

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



NGUYỄN THỊ HỒNG CẨM

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH
THÔNG MINH - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP KHÁNH HÒA

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

HÀ NỘI - 2026

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

-----❖-----

NGUYỄN THỊ HỒNG CẨM

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH
THÔNG MINH - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP KHÁNH HÒA

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

1. PGS. TS. Lê Anh Tuấn
2. TS. Nguyễn Ngọc Dung

HÀ NỘI - 2026

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

NGUYỄN THỊ HỒNG CẨM

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG
ĐẾN PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH -
NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP KHÁNH HÒA

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

- PGS.TS. Lê Anh Tuấn
- TS. Nguyễn Ngọc Dung

XÁC NHẬN NCS ĐÃ CHỈNH SỬA THEO
QUYẾT NGHỊ CỦA HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ LUẬN ÁN

Chủ tịch hội đồng
đánh giá luận án tiến sĩ

Người hướng dẫn khoa học

PGS.TS. Phạm Hồng Long

PGS.TS. Lê Anh Tuấn TS. Nguyễn Ngọc Dung

Hà Nội - 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh - Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa” là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Những nội dung trong nghiên cứu này là do tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn trực tiếp của PGS.TS. Lê Anh Tuấn và TS. Nguyễn Ngọc Dung.

Tài liệu tham khảo được dùng trong luận án này đều được trích dẫn rõ ràng tên tác giả, tên công trình nghiên cứu.

Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận án này là do chính tôi thực hiện và trung thực.

Mọi sự sao chép không hợp lệ, vi phạm quy chế về đào tạo, tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Tác giả

LỜI CẢM ƠN

Luận án tiến sĩ này là một thách thức lớn đối với cá nhân tôi. Để hoàn thành được luận án này, tôi đã nỗ lực rất nhiều bên cạnh sự hỗ trợ từ nhiều cá nhân và tập thể.

Trước hết, tôi xin chân thành cảm ơn PGS.TS. Lê Anh Tuấn và TS. Nguyễn Ngọc Dung đã tận tình hướng dẫn, hỗ trợ tận tâm trong quá trình tôi thực hiện luận án này.

Tôi cũng xin cảm ơn lãnh đạo Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG Hà Nội, các giảng viên, các anh, chị trợ lý, giáo vụ đã hỗ trợ tôi trong thời gian học tập và nghiên cứu.

Tôi xin gửi lời cảm ơn tới lãnh đạo Trường Đại học Khánh Hòa, bạn bè, đồng nghiệp và quý doanh nghiệp đã giúp đỡ, hỗ trợ tôi nhiều mặt để có thể hoàn thành luận án này.

Một lời cảm ơn đặc biệt dành cho gia đình tôi, những người đã động viên tôi trong suốt thời gian qua. Luận án tiến sĩ này không thể hoàn thành nếu thiếu đi sự ủng hộ to lớn từ những người thân yêu của tôi.

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

MỞ ĐẦU	9
1. Tính cấp thiết của nghiên cứu	9
1.1. Về mặt lý luận.....	9
1.2. Về mặt thực tiễn.....	11
2. Mục tiêu, nhiệm vụ và câu hỏi nghiên cứu	13
2.1. Mục tiêu nghiên cứu	13
2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu.....	14
2.3. Câu hỏi nghiên cứu	14
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	14
3.1. Đối tượng nghiên cứu	14
3.2. Đối tượng khảo sát.....	15
3.3. Phạm vi nghiên cứu	15
4. Khái quát về phương pháp nghiên cứu	16
4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu	16
4.2. Phương pháp xử lý dữ liệu.....	16
5. Đóng góp của nghiên cứu	17
5.1. Đóng góp về mặt lý luận.....	17
5.2. Đóng góp về mặt thực tiễn.....	18
6. Kết cấu của luận án	19
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	21
1.1. Tổng quan nghiên cứu	21

1.1.1. Kết quả tổng quan bằng phương pháp trắc lượng thư mục khoa học	21
1.1.2. Nội dung tổng quan.....	29
1.1.3. Khoảng trống nghiên cứu	46
1.2. Cơ sở lý luận.....	47
1.2.1. Du lịch thông minh	47
1.2.2. Điểm đến du lịch thông minh	52
1.2.3. Phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	58
1.3. Một số mô hình/khung lý thuyết liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	68
1.3.1. Khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh của Boes và cộng sự	68
1.3.2. Mô hình khái niệm đánh giá điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva	72
1.3.3. Mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh (STDDM) của Cavalheiro và cộng sự.....	74
1.4. Một số lý thuyết nền liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh	79
1.4.1. Lý thuyết về các bên liên quan của Freeman.....	79
1.4.2. Lý thuyết về sự sẵn sàng công nghệ của Parasuraman	80
1.4.3. Lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) của Venkatesh và cộng sự	81
1.4.4. Lý thuyết phát triển bền vững.....	82
CHƯƠNG 2. ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	85
2.1. Đặc điểm của địa bàn nghiên cứu	85
2.1.1. Giới thiệu chung về Khánh Hòa	85
2.1.2. Tình hình hoạt động của ngành du lịch Khánh Hòa giai đoạn 2021-2025.....	88
2.1.3. Thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa.....	93

2.2. Thiết kế nghiên cứu	104
2.2.1. Quy trình nghiên cứu	104
2.2.2. Phương pháp nghiên cứu	109
2.2.3. Mô hình nghiên cứu	118
2.2.4. Thang đo nghiên cứu	142
CHƯƠNG 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	161
3.1. Mô tả mẫu khảo sát chính thức	161
3.2. Đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha	163
3.3. Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)	167
3.3.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	167
3.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh	172
3.4. Kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA)	172
3.4.1. Kết quả CFA cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	172
3.4.2. Kết quả CFA cho mô hình tới hạn	176
3.4.3. Kết luận kiểm định thang đo bằng CFA	179
3.5. Kiểm định mô hình lý thuyết chính thức.....	179
3.5.1. Kiểm định mô hình lý thuyết	179
3.5.2. Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu.....	181
3.5.3. Kiểm định ước lượng mô hình bằng Bootstrap	183
3.5.4. Kiểm định sự khác biệt của mô hình nghiên cứu	184
CHƯƠNG 4. BÀN LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH	187
4.1. Bàn luận kết quả nghiên cứu	187
4.2. Hàm ý chính sách.....	195
4.2.1. Định hướng phát triển điểm đến du lịch thông minh Khánh Hòa .	195

4.2.2. Hàm ý chính sách trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa	200
4.3. Những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo	213
4.3.1. Hạn chế của nghiên cứu.....	213
4.3.2. Một số định hướng nghiên cứu tiếp theo	214
KẾT LUẬN.....	216
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN	219
TÀI LIỆU THAM KHẢO	220
PHỤ LỤC.....	241

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Ký tự	Tên tiếng Anh	Tên tiếng Việt
AI	Artificial Intelligence	Trí tuệ nhân tạo
AR	Augmented Reality	Công nghệ thực tế tăng cường
CFA	Confirmatory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khẳng định
DMO	Destination Management Organization	Tổ chức quản lý điểm đến
EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
GRDP	Gross Regional Domestic Product	Tổng sản phẩm địa phương
HDND		Hội đồng nhân dân
ICT	Information and Communication Technologies	Công nghệ thông tin và truyền thông
IDT	Innovation Diffusion Theory	Lý thuyết phổ biến sự đổi mới
IoT	Internet of Things	Internet vạn vật
OTA	Online Travel Agent	Đại lý du lịch trực tuyến
SEM	Structural Equation Modeling	Mô hình cấu trúc tuyến tính
STDDM	Smart Tourism Destination Development Model	Mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên Hợp Quốc
UN Tourism	United Nations Tourism	Tổ chức Du lịch Liên hợp quốc
UTAUT	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	Lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ
Wos	Web of science	Dịch vụ lập chỉ mục trích dẫn khoa học đăng ký trực tuyến

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. Bảng xếp hạng các tạp chí có nhiều nghiên cứu về điểm đến du lịch	23
Bảng 1.2. Các nghiên cứu được trích dẫn toàn cầu nhiều nhất	24
Bảng 1.3. So sánh du lịch điện tử và du lịch thông minh.....	51
Bảng 1.4. Tổng hợp các khái niệm Điểm đến du lịch thông minh.....	54
Bảng 1.5. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh	58
Bảng 1.6. Các công nghệ phổ biến hiện nay trong phát triển du lịch thông minh	63
Bảng 1.7. Các tầng của mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh	76
Bảng 2.1. Bảng tổng hợp các chỉ tiêu về phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2021-2025.....	90
Bảng 2.2. Đánh giá của doanh nghiệp đối với việc ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh du lịch	94
Bảng 2.3. So sánh thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa và một số địa phương	102
Bảng 2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh	121
Bảng 2.5. Hồ sơ nhân sự được phỏng vấn.....	125
Bảng 2.6. Tóm tắt kết quả nghiên cứu định tính xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	127
Bảng 2.7. Các thang đo trong mô hình nghiên cứu	143
Bảng 2.8. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu	150
Bảng 2.9. Kết quả phân tích Cronbach's alpha thang đo sơ bộ.....	151
Bảng 2.10. Kết quả phân tích EFA của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	155
Bảng 2.11. Kết quả phân tích EFA đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh..	159
Bảng 3.1. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu.....	162
Bảng 3.2. Kết quả Cronbach's Alpha thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu	164
Bảng 3.3. Kết quả phân tích EFA của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.....	168

Bảng 3.4. Kết quả phân tích EFA cho khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh	172
Bảng 3.5. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh	175
Bảng 3.6. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các khái niệm trong mô hình tới hạn	177
Bảng 3.7. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu	181
Bảng 3.8. Kết quả ước lượng bằng bootstrap	183
Bảng 3.9. Kết quả kiểm định sự khác biệt theo thành phần tham gia khảo sát	186

DANH MỤC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình 1.1. Số lượng công trình nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được công bố giai đoạn 2000-2023 trên Web of Science và Scopus	22
Hình 1.2. Số lượng công trình nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được công bố theo quốc gia.....	23
Hình 1.3. Các tác giả có nhiều nghiên cứu nhất.....	25
Hình 1.4. Cây thư mục thể hiện tần suất xuất hiện một số từ khóa.....	26
Hình 1.5. Mạng lưới đồng trích dẫn tổng hợp qua Bibliometric.....	27
Hình 1.6. Mạng lưới đồng trích dẫn chạy bằng VOSviewer.....	28
Hình 1.7. Mức độ xuất hiện của các từ khóa tổng hợp VOSviewer.....	28
Hình 1.8. Khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh.....	71
Hình 1.9. Mô hình khái niệm đánh giá điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva (2020).....	74
Hình 1.10. Mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh (STDDM) của Cavaleiro và cộng sự (2021)	76
Hình 2.1. Các ứng dụng công nghệ thông tin hiện tại được các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa sử dụng	95
Hình 2.2. Các giải pháp công nghệ thông tin hiện tại đang được các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa sử dụng	95
Hình 2.3. Quy trình nghiên cứu của luận án.....	108
Hình 2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất	142
Hình 3.1. Kết quả CFA (chuẩn hóa) cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh	174
Hình 3.2. Kết quả CFA (chuẩn hóa) mô hình đo lường tới hạn.....	178
Hình 3.3. Kết quả SEM mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)	180

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của nghiên cứu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự bùng nổ của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số đã trở thành xu hướng tất yếu, tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực, trong đó có ngành du lịch. Sự tích hợp các công nghệ tiên tiến như Trí tuệ nhân tạo (AI), Dữ liệu lớn (Big Data) và Internet vạn vật (IoT) trong toàn bộ các chuỗi hoạt động của ngành du lịch đang thúc đẩy sự hình thành các điểm đến du lịch thông minh. Việc phát triển các điểm đến du lịch thông minh không chỉ tạo ra hiệu quả về mặt quản trị, tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng mà còn góp phần phát triển bền vững ngành du lịch.

Tại Việt Nam, phát triển du lịch thông minh đã được đưa vào chiến lược quốc gia nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, cho đến nay, các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh ở Việt Nam vẫn còn khá khiêm tốn về số lượng và phân tán về nội dung, đặc biệt là các nghiên cứu có tính hệ thống, các nghiên cứu định lượng và nghiên cứu thực tiễn ở cấp độ địa phương còn hạn chế. Trong bối cảnh đó, việc lựa chọn nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại tỉnh Khánh Hòa - một trung tâm du lịch trọng điểm của cả nước - là cần thiết và có ý nghĩa lý luận, thực tiễn rõ rệt. Từ bối cảnh nêu trên, đề tài được lựa chọn dựa trên các lý do cụ thể dưới hai góc độ: lý luận và thực tiễn.

1.1. Về mặt lý luận

Thứ nhất, phát triển du lịch thông minh đang là xu hướng tất yếu trên toàn cầu, là giải pháp chiến lược giúp các điểm đến nâng cao năng lực cạnh tranh, hiệu quả quản lý và chất lượng trải nghiệm cho du khách. Từ thực tiễn đó, du lịch thông minh cũng dần trở thành một chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Tuy nhiên, hiện nay, khái niệm và mô hình điểm đến du lịch thông minh vẫn chưa có sự thống nhất trong giới nghiên cứu. Một số nghiên cứu quan trọng đưa ra khung lý thuyết về điểm đến du lịch thông minh có thể kể đến gồm: (1) khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh của Boes và cộng sự (2016) dựa trên khung lý thuyết (Sa) 6 của Buhalis (2000) nghiên cứu các thành phần chính của một điểm đến du lịch thông minh và (2) khung INVAT.TUR (Lima và cộng sự, 2020) của Viện công nghệ du lịch Valencia. Ngoài ra, mô hình xác định các yếu tố để đánh giá thành phố Varna (Bulgaria) là một điểm đến du lịch thông

minh của Popova và Malcheva (2020) cũng là một nghiên cứu tiêu biểu. Mỗi nghiên cứu có cách tiếp cận, phân loại và xác định các yếu tố khác nhau. Từ những mô hình, khung lý thuyết, hầu hết các tác giả thừa nhận Lãnh đạo/Quản trị, Sự đổi mới, Nguồn tài nguyên về xã hội, Nguồn tài nguyên về nhân lực, Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), Tính kết nối, Sự di chuyển, Khả năng tiếp cận hay Tính bền vững là các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Tuy nhiên, theo Jasrotia và Gangotia (2018), các thành phố và quốc gia khác nhau, tùy theo trình độ phát triển, chính sách và nguồn lực sẽ có cách nhìn khác nhau về điểm đến du lịch thông minh. Mặc dù trong các nghiên cứu trước đây, nhiều yếu tố đã được đề cập nhưng mối quan hệ giữa các yếu tố này, mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố vẫn chưa được kiểm chứng một cách rõ ràng, đầy đủ và có hệ thống, đặc biệt trong một mô hình tổng thể mang tính kiểm định bằng phương pháp định lượng. Do đó, việc nghiên cứu để làm rõ các yếu tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh trong một mô hình là cần thiết, góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho lĩnh vực này.

Thứ hai, một số nghiên cứu gần đây bắt đầu chú ý đến yếu tố “sự sẵn sàng công nghệ của khách du lịch” trong bối cảnh chuyển đổi số. Sự sẵn sàng công nghệ được đánh giá là có ảnh hưởng đến ý định, hành vi của khách du lịch trong việc lựa chọn điểm đến, là một thành tố quan trọng quyết định hiệu quả triển khai du lịch thông minh (Liberato và cộng sự, 2017; Ghaderi và cộng sự, 2018), lại ít được đưa vào phân tích trong tương quan với các yếu tố khác. Bên cạnh đó, thái độ của khách du lịch đối với du lịch thông minh được đánh giá là có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch của khách du lịch (Ghaderi và cộng sự, 2018). Nói một cách khác, sự sẵn sàng công nghệ của du khách trong các giai đoạn của chuyến đi có ảnh hưởng nhất định tới việc quản lý và phát triển một điểm đến du lịch thông minh. Tuy nhiên qua nghiên cứu tổng quan tài liệu cho thấy, yếu tố này chưa được đưa vào xem xét trong cùng một mối quan hệ với các yếu tố khác. Với vai trò quan trọng của công nghệ trong bối cảnh hiện nay, các nhà nghiên cứu cho rằng việc kiểm tra mức độ sẵn sàng của người sử dụng công nghệ trong các dịch vụ hoặc sản phẩm dựa trên công nghệ là thực sự cần thiết (Burke, 2002). Điều này tạo ra một khoảng trống lý thuyết cần được lấp đầy để hiểu rõ hơn sự ảnh hưởng của hành vi và kỳ vọng của du khách trong bối cảnh du lịch 4.0. Như vậy, việc mở rộng mô hình nghiên cứu bao gồm yếu tố liên quan đến khách du lịch thông minh là cần thiết.

Thứ ba, từ góc độ lý luận, các nghiên cứu gần đây đã nhấn mạnh vai trò trung tâm của quản trị và chính sách công trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh. Theo Lima và cộng sự (2020), để một điểm đến đạt được trạng thái “thông minh”, cần thiết phải xem xét các chiến lược phát triển, chính sách công, và hiệu quả quản lý của chính phủ. Đặc biệt, theo lý thuyết các bên liên quan do Freeman (1984) đề xuất và được Donaldson & Preston (1995) phát triển, điểm đến du lịch được nhìn nhận như một tổ chức có sự tham gia và ảnh hưởng qua lại giữa nhiều chủ thể như chính phủ, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương, nhà đầu tư và du khách. Trong bối cảnh du lịch thông minh, El-Yazid và cộng sự (2023) cho rằng sự kết nối năng động giữa các bên liên quan thông qua các nền tảng công nghệ số chính là yếu tố cốt lõi quyết định sự thành công của điểm đến. Vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố quản trị và các bên liên quan trong mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh sẽ góp phần bổ sung vào khoảng trống nghiên cứu hiện nay.

Thứ tư, tại Việt Nam, du lịch thông minh là một chủ đề nghiên cứu còn khá mới, hầu hết các công trình chỉ dừng lại ở việc khái quát hóa khái niệm, trình bày thực trạng hoặc giới thiệu ứng dụng công nghệ tại một số địa phương. Các nghiên cứu chuyên sâu, có tính học thuật, đặc biệt là nghiên cứu định lượng nhằm xác định và kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh hầu như rất ít. Do đó, việc thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu, có hệ thống, kết hợp cả lý thuyết và bối cảnh thực tiễn trong nước là cần thiết.

Do đó, nghiên cứu *“Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh - Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa”* có ý nghĩa trong việc hệ thống hóa lý thuyết, xây dựng mô hình đánh giá tổng thể và kiểm định thực nghiệm bằng phương pháp định lượng, qua đó đóng góp về mặt lý luận về du lịch thông minh còn khá mới mẻ hiện nay.

1.2. Về mặt thực tiễn

Thứ nhất, hiện nay, phát triển du lịch thông minh đã trở thành yêu cầu cấp thiết của nhiều điểm đến trên thế giới, mang đến lợi thế cạnh tranh bằng cách tăng hiệu quả, nâng cao tính bền vững và cải thiện trải nghiệm du lịch. Không nằm ngoài xu hướng, tại Việt Nam, Chính phủ cũng đã xác định rõ trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam

đến năm 2030 theo Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ: “Phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; thu hút nguồn nhân lực xã hội, nhà đầu tư có công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường để đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch, đặc biệt là cơ sở lưu trú, cơ sở vui chơi giải trí, khu nghỉ dưỡng phức hợp cao cấp, phù hợp với nhu cầu và xu hướng du lịch mới; đổi mới, hoàn thiện hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin, đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số trong ngành du lịch; số hóa các thông tin, tài liệu về điểm đến, xây dựng các kho nội dung số, hướng tới hình thành và phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh”. Trong những năm qua, nhiều địa phương trên cả nước xem du lịch thông minh là xu hướng mới phải bắt kịp để không bị bỏ lại phía sau trong quá trình phát triển. Các thành phố lớn cũng là các trung tâm du lịch của cả nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng, Quảng Bình, Khánh Hòa,... cũng đã có những định hướng phát triển theo hướng du lịch thông minh, từng bước ứng dụng công nghệ thông tin vào phát triển du lịch. Tại Khánh Hòa, yêu cầu cấp bách về việc chuyển đổi sang mô hình du lịch thông minh cũng đã được đặt ra. Bước đầu, Khánh Hòa đã có những định hướng trong việc phát triển du lịch thông minh với kế hoạch xây dựng đô thị thông minh, ứng dụng các công nghệ thông minh vào phát triển du lịch. Tuy vậy, hệ sinh thái du lịch thông minh tại địa phương hiện nay vẫn chưa hoàn thiện, thiếu các nền tảng công nghệ tích hợp, hệ thống dữ liệu tập trung, việc sử dụng các ứng dụng hỗ trợ trải nghiệm du lịch cũng còn hạn chế, hệ thống cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và nhu cầu ngày càng cao của du khách về trải nghiệm cá nhân hóa, tiện ích và an toàn đặt ra những yêu cầu cấp bách cho Khánh Hòa. Có thể thấy rằng, trong bối cảnh cạnh tranh điểm đến ngày càng gay gắt, việc xây dựng và phát triển điểm đến du lịch thông minh sẽ là một bước tiến quan trọng giúp Khánh Hòa nâng cao năng lực cạnh tranh, thu hút du khách, phát triển bền vững và góp phần thực hiện mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Thứ hai, từ góc độ quản lý và hoạch định chính sách, việc xác định các yếu tố then chốt ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh là cơ sở quan trọng để đề xuất giải pháp phù hợp với từng địa phương, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến, thu hút đầu tư, phát triển bền vững. Việc đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa sẽ cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn để định

hướng chính sách phát triển phù hợp. Do đó, nghiên cứu này không chỉ mang ý nghĩa học thuật mà còn có giá trị thực tiễn cao, hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan trong việc hoạch định chính sách, xây dựng chiến lược và triển khai các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại tỉnh Khánh Hòa.

Dựa trên những phân tích từ cả phương diện lý luận và thực tiễn, có thể khẳng định nghiên cứu ***“Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh - Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa”*** là cần thiết và có ý nghĩa. Về mặt lý luận, nghiên cứu góp phần hệ thống hóa cơ sở lý thuyết, làm rõ khái niệm và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, đồng thời bổ sung vào khung cơ sở lý luận cho hướng nghiên cứu về chủ đề du lịch thông minh. Về mặt thực tiễn, trong bối cảnh Khánh Hòa đang định hướng trở thành điểm đến du lịch thông minh và phát triển bền vững, việc nhận diện các yếu tố ảnh hưởng là cơ sở quan trọng để hoạch định chiến lược phát triển phù hợp. Do đó, việc lựa chọn đề tài nghiên cứu không chỉ đáp ứng yêu cầu về lý luận mà còn có giá trị thực tiễn, đóng góp thiết thực vào quá trình xây dựng và phát triển du lịch thông minh tại địa phương.

2. Mục tiêu, nhiệm vụ và câu hỏi nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung

Xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại tỉnh Khánh Hòa, từ đó đề xuất các hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy quá trình xây dựng và phát triển điểm đến du lịch thông minh một cách hiệu quả và bền vững.

Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu thứ nhất: Hệ thống cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu liên quan đến du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố ảnh hưởng.

Mục tiêu thứ hai: Đề xuất và xây dựng mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Mục tiêu thứ ba: Làm rõ mối quan hệ và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội tại (bên trong điểm đến) và yếu tố ngoại sinh (bên ngoài điểm đến) đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa thông qua nghiên cứu định lượng.

Mục tiêu thứ tư: Đưa ra các hàm ý chính sách phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

Thiết kế và thực hiện khảo sát thực tiễn, thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp từ các bên liên quan nhằm phục vụ cho việc phân tích, đánh giá các vấn đề đặt ra trong nghiên cứu bằng các phương pháp phỏng vấn chuyên gia, phỏng vấn nhóm, khảo sát trực tiếp và trực tuyến bằng bảng hỏi.

Phân tích dữ liệu để xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa bằng các phương pháp định tính và định lượng với các phần mềm như: VOSViewer, SPSS 24.0 và AMOS 24.0.

Đề xuất một số hàm ý chính sách và giải pháp thực tiễn nhằm thúc đẩy phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

2.3. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi thứ nhất: Các yếu tố nào ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh?

Câu hỏi thứ hai: Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa như thế nào?

Câu hỏi thứ ba: Cần triển khai những giải pháp gì để thúc đẩy phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa một cách hiệu quả?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

3.2. Đối tượng khảo sát

Nghiên cứu tập trung khảo sát các đối tượng: các nhà quản lý tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại Khánh Hòa, các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa, cư dân địa phương và khách du lịch trong nước, quốc tế trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa.

3.3. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được tiếp cận từ góc độ của 4 nhóm đối tượng có tham gia vào quá trình phát triển điểm đến du lịch thông minh cũng như thụ hưởng những lợi ích từ sự phát triển đó, bao gồm: các nhà quản lý tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại Khánh Hòa, các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa, cư dân địa phương và khách du lịch trong nước, quốc tế trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa.

Luận án tập trung nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh từ góc nhìn bền vững, xác định các yếu tố ảnh hưởng với hai nhóm gồm: nhóm các yếu tố nội tại của điểm đến tức các yếu tố cấu thành điểm đến và nhóm các yếu tố ngoại sinh tác động từ bên ngoài. Từ đó, nghiên cứu đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố thuộc hai nhóm: yếu tố nội tại và yếu tố ngoại sinh đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Về không gian nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa (cũ), tập trung khảo sát tại một số địa phương có vai trò và tiềm năng nổi bật trong phát triển du lịch thông minh, gồm: Nha Trang, Cam Ranh, Cam Lâm và Ninh Vân (thuộc Ninh Hòa).

Cụ thể:

Thành phố Nha Trang (nằm ở vị trí trung tâm và một phần phía Đông) là trung tâm du lịch trọng điểm của tỉnh, có hạ tầng và dịch vụ phát triển mạnh, là nơi sớm triển khai và tập trung khá nhiều các cơ sở kinh doanh du lịch ứng dụng công nghệ thông minh trong quản lý và cung cấp dịch vụ du lịch.

Cam Ranh (nằm ở phía Nam) là cửa ngõ giao thông quan trọng với sân bay quốc tế Cam Ranh, đồng thời đây là khu vực phát triển nhanh về nghỉ dưỡng cao cấp.

Cam Lâm (nằm ở phía Nam) là khu vực đang chuyển mình mạnh mẽ trong chiến lược phát triển thành đô thị du lịch thông minh gắn với quy hoạch đô thị sân bay.

Khu vực Ninh Vân (nằm ở phía Bắc) là một điểm đến du lịch sinh thái, biệt lập, nơi có tiềm năng lớn trong phát triển mô hình du lịch bền vững, thông minh và cá nhân hóa trải nghiệm.

Việc lựa chọn các khu vực này nhằm bảo đảm tính đại diện, phản ánh đầy đủ sự đa dạng về không gian phát triển du lịch trong tỉnh Khánh Hòa, từ trung tâm đến các khu vực đang nổi và mang tính đặc thù, qua đó nâng cao tính bao quát, chính xác và giá trị thực tiễn của nghiên cứu.

Về thời gian nghiên cứu

Nghiên cứu giới hạn trong khoảng thời gian từ năm 2020 - 2025, trong đó dữ liệu thứ cấp được thu thập từ 2020-2025, thời gian khảo sát trong giai đoạn từ tháng 4/2024 đến tháng 8/2024.

4. Khái quát về phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Thu thập dữ liệu thứ cấp: Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp để thu thập các thông tin về chủ trương, định hướng phát triển du lịch thông minh của Việt Nam và địa phương Khánh Hòa. Ngoài ra, các tài liệu thống kê từ các cơ quan chức năng hoặc các báo cáo nghiên cứu trước đó cũng được sử dụng trong luận án.

Thu thập dữ liệu sơ cấp: Để có được các số liệu phục vụ cho luận án, nghiên cứu tiến hành xây dựng các bảng hỏi và tiến hành khảo sát cũng như xử lý số liệu.

4.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

Tác giả sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Tùy vào mục tiêu của từng giai đoạn, tác giả áp dụng các phương pháp nghiên cứu khác nhau. Cụ thể như sau:

Phương pháp nghiên cứu định tính: Phương pháp này được sử dụng ở giai đoạn tổng quan tài liệu để phát hiện các khoảng trống trong nghiên cứu từ đó xây dựng mô hình nghiên cứu, thiết lập bảng câu hỏi khảo sát sơ bộ và phỏng vấn, gồm:

(1) Phương pháp trắc lượng thư mục và phương pháp phân tích nội dung nhằm tổng quan tài liệu về vấn đề nghiên cứu.

(2) Phương pháp phỏng vấn chuyên gia để khám phá, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, từ đó xây dựng mô hình nghiên cứu.

(3) Phương pháp phỏng vấn nhóm để khám phá, hiệu chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu; đồng thời đảm bảo các tiêu chí đánh giá điểm đến du lịch thông minh phù hợp với lý thuyết và thực tiễn.

Phương pháp nghiên cứu định lượng

(1) Nghiên cứu định lượng sơ bộ: gồm kiểm định cơ bản là độ tin cậy của các thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá EFA. Từ các kiểm định cơ bản này làm căn cứ điều chỉnh các thang đo trước khi tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức.

(2) Nghiên cứu định lượng chính thức: Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện sau nghiên cứu định lượng sơ bộ. Các kiểm định được thực hiện trong giai đoạn này gồm: Kiểm tra Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA để đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo; thực hiện phân tích nhân tố khẳng định CFA để kiểm định thang đo; và thực hiện phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để kiểm định giả thuyết.

5. Đóng góp của nghiên cứu

5.1. Đóng góp về mặt lý luận

Luận án có một số đóng góp quan trọng về mặt lý luận trong lĩnh vực nghiên cứu phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Thứ nhất, luận án đã hệ thống hóa, kế thừa và phát triển các lý thuyết nền tảng có liên quan từ đó đề xuất một mô hình tích hợp nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh trong bối cảnh cụ thể của tỉnh Khánh Hòa. Đóng góp này góp phần củng cố cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu và quản lý phát triển du lịch thông minh tại các điểm đến ở Việt Nam.

Thứ hai, trên cơ sở tổng quan tài liệu trong và ngoài nước, luận án đã xác định và phân nhóm một cách hệ thống 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, bao gồm: (1) Nhóm yếu tố nội tại: Quản trị thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông

minh, Tài nguyên du lịch; (2) Nhóm yếu tố ngoại sinh: Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh. Việc phân nhóm này có cơ sở từ cách tiếp cận hệ thống và khái niệm về năng lực nội sinh trong phát triển điểm đến, đồng thời giúp làm rõ vai trò tương tác giữa các yếu tố trong và ngoài điểm đến trong tiến trình chuyển đổi sang mô hình du lịch thông minh.

Thứ ba, luận án đã xây dựng, hiệu chỉnh và kiểm định bộ thang đo các khái niệm chính liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Thang đo được phát triển từ các nghiên cứu trước và được hiệu chỉnh thông qua khảo sát sơ bộ, nghiên cứu định tính và định lượng. Một số chỉ báo mới đã được phát hiện và bổ sung như: “Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý” (thang đo Nguồn nhân lực du lịch thông minh); “Hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết” (thang đo Hệ thống hạ tầng thông minh); “Có bản đồ số du lịch tại điểm đến” (thang đo Di chuyển thông minh); “Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách” (thang đo Phát triển điểm đến du lịch thông minh). Đây là đóng góp có ý nghĩa trong việc chuẩn hóa hệ thống đo lường, giúp các nhà nghiên cứu sau này có cơ sở để tiếp tục thực hiện các nghiên cứu định lượng, so sánh, hoặc mở rộng phạm vi nghiên cứu về du lịch thông minh tại các địa phương khác.

5.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Luận án có một số đóng góp thiết thực đối với công tác quản lý, quy hoạch và phát triển điểm đến du lịch thông minh, đặc biệt trong bối cảnh tỉnh Khánh Hòa đang có định hướng phát triển du lịch thông minh.

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu giúp nhận diện một cách rõ ràng các yếu tố then chốt có ảnh hưởng đến quá trình phát triển điểm đến du lịch thông minh tại địa phương. Thông qua mô hình nghiên cứu đề xuất, các nhà quản lý và nhà hoạch định chính sách có thể xác định được đâu là các yếu tố nội tại cần được đầu tư, củng cố và đâu là các yếu tố bên ngoài cần được liên kết, khai thác hiệu quả nhằm tạo ra hệ sinh thái du lịch thông minh bền vững và phù hợp với điều kiện thực tế.

Thứ hai, các thang đo và chỉ báo thực tiễn do luận án xây dựng và kiểm định không chỉ có giá trị trong khuôn khổ nghiên cứu mà còn có thể được sử dụng như công cụ đánh giá, đo lường mức độ phát triển du lịch thông minh tại các điểm đến khác. Từ đó, giúp xây dựng bộ tiêu chí hỗ trợ công tác đánh giá, giám sát và lập kế hoạch trong quá trình triển khai các chính sách phát triển du lịch thông minh tại địa phương trong tương lai.

Thứ ba, các phát hiện từ luận án góp phần cung cấp dữ liệu và bằng chứng khoa học phục vụ quá trình tư vấn chính sách, xây dựng chiến lược phát triển du lịch của tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn tới, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số đang là xu hướng tất yếu.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, luận án được kết cấu thành 4 chương:

Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý luận.

Chương 1 trình bày nội dung tổng quan tài liệu liên quan đến các vấn đề nghiên cứu, từ đó xác định những khoảng trống nghiên cứu mà luận án sẽ nghiên cứu. Bên cạnh đó, nội dung chương cũng trình bày các lý thuyết liên quan đến du lịch thông minh và điểm đến du lịch thông minh. Chương 1 cũng sẽ trình bày các lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu như: Lý thuyết về các bên liên quan của Freeman (1984), Lý thuyết về sự sẵn sàng công nghệ của Parasuraman (2000), Lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) của Venkatesh và cộng sự (2012) và Lý thuyết phát triển bền vững.

Chương 2. Địa bàn nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu.

Nội dung chính của chương 2 trình bày đặc điểm của địa bàn nghiên cứu, cụ thể là khái quát bức tranh ngành du lịch của tỉnh Khánh Hòa cũng như thực trạng phát triển điểm đến du lịch thông minh tại địa phương. Bên cạnh đó, một quy trình và các phương pháp nghiên cứu phù hợp với mục tiêu của đề tài nghiên cứu cũng được thể hiện cụ thể hơn ở chương này. Từ kết quả nghiên cứu định tính, nghiên cứu đề xuất một mô hình nghiên cứu cùng với việc xây dựng thang đo. Cuối cùng, kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ cũng được trình bày.

Chương 3. Kết quả nghiên cứu.

Chương này sẽ trình bày các kết quả nghiên cứu định lượng chính thức đã được thực hiện, kết quả kiểm định các giả thuyết theo các thông số kiểm định.

Chương 4. Bàn luận kết quả nghiên cứu và hàm ý chính sách.

Ở chương 4, các kết quả nghiên cứu được diễn giải và phân tích. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, luận án đề xuất các hàm ý chính sách. Bên cạnh đó, tác giả đưa ra các hạn chế cũng như đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai.

CHƯƠNG 1.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT

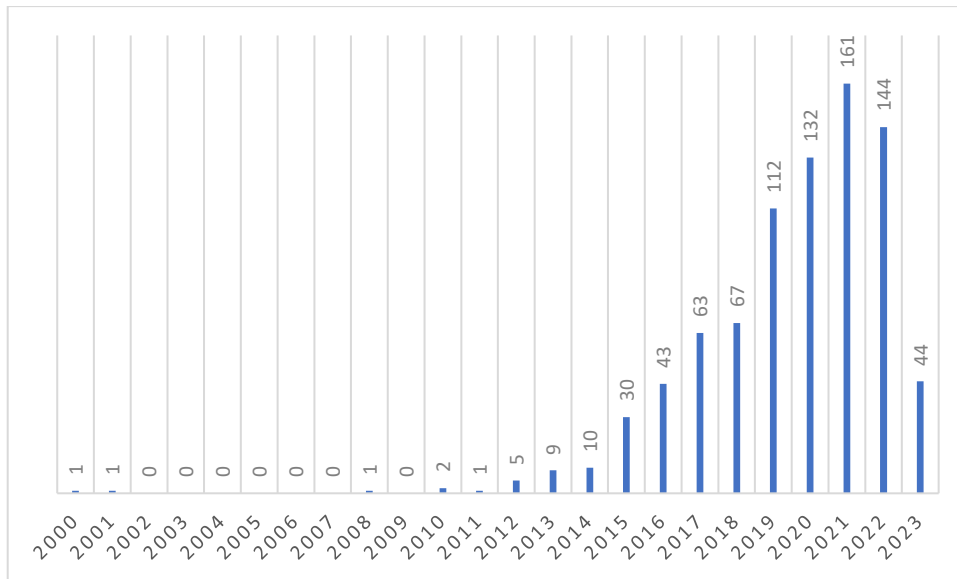
1.1. Tổng quan nghiên cứu

1.1.1. Kết quả tổng quan bằng phương pháp trắc lượng thư mục khoa học

Với mục tiêu tổng quan các tài liệu nghiên cứu có liên quan tới đề tài một cách khách quan cũng như nhằm tìm ra khoảng trống trong nghiên cứu, luận án sử dụng kết hợp phương pháp phân tích trắc lượng thư mục khoa học (bibliometric) với việc phân tích các nghiên cứu đã được công bố trên Web of Science, Scopus và phương pháp phân tích nội dung (content analysis). Sau khi phân tích trắc lượng thư mục, nghiên cứu tiếp tục sử dụng phương pháp phân tích nội dung xác định các chủ đề và khoảng trống nghiên cứu.

