

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

Hoàng Ngọc Hiền

**NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA HỆ SINH THÁI
DU LỊCH THÔNG MINH ĐẾN CHẤT LƯỢNG TRẢI NGHIỆM
CÔNG NGHỆ VÀ Ý ĐỊNH QUAY TRỞ LẠI CỦA KHÁCH DU LỊCH
ĐẾN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

Hà Nội 2024

Công trình được hoàn thành tại: Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học:

PGS.TS. Lê Anh Tuấn

TS. Đặng Thị Phương Anh

Phản biện:

.....

Phản biện:

.....

Phản biện:

.....

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia chấm luận án tiến sĩ họp tại

vào hồi giờ ngày tháng năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam

- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

GIỚI THIỆU CHUNG VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Sự cần thiết về mặt lý luận

Hệ sinh thái du lịch thông minh là một đối tượng nghiên cứu quan trọng trong lĩnh vực du lịch hiện đại, nơi công nghệ thông minh được tích hợp để tạo ra một hệ thống hoàn chỉnh, tương tác và linh hoạt.

Nghiên cứu về hệ sinh thái du lịch thông minh và mô hình nghiên cứu hiện mới đề cập đến các thành phần tham gia mà chưa đưa ra khái niệm và chưa xây dựng mô hình nghiên cứu cụ thể để kiểm định mối quan hệ và tương tác trong hệ sinh thái du lịch thông minh (Gretzel và cộng sự 2015).

Sự cần thiết về mặt thực tiễn

Xu hướng ứng dụng công nghệ thông minh và trí tuệ nhân tạo trong du lịch đang lan rộng toàn cầu. Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của công nghệ du lịch thông minh và yêu cầu gia tăng chất lượng trải nghiệm điểm đến đô thị du lịch thông minh với hệ sinh thái du lịch thông minh tại thành phố Hồ Chí Minh.

Từ lý do cơ sở lý thuyết và lý do cơ sở thực tiễn, tác giả tiến hành nghiên cứu đề tài “*Nghiên cứu tác động của hệ sinh thái du lịch thông minh đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch đến thành phố Hồ Chí Minh*”

2. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu

Mục tiêu: Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu là phát triển khung lý thuyết hệ sinh thái du lịch thông minh và xây dựng thang đo cho mô hình nghiên cứu bao gồm 5 yếu tố: công nghệ du lịch thông minh, khách du lịch thông minh, chính quyền thông minh, doanh nghiệp du lịch thông minh, người dân thông minh tác động đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh

Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi thứ nhất: Nội hàm của hệ sinh thái du lịch thông minh là gì và công nghệ du lịch thông minh có vai trò gì trong hệ sinh thái du lịch thông minh?

Câu hỏi thứ hai: Các yếu tố trong hệ sinh thái du lịch thông minh tác động thế nào đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch?

Câu hỏi thứ ba: Những hàm ý quản trị nào có thể thúc đẩy việc phát triển mô hình hệ sinh thái du lịch thông minh tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của luận án là hệ sinh thái du lịch thông minh, vai trò của công nghệ du lịch thông minh đối với hệ sinh thái du

lịch thông minh, tác động của các yếu tố trong hệ sinh thái du lịch thông minh đến lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch.

Phạm vi về nội dung: Luận án tập trung nghiên cứu và mở rộng khung lý thuyết hệ sinh thái du lịch thông minh. Kiểm định và đo lường sự tác động của hệ sinh thái du lịch thông minh đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại thành phố Hồ Chí Minh được tiếp cận từ góc độ đánh giá của khách du lịch.

Phạm vi về thời gian: Nghiên cứu này giới hạn trong khoảng thời gian 5 năm từ năm 2019 – 2023

4. Những đóng góp của luận án

Ý nghĩa về mặt lý thuyết: Nghiên cứu mở rộng lý thuyết hệ sinh thái du lịch thông minh và đóng góp mới về mô hình hệ sinh thái du lịch thông minh (Gồm 5 yếu tố: Công nghệ du lịch thông minh, khách du lịch thông minh, doanh nghiệp du lịch thông minh, chính quyền thông minh, người dân thông minh) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ du lịch thông minh tại điểm đến du lịch đô thị. Nghiên cứu bổ sung thang đo về đánh giá và đo lường chất lượng trải nghiệm công nghệ du lịch thông minh của khách du lịch và ý định quay trở lại.

Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn đối với hoạt động du lịch của điểm đến khi xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh, nó có tác động tích cực đến cơ quan quản lý du lịch của thành phố Hồ Chí Minh về việc quy hoạch, đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin cho thành phố thông minh kết hợp với du lịch thông minh

5. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, Luận án gồm 5 chương, cụ thể:

Chương 1. Tổng quan nghiên cứu

Chương 2. Cơ sở lý luận

Chương 3. Bối cảnh và phương pháp nghiên cứu

Chương 4. Kết quả nghiên cứu

Chương 5. Thảo luận kết quả

Chương 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng hợp kết quả tổng quan nghiên cứu

1.1.1. Tổng hợp kết quả nghiên cứu quốc tế liên quan đến đề tài nghiên cứu

Với dữ liệu từ nguồn Web of Science, Scopus, Scholar có 605 bài báo, trong đó có 69 bài nghiên cứu liên quan đến du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh, STE, công nghệ du lịch thông minh và trải nghiệm công nghệ du lịch thông minh.

Nhóm 2: Ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch thông minh.

Nhóm 3: Phát triển đô thị du lịch thông minh

1.2.2. Nghiên cứu về STE

Lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh của Moore (1993) được sử dụng làm lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu STE (Gretzel, Werthner và Koo, 2015). Nghiên cứu của Gretzel, Werthner và Koo (2015) đã đặt lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh của Moore (1993) vào trung tâm của nghiên cứu về STE, tạo ra một khung lý thuyết mạnh mẽ để hiểu sâu hơn về cách các yếu tố khác nhau tương tác và góp phần vào sự phát triển của hệ sinh thái này.

1.2.3. Nghiên cứu tác động của công nghệ du lịch thông minh đến trải nghiệm và ý định quay lại của khách du lịch

Theo Jeong và Shin (2020) một trong những khía cạnh quan trọng của nghiên cứu về tác động của công nghệ du lịch thông minh là sự tạo ra những trải nghiệm du lịch tích cực và độc đáo cho du khách. Công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng trải nghiệm bằng cách cung cấp một loạt các tiện ích và ứng dụng đa dạng, giúp du khách tận hưởng một hành trình du lịch tốt nhất có thể (Lee và cộng sự, 2018).

Hạn chế trong nghiên cứu về sự tác động của công nghệ du lịch thông minh đối với trải nghiệm công nghệ và ý định quay lại của khách du lịch là rõ ràng khi chỉ mới tập trung vào việc đánh giá trải nghiệm mà chưa đo lường được mức độ tác động đến chất lượng tổng thể của trải nghiệm du lịch.

1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Thứ nhất: Các nghiên cứu khung lý thuyết về STE và mô hình nghiên cứu còn khá hạn chế, chỉ mới đưa ra các thành phần tham gia trong đó, chưa xây dựng mô hình nghiên cứu cụ thể.

Thứ hai: Các nghiên cứu chưa phân tích được sự tác động của công nghệ du lịch thông minh tới các yếu tố: chính quyền thông minh, doanh nghiệp thông minh, người dân thông minh, khách du lịch thông minh trong STE.

Thứ ba: Chưa kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc về sự tác động của các yếu tố trong STE đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch.

Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Các khái niệm

2.1.1. Khái niệm liên quan đến du lịch thông minh

Gretzel và cộng sự (2015) đã định nghĩa du lịch thông minh là du lịch được hỗ trợ bởi các nỗ lực tích hợp tại một điểm đến để thu thập và tổng hợp, khai thác dữ liệu từ cơ sở hạ tầng, kết nối xã hội, nguồn chính phủ, tổ chức và người dân kết hợp với việc sử dụng các công nghệ tiên tiến để biến dữ liệu đó thành trải nghiệm

tại chỗ và đề xuất giá trị kinh doanh với trọng tâm là hiệu quả, tính bền vững và làm phong phú thêm trải nghiệm cho khách du lịch.

