	2,50	6
9	Cư dân tại điểm đến	2,12	9	2,38	8	2,25	9
10	Du khách tại điểm đến	2,73	1	2,77	4	2,75	3
	TBC	2,46		2,61		2,53	

Tiến hành nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng thang đo Likert với 5 mức độ điểm, trong đó quy định: mức độ “Hoàn toàn đồng ý”: $4,20 < \text{ĐTB} \leq 5,00$; mức độ “Đồng ý”: $3,40 < \text{ĐTB} \leq 4,20$; mức độ “Bình thường”: $2,60 < \text{ĐTB} \leq 3,40$; mức độ “Không đồng ý”: $1,80 < \text{ĐTB} \leq 2,60$; mức độ “Hoàn toàn không đồng ý” có $1,00 < \text{ĐTB} \leq 1,80$. Kết quả thu được tại Bảng 3 cho thấy, đa số CBQLNN cấp trung ương và địa phương, CBQTDN đánh giá các nhóm tiêu chí ở mức độ “Không đồng ý” (ĐTB: 2,53). Trong đó, các CBQTDN đánh giá đạt mức độ “Bình thường” (ĐTB: 2,61) và CBQLNN trung ương và địa phương đánh giá đạt mức độ “Không đồng ý” (ĐTB: 2,46). Sử dụng hệ số tương quan thứ bậc Spearman so sánh ý kiến đánh giá của CBQLNN cấp trung ương và địa phương với ý kiến đánh giá của CBQTDN được chọn nghiên cứu, chúng tôi thấy hệ số tương quan $r \approx 0,96$ (có mối tương quan chặt), giữa hai ý kiến này thống nhất, không có sự khác biệt. Chứng tỏ các khách thể nghiên cứu hoặc “Không đồng ý” hoặc “do dự” trong

đánh giá. Qua quan sát và trò chuyện trực tiếp, một số CBQLNN cấp trung ương và địa phương cũng như một số CBQTDN, chúng tôi được biết, mặc dù là những điểm đến được đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin mạnh mẽ nhất của các tỉnh/ thành phố được chọn nghiên cứu, nhưng so với yêu cầu của một ĐDDLTM thì hầu hết các điểm đến này đều chưa đạt được.

3.3. Đề xuất điều kiện và quy trình xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam

– Điều kiện xây dựng ĐDDLTM: Trên cơ sở nghiên cứu các công trình và sản phẩm về ĐDDLTM của các tác giả trong và ngoài nước, chúng tôi tổng hợp và đề xuất các điều kiện xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam hiện nay như Bảng 3.

– Quy trình xây dựng ĐDDLTM: Trên cơ sở lấy ý kiến của 100 CBQLNN cấp trung ương, địa phương và 100 CBQTDN về quy trình xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam hiện nay, chúng tôi thu được kết quả như Bảng 4.

