



**Tạp chí**

# **NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**

**ĐẠI HỌC SAO ĐỎ**

**SCIENTIFIC JOURNAL - SAO DO UNIVERSITY**

**P. ISSN 1859-4190**

**E. ISSN 2815-553X**



**SỐ ĐẶC BIỆT**

**KỶ NIỆM 15 NĂM THÀNH LẬP TRƯỜNG**

**Số 2 (90)**

**2025**

## MỤC LỤC

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
1.	Xây dựng hệ sinh thái kinh tế số: Vai trò của giáo dục và nghiên cứu khoa học <i>Building a digital economy ecosystem: The role of education and scientific research</i>	<b>Nguyễn Kế Nghĩa</b> Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	8-16
2.	Áp dụng trí tuệ nhân tạo dự báo nhu cầu và tối ưu hóa tồn kho tại Việt Nam <i>Applying artificial intelligence to forecast demand and optimize inventory in Vietnam</i>	<b>Nguyễn Xuân Trang</b> Trường Kinh Tế Tài Chính - Đại học Thủ Dầu Một	17-24
3.	Kinh nghiệm của một số địa phương về phát triển nguồn nhân lực cho phát triển kinh tế số - Bài học kinh nghiệm đối với tỉnh Hải Dương <i>Experiences of some localities in developing human resources for digital economic development - Lessons learned for Hai Duong province</i>	<b>Vũ Hồng Phong; Phan Hoàng Đức; Vũ Văn Đông</b> Trường Đại học Sao Đỏ	25-33
4.	Giải pháp phát huy tiềm năng và cơ hội tham gia, phát triển kinh tế số của thanh niên hiện nay <i>Solutions to promote the potential and opportunities to participate and develop the digital economy of youth</i>	<b>Nguyễn Tuấn Anh</b> Viện Nghiên cứu Thanh niên	34-43
5.	Nâng cao chất lượng nguồn lực giảng viên trong các cơ sở giáo dục đại học đáp ứng nhu cầu phát triển bền vững <i>Improving the quality of teaching resources in higher education institutions to meet the needs of sustainable development</i>	<b>Nguyễn Thị Hiền Oanh</b> Trường Đại học Sài Gòn	44-52
6.	Kinh nghiệm quốc tế về quản lý nền kinh tế số và hàm ý cho Việt Nam <i>International experiences in digital economy governance and policy implications for Vietnam</i>	<b>Luyện Thùy Dung*, Bùi Tiến Thịnh</b> Trường Đại học Tài Chính – Quản trị kinh doanh	53-60
7.	Số hoá ngành du lịch Quảng Bình: cơ hội và thách thức trong chuyển đổi số <i>Digital Transformation of Quang Binh's Tourism Industry: Opportunities and Challenges</i>	<b>Phan Thị Quỳnh Trang</b> Trường Đại học Quảng Bình	61-69

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
8.	Khung năng lực nguồn nhân lực công nghệ thông tin trong bối cảnh chuyển đổi số <i>Information technology human resource capacity framework in the context of digital transformation</i>	<b>Lại Thị Hiếu</b> Trường Đại học Công nghiệp Việt Trì	70-76
9.	Thương mại điện tử góp phần quan trọng phát triển kinh tế số ở Việt Nam hiện nay <i>E-commerce as a key driver of digital economy development in Vietnam</i>	<b>Nguyễn Hữu Sơn</b> Học viện Cán bộ Thành phố Hồ Chí Minh	77-83
10.	Chuyển đổi số trong doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay <i>Digital transformation in small and medium enterprises in Vietnam today</i>	<b>Trần Đăng Sinh<sup>1</sup>, Phùng Thị Lý<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Hội triết học Việt Nam <sup>2</sup> Trường Đại học Sao Đỏ	84-93
11.	Chuyển đổi số ở thị trường lao động Việt Nam dưới góc nhìn xã hội học <i>Digital Transformation in the Vietnamese Labor Market: A Sociological Perspective</i>	<b>Nguyễn Duy Thái<sup>1*</sup>, Nguyễn Thị Hải Hà<sup>2</sup>, Nguyễn Đức Chiện<sup>3</sup></b> <sup>1</sup> Tạp chí Xã hội học Việt Nam <sup>2</sup> Trường Đại học Sao Đỏ <sup>3</sup> Viện Xã hội học	94-100
12.	Chuyển đổi số truy xuất nguồn gốc nông sản: kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam <i>Digital transformation in agricultural product traceability: international experiences and recommendations for Vietnam</i>	<b>Lê Quý Dương<sup>1*</sup>, Nguyễn Đức Chiện<sup>2</sup>, Ngô Trung Thành<sup>3</sup>, Đinh Thị Thu Hằng<sup>3</sup>, Trần Thị Thu Thủy<sup>4</sup></b> <sup>1</sup> Viện nghiên cứu truyền thống và phát triển (TARDI) <sup>2</sup> Viện Xã hội học – Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam <sup>3</sup> Khoa Khoa học xã hội – Học viện Nông nghiệp Việt Nam <sup>4</sup> Liên hiệp các hội khoa học kỹ thuật tỉnh Hải Dương	101-110
13.	Tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số đến phong cách lãnh đạo doanh nghiệp <i>Impacts of the Fourth Industrial Revolution and the digital transformation upon business leadership style</i>	<b>Lưu Ngọc Trinh<sup>1*</sup>, Lê Đăng Minh<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Đại học Công Nghệ Giao thông vận tải <sup>2</sup> Đại học Công nghệ Sài Gòn	111-120