Trước hết, nghiên cứu sử dụng phương pháp trắc lượng thư mục khoa học để thực hiện tổng quan tài liệu đối với từ khóa “smart tourism destination”. Dữ liệu được lấy trực tiếp từ 2 nguồn là Web of Science và Scopus, cụ thể: 879 công trình từ nguồn Web of Science (WoS) và 413 công trình từ Scopus. Phần mềm bibliometric được sử dụng để phân tích dữ liệu. Tác giả trích xuất và lưu giữ các thông tin quan trọng từ các bài báo này (ví dụ: tiêu đề, tác giả, tạp chí nguồn, tóm tắt, từ khóa và tài liệu tham khảo) dưới dạng tệp Ris và Bib để tiến hành phân tích. Các bản ghi được truy xuất từ WoS và Scopus chứa thông tin chi tiết, phong phú về tác giả, năm xuất bản, tài liệu tham khảo,... được trích dẫn. Nguồn dữ liệu này sẽ giúp tác giả dễ dàng tìm kiếm tài liệu và nghiên cứu nội dung. Sau đó, dữ liệu từ 2 nguồn WoS và Scopus được hợp nhất và xử lý với 826 tài liệu được công bố từ năm 2000 đến năm 2023.

Dữ liệu từ WoS và Scopus cho thấy từ năm 2000 đến năm 2023, số công trình nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được công bố tăng dần qua từng năm, thể hiện chủ đề này đang là xu hướng ngày càng nhận được sự quan tâm của nhiều học giả (Hình 1.1).



Nguồn: Web of Science và Scopus

Hình 1.1. Số lượng công trình nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được công bố giai đoạn 2000-2023 trên Web of Science và Scopus

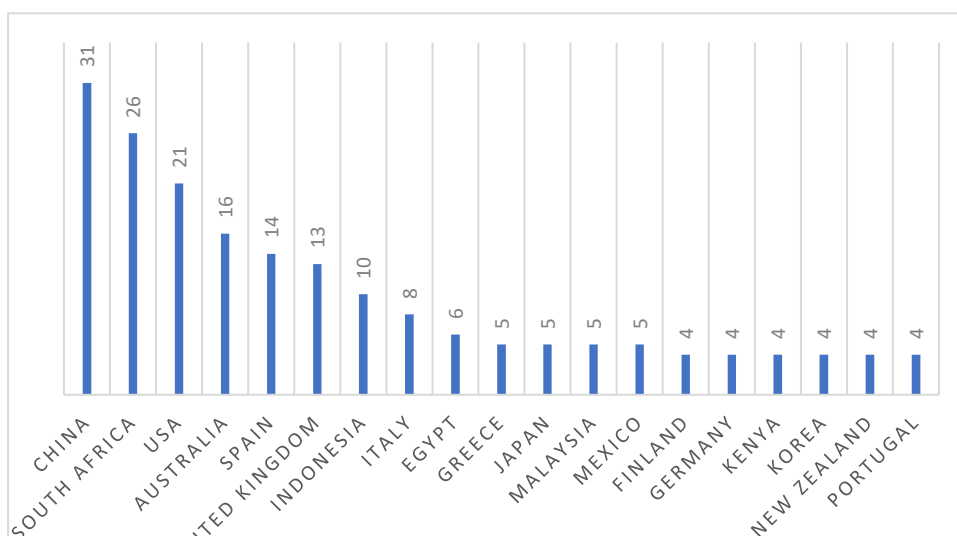
Chủ đề điểm đến du lịch thông minh được khá nhiều tạp chí quan tâm. Có thể kể đến như: Sustainability, Current Issues in Tourism, Advances in Tourism, Technology and Systems, Journal of Destination Marketing & Management, Tourism Review, European Journal of Tourism Research, Tourism Management, Journal of Hospitality and Tourism Technology,... là những tạp chí có uy tín trong lĩnh vực du lịch. Bảng xếp hạng thứ tự số lượng các nghiên cứu được công bố thể hiện ở Bảng 1.1.

Điểm đến du lịch thông minh cũng là chủ đề được quan tâm nghiên cứu ở nhiều quốc gia khác nhau (Hình 1.2). Các quốc gia có nhiều nghiên cứu về chủ đề này lần lượt là: Trung Quốc, Nam Phi, Mỹ, Úc, Tây Ban Nha, Anh,... với số lượng ấn phẩm vượt trội là 121. Các quốc gia Châu Á có nhiều nghiên cứu dẫn đầu là Trung Quốc, Indonesia, Nhật, Malaysia, Hàn Quốc đều là các quốc gia phát triển. Những hướng nghiên cứu mới trong lĩnh vực du lịch thông minh hoặc việc nghiên cứu lĩnh vực này tại các quốc gia đang phát triển sẽ góp phần làm đa dạng hơn cho chủ đề nghiên cứu này.

Bảng 1.1. Bảng xếp hạng các tạp chí có nhiều nghiên cứu về điểm đến du lịch

Stt	Tạp chí	Số lượng nghiên cứu công bố
1	Sustainability	77
2	Current Issues in Tourism	24
3	Advances in Tourism, Technology and Smart Systems	22
4	Journal of Destination Marketing & Management	20
5	Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability	17
6	International Journal of Tourism City	16
7	Tourism Review	13
8	European Journal of Tourism Research	11
9	Journal of Hospitality and Tourism Technology	11
10	Tourism Management	11
11	Asia Pacific Journal of Tourism Research	10
12	Journal of Travel Research	10

Nguồn: Web of Science và Scopus



Nguồn: Web of Science và Scopus

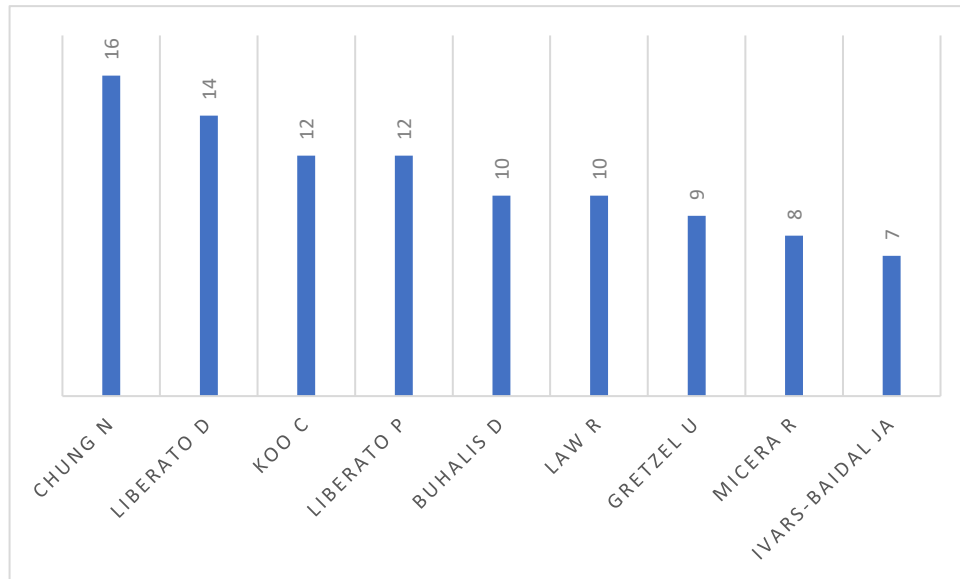
Hình 1.2. Số lượng công trình nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được công bố theo quốc gia

Phân tích cũng cho thấy một số tài liệu được trích dẫn toàn cầu làm cơ sở quan trọng cho luận án trong việc tìm kiếm nguồn tài liệu phục vụ cho nghiên cứu. Thông tin được thể hiện tại Bảng 1.2 và những tác giả có tầm ảnh hưởng cũng như có số lượng ấn phẩm nhiều nhất (Hình 1.3).

Bảng 1.2. Các nghiên cứu được trích dẫn toàn cầu nhiều nhất

Stt	Nghiên cứu
1	Boes và cộng sự (2016), International Journal of Tourism Cities
2	Gretzel, U. (2018) Tourism Review International
3	Tyan, I. và cộng sự (2020), Sustainability
4	Gelter, J. và cộng sự (2021), Current issues in Tourism
5	Rafael, C., (2020). Advances in Tourism, Technology and Smart Systems
6	Gretzel, U. (2018), Investig. Reg. J. Reg. Res.
7	Coca-Stefaniak, J.A. (2021), Journal of Tourism future
8	Gajdošík, T. (2017), 6th Central European Conference in Regional Science Engines of Urban and Regional Development Banská Bystrica, Slovak republic
9	Jovicic, D. Z. (2019), Current Issues in Tourism

Nguồn: Web of Science và Scopus



Nguồn: Web of Science và Scopus

Hình 1.3. Các tác giả có nhiều nghiên cứu nhất

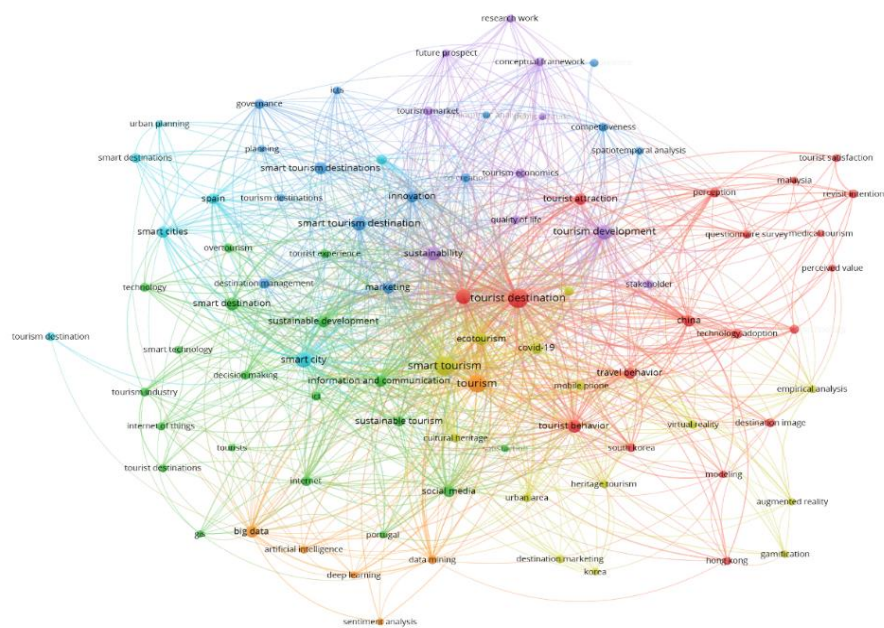
Hình mô tả cây thư mục theo chủ đề (Hình 1.4) cho thấy tần suất xuất hiện đối với các từ khóa thể hiện bằng con số % cụ thể các từ khóa. Kết quả cho thấy một số từ khóa thông dụng là tourist destination, tourism, tourism management, tourism development, smart city, tourist behavior, ecosystem, sustainability và một số từ khóa liên quan tới công nghệ,... Phân tích đồng trích dẫn qua Bibliometric cũng cho thấy một số nhóm chủ đề/mạng lưới từ khóa của nhiều nghiên cứu được xuất hiện, thể hiện tại Hình 1.5.



Nguồn: Web of Science và Scopus

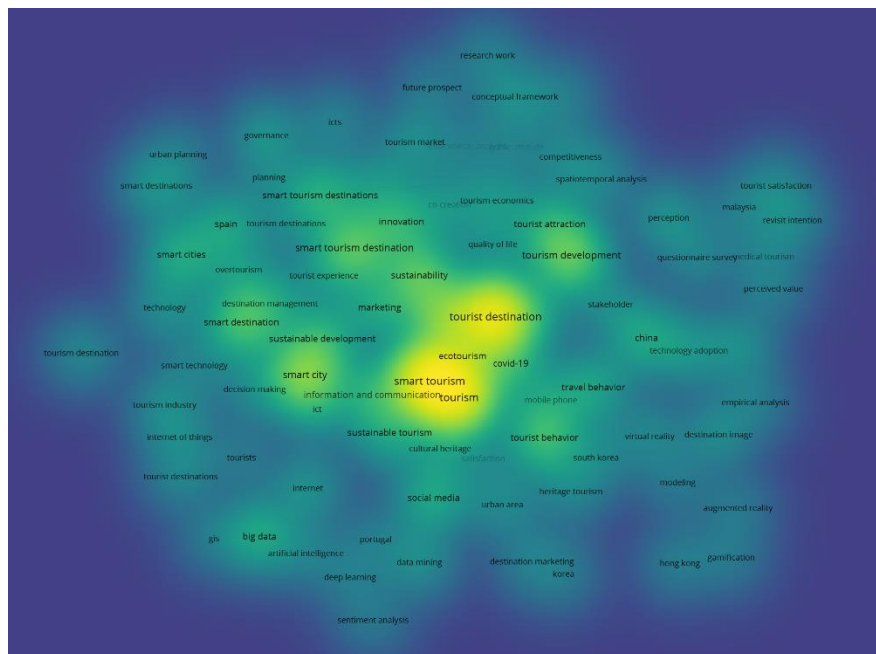
Hình 1.4. Cây thư mục thể hiện tần suất xuất hiện một số từ khóa

dung liên quan tới các mô hình, khung lý thuyết, các thành phần của du lịch thông minh hay các yếu tố ảnh hưởng đến điểm đến du lịch thông minh chưa được nghiên cứu nhiều.



Nguồn: Web of Science và Scopus

Hình 1.6. Mạng lưới đồng trích dẫn chạy bằng VOSviewer



Nguồn: Web of Science và Scopus

Hình 1.7. Mức độ xuất hiện của các từ khóa tổng hợp VOSviewer

Phương pháp nghiên cứu trắc lượng thư mục khoa học chủ yếu đã tổng hợp kết quả các nghiên cứu quốc tế liên quan đến đề tài nghiên cứu và đã thể hiện các chủ đề chính đang được giới nghiên cứu quan tâm.

Riêng đối với các nghiên cứu trong nước, nguồn cung cấp dữ liệu chính liên quan đến luận án chủ yếu được thống kê trên các tạp chí, kỷ yếu hội thảo. Nghiên cứu tập trung vào các điểm đến du lịch quan trọng và phổ biến như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Huế, Đà Nẵng. Các chủ đề nghiên cứu chủ yếu tập trung ở các nhóm: (1) Khái niệm, xu hướng và tầm quan trọng của Du lịch thông minh; (2) Ứng dụng công nghệ và xây dựng hệ thống/ứng dụng cho Du lịch thông minh; (3) Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho Việt Nam; (4) Nghiên cứu đề xuất giải pháp cho các địa phương cụ thể.

1.1.2. Nội dung tổng quan

1.1.2.1 Các nghiên cứu liên quan đến khái niệm du lịch thông minh và nội hàm của khái niệm du lịch thông minh.

Du lịch thông minh là chủ đề nóng đang thu hút sự chú ý của giới học thuật và chuyên gia (Ye và cộng sự, 2020). Hầu hết, các nghiên cứu đều cho rằng khái niệm du lịch thông minh hiện nay đang trở thành một xu hướng trong thực tiễn và cả học thuật (Ye và cộng sự, 2020).

Nhắc đến khái niệm du lịch thông minh, có thể nói, khái niệm du lịch thông minh của Gretzel và cộng sự (2015) được nhiều tác giả sử dụng và kế thừa nhất. Theo đó, Du lịch thông minh được khái niệm là du lịch được hỗ trợ bởi các nỗ lực tổng hợp tại một điểm đến để thu thập và tổng hợp/khai thác dữ liệu thu được từ cơ sở hạ tầng vật lý, kết nối xã hội, các nguồn lực từ chính phủ/tổ chức và cơ chế/trí óc con người kết hợp với việc sử dụng công nghệ tiên tiến để chuyển đổi dữ liệu vào trải nghiệm, từ đó đề xuất các giá trị về hiệu quả kinh doanh và hướng đến sự bền vững (Gretzel và cộng sự, 2015; Tsaih và Hsu, 2018; Gajdošík, 2018; Rocha, 2020; Otowicz, 2021).

Từ khái niệm của Gretzel và cộng sự (2015), nhiều khía cạnh và quan điểm về du lịch thông minh cũng được phát biểu với nhiều điểm tương đồng.

Đầu tiên, khái niệm du lịch thông minh được khái niệm gắn với ICT. Hầu hết, các nghiên cứu về khái niệm du lịch thông minh thường gắn với vai trò của ICT. Trong lĩnh vực du lịch thông minh, ICT được đánh giá là đóng vai trò hết sức quan trọng và

hướng tới việc nâng cao trải nghiệm của khách du lịch (Testa, 2018; Bastidas-Manzano và cộng sự, 2020; Ye và cộng sự, 2020) và ICT là chìa khóa cho việc khái niệm hóa cũng như phát triển du lịch thông minh (Gretzel và cộng sự, 2015). Cùng quan điểm này có thể nhắc tới nghiên cứu của Correa và Gosling (2021) với giải thích: “Du lịch thông minh dựa trên các nền tảng trực tuyến thu thập và trao đổi thông tin hữu ích, kết nối khách du lịch, nhà cung cấp và các bên liên quan khác với nhau trong thời gian thực để nâng cao trải nghiệm du lịch”. Tương tự, Li và cộng sự (2017) định nghĩa du lịch thông minh luôn được gắn liền với ICT. Với Bastidas-Manzano và cộng sự (2020), sự phát triển của ICT trong du lịch đã dẫn đến những gì gọi là du lịch thông minh và du lịch thông minh tận dụng công nghệ trước, trong và sau chuyến đi nhằm thúc đẩy kinh nghiệm du lịch. Trong khi đó, Testa (2018) cũng khẳng định du lịch chỉ thật sự trở nên thông minh khi các công nghệ mới được tích hợp vào các điểm ưa thích của điểm đến. ICT cũng cho phép các công ty du lịch trở nên thông minh hơn để tăng hiệu suất và khả năng cạnh tranh bằng cách tự động hóa, thông báo và chuyển đổi các chức năng, quy trình kinh doanh (Gretzel và cộng sự, 2015). Buhalis và cộng sự (2022) cũng đưa ra quan điểm: thông qua công nghệ, du lịch thông minh giúp mang lại trải nghiệm du lịch đáng nhớ cho du khách, nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành đối với điểm đến. Nó cũng nâng cao hiệu quả hoạt động cho các bên liên quan, chẳng hạn như nhân viên, nhà cung cấp, các tổ chức quản lý điểm đến và chính phủ (Azis và cộng sự, 2020). Và theo tổng hợp và đánh giá của Gelter và cộng sự (2020), hầu hết các nghiên cứu đã công bố về du lịch thông minh đều tập trung vào công nghệ và quản trị.

Với vai trò đó, du lịch thông minh đôi khi bị hiểu sai là bất cứ thứ gì liên quan đến công nghệ và sử dụng công nghệ vào các dịch vụ du lịch (Gretzel, 2018; Yalçinkaya và cộng sự, 2018). Thực tế, du lịch thông minh là một bước trong sự phát triển của công nghệ thông tin trong du lịch, trong đó vật chất và các khía cạnh quản trị của du lịch đang bước vào sân chơi kỹ thuật số với các cấp độ thông minh mới.

Các nghiên cứu về chủ đề du lịch thông minh cũng thường đề cập gắn liền với sự phát triển bền vững. Du lịch thông minh có thể thúc đẩy sự phát triển bền vững bằng cách tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên và giảm tác động môi trường (Boes và cộng sự, 2016). Tương tự, Rocha (2020) đã đánh giá một cách toàn diện khả năng du lịch thông minh và các điểm đến thông minh có thể đóng góp vào một tương lai bền vững, đồng

thời nhân mạnh sự cần thiết phải tích hợp ICT trong du lịch để cân bằng các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường. Một số nghiên cứu khác đồng thời nhấn mạnh du lịch thông minh có liên quan trực tiếp tới khái niệm thành phố thông minh và tính bền vững là mấu chốt của sự phát triển (Khan và cộng sự, 2017; Matos và cộng sự, 2019; Liu và cộng sự, 2019; Buhalis và cộng sự, 2022).

Có một số khoảng trống và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai liên quan đến du lịch thông minh. Yalçinkaya và cộng sự (2018); Gretzel (2018) cho rằng khái niệm về du lịch thông minh không chỉ nên tập trung vào yếu tố công nghệ thông tin. Trong khi Yalçinkaya và cộng sự (2018) cho rằng việc chủ yếu tập trung vào yếu tố công nghệ thông tin và thường bỏ qua vấn đề về môi trường, do đó rất dễ bị nhầm lẫn giữa du lịch điện tử và du lịch thông minh. Gretzel (2018) khẳng định du lịch thông minh cần đảm bảo ở ba góc độ: công nghệ, con người và thể chế. Nghiên cứu Yalçinkaya và cộng sự (2018) cũng chỉ ra việc sử dụng du lịch thông minh cần gắn với bảo vệ môi trường; hướng tới việc nâng cao nhận thức sử dụng các công nghệ tiên tiến nhưng gắn với bảo vệ môi trường và sử dụng năng lượng tái tạo. Đây là một cách nhìn nhận và đề xuất khái niệm mới mẻ về du lịch thông minh. Một số khía cạnh như: quan điểm của nhà cung cấp về nghiên cứu du lịch thông minh, sự hiểu biết của các nhà cung cấp về du lịch, việc áp dụng du lịch thông minh của nhà cung cấp, sở thích của người tiêu dùng về du lịch thông minh hay các tác động của du lịch thông minh đối với các nhà cung cấp là những nội dung ít được nghiên cứu (Mehraliyev và cộng sự, 2020). Những vấn đề này có thể gợi mở những hướng nghiên cứu trong tương lai.

Một số nghiên cứu cũng đưa ra những thách thức quan trọng nhất đối với du lịch thông minh. Đầu tiên đó là sự phụ thuộc vào trải nghiệm của khách du lịch và công nghệ (Savić và Pavlović, 2018; Yalçinkaya và cộng sự, 2018). Một thách thức khác liên quan đến kích thước dữ liệu luôn không ngừng tăng lên đòi hỏi cần có cơ chế để có thể cung cấp các dịch vụ tốt nhất có thể, bên cạnh đó là sự quá tải dữ liệu đòi hỏi hệ thống cần xử lý đúng cách và đúng thời điểm để đạt được hiệu quả cao (Kontogianni và Alepis, 2020). Việc bảo đảm quyền riêng tư của người dùng (thông tin cơ bản, nhận diện ảnh, thói quen, địa điểm) cũng là một thách thức lớn khác trong lĩnh vực du lịch thông minh (Kontogianni và Alepis, 2020). Những thách thức sẽ có những ảnh hưởng nhất định tới sự phát triển của du lịch thông minh.

Đối với các nghiên cứu trong nước, một số nghiên cứu liên quan đến chủ đề du lịch thông minh cũng bàn luận về tính năng của các hệ thống công nghệ thông minh được sử dụng nhằm hỗ trợ cho quá trình hoạt động du lịch thông qua tăng cường trải nghiệm của khách hàng, hỗ trợ du lịch thông minh và cho các điểm đến thông minh (Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2017; Nguyễn Đức Hoàng và Bùi Thị Vân Anh, 2019; Lê Văn Huy và Trần Thị Thu Dung, 2021; Nguyễn Thị Hồng Cẩm, 2022). Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu khái quát hóa tình hình phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam và một số địa phương cùng với việc giới thiệu một số ứng dụng du lịch thông minh và gợi mở một số giải pháp để phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam (Đỗ Hiền Hòa và Phan Thanh Huyền, 2019; Ho Su Minh Tai và cộng sự, 2021; Nguyễn Thị Thời, 2021; Lê Hồng Anh và cộng sự, 2022; Nguyễn Thị Minh Tuyền và Dương Thị Xuân Diệu, 2022; Nguyễn Thanh Phương và Trần Thị Thu Vân, 2024; Kiều Thuỷ Tiên, 2024).

Tổng hợp các nghiên cứu về du lịch thông minh được thể hiện cụ thể tại Phụ lục 7.

1.1.2.2. Các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh

Chủ đề nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh đã số được các tác giả bàn luận liên quan đến các khái niệm, các thành phần, các yếu tố tác động đến điểm đến, đặc biệt là mối quan hệ giữa điểm đến du lịch thông minh và thành phố thông minh.

Các nghiên cứu liên quan đến khái niệm điểm đến du lịch thông minh

Gelter và cộng sự (2020) đã tổng hợp và đưa ra nhận định phần lớn các nghiên cứu hiện có về các điểm đến du lịch thông minh mang tính khái niệm bên cạnh những nghiên cứu điển hình đã tăng lên trong những năm gần đây. Nói đến khái niệm điểm đến du lịch thông minh, hầu hết các nghiên cứu đều xác định điểm đến du lịch thông minh là một không gian đổi mới dựa trên lãnh thổ và cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến, cam kết bền vững; là nơi du khách có thể trải nghiệm được công nghệ, nâng cao trải nghiệm du lịch của mình; là nơi tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác giữa du khách và môi trường; là một hệ thống liên kết giữa du khách và người dân để kết nối tất cả các tổ chức địa phương (Buhalis và Amaranggana, 2014; Boes và cộng sự, 2015, 2016; Bastidas-Manzano, 2020); Tương tự, nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh điểm đến du lịch thông minh là một điểm đến du lịch sáng tạo, được xây dựng trên cơ sở hạ tầng của công nghệ hiện đại đảm bảo sự phát triển bền vững của các khu du lịch, mọi người đều có thể tiếp

cận được, tạo điều kiện cho sự tương tác của khách truy cập và hòa nhập vào môi trường xung quanh, làm tăng chất lượng của trải nghiệm tại điểm đến và cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân (Gretzel và cộng sự, 2015; Tsaih và Hsu, 2018; Savić và Pavlović, 2018; Santos-Júnior và cộng sự, 2020; Cavaleiro và cộng sự, 2021). Ngoài ra, điểm đến du lịch thông minh cũng được xem là một điểm đến dựa trên tri thức, nơi ICT được sử dụng để cung cấp một nền tảng công nghệ mà thông tin và kiến thức liên quan đến du lịch có thể được trao đổi ngay lập tức (Jovicic, 2017). Có thể nhận thấy khái niệm điểm đến du lịch thông minh đều tập trung đến các yếu tố chính sau: phát triển dựa trên hạ tầng công nghệ, hướng đến sự phát triển bền vững và mang đến chất lượng cuộc sống của người dân và nâng cao trải nghiệm của du khách.

Bên cạnh các nghiên cứu nước ngoài, các nghiên cứu của các tác giả Việt Nam cũng chủ yếu đề cập đến khái niệm điểm đến du lịch thông minh và quản lý điểm đến du lịch thông minh nhằm khẳng định du lịch thông minh đang là một xu hướng (Đỗ Hiền Hòa và Phan Thanh Huyền, 2019; Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Nguyễn Thị Thúy Vân và Lê Văn Hòa, 2019; Nguyễn Thị Minh Nghĩa và Nguyễn Thị Thúy Vân, 2019; Vũ Hương Giang và Vũ Lê Mỹ, 2022). Tuy nhiên các nghiên cứu này đều là hợp tuyển các khái niệm từ các nghiên cứu của các tác giả nước ngoài chứ không đưa ra những khái niệm mới.

Các nghiên cứu liên quan đến mô hình, thành phần của điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Liên quan đến các thành phần của điểm đến du lịch thông minh, xuất phát từ khung nghiên cứu các yếu tố của một điểm đến du lịch được Buhalis giới thiệu (2000), Trần Hà My và cộng sự (2017) và Huertas và cộng sự (2019) đã phát triển một khung nghiên cứu (Sa)6 thừa nhận các thành phần cơ bản (nội hàm) của một điểm đến du lịch thông minh gồm: (1) Tiện nghi thông minh (Smart amenities); (2) Điểm tham quan thông minh (Smart attractions); (3) Các dịch vụ hỗ trợ thông minh (Smart ancillary); (4) Khả năng tiếp cận thông minh (Smart Accessibility); (5) Các hoạt động thông minh (Smart activities); (6) Dịch vụ trọn gói thông minh (Smart available packages). Nghiên cứu cho rằng các yếu tố này có thể được sử dụng để phân tích sự phát triển thông minh của một điểm đến du lịch, đồng thời cũng là một hướng dẫn cho những điểm đến du lịch

muốn trở thành một điểm đến du lịch thông minh. Đây là một nghiên cứu quan trọng đóng góp cho việc xác định các yếu tố của một điểm đến du lịch thông minh. Trong nghiên cứu, nhóm tác giả đã phân tích và sắp xếp các yếu tố này theo thứ bậc như là một chỉ số xếp hạng, đánh giá sự phát triển của một điểm đến du lịch thông minh. Có thể nhận thấy, đây chính là sáu thành phần cốt lõi mà hầu hết các điểm đến du lịch hướng tới (Huertas và cộng sự, 2019). Hay nói cách khác, một điểm đến được xem là thông minh khi đạt được 6 thành phần thông minh này. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số hạn chế, trong đó, một số chỉ số chính (ví dụ như tính bền vững) chưa thể hiện được vai trò nổi bật. Huertas và cộng sự (2019) cho rằng một số tác giả đã xác định khái niệm và các thành phần hoặc đặc điểm cơ bản của điểm đến du lịch thông minh như Boes và cộng sự (2015); Gretzel và cộng sự (2015) nhưng chưa ai đề xuất một khung phân tích cụ thể các thang đo và các chỉ số cụ thể mà các điểm đến du lịch thông minh nên phát triển. Quan điểm này cũng được Tavitiyaman và cộng sự (2021) giải thích trong nghiên cứu của mình với sáu thành phần chính của một điểm đến du lịch thông minh gồm (1) Điểm tham quan (tự nhiên, nhân tạo hoặc văn hóa), (2) Khả năng tiếp cận (hệ thống giao thông, các tuyến đường có sẵn, nhà ga sân bay và công cộng giao thông vận tải), (3) Tiện nghi (chỗ ở, nhà hàng và giải trí các hoạt động), (4) Các gói có sẵn (các dịch vụ có sẵn do người trung gian cung cấp), (5) Các hoạt động (để kích thích trải nghiệm tham quan của khách du lịch), và (6) Các dịch vụ phụ trợ (ngân hàng và bệnh viện).

Boes và cộng sự (2015, 2016) dựa trên các thành phần của một điểm đến du lịch của Buhalis (2000), sử dụng phương pháp nghiên cứu thực nghiệm tại các thành phố: Barcelona, Amsterdam và Helsinki đã phát triển khung lý thuyết về cấu trúc cơ bản của các điểm đến du lịch thông minh, gồm Sự lãnh đạo, Sự đổi mới, Nguồn tài nguyên về xã hội và Nguồn tài nguyên về nhân lực (được gọi là các yếu tố thông minh mềm) và các ứng dụng ICT là yếu tố hỗ trợ các cấu trúc cốt lõi của các điểm đến thông minh (được xem là yếu tố thông minh cứng). Nghiên cứu cũng cho thấy sự phụ thuộc lẫn nhau giữa con người và công nghệ, trong đó ICT đã đóng vai trò hỗ trợ thiết yếu, bên cạnh các chủ thể xã hội và kinh tế. Cụ thể, Boes và cộng sự (2015) đã phát triển một mô hình điểm đến du lịch thông minh dựa trên bốn khía cạnh chính là: Trải nghiệm du lịch, Năng lực cạnh tranh du lịch, (Sa)6 và Thành phố thông minh. Trong đó, các khía cạnh của

thành phố thông minh bao gồm: Lãnh đạo, Nguồn lực con người và Nguồn lực xã hội, Sự đổi mới, Tinh thần khởi nghiệp và ICT.

Từ nghiên cứu này, đa số các nghiên cứu đồng ý và kế thừa các yếu tố dựa trên khung nghiên cứu điểm đến du lịch thông minh của Boes và cộng sự (2016) và mô hình INVAT.TUR (2015) với các yếu tố (1) Quản trị; (2) Bền vững; (3) Khả năng tiếp cận; (4) Kết nối và Cảm biến; (5) Hệ thống thông tin và (6) Đổi mới (Jasrotia và Gangotia, 2018; Savic và Pavlović, 2018; Huertas và cộng sự, 2019; Eberhardt, 2019; Ivars-Baidal và cộng sự, 2021). Phát triển từ khung lý thuyết của Boes và cộng sự (2015), Eberhardt (2019) đã xây dựng một mô hình với ba thành phần chính, bao gồm: (1) Các yếu tố chiến lược để xây dựng một điểm đến du lịch thành công (trải nghiệm du lịch, cạnh tranh du lịch, 6 thành phần cần thiết để tạo một điểm đến du lịch thành công (Các điểm tham quan, Khả năng tiếp cận, Tiện nghi, Các gói sẵn có, Hoạt động du lịch và Các dịch vụ hỗ trợ) và Thành phố thông minh; (2) Những khả năng quan trọng đối với chiến lược và quy hoạch để xây dựng hệ sinh thái của điểm đến (Lãnh đạo, Nguồn tài nguyên về nhân lực, Sáng tạo và đổi mới, Nguồn tài nguyên về xã hội); (3) Hỗ trợ (Ứng dụng công nghệ, Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông).

So sánh mô hình của Boes và cộng sự (2015, 2016) và mô hình đánh giá điểm đến du lịch thông minh của ủy ban châu Âu, Eberhardt (2019) đã khẳng định mô hình của Boes và cộng sự (2015) là chi tiết hơn và được coi là kim chỉ nam nhiều hơn dù hai mô hình cùng quan điểm. Tuy có cách phân chia khác nhau nhưng các thành phần là bao hàm lẫn nhau.

Cũng trong khuôn khổ nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh có mô hình INVAT.TUR (2015) của Viện công nghệ Du lịch Valencia được khá nhiều nghiên cứu kế thừa (Popova và Malcheva, 2020; Lima và cộng sự, 2020; Ivars-Baidal và cộng sự, 2021). Bên cạnh việc dựa trên các lý thuyết của Boes và cộng sự, 2015; Buhalis và Amaranggana, 2015; Gretzel và cộng sự (2015) và mô hình INVAT.TUR (2015) của Viện công nghệ Du lịch Valencia, Ivars-Baidal và cộng sự (2021) đã kế thừa trong việc áp dụng các chỉ số được phân loại theo sáu khía cạnh liên quan với thành phố thông minh: Nền kinh tế thông minh, Tính di động, Môi trường, Con người, Cuộc sống và Quản trị của Giffing và cộng sự (2007) để đề xuất một mô

hình cấu trúc của điểm đến thông minh với 3 cấp độ (Quan hệ chiến lược, Công cụ và Áp dụng) với 9 khía cạnh khác nhau gồm: Khả năng tiếp cận, Khả năng kết nối, Sự phát triển của hoạt động du lịch, Quản trị, Thông tin, Sự đổi mới, Sự thông minh, Truyền thông tiếp thị và Bền vững. Nghiên cứu hướng tới việc xây dựng một hệ thống chỉ số hữu ích có thể được nhân rộng và áp dụng trong các bối cảnh mà các chính sách du lịch thông minh đang được thực hiện. Trên cơ sở đó, các điểm đến thông minh có thể tạo ra các giải pháp thông minh cho việc quản lý và tiếp thị các điểm đến cũng như tạo ra những trải nghiệm du lịch nâng cao. Đồng quan điểm, Lima và cộng sự (2020) cũng xác định các chỉ số để phân tích điểm đến du lịch thông minh gồm: Quản trị, Tính bền vững, Khả năng tiếp cận, Kết nối và Cảm biến, Hệ thống thông tin và Đổi mới. Trong khi đó, Popova và Malcheva (2020) ngoài việc tiếp cận mô hình INVAT.TUR (2015), nhóm tác giả đã kế thừa rất nhiều nghiên cứu khác của Griffinger và cộng sự (2007); Ivars-Baidal và cộng sự (2019). Quan trọng hơn, nghiên cứu đã sử dụng dữ liệu và kết quả từ việc phát triển 5 dự án ở thành phố Varna (Bulgaria) nhằm biến Varna trở thành thành phố thông minh. Kết quả cho thấy sự phát triển của thành phố như một điểm đến thông minh đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng về các khía cạnh tích cực và tiêu cực của quá trình du lịch, bao gồm nhiều đối tượng, trực tiếp và gián tiếp. Nghiên cứu là sự kế thừa khá nhiều các nghiên cứu cũng như đúc kết từ thực tế để đề xuất một mô hình điểm đến du lịch thông minh khá đầy đủ, có thể được xem là một mô hình điểm đến du lịch thông minh mẫu cho các điểm đến du lịch khác muốn phát triển để trở thành một điểm đến du lịch thông minh.

Một số nghiên cứu khác đã tập trung vào 6 trụ cột cơ bản của điểm đến du lịch thông minh gồm: Sự di chuyển (cải thiện khả năng di chuyển của người dân và phương tiện giao thông); Quản trị (quản trị thông minh, kỹ thuật số, chính phủ và công dân cùng tham gia); Môi trường (hiệu quả và tối ưu hóa tiêu thụ năng lượng; tái chế và giảm thiểu các chất độc hại); Nền kinh tế (đổi mới, sáng tạo và năng suất); Chất lượng cuộc sống (thúc đẩy chất lượng cuộc sống với các dịch vụ cao cấp; Dân số (mức độ tìm hiểu, mức độ sử dụng công nghệ tối thiểu của người dân) (Sigalat-Singes và cộng sự, 2019; Ivars-Baidal và cộng sự, 2021). Trong khi đó, Gretzel (2018) thì tin rằng các khía cạnh cấu thành một điểm đến du lịch thông minh gồm: Sự kết nối, Sự di chuyển, Cơ sở hạ tầng và Quản trị.

Với những yếu tố tác động đến điểm đến du lịch thông minh, tương tự với các nghiên cứu về du lịch thông minh, các tác giả đồng quan điểm khi nhấn mạnh vai trò của ICT đối với sự phát triển các điểm đến du lịch thông minh và đưa thuật ngữ “thông minh” thành một tiêu chuẩn để đánh giá điểm đến (Boes và cộng sự, 2015, 2016; Liberato và cộng sự, 2017; Jasrotia và Gangotia, 2018; Eberhardt, 2019; Sigalat-Singes và cộng sự, 2019; Lima và cộng sự, 2020; Bastidas-Manzano và cộng sự, 2020) và đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy khả năng cạnh tranh của điểm đến du lịch (Buhalis và Amaranggana, 2015; Boes và cộng sự, 2016; Cavaleiro và cộng sự, 2019). Tuy nhiên, việc sử dụng ICT ở một điểm đến cũng chưa thể khẳng định điểm đến đó là thông minh. Một điểm đến chỉ được coi là thông minh yêu cầu phải xét trên bốn bình diện: nguồn lực về con người, sự lãnh đạo, sự đổi mới và nguồn lực xã hội. ICT chỉ là những hạ tầng thiết yếu phải có để phát triển điểm đến du lịch thông minh (Boes và cộng sự, 2015, 2016; Cavaleiro và cộng sự, 2019). Trùng khớp với Boes và cộng sự (2015, 2016), Lima và cộng sự (2020) khẳng định chiến lược phát triển của thành phố là yếu tố cơ bản để có thể phát triển một thành phố thông minh và để trở thành một điểm đến du lịch thông minh, cần thiết phải xem xét các chiến lược, chính sách công và hiệu quả quản lý của chính phủ. Như vậy, đối với việc phát triển một điểm đến du lịch thông minh, ICT là nền tảng quan trọng nhưng cần thiết và bắt buộc phải có sự phối hợp của các yếu tố mềm khác.