2.1.2. Hệ sinh thái du lịch thông minh

Gretzel và cộng sự (2015) định nghĩa một STE là một hệ thống du lịch tận dụng công nghệ thông minh trong việc tạo, quản lý và cung cấp các dịch vụ, trải nghiệm du lịch thông minh và đặc trưng bởi việc chia sẻ thông tin chuyên sâu và đồng sáng tạo giá trị.

2.1.3. Chất lượng trải nghiệm của khách du lịch

Hirschman và Holbrook (1982) định nghĩa trải nghiệm khách hàng là một sự kiện cá nhân, thường có ý nghĩa cảm xúc quan trọng, được tìm thấy trong sự tương tác với các tác nhân kích thích tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.1.4. Ý định quay trở lại của khách du lịch

Ý định quay lại từ tác động của công nghệ du lịch: Ozturk và Hancer (2015) đã chỉ ra rằng những trải nghiệm công nghệ tại điểm đến du lịch thông minh trong quá khứ của cá nhân đều tạo ra tác động tích cực đối với ý định của họ trong việc sử dụng công nghệ trong tương lai.

2.2. Cơ sở lý thuyết của đề tài

2.2.1. Lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh (Business Ecosystem - BE)

Theo định nghĩa của JF Moore (1993), hệ sinh thái kinh doanh được mô tả như một cộng đồng được hỗ trợ bởi một cơ sở là những tương tác giữa các doanh nghiệp và cá nhân được coi là các thành viên quan trọng trong thế giới kinh doanh. Một cách hiểu rộng hơn, hệ sinh thái kinh doanh là một hệ thống mở rộng, liên quan đến các tổ chức hỗ trợ và phụ thuộc lẫn nhau, bao gồm khách hàng, nhà cung cấp, nhà sản xuất, hệ thống tài chính, tổ chức thị trường, các hiệp hội, công đoàn, chính phủ và tổ chức xã hội (JF Moore, 1996).

2.2.2. Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory - TSH)

Được phát triển bởi Freeman (1984) lý thuyết này đưa ra một quan điểm mới về cách doanh nghiệp nên hiểu và tương tác với môi trường xung quanh. Trọng tâm của lý thuyết là khái niệm về các bên liên quan, tức là những cá nhân hoặc tổ chức có thể ảnh hưởng đến hoặc bị ảnh hưởng bởi quyết định và hành động của doanh nghiệp.

2.2.3. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB)

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch của Icek Ajzen (1991) cung cấp một phân tích lý thuyết toàn diện về Lý thuyết về hành vi có kế hoạch. Ajzen đã phát triển TPB như một phần mở rộng của Lý thuyết về hành động hợp lý (TRA), cho rằng hành vi của một cá nhân được xác định bởi ý định thực hiện hành vi đó, do đó bị ảnh hưởng bởi thái độ và chuẩn mực chủ quan của họ.

2.2.4. Lý thuyết Mô hình kỳ vọng – cảm nhận

Mô hình nghiên cứu do Oliver (1980) đề xuất nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định hài lòng của người tiêu dùng. Mô hình dựa trên giả định rằng sự hài lòng là một quá trình nhận thức liên quan đến việc so sánh kỳ vọng với trải nghiệm thực tế. Theo Oliver, người tiêu dùng hình thành kỳ vọng dựa trên nhiều nguồn thông tin khác nhau, chẳng hạn như quảng cáo, truyền miệng và kinh nghiệm trong quá khứ.

2.2.5. Lý thuyết mô hình SERVPERE

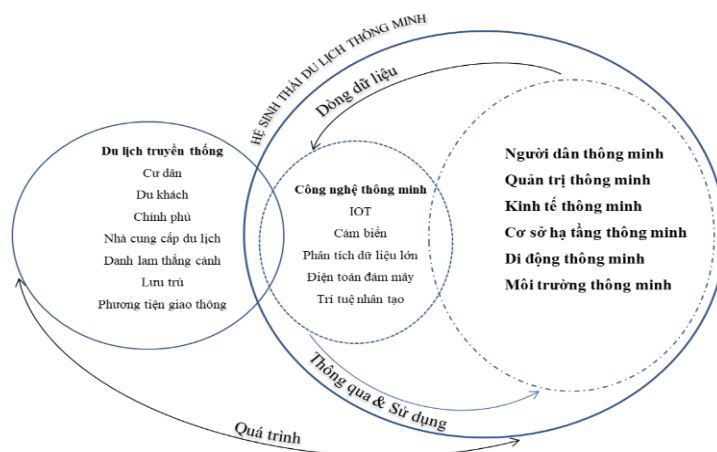
Mô hình nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992) là một mô hình được trích dẫn rộng rãi và có ảnh hưởng lớn trong lĩnh vực đo lường chất lượng dịch vụ. Các tác giả đã đề xuất một mô hình toàn diện về chất lượng dịch vụ, bao gồm năm khía cạnh: hữu hình, độ tin cậy, đáp ứng, đảm bảo và đồng cảm. Mô hình được phát triển dựa trên công cụ SERVQUAL đo lường chất lượng dịch vụ bằng cách so sánh sự mong đợi và cảm nhận của khách hàng về dịch vụ.

2.3. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

2.3.1. Cơ sở lý luận về STE

Khái niệm STE của Gretzel và cộng sự (2015) là một hình mẫu độc đáo trong lĩnh vực du lịch, đặc trưng bởi việc sử dụng chủ động và sáng tạo của công nghệ thông minh để định hình, quản lý và cung cấp các trải nghiệm du lịch tiên tiến và thông minh.

Mô hình STE của Sedarati và Serra (2022) là một khuôn khổ toàn diện và có cấu trúc tốt để hiểu được các tương tác phức tạp giữa các bên liên quan khác nhau trong STE.

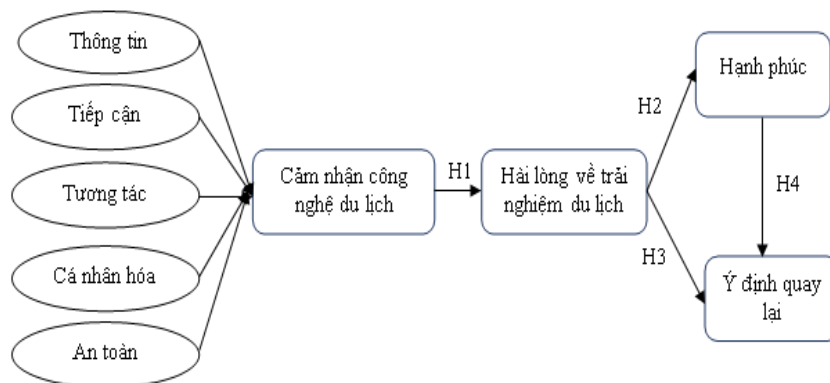


Hình 2.1. Mô hình hệ sinh thái du lịch thông minh

2.3.2. Cơ sở lý luận về chất lượng trải nghiệm công nghệ tác động đến ý định quay trở lại

Khái niệm về trải nghiệm khách hàng: Trải nghiệm khách hàng là tập hợp các ấn tượng, cảm nhận, và tương tác mà khách hàng có khi họ tiếp xúc với sản phẩm, dịch vụ hoặc doanh nghiệp. Đây không chỉ là quá trình mua sắm thông

thường mà còn bao gồm mọi tương tác và giao tiếp từ khi khách hàng biết đến sản phẩm đến sau khi họ đã sử dụng hoặc trải qua dịch vụ (LP Carbone, 1998).



Hình 2.2. Mô hình nghiên cứu của Pai và cộng sự (2020)

Pai và cộng sự (2020) đã áp dụng lý thuyết trải nghiệm du lịch và sự hài lòng để xây dựng nền tảng nghiên cứu và phân tích khách du lịch có hài lòng với trải nghiệm công nghệ du lịch thông minh của họ hay không (thông qua các thang đo tính thông tin, khả năng tiếp cận, tính tương tác, cá nhân hóa và bảo mật).