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
14.	Nỗ lực thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của Nhật Bản <i>Japan's Efforts in Promoting the Digital Transformation</i>	<b>Phạm Thị Hồng Hoa<sup>1</sup>, Lưu Ngọc Trinh<sup>2*</sup></b> <sup>1</sup> Trường Đại học Sao Đỏ <sup>2</sup> Đại học Công nghệ Giao thông vận tải	121-131
15.	Phát triển nông nghiệp trong nền kinh tế số hiện nay: Cơ hội và thách thức <i>Agricultural Development in Today's Digital Economy: Opportunities and Challenges</i>	<b>Nguyễn Thị Ngọc Mai</b> Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và Châu Phi	132-140
16.	Chính sách thu hút đầu tư nước ngoài vào kinh tế số tại Việt Nam <i>Policies for attracting foreign investment into the digital economy in Vietnam</i>	<b>Bùi Tiến Thịnh*, Nguyễn Thị Hoàng Mai</b> Trường Đại học Tài Chính – Quản trị kinh doanh	141-148
17.	Kinh tế số trong ngành du lịch Việt Nam: Cơ hội và thách thức <i>Digital Economy in Vietnam tourism industry: Opportunities and challenges</i>	<b>Nguyễn Hoàng Mai<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Ngọc Mai<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Viện nghiên cứu phát triển du lịch <sup>2</sup> Trường Đại học Sao Đỏ	149-158
18.	Phát triển doanh nghiệp tư nhân thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng trong nền kinh tế số <i>Developing private enterprises in Da Lat city, Lam Dong province in the digital economy</i>	<b>Trương Minh Hoài<sup>1*</sup>, Lê Thị Lại<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Trường Đại học Đà Lạt <sup>2</sup> Trường cao đẳng Đà Lạt	159-165
19.	Phổ cập hiểu biết ứng dụng fintech – Gợi ý giải pháp chuyển đổi số <i>Popularizing fintech application knowledge - Digital transformation solution suggestions</i>	<b>Lê Thị Thúy Hà</b> Phân hiệu Bắc Ninh – Học viện Ngân hàng	166-175
20.	Quá trình phát triển và xu hướng thị trường thương mại điện tử trong tương lai ở Việt Nam <i>The development process and future trends of the e-commerce market in Vietnam</i>	<b>Nguyễn Thị Huệ</b> Trường Đại học Sao Đỏ	176-186
21.	Giải pháp phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn Việt Nam trong kỷ nguyên số <i>Solutions for agricultural and rural economic development in Vietnam in the digital era</i>	<b>Ngô Thị Luyện</b> Trường Đại học Sao Đỏ	187-194
22.	Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực trong xây dựng kinh tế số tại Việt Nam <i>Some solutions for human resource development in building digital economy in Vietnam</i>	<b>Hoàng Thị Hoa</b> Trường Đại Học Sao Đỏ	195-204

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
23.	Ứng dụng AI trong hoạt động marketing tại doanh nghiệp - Cơ hội và thách thức <i>Applying AI in marketing activities at enterprises - Opportunities and challenges</i>	<b>Nguyễn Thị Thủy</b> Trường Đại học Sao Đỏ	205-212
24.	Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong phát triển du lịch thông minh tại tỉnh Hải Dương <i>Application of artificial intelligence (AI) in tourism development smart in Hai Duong province</i>	<b>Vũ Thị Hương</b> Trường Đại học Sao Đỏ	213-221
25.	Hệ thống thông tin kế toán tại các doanh nghiệp Việt Nam trong nền kinh tế số <i>Accounting information systems in Vietnamese enterprises in the digital economy</i>	<b>Vũ Thị Lý</b> Trường Đại học Sao Đỏ	222-231
26.	Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý hàng tồn kho, hiệu quả tại doanh nghiệp <i>Application of information technology in inventory management, efficiency in business</i>	<b>Vũ Thị Thanh Thủy</b> Trường Đại học Sao Đỏ	232-240
27.	Kinh tế số và giải pháp phát triển mô hình kinh tế số tại Việt Nam <i>Digital economy and solutions for developing digital economic models in Vietnam</i>	<b>Nguyễn Minh Tuấn*</b> , <b>Phạm Thị Hồng Hoa</b> Trường Đại học Sao Đỏ	241-249
28.	Ảnh hưởng của áp dụng trí tuệ nhân tạo đến năng suất lao động trong các doanh nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam <i>The influence of artificial intelligence adoption on workforce productivity in Vietnam e-commerce enterprises</i>	<b>Nguyễn Thị Huyền Trang*</b> , <b>Trần Trọng Đức</b> , <b>Lê Khánh Duyên</b> , <b>Nguyễn Tuấn Minh</b> , <b>Nguyễn Hữu Hoàng Phúc</b> , <b>Đinh Thị Hồng Thắm</b> Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	250-257
29.	Rủi ro gian lận báo cáo tài chính trong môi trường số và giải pháp kiểm toán số tại Việt Nam <i>Risk of financial reporting fraud in the digital environment and digital audit solutions in Vietnam</i>	<b>Đinh Thị Kim Thiết</b> Trường Đại học Sao Đỏ	258-265
30.	Hoàn thiện thể chế tạo tiền đề cho sự phát triển kinh tế số tại Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc <i>Perfecting the institutional framework as a prerequisite for digital economy development in Vietnam amidst the nation's rise</i>	<b>Đậu Ngọc Linh</b> Học viện cán bộ Thành phố Hồ Chí Minh	266-273

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
31.	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế số và hàm ý chính sách cho Việt Nam <i>Factors influencing digital economy development and policy implications for Vietnam</i>	<b>Hồ Thị Hà</b> Trường Kinh tế tài chính - Trường Đại học Thủ Dầu Một	274-281
32.	Thúc đẩy chuyển đổi số trong doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: Thách thức và giải pháp <i>Promoting digital transformation in small and medium-sized enterprises (SMES) in Vietnam: Challenges and solutions.</i>	<b>Nguyễn Thị Minh Hiếu<sup>1*</sup>, Nguyễn Thị Huyền Trang<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Trường Đại học Lao động Xã hội cơ sở II <sup>2</sup> Trường Cao đẳng Công nghệ cao Đồng Nai	282-289
33.	Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu kinh tế số ở Việt Nam hiện nay <i>Developing human resources to meet digital economy requirements in Vietnam today</i>	<b>Tạ Thị Năm</b> Trường Đại học Công đoàn	290-297
34.	Cải tiến phương pháp kiểm tra - đánh giá nâng cao chất lượng đào tạo sinh viên trong bối cảnh chuyển đổi số <i>Improving assessment methods – enhancing student training quality in the context of digital transformation</i>	<b>Nguyễn Thị Thuỳ Trinh</b> Trường Cao đẳng Đà Lạt	298-305
35.	Giải pháp nâng cao năng lực số của giảng viên đại học trong giai đoạn chuyển đổi số <i>Solutions to improve digital capabilities of university lecturers during the digital transformation period</i>	<b>Nguyễn Thị Hiền</b> Học Viện Ngân Hàng - Phân Viện Phú Yên	306-316
36.	Giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam trong kỷ nguyên số <i>Solutions to promote digital transformation of small and medium enterprises of Vietnam in the digital age</i>	<b>Đinh Mạnh Tuấn<sup>1*</sup>, Lê Thanh Thảo<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Viện Nghiên cứu Châu Âu và Châu Mỹ <sup>2</sup> Công ty IPCOM Vietnam	317-323
37.	Ứng dụng công nghệ số trong công tác giảng dạy <i>Applying digital technology in teaching</i>	<b>Nguyễn Thị Hồng</b> Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP HCM	324-331
38.	Điều kiện có hiệu lực của hợp đồng thông minh: Góc nhìn pháp lý trong bối cảnh phát triển kinh tế số <i>The validity conditions of smart contracts: A legal perspective in the context of digital economic development</i>	<b>Nguyễn Phương Uyên*, Thái Trần Văn Huế, Nguyễn Thị Diệu Hiền, Nguyễn Khánh Linh</b> Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	332-339