Trong một khía cạnh khác để phát triển điểm đến du lịch thông minh, nhiều tác giả cũng đã xác định ý định và hành vi của khách du lịch cũng có ảnh hưởng đến các điểm đến du lịch thông minh thông qua sự phát triển của công nghệ và truyền thông (Liberato và cộng sự, 2017; Ghaderia và cộng sự, 2018). Các nghiên cứu thừa nhận việc sử dụng công nghệ trước, trong và sau chuyến du lịch ảnh hưởng đến trải nghiệm du lịch của du khách; Thái độ của khách du lịch có ảnh hưởng đáng kể và trực tiếp đến ý định đi du lịch và lựa chọn điểm đến thông minh. Nghiên cứu cũng cho thấy rõ hơn mối quan hệ giữa nhu cầu thông tin, công cụ thông tin và trải nghiệm du lịch tại điểm đến (Liberato và cộng sự, 2018). Một điểm đến thông minh sở hữu các nguồn lực công nghệ là vô cùng cần thiết và nâng cao nhận thức cũng như sự hài lòng của du khách và thái độ của khách du lịch đối với du lịch thông minh có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch của du khách (Ghaderia và cộng sự, 2018). Cuối cùng, trong bối cảnh cạnh tranh

của ngành du lịch, các điểm đến phải liên tục thích ứng, phát triển và quản lý ưu đãi của họ để đảm bảo trải nghiệm chất lượng cho khách du lịch. Các điểm đến với khát vọng muốn trở nên thông minh nên cố gắng cung cấp những ứng dụng hiện đại và thân thiện với người dùng công nghệ nhưng cũng không nên bỏ qua các vấn đề về tính an toàn của môi trường, tính dễ tiếp cận và các dịch vụ (Ghaderia và cộng sự, 2018), sự đổi mới, công nghệ, khả năng tiếp cận và tính bền vững (Liberato và cộng sự, 2018). Sự hiện diện của các yếu tố này sẽ kích thích ý định tham quan của du khách nhằm tăng cường sự trải nghiệm và tối đa hóa sự hài lòng. Trong khi đó, Tavitiyaman và cộng sự (2021) thừa nhận các thuộc tính của ứng dụng du lịch thông minh như hệ thống thông tin thông minh, tham quan thông minh, hệ thống thương mại điện tử và dự báo thông minh có ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận của khách du lịch về điểm đến. Khách du lịch càng dành nhiều thời gian cho việc tìm kiếm thông tin, thì mối quan hệ giữa hình ảnh điểm đến được cảm nhận và ý định hành vi của khách du lịch sẽ tăng lên.

Nhìn chung, các nghiên cứu trước đây đều nhấn mạnh và thừa nhận: Lãnh đạo/Quản trị, Sự đổi mới, Nguồn tài nguyên về xã hội, Nguồn tài nguyên về nhân lực, ICT, Tính kết nối, Sự di chuyển, Khả năng tiếp cận, Tính bền vững và (Sa)⁶ là các yếu tố cần phân tích khi phát triển và đánh giá điểm đến du lịch thông minh. Tuy nhiên, để đảm bảo sự thành công của một điểm đến du lịch, việc đảm bảo nguồn nhân lực và sự đổi mới ở tất cả các cấp là vô cùng quan trọng. Các thành phố và quốc gia khác nhau, tùy theo trình độ phát triển, chính sách và nguồn lực sẽ có cách nhìn khác nhau về khái niệm thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh. Điểm đến du lịch thông minh có thể được coi là các thành phố hoặc địa điểm sử dụng các công cụ công nghệ, đổi mới và kỹ thuật sẵn có để mang lại niềm vui và trải nghiệm cho khách du lịch cũng như lợi nhuận cho các tổ chức và điểm đến (Jasrotia và Gangotia, 2018). Mặt khác, Lima và cộng sự (2020) cũng đưa ra nhận định các chỉ số và tiêu chí đo lường có thể thay đổi tùy theo từng điểm đến và không có mô hình điểm đến du lịch thông minh nào là phù hợp nhất về mặt khoa học trong các tài liệu học thuật cho đến nay.

Cùng bàn về chủ đề mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh hay các thành phần của điểm đến du lịch thông minh, các yếu tố ảnh hưởng, rất hiếm các nghiên cứu trong nước nghiên cứu về chủ đề này. Riêng có nghiên cứu của Vũ Hương Giang và cộng sự (2022) nghiên cứu chủ đề này và đối với trường hợp thành phố Hà Nội và

một nghiên cứu trong khuôn khổ đề tài cấp Bộ “Điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch thông minh ở Việt Nam” của Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang (2024) trên cơ sở đánh giá thực trạng điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam đã đề xuất các giải pháp thực hiện hiệu quả các điều kiện và quy trình xây dựng Điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam hiện nay. Ngoài ra có nghiên cứu của Trần Hoàng Vũ, Chữ Đức Hoàng và Phan Cao Thọ (2017); Nguyễn Phúc Hưng và Bùi Thành Khoa s(2023) nghiên cứu mô hình phát triển du lịch bền vững, thông minh tại Đà Nẵng. Nhóm các tác giả cũng đề xuất mô hình kiến trúc tổng thể hệ thống thông tin cung cấp các dịch vụ hỗ trợ và quản lý du khách tại thành phố Đà Nẵng theo định hướng thành phố thông minh.

Riêng đối với Khánh Hòa, các nghiên cứu liên quan đến điểm đến du lịch thông minh là khá hạn chế. Các nghiên cứu gần đây đều thống nhất rằng quá trình chuyển đổi số trong du lịch tại Khánh Hòa còn diễn ra chậm, hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ và thiếu các hệ thống điều hành, quản lý thông minh mang tính tích hợp cao (Lâm Thị Yến, 2023; Nguyễn Lê Phương Anh & cộng sự, 2023; Nguyễn Thái Hoàng Giang, 2023). Các ứng dụng phục vụ du khách như lập kế hoạch hành trình, tra cứu thông tin dịch vụ, hướng dẫn viên hay sử dụng thẻ du lịch thông minh còn chưa được triển khai hoặc cập nhật hiệu quả. Dữ liệu du lịch hiện nay vẫn phân tán, thiếu kết nối và chia sẻ giữa các đơn vị. Tuy nhiên, các tác giả cũng ghi nhận những nỗ lực chuyển biến tích cực của tỉnh Khánh Hòa trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động quản lý và quảng bá du lịch, thể hiện qua các mục tiêu như xây dựng trung tâm điều hành, phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh và nâng cấp hạ tầng công nghệ nhằm hướng tới đô thị thông minh. Chuyển đổi số được xem là xu hướng tất yếu và là nền tảng quan trọng để Khánh Hòa phát triển du lịch bền vững trong thời đại công nghệ 4.0 (Thảm Thành Trung, 2023). Bên cạnh đó, Nguyễn Duy Trường (2022) cũng khẳng định vai trò then chốt của chuyển đổi số trong nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch địa phương.

Về phương pháp nghiên cứu, qua tổng quan tài liệu cho thấy, đa phần các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh sử dụng phương pháp thực nghiệm từ đó đề xuất các mô hình điểm đến du lịch thông minh đối với một điểm đến cụ thể trong đó có sự kế thừa từ những nghiên cứu đi trước. Hầu như chưa thấy các nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để đánh giá các thành phần của điểm đến hay đo

lượng các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến. Bên cạnh đó, phần lớn các nghiên cứu dựa trên mẫu nhỏ do đó khi hướng đến việc khái quát hoá các phát hiện trong nghiên cứu, các nghiên cứu thực nghiệm có nguy cơ thiếu tính hợp lệ và độ tin cậy (Gelter và cộng sự, 2020).

Tổng hợp các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh được thể hiện cụ thể tại Phụ lục 8.

1.1.2.3. Các nghiên cứu về thành phố thông minh

Các nghiên cứu về khái niệm thành phố thông minh

Hầu hết các nghiên cứu đều thống nhất quan điểm thành phố thông minh là một thành phố bền vững và đáng sống (Jasrotia và Gangotia, 2018), áp dụng các giải pháp công nghệ hiện đại để tạo điều kiện phát triển kinh tế bền vững tăng trưởng và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân (Barrionuevo và cộng sự, 2012; Capra, 2014; Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2017; Liu và cộng sự, 2019; Lee và cộng sự, 2020; Hebeeb và Weli, 2020).

Các khái niệm về thành phố thông minh thường được phân loại theo các khía cạnh công nghệ, con người và thể chế (Capra, 2014) trong đó khía cạnh công nghệ thường được coi là một ưu việt (Harrison và cộng sự, 2010; Capra, 2014; Dar, 2022). Tuy nhiên, một số nghiên cứu cho rằng khả năng sử dụng công nghệ không làm cho thành phố trở nên thông minh (Cohen, 2012; Townsend, 2013) và chỉ khi gắn với con người, tổ chức và cấu trúc xã hội, công nghệ mới thực hiện được chức năng của nó (Geels, 2002). Hay nói một cách khác, các nguồn lực khác nhau về công nghệ, vốn nhân lực và thể chế sẽ ảnh hưởng tới đặc điểm của các thành phố thông minh (Capra, 2014; Khan và cộng sự, 2017; Liu và cộng sự, 2019). Tương tự, Dar (2022) cho rằng các thành phố thông minh mong muốn đáp ứng một cách toàn diện nhu cầu của mọi người về kinh tế, xã hội, sự hưởng thụ, hạnh phúc mang tính bền vững thì chắc hẳn không chỉ bằng công nghệ mà phải cần có yếu tố con người. Bên cạnh đó, sự tham gia của chính phủ được xem là một phần thiết yếu trong việc xây dựng các thành phố thông minh thông qua quản lý nguồn tài nguyên tự nhiên, xã hội và con người (Caragliu và cộng sự, 2011). Bằng cách kết nối chính phủ với các doanh nghiệp tư nhân, các tổ chức du lịch được kết nối với nhau để cung cấp cho khách du lịch các sản phẩm tùy chỉnh và theo thời gian

thực, đồng thời cho phép thu thập dữ liệu để tối ưu hóa chiến lược và vận hành (Wang và cộng sự, 2013; Gretzel và cộng sự, 2015).

Các nghiên cứu về thành phần của thành phố thông minh

Về các thành phần/yếu tố của thành phố thông minh, nhiều nghiên cứu cùng quan điểm đã thống nhất 6 yếu tố cơ bản thuộc các yếu tố bên trong/nội hàm của một thành phố thông minh (Giffinger và cộng sự, 2007; Cohen, 2012; Khan và cộng sự, 2017; Jasrotia và Gangotia, 2018; Yalçinkaya và cộng sự, 2018; Matos và cộng sự, 2019). Đầu tiên, các yếu tố của một thành phố thông minh đã được Cohen (2012) xác định gồm: (1) Con người thông minh (giáo dục, sự sáng tạo, hòa nhập xã hội); (2) Kinh tế thông minh (cơ hội, năng suất, kết nối địa phương và toàn cầu); (3) Môi trường thông minh (quản lý nguồn tài nguyên, công trình xanh, quy hoạch đô thị xanh); (4) Quản trị thông minh (chính phủ mở, dịch vụ trực tuyến, cơ sở hạ tầng); (5) Cuộc sống thông minh (an toàn, khỏe mạnh, văn hóa và hạnh phúc); (6) Di động thông minh (ICT tích hợp, truy cập theo phương thức hỗn hợp, di chuyển sạch và không có động cơ). Các yếu tố này cũng được Khan và cộng sự (2017) đề xuất đối với thành phố thông minh Dubai vào năm 2017. Tiếp theo, sáu yếu tố này cũng được Jasrotia và Gangotia (2018) khẳng định là trụ cột tạo nên nền tảng của thành phố thông minh. Cụ thể hơn, Yalçinkaya và cộng sự (2018) đưa ra khái niệm về 6 thành phần này. Cụ thể:

(1) Nền kinh tế thông minh: thể hiện năng lực cạnh tranh của thành phố thông minh;

(2) Quản trị thông minh: thể hiện sự tham gia của các chủ thể trong việc ra quyết định, các chiến lược cũng như quan điểm chính trị;

(3) Di chuyển thông minh: thể hiện trong lĩnh vực ICT và giao thông vận tải, bao gồm khả năng tiếp cận địa phương, khả năng tiếp cận giữa các quốc gia, nền tảng của cơ sở hạ tầng công nghệ hay là hệ thống giao thông bền vững, sáng tạo và an toàn;

(4) Con người thông minh: bao gồm vốn xã hội và vốn con người, thể hiện trình độ chuyên môn, tính linh hoạt, sáng tạo,...;

(5) Cuộc sống thông minh: biểu hiện ở chất lượng cuộc sống, bao gồm về văn hóa, sức khỏe, an toàn cá nhân, chất lượng nhà ở, giáo dục, sự gắn kết xã hội,...;

(6) Môi trường thông minh: liên quan đến sức hấp dẫn của tài nguyên thiên nhiên và vấn đề bảo vệ môi trường và quản lý tài nguyên một cách bền vững.

Các yếu tố bên ngoài có ý nghĩa tác động tới thành phố thông minh cũng được xác định. Khan và cộng sự (2017) cho rằng các thành phố thông minh bao gồm các nguồn lực phụ thuộc lẫn nhau, tương tác tích cực cung cấp các giải pháp cho cư dân nhằm giải quyết các khía cạnh tiện lợi và hiệu quả theo nhu cầu của cư dân. Theo Anthopoulos và cộng sự (2016), một thành phố thông minh sẽ có 5 cấp độ gồm (1) môi trường tự nhiên; (2) cơ sở hạ tầng cứng không dựa trên ICT; (3) cơ sở hạ tầng cứng dựa trên ICT; (4) dịch vụ, cơ sở hạ tầng mềm và (5) con người. Bên cạnh đó, Naphade và cộng sự (2011) cũng đề xuất một mô hình với 7 thành phần gồm: dịch vụ, chính phủ, giao thông vận tải, năng lượng và nước, y tế, giáo dục, an toàn công cộng và các hệ thống ICT cốt lõi khác. Tương tự, Glebova và cộng sự (2014) đề xuất 5 khía cạnh với (1) hệ thống giao thông thông minh; (2) an ninh công cộng; (3) quản lý và kiểm soát tiêu thụ năng lượng; (4) bảo vệ môi trường và (5) ICT. Ngoài ra, nguồn dữ liệu, quản trị, hướng dẫn đường phố, điểm ưa thích, giao thông công cộng địa phương, cảm biến, thời gian và siêu dữ liệu cũng được Anthopoulos và cộng sự (2016) đề xuất dựa trên quan điểm công nghệ thông tin hướng dữ liệu.

Nhìn chung, các nghiên cứu đều có những điểm tương đồng. Trong đó, cơ sở hạ tầng thông minh là không thể thiếu (Boes và cộng sự, 2015; Khan và cộng sự, 2017; Koo và cộng sự, 2017;) bao gồm y tế, giao thông vận tải, an ninh công cộng, quản trị, tiện ích và quản lý dữ liệu. Và các yếu tố được xem là xuyên suốt trong nhiều nghiên cứu gồm: (1) chính sách; (2) nguồn nhân lực; (3) đổi mới; (4) cơ sở hạ tầng CNTT; (5) tài nguyên thiên nhiên và (6) môi trường, đóng góp vào sự phát triển của khái niệm thành phố thông minh (Khan và cộng sự, 2017). Bên cạnh đó, nền tảng ICT là đặc điểm chính phổ biến và là một phần không thể thiếu để triển khai thành công khái niệm thành phố thông minh (Khan và cộng sự, 2017) và là yếu tố then chốt quyết định năng lực cạnh tranh của thành phố thông minh cũng như du lịch thông minh (Boes và cộng sự, 2015; Khan và cộng sự, 2017; Koo và cộng sự, 2017).

Cùng quan điểm, Hebeeb và Weli (2020) xác định các yếu tố cơ bản của thành phố thông minh gồm: (1) cơ sở hạ tầng thông minh: được thể hiện bằng việc sử dụng

các cảm biến thông minh và các công nghệ mạng nhằm mục đích truy cập cơ sở hạ tầng như tài nguyên năng lượng, mạng lưới nước, đường phố, tòa nhà,...; (2) giao thông thông minh: cung cấp mạng lưới giao thông với hệ thống điều khiển công nghệ, thời gian thực; (3) môi trường thông minh bao gồm việc bảo vệ và giám sát tài nguyên thiên nhiên sử dụng công nghệ thông minh như hệ thống quản lý chất thải và kiểm soát ô nhiễm môi trường,...; (4) các dịch vụ thông minh: cung cấp các dịch vụ y tế, giáo dục, du lịch và các dịch vụ khác sử dụng công nghệ; (5) quản trị thông minh: cung cấp khả năng quản trị tốt có khả năng thích ứng với những thay đổi mới; (6) con người thông minh: đầu tư vào sự sáng tạo và đổi mới được thực hiện bởi các cá nhân và con người; (7) cuộc sống thông minh: yếu tố cung cấp chất lượng cuộc sống cho người dân và du khách và bao gồm tất cả các khía cạnh của cuộc sống, bao gồm cả các điểm du lịch. Sau đó, Hebeeb và Weli (2020) cũng cho rằng lợi ích của việc phát triển thành phố thông minh dựa trên bốn khía cạnh: môi trường bền vững, kinh tế bền vững, xã hội bền vững và quản trị. Việc quy hoạch các ứng dụng của thành phố thông minh bao gồm các yếu tố cơ bản: giáo dục thông minh, môi trường thông minh bền vững, du lịch thông minh, giao thông thông minh, chăm sóc sức khỏe thông minh, công nghiệp thông minh và cuộc sống hạnh phúc thông minh.

Mỗi nghiên cứu có cách diễn giải và hệ thống khác nhau. Tuy vậy, từ những kết quả nghiên cứu trên, có thể thấy một thành phố thông minh phát triển dựa trên 3 yếu tố cơ bản: con người, cấu trúc cơ sở hạ tầng và công nghệ thông tin hướng đến sự phát triển bền vững. Theo Nguyễn Thị Thanh Huyền (2017), các yếu tố cấu thành của thành phố thông minh gồm: (1) con người là yếu tố cốt lõi, tham gia tích cực vào sự điều khiển thành phố thông minh. Công dân của thành phố được quyền truy cập và kiểm soát thông tin, đưa ra phản hồi; (2) cơ sở hạ tầng vững chắc với hệ thống mạng cáp quang bao phủ thành phố đóng vai trò xương sống nhằm giúp việc lắp đặt các thiết bị thông minh được thuận tiện; (3) công nghệ thông tin giúp các bên liên quan nhanh chóng kết nối và nắm bắt thông tin. Do đó, thành phố thông minh không chỉ là kết quả của quá trình sáng tạo mà còn tạo nên hệ sinh thái mới cho sự tương tác của cộng đồng.

1.1.2.4. Các nghiên cứu về mối quan hệ giữa thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh

Khái niệm thành phố thông minh luôn được đề cập gắn với khái niệm điểm đến du lịch thông minh. Khái niệm thành phố thông minh thường không đứng riêng lẻ và gắn liền/có liên quan trực tiếp tới khái niệm du lịch thông minh (Khan và cộng sự, 2017; Jasrotia và Gangotia, 2018) và khái niệm điểm đến du lịch thông minh cũng được cho là xuất phát từ việc mở rộng khái niệm thành phố thông minh và là trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh để nâng cao trải nghiệm của khách du lịch và nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến (Koo và cộng sự, 2017; Khan và cộng sự, 2017; Santos-Júnior và cộng sự, 2020; Cavaleiro và cộng sự, 2019, 2021).

Quan trọng hơn, đối với việc phát triển một điểm đến du lịch thông minh, các nghiên cứu đều đưa ra quan điểm khẳng định điểm đến du lịch thông minh là thành phố thông minh sử dụng công nghệ thông tin và các đổi mới để mang lại niềm vui và trải nghiệm cho du khách cũng như lợi nhuận cho các tổ chức và điểm đến (Jasrotia và Gangotia, 2018; Boes và cộng sự, 2015). Nhiều nghiên cứu khẳng định khái niệm điểm đến du lịch thông minh có mối quan hệ và bắt nguồn từ thành phố thông minh (Buhalis và Amaranggana, 2013; Gretzel và cộng sự, 2015; Gretzel, 2018; Jasrotia và Gangotia, 2018; Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Nguyễn Thị Thúy Vân và Lê Văn Hòa, 2019; Sigalat-Singes và cộng sự, 2019; Eberhardt, 2019; Lima và cộng sự, 2020; Bastidas-Manzano, 2020; Ivars-Baidal và cộng sự, 2021). Trên thực tế, các thành phố thông minh đóng vai trò như một nấc thang để hình thành các điểm đến du lịch thông minh và du lịch thông minh được xây dựng trên nguyên tắc thành phố thông minh. Định nghĩa mới về điểm đến du lịch thông minh được xây dựng dựa trên khái niệm thành phố thông minh, ICT và du lịch: thành phố thông minh, với trọng tâm là người dân, trong khi ở điểm đến du lịch thông minh, trọng tâm là khách du lịch. Để thu được lợi nhuận từ du lịch thông minh, cần có cơ sở hạ tầng thành phố thông minh, cũng như cơ sở hạ tầng điểm đến du lịch (Callista, 2019).

Đáng chú ý, nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh một thành phố thông minh sử dụng công nghệ thông tin và các đổi mới để nâng cao các yếu tố như điểm tham quan, khả năng tiếp cận, tiện nghi, các gói sản phẩm sẵn có, hoạt động du lịch và các dịch vụ

phụ trợ, tức các thành phần của một điểm đến, thì thành phố đó sẽ trở thành một điểm đến du lịch thông minh (Buhalis và Amaranggana, 2015; Boes và cộng sự, 2015, 2016; Jasrotia và Gangotia, 2018). Khi phát triển thành phố thông minh, sẽ giải quyết đồng thời những vấn đề/thách thức cho một điểm đến du lịch thông minh (Gretzel, 2018). Tương tự, Savić và Pavlović (2018) nhận định các thành phần cơ bản hoặc các yếu tố phát triển của thành phố thông minh đồng thời là các yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh với tư cách là một yếu tố của du lịch thông minh. Kế thừa quan điểm của Boes và cộng sự (2015, 2016), Savić và Pavlović (2018) đã xác định ba yếu tố được chọn để phân tích các yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Serbia gồm: công nghệ, nguồn tài nguyên về nhân lực và sự đổi mới. Nhóm tác giả xác định nguồn tài nguyên về nhân lực và đổi mới là những yếu tố được coi là quan trọng nhất cho sự phát triển của du lịch thông minh. Một điểm quan trọng đó là nhóm tác giả đã chỉ ra được hạn chế của nghiên cứu khi chưa phân tích các yếu tố còn lại được coi là nền tảng của du lịch thông minh như nguồn tài nguyên về xã hội, cơ sở hạ tầng kinh doanh hoặc tinh thần kinh doanh. Hơn nữa, nghiên cứu chưa đề cập các khía cạnh du lịch thông minh như: cá nhân hóa dịch vụ, khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch thông minh, phân tích sở thích của khách du lịch, vai trò của phương tiện truyền thông xã hội trong các điểm đến thông minh...

Tổng quan từ các nghiên cứu cho thấy các yếu tố của thành phố thông minh có sự trùng khớp với các yếu tố của điểm đến du lịch thông minh và thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh có mối quan hệ với nhau. Điểm đến du lịch thông minh được đánh giá là dựa trên nền tảng của thành phố thông minh, tức là chúng áp dụng các nguyên tắc và cơ sở hạ tầng tương tự đặc trưng của các thành phố này (Lamsfus và cộng sự, 2015)). Cùng quan điểm trên, Santos-Júnior và cộng sự (2020) cũng nhận định điểm đến du lịch thông minh là một phần quan trọng trong việc xây dựng hệ thống thành phố thông minh vì chúng phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng công nghệ của thành phố, vào việc sử dụng tài nguyên thông tin và sự phát triển của dữ liệu thông minh. Habeeb và Weli (2020) cũng khẳng định một điểm đến du lịch thông minh chính là thành phố thông minh khi thành phố đó trở thành một điểm đến của khách du lịch. Các yếu tố phát triển của thành phố thông minh đồng thời là các yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh với tư cách là một yếu tố của du lịch thông minh (Savić và Pavlović, 2018) và các thành

phổ thông minh đóng vai trò như một nấc thang để hình thành các điểm đến du lịch thông minh (Jasrotia và Gangotia, 2018).

Như vậy, tổng hợp từ các nghiên cứu cho thấy các yếu tố của thành phố thông minh cũng sẽ được xem xét như là các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển điểm đến du lịch thông minh.

1.1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Từ tổng quan các tài liệu trong và ngoài nước, có thể nhận thấy một số khoảng trống trong nghiên cứu liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố ảnh hưởng, cụ thể như sau:

Thứ nhất, phần lớn các nghiên cứu quốc tế hiện nay tập trung vào việc phân tích các trường hợp điển hình tại một số điểm đến du lịch thông minh, qua đó đề xuất các mô hình phát triển phù hợp với bối cảnh địa phương. Tuy nhiên, do sự khác biệt về văn hóa, kinh tế, chính trị và môi trường, các mô hình này thường chỉ thích ứng với từng bối cảnh cụ thể, không có tính phổ quát. Bên cạnh đó, đa số các công trình nghiên cứu quốc tế chủ yếu tập trung mô tả các điều kiện hoặc thành phần cấu thành điểm đến du lịch thông minh, mà chưa đi sâu đánh giá một cách hệ thống và toàn diện các yếu tố ảnh hưởng cũng như mức độ tác động của chúng đến quá trình phát triển điểm đến, đặc biệt bằng phương pháp định lượng. Điều này cho thấy một vấn đề đặt ra là cần xây dựng mô hình lý thuyết và tiến hành kiểm định thực nghiệm nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng và đo lường mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh trong bối cảnh cụ thể.

Thứ hai, tại Việt Nam, các nghiên cứu học thuật về chủ đề này còn tương đối hạn chế. Hầu hết các công trình hiện có chủ yếu tập trung khái quát khái niệm, tổng hợp lý luận và dẫn chứng từ các nghiên cứu nước ngoài nhằm khẳng định xu thế phát triển tất yếu của du lịch thông minh trong thời đại số. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa tiếp cận một cách hệ thống và chuyên sâu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, cũng như chưa tiến hành kiểm định thực nghiệm mối quan hệ của các yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh trong một mô hình trong bối cảnh điểm đến cụ thể tại Việt Nam.

Thứ ba, đối với trường hợp tỉnh Khánh Hòa - một điểm đến có tốc độ phát triển du lịch nhanh và đang bước vào giai đoạn triển khai các giải pháp du lịch thông minh - hiện còn thiếu các nghiên cứu tiến hành đánh giá toàn diện về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại địa phương này. Trong khi đó, Khánh Hòa có tiềm năng lớn và đang trong quá trình định hình các chính sách chuyển đổi số trong du lịch, việc nghiên cứu để nhận diện rõ ràng các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở quá trình này là cần thiết và mang lại giá trị thực tiễn cao.

Từ các khoảng trống trên, nghiên cứu xác định hướng nghiên cứu là xây dựng và kiểm định mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Đồng thời, nghiên cứu phát triển bộ thang đo phù hợp với bối cảnh địa phương và đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến phát triển du lịch thông minh tại điểm đến. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ cung cấp cơ sở thực tiễn và khoa học cho việc hoạch định chính sách và xây dựng chiến lược phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

1.2. Cơ sở lý luận

1.2.1. Du lịch thông minh

1.2.1.1 Khái niệm du lịch thông minh

Du lịch thông minh là một khái niệm mới được hình thành trên cơ sở sự kết hợp giữa ngành du lịch và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin - truyền thông (ICT). Tuy nhiên, hiện nay vẫn chưa có một định nghĩa thống nhất hoàn toàn về thuật ngữ này. Trong các tài liệu nghiên cứu, du lịch thông minh được tiếp cận và diễn giải theo nhiều góc độ khác nhau, từ công nghệ, kinh tế đến quản lý điểm đến. Dưới đây là một số quan điểm tiêu biểu:

Theo Buhalis (2020), “thông minh” là một cuộc cách mạng về cấu trúc và chuyển đổi của các mạng lưới kinh doanh, thúc đẩy các hoạt động được trao quyền thông qua việc ứng dụng các công nghệ đổi mới. Trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội, “thông minh” thường được gắn liền với các thiết bị công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường, bền vững, tích hợp và mang tính phổ biến (Pai và cộng sự, 2020). Theo Pai và cộng sự (2020), khi áp dụng vào ngành du lịch, “thông minh” được hiểu là sự tích hợp giữa công nghệ, dữ liệu thời gian thực và hạ tầng vật chất vào một môi trường phức hợp

duy nhất, hướng đến nâng cao hiệu quả quản lý và trải nghiệm du lịch. Có thể nói, sự kết hợp giữa công nghệ với du lịch đã hình thành nên “du lịch thông minh” (Lê Quang Đăng, 2019).

Nhiều nhà nghiên cứu xem du lịch thông minh là sự kế thừa và phát triển từ du lịch điện tử (e-tourism), với nền tảng là ứng dụng ICT vào mọi khía cạnh của chuỗi giá trị du lịch (Gretzel và cộng sự, 2015; Yalçinkaya và cộng sự (2018). Theo đó, du lịch thông minh không chỉ bao gồm việc sử dụng công nghệ để hỗ trợ giao tiếp, giao dịch mà còn là một hệ sinh thái phức hợp gồm: (1) điểm đến thông minh (trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh kết hợp ICT vào cơ sở hạ tầng vật lý); (2) trải nghiệm thông minh cụ thể là tập trung vào hoạt động du lịch qua trung gian công nghệ và sự tham gia của nó thông qua cá nhân hóa, nhận thức về bối cảnh và theo dõi thời gian thực; (3) hệ sinh thái kinh doanh thông minh đề cập đến hệ sinh thái kinh doanh phức hợp tạo ra và hỗ trợ trao đổi tài nguyên du lịch và đồng sáng tạo kinh nghiệm du lịch (Gretzel và cộng sự, 2015). Một cách khái quát nhất, Gretzel và cộng sự (2015) đã định nghĩa Du lịch thông minh như sau: Du lịch thông minh là du lịch được hỗ trợ bởi những nỗ lực tích hợp tại một điểm đến bao gồm thu thập và khai thác dữ liệu thu được từ cơ sở hạ tầng vật lý, kết nối xã hội, chính phủ/tổ chức và con người, kết hợp với việc sử dụng các công nghệ tiên tiến để chuyển đổi dữ liệu đó thành kinh nghiệm tại chỗ và kinh doanh nhằm mang lại hiệu quả, sự bền vững và làm giàu trải nghiệm cho khách du lịch.

Du lịch thông minh còn được tiếp cận dưới góc độ trải nghiệm du lịch. Yalçinkaya và cộng sự (2018) đưa ra khái niệm du lịch thông minh bao gồm trải nghiệm du lịch thông minh, cho phép khách du lịch giao tiếp và tương tác nhiều hơn và chặt chẽ với người dân địa phương, các doanh nghiệp địa phương, chính quyền địa phương và các điểm thu hút khách du lịch.

Một số quan điểm đưa ra khái niệm Du lịch thông minh gắn với các thành phần của ngành du lịch. Ví dụ như Wang (2014) đã đưa ra khái niệm Du lịch thông minh gồm: dịch vụ thông minh, hướng dẫn thông minh, hướng dẫn mua sắm thông minh, cài đặt thanh toán, dòng dịch vụ và quản lý điểm đến thông minh, các chức năng du lịch thông minh như thanh toán trực tuyến hoặc thẻ tín dụng, lưu lượng giao thông, thông tin thời tiết và các đăng ký trong du lịch... Cùng quan điểm, Gajdošík (2018) đưa ra nhận

định du lịch thông minh là du lịch phát triển chủ yếu dựa trên bốn yếu tố: (1) công nghệ kỹ thuật số được sử dụng bởi (2) người tiêu dùng (khách du lịch, người dân), (3) doanh nghiệp (doanh nghiệp du lịch, doanh nghiệp từ các ngành khác) và (4) điểm đến du lịch.

Nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh vai trò của công nghệ trong du lịch thông minh và khái niệm du lịch thông minh gắn với công nghệ thông minh. Theo Guo và cộng sự (2014), khái niệm du lịch thông minh được định hình bởi Internet vạn vật (IoT), ứng dụng mobile, điện toán đám mây và công nghệ trí tuệ nhân tạo. Du lịch thông minh là một bước tiến trong sự phát triển của công nghệ thông tin trong du lịch, trong đó vật chất và các khía cạnh quản trị của du lịch đang bước vào sân chơi kỹ thuật số với các cấp độ thông minh mới, một nghiên cứu khác chứng minh rằng công nghệ thông tin và truyền thông không đủ để mô tả khái niệm thông minh. Tương tự, du lịch thông minh được giải thích bởi tầm quan trọng của lợi thế cạnh tranh bền vững tại các điểm đến du lịch, như sự hài hòa giữa những người có kiến thức và các hệ thống công nghệ kết nối và hợp tác (Boes và cộng sự, 2016).

Ở Việt Nam, khái niệm du lịch thông minh được hiểu theo ba hướng chính (Lê Quang Đăng, 2019):

(1) Du lịch thông minh (**Smart Travel**), là cách hiểu sơ khai nhất, là trào lưu du lịch mới, khác với những tour du lịch truyền thống. Du lịch thông minh là “đi du lịch thông minh”. Khách du lịch chủ động, tính toán, lên kế hoạch cụ thể cho chuyến du lịch một cách thông minh nhất để đạt được giá trị trải nghiệm tối đa trong khi chi phí ở mức tối thiểu.

(2) Du lịch thông minh (**Smart Tourism**) là cách hiểu hiện nay. Khái niệm này mang ý nghĩa là du lịch có sự kết hợp của yếu tố công nghệ. Trong đó: (1) du lịch thông minh là phương tiện, công cụ hỗ trợ du lịch. Công nghệ được ứng dụng để tạo ra các phương tiện, công cụ thông minh hỗ trợ cho các hoạt động du lịch, như: các phần mềm quản lý thông minh hỗ trợ các cơ quan quản lý và doanh nghiệp du lịch, các ứng dụng và tiện ích thông minh hỗ trợ khách du lịch; (2) du lịch thông minh là một loại hình du lịch mới, bổ sung vào hệ thống phân loại các loại hình du lịch ở Việt Nam; (3) du lịch thông minh là sản phẩm du lịch mới, bao gồm các dịch vụ trải nghiệm được tạo ra bằng việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến cung cấp cho khách du lịch như tour du lịch thực tế ảo, phim 3D, 360⁰, các trò chơi giải trí công nghệ,...

Tóm lại, *Du lịch thông minh là du lịch được phát triển trên nền tảng ứng dụng những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại, đặc biệt là ICT nhằm tạo ra những giá trị, lợi ích và dịch vụ tốt nhất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng* (Lê Quang Đăng, 2019).

Đây cũng là khái niệm du lịch thông minh được tiếp cận trong luận án.

1.2.1.2. Phân biệt du lịch thông minh và du lịch điện tử

Du lịch điện tử (e-tourism) và du lịch thông minh (smart tourism) là hai khái niệm có sự liên quan nhưng khác biệt nhau về công nghệ, cách thức triển khai và mục tiêu phục vụ.

Du lịch điện tử (e-tourism) là việc áp dụng công nghệ thông tin và Internet để cung cấp các dịch vụ du lịch. Cụ thể, du lịch điện tử chủ yếu liên quan đến các hoạt động như đặt phòng, vé máy bay, thuê xe, và các dịch vụ du lịch trực tuyến. Các nền tảng này giúp du khách dễ dàng tiếp cận và sử dụng dịch vụ mà không cần phải tiếp xúc trực tiếp với các đại lý du lịch. Theo Pan (2023), du lịch điện tử đề cập đến một hiện tượng và lĩnh vực nghiên cứu trong đó việc khách du lịch và doanh nghiệp áp dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) làm thay đổi các quy trình và chuỗi giá trị trong ngành. Trong khi đó, du lịch thông minh không chỉ sử dụng công nghệ để hỗ trợ các dịch vụ du lịch mà còn tập trung vào việc tạo ra trải nghiệm du lịch tốt hơn, nâng cao chất lượng dịch vụ và sự tương tác giữa du khách, doanh nghiệp và chính quyền thông qua các công nghệ tiên tiến như IoT (Internet of Things), dữ liệu lớn (Big data), trí tuệ nhân tạo (AI) và các ứng dụng di động.

Từ khái niệm, có thể thấy rằng đặc điểm chính của du lịch điện tử: (1) chuyển đổi dịch vụ du lịch sang nền tảng trực tuyến; (2) ứng dụng công nghệ thông tin trong các khía cạnh như bán hàng, đặt phòng, và thanh toán trực tuyến; (3) khách du lịch có thể lên kế hoạch, đặt vé, và quản lý chuyến đi thông qua các ứng dụng và website. Trong khi đó, đặc điểm chính của du lịch thông minh: (1) tập trung vào trải nghiệm du khách thông minh. Ví dụ, ứng dụng mobile giúp cung cấp thông tin về điểm đến, lịch trình, bản đồ tương tác, và các dịch vụ tùy chỉnh cho từng du khách; (2) ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn (Big data) và phân tích AI để tối ưu hóa các dịch vụ, như dự đoán nhu cầu, phân tích hành vi khách du lịch và đưa ra các dịch vụ phù hợp; (3) kết nối các điểm đến du lịch

qua các hệ thống thông minh, từ đó cải thiện quá trình quản lý và vận hành các điểm đến du lịch.