Bảng 3. Các điều kiện xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam

TT	Các điều kiện xây dựng ĐDDLTM	Nội dung						
1	Cơ quan QLNN về DL của điểm đến	1.1. Triển khai đồng bộ Chính phủ điện tử. 1.2. Thực hiện thủ tục hành chính điện tử, dịch vụ công trực tuyến. 1.3. Số hóa – công nghệ hóa các hoạt động quản lý chuyên môn...						
2	Chính quyền/quản trị thông minh tại điểm đến	2.1. Thực hiện chính quyền điện tử và hệ thống thông tin truyền thông. 2.2. Số hóa các hoạt động của chính quyền. 2.3. Thực hiện các dịch vụ công trực tuyến. 2.4. Thực hiện ra quyết định, sự tham gia của người dân vào quá trình quản trị trực tuyến. 2.5. Thực hiện hệ thống dữ liệu mở và minh bạch. 2.6. Sử dụng phần mềm quản lý thông minh điểm đến. 2.7. Triển khai hệ thống wifi thông minh tại điểm đến. 2.8. Sử dụng hệ thống quảng cáo thông minh tại điểm đến...						
3	Lãnh đạo của điểm đến du lịch	3.1. Say mê, có tinh thần trách nhiệm cao đối với việc xây dựng điểm đến du lịch thông minh. 3.2. Sáng tạo. 3.3. Tầm nhìn sâu, rộng. 3.4. Can đảm đưa ra các quyết định lớn. 3.5. Có tính quyết đoán, làm việc quyết liệt, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm. 3.6. Khả năng lập kế hoạch, tổ chức và quản lý. 3.7. Có khả năng trao quyền, thu phục, chia sẻ, cộng đồng trách nhiệm đối với cấp dưới. 3.8. Tinh thần ham học hỏi.						
4	Người lao động du lịch tại điểm đến	4.1. Phẩm chất nghề du lịch tốt. 4.2. Kỹ năng chuyên môn nghề du lịch tốt. 4.3. Kỹ năng mềm tốt. 4.4. Kỹ năng số tốt. <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td style="vertical-align: top;">4.4.1. Kỹ năng số</td> <td style="vertical-align: top;">4.4.1. Kỹ năng số</td> <td> Kỹ năng giao tiếp (tạo hòm thư, gửi thư hoặc tham gia các mạng xã hội,...). Khả năng nhận thức về độ tin cậy trên mạng. Kỹ năng giao dịch trên mạng. Kỹ năng tìm kiếm các giải pháp trên mạng. Kỹ năng an toàn. Kỹ năng tìm hiểu, học hỏi về công nghệ số mới,... </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;">4.4.2. Kỹ năng số cứng</td> <td style="vertical-align: top;">4.4.2. Kỹ năng số cứng</td> <td> Sử dụng công nghệ IoT. Trí tuệ nhân tạo (AI). Học máy (ML): Tự động dịch thuật, nhận dạng giọng nói, điều khiển tự động... Sử dụng công nghệ sản xuất. Sử dụng công nghệ quản lý dự án. Sử dụng công nghệ quản lý sản phẩm. Sử dụng công nghệ quản lý quy trình kinh doanh. Sử dụng công nghệ tiếp thị số. Sử dụng công nghệ phân tích và khai thác dữ liệu. </td> </tr> </table>	4.4.1. Kỹ năng số	4.4.1. Kỹ năng số	Kỹ năng giao tiếp (tạo hòm thư, gửi thư hoặc tham gia các mạng xã hội,...). Khả năng nhận thức về độ tin cậy trên mạng. Kỹ năng giao dịch trên mạng. Kỹ năng tìm kiếm các giải pháp trên mạng. Kỹ năng an toàn. Kỹ năng tìm hiểu, học hỏi về công nghệ số mới,...	4.4.2. Kỹ năng số cứng	4.4.2. Kỹ năng số cứng	Sử dụng công nghệ IoT. Trí tuệ nhân tạo (AI). Học máy (ML): Tự động dịch thuật, nhận dạng giọng nói, điều khiển tự động... Sử dụng công nghệ sản xuất. Sử dụng công nghệ quản lý dự án. Sử dụng công nghệ quản lý sản phẩm. Sử dụng công nghệ quản lý quy trình kinh doanh. Sử dụng công nghệ tiếp thị số. Sử dụng công nghệ phân tích và khai thác dữ liệu.
4.4.1. Kỹ năng số	4.4.1. Kỹ năng số	Kỹ năng giao tiếp (tạo hòm thư, gửi thư hoặc tham gia các mạng xã hội,...). Khả năng nhận thức về độ tin cậy trên mạng. Kỹ năng giao dịch trên mạng. Kỹ năng tìm kiếm các giải pháp trên mạng. Kỹ năng an toàn. Kỹ năng tìm hiểu, học hỏi về công nghệ số mới,...						
4.4.2. Kỹ năng số cứng	4.4.2. Kỹ năng số cứng	Sử dụng công nghệ IoT. Trí tuệ nhân tạo (AI). Học máy (ML): Tự động dịch thuật, nhận dạng giọng nói, điều khiển tự động... Sử dụng công nghệ sản xuất. Sử dụng công nghệ quản lý dự án. Sử dụng công nghệ quản lý sản phẩm. Sử dụng công nghệ quản lý quy trình kinh doanh. Sử dụng công nghệ tiếp thị số. Sử dụng công nghệ phân tích và khai thác dữ liệu.						
5	Hệ thống kết cấu hạ tầng thông minh tại điểm đến	5.1. Hạ tầng CNTT, viễn thông phát triển mạnh, phủ sóng rộng khắp. 5.2. Hạ tầng dữ liệu ngày càng phát triển trong cả khu vực công và khu vực tư. 5.3. Hệ thống xác thực điện tử được đầu tư phát triển. 5.4. Hệ thống hạ tầng điện, năng lượng phát triển nhanh, đa dạng. 5.5. Hệ thống điều hành tòa nhà thông minh. 5.6. Hệ thống nhà ở thông minh. 5.7. Hệ thống đo điện nước thông minh. 5.8. Hệ thống chiếu sáng thông minh...						