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
39.	Phân tích tích hợp các đổi mới FinTech trong ngành ngân hàng: Những cải tiến và thách thức <i>Integrated Analysis of FinTech Innovations in Banking: Enhancements and Challenges</i>	<b>Phí Văn Trọng*</b> , <b>Trần Thị Nam Thanh</b> Trường Đại học Kinh tế quốc dân	340-349
40.	Một số vấn đề về chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng Việt Nam hiện nay <i>Some issues on digital transformation in the banking sector in Vietnam today</i>	<b>Nguyễn Thị Huệ</b> Viện Nghiên cứu Văn hoá – Viện Hàn lâm KHXHVN	360-359
41.	Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu xây dựng nền kinh tế số của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập khu vực Châu Á - Thái Bình Dương hiện nay <i>Developing high-quality human resources to meet the demands of building Vietnam's digital economy in the context of regional integration in the Asia-Pacific today</i>	<b>Tiêu Thị Thu Ngân*</b> , <b>Nguyễn Phương Linh</b> , <b>Vũ Tuấn Nghĩa</b> Trường Đại học Ngoại thương	360-367
42.	Thực trạng chuyển đổi số ngành ngân hàng tại Việt Nam <i>The current situation of digital transformation of the banking industry in Vietnam</i>	<b>Lương Thị Hoa</b> Trường Đại học Sao Đỏ	368-376
43.	Giải pháp chuyển đổi số trong công tác kế toán tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương <i>Solutions for digital transformation in accounting practices at businesses in Hai Duong province</i>	<b>Nguyễn Thị Quỳnh</b> Trường Đại học Sao Đỏ	377-385
44.	Phát triển năng lực số cho sinh viên các trường đại học trong giai đoạn hiện nay <i>Developing digital competencies for university students in the current context</i>	<b>Nguyễn Thị Lý</b> Trường Đại học Lâm nghiệp	386-394
45.	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng hàng Việt trên sàn thương mại điện tử tại Việt Nam <i>Study on factors influencing Vietnamese consumer behavior on E-commerce platforms in Vietnam</i>	<b>Trần Cương</b> , <b>Trần Thị Quý Chinh*</b> Trường Kinh tế, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội	395-403

TT	Tên bài báo	Tên tác giả	Trang
46.	Các nhân tố ảnh hưởng đến ứng dụng công nghệ thông tin tại các doanh nghiệp Logistics trên địa bàn thành phố Hà Nội <i>Factors influencing the application of information technology in Logistics Enterprises in Hanoi</i>	<b>Trần Thị Quý Chinh*</b> , <b>Trần Cương</b> , <b>Nguyễn Thị Mai Anh</b> , <b>Phạm Thị Hương Giang</b> Trường Kinh tế, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội	404-412
47.	Sử dụng lý thuyết TAM trong nghiên cứu nhận thức và mức độ tương tác của giảng viên và sinh viên kế toán, kiểm toán với ứng dụng AI trong đào tạo đại học. <i>Utilizing TAM Theory to study the perception and interaction of accounting and auditing lecturers and students with AI-powered tools in higher education</i>	<b>Phùng Đặng Diệp Chi</b> , <b>Nguyễn Khánh Ly</b> , <b>Nguyễn Thu Ngân</b> , <b>Phạm Thành Long*</b> Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	413-421
48.	Áp dụng thuế bất động sản trong bối cảnh chuyển đổi số: Kinh nghiệm từ Nga, Hoa Kỳ, Singapore và hàm ý chính sách cho Việt Nam <i>Real estate taxation in the digital age: Implementation insights from Russia, the United States, Singapore, and policy implications for Vietnam</i>	<b>Nguyễn Văn Lộc</b> , <b>Nguyễn Văn Phương</b> , <b>Phạm Ngọc Hương Quỳnh*</b> Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội	422-431
49.	Tác động của quản trị nhân sự số đến kết quả làm việc của nhân viên tại các cơ sở giáo dục tại Hà Nội <i>The impact of digital human resource management on employee performance in educational institutions in Ha Noi</i>	<b>Nguyễn Minh Phương<sup>1</sup></b> , <b>Đào Thị Hà Anh<sup>2*</sup></b> , <b>Nguyễn Văn Lộc<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> Trường Đại học Việt Nhật - Đại học Quốc gia Hà Nội <sup>2</sup> Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội	432-441
50.	Một số vấn đề lý luận và thực tiễn giải pháp tăng cường thực thi chính sách hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam <i>Some theoretical and practical issues on solutions to strengthen the implementation of policies to support digital transformation for small and medium-sized enterprises in Vietnam</i>	<b>Phạm Thanh Tùng</b> Ban Tổ chức – Kiểm tra Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh	442-450

# Kinh tế số trong ngành du lịch Việt Nam: Cơ hội và thách thức

## Digital Economy in Vietnam tourism industry: Opportunities and challenges

Nguyễn Hoàng Mai<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Ngọc Mai<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Viện nghiên cứu phát triển du lịch

<sup>2</sup>Trường Đại học Sao Đỏ

\*Email: [hoangmai2601@gmail.com](mailto:hoangmai2601@gmail.com)

Ngày nhận bài: 24/02/2025

Ngày nhận bài sửa theo phản biện: 24/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 11/5/2025

### Tóm tắt

Nền kinh tế số đang thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong ngành du lịch Việt Nam, mở ra cơ hội phát triển cho các giải pháp nhằm nâng cao trải nghiệm du khách, tối ưu hóa vận hành doanh nghiệp và cải thiện quản lý điểm đến du lịch. Tuy nhiên, việc ứng dụng kinh tế số vào du lịch vẫn gặp nhiều thách thức. Để thúc đẩy du lịch thông minh, Việt Nam cần tăng cường đầu tư vào hạ tầng số, hỗ trợ SMEs trong chuyển đổi số, phát triển AI và blockchain cho quản lý du lịch, đẩy mạnh du lịch bền vững thông qua công nghệ số. Nghiên cứu này đề xuất các giải pháp chính sách và chiến lược kinh doanh nhằm giúp Việt Nam tận dụng tối đa lợi ích của nền kinh tế số, từ đó định vị quốc gia trở thành điểm đến du lịch thông minh hàng đầu tại Đông Nam Á. Việc thực hiện hiệu quả các chiến lược này sẽ giúp Việt Nam duy trì lợi thế cạnh tranh, phát triển ngành du lịch theo hướng bền vững và tận dụng tối đa tiềm năng của nền kinh tế số.