Sự khác nhau giữa du lịch điện tử và du lịch thông minh được tóm tắt tại Bảng 1.3.

Bảng 1.3. So sánh du lịch điện tử và du lịch thông minh

Tiêu chí	Du lịch điện tử (E-Tourism)	Du lịch thông minh (Smart Tourism)
Phạm vi hoạt động	Kỹ thuật số	Kết nối kỹ thuật số và vật lý
Công nghệ cốt lõi	Công nghệ Internet và nền tảng web (trang web, mạng xã hội, các đại lý du lịch trực tuyến - OTA, hệ thống phân phối toàn cầu - GDS, hệ thống đặt chỗ trung tâm - CRS, hệ thống quản lý tài sản - PMS)	Cảm biến, thiết bị di động, IoT, điện toán đám mây
Giai đoạn du lịch	Giai đoạn mơ ước, tìm kiếm, trải nghiệm sau chuyến đi	Tất cả các giai đoạn (tập trung chủ yếu vào giai đoạn trong chuyến đi)
Yếu tố cốt lõi	Thông tin	Dữ liệu lớn
Hoạt động chính	Tìm kiếm, đặt chỗ	Đồng sáng tạo, đồng quyết định, cá nhân hóa sản phẩm
Cấu trúc tổ chức	Chuỗi giá trị/Trung gian	Hệ sinh thái
Hình thức trao đổi	Doanh nghiệp - Doanh nghiệp (B2B), Doanh nghiệp - Khách hàng (B2C), Khách hàng - Khách hàng (C2C)	Hợp tác giữa Nhà nước - Doanh nghiệp - Người tiêu dùng

Nguồn: Gretzel và cộng sự (2015)

1.2.2. Điểm đến du lịch thông minh

1.2.2.1. Khái niệm điểm đến du lịch thông minh

Khái niệm điểm đến du lịch thông minh đã và đang thu hút sự quan tâm mạnh mẽ trong nghiên cứu du lịch hiện đại (Gelter và cộng sự, 2020). Khái niệm này xuất phát từ sự phát triển của ICT, được xem là động lực chính thúc đẩy khả năng cạnh tranh của điểm đến (Buhalis và Amaranggana, 2015). Theo đó, việc tích hợp các công nghệ thông minh vào hoạt động du lịch không chỉ đơn thuần là áp dụng công nghệ, mà còn nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, gia tăng trải nghiệm du lịch và thúc đẩy phát triển bền vững tại điểm đến.

Theo Buhalis và Amaranggana (2014), mang “sự thông minh” vào điểm đến du lịch nghĩa là xây dựng nền tảng trung gian ICT nhằm kết nối các bên liên quan, hỗ trợ trao đổi thông tin liên quan đến hoạt động du lịch thông qua các thuật toán để nâng cao quá trình ra quyết định. Cùng quan điểm, Lamsfus và cộng sự (2015) khẳng định một điểm đến chỉ được xem là thông minh khi nó tận dụng được hạ tầng công nghệ thông tin từ thành phố thông minh để cá nhân hóa trải nghiệm du lịch cho du khách, đồng thời trao quyền cho các tổ chức quản lý và doanh nghiệp du lịch trong việc ra quyết định dựa trên dữ liệu được thu thập, xử lý và phân tích hiệu quả.

Từ góc nhìn hệ thống hơn, Chiappa và Baggio (2015) cho rằng điểm đến du lịch thông minh là một hệ sinh thái tri thức, nơi ICT, Internet vạn vật, điện toán đám mây và các dịch vụ Internet người dùng cuối được sử dụng như công cụ để tạo lập và phân phối thông tin đến tất cả các bên liên quan một cách hiệu quả và có tổ chức. Điều này không chỉ góp phần nâng cao hiệu suất vận hành mà còn thúc đẩy sự tham gia tích cực của các chủ thể trong tiến trình đổi mới sáng tạo.

Theo Boes và cộng sự (2015), điểm đến du lịch thông minh sử dụng các công cụ và phương pháp kỹ thuật sẵn có nhằm kích hoạt mối liên kết giữa cung và cầu, từ đó đồng sáng tạo giá trị, mang lại niềm vui, trải nghiệm cho du khách cũng như lợi ích và sự thịnh vượng cho điểm đến.

Khái niệm điểm đến du lịch thông minh cũng đã phát triển theo thời gian. Coca-Stefaniak (2021) cho rằng khái niệm này đã tiến từ việc chỉ tập trung vào công nghệ sang hướng chú trọng hơn đến việc nâng cao trải nghiệm du lịch. Tương tự, Marakova và cộng sự (2022) khái niệm điểm đến du lịch thông minh là “một địa điểm sáng tạo sử dụng công

nghe thông tin mới nhất để đảm bảo phát triển du lịch bền vững, giúp du khách lưu trú dễ dàng hơn, nâng cao chất lượng trải nghiệm và cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân địa phương”. Định nghĩa phổ biến và được sử dụng rộng rãi là của Gretzel và cộng sự (2015), theo đó điểm đến du lịch thông minh là điểm đến sáng tạo, được thiết lập trên nền tảng hạ tầng công nghệ hiện đại, hướng đến sự phát triển bền vững, đảm bảo tính tiếp cận và hòa nhập cho mọi người, nâng cao trải nghiệm du khách và chất lượng sống của người dân địa phương.

Nhiều nghiên cứu cũng xem điểm đến du lịch thông minh là một hình thái phát triển mở rộng của khái niệm thành phố thông minh (Khan và cộng sự, 2017; Koo và cộng sự, 2017). Theo Jovicic (2017), điểm đến du lịch thông minh là một không gian địa lý nơi thực tế và kỹ thuật số đan xen, cho phép các bên liên quan tiếp cận thông tin và kiến thức để đổi mới liên tục trong hiệu suất và hoạt động, qua đó nâng cao mức độ hiểu biết và xã hội hóa giữa doanh nghiệp và du khách. Cùng quan điểm, Jasrotia và Gangotia (2018) cho rằng các điểm đến du lịch thông minh ứng dụng các công cụ công nghệ và đổi mới kỹ thuật để đồng thời tạo ra trải nghiệm du lịch chất lượng và lợi nhuận cho tổ chức.

Một cách tổng thể, điểm đến du lịch thông minh là không gian đổi mới tích hợp công nghệ tiên tiến, vừa cung cấp thông tin đầy đủ cho du khách thông qua các thiết bị thông minh (Pavlović và Celic, 2018), vừa hỗ trợ các nhà quản lý trong việc ra quyết định hiệu quả và cải thiện chất lượng quản trị điểm đến (Avila-Muñoz và García-Sánchez, 2013; Santos-Júnior và cộng sự, 2020). Cavaleiro và cộng sự (2019) nhấn mạnh rằng ngoài việc nâng cao khả năng cạnh tranh, điểm đến thông minh cần hướng đến tạo ra giá trị công cho cộng đồng địa phương - một định hướng phát triển mang tính bền vững và nhân văn hơn.

Từ những quan điểm trên, có thể thấy điểm đến du lịch thông minh không đơn thuần là sự tích hợp của các công nghệ tiên tiến vào hoạt động du lịch, mà còn là một mô hình phát triển du lịch hướng đến đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững, nâng cao trải nghiệm và đảm bảo lợi ích cho tất cả các bên liên quan trong hệ sinh thái du lịch.

Có khá nhiều khái niệm điểm đến du lịch thông minh được đề xuất với nhiều nghiên cứu khác nhau. Tuy nhiên có thể đưa ra một khái niệm về điểm đến du lịch thông minh có hàm ý trùng khớp với nhiều nghiên cứu, được đề xuất bởi Viện Phát triển đổi

mới của Tây Ban Nha (SEGITTUR) và cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc gia AENOR như sau: Điểm đến du lịch thông minh là “*Một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người và 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 và nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân*” (Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự, 2019).

Đây cũng chính là khái niệm Điểm đến du lịch thông minh luận án tiếp cận. Tổng hợp các khái niệm Điểm đến du lịch thông minh được thể hiện cụ thể hơn ở Bảng 1.4.

Bảng 1.4. Tổng hợp các khái niệm Điểm đến du lịch thông minh

Khái niệm	Tác giả
Điểm đến du lịch thông minh đại diện cho một không gian đổi mới hợp nhất, dựa trên lãnh thổ và cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến. Một lãnh thổ cam kết với các yếu tố môi trường, văn hóa và kinh tế xã hội của môi trường sống của mình, được trang bị hệ thống thông minh thu thập thông tin theo cách thủ tục, phân tích và hiểu các sự kiện theo thời gian thực, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác của du khách với môi trường và việc ra quyết định của các nhà quản lý điểm đến, tăng hiệu quả của họ và cải thiện đáng kể chất lượng trải nghiệm của khách du lịch.	Avila-Muñoz và García-Sánchez, 2013
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 ICT 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.	Buhalis và Amaranggana, 2014
Điểm đến du lịch thông minh là một không gian du lịch sáng tạo dành cho tất cả mọi người, được củng cố trên cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến đảm bảo sự phát triển bền vững của lãnh thổ, tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác và hội nhập của du khách với môi trường và nâng cao chất lượng trải nghiệm tại điểm đến cũng như chất lượng cuộc sống của cư dân.	Segittur, 2015

Khái niệm	Tác giả
Điểm đến du lịch thông minh là 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.	Boes và cộng sự, 2015
Điểm đến du lịch thông minh được định nghĩa là những trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh tận dụng cơ sở hạ tầng công nghệ của thành phố thông minh để nâng cao trải nghiệm của khách du lịch.	Khan và cộng sự, 2017; Koo và cộng sự, 2017
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 và 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; và (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.	Lamsfus và cộng sự, 2015
Điểm du lịch thông minh có thể được coi là điểm đến dựa trên tri thức, trong đó ICT, 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 và 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.	Chiappa và Baggio, 2015
Điểm đến du lịch thông minh 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	Jovicic, 2017

Khái niệm	Tác giả
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.	
Điểm đến du lịch thông minh ngụ ý “một điểm đến du lịch sáng tạo, được xây dựng trên cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến đảm bảo sự phát triển bền vững của các khu du lịch, có thể tiếp cận được với mọi người, tạo điều kiện cho du khách tương tác và hòa nhập vào môi trường xung quanh, nâng cao chất lượng trải nghiệm tại điểm đến và cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân”.	Gretzel và cộng sự, 2015; Savić và Pavlović, 2018
Điểm đến du lịch thông minh được định nghĩa là một nền tảng triển khai công nghệ thông tin và truyền thông, chẳng hạn như trí tuệ nhân tạo và Internet để khách du lịch có thể có tất cả thông tin và dịch vụ cần thiết trên các thiết bị thông minh của họ: điện thoại di động, máy tính.	Pavlović và Celic, 2018
Điểm đến du lịch thông minh là những trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh tận dụng cơ sở hạ tầng công nghệ để nâng cao trải nghiệm của khách du lịch và cải thiện khả năng cạnh tranh của điểm đến. Tuy nhiên, Điểm đến du lịch thông minh cũng nên hướng đến việc tạo ra giá trị công cộng cho người dân địa phương.	Cavalheiro và cộng sự, 2020
Điểm đến du lịch thông minh là một điểm đến sáng tạo, được củng cố trên cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến, đảm bảo sự phát triển bền vững của lãnh thổ, thúc đẩy khả năng tiếp cận phổ quát, tạo điều kiện cho sự tương tác và hòa nhập của khách du lịch với môi trường, tăng trải nghiệm của họ tại điểm đến đồng thời cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân; cam kết thực hiện các Mục tiêu Phát triển bền vững của Liên hợp quốc.	Segittur và TechFriendly, 2020

Khái niệm	Tác giả
Điểm đến du lịch được định hình là thông minh khi sử dụng hiệu quả ICT do thành phố thông minh cung cấp, chuyển đổi thành một vùng lãnh thổ du lịch sáng tạo, đảm bảo phát triển bền vững, cải thiện chất lượng trải nghiệm của khách du lịch và nâng cao chất lượng cuộc sống của cư dân.	Santos-Júnior và cộng sự, 2020

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2023)

1.2.2.2. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh

Tổng hợp từ nhiều nghiên cứu, Santos-Júnior và cộng sự (2020) đưa ra các thành phần cấu thành và các yếu tố của điểm đến du lịch thông minh bao gồm: quản trị, tính bền vững, công nghệ, đổi mới, khả năng tiếp cận, kết nối và mạng cảm biến thông minh, hệ thống thông tin, ứng dụng/giải pháp thông minh, nguồn lực xã hội và con người, tinh thần kinh doanh, lãnh đạo, di sản văn hóa và sáng tạo.

Buhalis (2000) đưa ra sáu thành phần của một điểm đến du lịch với (1) điểm tham quan (Attractions) gồm: điểm tham quan tự nhiên, nhân tạo hoặc văn hóa, di sản, sự kiện; (2) khả năng tiếp cận của điểm đến (Accessibility) gồm: hệ thống giao thông, các tuyến đường, nhà ga, sân bay, hệ thống giao thông vận tải công cộng; (3) sự tiện nghi (Amenities) gồm: lưu trú, nhà hàng và các hoạt động giải trí; (4) các gói dịch vụ sẵn có (Available packages) gồm: các dịch vụ có sẵn do các trung gian cung cấp; (5) Các hoạt động tại điểm đến (Activities) gồm các hoạt động kích thích trải nghiệm tham quan của khách du lịch; và (6) các dịch vụ phụ trợ (Ancillary) gồm ngân hàng, bệnh viện, viễn thông...

Kế thừa nghiên cứu của Buhalis (2000), Trần Hà My và cộng sự (2017), Huertas và cộng sự (2019) dựa trên 6 thành phần chính của một điểm đến đã đề xuất một khung xếp hạng, được gọi là (Sa)6, có thể được sử dụng để phân tích sự phát triển thông minh của một điểm đến du lịch, đồng thời cũng là một hướng dẫn cho những điểm đến du lịch muốn trở thành một điểm đến du lịch thông minh. Các chỉ số này được phân tích và sắp xếp theo thứ bậc như là một chỉ số xếp hạng, đánh giá sự phát triển của một điểm đến du lịch thông minh. Có thể nhận thấy, từ quan điểm tiếp thị, (Sa)6 chính là sáu thành phần cốt lõi mà hầu hết các điểm đến du lịch hướng tới (Huertas và cộng sự, 2019). Hay nói

một cách khác, một điểm đến được xem là thông minh khi nó đạt được 6 thành phần thông minh này.

Bảng 1.5. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh

Tác giả	Các thành phần					
Buhalis (2000)	(1) Điểm tham quan tự nhiên, nhân tạo hoặc văn hóa, di sản và sự kiện Attractions	(2) Hệ thống giao thông, các tuyến đường, nhà ga, sân bay, hệ thống giao thông vận tải công cộng Accessibility	(3) Lưu trú, nhà hàng và các hoạt động giải trí Amenities	(4) Các dịch vụ có sẵn do các trung gian cung cấp Available packages	(5) Các hoạt động kích thích trải nghiệm tham quan của khách du lịch Activities	(6) Ngân hàng, bệnh viện,... Ancillary
Huertas và cộng sự (2019)	(1) Tiện nghi thông minh Smart amenities	(2) Điểm tham quan thông minh Smart attractions	(3) Các dịch vụ hỗ trợ thông minh Smart ancillary	(4) Khả năng tiếp cận thông minh Smart Accessibility	(5) Các hoạt động thông minh Smart activities	(6) Dịch vụ trọn gói thông minh Smart available packages

Nguồn: Huertas và cộng sự (2019); Buhalis (2000)

1.2.3. Phát triển điểm đến du lịch thông minh

1.2.3.1. Khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh

Đề cập tới khái niệm phát triển, Sharpley (2002) mô tả phát triển là “sự thay đổi liên tục và tích cực về kinh tế, xã hội, chính trị và văn hóa, các khía cạnh về điều kiện sống của con người; vốn được tự do lựa chọn dẫn dắt và bị khả năng duy trì sự thay đổi

của môi trường đó giới hạn”. Khi đưa phát triển điểm đến vào thực tế, Manhas và Manrai (2016) nhấn mạnh rằng phát triển là một khái niệm đa chiều. Do đó, các nhà phát triển điểm đến không chỉ nên xem xét các khía cạnh kinh tế của du lịch mà còn cố gắng kết hợp nó với tất cả các khía cạnh xã hội, chính trị và văn hóa khác. Để trở thành một điểm đến hấp dẫn, cơ sở hạ tầng của điểm đến và các cơ sở du lịch cần được cải thiện. Ngoài ra, các quyết định về đầu tư, tuyển dụng và đào tạo nhân viên cũng rất quan trọng đối với sự phát triển của một điểm đến. Hơn nữa, các nhà tiếp thị và phát triển du lịch cần quảng bá điểm đến của họ để tạo ra hình ảnh thu hút các phân khúc du khách mục tiêu. Bên cạnh đó, Zhang và cộng sự (2023) cho rằng việc phát triển điểm đến du lịch đã được chấp nhận rộng rãi như một bối cảnh nghiên cứu phức tạp theo khuynh hướng chính trị vô hướng, nghĩa là ở mặt nào đó, nhiều bên liên quan tham gia vào toàn bộ quá trình phát triển này, bao gồm cộng đồng địa phương, vốn, chính phủ, các công ty,... không giới hạn số lượng. Ngoài ra việc phát triển các điểm đến du lịch cũng được đánh giá là nên được thực hiện sao cho tạo ra trải nghiệm du lịch đáng nhớ và hình ảnh thương hiệu thuận lợi, từ đó sẽ tạo ra sự truyền miệng tích cực và kinh doanh lặp lại cho một điểm đến du lịch cụ thể, đồng thời cải thiện tính bền vững của điểm đến du lịch (Manhas và Manrai, 2016).

Về khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh, luận án tiếp cận khái niệm của Vũ Thu Giang và cộng sự (2022): *“Theo quan điểm duy vật biện chứng, phát triển không chỉ là sự tăng lên về lượng mà còn là sự thay đổi về chất theo hướng ngày càng hoàn thiện. Theo đó, khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh được hiểu là quá trình vận động, tiến triển tăng lên về cả chất và lượng các yếu tố hình thành nên đến điểm đến du lịch thông minh nhằm đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu ngày càng đa dạng của khách du lịch”*.

Tiếp cận theo khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh của Vũ Thu Giang và cộng sự (2022) cùng với những phân tích ở trên liên quan đến khái niệm phát triển, phát triển điểm đến, quá trình phát triển điểm đến du lịch thông minh cần phải xem xét các yếu tố bên trong (tức các thành phần, các yếu tố cấu thành nên điểm đến) và các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến điểm đến du lịch thông minh.

Trong một nghiên cứu của Baggio (2013), tác giả đánh giá điểm đến du lịch là một hệ thống phức tạp, gồm nhiều yếu tố khác nhau có mối liên hệ chặt chẽ, bao gồm kinh tế, xã hội và môi trường. Đây là một hệ thống luôn vận động và thay đổi, nơi mà bất kỳ sự kiện nào xảy ra - dù xuất phát từ bên trong hay bên ngoài, do tự nhiên hay con người gây ra - đều có thể làm xáo trộn cấu trúc hiện có, ảnh hưởng đến hoạt động bình thường, thậm chí đe dọa sự tồn tại của cả hệ thống. Những thay đổi này có thể khiến điểm đến bị mất cân bằng và chuyển sang những hướng phát triển mới, khó đoán trước và không ổn định. Chính vì tính khó dự đoán đó, việc quản lý điểm đến và xây dựng các chiến lược phát triển hiệu quả trở nên vô cùng khó khăn. Từ nhận định này, có thể khẳng định một cách sâu sắc hơn nữa điểm đến du lịch là một hệ thống mở. Việc phát triển điểm đến du lịch nói chung, điểm đến du lịch thông minh nói riêng cần phải được xem xét đến sự ảnh hưởng của 2 nhóm yếu tố: nhóm thành phần nội tại (các yếu tố bên trong) và nhóm yếu tố tác động từ môi trường bên ngoài.

1.2.3.2. Vai trò của phát triển điểm đến du lịch thông minh

Đối với điểm đến du lịch thông minh, việc phát triển du lịch thông minh được xem là có một vai trò quan trọng cho sự phát triển của ngành du lịch tại một điểm đến. Theo Lima và cộng sự (2020), có thể thấy, một điểm đến khi phát triển theo hướng du lịch thông minh sẽ có thể:

- (1) Tiến tới sự phát triển du lịch bền vững;
- (2) Có thể tích hợp được các nguyên tắc quản trị trong quản lý du lịch;
- (3) Nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến trong tất cả các lĩnh vực;
- (4) Tăng cường năng lực cạnh tranh và nâng cao vị thế của điểm đến;
- (5) Khám phá các cơ hội để áp dụng ICT theo nhu cầu và việc sử dụng ICT của các công ty dịch vụ du lịch;
- (6) Phát triển việc quản lý dựa trên tri thức một cách sáng tạo hơn;
- (7) Thông qua vai trò chủ động trong việc sử dụng công nghệ mới theo nhu cầu của từng điểm đến;
- (8) Thúc đẩy tinh thần kinh doanh và các mô hình kinh doanh mới bằng cách kết hợp các hoạt động du lịch với ICT.

Ngoài ra, theo Pai và cộng sự (2020), việc phát triển du lịch thông minh tại điểm đến có thể dẫn đến tối ưu hóa tài nguyên và tạo ra giá trị đồng sáng tạo giữa khách du lịch và nhà cung cấp. Việc lấy trải nghiệm của du khách làm cốt lõi cũng được cho là có thể làm tối ưu được nguồn tài nguyên du lịch của điểm đến (Ho Su Minh Tai và cộng sự, 2021); tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình tích hợp giữa sản xuất và tiêu dùng, đồng thời tăng cường liên kết giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng, khuyến khích tăng cường giao tiếp và hợp tác giữa khách du lịch và các bên liên quan đến điểm đến, góp phần đạt được các mục tiêu cho cả hai bên: hiện thực hóa trải nghiệm du lịch chất lượng cao và hiệu quả kinh doanh cho các bên liên quan (Jovicic, 2017).

Đối với khách du lịch, theo Lima và cộng sự (2017), cũng đã xác định các vai trò gồm: (1) du lịch thông minh làm thay đổi khách du lịch, cụ thể du lịch thông minh làm thay đổi hành vi tìm kiếm thông tin của khách du lịch; (2) làm thay đổi đáng kể hành vi của khách du lịch; và (3) mang đến những thay đổi cho các tổ chức tour du lịch.

Một cách tổng thể, với sự trợ giúp của công nghệ, đổi mới và hợp tác, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh sẽ mang lại cho khách du lịch trải nghiệm du lịch tốt hơn, phúc lợi của cư dân địa phương, nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp và điểm đến, và cuối cùng là mang đến tính bền vững (Gajdosik, 2018).

Thật vậy, nhìn từ khái niệm du lịch thông minh có thể thấy rằng, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh sẽ tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế địa phương phát triển, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân. Bên cạnh đó, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh với nhiều giải pháp, sáng kiến tiếp cận thân thiện với môi trường sẽ góp phần phát triển bền vững cho ngành du lịch của địa phương. Một khía cạnh khác, tại các điểm đến du lịch thông minh, người dân dễ dàng tiếp cận với toàn cầu và đặc biệt hơn, đối với những người, do khuyết tật, tuổi tác, mang thai, bệnh tật hoặc các lý do khác, không thể tiếp cận hoặc thực hiện rất khó khăn. Các điểm đến du lịch thông minh sẽ giúp khách du lịch dễ dàng hơn trong việc thích ứng với cơ sở hạ tầng, thiết bị và dịch vụ, đồng thời giảm bớt các rào cản về kiến trúc cũng như cải thiện khả năng tiếp cận thông tin của nhiều nhóm khách hàng.

1.2.3.3. Nền tảng phát triển điểm đến du lịch thông minh

Công nghệ thông tin và truyền thông

Theo UNESCO (2019), công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) được định nghĩa là một tập hợp đa dạng các công cụ và tài nguyên công nghệ được sử dụng để truyền, lưu trữ, tạo, chia sẻ hoặc trao đổi thông tin. Với sức lan tỏa mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 hiện nay, ICT được đề cập với sự ra đời của hàng loạt những công nghệ mới như: trí tuệ nhân tạo (AI), internet vạn vật (IoT), dữ liệu lớn (Big data), chuỗi khối (Blockchain), thực tế ảo (VR)... , robot, điện toán đám mây... đã và đang tác động sâu sắc tới toàn bộ đời sống kinh tế - xã hội.

Theo Santos-Júnior và cộng sự (2020), công nghệ có thể có tác động cứng hoặc mềm đối với sự phát triển của các điểm đến du lịch thông minh. Trong đó, đối với các khía cạnh thuộc lĩnh vực môi trường như quản lý nước và năng lượng, quản lý chất thải, xây dựng bền vững và lĩnh vực xã hội như hệ thống y tế công cộng, di chuyển và an toàn công cộng, cần đầu tư nhiều vào công nghệ. Trong khi đó, công nghệ sẽ có tác động mềm hơn và ít tốn kém hơn liên quan đến các khía cạnh thuộc lĩnh vực kinh tế và chính trị của điểm đến (tinh thần kinh doanh, nền kinh tế hợp tác, quản trị).

Công nghệ là yếu tố không thể thiếu đối với các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh. ICT tạo thành một trụ cột cơ bản của nền kinh tế kỹ thuật số (Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự, 2019). Thành phần được cho là quan trọng làm cho các điểm đến trở nên thông minh là việc sử dụng công nghệ. Sự tiến bộ của ICT nói chung và điện toán đám mây nói riêng thúc đẩy chính quyền và những người làm nghề du lịch tại điểm đến có thể tận dụng các công nghệ thông minh để tối ưu hoá việc ra quyết định trong kinh doanh cũng như nâng cao trải nghiệm của khách du lịch (Ye và cộng sự, 2020). Ngoài sự phổ biến của internet vạn vật (IoT), ứng dụng di động, các dịch vụ gắn thẻ địa lý, cũng theo Ye và cộng sự (2020), dịch vụ dựa trên vị trí, thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), phương tiện truyền thông xã hội và thiết bị thông minh mang đến những cơ hội to lớn cho các bên liên quan và ngành du lịch để tạo, lưu trữ, và truy xuất dữ liệu lớn phục vụ cho nhiều mục đích khác nhau. Có thể thấy, ICT đã tạo ra sự khác biệt, nó cung cấp cho người dùng các giải pháp liền mạch và truy cập tích hợp với trọng tâm là cải thiện trải nghiệm du lịch, tăng hiệu quả, cải thiện quy trình tự động hóa và tất cả những điều này là không thể thiếu đối với các điểm du lịch bền vững (Khan và cộng sự, 2017). Vai trò của ICT được xác định là yếu tố then chốt để xác định khả năng cạnh tranh của thành phố thông minh cũng như du lịch thông minh (Boes và cộng sự, 2015).

ICT có thể làm tăng khả năng cạnh tranh của các điểm đến thông minh thông qua sử dụng tốt hơn các nguồn tài nguyên của điểm đến, đồng thời có thể cải thiện hiệu quả quá trình sản xuất, tiếp thị và việc sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo (López de Ávila và Sánchez, 2013).

Trong du lịch thông minh, công nghệ được xem là cơ sở hạ tầng, thay vì hệ thống thông tin riêng lẻ và bao gồm nhiều công nghệ điện toán thông minh tích hợp phần cứng, phần mềm và công nghệ mạng để cung cấp nhận thức thời gian thực về thế giới thực (Gretzel và cộng sự, 2015). Việc áp dụng ICT vào quản lý điểm đến được cho là phổ biến, quan trọng là cần xác định công nghệ nào sẽ làm cho điểm đến trở nên thông minh (Ivars-Bidal và cộng sự, 2019). Một số những công nghệ mới được ứng dụng trong phát triển du lịch thông minh được tác giả tổng hợp từ Konstantinova (2017); Imtiaz và Kim (2019); Ngô Thanh Loan (2019); Nguyễn Thị Huyền Thương (2020) trong Bảng 1.6.

Bảng 1.6. Các công nghệ phổ biến hiện nay trong phát triển du lịch thông minh

Các giải pháp công nghệ	Ứng dụng
Mô hình điện toán đám mây (Cloud Computing)	Cho phép người sử dụng truy cập các dịch vụ công nghệ từ một nhà cung cấp nào đó mà không cần phải có các kiến thức, kinh nghiệm về công nghệ đó, cũng như không cần quan tâm và đầu tư nhiều cho các cơ sở hạ tầng phục vụ công nghệ đó. Mô hình này giúp việc tính toán trở nên nhanh chóng, thuận tiện và giảm chi phí rất nhiều cho doanh nghiệp.
Dữ liệu lớn (Big data)	Một lượng lớn không gian lưu trữ miễn phí cho phép lưu trữ, phân tích, khai thác một lượng dữ liệu khổng lồ, với số lượng không gian ổ cứng “gần như miễn phí” được triển khai có khả năng lưu trữ mọi video, email, bài đăng trên Instagram, bài đăng trên Facebook, sẵn sàng để được phân tích, tính toán khi cần.
Trí tuệ nhân tạo (AI) và Chatbots	- Giúp cá nhân hóa trải nghiệm, tìm và đặt chuyến đi. - Giúp phân tích dữ liệu kinh doanh. - Thông qua chatbot phản hồi nhanh chóng cho các thắc mắc của khách hàng bất kể nhân viên có sẵn sàng hay không.

Các giải pháp công nghệ	Ứng dụng
	- Xây dựng phòng khách sạn thông minh, xác định nhu cầu và sở thích của khách. - Sử dụng rô bốt, chatbot và tự động hóa để làm việc với nhân viên ngành du lịch: chào đón, phục vụ đồ ăn và thức uống cho du khách, hướng dẫn khách, xử lý các yêu cầu và hỗ trợ khách hàng những thông tin hữu ích khi yếu tố con người bị hạn chế. - Xử lý một yêu cầu đặt phòng, thông báo tình hình thời tiết, cho biết vị trí của các ATM...của người dùng ở bất kỳ đâu, vào bất kỳ thời điểm nào và sử dụng bất kỳ ngôn ngữ nào. - Cung cấp khả năng tìm kiếm bằng giọng nói trong phòng, cung cấp nguồn thông tin du lịch thuận tiện hơn. - Giúp kết nối với khách hàng dễ dàng hơn thông qua việc tìm kiếm bằng giọng nói.
Công nghệ chuỗi khối (Blockchain)	- An ninh và ổn định - Giúp theo dõi hành lý - Dịch vụ nhận dạng - Thanh toán an toàn
Kết nối IoT (Internet of Thing)	- Giúp doanh nghiệp biết được nhu cầu, thói quen du lịch và một số đặc điểm khác để có thể chuyển đến khách hàng tiềm năng những thông tin mà họ thật sự quan tâm. - Giúp doanh nghiệp tăng khả năng bán được sản phẩm, vừa biết rõ khách hàng hơn, đồng thời giúp khách hàng tiết kiệm thời gian tìm kiếm và thực hiện các thao tác để mua sản phẩm mà họ muốn.
Thực tế ảo (VR - Virtual Reality)	- Du khách dễ dàng tìm kiếm thông tin, trải nghiệm địa điểm du lịch trên internet của du khách, trước và trong chuyến đi thông qua việc mô phỏng địa điểm du lịch thông qua các hình ảnh, video, các yếu tố đa phương tiện khác như hiệu ứng âm thanh, âm nhạc hoặc các bản tường thuật, giới thiệu, các văn bản.

Các giải pháp công nghệ	Ứng dụng
	- Giúp cho du khách có thể hiểu rõ hơn về địa điểm sắp tham quan và kích thích được cảm hứng cho chuyến du lịch của mình
Thực tế ảo tăng cường (AR-Augmented Reality)	- Các ứng dụng điện thoại thông minh AR cung cấp thông tin hữu ích cho khách du lịch về điểm đến mà họ có thể đến - các địa điểm và điểm du lịch nổi tiếng, bảo tàng và phòng của khách sạn, địa điểm giải trí...

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2025)

Hệ sinh thái du lịch thông minh

Hệ sinh thái du lịch thông minh đề cập đến hoạt động kinh doanh phức hợp, tạo ra và hỗ trợ trao đổi tài nguyên du lịch và đồng sáng tạo trải nghiệm du lịch (Ho Su Minh Tai và cộng sự, 2021). Gajdošík (2018) đưa ra quan điểm về hệ sinh thái du lịch thông minh và cho rằng hệ sinh thái kinh doanh thông minh là cách toàn diện nhất để mô tả khái niệm nền tảng của du lịch thông minh. Nó dựa trên ý tưởng: không có gì có thể hoạt động riêng lẻ và cần tương tác trong hệ sinh thái để phát triển. Hệ sinh thái được cấu tạo bởi nhiều đối tượng khác nhau (khách hàng, những đối tượng tham gia trong thị trường, chính phủ) cùng phát triển mạnh mẽ các mối quan hệ trong một môi trường hòa nhập dựa trên các hoạt động và mạng lưới kinh doanh cụ thể.

Hệ sinh thái du lịch thông minh được mô tả là khái niệm giữa các bên liên quan ở cấp độ vi mô và vĩ mô để tạo ra trải nghiệm du lịch thông qua các nguồn lực con người, công nghệ, thông tin và dịch vụ được chia sẻ và trao đổi tài nguyên trên cơ sở trải nghiệm trước, trong và sau chuyến đi (Bhuiyan và cộng sự, 2022). Muốn hình thành hệ sinh thái thông minh cần có nền tảng công nghệ thông minh (Murphy và cộng sự, 2000). Theo Gretzel và cộng sự (2015), hệ sinh thái du lịch thông minh là một nền tảng tạo ra việc quản lý và cung cấp các dịch vụ du lịch thông qua tiến bộ công nghệ dẫn đến chia sẻ thông tin và tạo ra giá trị. Các yếu tố chính của hệ sinh thái là nhà cung cấp và người nhận dịch vụ, dịch vụ hỗ trợ, công nghệ, nền tảng, tổ chức phi chính phủ, các công ty từ ngành khác. Nguồn lực cũng được phân loại giữa các tác nhân, dựa trên tính hữu hình/vô

hình (công cụ, phần mềm, cơ sở hạ tầng), nguồn nhân lực (kỹ năng, kiến thức và cam kết) và nguồn lực quan hệ (mạng lưới giữa các nguồn lực) (Gretzel và cộng sự, 2015).

Nghiên cứu đầu tiên để áp dụng khái niệm hệ sinh thái vào du lịch thông minh đã được đề xuất bởi Zhang và cộng sự (2012). Sau đó, Zhu và cộng sự (2014) đã mở rộng khái niệm này đề xuất năm yếu tố của hệ thống du lịch thông minh: khách du lịch, chính phủ, khu danh lam thắng cảnh, doanh nghiệp và trung tâm trao đổi thông tin. Với Buhalis và cộng sự (2019), tính thông minh liên quan đến việc tối ưu hóa các mạng và hệ sinh thái thay vì chỉ cải thiện hiệu suất của các quy trình hoặc tổ chức riêng lẻ. Nó đòi hỏi khả năng kết nối và tương tác của các bên liên quan để tạo điều kiện cho sự linh hoạt của tập thể, điều này chắc chắn dẫn đến việc tái cấu trúc quy trình kinh doanh và các phương pháp đổi mới để đồng sáng tạo giá trị, chuyển đổi giữa các ngành. Nó tạo ra động lực mới giữa những người tham gia trong chuỗi giá trị ngành (Jiang và Stylos, 2021). Các chất xúc tác chính không chỉ bao gồm các công nghệ mới mà còn là sự phổ biến tư duy lãnh đạo và cách suy nghĩ đổi mới (Spencer và cộng sự, 2012). Những điều này khẳng định hệ sinh thái cải thiện khả năng kết nối, vận hành, tương tác và liên lạc, tăng hiệu quả trong các quy trình kinh doanh và đảm bảo rằng tất cả các nhu cầu của các bên liên quan đều được đáp ứng (Stylos và cộng sự, 2021).

Hệ sinh thái kinh doanh thông minh bao gồm nhà cung cấp tham gia chuỗi giá trị du lịch không chỉ cung cấp vật chất mà còn cả các dịch vụ trực tuyến. Hệ sinh thái kinh doanh du lịch tự nhiên bao gồm các nhà khai thác du lịch, các nhà khai thác vận tải hàng không, xe buýt địa phương, khách sạn, các nhà nghỉ bản xứ địa phương, điểm tham quan, các nhà điều hành tour, bộ phận mua sắm, giải trí...; các nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến (TripAdvisor, Google Map), nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến vận tải (Skyscanner, Uber, Grab...), nhà cung cấp dịch vụ lưu trú trực tuyến (Airbnb, Trivago), thanh toán trực tuyến (Alipay, Line Pay, Apple Pay) và nền tảng truyền thông xã hội (Facebook, Instagram, Wechat, Weibo...). Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của chính phủ hoặc nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến có thể xây dựng một nền tảng du lịch thông minh để tích hợp tất cả hệ sinh thái vật lý và trực tuyến để cung cấp công thông tin một cửa, trợ giúp tìm hiểu thông tin du lịch, đưa ra các khuyến nghị, tự động hóa các quy trình du lịch, thu thập các dữ liệu lớn về du lịch để dự báo nhu cầu, mô phỏng lịch trình, phát triển sản phẩm, dự đoán xu hướng, xúc tiến bán hàng,... (Tsaih và Hsu, 2018).

Thành phố thông minh

Theo Hebeeb và Weli (2020), thành phố thông minh được hiểu là thành phố sử dụng các ứng dụng ICT để nâng cao sự đổi mới và tri thức, giảm chi phí, sử dụng tài nguyên một cách tối ưu, nâng cao đời sống và công việc, đồng thời tạo điều kiện giao tiếp giữa chính phủ và những người sống và làm việc tại thành phố. Cùng quan điểm, Nguyễn Thị Thanh Huyền (2017) phát biểu: một thành phố được coi là thành phố thông minh khi tăng trưởng kinh tế bền vững và chất lượng cuộc sống của người dân được nâng cao thông qua sự đầu tư vào nguồn nhân lực, sự tham gia quản lý của chính quyền và cơ sở hạ tầng tốt hỗ trợ cho việc quản lý thông tin trên toàn thành phố. Theo Lee và cộng sự (2020), thành phố thông minh là cách tiếp cận mới để quy hoạch đô thị và cuộc sống.