6	Tài nguyên du lịch	6.1. Sự hấp dẫn về du lịch tại điểm đến. 6.2. Sự đa dạng và tính độc đáo của tài nguyên. 6.3. Sức chứa của điểm tài nguyên trên 150 người. 6.4. Bảo vệ và tôn tạo tài nguyên tốt.
7	Đời sống thông minh	7.1. Các cơ sở văn hóa (trung tâm văn hóa, nhà thiếu nhi, nhà văn hóa lao động, rạp chiếu phim, rạp xiếc, nhà hát, nhà triển lãm văn học nghệ thuật, nhà bảo tàng, quảng trường, thư viện, nhà văn hóa thôn, trụ sở thôn, câu lạc bộ thôn,...) đạt tiêu chuẩn quy định, được công nghệ hóa. 7.2. Hệ thống chăm sóc sức khỏe/y tế thông minh. 7.3. Hệ thống an ninh thông minh. 7.4. Sự gắn kết xã hội tại điểm đến. 7.5. Quản lý hệ thống giáo dục – đào tạo thông minh.
8	Nền kinh tế thông minh	8.1. Tinh thần sẵn sàng đổi mới sáng tạo của cộng đồng dân cư tại điểm đến. 8.2. Tinh thần doanh nghiệp năng suất cao, kết nối mạng lưới toàn cầu và địa phương của các doanh nghiệp du lịch tại điểm đến. 8.3. Sự vận hành linh hoạt của thị trường lao động du lịch tại điểm đến. 8.4. Đảm bảo sự cơ động xã hội trong các giai tầng dân cư tại điểm đến.
9	Hệ thống giao thông/ di chuyển thông minh	9.1. Có bản đồ số điểm đến. 9.2. Hệ thống chỉ dẫn giao thông thông minh đang hoạt động tại điểm đến. 9.3. Hệ thống xe bus thông minh đang hoạt động tại điểm đến. 9.4. Hệ thống chia sẻ xe ô tô, xe đạp, phương tiện giao thông công cộng tự động tại điểm đến. 9.5. Hệ thống dự báo tình trạng ách tắc giao thông gắn với đèn giao thông thông minh đang hoạt động tại điểm đến. 9.6. Hệ thống bãi xe thông minh tại điểm đến (chỗ đỗ xe có gắn cảm biến).
10	Môi trường thông minh	10.1. Hiệu quả sử dụng năng lượng tốt. 10.2. Đã sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo. 10.3. Bảo vệ môi trường, giảm thiểu ô nhiễm. 10.4. Tạo sự hấp dẫn về điều kiện môi trường. 10.5. Quy hoạch bền vững.
11	Cư dân thông minh	11.1. Có tư duy mở, luôn sẵn sàng học hỏi. 11.2. Sáng tạo. 11.3. Có năng lực phù hợp với sự vận hành của điểm đến. 11.4. Đa dạng về xã hội và chủng tộc. 11.5. Sẵn sàng tham gia đời sống chung của cộng đồng.
12	Du khách thông minh	12.1. Sử dụng dịch vụ trực tuyến (tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ đến trải nghiệm tại điểm đến, chia sẻ cảm xúc sau chuyến đi). 12.2. Sử dụng các phần mềm, tiện ích thông minh trên các thiết bị di động thông minh. 12.3. Có thói quen tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến. 12.4. Cởi mở chia sẻ dữ liệu của mình bằng sử dụng các công nghệ thông minh. 12.5. Tương tác linh hoạt với các bên liên quan khác bằng hình thức trực tuyến. 12.6. Đồng sáng tạo để nâng cao và cá nhân hóa trải nghiệm thông minh. Tham gia tích cực trong việc sáng tạo những trải nghiệm. 12.7. Tạo cơ hội đổi mới xã hội, chủ động và tìm thấy môi trường tự nhiên của mình trong hệ sinh thái du lịch thông minh và điểm đến thông minh.