**Từ khóa:** Du lịch; kinh tế số; chuyển đổi số; du lịch thông minh; du lịch bền vững.

### Abstract:

The digital economy is driving digital transformation in Vietnam's tourism industry, opening up development opportunities for solutions to enhance visitor experiences, optimize business operations, and improve tourism destination management. However, the application of the digital economy to tourism still faces many challenges. To promote smart tourism, Vietnam needs to increase investment in digital infrastructure, support SMEs in digital transformation, develop AI and blockchain for tourism management, and promote sustainable tourism through digital technology. This study proposes policy solutions and business strategies to help Vietnam maximize the benefits of the digital economy, thereby positioning the country as a leading smart tourism destination in Southeast Asia. Effective implementation of these strategies will help Vietnam maintain its competitive advantage,

develop the tourism industry in a sustainable manner, and maximize the potential of the digital economy.

**Keywords:** *Tourism; digital economy; digital transformation; smart tourism; sustainable tourism*

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một trong những ngành phát triển nhanh nhất trong nền kinh tế toàn cầu, đóng góp phần lớn vào tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và thúc đẩy giao lưu văn hóa (UNWTO, 2022). Tại Việt Nam, du lịch giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc gia, chiếm 9,2% GDP vào năm 2019 và tạo ra hàng triệu việc làm (VNAT, 2021). Năm 2024, du lịch Việt Nam có mức tăng trưởng đáng ghi nhận với việc đón hơn 17,5 triệu lượt khách quốc tế (tăng 38,9% so với cùng kỳ năm 2023) và 110 triệu lượt khách nội địa (tăng 1,6% so với cùng kỳ năm 2023). Tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 840 nghìn tỷ đồng, tăng 23,8% so với cùng kỳ năm 2023 (Xuân Trường, 2025).

Việt Nam đã đẩy mạnh chuyển đổi số như một phần trong chiến lược dài hạn nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh kinh tế, được thể hiện trong Chiến lược Chuyển đổi số Quốc gia đến năm 2030 (Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam, 2020). Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu lớn (big data), chuỗi khối (blockchain), Internet vạn vật (IoT) và thực tế ảo/tăng cường (VR/AR) đã thúc đẩy sự phát triển của du lịch thông minh, nâng cao hiệu quả dịch vụ, cá nhân hóa trải nghiệm và tối ưu hóa sự hài lòng của du khách (Gretzel, Sigala, Xiang & Koo, 2015). Sự phụ thuộc ngày càng lớn vào các nền tảng kỹ thuật số cùng với các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt đã cho thấy mức độ hội nhập

sâu rộng của ngành du lịch Việt Nam vào nền kinh tế số (VNAT, 2022).

Mặc dù đạt được nhiều tiến bộ, ngành du lịch trong thời đại kinh tế số tại Việt Nam vẫn phải đối mặt với không ít thách thức. Đại dịch COVID-19 xảy ra cùng với những tiến bộ công nghệ nhanh chóng đã đẩy nhanh quá trình số hóa, đòi hỏi ngành du lịch phải thích ứng với hành vi tiêu dùng mới và các mô hình kinh doanh hiện đại (World Bank, 2021). Sự trỗi dậy của nền kinh tế số, việc tích hợp các công nghệ kỹ thuật số vào các hoạt động kinh tế, đã làm thay đổi sâu sắc bức tranh du lịch, thúc đẩy các giải pháp du lịch thông minh, thương mại điện tử và ra quyết định dựa trên dữ liệu (Bukht & Heeks, 2018). Hạ tầng số còn hạn chế ở các khu vực nông thôn, rủi ro an ninh mạng, sự chưa rõ ràng trong khung pháp lý liên quan giao dịch số, cũng như sự thống lĩnh của các nền tảng đại lý du lịch nước ngoài là những trở ngại lớn đối với hệ sinh thái du lịch số của Việt Nam. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực du lịch gặp nhiều khó khăn trong việc ứng dụng quảng bá trên nền tảng số, thương mại điện tử và các dịch vụ dựa trên AI do hạn chế về tài chính và năng lực công nghệ. Để khắc phục những vấn đề này, cần có sự can thiệp của Nhà nước, sự hợp tác của khu vực tư nhân và các chương trình nâng cao năng lực nhằm xây dựng một nền kinh tế du lịch số toàn diện và bền vững hơn.

## 2. NỀN KINH TẾ SỐ VÀ TÁC ĐỘNG VỚI NGÀNH DU LỊCH

Nền kinh tế số đề cập đến các hoạt động kinh tế được thúc đẩy bởi công nghệ số, bao gồm thương mại điện tử, dữ liệu lớn (big data), điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (blockchain) và Internet vạn vật (IoT) (Bukht & Heeks, 2018). Trong lĩnh vực du lịch, sự tích hợp các công nghệ này đã dẫn đến sự hình thành của du lịch thông minh, một khái niệm nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và cá nhân hóa dịch vụ du lịch thông qua quá trình số hóa và ra quyết định dựa trên dữ liệu (Gretzel, Sigala, Xiang & Koo, 2015).

Sự tác động của công nghệ số đối với ngành du lịch Việt Nam đã thể hiện rõ qua một số mô hình:

- Hệ sinh thái Du lịch Thông minh – Mô hình này nhấn mạnh vai trò của hạ tầng công nghệ, phân tích dữ liệu lớn và các dịch vụ số kết nối nhằm nâng cao trải nghiệm du lịch (Gretzel et al., 2015). Tại Việt Nam, các thành phố như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng đã bắt đầu triển khai các sáng kiến du lịch thông minh, ứng dụng hướng dẫn viên AI và phân tích dữ liệu thời gian thực để tối ưu hóa trải nghiệm của du khách (VNAT, 2022).

- Mô hình Chấp nhận Công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM) – Được phát triển bởi Davis (Davis, 1989), mô hình TAM giải thích cách người dùng tiếp nhận công nghệ mới dựa trên hai yếu tố: nhận thức về tính dễ sử dụng và nhận thức về tính hữu ích. Trong ngành du lịch Việt Nam, việc du khách ngày càng chấp nhận và sử dụng nhiều các nền tảng đặt chỗ trực tuyến, thanh toán số và gợi ý dựa trên AI

phù hợp với mô hình này, khi họ tìm kiếm sự tiện lợi và hiệu quả trong hành trình của mình.