2.3.3. Vai trò của công nghệ thông tin và truyền thông trong STE

Zhang và cộng sự (2022) đã khám phá cách sử dụng ICT để tạo trải nghiệm liền mạch và cá nhân hóa cho khách du lịch, tối ưu hóa hoạt động du lịch và nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến. Nghiên cứu của Azis, Amin, Chan, và Aprilia (2020) khám phá toàn bộ STE, nhấn mạnh vai trò của ICT trong việc tạo ra một ngành du lịch tích hợp và kết nối hơn.

2.4. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

2.4.1. Giả thuyết công nghệ du lịch thông minh tác động đến STE

Giả thuyết tác động của Công nghệ du lịch thông minh đến chính quyền thông minh, doanh nghiệp thông minh, khách du lịch thông minh, người dân thông minh nâng và chất lượng trải nghiệm công nghệ, ý định quay lại của khách du lịch (Zhang và Sotiriadis, 2022). Do đó, các giả thuyết được đề xuất đối với STT như sau:

Giả thuyết H1: Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến chính quyền thông minh (SG).

Giả thuyết H2: Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến doanh nghiệp thông minh (SB).

Giả thuyết H3: Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến khách du lịch thông minh (SC).

Giả thuyết H4: Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến người dân thông minh (SP).

2.4.2. Giả thuyết STE tác động đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại của khách du lịch

Giả thuyết H5: Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE).

Giả thuyết H6: Khách du lịch thông minh (SC) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE).

Giả thuyết H7: Chính quyền thông minh (SG) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE).

Giả thuyết H8: Doanh nghiệp du lịch thông minh (SB) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE).

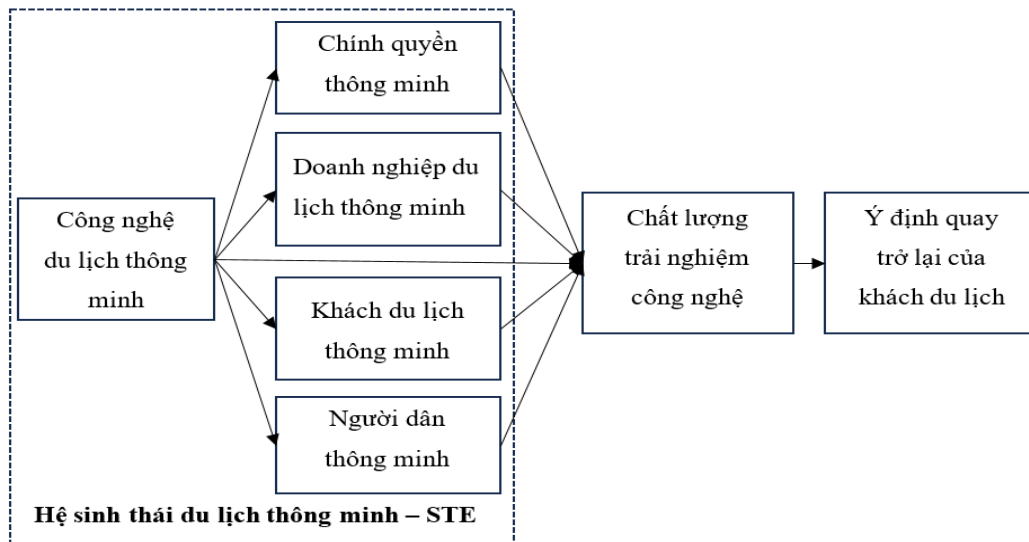
Giả thuyết H9: Người dân thông minh (SP) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE).

Chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay lại của khách du lịch

Nghiên cứu của Gretzel và cộng sự, (2015) cho thấy những khách du lịch cho biết mức độ hài lòng cao hơn với trải nghiệm của họ có nhiều khả năng sẽ quay lại điểm đến và giới thiệu điểm đến đó cho những người khác.

Giả thuyết H10: Chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE) tác động tích cực đến ý định quay trở lại của khách du lịch (RI).

2.4.3. Mô hình nghiên cứu



Hình 2.8. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Chương 3. BỐI CẢNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Bối cảnh nghiên cứu

3.1.1. Bối cảnh du lịch thông minh tại Việt Nam

Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL được Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành vào ngày 21 tháng 12 năm 2022, phê duyệt 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" với mục tiêu ứng dụng công nghệ của cuộc

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư để phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh tại Việt Nam là một xu hướng không thể phủ nhận trong thời đại số hiện nay.

3.1.2. Bối cảnh phát triển du lịch thông minh tại thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố với khoảng hơn 10 triệu dân, mức độ sử dụng internet, thiết bị di động đứng đầu cả nước. Tiếp nhận và sử dụng ICT luôn được người dân thành phố đón nhận, tương tác và đóng góp ý kiến vào việc hoàn thiện và gia tăng giá trị đáp ứng được nhu cầu của người dân và du khách. Doanh nghiệp du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh tăng cường ứng dụng công nghệ thông minh và công nghệ do AI hỗ trợ, để khách có thể truy cập thông tin bất cứ lúc nào, từ bất kỳ thiết bị nào.

3.2. Phương pháp và quy trình nghiên cứu

3.2.1. Quy trình nghiên cứu

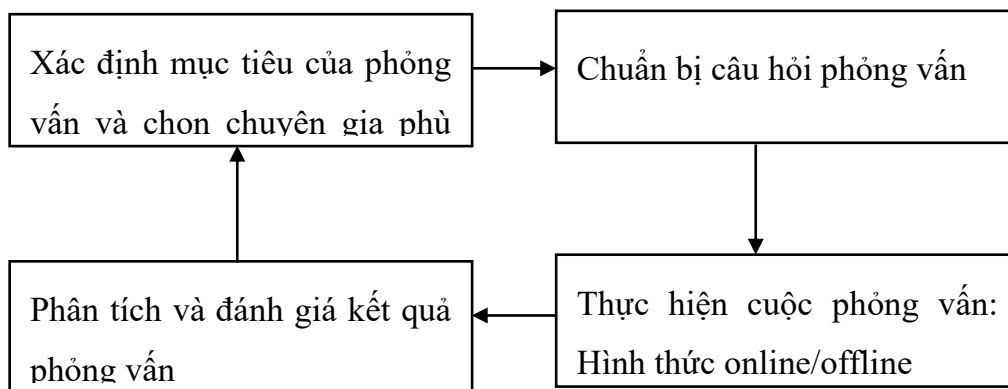
Giai đoạn một: Nghiên cứu định tính gồm tổng quan nghiên cứu, lý thuyết nghiên cứu xây dựng mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu.

Giai đoạn hai: Nghiên cứu định lượng gồm kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc SEM.

3.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp kế thừa lý thuyết, phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp, phương pháp tổng quan tài liệu, phương pháp phỏng vấn chuyên gia, phương pháp khảo sát.