Hệ thống thành phố thông minh đã được El-Yazid và cộng sự (2023) xác định gồm các hệ thống sau: giao thông thông minh, năng lượng thông minh, công nghệ thông minh, cuộc sống thông minh, môi trường thông minh, công dân và giáo dục thông minh, nền kinh tế thông minh, chính phủ thông minh và thành phố an toàn trong khi đó, IoT, đám mây được đánh giá không phải là hệ thống độc lập mà là công cụ cơ bản để đạt được các nhu cầu đó. Để các thành phố thông minh có thể bền vững, đáng sống và phát triển, chúng cần phải có: điều kiện sống thông minh; môi trường thông minh; công dân thông minh; quản trị thông minh (Matyusupov và cộng sự, 2024).

Theo Trần Hà My và cộng sự (2017), thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh có mối liên hệ chặt chẽ với nhau nhưng có những đặc điểm riêng biệt. Nhóm tác giả khẳng định: điểm đến du lịch thông minh xuất hiện từ sự phát triển của thành phố thông minh. Cùng quan điểm, Savić và Pavlović (2018) cũng nhấn mạnh điểm đến du lịch thông minh là một trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh cũng ứng dụng các quy tắc và cơ sở hạ tầng tương tự đặc trưng của thành phố thông minh. Nếu các thành phố thông minh phục vụ cư dân của họ thì du lịch thông minh chủ yếu hướng tới khách tham quan hay là khách du lịch (Khan và cộng sự, 2017; Boes và cộng sự, 2015). Về bản chất, các thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh cùng chia sẻ cơ sở hạ tầng cũng như cơ sở vật chất đồng thời cung cấp các giải pháp cho người dân và khách du lịch (Khan và cộng sự, 2017). Và theo Cohen

(2011), các điểm đến du lịch thông minh nên sử dụng các ứng dụng du lịch phù hợp trong các thành phố thông minh.

Tóm lại, du lịch thông minh và thành phố thông minh có liên quan chặt chẽ với nhau. Hay nói một cách khác, các điểm đến du lịch thông minh là các thành phố thông minh sử dụng công nghệ thông tin và các đổi mới để mang lại niềm vui và kinh nghiệm cho khách du lịch. Và như vậy, thành phố thông minh là kết quả của sự liên thông giữa thành phố du lịch và thành phố thông minh và một điểm đến du lịch thông minh cũng chính là thành phố thông minh khi thành phố đó trở thành một điểm đến của khách du lịch (Habeeb và Weli, 2020). Khi xét về mối quan hệ giữa thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh, Savić và Pavlović (2018) đưa ra quan điểm: các yếu tố phát triển của thành phố thông minh đồng thời là các yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh với tư cách là một yếu tố của du lịch thông minh. Bên cạnh đó, Jasrotia và Gangotia (2018) cũng nhấn mạnh các thành phố thông minh đóng vai trò như một nấc thang để hình thành các điểm đến du lịch thông minh. Từ cơ sở lý luận này, tác giả tiếp thu và kế thừa các quan điểm trên và xem xét các yếu tố của thành phố thông minh như là các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển điểm đến du lịch thông minh.

1.3. Một số mô hình/khung lý thuyết liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

1.3.1. Khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh của Boes và cộng sự

Boes và cộng sự (2016) đã khám phá các thành phần cốt lõi của sự thông minh để đưa ra khung lý thuyết phát triển điểm đến du lịch thông minh thông qua phân tích nghiên cứu trường hợp của các thành phố thông minh đã được thiết lập tốt. Các tác giả cũng xác định điểm đến du lịch thông minh là một hệ sinh thái toàn diện, thông minh, trong đó, các yếu tố tác động đến sự thông minh của một điểm đến, gồm: (1) sự lãnh đạo; (2) sự đổi mới; (3) con người (gồm nguồn lực con người, nguồn lực xã hội) (được gọi là các yếu tố thông minh mềm) và (4) nguồn tài nguyên về ICT là yếu tố hỗ trợ các cấu trúc cốt lõi của các điểm đến thông minh (được xem là yếu tố thông minh cứng). Nghiên cứu cũng cho thấy sự phụ thuộc lẫn nhau giữa con người và công nghệ, trong đó ICT đã đóng vai trò hỗ trợ thiết yếu, bên cạnh các chủ thể xã hội và kinh tế. Các yếu tố mềm này đan xen mạnh mẽ với yếu tố thông minh cứng.

Theo phân tích của Boes và cộng sự (2016), ICT, con người và lãnh đạo là những đối tượng có đóng góp đáng kể cho khái niệm “thông minh” và do đó rất cần được nâng cao và phát triển. Trong hệ sinh thái thông minh, sự kết hợp độc đáo giữa con người, nguồn lực công nghệ được công nhận, trong đó, ICT đã trở thành một tác nhân trong hệ sinh thái thông minh bên cạnh kinh tế và xã hội.

Khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh của Boes và cộng sự (2016) gồm có 4 lớp. Cụ thể:

(1) Lớp trên cùng: đầu vào và lãnh đạo với các yếu tố Con người, ICT và Lãnh đạo. Trong đó:

- Con người bao gồm: *Nguồn lực con người*: Kỹ năng, giáo dục và khả năng của những người tham gia vào ngành du lịch; *Nguồn lực xã hội*: Mạng lưới, quan hệ và các cấu trúc xã hội hỗ trợ sự hợp tác và đổi mới; *Quản lý kiến thức*: Các quy trình tạo ra, chia sẻ, sử dụng và quản lý kiến thức trong ngành du lịch;

- ICT bao gồm: *Internet vạn vật (IoT)*: Các thiết bị kết nối qua internet để cung cấp dữ liệu và dịch vụ theo thời gian thực; *Công nghệ môi trường*: Tích hợp công nghệ vào môi trường một cách liền mạch; *Tính tương tác*: Đảm bảo các hệ thống và công nghệ khác nhau hoạt động cùng nhau hiệu quả; *Điện toán đám mây và điện toán biên*: Sử dụng dịch vụ đám mây và điện toán biên để xử lý và lưu trữ dữ liệu; *Dữ liệu lớn/Dữ liệu mở*: Sử dụng các tập dữ liệu lớn và nguyên tắc dữ liệu mở để thúc đẩy hiểu biết và đổi mới;

- Lãnh Đạo gồm: *Quản trị*: Thu hút các bên liên quan vào quá trình ra quyết định; *Tầm nhìn xa*: Có một tầm nhìn rõ ràng và chiến lược cho tương lai; *Đổi mới*: Khuyến khích và triển khai các ý tưởng và giải pháp mới; *Chấp nhận rủi ro*: Sẵn sàng chấp nhận rủi ro có tính toán để phát triển và đổi mới; *Định hướng con người*: Tập trung vào nhu cầu và sự đóng góp của con người; *Quản lý thay đổi*: Quản lý và dẫn dắt hiệu quả qua những thay đổi.

(2) Lớp giữa: sự thông minh với các yếu tố các tác nhân kinh tế, các tác nhân xã hội và các tác nhân công nghệ. Trong đó:

- Các tác nhân kinh tế gồm: *Hệ sinh thái đồng sáng tạo giá trị*: Sự hợp tác giữa các tác nhân khác nhau để tạo ra giá trị cùng nhau; *Người tạo ra giá trị*: Các cá nhân hoặc đơn vị đóng góp vào việc tạo ra giá trị; *Người hưởng lợi từ giá trị*: Những người nhận và hưởng lợi từ giá trị được tạo ra.

- Các tác nhân xã hội gồm: các cộng đồng và mạng lưới xã hội tham gia vào hệ sinh thái du lịch.

- Các tác nhân công nghệ: các thực thể công nghệ và cơ sở hạ tầng hỗ trợ hệ sinh thái du lịch.

(3) Lớp dưới: các đổi mới thông minh với các yếu tố của một thành phố thông minh. Trong đó:

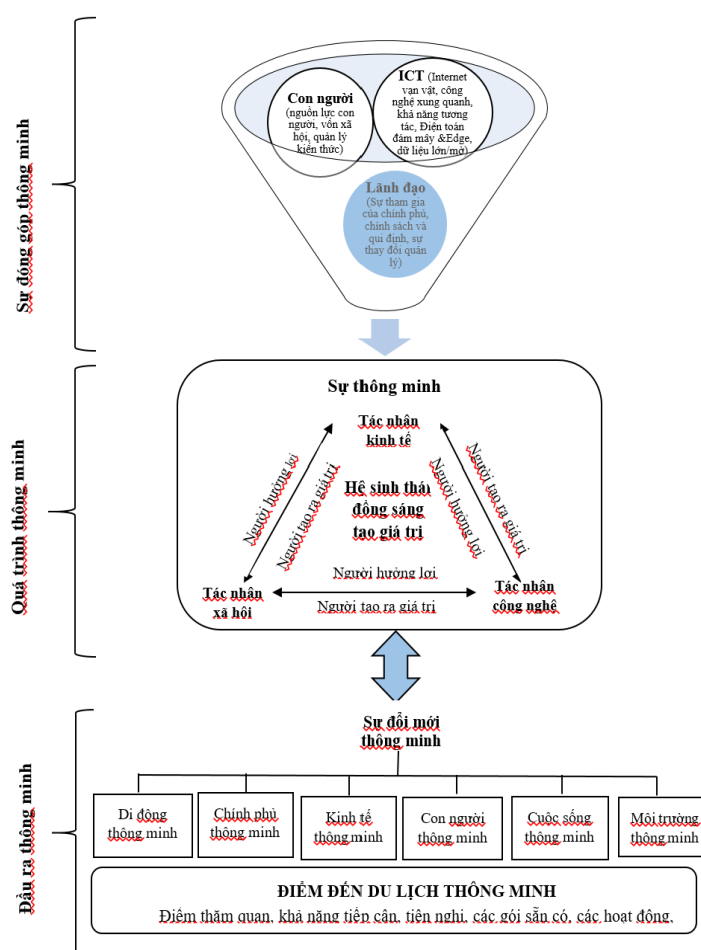
- Giao thông thông minh: giải pháp giao thông hiệu quả và bền vững.
- Chính phủ thông minh: quản trị hiệu quả, minh bạch và đáp ứng nhu cầu.
- Kinh tế thông minh: các hoạt động kinh tế tận dụng công nghệ để hiệu quả và phát triển.
- Con người thông minh: các cá nhân được trao quyền và hiểu biết, đóng góp và hưởng lợi từ ngành du lịch.
- Cuộc sống thông minh: nâng cao chất lượng cuộc sống thông qua công nghệ và các giải pháp thông minh.
- Môi trường thông minh: các thực hành và công nghệ bền vững và thân thiện với môi trường.

(4) Lớp cơ sở: Điểm đến du lịch thông minh với các thành phần (Sa)⁶ của một điểm đến du lịch. Trong đó:

- Điểm tham quan: các điểm du lịch thu hút du khách.
- Khả năng tiếp cận: dễ dàng tiếp cận đến các điểm đến và dịch vụ.
- Tiện nghi: các cơ sở và dịch vụ nâng cao trải nghiệm du lịch.
- Các gói có sẵn: các gói du lịch được sắp xếp trước.
- Hoạt động: các hoạt động thú vị và hấp dẫn cho du khách.

- Dịch vụ phụ trợ: các dịch vụ bổ sung hỗ trợ trải nghiệm du lịch.

Khung lý thuyết này (1) nhấn mạnh việc tích hợp các công nghệ tiên tiến (ICT) với vốn nhân lực và xã hội để thúc đẩy hệ sinh thái du lịch thông minh; (2) nhấn mạnh vai trò của lãnh đạo trong đó, sự lãnh đạo mạnh mẽ, có tầm nhìn và sự tham gia của lãnh đạo là yếu tố then chốt trong việc dẫn dắt hệ sinh thái hướng tới đổi mới và các giải pháp thông minh; (3) nhấn mạnh vào hệ sinh thái hợp tác, tạo ra giá trị đồng sáng tạo thông qua sự hợp tác giữa các tác nhân kinh tế, xã hội và công nghệ, nhấn mạnh tầm quan trọng của phương pháp tiếp cận cộng sinh; (4) thể hiện sự đổi mới toàn diện với nhiều khía cạnh của đổi mới, từ giao thông và quản trị đến kinh tế và môi trường, đảm bảo sự phát triển toàn diện của du lịch thông minh; và cuối cùng (5) hướng tới nâng cao trải nghiệm của du khách bằng cách tập trung vào các đổi mới thông minh và các dịch vụ toàn diện, làm cho điểm đến trở nên hấp dẫn và bền vững hơn.



Nguồn: Boes và cộng sự (2016)

Hình 1.8. Khung lý thuyết điểm đến du lịch thông minh

Nhìn chung, khung lý thuyết điểm đến du lịch du lịch thông minh của Boes và cộng sự (2016) mô tả một cách tiếp cận nhiều tầng lớp. Từ khung lý thuyết của Boes và cộng sự (2016), luận án kế thừa và tiếp thu một số nội dung cốt lõi nhằm làm cơ sở phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Cụ thể, luận án đã tiếp thu khung lý thuyết này trong việc khẳng định các yếu tố ảnh hưởng đến điểm đến du lịch thông minh gồm: yếu tố thông minh mềm (con người, xã hội, lãnh đạo) và yếu tố thông minh cứng (ICT). Luận án cũng tiếp cận và khai thác nhận định về mối quan hệ cộng sinh giữa các tác nhân kinh tế - xã hội - công nghệ trong hệ sinh thái du lịch. Đây là cơ sở để đánh giá mức độ tham gia và hợp tác của các bên liên quan tại điểm đến du lịch Khánh Hòa, từ chính quyền, doanh nghiệp đến cộng đồng và du khách. Những nội dung này giúp luận án định hình rõ ràng hơn khi thiết kế mô hình nghiên cứu, đo lường và đánh giá mức độ tác động của từng nhóm yếu tố đến sự phát triển điểm đến.

1.3.2. Mô hình khái niệm đánh giá điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva

Popova và Malcheva (2020) ngoài việc tiếp cận mô hình INVAT.TUR (2015), đã kế thừa rất nhiều nghiên cứu khác của Griffinger và cộng sự (2007); Gretzel (2014); Ivars - Baidal và cộng sự (2019). Các tác giả kế thừa khá nhiều các nghiên cứu cũng như đúc kết từ thực tế để đề xuất một mô hình điểm đến du lịch thông minh khá đầy đủ, có thể được xem là một mô hình điểm đến du lịch thông minh mẫu cho các điểm đến du lịch khác muốn phát triển để trở thành một điểm đến du lịch thông minh.

Theo đó, nghiên cứu cho rằng quyết định chuyển một thành phố thông minh trở thành một điểm đến du lịch thông minh được coi là một quá trình thỏa thuận phức tạp giữa các cơ quan, các ngành và các lực lượng tương tác trong ranh giới của một lãnh thổ nhất định nhằm thúc đẩy một dự án chung kết hợp tạo ra sự tăng trưởng kinh tế, công bằng, thay đổi xã hội, văn hóa, hệ sinh thái bền vững, cân bằng không gian và lãnh thổ,... nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống và hạnh phúc của mỗi người dân ở đó. Nghiên cứu đã đưa ra một mô hình điểm đến du lịch thông minh với 4 trụ cột của điểm đến thông minh, bao gồm: Khả năng tiếp cận, Tính bền vững, Số hóa và Sức hấp dẫn. Một điểm khác biệt được bổ sung, Popova và Malcheva (2020) đã đề cập tới yếu tố “các bên liên quan”, cụ thể là các đại lý du lịch trực tuyến (OTA), các tổ chức quản lý điểm

đến (DMO), các tổ chức giao thông công cộng... đóng vai trò là yếu tố hỗ trợ cho các trụ cột này.

Mô hình cũng thể hiện sự ảnh hưởng trực tiếp bởi các yếu tố của môi trường bên ngoài đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh với sức mạnh, hướng và tần suất ảnh hưởng khác nhau, bao gồm: (1) chính trị; (2) kinh tế; (3) xã hội; (4) công nghệ; (5) môi trường; (6) luật pháp. Với trường hợp cụ thể của Varna, nghiên cứu khẳng định khả năng biến Varna thành điểm đến du lịch thông minh cần được đánh giá theo các yếu tố của môi trường vĩ mô. Và các yếu tố này được đánh giá bởi các chuyên gia từ thành phố Varna thông qua phương pháp Delphi.

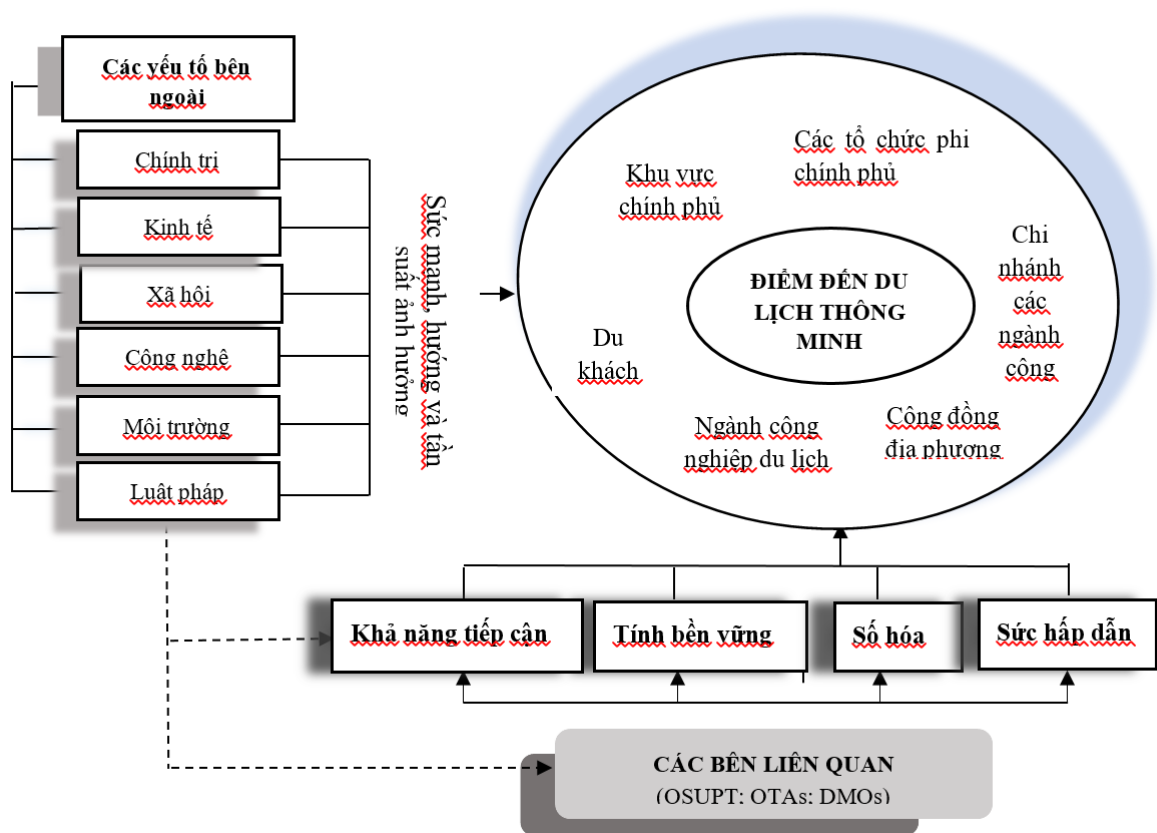
Trong mô hình khái niệm mà nhóm tác giả đưa ra, sự phát triển của thành phố như một điểm đến thông minh phụ thuộc vào thái độ của khu vực công và ý chí của các tổ chức nhà nước trong việc hợp tác với các tổ chức khác, bao gồm cả các tổ chức từ ngành du lịch và những ngành công nghiệp nhánh. Một điểm cốt lõi là quá trình lãnh đạo, tinh thần kinh doanh và đầu tư nhằm mục đích hiện đại hóa cơ sở hạ tầng vật chất và kỹ thuật của thành phố. Nghiên cứu từ mô hình này cũng chỉ ra phong cách sống hiện đại của người dân địa phương kết hợp với nhu cầu ngày càng tăng về các dịch vụ và sản phẩm du lịch trực tuyến của khách du lịch, giúp triển khai một số cách tiếp cận sáng tạo trong việc quy hoạch thành phố như một điểm đến thông minh.

Ở dưới cùng của mô hình là việc nhấn mạnh tầm quan trọng của tất cả các bên liên quan hỗ trợ các trụ cột của điểm đến thông minh như các tổ chức quản lý điểm đến (DMO), đại lý du lịch trực tuyến (OTA) và các tổ chức giao thông công cộng trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của ICT. Mô hình cũng xác định nhóm các yếu tố bên ngoài thuộc môi trường vĩ mô (chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, môi trường và luật pháp) đều có các vị trí quan trọng tác động đến du lịch thông minh.

Tóm lại, mô hình khái niệm để đánh giá thành phố Varna như một điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva (2020) là một công cụ quan trọng để nghiên cứu và thực hiện các chiến lược phát triển bền vững và thông minh trong ngành du lịch.

Luận án tiếp cận và kế thừa mô hình khái niệm điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva (2020) như một nền tảng bổ sung cho việc đánh giá toàn diện các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Cụ thể,

luận án kế thừa quan điểm nhấn mạnh vai trò của các bên liên quan với tư cách là các tác nhân hỗ trợ, tạo điều kiện thực thi và vận hành hiệu quả các trụ cột của điểm đến thông minh. Bên cạnh đó, luận án cũng tiếp thu cách tiếp cận của Popova và Malcheva (2020) trong việc phân tích tác động của các yếu tố môi trường bên ngoài (chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, môi trường và luật pháp) đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh. Từ cơ sở này, luận án điều chỉnh và tích hợp các thành phần của mô hình vào khung nghiên cứu phù hợp với bối cảnh địa phương.



Nguồn: Popova và Malcheva (2020)

Hình 1.9. Mô hình khái niệm đánh giá điểm đến du lịch thông minh của Popova và Malcheva (2020)

1.3.3. Mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh (STDDM) của Cavalheiro và cộng sự

Dựa trên việc xem xét, phân tích và tổng hợp các tài liệu liên quan về các thành phố thông minh và các điểm đến du lịch, đồng thời với việc lấp đầy các khoảng trống nghiên cứu mà theo Cavalheiro và cộng sự (2021) là các mô hình trước đây thường tập

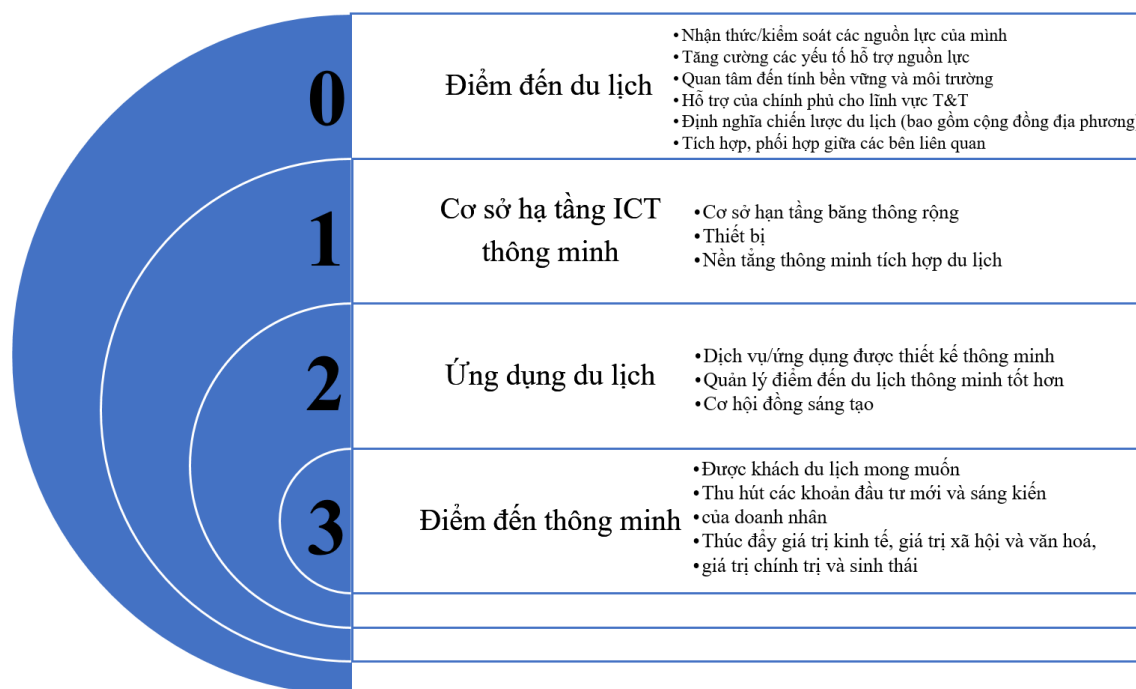
trung quá nhiều vào công nghệ và thường là sự mở rộng của các khung lý thuyết hiện có về các thành phố thông minh (Buhalis và Amaranggana, 2013; Koo và cộng sự, 2017). Cavalheiro và cộng sự (2021) đã đề xuất mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh (STDDM) nhằm chỉ ra con đường chiến lược mà một điểm đến du lịch nên theo đuổi để trở thành một điểm đến thông minh, cụ thể với mục tiêu nâng cao khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch và tạo ra giá trị công (môi trường, kinh tế, xã hội-văn hóa và chính trị) từ điểm đến du lịch thông minh cho cả người dân địa phương và khách du lịch.

Mô hình STDDM của Cavalheiro và cộng sự (2021) mô tả cách tiếp cận toàn diện và có hệ thống để phát triển các điểm đến du lịch thông minh. Mô hình STDDM được chia thành bốn giai đoạn chính, mỗi giai đoạn tập trung vào các lĩnh vực và mục tiêu cụ thể. Mỗi giai đoạn được xây dựng trên nền tảng của giai đoạn trước, đảm bảo cơ sở hạ tầng và dịch vụ du lịch được phát triển bền vững và hiệu quả.

(1) Tầng nền - điểm đến du lịch: theo Cavalheiro và cộng sự (2021), tầng nền liên quan đến sự sẵn sàng của điểm đến du lịch để trở thành một điểm đến du lịch thông minh và có thể nhất quán tận dụng cơ sở hạ tầng công nghệ. Hay nói cách khác, điểm đến du lịch thông minh trước hết cần phải giải quyết các tài nguyên của điểm đến, khả năng cung cấp sản phẩm du lịch cạnh tranh và nhu cầu, kỳ vọng, cũng như nhận thức của cư dân và du khách. Ngoài ra, một điểm đến du lịch cạnh tranh cần có cam kết của chính quyền địa phương để hỗ trợ ngành du lịch với các chiến lược quản lý và tiếp thị hiệu quả cùng với sự tham gia của doanh nghiệp, nhà lãnh đạo cộng đồng và toàn thể cộng đồng để thực hiện một bản sắc ổn định và tầm nhìn rõ ràng về điểm đến du lịch.

(2) Tầng một - cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông thông minh: Với quan điểm ngành du lịch và lữ hành, liên quan chặt chẽ đến khả năng chia sẻ thông tin, khách du lịch chọn một điểm đến du lịch dựa trên thông tin và tầm quan trọng của sự chia sẻ thông tin hiệu quả giữa các doanh nghiệp nhằm tạo ra các trải nghiệm của họ, Cavalheiro và cộng sự (2021) nhấn mạnh cần phải tạo ra một nền tảng thông tin tích hợp du lịch, có khả năng mở rộng và hợp tác, hỗ trợ toàn bộ trải nghiệm du lịch trong tất cả các giai đoạn của nó.

(3) Tầng hai - ứng dụng du lịch: thông qua tầng một, điểm đến được trang bị công nghệ để trở thành một hệ sinh thái tích hợp ICT. Cơ sở hạ tầng ICT thông minh kết nối một loạt các công nghệ với mục đích hỗ trợ du lịch, bao gồm: hệ thống đặt chỗ, hệ thống nhận thức ngữ cảnh, tác nhân tự động tìm kiếm và khai thác nguồn web, hệ thống hàng không, hệ thống an ninh, hệ thống giao thông, cũng như các hệ thống tạo ra thực tế tăng cường...



Nguồn: Cavalheiro và cộng sự (2021)

Hình 1.10. Mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh (STDDM) của Cavalheiro và cộng sự (2021)

Bảng 1.7. Các tầng của mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh

Tầng	Tên	Trọng tâm
0	Điểm đến du lịch	- Nhận thức/kiểm soát tài nguyên cụ thể của chính mình (được ban tặng và/hoặc tạo ra) - Tăng cường các yếu tố hỗ trợ và tài nguyên - Quan tâm đến tính bền vững môi trường - Sự hỗ trợ của chính phủ cho ngành du lịch và lữ hành (T&T)

Tầng	Tên	Trọng tâm
		- Xác định chiến lược du lịch (bao gồm cộng đồng địa phương) - Tích hợp, phối hợp và hợp tác giữa các bên liên quan
1	Cơ sở hạ tầng thông tin và truyền thông thông minh	- Cơ sở hạ tầng mạng băng thông rộng - Hệ thống đo lường - Nền tảng thông tin tích hợp về du lịch
2	Ứng dụng du lịch	- Dịch vụ/ứng dụng thông minh được tùy chỉnh - Quản lý điểm đến du lịch thông minh tốt hơn - Cơ hội đồng sáng tạo
3	Điểm đến thông minh	- Mong muốn của du khách - Hấp dẫn các khoản đầu tư mới và sáng kiến khởi nghiệp - Thúc đẩy giá trị kinh tế, giá trị xã hội và văn hóa, giá trị chính trị và giá trị sinh thái

Nguồn: Cavalheiro và cộng sự (2021)

(4) Tầng ba - điểm đến thông minh: theo Cavalheiro và cộng sự (2021), trở thành một điểm đến du lịch thông minh liên quan đến việc sử dụng ICT một cách thông minh để tạo ra một điểm đến du lịch bền vững và cạnh tranh, cuối cùng sẽ thúc đẩy tạo ra giá trị công trong cộng đồng gồm: giá trị kinh tế, giá trị xã hội và văn hóa, giá trị chính trị, giá trị sinh thái.

Tóm lại, mô hình STDDM của Cavalheiro và cộng sự (2021) nhấn mạnh bốn nội dung chính đóng vai trò quan trọng trong việc biến một điểm đến thành một điểm đến du lịch thông minh: (1) Tính bền vững: nhấn mạnh sự cần thiết của việc phát triển du lịch bền vững về môi trường và xã hội; (2) Tích hợp ICT: vai trò trung tâm của ICT trong việc chuyển đổi các điểm đến du lịch truyền thống thành điểm đến thông minh; (3) Sự hỗ trợ của cộng đồng và chính phủ: tầm quan trọng của sự hỗ trợ từ cộng đồng và chính phủ để đảm bảo sự phát triển du lịch phù hợp với nhu cầu và ưu tiên của địa

phương; (4) Đổi mới: sự đổi mới liên tục để duy trì tính cạnh tranh và thích ứng với các thách thức và cơ hội mới trong ngành du lịch.

Trong nghiên cứu của mình, bằng phương pháp nghiên cứu trường hợp đơn lẻ từ thành phố Búzios (Brazil) so với mô hình STDDM, Cavalheiro và cộng sự (2021) đã phân tích và thảo luận về kết quả của dự án CIB (dự án sáng kiến thành phố thông minh Búzios) nhằm đánh giá tiềm năng của chúng trong việc biến Búzios thành một điểm đến du lịch thông minh, nghiên cứu cho thấy sự không phù hợp giữa sáng kiến thành phố thông minh và điểm đến du lịch trong một số trường hợp, do sự gián đoạn về chính trị, thiếu chiến lược du lịch của chính quyền địa phương, thiếu sự tham gia của người dân và không coi trọng bối cảnh địa phương. Nhóm tác giả kết luận không thể cho rằng việc biến đổi các điểm đến du lịch thành thông minh không thể đảm bảo chỉ bằng các dự án thành phố thông minh. Để phát triển một điểm đến du lịch thông minh thì vai trò các cơ quan chính phủ địa phương là quan trọng. Các tranh chấp chính trị và chính sách chính trị có thể làm ảnh hưởng đến thành công của các sáng kiến điểm đến du lịch thông minh. Ngoài ra, bối cảnh cũng đóng một vai trò quan trọng cho sự phát triển thành công của điểm đến, trong đó có nhu cầu và sự tham gia của cư dân địa phương, cơ sở hạ tầng công nghệ có sẵn, các khía cạnh văn hóa của cộng đồng và sự hợp tác của các tổ chức công và các công ty tư nhân để phát triển các dịch vụ du lịch thông minh.

Quan trọng hơn, thông qua nghiên cứu trường hợp, nghiên cứu của Cavalheiro và cộng sự (2021) với mô hình STDDM khẳng định những kết luận trên càng trở nên quan trọng hơn đối với các nước đang phát triển, nơi sự bền vững về mặt xã hội, công nghệ, kinh tế, chính trị và môi trường chưa được đảm bảo. Do đó, việc áp dụng các dự án điểm đến du lịch thông minh thành công từ các nước phát triển sang các nền kinh tế mới nổi mà không có bất kỳ dự điều chỉnh nào sẽ là nguy hiểm. Nghiên cứu cho thấy không thể áp dụng rập khuôn mô hình hoặc sáng kiến từ nơi này sang nơi khác mà không điều chỉnh cho phù hợp.

Từ mô hình STDDM của Cavalheiro và cộng sự (2021) và nghiên cứu trường hợp thành phố Búzios, luận án kế thừa và rút ra một số điểm then chốt để áp dụng vào nghiên cứu và thực tiễn phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Luận án kế thừa cách tiếp cận tổng thể của mô hình STDDM, nhấn mạnh rằng phát triển một

điểm đến du lịch thông minh không chỉ là ứng dụng công nghệ, mà còn phải xem xét các tính bền vững của yếu tố về xã hội, môi trường, vai trò của ICT và sự tham gia và hỗ trợ của cộng đồng, chính phủ. Bên cạnh đó, thật sự cần thiết phải đánh giá các điều kiện hiện tại của điểm đến như mức độ phát triển công nghệ, hệ thống hạ tầng du lịch, sự tham gia của người dân hay văn hóa địa phương. Ngoài ra, nghiên cứu mô hình này cũng cho thấy vai trò then chốt của chính quyền địa phương.

1.4. Một số lý thuyết nền liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Từ cơ sở lý luận cùng những kết luận quan trọng từ các mô hình/khung lý thuyết liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, có thể nhận thấy khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh được hình thành trên cơ sở tích hợp nhiều cách tiếp cận và khung lý thuyết khác nhau, từ công nghệ, quản trị, đến hành vi khách du lịch và phát triển bền vững. Vì vậy, trước khi xây dựng khung nghiên cứu, việc xem xét và tổng hợp các lý thuyết có liên quan là cần thiết nhằm làm rõ nền tảng lý luận của phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trên cơ sở mức độ phù hợp với mục tiêu, phạm vi và đối tượng nghiên cứu, nghiên cứu này lựa chọn bốn lý thuyết chủ đạo làm nền tảng cho việc phân tích và phát triển mô hình nghiên cứu.

1.4.1. Lý thuyết về các bên liên quan của Freeman

Theo Jamal và Getz (1995), điểm đến du lịch là hệ thống mở của nhiều bên liên quan, trong đó hành động của một trong các bên liên quan có thể ảnh hưởng đến các bên liên quan khác tại điểm đến đó. Mặt khác, nếu không có sự tham gia của các bên liên quan thì khó có thể phát triển du lịch một cách bền vững (Fatimath, 2015). Như vậy, lý thuyết các bên liên quan cung cấp một khung khái niệm phù hợp, trở thành một lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu này.

Theo Freeman (1984), các bên liên quan là bất kỳ nhóm hoặc cá nhân nào có ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi việc thực hiện mục đích của tổ chức. Trong lĩnh vực du lịch, Tổ chức Du lịch Liên hợp quốc (UN Tourism) xác định các bên liên quan của điểm đến du lịch bao gồm chuyên gia du lịch, chính quyền, báo chí, và các tổ chức truyền thông khác, bên cạnh đó là các nhóm lợi ích, cá nhân như cộng đồng địa phương và nhóm cư dân địa phương. Ngoài ra, Nguyễn Thị Thanh Ngân (2016) cho rằng bất kỳ một cá nhân hoặc một nhóm người có ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi ngành công

ng nghiệp du lịch trong một cộng đồng hay một thị trường đặc thù và có lợi ích trong hoạch định cũng như kinh doanh du lịch.

Lý thuyết các bên liên quan cho rằng các mối liên kết giữa các tổ chức là rất cần thiết, vì chúng tăng cường sự ổn định thông qua các mối quan hệ quyền lực được củng cố, huy động nguồn lực tốt hơn và tăng cường hình thành các liên minh (Buhalis và cộng sự, 2022). Lý thuyết các bên liên quan được sử dụng rộng rãi trong du lịch bởi sự phụ thuộc và năng lực của các bên liên quan có tác động đến quá trình phát triển điểm đến du lịch (Jarmal và Getz, 1995). Việc xác định các bên liên quan và thúc đẩy sự tham gia của các bên liên quan là những bước chính để đạt được sự hỗ trợ của các bên liên quan, quan hệ đối tác, hợp tác trong du lịch (Jarmal và Getz, 1999).