- Lý thuyết Nền tảng Số – Lý thuyết này phân tích cách các nền tảng số tạo ra giá trị kinh tế bằng cách kết nối các tương tác ngang hàng (peer-to-peer) (Parker, Van Alstyne & Choudary, 2016). Sự phát triển của các nền tảng du lịch như VNTrip, Traveloka và Agoda tại Việt Nam là minh chứng rõ ràng cho sự chuyển đổi trong chuỗi giá trị du lịch, khi mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng số đang dần thay thế vai trò của các công ty lữ hành truyền thống, làm thay đổi quyền lực thị trường trong ngành.

- Sự phát triển của các đại lý du lịch trực tuyến (OTAs) và nền tảng đặt dịch vụ du lịch số đã làm thay đổi căn bản ngành du lịch. Parker et al. (2016) cho rằng mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng giúp giảm chi phí giao dịch và nâng cao hiệu quả thị trường bằng cách kết nối trực tiếp du khách với các nhà cung cấp dịch vụ. Tại Việt Nam, các nền tảng như VNTrip và Luxstay đã tạo ra những giải pháp nội địa, cạnh tranh với các tập đoàn toàn cầu như Agoda và Airbnb, mang đến trải nghiệm phù hợp hơn với khách du lịch Việt Nam.

- Du lịch thông minh ngày càng được coi là một thành phần thiết yếu trong các chiến lược phát triển du lịch hiện đại (Gretzel et al., 2015). Nghiên cứu của Sigala (2020) nhấn mạnh vai trò của phân tích dữ liệu lớn trong việc tối ưu hóa dòng khách du lịch, nâng cao mức độ hài lòng của du khách và hỗ trợ các tổ chức quản lý điểm đến (DMOs). Tại Việt Nam, sáng kiến Thành phố Du lịch Thông minh Đà Nẵng đã tích hợp các công nghệ theo dõi du khách

theo thời gian thực, chatbot sử dụng trí tuệ nhân tạo và hạ tầng thông minh để cải thiện khả năng di chuyển trong đô thị cũng như nâng cao trải nghiệm của du khách (VNAT, 2022).

– Sự chuyển dịch sang thanh toán số đã tăng tốc trong ngành du lịch, đặc biệt là sau đại dịch COVID-19 (World Bank, 2021). Tại Việt Nam, việc áp dụng các nền tảng thanh toán như MoMo, VNPAY và ZaloPay đã giúp thực hiện các giao dịch liền mạch và không tiếp xúc, giảm sự phụ thuộc vào tiền mặt.

### 3. KINH TẾ SỐ TRONG NGÀNH DU LỊCH – CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

#### 3.1. Những cơ hội

Ngành du lịch Việt Nam đã trải qua quá trình chuyển đổi số khá nhanh chóng trong thập kỷ qua, được thúc đẩy bởi sự phát triển của các nền tảng trực tuyến, trí tuệ nhân tạo (AI), big data, các giải pháp du lịch thông minh và thanh toán kỹ thuật số.

*Sự thống lĩnh của các đại lý du lịch trực tuyến:*

Sự mở rộng nhanh chóng của các nền tảng du lịch số và dịch vụ đặt chỗ trực tuyến đã cách mạng hóa cách du khách lên kế hoạch và trải nghiệm hành trình tại Việt Nam. Theo Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, hơn 70% du khách Việt Nam hiện nay sử dụng các OTAs và nền tảng kỹ thuật số để đặt phòng, vé máy bay và tour du lịch. Một số OTAs nội địa như VN Trip, Mytour, Luxstay (nền tảng tương tự Airbnb của Việt Nam). Các OTAs quốc tế như Booking.com, Agoda, Expedia, Traveloka vẫn là những nền tảng mạnh mẽ dẫn đầu tại thị trường Đông Nam Á. Sự số hóa mạnh mẽ của ngành du lịch Việt Nam đã dẫn đến sự suy giảm của các đại lý du lịch truyền thống, khi du khách có xu hướng ưa chuộng các giải

pháp số tự phục vụ, mang lại sự linh hoạt và minh bạch về giá cả cao hơn. Đồng thời, các nền tảng OTAs cũng đã giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực du lịch tiếp cận thị trường toàn cầu, cho phép khách sạn, công ty lữ hành và nhà cung cấp dịch vụ vận tải cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn hơn.

*Tích hợp ứng dụng di động và xu hướng “siêu ứng dụng”:*

Nền kinh tế du lịch số của Việt Nam đang chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự phát triển của các siêu ứng dụng tích hợp nhiều dịch vụ, bao gồm đặt chỗ du lịch, thanh toán kỹ thuật số và chăm sóc khách hàng. Như ứng dụng MoMo và ZaloPay nhằm cung cấp giải pháp đặt chỗ và thanh toán tích hợp cho khách sạn, phương tiện di chuyển và tour du lịch. Grab và Gojek mở rộng từ dịch vụ gọi xe sang đặt phòng khách sạn và sự kiện. Sự chuyển đổi này phản ánh xu hướng rộng lớn hơn, khi các chiến lược ưu tiên thiết bị di động đang dần thay thế hình thức đặt chỗ trên máy tính để bàn và các đại lý du lịch truyền thống.

*AI và dữ liệu lớn trong du lịch thông minh:*

Các đô thị lớn của Việt Nam như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng đang triển khai các sáng kiến du lịch thông minh dựa trên AI, IoT và phân tích dữ liệu lớn để nâng cao trải nghiệm du khách và quản lý đô thị (VNAT, 2022). Các ứng dụng dựa trên AI đang được nhiều doanh nghiệp du lịch sử dụng để cải thiện trải nghiệm khách hàng và cung cấp các đề xuất du lịch cá nhân hóa. Chatbot AI (ví dụ: trên VN Trip, Traveloka) hỗ trợ khách hàng theo thời gian thực và tự động hóa quá trình đặt chỗ. Hệ thống đề xuất thông minh sử dụng AI để

phân tích sở thích của du khách, từ đó đưa ra gợi ý về lịch trình, khách sạn và mẹo du lịch phù hợp. Các khách sạn và khu nghỉ dưỡng tại Việt Nam, như Vinpearl, Accor Vietnam và Fusion Resorts, đã ứng dụng AI vào việc tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, chương trình khách hàng thân thiết và phân tích dự báo nhu cầu (Sigala, 2020). Dữ liệu lớn đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý dòng khách du lịch và tối ưu hóa quy hoạch điểm đến. Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh ứng dụng phân tích dữ liệu lớn để theo dõi xu hướng du khách, dự báo mùa cao điểm và quản lý lượng khách tại các di tích lịch sử. Dự án du lịch thông minh Đà Nẵng tích hợp hệ thống GPS theo thời gian thực, phân tích hành vi du khách và AI hỗ trợ ra quyết định nhằm tối ưu hóa giao thông và quản lý du lịch hiệu quả (VNAT, 2022). Cách tiếp cận dựa trên dữ liệu này giúp các cơ quan quản lý và doanh nghiệp du lịch nâng cao hiệu quả vận hành, dự báo xu hướng du khách và điều chỉnh dịch vụ du lịch theo nhu cầu thực tế (World Bank, 2021).