Quy trình thực hiện phỏng vấn chuyên gia bao gồm các bước sau:



Hình 3.3. Quy trình phỏng vấn chuyên gia của nghiên cứu

3.2.3. Thiết kế bảng hỏi và xây dựng thang đo

Bảng 3.1. Các thang đo trong mô hình nghiên cứu

Biến quan sát	Thang đo	Nghiên cứu hỗ trợ
	STT1: Thông tin đa dạng, đầy đủ, chính xác	

Biên quan sát	Thang đo	Nghiên cứu hỗ trợ
STT: Công nghệ du lịch thông minh	STT2: Khả năng tiếp cận công nghệ du lịch thông minh dễ dàng, thuận tiện	(C. Huang et al., 2017c; Jeong & Shin, 2020b; H. Lee, Lee, & Chung, 2018; C. Pai et al., 2020b; Y. Zhang et al., 2022)
	STT3: Tính tương tác của công nghệ du lịch thông minh hiệu quả	
	STT4: Cá nhân hóa của công nghệ du lịch thông minh được đề cao	
	STT5: Tính bảo mật của công nghệ du lịch thông minh được đảm bảo	
SC: Khách du lịch thông minh	SC1: Phản hồi nhanh trên nền tảng công nghệ thông minh	(Boes et al., 2016; Brennan & Meier, 2007; Femenia-Serra et al., 2019; Roy et al., 2019)
	SC2: Sử dụng công nghệ du lịch thông minh cho trải nghiệm của họ	
	SC3: Tương tác và cùng tạo ra trải nghiệm thông qua công nghệ thông minh	
	SC4: Quan tâm về quyền riêng tư và cá nhân hóa	
	SC5: Lựa chọn tối ưu thông qua ứng dụng du lịch thông minh	Phát triển mới
SG: Chính quyền thông minh	SG1: Hệ thống ứng dụng của chính quyền thông minh dễ sử dụng	(Ameen & Alfalasi, 2019; Bakici et al., 2013; Corte & D'Andrea, 2017; Hamad et al., 2018; Lam, 2005; T. Nam et al., 2011)
	SG2: Hệ thống ứng dụng của chính quyền thông minh cung cấp thông tin chính xác	
	SG3: Hệ thống ứng dụng của chính quyền thông minh cho phép giao tiếp và tương tác tốt	
	SG5: Hệ thống ứng dụng của chính quyền thông minh đảm bảo an toàn thông tin của khách du lịch	
	SG4: Hệ thống ứng dụng của chính quyền thông minh hỗ trợ với tương tác của khách du lịch	

Biên quan sát	Thang đo	Nghiên cứu hỗ trợ
	SG6: Chính sách và quy định về quản lý dữ liệu khách	Phát triển mới
SB: Doanh nghiệp du lịch thông minh	SB1: Áp dụng các ứng dụng du lịch thông minh trên Smart mobile	(Ballina, 2022; Corte & D'Andrea, 2017; Gretzel, Sigala, Xiang, et al., 2015e; Gretzel, Werthner, & Koo, 2015c; P. Lee & Hunter, 2020b)
	SB2: Áp dụng Trí tuệ nhân tạo (AI) và Chatbots để tăng cường tương tác	
	SB3: Kết nối Internet vạn vật (Internet of Things - IoT)	
	SB5: Tăng cường trên sàn giao dịch điện tử du lịch	
	SB6: Web thông minh	
	SB4: Tăng cường Rating và Review trên social media platforms	Phát triển mới
SP: Người dân thông minh	SP1: Tăng hiệu suất công việc, sử dụng tốt hơn và thông minh hơn cơ sở hạ tầng và dịch vụ CNTT-TT mới.	(Anthopoulos et al., 2016; Gupta & Mustafa, 2017; P. Lee & Hunter, 2020b; Meijer et al., 2016; Selinger & Kim, 2015)
	SP2: Ủng hộ và lựa chọn sử dụng các công nghệ thông minh	
	SP3: Thích ứng linh hoạt với việc sử dụng công nghệ thông minh.	
	SP4: Tham gia góp ý cho chính sách phát triển du lịch thông minh	Phát triển mới
	SP5: Tích cực sử dụng, tương tác, chia sẻ dữ liệu trên các ứng dụng du lịch thông minh của thành phố	
QTE: Chất lượng trải	QTE3: Giá trị tổng thể của việc sử dụng các công nghệ du lịch thông minh là phù hợp so với chi phí bỏ ra.	Phát triển mới

Biến quan sát	Thang đo	Nghiên cứu hỗ trợ
những công nghệ	QTE1: Tôi có cảm nhận rất tốt về trải nghiệm của mình từ sự tương tác hiệu quả của các yếu tố trong hệ sinh thái du lịch thông minh.	(Azis, Amin, Chan, & Aprilia, 2020; Jeong & Shin, 2020; H. Lee, Lee, & Chung, 2018; H. Lee, Lee, Chung, et al., 2018; Pai et al., 2020b; Zhang et al., 2022b)
	QTE2: Xét về thời gian và công sức bỏ ra, việc sử dụng các công nghệ du lịch thông minh là rất xứng đáng.	
	QTE4: Việc sử dụng các công nghệ du lịch thông minh khiến chuyến đi của tôi thú vị tại thành phố đã chọn	
	QTE5: Tôi đã có những kỷ niệm tuyệt vời khi sử dụng các ứng dụng công nghệ thông minh tại thành phố đã chọn trong chuyến đi của mình.	
RI: Ý định quay lại	RI1: Tôi muốn trải nghiệm lại STE trong tương lai.	(Azis, Amin, & Chan, 2020c; Gretzel, Werthner, & Koo, 2015c; Jeong & Shin, 2020b; C. Pai et al., 2020b; Y. Zhang & Sotiriadis, 2022a)
	RI2: Tôi muốn sử dụng lại STE tại các điểm thu hút khách du lịch hoặc các cơ sở du lịch khác.	
	RI3: Tôi dự định sẽ đến thăm các điểm tham quan có STE một lần nữa trong tương lai.	
	RI4: Nếu tôi ghé thăm một điểm du lịch một lần nữa, một trong những động lực chính của tôi là sử dụng lại STE	
	RI5: Tôi muốn giới thiệu STE tại thành phố đã chọn cho người thân, bạn bè, đồng nghiệp	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.3. Các giai đoạn nghiên cứu

3.3.1. Nghiên cứu định lượng sơ bộ (Pilot Study)

Nghiên cứu sơ bộ với 95 mẫu nhằm đánh giá mức độ phù hợp, độ tin cậy ban đầu của các thang đo trong mô hình nghiên cứu. Đây là bước quan trọng để sàng lọc và hiệu chỉnh câu hỏi trước khi bước vào giai đoạn nghiên cứu chính thức.

3.3.2. Nghiên cứu định lượng chính thức

Sau khi có kết quả từ nghiên cứu sơ bộ, đã kiểm định độ tin cậy và sự phù hợp của các thang đo đối với mục tiêu nghiên cứu, tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức với 570 mẫu khảo sát thu về, sau khi kiểm tra và sàng lọc thu được 558 mẫu khảo sát đạt yêu cầu để đưa vào phục vụ cho phân tích. Nghiên cứu định lượng chính thức, tác giả sử dụng phần mềm SPSS và phần mềm Smart PLS 4.0 để phân tích dữ liệu.

Chương 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

4.1.1. Mô tả mẫu khảo sát

Kết quả cho thấy nhóm khách du lịch nội địa chiếm 68,5% với tổng số 382 người, nhóm khách quốc tế là 176 người, chiếm 31,5% tổng số người tham gia khảo sát. Tỷ lệ khách du lịch nam là 58,6% tham gia vào khảo sát có phần nhỉnh hơn so với nữ giới là 41,4%. Độ tuổi tham gia khảo sát chiếm tỷ lệ cao nhất là nhóm trung tuổi từ 23 đến 40 tuổi chiếm 38%, kế tiếp là nhóm trẻ tuổi từ 18 đến 22 tuổi chiếm 17,6%. Trình độ học vấn từ cao đẳng và đại học của khách du lịch tham gia vào khảo sát chiếm tới 86,2%, đây là tỷ lệ cao và góp phần tăng độ tin cậy về chất lượng của mẫu khảo sát đã thu thập được.

4.1.2. Đánh giá của khách du lịch về mức độ hiệu quả trong sử dụng các ứng dụng du lịch thông minh

Thông tin chi tiết ở Bảng 4.2 đã cho thấy, mức độ sử dụng hiệu quả trung bình thấp nhất là ứng dụng du lịch thông minh Q4.6 là 2,4122 và mức độ sử dụng hiệu quả trung bình cao nhất là ứng dụng du lịch thông minh Q4.14 là 2,6935. Độ lệch chuẩn đều đặt ngưỡng nhỏ hơn 0,6 đã phản ánh mức độ chênh lệch về mức độ đánh giá của khách du lịch về các ứng dụng du lịch thông minh là không cao, đảm bảo được độ tin cậy về giá trị trung bình.

4.2. Kiểm định sơ bộ thang đo bằng phân tích độ tin cậy Cronbach's

Alpha

Kết quả phân tích sơ bộ trong Bảng 4.3 cho thấy chỉ số độ tin cậy Cronbach's Alpha của các biến quan sát đều đạt yêu cầu ở mức $> 0,7$ và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều $> 0,3$. Đây là cơ sở quan trọng để tác giả tiến hành khảo sát chính thức cho nghiên cứu.