Trong bối cảnh phát triển điểm đến du lịch thông minh, một mô hình đòi hỏi sự phối hợp phức tạp giữa công nghệ, quản trị và con người, việc đưa vào lý thuyết về các bên liên quan của Freeman (1984) là cần thiết và có tính nền tảng. Đối với điểm đến du lịch thông minh, sự phối hợp giữa các bên liên quan không chỉ giúp tạo ra các giải pháp công nghệ phù hợp với nhu cầu thực tiễn mà còn đảm bảo tính chấp nhận xã hội, tăng khả năng triển khai thành công và duy trì bền vững các sáng kiến. Ngoài ra, lý thuyết này cũng giúp làm rõ vai trò, lợi ích và mức độ ảnh hưởng của từng nhóm trong quá trình hoạch định chính sách và thực hiện chiến lược phát triển du lịch thông minh, từ đó giúp nhà quản lý đưa ra các quyết định cân bằng lợi ích, tránh xung đột và tăng cường sự đồng thuận. Vì vậy, việc vận dụng lý thuyết về các bên liên quan trong nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn mang giá trị thực tiễn cao, đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, nơi mà sự phối hợp giữa các bên liên quan vẫn còn là thách thức lớn.

1.4.2. Lý thuyết về sự sẵn sàng công nghệ của Parasuraman

Vai trò của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) trong ngành du lịch đã được đề cập trong rất nhiều nghiên cứu (Sigala và cộng sự 2012), qua đó công nghệ thông tin đã thay đổi toàn bộ trải nghiệm du lịch cho khách, bao gồm việc thay đổi hành vi trong quá trình tìm kiếm thông tin, đặt phòng, trải nghiệm tại điểm đến và chia sẻ thông tin. Nhiều công cụ ứng dụng công nghệ thông tin cung cấp sự trải nghiệm cho khách du lịch. Nhiều học giả như Parasuraman (2000), Pearce và Rice (2013); Friemel

(2014) khẳng định người có đặc điểm “sẵn sàng công nghệ” dễ dàng chấp nhận và ứng dụng công nghệ trong cuộc sống nói chung và hoạt động du lịch, khách sạn nói riêng.

Trong du lịch thông minh, công nghệ được coi là cơ sở hạ tầng (Gretzel và cộng sự, 2015) và thái độ của khách du lịch đối với du lịch thông minh được cho rằng là có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch (Mikhailov và Kashevnik, 2020) đến việc lựa chọn và ghé thăm một điểm đến thông minh (Sigalat và cộng sự, 2019).

Nhìn chung, ý định sử dụng bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ dựa trên công nghệ mới nào cũng đòi hỏi người dùng tiềm năng phải có mức độ sẵn sàng nhất định về mặt tâm lý (Lam và cộng sự, 2008). Như vậy, nghiên cứu lý thuyết sự sẵn sàng công nghệ là phù hợp.

Sự sẵn sàng công nghệ đề cập đến “xu hướng mà một cá nhân sẽ nắm bắt và sử dụng công nghệ mới để hoàn thành mục tiêu trong cuộc sống gia đình hay tại nơi làm việc” (Parasuraman, 2000). Khái niệm về sự sẵn sàng công nghệ nhấn mạnh đến nhu cầu cơ bản của con người khi áp dụng công nghệ với khả năng sử dụng và tương tác của họ (Parasuraman và Colby, 2015). Việc đưa lý thuyết về sự sẵn sàng công nghệ của Parasuraman (2000) vào nghiên cứu phát triển điểm đến du lịch thông minh là cần thiết để hiểu rõ hơn mức độ chấp nhận và ứng dụng công nghệ của các bên liên quan, đặc biệt là cộng đồng địa phương và du khách. Trong bối cảnh điểm đến du lịch thông minh, nơi công nghệ giữ vai trò trung tâm, việc đánh giá mức độ sẵn sàng công nghệ sẽ giúp xác định khả năng tiếp nhận và sử dụng các ứng dụng công nghệ số (như ứng dụng du lịch, dữ liệu thời gian thực, trí tuệ nhân tạo...) của người dân, khách du lịch và cả cán bộ quản lý. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các nước đang phát triển, nơi mà trình độ công nghệ, mức độ tiếp cận và niềm tin vào công nghệ còn chưa đồng đều.

1.4.3. Lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) của Venkatesh và cộng sự

Theo Sigalat và cộng sự (2019), khách du lịch thông minh đã quen với việc sử dụng công nghệ thông tin trong các giai đoạn trải nghiệm chuyến đi. Tương tự với lý thuyết sẵn sàng công nghệ, lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) của Venkatesh và cộng sự (2003) là phù hợp khi ICT, con người được xem là hai trong các yếu tố quan trọng đóng góp cho sự phát triển du lịch thông minh tại điểm đến.

Dựa trên việc nghiên cứu các mô hình về dự đoán ý định sử dụng công nghệ, Venkatesh và cộng sự (2003) đã hình thành nên một mô hình hợp nhất “Thống nhất lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ” (UTAUT). Mô hình ban đầu đề xuất bốn yếu tố cốt lõi bao gồm: hiệu quả kỳ vọng, nỗ lực kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội và điều kiện thuận lợi đối với việc áp dụng công nghệ. Các biến số đóng vai trò điều tiết gồm: giới tính, tuổi, kinh nghiệm và sự tự giác sử dụng công nghệ. UTAUT được ứng dụng rộng rãi kể từ khi được giới thiệu bởi các nhà nghiên cứu với mục đích chính là giải thích sự chấp nhận và chấp nhận đổi mới công nghệ (Williams và cộng sự, 2015).

1.4.4. Lý thuyết phát triển bền vững

Mặc dù có nhiều định nghĩa khác nhau, nhưng định nghĩa được sử dụng nhiều nhất về phát triển bền vững do Ủy ban Brundtland của Liên hiệp quốc đưa ra. Theo đó, “Phát triển bền vững là sự phát triển trong hiện tại mà không ảnh hưởng tới tương lai” Gutierrez (2021); hay nói cách khác, những hoạt động chúng ta làm hôm nay phải đảm bảo cho sự phát triển lâu dài cho thế hệ mai sau. Phát triển bền vững là sự phát triển luôn giữ được sự kết hợp cân đối, hài hòa trên cả 3 trụ cột phát triển về kinh tế, về xã hội và về sinh thái/tài nguyên, môi trường (Rogall, 2009).

Al-ruz và cộng sự (2018) trong nghiên cứu của mình về phát triển bền vững cũng đã chỉ ra việc cần thiết phải quan tâm đến ba trụ cột mà UNESCO đã đề ra, bao gồm: kinh tế, xã hội và môi trường. Điều này làm nổi bật sự phụ thuộc lẫn nhau của kinh tế, xã hội và môi trường tại địa phương và toàn cầu để đáp ứng các nhu cầu của hiện tại và tương lai.

Theo Emas (2015), việc bảo tồn tài nguyên cho các thế hệ tương lai là một trong những đặc điểm chính nhằm phân biệt giữa chính sách phát triển bền vững với chính sách bảo vệ môi trường truyền thống. Mục tiêu tổng thể của phát triển bền vững chính là sự ổn định lâu dài của nền kinh tế và môi trường. Và điều này rõ ràng chỉ có thể đạt được thông qua sự tích hợp và thừa nhận các mối quan hệ giữa kinh tế, môi trường và xã hội. Nguyên tắc chủ chốt của phát triển bền vững đó là lồng ghép các mối quan tâm về môi trường, xã hội và kinh tế vào tất cả các khía cạnh của việc ra quyết định. Phát triển bền vững đòi hỏi sự lồng ghép các mục tiêu kinh tế, môi trường và xã hội giữa các ngành, vùng lãnh thổ và các thế hệ. Vì vậy, phát triển bền vững đòi hỏi phải xóa

bỏ tình trạng manh mún; nghĩa là, các mối quan tâm về môi trường, xã hội và kinh tế phải được lồng ghép trong suốt quá trình ra quyết định để hướng tới sự phát triển thực sự bền vững.

Khái niệm phát triển bền vững hiện nay được sử dụng cho tất cả các lĩnh vực, các đối tượng, từ các tổ chức kinh doanh, các cơ quan chính phủ, hệ thống các trường học và đã trở thành ưu tiên hàng đầu của nhiều địa phương, khu vực, các tổ chức toàn cầu, các quốc gia... chú trọng vào việc duy trì hiện tại cho lợi ích của thế hệ tương lai.

Nhìn từ khái niệm du lịch thông minh có thể thấy rằng, việc phát triển du lịch thông minh các điểm du lịch sẽ tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế địa phương phát triển, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân. Bên cạnh đó, phát triển bền vững với việc cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, việc bảo tồn môi trường và tôn trọng tính toàn vẹn văn hóa luôn vốn là một thách thức. Việc phát triển du lịch thông minh với nhiều giải pháp, sáng kiến tiếp cận thân thiện với môi trường sẽ góp phần phát triển bền vững.

Một khía cạnh khác mang tính nhân văn khi du lịch thông minh giúp cho người dân dễ dàng tiếp cận toàn cầu, đặc biệt, với những người, do khuyết tật, tuổi tác, mang thai, bệnh tật hoặc các lý do khác, không thể tiếp cận hoặc thực hiện rất khó khăn. Các điểm du lịch thông minh sẽ giúp khách du lịch dễ dàng hơn trong việc thích ứng với cơ sở hạ tầng, thiết bị và dịch vụ, đồng thời giảm bớt các rào cản về kiến trúc cũng như cải thiện khả năng tiếp cận thông tin của nhiều nhóm khách hàng.

Một điểm đến du lịch thông minh chỉ thực sự thành công khi nó không chỉ tối ưu hóa trải nghiệm du khách và hiệu quả vận hành, mà còn góp phần bảo vệ môi trường, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân địa phương, và đảm bảo sự công bằng trong phân phối lợi ích từ du lịch. Việc tích hợp lý thuyết phát triển bền vững giúp nghiên cứu đánh giá một cách toàn diện hơn các tác động của các sáng kiến du lịch thông minh, từ đó đưa ra các giải pháp vừa đổi mới về công nghệ, vừa đảm bảo sự gắn kết xã hội và bảo tồn tài nguyên. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các địa phương như Khánh Hòa, nơi đang chịu áp lực tăng trưởng du lịch nhanh chóng nhưng đồng thời phải đối mặt với những vấn đề về môi trường, quản lý đô thị và bảo tồn bản sắc văn hóa.

Có thể nói, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh cần và phải gắn với phát triển bền vững. Như vậy, việc tiếp cận lý thuyết phát triển bền vững cho nghiên cứu các

yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh là hoàn toàn phù hợp. Vận dụng lý thuyết phát triển bền vững, các chỉ báo phát triển điểm đến du lịch thông minh vì vậy cũng sẽ vận dụng các chỉ báo của phát triển du lịch bền vững.

Tiểu kết chương 1

Thông qua việc kết hợp phương pháp phân tích trắc lượng thư mục khoa học (bibliometric) với phân tích nội dung (content analysis) trên nền tảng dữ liệu từ Web of Science và Scopus, nghiên cứu đã xác định được bức tranh tổng quan về các chủ đề, xu hướng, cũng như mức độ quan tâm của giới học thuật đối với lĩnh vực điểm đến du lịch thông minh. Kết quả phân tích cho thấy rõ các chủ đề trọng tâm, những đóng góp nổi bật và các khoảng trống còn tồn tại trong các nghiên cứu trước đây. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã chỉ ra được những thiếu hụt trong lý luận và thực tiễn - đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia đang phát triển như Việt Nam - từ đó khẳng định rõ tính cấp thiết và tính mới của đề tài luận án.

Đồng thời, nghiên cứu cũng đã hệ thống hóa một cách có chọn lọc các công trình liên quan đến khái niệm, nội hàm, thành phần của du lịch thông minh và điểm đến du lịch thông minh; tổng hợp các mô hình nghiên cứu, các yếu tố ảnh hưởng, cũng như những kinh nghiệm điển hình trong phát triển và quản lý điểm đến du lịch thông minh trên thế giới. Những phân tích này đã cung cấp một nền tảng lý thuyết và thực tiễn vững chắc, góp phần định hướng cho việc phát triển mô hình nghiên cứu của luận án. Trên cơ sở đó, các khái niệm liên quan đã được làm rõ, hệ thống các mô hình đã được đánh giá. Từ đó, tác giả đưa ra những khoảng trống nghiên cứu, làm cơ sở vững chắc cho sự cần thiết phải nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa cũng như làm cơ sở cho việc đề xuất mô hình nghiên cứu ở chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2.

ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

2.1. Đặc điểm của địa bàn nghiên cứu

2.1.1. Giới thiệu chung về Khánh Hòa

Từ ngày 01/7/2024, với việc sáp nhập và triển khai mô hình chính quyền địa phương 2 cấp, Khánh Hòa bao gồm tỉnh Khánh Hòa (cũ) và tỉnh Ninh Thuận (cũ). Tuy nhiên, trong phạm vi nghiên cứu của luận án về mặt không gian và thời gian, tỉnh Khánh Hòa được luận án nghiên cứu là tỉnh Khánh Hòa trước đây.

Khánh Hòa là một tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ có phần lãnh thổ trên đất liền nhô ra xa nhất về phía biển Đông, phía Bắc giáp tỉnh Phú Yên, phía Nam giáp tỉnh Ninh Thuận, phía Tây giáp tỉnh Đắk Lắk, Lâm Đồng, phía Đông giáp Biển Đông. Ngoài phần lãnh thổ trên đất liền, tỉnh Khánh Hòa còn có vùng biển, vùng thềm lục địa, các đảo ven bờ và huyện đảo Trường Sa. Bên trên phần đất liền và vùng lãnh hải là không phận của tỉnh Khánh Hòa. Vị trí địa lý của tỉnh Khánh Hòa có ảnh hưởng lớn đến các yếu tố tự nhiên khác như: Khí hậu, đất trồng, sinh vật. Vị trí địa lý của tỉnh Khánh Hòa còn có ý nghĩa chiến lược về mặt quốc phòng vì tỉnh Khánh Hòa nằm gần đường hàng hải quốc tế, có huyện đảo Trường Sa, cảng Cam Ranh và là cửa ngõ của Tây Nguyên thông ra Biển Đông.

Tổng hợp từ Nguyễn Văn Khánh (2003) và Cổng thông tin điện tử tỉnh Khánh Hòa (2025) có thể khái quát về Khánh Hòa như sau:

Khánh Hòa có diện tích là 5.197 km² (kể cả các đảo, quần đảo), đứng vào loại trung bình so với cả nước. Vùng biển rộng gấp nhiều lần đất liền. Bờ biển dài 385km, có khoảng 200 hòn đảo lớn nhỏ ven bờ và các đảo san hô trong quần đảo Trường Sa. Khánh Hòa là một trong những tỉnh có đường bờ biển đẹp của Việt Nam. Đường bờ biển kéo dài từ xã Đại Lãnh tới cuối vịnh Cam Ranh, có độ dài khoảng 385 km tính theo mép nước với nhiều cửa lạch, đầm, vịnh, cùng khoảng 200 đảo lớn, nhỏ ven bờ. Khánh Hòa có sáu đầm và vịnh lớn là: Vịnh Vân Phong, Nha Trang, Cam Ranh, Hòn Khói, đầm Nha Phu, Đại Lãnh. Trong đó, nổi bật nhất vịnh Cam Ranh với chiều dài 16 km, chiều rộng 32 km, thông với biển thông qua eo biển rộng 1,6 km, có độ sâu từ 18 – 20 m và được xem là cảng biển có điều kiện tự nhiên tốt nhất Đông Nam Á.

Sông ngòi ở Khánh Hòa nhìn chung ngắn và dốc, cả tỉnh có khoảng 40 con sông dài từ 10km trở lên, tạo thành một mạng lưới sông phân bố khá dày. Hầu hết các con sông đều bắt nguồn tại vùng núi phía Tây trong tỉnh và chảy xuống biển phía Đông. Dọc bờ biển, cứ khoảng 5 – 7 km có một cửa sông. Các con sông lớn ở Khánh Hòa phải kể đến: sông Cái Nha Trang, sông Dinh (hay còn gọi là sông Cái Ninh Hòa), sông Tô Hạp (huyện Khánh Sơn).

Khánh Hòa là một tỉnh ở vùng duyên hải cực Nam Trung Bộ, nằm trong khu vực khí hậu nhiệt đới xavan. Song, khí hậu Khánh Hòa có những nét biến dạng độc đáo với các đặc điểm riêng biệt. So với các tỉnh, thành phía Bắc từ đèo Cả trở ra và phía Nam từ Ghềnh Đá Bạc trở vào, khí hậu ở Khánh Hòa tương đối ôn hòa hơn do mang tính chất của khí hậu đại dương. Thường chỉ có 2 mùa rõ rệt là mùa mưa và mùa khô. Mùa mưa ngắn, từ khoảng giữa tháng 9 đến giữa tháng 12 dương lịch, tập trung vào 2 tháng 10 và tháng 11, lượng mưa thường chiếm trên 50% lượng mưa trong năm. Những tháng còn lại là mùa nắng, trung bình hàng năm có tới 2.600 giờ nắng. Nhiệt độ trung bình hàng năm của Khánh Hòa cao khoảng 26,7 °C. Khánh Hòa là vùng ít gió bão, tần số bão đổ bộ vào Khánh Hòa thấp chỉ có khoảng 0,82 cơn bão/năm so với 3,74 cơn bão/năm đổ bộ vào bờ biển Việt Nam.

Với điều kiện địa lý, địa hình, khí hậu và tài nguyên tự nhiên đa dạng, Khánh Hòa là địa phương có tiềm năng phát triển du lịch, kinh tế biển và các ngành kinh tế xanh một cách bền vững.

Về mạng lưới giao thông trong tỉnh Khánh Hòa có 4 loại hình giao thông: Đường hàng không, đường sắt, đường thủy, đường bộ. Đó là lợi thế để Khánh Hòa có thể phát triển du lịch. Khánh Hòa có hệ thống cơ sở hạ tầng về đường bộ tương đối phát triển, nằm trên các trục giao thông quan trọng ven biển của Việt Nam. Toàn tỉnh Khánh Hòa hiện có 2.086km đường giao thông với những tuyến giao thông đường bộ thông suốt. Khánh Hòa có tuyến đường sắt Bắc - Nam chạy dọc tỉnh dài khoảng 149,2 km, qua thành phố Nha Trang và hầu hết các huyện trong tỉnh. Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh nằm ở phía Bắc bán đảo Cam Ranh. Cảng Hàng không quốc tế Cam Ranh đã và đang mở rộng các đường bay quốc nội, quốc tế. Hiện sân bay Cam Ranh đã có các tuyến bay quốc nội đến: TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Vinh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Thanh Hóa, Huế...; tuyến bay quốc tế: Nga, Hàn Quốc, Hồng Kông, Quảng Châu, Thành Đô...

Khánh Hòa có nhiều vùng vịnh kín gió, nước sâu lại nằm ở cực đông của Việt Nam gần với tuyến hàng hải quốc tế nên rất thuận lợi cho xây dựng cảng biển. Theo Quy hoạch chi tiết nhóm cảng biển Nam Trung Bộ đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030, Cảng Nha Trang sẽ được quy hoạch, sắp xếp lại bến tàu khách quốc tế, khách nội địa, bến du thuyền và các bến khách chuyên dùng, hướng đến là cảng đầu mối du lịch quốc tế hiện đại.

Khánh Hòa có hơn 30 dân tộc đang sinh sống, trong đó chủ yếu là người Kinh (hơn 95% dân số toàn tỉnh). Ngoài ra còn có các dân tộc thiểu số khác như: Raglai, Ê Đê, Tày, Nùng, Dao, Hoa, Mường, Thái, Chăm, Cơ Ho, Ba Na, Hrê... (Thông tin dân số, 2025). Hiện nay trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa còn lại những di sản nền văn hoá Chăm Pa phát triển một thời. Ngoài ra thì những nét văn hóa riêng của người Raglai cũng là một nét điểm thêm trong sự phong phú của văn hoá địa phương.

Về tài nguyên du lịch, Khánh Hòa có nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, phong phú, với hệ thống biển, đảo, sông, hồ, đồi núi, làng quê và nhiều di tích văn hóa lịch sử. Cả hai nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa đều có những nét độc đáo, là tiềm năng lớn để phát triển sản phẩm du lịch. Hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên với nhiều địa danh phù hợp để xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch như: vịnh Nha Trang, đầm Nha Phu, vịnh Vân Phong, đảo Hòn Mun, đảo Hòn Nội, đảo Hòn Ngoại, bán đảo Hòn Gốm và mũi Đồi, biển Đại Lãnh, biển Dốc Lết, biển bãi Dài, thác Yang Bay, thác Tà Gụ, núi Hòn Bà. Khánh Hòa được biết đến như một thiên đường biển đảo khi sở hữu những bãi biển hiền hòa ngày đêm sóng vỗ vào bờ cát trắng mịn cùng gần 200 hòn đảo lớn nhỏ cùng nhiều vịnh biển đẹp. Hệ sinh thái biển rất đa dạng và phong phú. Bờ biển dài 385 km với nhiều cửa lạch, đầm, vịnh, nhiều đảo và vùng biển rộng lớn. Khánh Hòa có nhiều bãi tắm đẹp, cát trắng, nước biển trong xanh, không có các loài cá dữ và dòng nước xoáy ngầm. Đồng thời, Khánh Hòa còn có nhiều tài nguyên du lịch thuộc sông, hồ, suối nước nóng, nước khoáng và rừng đặc dụng (Khu bảo tồn biển Hòn Mun)... Đặc biệt, Khánh Hòa còn sở hữu các nguồn khoáng nóng có chất lượng cao, là tài nguyên nổi trội như suối khoáng nóng Tháp Bà, suối khoáng nóng Cam Ranh, suối khoáng nóng Trường Xuân.

Khánh Hòa có các tuyến điểm du lịch tiêu biểu gồm: Tuyến ven biển - đảo: VinWonders, đảo Hòn Mun, Hòn Tằm, vịnh Nha Trang...; Tuyến sinh thái phía Tây: Yang Bay, Ba Hồ, Hòn Bà...; Tuyến Cam Ranh - Bình Ba - Bình Lập: du lịch biển đảo nghỉ dưỡng cao cấp; Tuyến Vân Phong - Đại Lãnh: Mũi Đồi, đầm Môn, bãi Dốc Lết (nguồn). Bên cạnh đó, Khánh Hòa có hệ thống các sản phẩm du lịch độc đáo như: Du lịch nghỉ dưỡng biển đảo, Du lịch sinh thái - khám phá, Du lịch tâm linh - lễ hội - di sản, Du lịch MICE (hội nghị, hội thảo), Du lịch sức khỏe (suối khoáng, spa), Du lịch cộng đồng, trải nghiệm bản địa.

Về định hướng phát triển du lịch Khánh Hòa, theo Quy hoạch Tổng thể phát triển du lịch Việt Nam và Quy hoạch Tổng thể phát triển du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đã được Thủ tướng chính phủ phê duyệt, Khánh Hòa ưu tiên (1) phát triển du lịch biển, đảo tổng hợp gắn liền với du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo, thể thao biển, khám phá cảnh quan, tham quan vịnh, đảo; gắn với du lịch MICE; (2) phát triển du lịch bền vững: Bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa bản địa, du lịch xanh; (3) tăng cường chuyển đổi số: ứng dụng công nghệ trong quảng bá, quản lý và trải nghiệm du lịch; (4) đa dạng hóa sản phẩm du lịch: mở rộng sang du lịch sức khỏe, du lịch cộng đồng; (5) tăng kết nối quốc tế và liên kết vùng: ưu tiên thị trường Đông Bắc Á, châu Âu; phát triển liên kết du lịch vùng Nam Trung Bộ và Tây Nguyên; và (6) phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao: nâng cao năng lực đội ngũ làm du lịch. Khánh Hòa cũng được xác định là 1 trong 7 vùng du lịch trọng điểm quốc gia theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. (Em cập nhật Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 nhé)

2.1.2. Tình hình hoạt động của ngành du lịch Khánh Hòa giai đoạn 2021-2025

Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm vị trí đặc biệt quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Trong sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, ngành du lịch Khánh Hòa cũng phát triển nhanh chóng.

Về cơ sở lưu trú du lịch: Hiện nay, toàn tỉnh có toàn tỉnh có 1.441 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 70.500 phòng; trong đó, có 107 cơ sở lưu trú từ 3 đến 5 sao với 28.296 phòng, chiếm hơn 40% tổng số phòng toàn tỉnh với những thương hiệu nổi tiếng trên

thế giới như InterContinental, Sheraton, Novotel, Six Senses, Radisson Blu, Movenpick, Fusion, Selectum Noa, The Anam, Alma,... đã góp phần nâng cao thương hiệu du lịch Khánh Hòa (Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Khánh Hòa, 2025). Số lượng cơ sở lưu trú du lịch tại Khánh Hòa phát triển nhanh, đa dạng với nhiều loại hình như resort, khách sạn, condotel, homestay,... đáp ứng nhu cầu của du khách, tập trung chủ yếu tại thành phố Nha Trang, huyện Cam Lâm và huyện Vạn Ninh. Một số tuyến đường, khu vực tập trung với mật độ lớn các cơ sở lưu trú cùng với các cơ sở kinh doanh dịch vụ khác đã gây ra những áp lực tới hệ thống hạ tầng giao thông, hệ thống cấp, thoát nước, hệ thống cấp điện và xử lý rác thải.

Về các cơ sở kinh doanh khác đạt chuẩn phục vụ khách du lịch: hiện có 15 cơ sở, trong đó có 02 cơ sở ăn uống và 13 cơ sở mua sắm đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch (Sở Du lịch Khánh Hòa, 2023). Cơ sở dịch vụ ăn uống của Khánh Hòa khá phong phú và đa dạng với nhiều loại hình khác nhau như nhà hàng, quán cà phê, bar, pub, club và các quán ăn,... kinh doanh những đặc sản địa phương, ẩm thực của nhiều quốc gia với nhiều quy mô và cấp hạng khác nhau. Khánh Hòa cũng là một trong những địa phương có khá nhiều các trung tâm thương mại, hệ thống đại siêu thị khá lớn và sang trọng và các shophouse kinh doanh các mặt hàng thời trang, mỹ phẩm, đồ lưu niệm.

Về hoạt động kinh doanh dịch vụ lữ hành, trên địa bàn tỉnh hiện có 138 doanh nghiệp, trong đó có 118 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, với hơn 380 tuyến xe cố định, 1.300 xe hợp đồng các loại và hơn 700 phương tiện thủy nội địa phục vụ khách du lịch, đáp ứng cơ bản nhu cầu đi lại của du khách (Sở Du lịch Khánh Hòa, 2023). Số hướng dẫn viên du lịch do Sở Du lịch Khánh Hòa cấp thẻ là 1.850 Hướng dẫn viên; trong đó có 1.152 thẻ hướng dẫn viên quốc tế (Tiếng Trung: 687; Tiếng Anh: 354; Tiếng Nga: 75; Tiếng Pháp: 16; Tiếng Nhật: 07; Tiếng Đức: 05; Tiếng Hàn: 07; Tiếng Thái: 01) chiếm 62,3% và 698 thẻ hướng dẫn viên nội địa, chiếm 37,7% (Sở Du lịch Khánh Hòa, 2023). Bên cạnh đó, hạ tầng, cơ sở vật chất phục vụ du lịch trong giai đoạn này cùng với nhiều khu vui chơi giải trí, nhiều sản phẩm du lịch mới như du lịch thể thao, du lịch lặn biển, du lịch khám phá văn hóa địa phương, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa tâm linh,... cũng được đầu tư phát triển mạnh theo xu hướng có chiều sâu, chất lượng và có xu hướng ngày càng đa dạng đáp ứng nhu cầu của du khách.

Các chỉ tiêu về phát triển du lịch của tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2021-2025 được trình bày trong Bảng 2.1.

**Bảng 2.1. Bảng tổng hợp các chỉ tiêu về phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa
giai đoạn 2021-2025**

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021	2022	2023	2024	2025 (ước đạt)
1. Tổng lượt khách du lịch	Lượt khách	600.103	2.587.398	7.286.147	10.858.563	16.400.000
- Khách quốc tế	Lượt khách	24.697	296.570	2.399.000	4.768.266	5.500.000
- Khách nội địa	Lượt khách	575.406	2.290.828	4.887.147	6.090.297	10.900.000
2. Tổng Ngày khách	Ngày khách	1.690.120	6.260.029	19.121.722	28.976.230	
- Khách quốc tế	Ngày khách	123.855	1.353.574	8.961.993	16.486.107	
- Khách nội địa	Ngày khách	1.566.265	4.906.455	10.159.729	12.490.123	
4. Doanh thu du lịch	Tỷ đồng	2.407,3	13.976,7	33.968,4	53.151,1	66.700
5. Cơ sở lưu trú						
Số cơ sở	Cơ sở	1.147	1.169	1.181	1.189	

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021	2022	2023	2024	2025 (ước đạt)
Số lượng buồng	Buồng	52.000	55.530	64.689	66.185	
Công suất sử dụng phòng (tính TB cả năm)	%	7,72	24,28	44,40	58,49	
4 - 5 sao		11,96	31,87	54,92	63,48	
1 - 3 sao		4,89	17,57	40,84	56,40	
Khác		4,14	14,86	30,26	46,51	

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Khánh Hòa (2025)

Giai đoạn 2021-2024, ngành du lịch Khánh Hòa ghi nhận sự phục hồi và bứt phá mạnh mẽ sau giai đoạn chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19. Tổng lượt khách tăng trưởng liên tục, từ mức chỉ 600.103 lượt năm 2021 lên đến 10,86 triệu lượt năm 2024, tức gấp gần 18 lần chỉ trong ba năm. Đáng chú ý, khách quốc tế tăng với tốc độ vượt trội, từ 24.697 lượt năm 2021 lên 4,77 triệu lượt năm 2024 (gấp hơn 193 lần), nâng tỷ trọng trong tổng khách từ 4,1% lên gần 44%. Trong khi đó, khách nội địa cũng gia tăng mạnh mẽ, đạt 6,09 triệu lượt năm 2024 (gấp hơn 10 lần so với 2021), tiếp tục giữ vai trò nền tảng nhưng có tốc độ tăng chậm hơn so với khách quốc tế. Sự gia tăng này cũng phản ánh rõ ở chỉ tiêu ngày khách, từ 1,69 triệu ngày năm 2021 lên 28,98 triệu ngày năm 2024 (gấp 17 lần), trong đó ngày khách quốc tế chiếm ưu thế (16,49 triệu ngày, tương đương 56,9%), cho thấy khách quốc tế có xu hướng lưu trú dài ngày và đóng góp ngày càng lớn vào hiệu quả kinh tế du lịch địa phương.

Song song với sự gia tăng về lượng khách, doanh thu du lịch cũng tăng trưởng ấn tượng, từ 2.407 tỷ đồng năm 2021 lên 53.151 tỷ đồng năm 2024 (tăng hơn 22 lần). Tốc độ tăng trưởng doanh thu vượt xa tốc độ tăng khách, cho thấy giá trị chi tiêu bình

quân trên mỗi khách du lịch đã tăng lên đáng kể và cơ cấu dịch vụ du lịch được cải thiện theo hướng nâng cao chất lượng. Trong khi số cơ sở lưu trú chỉ tăng nhẹ, từ 1.147 cơ sở năm 2021 lên 1.189 cơ sở năm 2024, thì số buồng tăng từ 52.000 lên 66.185 buồng. Đặc biệt, công suất sử dụng phòng cải thiện mạnh mẽ, từ mức rất thấp 7,72% năm 2021 lên 58,49% năm 2024. Phân khúc khách sạn 4-5 sao duy trì mức công suất cao nhất (63,48% năm 2024), phản ánh nhu cầu du lịch chất lượng cao ngày càng rõ rệt, trong khi phân khúc 1-3 sao và các loại hình khác cũng tăng trưởng ổn định, đạt trên 50% vào năm 2024. Đặc biệt, trong năm 2025, tổng lượt khách du lịch của tỉnh trong năm 2025 ước đạt 16,4 triệu lượt, tăng 14,38% so với cùng kỳ năm 2024, đạt 100% so với chỉ tiêu; trong đó khách quốc tế ước đạt 5,5 triệu lượt, tăng 13,41% so với cùng kỳ năm 2024 đạt 100% so với chỉ tiêu; tổng doanh thu du lịch trong năm ước đạt 66,7 nghìn tỷ đồng, tăng 16,84% so với cùng kỳ năm 2024, đạt 100% so với chỉ tiêu.

Tổng thể, các số liệu cho thấy sự phục hồi không chỉ ở khía cạnh số lượng mà còn ở giá trị, chất lượng và cấu trúc thị trường. Khách quốc tế trở thành động lực quan trọng, đóng góp cả về số lượng, ngày lưu trú và mức chi tiêu, trong khi hệ thống cơ sở lưu trú được khai thác hiệu quả hơn, đặc biệt ở phân khúc cao cấp. Tuy nhiên, sự tăng trưởng đột biến này cũng đặt ra yêu cầu nghiên cứu sâu hơn về các yếu tố tác động, mối quan hệ giữa hạ tầng, công nghệ và hiệu quả kinh tế, cũng như tính bền vững của tốc độ phát triển khi thị trường du lịch có thể chịu ảnh hưởng bởi biến động kinh tế, chính trị và môi trường trong thời gian tới.

Tại Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, thống nhất và không tách rời với mục tiêu của Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045: “Đến năm 2030, Khánh Hòa là thành phố trực thuộc Trung ương trên cơ sở phát huy cao độ tiềm năng và lợi thế biển, là đô thị thông minh, bền vững, bản sắc và kết nối quốc tế; là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế;...” Theo đó, mục tiêu phát triển tăng trưởng các chỉ tiêu du lịch đến năm 2030 mà ngành du lịch Khánh Hòa đề ra: Tổng thu từ khách du lịch đạt 350 nghìn tỷ đồng; đóng góp vào tỷ trọng GDP của ngành dịch vụ tỉnh đạt 55%; Về khách du lịch: thu hút được 15,5 triệu lượt khách lưu trú, trong đó có 8,0 triệu lượt khách quốc tế; duy trì tốc độ tăng trưởng khách du lịch bình quân 05-10%/năm; Có 90.000 phòng kinh doanh lưu trú du

lịch, trong đó có khoảng 75% phòng có quy mô đạt chuẩn chất lượng từ 3-5 sao; Tạo việc làm cho trên 250.000 lao động trong ngành du lịch (Sở Du lịch Khánh Hòa, 2023).

2.1.3. Thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa

Theo kết quả nghiên cứu cấp Bộ “Điều kiện và Quy trình xây dựng điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam” của Nguyễn Thị Thúy Hương và cộng sự (2024), kết quả khảo sát và quan sát thực tế tại 7 tỉnh, thành phố tiêu biểu cho thấy, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh ở Việt Nam hiện nay còn ở mức sơ khai, phần lớn các địa phương mới chỉ dừng lại ở việc triển khai các đề án, kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong du lịch mà chưa hình thành được các điểm đến du lịch thông minh hoàn chỉnh. Tại các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Phú Quốc - dù có sự đầu tư mạnh mẽ - vẫn chưa có điểm đến nào đạt đầy đủ các tiêu chí của điểm đến du lịch thông minh; chất lượng phát triển điểm đến du lịch thông minh còn chưa đồng đều giữa các địa phương, và nhìn chung, số lượng cũng như mức độ hoàn thiện của các điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam hiện nay còn rất hạn chế.

Tại Khánh Hòa, việc chuyển đổi số được đặt ra từ nhiều năm nay. Tuy nhiên, cho đến khi đại dịch Covid-19 hoành hành làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến toàn ngành thì các giải pháp chuyển đổi số du lịch mới được thực hiện một cách quyết liệt và bài bản. Thời gian qua, Khánh Hòa triển khai thực hiện nhiều hoạt động đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động du lịch như: đẩy mạnh truyền thông, quảng bá trên mạng xã hội; tổ chức các hội thảo trực tuyến; kết hợp với các doanh nghiệp để triển khai thực hiện bản đồ số du lịch; kêu gọi các doanh nghiệp đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch; xây dựng các sản phẩm du lịch gắn với công nghệ số như du lịch “thực tế ảo”... Mặc dù Khánh Hòa đi sau trong quá trình chuyển đổi số ngành du lịch so với một số địa phương khác, nhưng tỉnh đã có những bước đầu nỗ lực đổi mới, ứng dụng công nghệ trong quản lý, truyền thông và quảng bá, hướng tới mục tiêu phát triển du lịch thông minh trên nền tảng đô thị thông minh hiện đại.

2.1.3.1. Mức độ đáp ứng và sẵn sàng chuyển đổi số của các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa hướng đến phát triển du lịch thông minh

Kết quả khảo sát 23 doanh nghiệp kinh doanh du lịch thuộc nhóm lõi hành, lưu trú và các điểm tham quan hiện tại có triển khai khá tốt các ứng dụng công nghệ thông minh

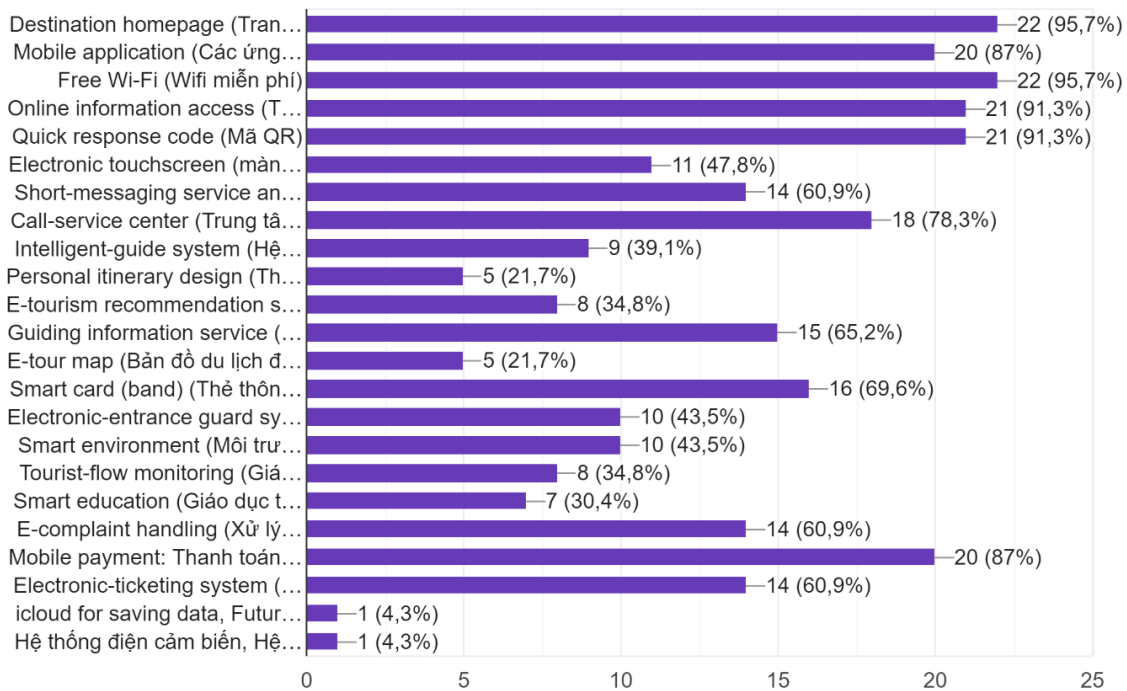
vào hoạt động kinh doanh thể hiện ở Bảng 2.2. cho thấy rõ hơn bức tranh về việc ứng dụng CNTT, công nghệ thông minh của các doanh nghiệp tại địa phương.