#### *Ứng dụng AR/VR và du lịch ảo*

Việc ứng dụng công nghệ thực tế tăng cường (AR) và thực tế ảo (VR) đang trở thành công cụ quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm du lịch di sản và cung cấp giải pháp du lịch từ xa tại Việt Nam. Việt Nam đã bắt đầu áp dụng công nghệ AR/VR để mang đến trải nghiệm du lịch sống động hơn tại các di sản văn hóa. Tại Đại Nội Huế, khách tham quan có thể trải nghiệm các mô phỏng lịch sử thông qua các tour AR hướng dẫn trực tiếp. Thánh địa Mỹ Sơn & Phố cổ Hội An đã ứng dụng VR để tái hiện các câu chuyện lịch sử dành cho du khách quốc tế không thể đến tham quan trực tiếp. Hay như

tại Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam sử dụng AR để tạo các trải nghiệm học tập tương tác. Những đổi mới trong du lịch số này không chỉ giúp bảo tồn di sản văn hóa mà còn nâng cao khả năng tiếp cận cho du khách quốc tế và thu hút nhóm khách hàng trẻ am hiểu công nghệ. Mặc dù vẫn đang ở giai đoạn sơ khai, nhưng việc tích hợp AR/VR vào ngành du lịch được dự báo sẽ mở rộng đáng kể trong những năm tới, tạo ra cơ hội mới cho các trải nghiệm du lịch số và tương tác ảo.

#### **3.2. Một số thách thức**

Mặc dù có nhiều lợi ích, quá trình chuyển đổi số trong du lịch cũng đi kèm với nhiều thách thức.

##### *Hạn chế về hạ tầng số và kết nối không đồng đều*

Bất chấp những tiến bộ đáng kể trong việc phổ cập Internet và công nghệ di động, các điểm đến du lịch vùng sâu, vùng xa tại Việt Nam vẫn gặp khó khăn về hạ tầng số (World Bank, 2021). Việc triển khai mạng 5G chủ yếu tập trung tại các đô thị lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng, trong khi nhiều khu vực nông thôn vẫn có kết nối Internet chậm hoặc không ổn định. Nhiều điểm du lịch sinh thái và di sản, như Hà Giang, Sa Pa và Vườn quốc gia Phong Nha-Kẻ Bàng, thiếu kết nối mạng đầy đủ, hạn chế việc sử dụng ứng dụng du lịch dựa trên AI, thanh toán không tiếp xúc và các giải pháp du lịch thông minh. Mặc dù các ví điện tử như MoMo, ZaloPay và VNPAY đã trở nên phổ biến, nhiều doanh nghiệp địa phương vẫn chủ yếu sử dụng tiền mặt, cản trở quá trình chuyển đổi sang du lịch không tiền mặt (VNAT, 2022). Du khách quốc tế gặp khó khăn khi sử dụng

các dịch vụ thanh toán di động quốc tế (ví dụ: Apple Pay, Google Pay) do hạn chế về khả năng tương thích với hệ sinh thái thanh toán số của Việt Nam.

*Rủi ro an ninh mạng và lo ngại về quyền riêng tư dữ liệu*

Quá trình số hóa nhanh chóng của ngành du lịch Việt Nam làm gia tăng nguy cơ tấn công mạng, bao gồm rò rỉ dữ liệu, lừa đảo trực tuyến và đặt chỗ du lịch giả mạo (Sigala, 2020). Việt Nam thiếu một hệ thống pháp lý toàn diện về bảo vệ dữ liệu, làm dấy lên lo ngại về tính bảo mật của thông tin cá nhân và tài chính trên các nền tảng du lịch số (Pham, 2021). Nhiều khách sạn nhỏ và công ty lữ hành lưu trữ dữ liệu khách hàng mà không có các biện pháp bảo mật chặt chẽ, dễ bị tấn công mạng. Một số đại lý du lịch giả mạo lợi dụng các nền tảng số để lừa đảo khách du lịch bằng cách cung cấp dịch vụ đặt chỗ giả và đánh giá trực tuyến bị thao túng (Nguyen, 2022). Việc thiếu các cơ chế bảo vệ người tiêu dùng mạnh mẽ khiến du khách khó xác minh tính xác thực của dịch vụ trước khi thực hiện thanh toán trực tuyến.

*Sự không chắc chắn trong chính sách về du lịch số*

Khung pháp lý cho du lịch số tại Việt Nam vẫn chưa hoàn thiện, gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc ứng dụng AI, blockchain và các giải pháp du lịch thông minh (World Bank, 2021). Các ứng dụng du lịch dựa trên AI (ví dụ: chatbot, phân tích dự báo) đang đối mặt với sự không chắc chắn do quy định chia sẻ dữ liệu còn mơ hồ (VNAT, 2022). Hệ thống đặt chỗ du lịch dựa trên blockchain chưa được quản lý, hạn chế khả năng áp dụng cho các giao dịch phi tập trung an toàn.

*Các quy định lỗi thời về thuế và cấp phép*

Quy định hiện tại về khách sạn và công ty lữ hành chưa bao quát đầy đủ hoạt động của các đại lý du lịch trực tuyến (OTAs), nền tảng gọi xe (Grab, Gojek) và dịch vụ lưu trú ngang hàng (Luxstay, Airbnb). Doanh nghiệp nội địa thường phải chịu gánh nặng pháp lý cao hơn so với OTAs nước ngoài, tạo ra môi trường cạnh tranh không bình đẳng (UNWTO, 2021). Nếu không có các cải cách chính sách phù hợp, Việt Nam có nguy cơ tụt hậu so với các quốc gia ASEAN như Singapore và Thái Lan, nơi có khung pháp lý tiên tiến hơn về du lịch số.

*Sự phụ thuộc vào các nền tảng số nước ngoài*

Thị trường du lịch số của Việt Nam bị chi phối mạnh bởi các nền tảng trực tuyến do nước ngoài sở hữu, làm dấy lên lo ngại về kiểm soát thị trường, chủ quyền dữ liệu và thất thoát doanh thu (Nguyen & Truong, 2022). Hơn 70% lượng đặt phòng khách sạn và dịch vụ du lịch trực tuyến tại Việt Nam do các nền tảng nước ngoài như Booking.com, Agoda, Expedia và Traveloka kiểm soát (VNAT, 2022). Các nền tảng nội địa như VNTrip và Mytour gặp khó khăn trong việc cạnh tranh do nhận diện thương hiệu thấp và thiếu nguồn vốn đầu tư.