Bảng 4.3. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha giai đoạn thử nghiệm (Pilot test)

Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
<i>STT - Công nghệ du lịch thông minh: Cronbach's Alpha = 0,899</i>		
STT1	0,744	0,879
STT2	0,666	0,895
STT3	0,837	0,858

Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
STT4	0,758	0,875
STT5	0,750	0,878
<i>SB – Doanh nghiệp du lịch thông minh: Cronbach's Alpha = 0,865</i>		
SB1	0,736	0,830
SB2	0,712	0,834
SB3	0,605	0,854
SB4	0,555	0,862
SB5	0,690	0,837
SB6	0,692	0,839
<i>SG – Chính quyền thông minh: Cronbach's Alpha = 0,887</i>		
SG1	0,733	0,862
SG2	0,738	0,861
SG3	0,581	0,885
SG4	0,687	0,870
SG5	0,705	0,867
SG6	0,778	0,856
<i>SC – Khách du lịch thông minh: Cronbach's Alpha = 0,897</i>		
SC1	0,753	0,872
SC2	0,754	0,872
SC3	0,651	0,896
SC4	0,770	0,868
SC5	0,803	0,861
<i>SP – Người dân thông minh: Cronbach's Alpha = 0,884</i>		
SP1	0,643	0,877
SP2	0,745	0,853
SP3	0,765	0,847
SP4	0,691	0,865
SP5	0,761	0,849
<i>QTE – Chất lượng trải nghiệm của khách du lịch: Cronbach's Alpha = 0,828</i>		
QTE1	0,699	0,772
QTE2	0,615	0,797
QTE3	0,677	0,778
QTE4	0,573	0,809
QTE5	0,565	0,811
<i>SA – Sự hài lòng: Cronbach's Alpha = 0,898</i>		
SA1	0,771	0,871

Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
SA2	0,686	0,890
SA3	0,837	0,859
SA4	0,773	0,870
SA5	0,690	0,888
<i>RI – Ý định quay lại: Cronbach's Alpha = 0,834</i>		
RI1	0,652	0,795
RI2	0,571	0,818
RI3	0,705	0,781
RI4	0,591	0,813
RI5	0,660	0,794

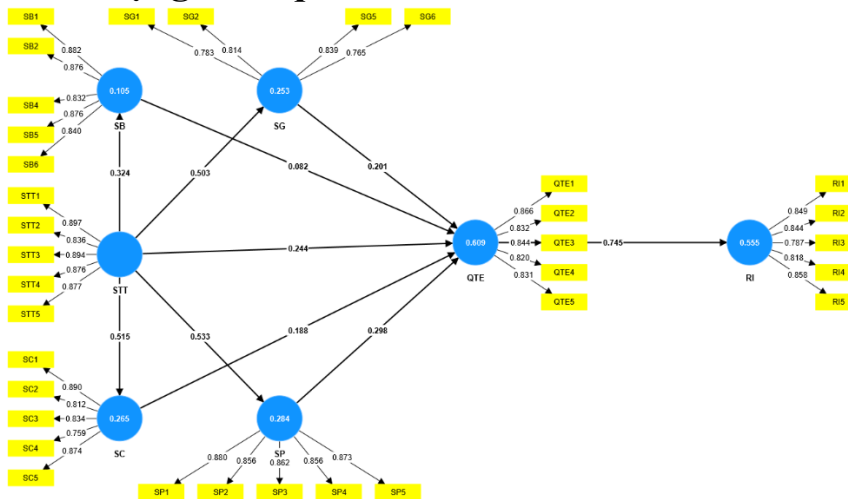
Nguồn: Kết quả phân tích bằng SPSS

4.3. Kiểm định mô hình đo lường

4.3.1. Mô hình nghiên cứu đường dẫn trên Smart PLS

Trong phần mềm Smart PLS 4.0, tác giả đã minh họa mô hình nghiên cứu của luận án dựa trên một cấu trúc bậc hai. Biến bậc một của mô hình này bao gồm năm yếu tố chính: Công nghệ du lịch thông minh (STT), Khách du lịch thông minh (SC), Doanh nghiệp du lịch thông minh (SB), Chính quyền thông minh (SG), và Người dân thông minh (SP). Mỗi yếu tố đại diện cho một khía cạnh quan trọng của hệ sinh thái du lịch thông minh.

4.3.2. Chất lượng biến quan sát



Hình 4.2. Kết quả kiểm định mô hình đo lường trên Smart PLS

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

Hệ số tải (outer loading) lần một đã loại bỏ ba biến quan sát SB3, SG3 và SG4 nhỏ hơn 0,7. Hệ số tải lần hai, các biến quan sát đều vượt qua ngưỡng 0,7 đạt yêu cầu. Điều này cho thấy rằng tất cả các biến quan sát trong mô hình đều có ý nghĩa và đóng góp đáng kể vào quá trình đo lường biến QTE tương ứng. Việc này

làm tăng độ hợp lý và đáng tin cậy của mô hình nghiên cứu, thể hiện rằng các biến quan sát được giữ lại đều đóng vai trò quan trọng và tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ.

4.3.3. Độ tin cậy, giá trị hội tụ thang đo

Bảng 4.6. Chỉ số đánh giá độ tin cậy thang đo

Biến	Độ tin cậy Cronbach's Alpha	Hệ số độ tin cậy tổng hợp CR	Phương sai trung bình (AVE)
QTE: Chất lượng trải nghiệm công nghệ	0,895	0,922	0,704
RI: Ý định quay lại của khách du lịch	0,888	0,918	0,691
SB: Doanh nghiệp thông minh	0,913	0,935	0,742
SC: Khách du lịch thông minh	0,891	0,920	0,697
SG: Chính quyền thông minh	0,813	0,877	0,641
SP: Người dân thông minh	0,916	0,937	0,749
STT: Công nghệ du lịch thông minh	0,924	0,943	0,768

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

Dựa vào kết quả trong Bảng 4.6, chúng ta thấy rằng tất cả các cấu trúc của các yếu tố, bao gồm chất lượng trải nghiệm của khách du lịch (QTE), công nghệ du lịch thông minh (STT), khách du lịch thông minh (SC), doanh nghiệp du lịch thông minh (SB), chính quyền thông minh (SG), người dân thông minh (SP), ý định quay lại (RI) đều có độ tin cậy cao với chỉ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7. Hệ số độ tin cậy tổng hợp CR của các yếu tố cũng nằm trong khoảng 0,877 đến 0,943.

4.3.4. Giá trị phân biệt thang đo

Tác giả sử dụng bảng Fornell-Larcker và bảng HTMT trong phân tích PLS Algorithm để đánh giá tính phân biệt của thang đo trong mô hình nghiên cứu.

Bảng 4.7. Bảng Fornell-Larcker

	QTE	RI	SB	SC	SG	SP	STT
QTE	0,839						
RI	0,745	0,832					
SB	0,432	0,365	0,861				
SC	0,598	0,663	0,334	0,835			

SG	0,564	0,523	0,515	0,392	0,801		
SP	0,653	0,651	0,351	0,599	0,419	0,866	
STT	0,627	0,638	0,324	0,515	0,503	0,533	0,876

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

Trong Bảng 4.7, tác giả đối chiếu AVE của QTE với từng hệ số tương quan của QTE với các biến RI, SA, SB, SC, SG, SP và STT. AVE của QTE bằng 0,839 lớn hơn trị tuyệt đối hệ số tương quan của QTE với RI, của QTE với SA, của QTE với SB, của QTE với SC, của QTE với SG, của QTE với SP, của QTE với STT tính phân biệt thang đo QTE được đảm bảo. Chỉ số AVE còn lại của RI bằng 0,832, SB bằng 0,861, SC bằng 0,835, SG bằng 0,801, SP bằng 0,866 và STT bằng 0,876 đều lớn hơn trị tuyệt đối hệ số tương quan.