Bảng 2.2. Đánh giá của doanh nghiệp đối với việc ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh du lịch

Nội dung	Đánh giá của doanh nghiệp (%)			
	Chưa tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt
Nền tảng CNTT của DN	0	8,7	56,5	34,8
Khả năng ứng dụng CNTT của DN trong lĩnh vực du lịch	0	4,3	47,8	47,8
Hiệu quả từ việc ứng dụng CNTT vào hoạt động kinh doanh du lịch	0	8,7	34,8	56,5
Sự phản hồi của KDL khi sử dụng các ứng dụng thông minh	0	8,7	56,5	34,8
Sự hỗ trợ của chính quyền địa phương đối với việc phát triển DLTM	13	26,1	52,2	8,7
Mức độ đáp ứng của nguồn nhân lực trong việc sử dụng công nghệ thông minh	0	13	69,6	17,4

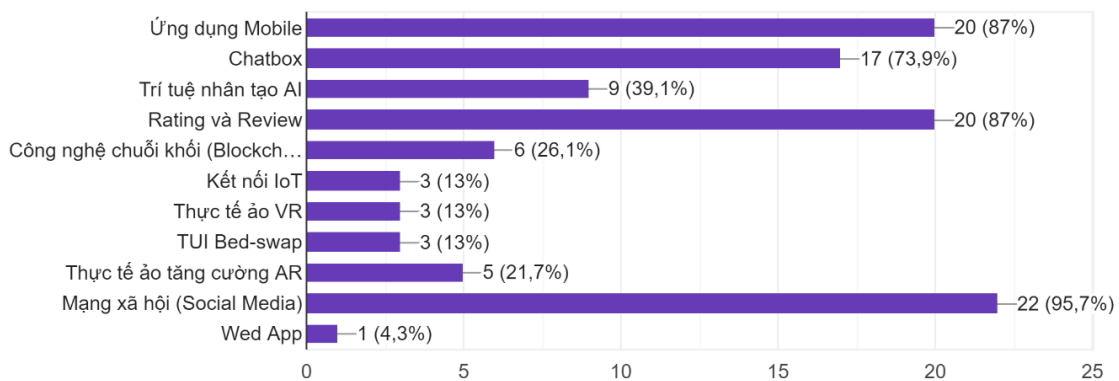
Nguồn: Tác giả khảo sát (2023)

Liên quan đến các ứng dụng CNTT hay các giải pháp công nghệ thông minh mà các doanh nghiệp đang sử dụng, kết quả khảo sát được thể hiện ở Hình 2.1 và Hình 2.2.



Nguồn: Tác giả khảo sát (2023)

Hình 2.1. Các ứng dụng công nghệ thông tin được các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hoà sử dụng hiện tại



Nguồn: Tác giả khảo sát (2023)

Hình 2.2. Các giải pháp công nghệ thông tin đang được các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hoà sử dụng hiện tại

Tại Khánh Hòa, nhiều cơ sở kinh doanh du lịch đã chủ động ứng dụng công nghệ thông minh trong quản lý và phục vụ khách, tạo ra những thay đổi tích cực trong trải nghiệm du lịch. Các khách sạn và khu nghỉ dưỡng cao cấp như Havana, InterContinental, Mường Thanh Luxury, Movenpick Cam Ranh, Sheraton, Novotel, Six Senses, Amiana,

Fusion Resort hay Alma Resort... đã triển khai nhiều ứng dụng công nghệ thông tin như website đặt phòng, ứng dụng di động, hệ thống đặt tour trực tuyến, chatbox hỗ trợ khách hàng, tích hợp thanh toán điện tử và quản lý phản hồi. Một số đơn vị tiên phong ứng dụng công nghệ cao hơn như Công ty Cổ phần Vinpearl đã sử dụng ứng dụng công nghệ Face ID trong việc làm thủ tục check-in cho khách du lịch; Khu nghỉ dưỡng Alma đã ra mắt ứng dụng di động Alma Resort nhằm tăng cường tối đa giao tiếp không chạm giữa khách và nhân viên khi tình hình dịch COVID-19 vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp. Ứng dụng cho phép người dùng được tiếp cận các thông tin liên quan đến thực đơn của các nhà hàng, quầy bar, dịch vụ ăn uống tại phòng, chương trình khuyến mãi... Ứng dụng cũng tích hợp dịch vụ di chuyển và cả tiện ích phản ánh để người dùng có thể góp ý về các dịch vụ của khu nghỉ dưỡng. Đây là cách tạo ra một trung tâm tổng hợp thông tin toàn diện, giảm thiểu tối đa tiếp xúc giữa khách và nhân viên, giữ an toàn cho khách, nhân viên và cộng đồng. Tại khu du lịch Suối khoáng nóng I-resort Nha Trang, máy mua vé tự động cũng đã được đưa vào sử dụng nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ khách với 6 ngôn ngữ: Việt, Anh, Nga, Trung Quốc, Hàn, Nhật. Các dịch vụ đều có clip và chữ giới thiệu tóm tắt về dịch vụ, dễ dàng chọn loại dịch vụ và số vé cần mua. Bên cạnh đó, phương thức thanh toán bằng thẻ ngân hàng qua POS hoặc thanh toán bằng QR code... cũng được triển khai tại Khu du lịch. Bên cạnh đó, các công ty lữ hành như Vietravel chi nhánh Nha Trang, HTS International Travel, Long Phú Tourist, Công ty TNHH Hải Đăng, Công ty Du lịch Cam Ranh hay Công ty TNHH Tour du lịch biển... cũng đẩy mạnh đặt tour trực tuyến, ứng dụng mạng xã hội, rating - review, AI và IoT nhằm tăng khả năng tương tác và cá nhân hóa dịch vụ. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp cũng khai thác các giải pháp như đánh giá - xếp hạng trực tuyến, kết nối IoT, trí tuệ nhân tạo (AI) trong gợi ý dịch vụ, hay mạng xã hội để tăng cường tương tác với du khách.

Có thể thấy, các doanh nghiệp cũng đã chủ động nắm bắt cơ hội, ứng dụng công nghệ thông tin trong mọi khâu, mọi đối tượng, mọi khía cạnh của ngành một cách đồng bộ và hiệu quả; chú trọng liên kết, hợp tác, sớm xây dựng hạ tầng công nghệ và trình độ nguồn nhân lực hướng tới việc đảm bảo có được một hệ sinh thái du lịch thông minh.

Tuy vậy, các ứng dụng ICT và các công nghệ thông minh hiện được các doanh nghiệp sử dụng vẫn đang dừng lại ở các ứng dụng đơn giản, cơ bản. Những công nghệ mang tính thông minh cao, hướng đến du lịch thông minh như: hệ thống hướng dẫn

thông minh, thiết kế hành trình cá nhân, bản đồ du lịch điện tử, đặc biệt là ứng dụng công nghệ trong việc giảm thiểu các yếu tố tác động tiêu cực tới môi trường chưa được sử dụng nhiều. So sánh các ứng dụng công nghệ thông minh hiện đang được các doanh nghiệp tại Khánh Hòa sử dụng, có thể thấy, những ứng dụng công nghệ cao như trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ chuỗi khối kết nối vạn vật IoT hay công nghệ thực tế ảo tăng cường VR, AR chưa được các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa sử dụng nhiều. Trong khi đó, những công nghệ này hiện đã và đang được nhiều doanh nghiệp du lịch tại các trung tâm du lịch của cả nước như Hà Nội, Đà Nẵng đưa vào sử dụng, tạo ra nhiều sản phẩm hấp dẫn, gia tăng nhiều giá trị và trải nghiệm mới mẻ cho khách hàng. Việc sử dụng các công nghệ thông minh giúp khách hàng có được nhiều thông tin chân thực trước chuyến đi, tự thiết kế chuyến đi cho mình hoặc được chiêm ngưỡng nhiều công trình kiến trúc, di tích lịch sử không còn nguyên vẹn, được tái hiện lại, kèm thuyết minh bằng nhiều thứ tiếng khác nhau đã trở thành những điểm nhấn cho những điểm đến đó.

2.1.3.2. Việc triển khai phát triển ngành du lịch theo xu hướng thông minh tại Khánh Hòa trong thời gian qua

Việc triển khai phát triển ngành du lịch theo xu hướng thông minh của Khánh Hòa là khá muộn và chậm hơn so với một số địa phương là trung tâm du lịch của cả nước. Tuy nhiên, Khánh Hòa đã và đang từng bước có sự chuyển mình trong việc chuyển đổi số du lịch, ứng dụng công nghệ truyền thông tiên tiến vào công tác quản lý, hoạt động kinh doanh cũng như truyền thông quảng bá từ cấp độ quản lý nhà nước nhằm chủ động thích ứng với sự thay đổi của xu thế hướng đến mục tiêu phát triển du lịch thông minh trên nền tảng đô thị thông minh, hiện đại. Cụ thể:

(1) Thực hiện số hóa, tạo lập cơ sở dữ liệu quản lý nhà nước về du lịch từ tháng 06/2016 đến tháng 05/2022 lên Hệ thống GIS phân hệ du lịch.

(2) Triển khai Kế hoạch số 7617/KH-UBND ngày 15/8/2022 của Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa, các sở, ban, ngành và địa phương thuộc tỉnh đã chủ động tổ chức tuyên truyền đến các doanh nghiệp du lịch, lữ hành, các tổ chức quản lý điểm du lịch, khu di tích, văn hóa và các đơn vị kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm, vui chơi, giải trí, thể thao, khách du lịch bằng nhiều hình thức.

(3) Sở Du lịch phối hợp tư vấn tiến hành Lập báo cáo kinh tế kỹ thuật dự án Trung tâm điều hành thông tin hỗ trợ khách du lịch: Hội đồng nhân dân tỉnh Khánh Hòa đã có Nghị quyết số 54/NQ-HĐND ngày 19/7/2022 về phê duyệt Chủ trương đầu tư dự án Trung tâm điều hành thông tin, hỗ trợ khách du lịch.

- Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin - truyền thông

Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông tại Khánh Hòa hiện nay ở mức độ đang phát triển, bước đầu hình thành. Khánh Hòa đã: thành lập Trung tâm điều hành du lịch thông minh tích hợp thông tin cơ sở lưu trú, lữ hành, nhà hàng, điểm vui chơi, mua sắm, sự kiện; triển khai hệ thống bản đồ số, mã QR tại một số điểm du lịch, vé điện tử ở một số tuyến điểm; phát triển các ứng dụng hỗ trợ thanh toán trên các thiết bị di động thông minh, thẻ du lịch thông minh; hệ thống quản lý thông tin du lịch dựa vào thiết bị cảm biến định vị; hệ thống phân tích cơ sở dữ liệu ngành, dự báo thị trường khách du lịch. Một số doanh nghiệp địa phương áp dụng camera AI, hệ thống theo dõi khách du lịch tuy nhiên, chưa có sự đồng bộ giữa các nền tảng công nghệ; các hệ thống số hóa còn rời rạc, chưa tích hợp dữ liệu giữa chính quyền, doanh nghiệp và du khách; chưa có cơ sở dữ liệu lớn phục vụ dự báo nhu cầu, phân tích hành vi du khách.

- Cơ sở dữ liệu du lịch

Ngày 25 tháng 12 năm 2024, tỉnh Khánh Hòa đã cho ra mắt Trung tâm điều hành thông tin và hỗ trợ khách du lịch tại địa chỉ: <https://ttdhsdl.khanhhoa.gov.vn/>. Đây là kênh thông tin thống nhất, tập trung hỗ trợ thông tin điểm đến cho du khách, cho phép kết nối thông tin với các hệ thống thông tin khác và mạng xã hội để hỗ trợ du khách. Với Trung tâm điều hành thông tin và hỗ trợ khách du lịch, người dân và du khách có thể truy cập các dữ liệu về cơ sở lưu trú, đơn vị lữ hành, hướng dẫn viên, nhà hàng, điểm vui chơi giải trí, tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch các địa điểm mua sắm. Cùng với chức năng chia sẻ thông tin điểm đến, trung tâm điều hành thông tin, hỗ trợ khách du lịch cũng là nơi tiếp nhận và xử lý các tình huống khẩn cấp hỗ trợ du khách; giám sát đảm bảo an ninh, an toàn trong du lịch, đảm bảo các vấn đề vệ sinh thực phẩm, minh bạch về giá các sản phẩm, dịch vụ du lịch...

Tuy vậy, cơ sở dữ liệu du lịch thông minh hiện tại chưa hoàn chỉnh. Bước đầu đã thu thập và hiển thị dữ liệu về lượng khách, điểm đến, hoạt động du lịch qua Trung tâm

điều hành du lịch. Tuy nhiên dữ liệu hiện tại thiếu thời gian thực, chưa đủ sâu để phục vụ phân tích xu hướng và ra quyết định và chưa có sự kết nối dữ liệu giữa chính quyền và doanh nghiệp.

- Giao thông và di chuyển thông minh

Hệ thống giao thông thông minh, di chuyển thông minh của địa phương chỉ mới ở mức độ khởi động. Một số doanh nghiệp đã triển khai xe điện (VinBus, taxi điện VinFast). Bên cạnh đó, kế hoạch quy hoạch xe đạp công cộng và khu đi bộ ở trung tâm Nha Trang đã được đề cập. Tuy nhiên, hiện chưa có bản đồ di chuyển thông minh, không có ứng dụng hỗ trợ du khách di chuyển như ở Đà Nẵng, TP. HCM. Giao thông công cộng chưa thông minh, lịch trình và thông tin tuyến không được cập nhật số hóa.

- Quản lý điểm đến du lịch thông minh

Địa phương đã có chiến lược chung về chuyển đổi số và phát triển du lịch thông minh; đã có sự phối hợp bước đầu giữa các sở ngành và Trung tâm điều hành du lịch. Tuy nhiên, các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, tiêu chuẩn dữ liệu, các mô hình phối hợp...vẫn chưa được triển khai. Ngoài ra, sự liên kết giữa các bên liên quan, đặc biệt giữa doanh nghiệp - nhà nước - người dân cũng chưa được quan tâm và xúc tiến. Một số công cụ quản trị hiện đại như GIS quản lý điểm đến, quản lý dòng khách theo thời gian thực cũng chưa được đưa vào ứng dụng. Tóm lại, hoạt động quản lý điểm đến thông minh đang ở mức độ định hướng, chưa thực thi toàn diện. Địa phương đã triển khai nhiều dự án đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch trước và sau chuyến đi, bao gồm: xây dựng và triển khai sử dụng ứng dụng trên thiết bị di động cung cấp thông tin điểm đến, tích hợp trên đầu số *2258 để hỗ trợ giải quyết các yêu cầu từ du khách; xây dựng phần mềm ứng dụng hướng dẫn viên du lịch ảo trên điện thoại di động, thuyết minh du lịch tự động ra các ngôn ngữ phổ biến; phát triển các ứng dụng cung cấp dịch vụ du lịch trên sàn giao dịch du lịch điện tử và các ứng dụng thanh toán trực tuyến trên thiết bị di động thông minh; xây dựng mới Cổng thông tin du lịch Nha Trang - Khánh Hòa trên cơ sở trang web nhatrang-travel.com và nhatrang-travel.com.vn.

- Sự tham gia của cộng đồng và doanh nghiệp

Sự tham gia của cộng đồng và doanh nghiệp hiện ở mức độ thấp. Cụ thể, bên cạnh một số doanh nghiệp lớn tại địa phương đã tiên phong trong áp dụng công nghệ

vào dịch vụ, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ còn thụ động, thiếu kỹ năng số; người dân chưa được trang bị kiến thức về du lịch thông minh; vai trò cộng đồng mờ nhạt trong quy hoạch và giám sát; thiếu cơ chế khuyến khích doanh nghiệp đổi mới sáng tạo và chia sẻ dữ liệu.

Trong dự thảo kế hoạch ứng dụng CNTT trong hoạt động du lịch, ngành du lịch địa phương cũng đã khuyến khích các doanh nghiệp tham gia xã hội hóa các dự án liên quan. Cụ thể, Sở Du lịch Khánh Hòa đã ký kết ghi nhớ hợp tác với Viettel Khánh Hòa và công ty Giải pháp Du lịch thông minh (Smart Travel Solution) về việc ứng dụng CNTT trong hoạt động du lịch của tỉnh. Theo đó, công ty Viettel Khánh Hòa và công ty Smart Travel Solution sẽ hợp tác với Sở Du lịch thực hiện việc khảo sát hiện trạng, đề xuất giải pháp cụ thể cho việc triển khai Hệ thống Du lịch thông minh nhằm cung cấp các công cụ phục vụ cho cơ quan quản lý, hỗ trợ các doanh nghiệp, khách du lịch và người dân cũng như xây dựng ứng dụng cung cấp cho du khách những thông tin cơ bản như: ăn gì, ở đâu, mua sắm, thư giãn, các điểm tham quan, hướng dẫn đường đi, gợi ý phương tiện, giá cả lịch trình tour; xây dựng và lắp đặt hệ thống wifi hỗ trợ khách du lịch và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch tại Nha Trang.

2.1.3.3. Chính sách và định hướng phát triển du lịch của địa phương

Ủy ban nhân dân thành phố Nha Trang cũng đã ban hành kế hoạch số 1666/KH-UBND (ngày 05 tháng 3 năm 2023), triển khai Đề án “Xây dựng thí điểm mô hình đô thị thông minh tại thành phố Nha Trang” giai đoạn I (2024-2025), với các nội dung cơ bản gồm:

(1) Xây dựng Trung tâm điều hành đô thị thông minh thành phố Nha Trang: đầu tư trang thiết bị phòng điều hành đô thị thông minh thành phố Nha Trang; đầu tư trang thiết bị phòng máy chủ đô thị thông minh thành phố Nha Trang; triển khai ứng dụng IOC mềm trên nền tảng web; triển khai ứng dụng IOC mềm trên nền tảng di động;

(2) Đầu tư nền tảng hạ tầng phục vụ đô thị thông minh thành phố Nha Trang: đầu tư xây dựng Trung tâm dữ liệu cho thành phố Nha Trang tích hợp hệ thống giám sát, điều hành an toàn, an ninh mạng (SOC) cho thành phố Nha Trang; triển khai Kho dữ liệu đô thị thành phố Nha Trang; hệ thống giám sát an ninh trật tự công cộng, an toàn

giao thông cho thành phố Nha Trang; trang bị nâng cấp máy tính, các thiết bị đầu cuối phục vụ các hoạt động ứng dụng công nghệ thông tin ở các cấp trên địa bàn thành phố;

(3) Đầu tư các hệ thống thông tin chuyên ngành, tiện ích, dịch vụ đô thị thông minh: kết nối thông tin quản lý, công khai quy hoạch đô thị và tích hợp vào đô thị thông minh thành phố Nha Trang; kết nối thông tin hạ tầng kỹ thuật đô thị và tích hợp vào đô thị thông minh thành phố Nha Trang; đầu tư mở rộng hệ thống quản lý vi phạm hành chính trên các lĩnh vực thuộc quyền quản lý của thành phố Nha Trang;

(4) Đào tạo (đào tạo cán bộ, đội ngũ vận hành; đào tạo nguồn nhân lực quản trị đô thị thông minh và bền vững;

(5) Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức của người dân về đô thị thông minh (Ủy ban nhân dân thành phố Nha Trang, 2024).

Việc xây dựng đề án thí điểm mô hình đô thị thông minh tại thành phố Nha Trang sẽ là một cơ sở quan trọng giúp ngành Du lịch địa phương có được nền tảng để phát triển theo định hướng du lịch thông minh, để có thể trở thành một điểm đến du lịch thông minh trong tương lai.

Bên cạnh các hoạt động của chính quyền địa phương và cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Khánh Hòa đã rất quan tâm và chú trọng ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin vào trong quá trình hoạt động kinh doanh, cung cấp và phục vụ dịch vụ cho khách du lịch. Nền tảng công nghệ thông tin của doanh nghiệp/Sự sàng công nghệ của các doanh nghiệp tương đối tốt. Nhiều doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa đã chủ động triển khai và đẩy nhanh các ứng dụng CNTT nhằm tăng khả năng tiếp cận, tương tác và nâng cao chất lượng dịch vụ cho du khách cũng như gia tăng giá trị trải nghiệm cho du khách. Các ứng dụng mà doanh nghiệp sử dụng chủ yếu là Destination homepage (Trang chủ); Mobile application (Các ứng dụng di động); Free Wi-Fi (Wifi miễn phí); Online information access (Truy cập thông tin trực tuyến); Mobile payment: Thanh toán qua điện thoại. Việc sử dụng mã QR và bán vé điện tử cũng là những ứng dụng phổ biến được các doanh nghiệp sử dụng hiện nay.

Ngoài ra, một trong chín giải pháp quan trọng được xác định tại Kế hoạch số 12148/KH-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa về Triển khai thực hiện chiến

lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa nêu rõ việc ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại, công nghệ số trong ngành du lịch. Trong đó:

(1) Thực hiện triển khai việc chuyển đổi số trong ngành du lịch, nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ trong các hoạt động du lịch. Phát triển các tiện ích “du lịch thông minh”; phát triển các sản phẩm ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ du khách tiếp cận điểm đến, trải nghiệm du lịch dựa trên công nghệ số. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch, kết nối với hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia.

(2) Nâng cao chất lượng công tác ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý du lịch và tương tác trực tuyến với du khách; Xây dựng nguồn dữ liệu thông tin hình ảnh dưới các hình thức khác nhau để giới thiệu điểm đến, sản phẩm, tài nguyên du lịch Khánh Hòa có thể đảm bảo yêu cầu phát sóng trên các kênh truyền hình trong nước và quốc tế cũng như trên các phương tiện truyền thông trực tuyến khác. Biên tập, xuất bản các ấn phẩm du lịch số dưới nhiều hình thức để phục vụ công tác xúc tiến du lịch và cung cấp thông tin cho du khách; ứng dụng rộng rãi công nghệ thanh toán không dùng tiền mặt trong các giao dịch dịch vụ du lịch.

(3) Tập trung ứng dụng, phát triển du lịch thông minh: xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số ngành Du lịch; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch trước và sau chuyến đi. Xây dựng bản đồ số về các khu, điểm du lịch, cơ sở dịch vụ đạt chuẩn phục vụ khách du lịch; hoàn thiện số hóa 3D các hiện vật, công trình lịch sử, văn hóa trên địa bàn Khánh Hòa để quảng bá văn hóa, lịch sử của thành phố cho khách du lịch... Xây dựng phần mềm hướng dẫn viên du lịch ảo, thuyết minh du lịch tự động ra các ngôn ngữ phổ biến tại các khu, điểm du lịch; phát triển các ứng dụng cung cấp dịch vụ du lịch trên sàn giao dịch du lịch điện tử và các ứng dụng thanh toán trực tuyến trên thiết bị di động thông minh....

2.1.3.4. So sánh thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa và một số địa phương

Bảng 2.3. So sánh thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa và một số địa phương

Stt	Địa phương	Nội dung chủ yếu trong phát triển Du lịch thông minh
-----	------------	--

1	Khánh Hòa	- Đã triển khai Trung tâm điều hành thông minh du lịch tại địa chỉ ttdhsdl.khanhhoa.gov.vn, cung cấp thông tin về cơ sở lưu trú, lễ hành, nhà hàng, điểm vui chơi, mua sắm, sự kiện văn hóa và số liệu kinh doanh. - Tập trung vào số hóa tài nguyên biển đảo, phát triển bản đồ số, mã QR tại các điểm tham quan và ứng dụng công nghệ trong quản lý du lịch.
2	Hà Nội	- Đã số hóa hơn 5.000 di tích, triển khai các ứng dụng như iTourism và bản đồ du lịch thông minh, cung cấp thông tin về di tích, lễ hội và sự kiện văn hóa. - Tập trung vào bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, kết hợp công nghệ để nâng cao trải nghiệm du lịch.
3	Thành phố Hồ Chí Minh	- Đã triển khai ứng dụng du lịch thông minh, cung cấp thông tin về điểm đến, sự kiện, ẩm thực và mua sắm. - Tập trung vào phát triển du lịch MICE, ẩm thực và mua sắm, kết hợp công nghệ để nâng cao chất lượng dịch vụ
4	Đà Nẵng	- Đã xây dựng Trung tâm điều hành du lịch thông minh, triển khai hệ thống bản đồ số, ứng dụng du lịch và các dịch vụ thông minh khác. Là địa phương tiên phong trong phát triển du lịch thông minh - Tập trung vào phát triển du lịch biển, nghỉ dưỡng và hội nghị, kết hợp công nghệ để nâng cao trải nghiệm du lịch
5	Lâm Đồng	- Phát triển du lịch sinh thái và nông nghiệp thông minh, triển khai các ứng dụng du lịch và bản đồ số.
6	Quảng Ninh	- Số hóa các điểm du lịch như vịnh Hạ Long, triển khai hệ thống vé điện tử và ứng dụng du lịch thông minh.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2025)

Nhìn chung, Khánh Hòa đã bước đầu xây dựng nền tảng du lịch thông minh với Trung tâm điều hành du lịch, một số công nghệ hỗ trợ du khách và các chiến lược định hướng rõ ràng. Tuy nhiên, hiện tại vẫn chưa phát triển toàn diện, còn nhiều mặt thiếu đồng bộ, thiếu tích hợp, thiếu chiều sâu dữ liệu, và thiếu liên kết giữa các bên, thiếu

nhiều ứng dụng công nghệ phục vụ du khách, doanh nghiệp và công tác quản lý. Các tiện ích như phân tích hành vi du khách, cảnh báo an ninh, quản lý môi trường du lịch, hay hệ thống hỗ trợ lập kế hoạch chuyến đi, tra cứu thông tin hướng dẫn viên và doanh nghiệp du lịch... đều chưa được triển khai. So với các địa phương như Đà Nẵng, Hà Nội, TP. HCM - Khánh Hòa còn ở giai đoạn đầu, nhưng có tiềm năng nếu tiếp tục đầu tư đúng hướng.

2.2. Thiết kế nghiên cứu

2.2.1. Quy trình nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện qua hai giai đoạn. Quy trình nghiên cứu được trình bày khái quát trong Hình 2.3.

- Giai đoạn 1: Giai đoạn này của tiến trình nghiên cứu bao gồm các hoạt động: (1) Nghiên cứu lý thuyết xác định khoảng trống nghiên cứu, (2) Tổng kết lý thuyết và phỏng vấn chuyên gia để khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh và xây dựng mô hình nghiên cứu, (3) Thiết lập bảng câu hỏi sơ bộ.

Với mục tiêu tổng quan tài liệu nghiên cứu liên quan, trong giai đoạn này tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng học (Bibliometric) và phân tích nội dung (Content analysis method). Từ kết quả tổng quan tài liệu, các khoảng trống trong nghiên cứu được phát hiện. Bên cạnh đó, phương pháp phỏng vấn chuyên gia, khảo sát bằng bảng hỏi cũng được sử dụng để phát triển, xây dựng và kiểm định thành phần mới. Đồng thời, trong giai đoạn này các thành phần mới và các thang đo được sàng lọc, hiệu chỉnh giá trị nội dung một lần nữa bởi các thành viên trong phỏng vấn nhóm.

+ Nghiên cứu lý thuyết xác định khoảng trống nghiên cứu

Nghiên cứu lý thuyết là bước khởi sự quan trọng của quá trình nghiên cứu, bởi cần tìm hiểu những tài liệu nghiên cứu trước đó của các tác giả trên thế giới về chủ đề nghiên cứu của đề tài, cụ thể là hướng nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh, phát triển du lịch thông minh. Hai câu hỏi quan trọng cho định hướng nghiên cứu: (1) Phát triển điểm đến du lịch thông minh như thế nào? (2) Yếu tố nào ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh? Từ đó, nghiên cứu đã tổng hợp những thành tựu nghiên cứu của hướng nghiên cứu này và định hướng cụ thể cho đề tài luận án. Theo đó, nghiên cứu thực hiện hệ thống hóa các lý thuyết liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông

minh, các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Ngoài ra, thông qua quá trình nghiên cứu lý thuyết, luận án trình bày tổng quan nghiên cứu trên thế giới cũng như trong nước có liên quan về mô hình nghiên cứu trước làm tiền đề cho việc hình thành khung lý thuyết và định hướng cho mô hình nghiên cứu.

+ Tổng kết lý thuyết và nghiên cứu định tính thiết lập mô hình nghiên cứu

Trước tiên, nghiên cứu đã làm rõ khái niệm du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh, các khái niệm nền tảng liên quan đến điểm đến du lịch thông minh và các thành phần của điểm đến du lịch thông minh. Nghiên cứu đã kế thừa các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh từ các nghiên cứu.

Nghiên cứu tiếp tục thực hiện 20 cuộc phỏng vấn chuyên gia gồm 05 người được phỏng vấn từ cơ quan quản lý nhà nước, 05 nhà khoa học và 10 chuyên gia từ các doanh nghiệp lữ hành và lưu trú. Phỏng vấn chuyên gia này nhằm khám phá yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Các cuộc phỏng vấn chuyên sâu này cung cấp sự hiểu biết toàn diện về du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố được đánh giá là có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Kết hợp kết quả của tổng quan các nghiên cứu trước có liên quan và kết quả phỏng vấn chuyên gia, nghiên cứu đã định hình được 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa, gồm Quản trị thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch, Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh đối với trường hợp Khánh Hòa.

- Giai đoạn 2: gồm nghiên cứu định lượng sơ bộ và nghiên cứu định lượng chính thức

Nghiên cứu định lượng sơ bộ

+ Thiết kế bảng câu hỏi sơ bộ

Nghiên cứu này xem xét đến quy trình xây dựng thang đo dựa vào quy trình xây dựng thang đo của Churchill (1979). Thang đo nháp 1 được xây dựng trên cơ sở tổng quan lý thuyết, các nghiên cứu trước có liên quan đến 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trên cơ sở này, một tập biến quan sát (thang đo nháp 1) được xây dựng để đo lường các khái niệm tiềm ẩn.

Sau khi hoàn thành thang đo nháp 1, nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn 5 nhóm với 25 thành viên (5 nhóm, mỗi nhóm 5 thành viên) đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, chuyên gia đến từ doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh, cộng đồng địa phương, khách du lịch thông minh. Tác giả đã sử dụng phương pháp phỏng vấn theo trình tự đặt câu hỏi và làm rõ vấn đề nghiên cứu, câu hỏi mở được đặt ra dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu đi trước có liên quan. Sau khi phỏng vấn, nghiên cứu thực hiện điều chỉnh và xây dựng thang đo nháp 2 nhằm phục vụ cho mục tiêu nghiên cứu định lượng sơ bộ. Để thuận tiện trong quá trình khảo sát đối tượng khách du lịch quốc tế, tác giả đã phối hợp với các giảng viên ngoại ngữ dạy chuyên ngành du lịch của Trường Đại học Khánh Hòa chuyển thể bảng câu hỏi sơ bộ tiếng Việt thành bảng câu hỏi sơ bộ bằng tiếng Anh, tiếng Hàn, tiếng Trung. Tiếp theo, mỗi phiên bản tiếng Việt, Anh, Hàn, Trung của bảng câu hỏi sẽ được phân phát cho các du khách đang du lịch tại Khánh Hòa. Số lượng khách du lịch trả lời với mỗi phiên bản tiếng Việt, Anh, Hàn, Trung và trả lại bản câu hỏi và có những gợi ý hữu ích. Dựa trên phản hồi của họ, bản câu hỏi sẽ được sửa đổi và hoàn thiện. Kết thúc bước này là bảng câu hỏi sơ bộ (tiếng Việt, tiếng Anh, Hàn, Trung) được hình thành để làm cơ sở triển khai nghiên cứu sơ bộ.

Những hoạt động cần thực hiện trong nghiên cứu định lượng sơ bộ gồm: (1) khảo sát sơ bộ, (2) đánh giá sơ bộ độ tin cậy của thang đo, (3) phân tích nhân tố khám phá (EFA) và thiết kế bảng câu hỏi chính thức.

Mục đích chính của nghiên cứu định lượng sơ bộ là khảo sát sơ bộ nhằm đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo trước khi kiểm định lý thuyết khoa học của mô hình nghiên cứu (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Cỡ mẫu thường được xác định trên cơ sở các nghiên cứu có liên quan trước đây và các quy tắc thống kê của phân tích chuyên nghiệp đặt ra (Aaker và cộng sự, 2016). Hơn nữa, phân tích nhân tố khám phá (EFA) sẽ

được sử dụng để phân tích dữ liệu, cỡ mẫu cần thiết tối thiểu là 100 (Gorsuch, 1983). Do đó, cỡ mẫu ước tính cho giai đoạn nghiên cứu định lượng sơ bộ này là 150. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát (trực tiếp và trực tuyến) với số lượng phiếu phát ra là 160 phiếu với 4 đối tượng tham gia khảo sát gồm: khách du lịch (nội địa và quốc tế), cư dân địa phương, quản lý doanh nghiệp du lịch và cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch. Kết quả thu thập được đưa vào thực hiện phân tích nhân tố khám phá. Kết quả các thang đo đã kiểm định EFA sẽ được đưa vào bảng câu hỏi nghiên cứu chính thức.

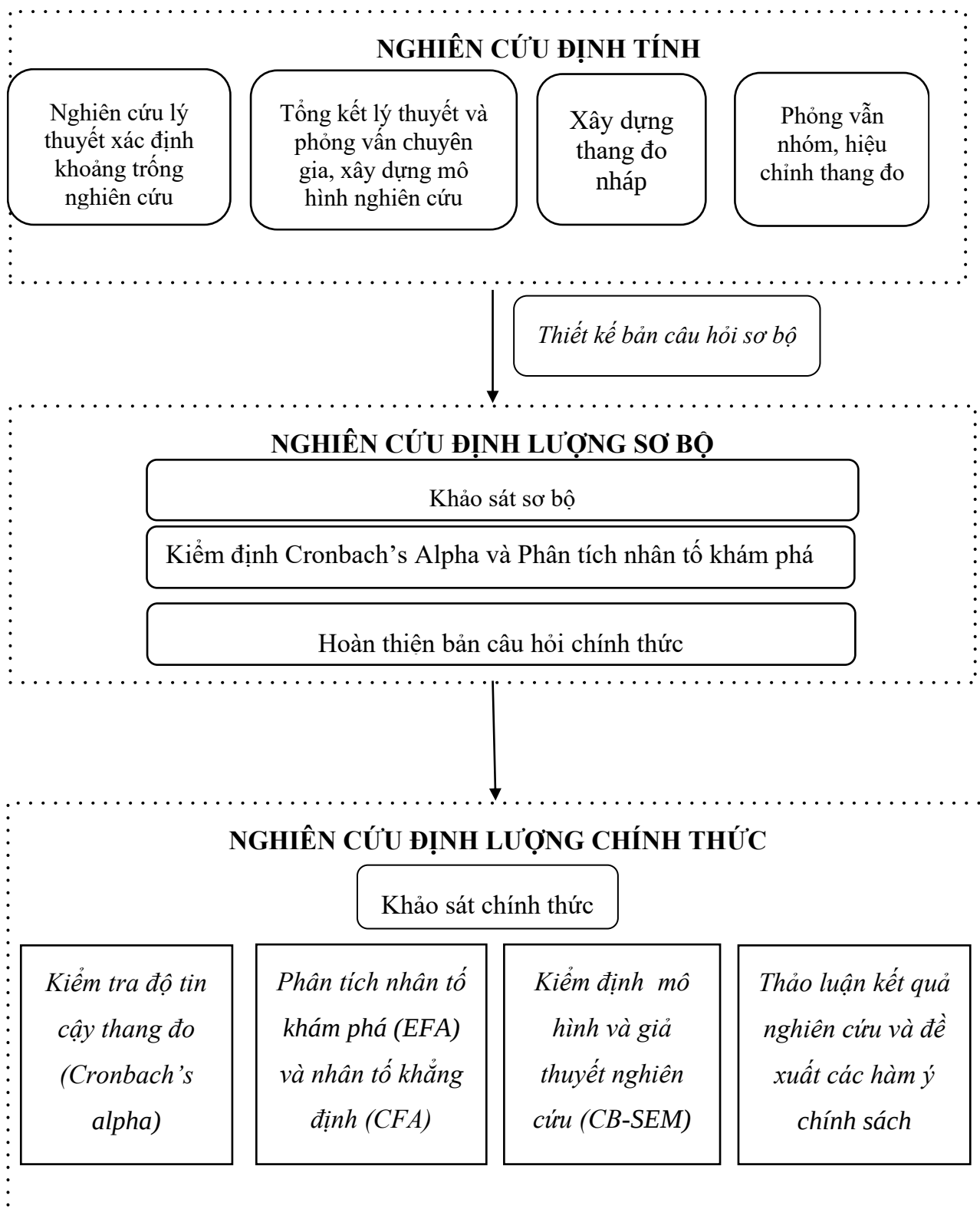
Nghiên cứu định lượng chính thức

Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện bằng phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi nhằm kiểm định mô hình đo lường và mô hình nghiên cứu (thông qua khảo sát chính thức). Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát trực tiếp và trực tuyến bằng Bảng hỏi với 4 nhóm đối tượng tương tự như khảo sát sơ bộ, sau đó tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Các giả thuyết nghiên cứu cũng sẽ được kiểm chứng trong giai đoạn này bằng phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

Theo nghiên cứu của Bollen (1989), kích cỡ mẫu tối thiểu cho một tham số cần ước lượng là 5 mẫu. Đồng thời, để đạt ước lượng tin cậy cho phương pháp phân tích dữ liệu mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), theo Hoelter (1983) (theo trích dẫn của Nguyễn Đình Thọ (2011), mẫu thường phải có kích thước lớn hơn 200. Bên cạnh đó, quy mô mẫu khi thực hiện mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định mô hình tương đối phức tạp với số biến nghiên cứu là 10 (theo Hair và cộng sự, 2014).