*Thất thoát doanh thu và hạn chế trong kiểm soát dữ liệu*

Một phần lớn doanh thu du lịch bị mất vào tay các công ty nước ngoài, do các nền tảng này thu phí hoa hồng cao từ đặt phòng khách sạn và vé máy bay (Pham, 2021). Các doanh nghiệp du lịch Việt Nam có quyền truy cập hạn chế vào dữ liệu khách hàng mà OTAs quốc tế thu thập, làm giảm khả năng triển khai chiến lược tiếp thị dựa trên dữ liệu.

*Khoảng cách số giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) trong ngành du lịch:* Ngành du lịch Việt Nam chủ yếu gồm các SMEs, nhiều doanh nghiệp chưa có đủ nguồn lực và chuyên môn để áp dụng các giải pháp số hiệu quả (Nguyen, 2022).

*Chi phí cao trong chuyển đổi số:* Việc triển khai AI, dữ liệu lớn và giải pháp du lịch thông minh đòi hỏi đầu tư tài chính lớn, điều mà nhiều SMEs không đủ khả năng chi trả (VNAT, 2022). Đào tạo nhân viên về tiếp thị số, an ninh mạng và quản lý thương mại điện tử thường bị bỏ qua do hạn chế ngân sách.

*Thiếu kỹ năng số và nhận thức:* Nhiều doanh nghiệp du lịch nhỏ có mức độ hiểu biết công nghệ thấp, vẫn dựa vào phương thức tiếp thị truyền thống thay vì khai thác mạng xã hội, quảng cáo trực tuyến và công cụ tương tác khách hàng dựa trên AI (Sigala, 2020).

### 3.3. Khuyến nghị chính sách

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam đang trải qua quá trình chuyển đổi số nhanh chóng, việc giải quyết các thách thức hiện tại và tận dụng tối đa cơ hội đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa chính phủ, doanh nghiệp và các bên liên quan trong lĩnh vực công nghệ. Bài viết đề xuất các khuyến nghị về chính sách và kinh doanh nhằm nâng cao hệ sinh thái du lịch số của Việt Nam, tập trung vào phát triển hạ tầng, hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, cũng như chiến lược phát triển bền vững.

#### a. Khuyến nghị chính sách

##### *Tăng cường hạ tầng số cho du lịch*

Một rào cản lớn đối với sự phát triển du lịch số tại Việt Nam là sự chênh lệch trong khả năng tiếp cận Internet tốc độ cao và hệ thống thanh toán không tiền mặt, đặc biệt

tại các điểm đến du lịch ở vùng sâu, vùng xa (World Bank, 2021). Vì vậy cần mở rộng phạm vi phủ sóng mạng 5G đến tất cả các địa điểm du lịch trọng điểm, đảm bảo kết nối liền mạch cho các ứng dụng du lịch thông minh. Tăng cường đầu tư vào hệ thống Wi-Fi công cộng tại các di tích lịch sử, vườn quốc gia và điểm du lịch văn hóa. Hoàn thiện các chính sách an ninh mạng, bảo vệ quyền riêng tư dữ liệu của du khách và nâng cao tính an toàn của các giao dịch số trong ngành du lịch.

##### *Hỗ trợ chuyển đổi số trong doanh nghiệp vừa và nhỏ du lịch*

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chiếm hơn 90% số doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam, thường gặp khó khăn về tài chính và kỹ thuật trong quá trình áp dụng công nghệ số. Thành lập "Quỹ Số hóa Du lịch", cung cấp các ưu đãi tài chính cho SMEs trong việc ứng dụng AI, dữ liệu lớn và thương mại điện tử. Triển khai các chương trình đào tạo kỹ năng số cho khách sạn, công ty lữ hành và doanh nghiệp địa phương về cách sử dụng các nền tảng OTA, công cụ tương tác khách hàng dựa trên AI và hệ thống đặt chỗ sử dụng blockchain. Thúc đẩy các quan hệ đối tác công - tư nhằm tăng khả năng tiếp cận công nghệ du lịch và hệ thống quản lý đám mây với chi phí hợp lý.

##### *Ứng dụng AI và Blockchain trong quản trị du lịch thông minh*

Việc tích hợp AI và blockchain có thể nâng cao hiệu quả quản trị du lịch số của Việt Nam, đảm bảo tính minh bạch, hiệu suất vận hành và an toàn thông tin (Gretzel et al., 2015). Cần phát triển Chiến lược AI Quốc gia cho Du lịch, tập trung vào chatbot hỗ trợ khách hàng, dự báo nhu cầu và quản

lý điểm đến thông minh bằng AI. Xây dựng hệ thống nhận diện du khách quốc gia dựa trên blockchain, giúp giảm gian lận trong đặt phòng khách sạn và thanh toán số. Thúc đẩy chính sách dữ liệu mở, cho phép các doanh nghiệp du lịch tiếp cận dữ liệu ẩn danh về hành vi du khách nhằm cải thiện dự báo thị trường và dịch vụ cá nhân hóa.

*Nâng cao tính bền vững trong du lịch số và du lịch sinh thái*

Việt Nam đang đối mặt với tình trạng quá tải du lịch và các thách thức về bảo vệ môi trường, đặc biệt tại các điểm đến như Vịnh Hạ Long, Hội An, Phú Quốc. Triển khai hệ thống quản lý du khách thông minh, sử dụng phân tích dữ liệu lớn và cảm biến IoT để theo dõi mật độ đám đông và tối ưu hóa phân bổ tài nguyên. Thúc đẩy các nền tảng du lịch sinh thái số, kết nối du khách với các lựa chọn lưu trú bền vững, chương trình giảm phát thải carbon và trải nghiệm du lịch có trách nhiệm. Giới thiệu chứng nhận du lịch xanh dành cho các doanh nghiệp sử dụng năng lượng tái tạo, phương tiện giao thông thân thiện với môi trường và giải pháp quản lý rác thải số hóa.

### **b. Khuyến nghị cho doanh nghiệp**

*Tận dụng nền tảng số để mở rộng thị trường:* Tối ưu hóa danh mục trên nền tảng OTA thông qua cải thiện SEO, áp dụng chiến lược giá động và tiếp thị dựa trên AI trên các nền tảng như VNTrip, Agoda và Booking.com. Phát triển nền tảng đặt chỗ trực tiếp nhằm hạn chế sự phụ thuộc vào OTAs quốc tế bằng cách xây dựng ứng dụng di động riêng, tích hợp chatbot, chương trình khách hàng thân thiết và công cụ thanh toán tiện lợi. Cá nhân hóa trải nghiệm du lịch ứng dụng AI để cung cấp lịch trình

du lịch theo sở thích của từng du khách và dữ liệu thời gian thực.