Bảng 4.8: Chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait – HTMT

	QTE	RI	SB	SC	SG	SP	STT
QTE							
RI	0,833						
SB	0,471	0,400					
SC	0,665	0,741	0,367				
SG	0,659	0,613	0,596	0,459			
SP	0,719	0,719	0,383	0,662	0,485		
STT	0,689	0,702	0,347	0,564	0,580	0,577	

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

Trong Bảng 4.8, phản ánh giá trị HTMT đều dưới 0,850, như vậy tính phân biệt của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu của luận án được đảm bảo.

4.4. Kiểm định mô hình cấu trúc

4.4.1. Tính cộng tuyến của biến độc lập

Bảng 4.9. Chỉ số xét cộng tuyến VIF

Tác động	VIF
SB -> QTE	1,416
SC -> QTE	1,734
SG -> QTE	1,676
SP -> QTE	1,802
STT -> QTE	1,708

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

Kết quả từ Bảng 4.9 cho thấy rằng các biến độc lập, bao gồm Doanh nghiệp thông minh (SB), Khách du lịch thông minh (SC), Chính quyền thông minh (SG),

Người dân thông minh (SP), và Công nghệ du lịch thông minh (STT), liên quan đến biến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE) không xảy ra hiện tượng cộng tuyến.

4.4.2. Đánh giá ý nghĩa quan hệ tác động trong mô hình (P – Path Coefficients)

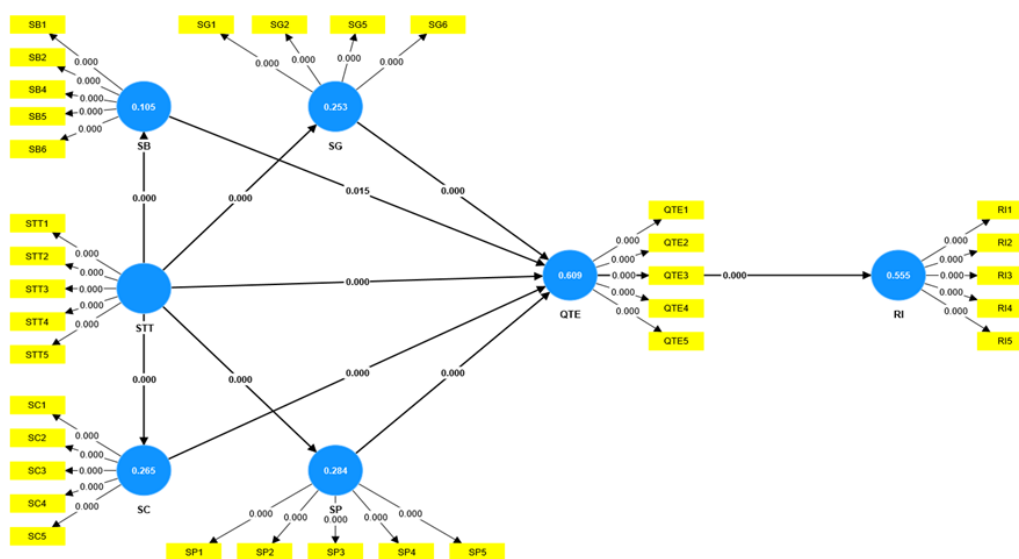
Hệ số tác động chuẩn hóa (Original sample) của dữ liệu gốc và P values - mức ý nghĩa của kiểm định t. Tác giả sẽ so sánh mức ý nghĩa này với ngưỡng so sánh $P \leq 0,05$.

Bảng 4.10. Kiểm định các giả thuyết mối quan hệ tác động của các biến bậc thấp lên biến bậc cao

Giả thuyết	Mối quan hệ tác động	Hệ số tác động chuẩn hóa	Mức P ý nghĩa của kiểm định t	Kết quả
H1	STT → SG	0,503	0,000	Chấp nhận
H2	STT → SB	0,324	0,000	Chấp nhận
H3	STT → SC	0,515	0,000	Chấp nhận
H4	STT → SP	0,533	0,000	Chấp nhận
H5	STT → QTE	0,244	0,000	Chấp nhận
H6	SC → QTE	0,188	0,000	Chấp nhận
H7	SG → QTE	0,201	0,000	Chấp nhận
H8	SB → QTE	0,082	0,015	Chấp nhận
H9	SP → QTE	0,298	0,000	Chấp nhận
H10	QTE → RI	0,745	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Phân tích bootstrap giai đoạn hai trong Smart PLS 4.0

Kiểm định mô hình cấu trúc:



Hình 4.3. Mô hình cấu trúc trên Smart PLS 4.0

Nhóm một: Mức độ tác động theo chỉ số Hệ số tác động chuẩn hóa của yếu tố công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến người dân thông minh (SP), khách du lịch thông minh (SC), chính quyền thông minh (SG), doanh nghiệp thông minh (SB) lần lượt: SP (0,533) > SC (0,515) > SG (0,503) > SB (0,324), đã phản ánh hệ số tác động mang dấu dương, đại diện cho chiều qua hệ tác động thuận chiều.

Nhóm hai: Mức độ tác động theo chỉ số Hệ số tác động chuẩn hóa của các yếu tố người dân thông minh (SP), công nghệ du lịch thông minh (STT), chính quyền thông minh (SG), khách du lịch thông minh (SC), doanh nghiệp thông minh (SB) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE) lần lượt: SP (0,298) > STT (0,244) > SG (0,202) > SC (0,188) > SB (0,082), đã phản ánh hệ số tác động mang dấu dương, đại diện cho chiều qua hệ tác động thuận chiều.

4.4.3. Đánh giá hệ số xác định R bình phương

Bảng 4.11. Hệ số xác định R bình phương

Biến phụ thuộc	R-square: R bình phương	R-square adjusted: R bình phương hiệu chỉnh
QTE: Chất lượng trải nghiệm công nghệ	0,609	0,605
RI: Ý định quay lại của khách du lịch	0,555	0,554

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0

R bình phương hiệu chỉnh của Chất lượng trải nghiệm của khách du lịch (QTE) bằng 0,609, như vậy các biến độc lập công nghệ du lịch thông minh (STT), khách du lịch thông minh (SC), doanh nghiệp du lịch thông minh (SB), chính quyền thông minh (SG) và người dân thông minh (SP) giải thích được 60,9% sự biến thiên của biến QTE.

4.4.4. Mức độ ảnh hưởng của biến độc lập effect size f² (f bình phương)

Bảng 4.12. Bảng chỉ số f bình phương

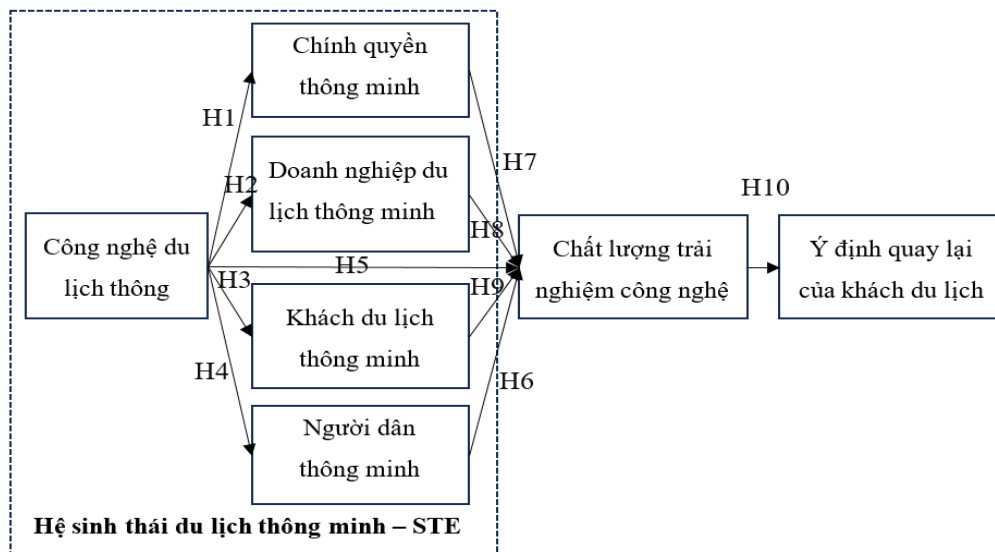
	QTE	RI	SB	SC	SG	SP	STT
QTE		1,246					
RI							
SB	0,021						
SC	0,052						
SG	0,061						
SP	0,126						

STT	0,089		0,117	0,361	0,339	0,396	
------------	-------	--	-------	-------	-------	-------	--

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm giai đoạn hai trong Smart PLS 4.0

Giá trị f bình phương của STT bằng 0,396 tác động mạnh lên người dân thông minh (SP). STT bằng 0,361 tác động mạnh lên khách du lịch thông minh (SC). STT bằng 0,339 tác động mạnh lên chính quyền thông minh. STT bằng 0,117 tác động trung bình lên doanh nghiệp thông minh.