Bảng 4. Tổng hợp ý kiến của CBQLNN cấp TW, ĐP và CBQTDN về quy trình xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam

TT	Nội dung đánh giá	CBQLNN Cấp TW, ĐP		CBQTDN		Tổng cộng	
		ĐTB	TB	ĐTB	TB	ĐTB	TB
1	Xây dựng đồng thời các yếu tố cấu thành ĐDDLTM.	4,28	2	4,27	2	4,28	2
2	Xây dựng lần lượt từng yếu tố cấu thành ĐDDLTM.	2,22	3	2,39	3	2,31	3
3	Xác định các yếu tố cốt lõi cấu thành ĐDDLTM và xây dựng trước các yếu tố này, sau đó mới xây dựng các yếu tố còn lại.	4,61	1	4,46	1	4,54	1

Kết quả thu được tại Bảng 4 cho thấy, các khách thể được chọn nghiên cứu đánh giá rất cao quy trình xây dựng ĐDDLTM thứ 3 “Xác định các yếu tố cốt lõi cấu thành ĐDDLTM và xây dựng trước các yếu tố này, sau đó mới xây dựng các yếu tố còn lại” (mức độ “Hoàn toàn đồng ý” – ĐTB: 4,54 – xếp thứ nhất). Quy trình xây dựng ĐDDLTM thứ 1 “Xây dựng đồng thời các yếu tố cấu thành ĐDDLTM” đứng vị trí thứ 2 (mức độ “Hoàn toàn đồng ý” – ĐTB: 4,28); quy trình xây dựng ĐDDLTM thứ 2 “Xây dựng lần lượt từng yếu tố cấu thành ĐDDLTM” (mức độ “Không đồng ý” – ĐTB: 2,31) xếp thứ 3; có sự thống nhất cao giữa ý kiến đánh giá của hai nhóm khách thể được chọn nghiên cứu. Sử dụng hệ số tương quan thứ hạng Spearman so sánh ý kiến đánh giá của CBQLNN cấp trung ương và địa phương với ý kiến đánh giá của CBQTDN được chọn nghiên cứu, chúng tôi thấy hệ số tương quan $r \approx 1,0$ (có mối tương quan chặt), giữa hai ý kiến này hoàn toàn thống nhất, không có sự khác biệt. Chúng tôi các khách thể nghiên cứu đánh giá các điểm đến du lịch được chọn nghiên cứu xác định các yếu tố cốt lõi xây dựng trước sau đó mới xây dựng các yếu tố còn lại. Qua trao đổi trực tiếp với một số lãnh đạo trực tiếp phụ trách xây dựng ĐDDLTM thuộc cơ quan QLNN cấp trung ương và địa phương, một số CBQTDN, các khách thể này cũng khẳng định, trên thực tế họ đang triển khai như vậy. Nguyên nhân của thực trạng này là do xây dựng ĐDDLTM là một quá trình khó khăn,

phức tạp về cả phía nhân lực, cơ sở vật chất, kinh phí,... Từ kết quả nghiên cứu này, chúng tôi rút ra nhận xét, để xây dựng các điểm đến du lịch trở thành ĐDDLTM tại Việt Nam hiện nay, các cấp quản lý nhà nước và doanh nghiệp cần xây dựng các yếu tố cốt lõi trước sau đó mới xây dựng các yếu tố còn lại.

Về các bước của quy trình triển khai xây dựng ĐDDLTM chúng tôi đề xuất như sau:

– *Bước 1. Thiết lập tầm nhìn:* Lãnh đạo địa phương đóng vai trò chủ đạo trong việc thiết lập tầm nhìn xây dựng ĐDDLTM tại địa phương trên cơ sở các yếu tố sau:

Chiến lược, kế hoạch phát triển DLTM của quốc gia, của địa phương;

Đánh giá hiện trạng về cơ sở hạ tầng ICT, kết quả ứng dụng ICT ở cấp quản lý cao nhất của điểm đến, các mô hình tổ chức quản lý liên quan.

Xác định các bên liên quan và các cơ chế (diễn đàn, hiệp hội,...) thúc đẩy sự tham gia hiệu quả của nhiều bên, đặc biệt quan tâm đến sự tham gia của người dân; đảm bảo thông tin được chia sẻ đầy đủ, thuận lợi trong toàn bộ quá trình.

Xác định mô hình xây dựng ĐDDLTM với các điều kiện phù hợp cho phép quản lý hiệu quả, hiệu lực các giải pháp về xây dựng ĐDDLTM. Sử dụng phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức (SWOT) để hỗ trợ trong việc xác định điều kiện xây dựng ĐDDLTM của lãnh đạo địa phương.