*Đầu tư vào AI và dữ liệu lớn để phân tích khách hàng:* Phân tích hành vi và sở thích của du khách theo thời gian thực, sử dụng chiến lược tiếp thị dựa trên dữ liệu để thu hút nhóm khách có giá trị cao (Gretzel et al., 2015). Triển khai chatbot AI hoạt động 24/7, nâng cao tốc độ phản hồi, hỗ trợ đa ngôn ngữ và tối ưu hóa quá trình đặt chỗ. Ứng dụng phân tích dự báo để dự đoán biến động theo mùa, giúp doanh nghiệp điều chỉnh giá cả và chiến lược khuyến mãi.

*Thúc đẩy thanh toán kỹ thuật số:* Mở rộng hệ thống thanh toán bằng mã QR, tạo sự thuận tiện trong các giao dịch tại chợ địa phương, điểm du lịch và doanh nghiệp nhỏ. Hợp tác với các công ty fintech như MoMo, VNPAY và ZaloPay, đảm bảo giao dịch tức thì và an toàn cho khách du lịch trong và ngoài nước. Khám phá thanh toán bằng tiền điện tử, hướng đến khách quốc tế có nhu cầu sử dụng blockchain trong đặt chỗ và thanh toán.

*Tăng cường bảo mật mạng:* Triển khai công cụ thanh toán an toàn, tuân thủ các quy định an ninh mạng của Việt Nam. Đào tạo nhân viên về an ninh mạng, bao gồm phát hiện gian lận và mã hóa dữ liệu. Ứng dụng xác thực danh tính dựa trên blockchain, giảm rủi ro gian lận trong check-in khách sạn, đặt vé máy bay và giao dịch ngành hàng.

Với các chính sách và chiến lược kinh doanh này, Việt Nam có thể trở thành quốc gia dẫn đầu khu vực về du lịch thông minh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững trong kỷ nguyên số.

#### 4. KẾT LUẬN

Nền kinh tế số đang tạo ra những thay đổi sâu sắc trong ngành du lịch Việt Nam, thúc đẩy đổi mới thông qua các nền tảng du lịch trực tuyến, cá nhân hóa dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI), giải pháp du lịch thông minh, trải nghiệm AR/VR và thanh toán kỹ thuật số. Việc tích hợp những công nghệ này đã nâng cao trải nghiệm khách hàng, cải thiện hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp và tối ưu hóa công tác quản lý điểm đến. Tuy nhiên, bất chấp tốc độ số hóa nhanh chóng, Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm khoảng trống về hạ tầng, rủi ro an ninh mạng, sự không chắc chắn về quy định pháp lý và khoảng cách số giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Tóm lại, Việt Nam đang ở một thời điểm quan trọng trong quá trình chuyển đổi số của ngành du lịch. Bằng cách thực hiện các chính sách chủ động, thúc đẩy hợp tác công - tư và tận dụng các tiến bộ công nghệ, Việt Nam có thể định vị mình trở thành một điểm đến du lịch thông minh hàng đầu tại Đông Nam Á. Các nghiên cứu trong tương lai nên tập trung vào đánh giá thực nghiệm về nhận thức của du khách đối với dịch vụ số, tác động dài hạn của du lịch dựa trên AI và các nghiên cứu so sánh với các thị trường ASEAN khác. Khi quá trình số hóa tiếp tục phát triển, đổi mới sáng tạo liên tục và điều chỉnh chính sách linh hoạt sẽ là chìa khóa giúp Việt Nam duy trì sức cạnh tranh trong ngành du lịch toàn cầu./.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO:

[1]. UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

[2]. VNAT. (2021). *Báo cáo du lịch thường niên 2021*.

[3]. Xuân Trường. (2025). 2024, năm khởi sắc của du lịch Việt Nam. Truy cập ngày 20/02/2025, từ <https://bvhttdl.gov.vn/2024-nam-khoi-sac-cua-du-lich-viet-nam-20250102081702859.htm/>

[4]. Bộ Thông tin Truyền thông (2020). *Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.

[5]. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.

[6]. VNAT. (2022). *Du lịch thông minh tại Việt Nam: Thực trạng và xu hướng*.

[7]. World Bank. (2021). *Vietnam Digital Economy Report: Post-Pandemic Transformation and Recovery*. Washington, DC: World Bank Group.

[8]. Bukht, R., & Heeks, R. (2018). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *International Organisations Research Journal*, 13(2), 143-172.

[9]. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

[10]. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy*. W. W. Norton & Company.

[11]. Sigala, M. (2020). Digital Transformation in the Tourism Industry: Smart Systems and AI-Driven Solutions. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100712.

[12]. Nguyen, T. H. (2022). The Rise of Digital Platforms in Vietnam's Tourism Industry. *Asian Journal of Tourism Research*, 11(1), 78-95.

[13]. UNWTO. (2021). *Smart Tourism Agenda 2021-2030*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

[14]. Nguyen, T. H., & Truong, M. N. (2022). Digital Transformation in Vietnam's Tourism Sector: Opportunities and

Challenges. *Journal of Southeast Asian Studies*, 27(1), 45-62.

[15]. Pham, L. T. (2021). The Role of Digital Platforms in the Development of Vietnam's Tourism Industry. *Asian Journal of Tourism Research*, 10(2), 113-128.

#### THÔNG TIN TÁC GIẢ:

Nguyễn Hoàng Mai<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Ngọc Mai<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Viện nghiên cứu phát triển du lịch

<sup>2</sup>Trường Đại học Sao Đỏ

\*Email: [hoangmai2601@gmail.com](mailto:hoangmai2601@gmail.com)

Điện thoại: 0915592822



**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ**

**Địa chỉ:**

- Số 1: Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- Số 2: Số 72, đường Nguyễn Thái Học, phường Thái Học, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- Điện thoại: (0220) 3882 269 Fax: (0220) 3882 921 Website: <http://saodo.edu.vn> Email: [info@saodo.edu.vn](mailto:info@saodo.edu.vn)

**P. ISSN 1859-4190  
E. ISSN 2815-553X**

**Số 2 (90)**

**2025**

**Địa chỉ Tòa soạn:**

Trường Đại học Sao Đỏ.

Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882 921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>/Email: [tapchikhcn@saodo.edu.vn](mailto:tapchikhcn@saodo.edu.vn).

Giấy phép xuất bản số: 620/GP-BTTTT ngày 17/9/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.  
In 2.000 bản, khổ 21 × 29,7cm, tại Công ty TNHH in Tre Xanh, cấp ngày 17/02/2011.