Giá trị f bình phương của QTE bằng 1,246 tác động mạnh lên ý định quay lại của khách du lịch (RI). Điều này cho thấy rằng chất lượng trải nghiệm công nghệ có ảnh hưởng tích cực đến ý định của khách du lịch tại điểm du lịch có Hệ sinh thái du lịch thông minh.



Hình 4.4. Mô hình nghiên cứu sau kiểm định

Chương 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

5.1. Kết quả nghiên cứu

Bảng 5.1. Biến quan sát mới được phát triển từ nghiên cứu

STT	Tên biến	Mô tả biến quan sát
1	SC5	Lựa chọn tối ưu dịch vụ, sản phẩm, điểm đến thông qua ứng dụng du lịch thông minh
2	SG6	Chính sách và quy định về quản lý dữ liệu khách du lịch phù hợp
3	SB4	Tăng cường Rating và Review trên social media platforms
4	SP4	Tham gia góp ý cho chính sách phát triển du lịch thông minh
5	SP5	Tích cực sử dụng, tương tác, chia sẻ dữ liệu trên các ứng dụng du lịch thông minh của thành phố

STT	Tên biến	Mô tả biến quan sát
6	QTE3	Hiệu quả sử dụng các ứng dụng du lịch thông minh phù hợp với chi phí bỏ ra

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của luận án

Biến quan sát từ Bảng 5.1 được phát triển bổ sung phù hợp với bối cảnh của Thành phố Hồ Chí Minh, một điểm đến du lịch phát triển du lịch thông minh đứng đầu cả nước. Các biến quan sát phát triển mới này góp phần quan trọng vào đo lường hệ sinh thái du lịch thông minh hình thành và phát triển phù hợp với bối cảnh cụ thể tại các điểm du lịch thông minh.

Bảng 5.2. Tóm tắt kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu của luận án

STT	Giả thuyết	Nội dung giả thuyết nghiên cứu	Kết quả
1	H1	Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến chính quyền thông minh (SG)	Chấp nhận
2	H2	Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến chính quyền thông minh (SB)	Chấp nhận
3	H3	Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến khách du lịch thông minh (SC)	Chấp nhận
4	H4	Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến người dân thông minh (SP)	Chấp nhận
5	H5	Công nghệ du lịch thông minh (STT) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE)	Chấp nhận
6	H6	Khách du lịch thông minh (SC) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE)	Chấp nhận
7	H7	Chính quyền thông minh (SG) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE)	Chấp thuận
8	H8	Doanh nghiệp thông minh (SB) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE)	Chấp nhận
9	H9	Người dân thông minh (SP) tác động tích cực đến chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE)	Chấp nhận
10	H10	Chất lượng trải nghiệm công nghệ (QTE) tác động tích cực đến ý định quay lại của khách du lịch	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của luận án

Đây là kết quả quan trọng khẳng định được mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu được chấp nhận. Mức độ tác động của các mối quan hệ được đo lường cụ thể từ kết quả của Bảng 4.10. Cụ thể Hệ sinh thái du lịch thông minh tác động mạnh nhất tới Chất lượng trải nghiệm của khách du lịch, sau đó tác động mạnh thứ hai tới Sự hài lòng của khách du lịch và tác động thứ ba tới Ý định quay trở lại.

5.2. Kết quả nghiên cứu và so sánh với khung lý thuyết

Luận án đã đánh giá được vai trò của công nghệ du lịch thông minh (STT) đối với hệ sinh thái du lịch thông minh được thể hiện qua mức độ tác động lần lượt của STT đến: SP (0,533) > SC (0,515) > SG (0,503) > SB (0,324).

5.2.1. Kết hợp khung lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh và STE

Trong luận án này, việc kết hợp khung lý thuyết về hệ sinh thái kinh doanh và hệ sinh thái du lịch thông minh mở ra những khả năng nổi bật để nghiên cứu và đánh giá sự tương tác phức tạp giữa các yếu tố kinh doanh và hoạt động du lịch thông minh trong môi trường ngày nay.

5.2.2. Kết hợp khung lý thuyết các bên liên quan đến STE

Một góc nhìn khác là việc tích hợp hệ sinh thái du lịch thông minh, nơi công nghệ thông tin và trí tuệ nhân tạo được sử dụng để cải thiện chất lượng trải nghiệm công nghệ du lịch và ý định quay lại của khách du lịch. Bằng cách tích hợp cả khung lý thuyết về các bên liên quan và hệ sinh thái du lịch thông minh, luận án đưa ra những đề xuất về cách tối ưu hóa lợi ích kinh tế của doanh nghiệp du lịch mà vẫn duy trì và thậm chí tăng cường bền vững về mặt môi trường và xã hội.

5.2.3. Lý thuyết trải nghiệm khách hàng với chất lượng trải nghiệm của khách du lịch

Trong quá trình nghiên cứu về chất lượng trải nghiệm của khách du lịch trong luận án, việc áp dụng lý thuyết trải nghiệm khách hàng làm nền tảng là một bước quan trọng để hiểu rõ sâu sắc về cảm nhận, mong đợi, và đánh giá của khách hàng trong quá trình du lịch.

5.3. Hàm ý nghiên cứu

5.3.1. Hàm ý từ khung lý thuyết hoàn chỉnh của STE

Hệ sinh thái du lịch thông minh đã có một tác động tích cực đối với năng lực cạnh tranh và hình ảnh của các điểm đến đô thị du lịch thông minh. Bằng cách tập trung vào việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng và dịch vụ công nghệ tiên tiến, phát triển các trải nghiệm du lịch độc đáo và bảo vệ môi trường, các thành phố du lịch thông minh đã thu hút sự chú ý của du khách và góp phần vào việc tạo ra một hình ảnh tích cực đối với khách du lịch.

5.3.2. Hàm ý từ tác động của công nghệ du lịch thông minh đến STE

Công nghệ du lịch thông minh đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và tối ưu hóa hệ sinh thái du lịch thông minh, tạo ra những thay đổi sâu sắc trong cách chúng ta trải nghiệm, quản lý và tương tác với du lịch. Một trong những vai

trò chính của công nghệ du lịch thông minh là tối ưu hóa và nâng cao chất lượng trải nghiệm cho khách du lịch, nâng cao khả năng thu hút và cạnh tranh của doanh nghiệp, hỗ trợ chính quyền quản lý và nâng cao chất lượng dịch vụ thông minh tại điểm đến.

5.3.3. Hàm ý tác động từ STE đến chất lượng trải nghiệm công nghệ và ý định quay trở lại

Kết quả cho thấy chiều hướng và mức độ tác động của các yếu tố trong hệ sinh thái du lịch thông minh đến chất lượng trải nghiệm công nghệ của khách du lịch theo thuận chiều dương và mức độ tác động tích cực trong mối quan hệ của mô hình nghiên cứu. Cụ thể các yếu tố của hệ sinh thái du lịch thông minh, bao gồm công nghệ du lịch thông minh, doanh nghiệp du lịch thông minh, chính quyền thông minh, khách du lịch thông minh và người dân thông minh, đều có ảnh hưởng tích cực đối với chất lượng trải nghiệm của khách du lịch.