– *Bước 2. Xây dựng đề án tổng thể phát triển ĐDDLTM*: Chính quyền địa phương phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp và các bên liên quan xây dựng đề án tổng thể phát triển ĐDDLTM, trong đó, các mục tiêu đảm bảo thống nhất với các mục tiêu tổng quát về xây dựng ĐDDLTM và thực tế của địa phương.

– *Bước 3: Đạt được cam kết giữa các bên liên quan trong việc xây dựng ĐDDLTM*: Lãnh đạo địa phương cần đạt được sự cam kết với các bên liên quan (Nhà nước, doanh nghiệp và người dân) để đảm bảo thực hiện thành công các mục tiêu của các chương trình, dự án mang tính chiến lược về xây dựng ĐDDLTM

– *Bước 4. Triển khai xây dựng ĐDDLTM*: Trên cơ sở cam kết đạt được và sự hỗ trợ của các bên liên quan, lãnh đạo địa phương trực tiếp chỉ đạo khởi động việc xây dựng ĐDDLTM, gồm các nội dung sau:

Xây dựng nền tảng phần cứng ĐDDLTM như: Xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, truyền thông đáp ứng nhu cầu chất lượng cao của khách du lịch như: lựa chọn các ứng dụng công nghệ có độ sử dụng phổ biến rộng rãi với nhiều đối tượng, các ứng dụng này có thể sử dụng nhiều ngôn ngữ khác nhau để cho khách du lịch nước ngoài tham gia trải nghiệm; xây dựng hệ thống dữ liệu lớn, dữ liệu mở về các ĐDDLTM, về trung tâm mua sắm, bệnh viện, trường học, trung tâm giải trí, văn hóa, văn hóa ẩm thực kết nối với các ứng dụng thông minh để người dân và hành khách có thể truy cập; sử dụng phương tiện chia sẻ truyền thông đại chúng, giúp lan rộng phổ biến các loại hình du lịch thông minh đến mọi người thông qua chương trình quảng cáo, công cụ QR, VR, XR, bài viết, video; triển khai áp dụng một số ứng dụng dịch vụ thông minh với quy mô nhỏ, mở các lớp hướng dẫn sử dụng các ứng dụng điện tử cho du khách và người dân; dùng các phương pháp thu thập thông tin, quản lý, giám sát dữ liệu của quá trình phát triển du lịch thông minh và đưa ra phương án để điều chỉnh, cải thiện kết quả, rút ra bài học kinh nghiệm; phổ biến rộng rãi việc áp dụng công nghệ thực tế ảo, ứng dụng nền tảng hiện đại cho các đơn vị du lịch khác nhau; kết nối dữ liệu giữa các ĐDDLTM; xây dựng hệ thống các nguồn năng lượng sạch.

Tạo hệ môi trường sinh thái bền vững, bảo vệ nguồn tài nguyên.

Phát triển hệ thống giao thông, tòa nhà tích hợp; xây dựng hệ thống xử lý nước thải, rác thải...

Xây dựng phát triển các yếu tố nền tảng mềm ĐDDLTM để đảm bảo chất lượng cuộc sống và con người như: dịch vụ giải trí, nhà hát, rạp chiếu phim, hệ thống giáo dục, hệ thống chăm sóc sức khỏe, dịch vụ an ninh, an toàn,...

Ban hành các chính sách, luật liên quan đến dữ liệu lớn, dữ liệu mở,...

– *Bước 5. Đào tạo mới, bồi dưỡng bổ sung đội ngũ nhân lực du lịch thông minh*: Đào tạo nâng cao phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, năng lực nghề nghiệp cho đội ngũ CBQL các cấp, nhân viên tại ĐDDL như năng lực chuyên môn, quản lý, tin học, ngoại ngữ, đặc biệt chú trọng đào tạo mảng công nghệ thông tin, truyền thông quảng bá, chuyển đổi số du lịch, giúp họ có đủ phẩm chất, năng lực đáp ứng yêu cầu của các vị trí công việc tại các ĐDDLTM.

– *Bước 6. Đánh giá định lượng sự tiến bộ của ĐDDLTM (so với các mục tiêu trong đề án tổng thể)*: Trên cơ sở mô hình ĐDDLTM cần xây dựng của địa phương, tiến hành giám sát, đánh giá kết quả thực hiện các nội dung trong đề án tổng thể so với mục tiêu đặt ra nhằm kịp thời điều chỉnh những hạn chế phát sinh nếu có.