5.4. Đóng góp về mặt thực tiễn

5.4.1. Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu với các nhà hoạch định chính sách phát triển du lịch

Nghiên cứu này cung cấp thông tin cụ thể về những yếu tố quyết định chất lượng trải nghiệm, sự hài lòng và ý định quay lại của khách du lịch. Các nhà hoạch định chính sách có thể sử dụng thông tin này để xác định ưu tiên chính sách và định hình chương trình phát triển du lịch thông minh một cách toàn diện. Nghiên cứu giúp định hình chiến lược phát triển du lịch thông minh cho thành phố Hồ Chí Minh dựa trên dữ liệu và khoa học với năm yếu tố: công nghệ du lịch thông minh, doanh nghiệp du lịch thông minh, chính quyền thông minh, khách du lịch thông minh và người dân thông minh cấu thành nên hệ sinh thái du lịch thông minh.

5.4.2. Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu với các doanh nghiệp du lịch

Nghiên cứu này cho thấy vai trò quan trọng của công nghệ trong cải thiện chất lượng trải nghiệm cho khách du lịch. Các doanh nghiệp du lịch có thể sử dụng thông tin này để đầu tư vào và phát triển các ứng dụng, hệ thống và công nghệ du lịch thông minh để cải thiện sự hài lòng của khách du lịch.

5.4.3. Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu với công tác nghiên cứu và đào tạo

Nghiên cứu này cung cấp khung lý thuyết hệ sinh thái du lịch thông minh với nội hàm 5 yếu tố bên trong, bao gồm: Công nghệ du lịch thông minh, khách du lịch thông minh, doanh nghiệp thông minh, chính quyền thông minh, người dân thông minh. Các giả thuyết và mô hình nghiên cứu đã được kiểm định và chứng minh giúp các trường đại học và cơ sở đào tạo du lịch ở Việt Nam có thể bổ sung và cập nhật vào giảng dạy và nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch thông minh.

5.5. Hạn chế và hướng nghiên cứu mới

5.5.1. Hạn chế của nghiên cứu

Thứ nhất: Nghiên cứu chưa đo lường sự tương tác của các yếu tố trong hệ sinh thái du lịch thông minh.

Thứ hai: Nghiên cứu chưa khảo sát đối tượng là doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư địa phương, chính quyền để có thể đánh giá được vai trò của hệ sinh thái du lịch thông minh đối với sự phát triển toàn diện của hệ thống du lịch tại điểm đến nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm cho khách du lịch.

Thứ ba: Chưa có sự đánh giá đầy đủ về cách mà hệ sinh thái du lịch thông minh có thể tác động đến và thay đổi các yếu tố văn hóa của điểm đến, cũng như ảnh hưởng của nó đối với cộng đồng xã hội và cơ sở kinh tế tại địa phương.

5.5.2. Một số đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

Dựa trên kết quả nghiên cứu này, các nghiên cứu trong tương lai có thể làm rõ hơn về lý thuyết và xây dựng mô hình hệ sinh thái kinh doanh du lịch thông minh cho điểm đến có sự tương tác của các bên liên quan.

Nghiên cứu tiếp theo có thể tiến hành nhằm đạt được mục tiêu đo lường sự tác động của công nghệ du lịch thông minh tới khai thác và phát triển bền vững các điểm đến di sản tại những địa phương có tài nguyên du lịch văn hóa cần được khai thác hiệu quả gắn với công tác bảo tồn.

Để làm cho nghiên cứu trở nên toàn diện hơn, cần mở rộng phạm vi để đánh giá một cách chi tiết hơn về ảnh hưởng của hệ sinh thái du lịch thông minh. Điều này không chỉ liên quan đến chất lượng trải nghiệm của khách du lịch mà còn bao gồm việc đánh giá những khía cạnh quan trọng của văn hóa, xã hội và kinh tế tại địa điểm du lịch thông minh.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Luận án đã xây dựng khung lý thuyết của hệ sinh thái du lịch thông minh trên nền lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh, lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết hành vi có kế hoạch, lý thuyết mô hình kỳ vọng và lý thuyết về mô hình SERVPERF với nội hàm của năm yếu tố bao gồm: Công nghệ du lịch thông minh, doanh nghiệp thông minh, chính quyền thông minh, khách du lịch thông minh và người dân thông minh.

Mục tiêu của luận án đã đạt được với kết quả là mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu ban đầu từ H1 đến H10 được chấp nhận. Kết quả đã làm rõ được vai trò của yếu tố công nghệ du lịch thông minh đối với hệ sinh thái du lịch thông minh. Cụ thể, công nghệ du lịch thông minh đã tác động mạnh mẽ lần lượt đến yếu tố khách du lịch thông minh, chính quyền thông minh, người dân thông minh và doanh nghiệp thông minh.

Thành phố Hồ Chí Minh cần hoàn thiện và phát triển cơ sở hạ tầng đô thị thông minh là một yếu tố quan trọng để cung cấp chất lượng trải nghiệm cao cho khách du lịch và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch. Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh và doanh nghiệp du lịch của thành phố cần đầu tư mạnh

mẽ vào công nghệ du lịch thông minh để cải thiện dịch vụ và tạo ra trải nghiệm tương tác và hấp dẫn hơn cho khách du lịch.

Việc xây dựng các quy định về an toàn và bảo mật thông tin cá nhân cũng như quyền lợi của khách du lịch trên hệ thống công nghệ du lịch thông minh trong hệ sinh thái du lịch thông minh là một bước quan trọng và không thể thiếu trong việc phát triển ngành du lịch hiện đại của Thành phố Hồ Chí Minh.

Để phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh của Thành phố Hồ Chí Minh đạt được hiệu quả về việc nâng cao chất lượng trải nghiệm và thu hút khách du lịch quay trở lại, cần thiết phải có sự phát triển đồng bộ của năm yếu tố quan trọng: công nghệ du lịch thông minh, chính quyền thông minh, doanh nghiệp thông minh, người dân thông minh và khách du lịch thông minh.

DANH SÁCH BÀI BÁO ĐÃ XUẤT BẢN LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1. Hoàng Ngọc Hiền (2021), “Phát triển Hệ sinh thái du lịch thông minh tại Thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, pp. 39 - 43. ISSN 0866-7373.
2. Hoang Ngoc Hien, Dang Thi Phuong Anh, Le Anh Tuan (2022), “Smart tourism ecosystem: impacts on visitor’s experience and intention to return” *5th International Conference on Tourism Development in Vietnam Future of Tourism, Leisure, and Sport*, pp. 206 - 222. ISBN: 978-604-330-539-5.
3. Hoang Ngoc Hien, Pham Hong Long, Nguyen Thi Xuyen (2023), “Impact of smart tourism technology on satisfaction and return intention of Gen z tourists”, *ICE 2023, 1st International Conference on Economics*, pp. 871-888. ISBN:978-604-346-165-7
4. Nguyen Thi Xuyen, Dang Thi Phuong Anh, Hoang Ngoc Hien (2023), “Impact of electronic word-of-mouth on international tourists’ intention to Vietnam” *ICE 2023, 1st International Conference on Economics*, pp. 775-793. ISBN:978-604-346-165-7
5. Hoang Ngoc Hien, Pham Huong Trang (2023), “Navigating the Rise of Smart Tourism: Implications of Technology and Data for Sustainable Industry Growth”, *Brawijaya Journal of Social Science*, Vol. 3(01), pp. 1-18.
6. Hoàng Ngọc Hiền, Nguyễn Hạnh Nguyên (2024), “Tác động của công nghệ du lịch thông minh tới chất lượng trải nghiệm và lòng trung thành của khách du lịch đối với điểm đến đô thị du lịch thông minh”, *Ứng dụng công nghệ*

số khai thác giá trị di sản phục vụ phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam - Kỳ Hội thảo Du lịch Quốc gia, pp. 02-20. ISBN: 978-604-43-1124-1.

7. Hoang Ngoc Hien, Pham Huong Trang (2024), “Decoding Smart Tech’s Influence on Tourist Experience Quality”, *Asian Journal of Business Research*, Vol. 14(01), pp. 97-119.