– *Bước 7. Tổng kết, rút kinh nghiệm*: Đánh giá, báo cáo và tổng kết các bài học kinh nghiệm tốt rút ra từ thực tiễn xây dựng ĐDDLTM để có thể nhân rộng hoặc điều chỉnh chiến lược, kế hoạch cho phù hợp thực tiễn, nhằm nâng cao hiệu quả xây dựng ĐDDLTM cho giai đoạn tiếp theo.

Sự phân chia thành các bước trên của quy trình xây dựng ĐDDLTM là tương đối, còn trong thực tế, chúng ta có thể phối hợp cùng một lúc hai hoặc một số bước của quy trình này với nhau nhằm đáp ứng yêu cầu xây dựng ĐDDLTM của ngành du lịch hay các doanh nghiệp du lịch.

4. KẾT LUẬN

Thế giới đã bước vào cuộc cách mạng 4.0, du lịch đã và đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam. Để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thời đại cách mạng 4.0 và Việt Nam cần tập trung phát triển du lịch thông minh thì xây dựng điểm đến du lịch là một bộ phận cấu thành không thể thiếu. Tuy nhiên, xây dựng ĐDDLTM là một việc làm mới đối với các quốc gia trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, quá trình triển khai xây dựng còn gặp nhiều khó khăn, kết quả mang lại còn nhiều hạn chế. Trên cơ sở sử dụng phối hợp các phương pháp nghiên cứu lí luận và thực tiễn, nhóm tác giả đã đánh giá được thực trạng số lượng và chất lượng các ĐDDL tại Việt Nam, từ đó đề xuất 12 điều kiện từ các góc độ (cơ quan quản lí nhà nước và chính quyền quản lí điểm đến các cấp, lãnh đạo điểm đến, điều kiện vật chất và tinh thần, người dân nơi cư trú, khách du lịch) và quy trình tổng thể, quy trình cụ thể (gồm 7 bước) xây dựng ĐDDLTM tại Việt Nam. Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, để xây dựng thành công ĐDDLTM tại Việt Nam, các điểm đến cần phải chuẩn bị và hội tụ đầy đủ các điều kiện mà chúng tôi đề xuất ở trên và triển khai xây dựng ĐDDLTM theo quy trình xây dựng các yếu tố lõi trước sau đó mới xây dựng các yếu tố còn lại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. Trong I. Tussyadiah & A. Inversini (B.t.v), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (tr 391–403). Springer International Publishing.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. Trong Z. Xiang & I. Tussyadiah (B.t.v), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (tr 553–564). Springer International Publishing.
- Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145–150.

- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2), 109–133.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hoàng Phê. (2022). *Từ Điển Tiếng Việt*. Nxb Hồng Đức.
- Jovicic, D. Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276–282.
- Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., & Torres-Manzanera, E. (2015). Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility. Trong I. Tussyadiah & A. Inversini (B.t.v), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (tr 363–375). Springer International Publishing.
- LUCI. (2024). *5 Lĩnh vực ứng dụng của thành phố thông minh đang được quan tâm*. LUCI Inspire life with technology. Truy cập ngày 20/3/2024, tại <https://luci.vn/5-linh-vuc-ung-dung-cua-thanh-pho-thong-minh-dang-duoc-quan-tam>
- Nguyễn Thái Hòa & Nguyễn Vũ Hoa Hồng. (2023). *Xây dựng điểm đến du lịch thông minh gắn với quản lý phát triển bền vững du lịch tỉnh Lâm Đồng hiện nay*. Liên hiệp các Hội Khoa học và kĩ thuật tỉnh Lâm Đồng. Truy cập ngày 20/3/2024, tại <https://lienhiephoilaamdong.org.vn/xay-dung-diem-den-du-lich-thong-minh-gan-voi-quan-ly-phat-trien-ben-vung-du-lich-tinh-lam-dong-hien-nay.html>
- Nguyễn Thị Thanh Thanh. (2023). *Chuyên đề: Khái quát về điểm đến du lịch và quản lý điểm đến du lịch*. Trường Đại học Vinh.
- Vụ Gia Đình. (2021). *Thực trạng tác động của Internet, thiết bị công nghệ đối với thanh, thiếu, nhi ở Việt Nam hiện nay*. Vụ Gia đình. Truy cập ngày 20/3/2024, tại <https://giadinh.bvhttdl.gov.vn/thuc-trang-tac-dong-cua-internet-thiet-bi-cong-nghe-doi-voi-thanh-thieu-nhi-o-viet-nam-hien-nay/>