Quá trình phân tích dữ liệu sẽ sử dụng phần mềm hỗ trợ SPSS 24.0 và AMOS 24.0. Ba nội dung chính được thực hiện trong nghiên cứu định lượng chính thức, gồm:

- + Đánh giá sơ bộ thang đo thông qua kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA).
- + Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để kiểm định sự phù hợp của thang đo.
- + Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu bằng phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).



Hình 2.3. Quy trình nghiên cứu của luận án

2.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng vào từng giai đoạn nghiên cứu để đáp ứng vào từng mục tiêu cụ thể. Các phương pháp nghiên cứu được áp dụng gồm: (1) Phân tích trắc lượng/ đo lường thư mục khoa học (Bibliometric), (2) Phân tích nội dung (Content analysis method), (3) Phương pháp chuyên gia, (4) Phương pháp phỏng vấn nhóm, (5) Phương pháp bảng hỏi, (6) Phương pháp xử lý số liệu.

2.2.2.1. Phương pháp phân tích trắc lượng/ đo lường thư mục khoa học (Bibliometric)

Phân tích trắc lượng bao gồm việc áp dụng các phương pháp thống kê để xác định những thay đổi định tính và định lượng trong một chủ đề nghiên cứu khoa học nhất định, thiết lập hồ sơ của các ấn phẩm về chủ đề này và phát hiện các khuynh hướng trong một lĩnh vực (Bakker và cộng sự, 2005). Phương pháp phân tích này cũng cung cấp thông tin hữu ích cho các chuyên gia đang tìm cách đánh giá hoạt động khoa học (Oliva và cộng sự, 2006), bởi hệ thống đo lường thư mục khoa học đóng vai trò như một hướng dẫn về tình trạng của chủ đề cần phân tích. Vì vậy, tác giả sử dụng phương pháp này để tổng quan tài liệu nghiên cứu liên quan và phát hiện khoảng trống nghiên cứu.

Theo Bakker và cộng sự (2005), phân tích trắc lượng tạo ra một sự đổi mới về phương pháp luận đối với các bài tổng quan tài liệu truyền thống. Hai công cụ phân tích quan trọng: (1) phân tích đồng trích dẫn (Co-citation) và (2) phân tích đồng thuật ngữ (Co-word):

(1) Phân tích đồng trích dẫn được sử dụng để nắm bắt cấu trúc của lĩnh vực cần nghiên cứu. Theo Small (1973), đồng trích dẫn được định nghĩa là tần suất trong đó hai tài liệu được trích dẫn cùng nhau trong tài liệu và được giả định rằng các tài liệu được đồng trích dẫn thì sẽ gần nhau về mặt khái niệm. Theo Ferreira (2017), hai tài liệu thường xuyên được trích dẫn cùng nhau, sức mạnh đồng trích dẫn của chúng càng cao và càng có nhiều khả năng chúng có liên quan với nhau. Giá trị của phân tích này như một công cụ để khám phá cấu trúc của một lĩnh vực khoa học đã được nêu trong nhiều nghiên cứu (White và Griffith, 1986) và ngày càng được sử dụng

rộng rãi trong tất cả các ngành, kể cả trong lĩnh vực quản lý (Marsilio và cộng sự, 2011).

(2) Phân tích đồng thuật ngữ dựa trên ý tưởng rằng sự đồng xuất hiện của các thuật ngữ chính (tức là tóm tắt, tiêu đề hoặc từ khóa) mô tả nội dung của tài liệu (Callon và cộng sự, 1991). Phân tích đồng thuật ngữ xác định và hình dung các cụm đại diện cho các nhóm ngữ nghĩa hoặc khái niệm của các chủ đề khác nhau được xử lý trong lĩnh vực nghiên cứu. Các cụm chủ đề được hình dung trong một “sơ đồ chiến lược” hoặc “bản đồ mạng lưới” (Cobo và cộng sự, 2015). Ngoài ra, các tác giả đọc phần tóm tắt hoặc toàn văn của bài báo khi cần thiết để bổ sung thông tin liên quan vào kết quả phân tích bibliometric bằng định lượng.

Tác giả sử dụng phân tích trắc lượng/ đo lường thư mục khoa học với 2 mục tiêu chính: (1) nắm bắt cấu trúc của lĩnh vực cần nghiên cứu (dựa vào phân tích đồng trích dẫn (Co-citation); (2) mô tả nội dung của tài liệu với mục đích tổng quan tài liệu nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (phân tích đồng thuật ngữ (Co-word) dựa trên sự đồng xuất hiện của các thuật ngữ chính (tức là tóm tắt, tiêu đề hoặc từ khóa).

Quy trình thực hiện: nghiên cứu chọn cơ sở dữ liệu lấy từ nguồn Web of Science (WoS) và Scopus - hai nguồn cơ sở dữ liệu lớn nhất trên thế giới cung cấp tất cả các bài báo khoa học nghiên cứu trong tất cả các lĩnh vực và được xuất bản trên các tạp chí uy tín: Elsevier (www.sciencedirect.com), Emerald (www.emeraldinsight.com), Springer (www.springerlink.com), Wiley (www.wiley.com)... và các tạp chí uy tín khác (Zainab và Raj, 2013).

2.2.2.2. Phương pháp phân tích nội dung (Content analysis method)

Để phân tích các nghiên cứu về phát triển điểm đến du lịch thông minh và xác định các danh mục và chủ đề chính, tác giả đã tiến hành đánh giá tổng quan tài liệu. Tổng quan tài liệu giúp tổng hợp kiến thức và xác định hướng nghiên cứu.

Phân tích nội dung được chia thành 3 bước:

Bước 1: Tìm kiếm tài liệu. Các tạp chí chất lượng được xem là cơ sở để lựa chọn các nghiên cứu chất lượng (Xia và cộng sự, 2018). Do mức độ uy tín của các tạp chí xuất hiện trong WoS và Scopus và Google Scholar, tác giả chủ yếu tìm kiếm các nghiên cứu liên quan trên 3 nguồn cơ sở dữ liệu này.

Bước 2: Đánh giá sơ bộ. Tác giả đọc kỹ các tiêu đề, tóm tắt và từ khóa của các nghiên cứu tìm được và loại bỏ các bài báo trùng lặp và nghiên cứu không liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Kết quả cuối cùng, các bài liên quan trực tiếp đến chủ đề nghiên cứu được giữ lại để phân tích nội dung.

Bước 3: Phân tích nội dung. Kỹ thuật phân tích nội dung có khả năng xác định các lĩnh vực chính của chủ đề nghiên cứu (Elo và Kyngäs, 2008). Trong phân tích nội dung theo chủ đề, các bài viết được tác giả phân loại thành các nhóm danh mục và các nhóm chủ đề trong từng danh mục.

2.2.2.3. Phương pháp phỏng vấn chuyên gia

Bản chất của phương pháp phỏng vấn chuyên gia là khai thác những hiểu biết của các chuyên gia. Chuyên gia không chỉ là các nhà nghiên cứu, các giảng viên về du lịch mà còn cả những người làm việc trong lĩnh vực có liên quan đến du lịch thông minh, phát triển điểm đến du lịch thông minh. Những tư vấn của chuyên gia như du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh, phát triển điểm đến du lịch thông minh, các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh rất có ý nghĩa trong quá trình xác định các yếu tố ảnh hưởng và xây dựng mô hình nghiên cứu. Những góp ý của các chuyên gia về bản chất, nội dung của các cấu trúc giúp làm cho quá trình xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh chính xác hơn.

Trong bước phỏng vấn chuyên gia, nghiên cứu thực hiện 20 cuộc phỏng vấn chuyên gia với 03 nhóm đối tượng gồm 05 người được phỏng vấn từ cơ quan quản lý nhà nước, 05 nhà khoa học và 10 chuyên gia từ các doanh nghiệp lữ hành và lưu trú với mục đích nhằm khám phá yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Nghiên cứu đã chuẩn bị đề cương và những câu hỏi và tiến hành

phỏng vấn, thu thập ý kiến chuyên gia để nhận diện những yếu tố quan trọng trong bối cảnh thực tiễn của Khánh Hòa. Sau đó, nghiên cứu đánh giá mức độ phù hợp với việc so sánh với kết quả tổng quan tài liệu, đồng thời, kiểm chứng các yếu tố đã có trong nghiên cứu trước xem có phù hợp với điều kiện nghiên cứu không; cuối cùng chọn lọc, xác định các yếu tố cốt lõi, quan trọng nhất để đưa vào mô hình nghiên cứu sơ bộ. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh đối với trường hợp Khánh Hòa.

2.2.2.4. Phương pháp phỏng vấn nhóm

Trong phỏng vấn nhóm, người trả lời cung cấp thông tin trong ngữ cảnh mà ở các cuộc khảo sát không thể thực hiện được (Malhotra và cộng sự, 2006). Trong quá trình thảo luận nhóm, nhà nghiên cứu luôn tìm cách đào sâu bằng cách hỏi gợi ý trực tiếp các đối tượng nghiên cứu nhằm hướng cho các thảo luận sâu hơn. Theo Ennis và Chen (2012), các câu hỏi trong phỏng vấn nhóm tập trung thường mang tính chủ đề và thăm dò để khuyến khích những người tham gia trao đổi với nhau, rút ra những hiểu biết chung của cả nhóm. Trong phỏng vấn nhóm tập trung, các câu hỏi mở được đặt ra nhằm hướng người tham gia thảo luận có được nhận định về thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (Quản trị thông minh Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch, Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh). Vì vậy, phỏng vấn nhóm được áp dụng vì là một cách tiếp cận hiệu quả để đạt được hiểu biết sâu sắc về các hiện tượng được quan tâm.

Quy trình thực hiện:

Tác giả tiến hành phương pháp thảo luận nhóm với 25 thành viên (5 nhóm, mỗi nhóm 5 thành viên) đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, chuyên gia đến từ doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh, cộng đồng địa phương, khách du lịch thông minh. Tiêu chí chọn các thành viên tham gia phỏng vấn là công dân Việt Nam, từ 18 tuổi trở lên, đã có tham gia vào hoạt động du

lịch thông minh và trải nghiệm tại các điểm đến du lịch thông minh trong thời gian từ 2 năm trở lại đây. Việc chia nhỏ nhóm phỏng vấn (5 đáp viên/nhóm) vì một số lý do: nhóm nhỏ sẽ dễ dàng tập hợp, có thể thảo luận chuyên sâu vào vấn đề.

Bước 1: Bắt đầu bằng những câu hỏi mở được đặt ra nhằm hướng người tham gia thảo luận có được nhận định về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh qua kiến thức và kinh nghiệm của họ.

Bước 2: Sau khi các đáp viên được nghe giải thích rõ về các khái niệm, sẽ thực hiện lựa chọn các tiêu chí đo lường các yếu tố này (Quản trị thông minh Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch, Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh).

Bước 3: Các tiêu chí đo lường các yếu tố ảnh hưởng này sẽ được sắp xếp theo mức độ được chọn sử dụng thang điểm sau: 1 = đại diện rõ ràng, 2 = đại diện phần nào và 3 = hoàn toàn không đại diện (Yi và Gong, 2013).

Mục tiêu nghiên cứu thực hiện phỏng vấn nhóm để tinh chỉnh, gạn lọc thang đo lường các khái niệm trong mô hình nghiên cứu lần cuối trước khi hình thành bảng thang đo lường dành cho khảo sát sơ bộ ở giai đoạn nghiên cứu định lượng sơ bộ.

2.2.2.5. Phương pháp bảng hỏi

Để có được số lượng lớn câu trả lời độc lập, làm tăng tính khách quan của nghiên cứu, tác giả sẽ tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi.

Nghiên cứu này sử dụng hai loại thang đo, gồm: thang đo định danh và thang đo quãng. Thang đo định danh nhằm thống kê những thông tin thuộc về nhân khẩu học (như giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp). Thang đo quãng 5 mức độ của Likert được dùng để đo lường mức độ đồng ý của đối tượng khảo sát, thang đo này biến thiên từ (1) rất không đồng ý, đến (5) rất đồng ý.

Bảng câu hỏi được thiết kế gồm hai phần: phần thứ nhất thu thập các thông tin về đối tượng khảo sát như các thuộc tính về nhân khẩu học. Những thông tin này làm

cơ sở cho việc kiểm định sự khác biệt của các nhóm theo mục tiêu nghiên cứu. Phần thứ hai thu thập ý kiến của các đối tượng khảo sát về mức độ đồng ý đối với những tiêu chí đo lường các khái niệm trong mô hình nghiên cứu, gồm: Quản trị thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch, Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh.

2.2.2.6. Phương pháp phân tích, xử lý số liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm hỗ trợ SPSS 24.0 và AMOS 24.0 để thực hiện các phân tích sau:

- *Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha*

Ứng dụng hệ số Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của các thang đo dùng để đo lường các khái niệm có trong mô hình nghiên cứu. Theo Nguyễn Đình Thọ (2011), Cronbach's Alpha là hệ số được ứng dụng phổ biến nhất khi đánh giá độ tin cậy của những thang đo đa biến (bao gồm từ 3 biến quan sát trở lên). Nó đo lường tính nhất quán của các biến quan sát trong cùng một thang đo để đo lường cùng một khái niệm.

Trong phân tích nhân tố, nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng khi Cronbach's Alpha từ 0,8 trở lên gần đến 1 thì thang đo là tốt (Nunnally và Bernstein, 1994). Từ 0,7 đến gần 0,8 là sử dụng được (Hair và cộng sự, 2014). Có nhà nghiên cứu đề nghị rằng Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm đang nghiên cứu là mới đối với người trả lời trong bối cảnh nghiên cứu (Slater, 1995). Tuy nhiên, chỉ số Cronbach's Alpha nếu vượt hơn 0,9 vẫn có thể chấp nhận nếu vẫn nhỏ hơn 0.95 (Hair và cộng sự, 2014).

- *Phân tích nhân tố khám phá EFA*

Trước khi kiểm định mô hình lý thuyết, cần đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo. Những thang đo sau khi đã đánh giá độ tin cậy sẽ đưa vào đánh giá giá trị thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Để đánh giá giá trị thang đo, cần xem xét ba thuộc tính quan trọng trong kết quả EFA: số lượng nhân tố trích, trọng số nhân tố, và tổng phương sai trích căn cứ vào nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ (2011). Cụ thể:

Số lượng nhân tố trích: tiêu chí Eigen-value được dùng để xác định số lượng nhân tố trích. Với tiêu chí này, số lượng nhân tố được xác định ở nhân tố dừng có Eigen-value tối thiểu bằng 1 (≥ 1).

Trọng số nhân tố: trong phân tích nhân tố, trọng số nhân tố của một biến trên nhân tố mà nó là một biến đo lường sau khi quay nhân tố phải cao và các trọng số trên nhân tố mà nó không đo lường phải thấp. Đạt được điều kiện này thang đo đạt được giá trị hội tụ. Theo đó, khi kiểm định trọng số nhân tố cần tuân thủ một số tiêu chí sau:

+ Một là, trọng số nhân tố của 1 biến X_i là $\lambda_i \geq 0,5$ là chấp nhận được. Trong trường hợp $\lambda_i < 0,5$ chúng ta có thể xóa biến X_i vì nó thực sự không đo lường khái niệm chúng ta cần đo. Tuy vậy, nếu λ_i không quá nhỏ, ví dụ $= 0,4$, chúng ta không nên loại bỏ biến nếu nội dung của biến xét thấy có ý nghĩa trong việc thể hiện thang đo.

+ Hai là, chênh lệch trọng số: $\lambda_i A - \lambda_i B \geq 0,3$ là giá trị thường được các nhà nghiên cứu chấp nhận (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Nếu hai biến này tương đương nhau thì có thể cần phải loại bỏ biến này đi. Tuy nhiên cũng cần phải xem xét đến nội dung của biến trước khi loại bỏ.

Tổng phương sai trích: khi đánh giá kết quả EFA ta cần xem xét phần tổng phương sai trích. Tổng này thể hiện các nhân tố trích được bao nhiêu phần trăm của các biến đo lường. Nếu tổng này đạt từ 50% trở lên là được (tức là phần chung phải lớn hơn phần riêng và sai số) còn từ 60% trở lên là tốt (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Thỏa được điều kiện này, ta kết luận mô hình EFA là phù hợp.

- *Phân tích nhân tố khẳng định CFA*

Phân tích nhân tố khẳng định CFA giúp chúng ta kiểm định sự phù hợp của thang đo: (1) đo lường tính đơn hướng; (2) đánh giá độ tin cậy của thang đo; (3) giá trị hội tụ; (4) giá trị phân biệt.

(1) Đo lường tính đơn hướng

Đo lường tính đơn hướng để đảm bảo mức độ phù hợp của mô hình với dữ liệu thị trường. Mức độ phù hợp của mô hình với dữ liệu thị trường cho chúng ta điều kiện cần và đủ để cho tập biến quan sát đạt được tính đơn hướng, trừ trường hợp các sai số của các biến quan sát có tương quan với nhau (Hair và cộng sự, 2014). Mô hình được xem là thích hợp với dữ liệu thị trường khi: kiểm định Chi-square có $P\text{-value} < 0,05$; $CMIN/df \leq 2$ (một số trường hợp $CMIN/df$ có thể ≤ 3); $GFI, TLI, CFI \geq 0,9$ và $RMSEA \leq 0,08$.

(2) Đánh giá độ tin cậy của thang đo:

Độ tin cậy của thang đo được đánh giá thông qua: hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích. Hệ số tin cậy tổng hợp $> 0,6$ và phương sai trích của mỗi khái niệm nên vượt quá $0,5$ (Hair và cộng sự, 2014).

(3) Giá trị hội tụ

Thang đo đạt giá trị hội tụ khi các trọng số chuẩn hóa của các thang đo đều cao ($>0,5$) và có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) (Anderson và Gerbing, 1988).

(4) Giá trị phân biệt

Hair và cộng sự (2014) cho rằng thang đo đạt giá trị phân biệt khi MSV (phương sai chia sẻ cực đại) $< AVE$ (Phương sai trích); ASV (Phương sai chia sẻ trung bình) $< AVE$ (Phương sai trích); Căn bậc hai của $AVE >$ các tương quan giữa hai khái niệm. Bên cạnh đó, theo Steenkamp và Trijp (1991), giá trị phân biệt thể hiện cấp độ phân biệt của các khái niệm đo lường. Có hai cấp độ kiểm định giá trị phân biệt: (1) kiểm định giá trị phân biệt giữa các thành phần trong một khái niệm thuộc mô hình; (2) kiểm định giá trị phân biệt xuyên suốt (kiểm định mô hình đo lường tới hạn). Giá trị phân biệt đạt được khi: tương quan giữa hai thành phần của khái niệm

hoặc hai khái niệm thực sự khác biệt so với 1. Khi đó, mô hình đạt được độ phù hợp với dữ liệu thị trường.

- *Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*

Sau khi qua giai đoạn kiểm tra độ tin cậy, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích nhân tố khẳng định CFA, các nhân tố được đưa vào kiểm định mô hình. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được sử dụng để xem xét sự phù hợp khi đưa các thành phần vào mô hình nghiên cứu. Mục đích của phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Phương pháp kiểm định giả thuyết và mô hình nghiên cứu bằng công cụ SEM có ưu điểm hơn so với các phương pháp truyền thống như hồi quy đa biến do tính được sai số đo lường.

Xác định mô hình đo lường là một bước quyết định trong việc phát triển một mô hình SEM. Việc này đã được hoàn thành trong phân tích CFA và phân tích độ phù hợp của mô hình. Mỗi giả thuyết mô tả cho mối tương quan riêng cần phải được xác định.

- Phương pháp phân tích cấu trúc đa nhóm

Phương pháp phân tích cấu trúc đa nhóm được sử dụng để so sánh sự khác biệt của mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Kỹ thuật này gồm 3 bước: (1) ước lượng mô hình khả biến; (2) ước lượng mô hình bất biến; (3) so sánh sự khác biệt giữa hai mô hình. Để so sánh sự khác biệt giữa hai mô hình ta đi kiểm định giả thuyết sau để lựa chọn mô hình khả biến hoặc mô hình bất biến.

H0: Không có sự khác biệt giữa hệ số Chi-square của mô hình khả biến và Chisquare của mô hình bất biến.

H1: Có sự khác biệt về hệ số Chi-square giữa mô hình khả biến và mô hình bất biến.

Nếu kiểm định Chi-square cho thấy giữa mô hình bất biến và mô hình khả biến không có sự khác biệt ($P\text{-value} > 0,05$) thì mô hình bất biến sẽ được chọn (có bậc tự do cao hơn). Ngược lại, nếu có sự khác biệt Chi-square là có ý nghĩa giữa hai mô hình ($P\text{-value} < 0,05$) thì chọn mô hình khả biến (có độ tương thích cao hơn) (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009).

2.2.3. Mô hình nghiên cứu

2.2.3.1. Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh từ các nghiên cứu

Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh đã được các nhà nghiên cứu quan tâm nghiên cứu. Tuy nhiên, việc xác định các yếu tố ảnh hưởng này có sự khác biệt giữa các nghiên cứu, giữa các quốc gia khác nhau cũng như ở các khu vực khác nhau. Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được thể hiện ở Bảng 2.4.

Đầu tiên, Boes và cộng sự (2016) xác định các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển điểm đến du lịch thông minh gồm: Lãnh đạo, Sự đổi mới, Nguồn lực xã hội, Nguồn lực con người và ICT. Nghiên cứu cũng cho thấy sự phụ thuộc lẫn nhau giữa con người và công nghệ, trong đó ICT đã đóng vai trò hỗ trợ thiết yếu, bên cạnh các chủ thể xã hội và kinh tế.

Kế thừa quan điểm của Boes và cộng sự (2016), Savić và Pavlović (2018) cũng đã xác định ba yếu tố đã được chọn để phân tích các yếu tố của sự phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Serbia gồm: Công nghệ, Vốn con người và Sự đổi mới. Nhóm tác giả xác định Vốn con người và Sự đổi mới là những yếu tố được coi là quan trọng nhất cho sự phát triển của du lịch thông minh. Phân tích đã chỉ ra rằng sự sẵn sàng về công nghệ của Serbia không bị tụt hậu quá nhiều so với các quốc gia có thành phố thông minh và tình trạng về vốn con người là khá phù hợp để bắt đầu phát triển du lịch thông minh. Nhóm tác giả cũng đã chỉ ra được hạn chế của nghiên cứu khi chưa phân tích các yếu tố còn lại được coi là nền tảng của du lịch thông minh như vốn xã hội, cơ sở hạ tầng kinh doanh hoặc tinh thần kinh doanh. Hơn nữa, nghiên

cứu chưa đề cập các khía cạnh du lịch thông minh như: cá nhân hóa dịch vụ, khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch thông minh, phân tích sở thích của khách du lịch, vai trò của phương tiện truyền thông xã hội trong các điểm đến thông minh-...

Cùng quan điểm, Karya và cộng sự (2019) phân tích tác động của vốn con người, vốn xã hội, tinh thần kinh doanh và việc triển khai ICT đối với hoạt động của các điểm đến thông minh, cụ thể ở Bali. Nghiên cứu khẳng định, vốn con người, vốn xã hội, tinh thần kinh doanh và việc triển khai ICT là có ảnh hưởng trực tiếp một cách tích cực và hiệu quả đến hoạt động của điểm đến du lịch thông minh. Mặt khác, nghiên cứu cũng cho thấy các mô hình tương tác giữa ICT và vốn xã hội có thể khác nhau ở các nước đang phát triển và kém phát triển. Trong khi đó, Jasrotia và Gangotia (2018) thì khẳng định để đảm bảo sự thành công của điểm đến du lịch, việc đảm bảo nguồn nhân lực và sự đổi mới được thực hiện ở các cấp có tầm quan trọng đáng kể.

Nhìn chung, các nghiên cứu trước đây đều nhấn mạnh và thừa nhận ở góc độ vĩ mô: Lãnh đạo/Quản trị, Sự đổi mới, Vốn xã hội, Vốn con người, ICT, Kinh tế là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trong khi đó, Tính kết nối, Sự di chuyển, Khả năng tiếp cận, Tính bền vững và (Sa)⁶ là các thành phần/trụ cột của điểm đến du lịch thông minh cần phân tích khi phát triển và đánh giá điểm đến du lịch thông minh. Tuy nhiên, để đảm bảo sự thành công của một điểm đến du lịch, việc đảm bảo nguồn nhân lực và sự đổi mới ở tất cả các cấp là vô cùng quan trọng. Các thành phố và quốc gia khác nhau, tùy theo trình độ phát triển, chính sách và nguồn lực sẽ có cách nhìn khác nhau về khái niệm thành phố thông minh và điểm đến du lịch thông minh. Điểm đến du lịch thông minh có thể được coi là các thành phố hoặc địa điểm sử dụng các công cụ công nghệ, đổi mới và kỹ thuật sẵn có để mang lại niềm vui và trải nghiệm cho khách du lịch cũng như lợi nhuận cho các tổ chức và điểm đến (Jasrotia và Gangotia, 2018). Đóng vai trò là yếu tố hỗ trợ, các bên liên quan cũng được xác định là có tác động đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Cũng trong khuôn khổ nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, Ivars-Baidal và cộng sự (2019) đã kế thừa trong việc áp dụng các chỉ số được phân loại theo sáu khía cạnh liên quan với thành phố

thông minh: nền kinh tế thông minh, tính di động, môi trường, con người, cuộc sống và quản trị của Giffing và cộng sự (2007) để đề xuất một mô hình cấu trúc của điểm đến thông minh với 3 cấp độ (Quan hệ chiến lược, Công cụ và Áp dụng) với 9 khía cạnh khác nhau gồm: khả năng tiếp cận, khả năng kết nối, sự phát triển của hoạt động du lịch, quản trị, thông tin, sự đổi mới, sự thông minh, truyền thông tiếp thị và tính bền vững. Nghiên cứu hướng tới việc xây dựng một hệ thống chỉ số hữu ích có thể được nhân rộng và áp dụng trong các bối cảnh mà các chính sách du lịch thông minh đang được thực hiện. Trên cơ sở đó, các điểm đến thông minh có thể tạo ra các giải pháp thông minh cho việc quản lý và tiếp thị các điểm đến cũng như tạo ra những trải nghiệm du lịch nâng cao. Nghiên cứu cho thấy ICT có tầm ảnh hưởng quan trọng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, tuy nhiên, các điểm đến du lịch thông minh không phụ thuộc hoàn toàn vào công nghệ mà còn phụ thuộc vào quản trị. Đồng quan điểm, Lima và cộng sự (2020) cũng xác định các chỉ số để phân tích điểm đến du lịch thông minh gồm: Quản trị, Tính bền vững, Khả năng tiếp cận, Kết nối và cảm biến, Hệ thống thông tin và Đổi mới.

Trong khi đó, Popova và Malcheva (2020) cho thấy sự phát triển của thành phố như một điểm đến thông minh đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng về các khía cạnh của quá trình du lịch. Trong đó các yếu tố bên ngoài từ môi trường vĩ mô và các bên liên quan là có ảnh hưởng đến việc quản lý hay sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh. Nghiên cứu là sự kế thừa khá nhiều các nghiên cứu cũng như đúc kết từ thực tế để đề xuất một mô hình điểm đến du lịch thông minh khá đầy đủ, có thể được xem là một mô hình điểm đến du lịch thông minh mẫu cho các điểm đến du lịch khác muốn phát triển để trở thành một điểm đến du lịch thông minh.

Bảng 2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Stt	Tác giả	Quốc gia	Phương pháp	Kết quả
1	Boes và cộng sự (2016)	Các thành phố ở Châu Âu	Phương pháp tiếp cận nghiên cứu trường hợp	Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện tính cạnh tranh của điểm đến.
2	Savić và Pavlović (2018)	Serbia	Phương pháp nghiên cứu định tính, bao gồm các nghiên cứu tình huống và phỏng vấn các bên liên quan trong ngành du lịch	Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện tính cạnh tranh của điểm đến.

Stt	Tác giả	Quốc gia	Phương pháp	Kết quả
3	Jasrotia và Gangotia (2018)	Dharam shala, Ấn Độ	Phương pháp định tính, thu thập dữ liệu thông qua các cuộc khảo sát và phỏng vấn với cư dân địa phương và các bên liên quan trong ngành du lịch	Sự thành công của các SDT phụ thuộc vào: Cơ sở hạ tầng công nghệ, Sự tham gia của cộng đồng, Đổi mới, Sự hợp tác của các bên liên quan (chính phủ, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và du khách), Quản trị, Bền vững.
4	Ivaris-Baidal và cộng sự (2019)	Benidorm, Tây Ban Nha	Phương pháp tiếp cận hỗn hợp, bao gồm các phương pháp định tính như phỏng vấn các bên liên quan chính kết hợp phân tích định lượng dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau	Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh: Hạ tầng công nghệ, Hợp tác giữa các bên liên quan giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng, Tính bền vững.

Stt	Tác giả	Quốc gia	Phương pháp	Kết quả
5	Lima và cộng sự (2020)	Brazil	Nghiên cứu định tính thông qua phân tích nội dung	Những thành phần đóng vai trò quan trọng trong việc xác định và đánh giá một điểm đến du lịch thông minh gồm: Quản trị, Bền vững, Khả năng tiếp cận, Kết nối và Cảm biến hóa, Hệ thống Thông tin, và Đổi mới
6	Popova và Malcheva (2020)	Bulgaria	Phương pháp tiếp cận hỗn hợp: phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng.	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển thành phố Varna thành một điểm đến du lịch thông minh: Số hóa, Mô hình quản lý đô thị, ICT.
7	Karya và cộng sự (2019)	Bali, Indonesia	Phân tích nghiên cứu, Nghiên cứu tình huống, Khảo sát và phỏng vấn	Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các điểm đến du lịch thông minh ở Karangasem Regency, Bali: Nguồn nhân lực, nguồn lực xã hội, Tinh thần khởi nghiệp, ICT.
8	Liberato và cộng sự (2017)	Bồ Đào Nha	Nghiên cứu các tài liệu hiện có; Tham khảo ý kiến chuyên gia;	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh: Cơ sở hạ tầng công nghệ, Hợp tác giữa các bên liên quan Thực hành bền vững.

Stt	Tác giả	Quốc gia	Phương pháp	Kết quả
			Phân tích cấu trúc các mối quan hệ phức tạp giữa các yếu tố chính ảnh hưởng đến du lịch thông minh.	
9	Rodrigues và cộng sự (2022)	---	Nghiên cứu định tính thông qua việc tổng hợp và phân tích dữ liệu	Yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh: Số hóa trong du lịch
10	Cavalheiro và cộng sự (2021)	Búzios, Brazil	Phương pháp nghiên cứu định tính và Nghiên cứu thực nghiệm	Tính bền vững, Tích hợp ICT, Sự hỗ trợ của cộng đồng và chính phủ, Đổi mới

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2023)

2.2.3.2. Khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Để khám phá yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, trên cơ sở kế thừa các yếu tố bên trong và bên ngoài được nhận định là có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh từ các nghiên cứu đi trước, từ bối cảnh nghiên cứu tại Khánh Hòa, luận án đã thực hiện 20 cuộc phỏng vấn chuyên sâu riêng lẻ nhằm khám phá yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa, gồm 05 cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch, 05 nhà khoa học và 10 quản lý đến từ các doanh nghiệp lữ hành và lưu trú tại Khánh Hòa. Các cuộc phỏng vấn chuyên sâu này cung cấp sự hiểu biết toàn diện về du lịch thông minh,

điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố được đánh giá là có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Trước khi cuộc khảo sát bắt đầu, tác giả đã xác định chỉ những người có sự hiểu biết nhất định về du lịch thông minh cũng như những doanh nghiệp đã tiếp cận tới khái niệm du lịch thông minh mới có thể tham gia cuộc nghiên cứu. Để đảm bảo chỉ những cá nhân phù hợp mới tham gia phỏng vấn, tác giả đã yêu cầu những người tham gia nêu tên và chi tiết bộ phận đang công tác, vị trí làm việc và các hoạt động mà doanh nghiệp đã thực hiện theo hướng tiếp cận du lịch thông minh. Nghiên cứu đã tự động loại trừ khỏi mẫu tất cả những người không phù hợp.

Các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc đã được thực hiện. Mỗi cuộc phỏng vấn trung bình kéo dài 30 phút. Những người được phỏng vấn được yêu cầu xác định những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh và những người tham gia phỏng vấn được hướng dẫn trả lời các câu hỏi mở.

Bảng 2.5. Hồ sơ nhân sự được phỏng vấn

Người tham gia phỏng vấn	Giới tính	Trình độ	Đối tượng	Chức vụ
P1	Nam	Đại học	Cơ quan QLNN	Quản lý
P2	Nam	Đại học	Cơ quan QLNN	Quản lý
P3	Nữ	Thạc sĩ	Cơ quan QLNN	Chuyên viên
P4	Nam	Thạc sĩ	Cơ quan QLNN	Quản lý
P5	Nam	Đại học	Cơ quan QLNN	Quản lý
P6	Nữ	Tiến sĩ	Nhà khoa học	Quản lý
P7	Nam	Tiến sĩ	Nhà khoa học	Giảng viên
P8	Nam	Thạc sĩ	Nhà khoa học	Giảng viên
P9	Nữ	Thạc sĩ	Nhà khoa học	Quản lý

Người tham gia phỏng vấn	Giới tính	Trình độ	Đối tượng	Chức vụ
P10	Nam	Thạc sĩ	Nhà khoa học	Giảng viên
P11	Nam	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P12	Nữ	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P13	Nữ	Thạc sĩ	Doanh nghiệp	Quản lý
P14	Nam	Thạc sĩ	Doanh nghiệp	Quản lý
P15	Nam	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P16	Nữ	Thạc sĩ	Doanh nghiệp	Quản lý
P17	Nữ	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P18	Nam	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P19	Nam	Đại học	Doanh nghiệp	Quản lý
P20	Nữ	Thạc sĩ	Doanh nghiệp	Quản lý

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2024)

Dựa vào cơ sở lý thuyết về phát triển điểm đến du lịch thông minh và phân tích các mô hình, khung lý thuyết liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, luận án xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh sẽ bao gồm: những yếu tố nội tại, bên trong điểm đến, tức các thành phần của điểm đến, tự thân nó cũng có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến và những yếu tố ngoại sinh, bên ngoài tác động đến phát triển điểm đến.

Qua phỏng vấn sâu, các chuyên gia nhận định, để phát triển điểm đến du lịch thông minh, vai trò của chính phủ và địa phương là vô cùng quan trọng. Bên cạnh đó, sự sẵn sàng cũng như trình độ của đội ngũ quản trị, đội ngũ nhân lực của ngành du lịch, sự sẵn sàng tham gia của du khách trong trải nghiệm du lịch thông minh cũng có ý nghĩa to lớn. Các chuyên gia cũng đánh giá và đưa ra những quan điểm về tầm

quan trọng của một số yếu tố khác trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Kết quả được tổng hợp ở Bảng 2.6.

Từ kết quả tổng quan các nghiên cứu trước đây có liên quan và kết quả phỏng vấn chuyên gia, nghiên cứu đã định hình được 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa, gồm Quản trị thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch, Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh. 10 yếu tố này bao gồm cả những yếu tố nội tại và những yếu tố ngoại sinh. Cụ thể: nhóm yếu tố nội tại: (1) Quản trị thông minh, (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh, (3) Cư dân thông minh, (4) Tài nguyên du lịch, (5) Cuộc sống thông minh, (6) Hệ thống hạ tầng thông minh và nhóm yếu tố ngoại sinh: (1) Du khách thông minh, (2) Nền kinh tế thông minh, (3) Di chuyển thông minh, (4) Môi trường thông minh.

Bảng 2.6. Tóm tắt kết quả nghiên cứu định tính xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

TT	Yếu tố	Tần suất	Lý do
1	Quản trị thông minh	20	- Phát triển điểm đến du lịch thông minh cần xem xét các chiến lược, chính sách của chính phủ và của địa phương. - Quản lý du lịch phải dựa trên một quá trình lập kế hoạch với phương pháp cùng với sự tham gia của xã hội để đạt được sự đồng thuận cao giữa các bên liên quan. - Quản trị thông minh là yếu tố quan trọng để phát triển các điểm đến du lịch thông minh thông qua việc cải thiện hệ thống quản lý, trải nghiệm khách hàng, tiếp thị và quảng bá, quản lý bền vững và an ninh, an toàn. Nó

TT	Yếu tố	Tần suất	Lý do
			giúp tối ưu hóa hoạt động du lịch và mang lại lợi ích rõ ràng cho cả khách du lịch và cộng đồng địa phương. - Quản trị thông minh thông qua việc số hoá có thể cung cấp nền tảng quan trọng để phát triển các điểm đến du lịch thông minh bằng cách cải thiện hệ thống quản lý, nâng cao trải nghiệm khách hàng, tăng cường hiệu quả tiếp thị và quảng bá, cũng như tăng cường khả năng quản lý cơ sở hạ tầng tại điểm đến.
2	Nguồn nhân lực du lịch thông minh	20	- Nguồn nhân lực du lịch thông minh không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc triển khai công nghệ và quản lý hiệu quả, mà còn hỗ trợ cho sự sáng tạo, phát triển bền vững và tiếp thị hiệu quả của các điểm đến du lịch thông minh. - Việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh là một yếu tố then chốt để đảm bảo sự thành công của các điểm đến du lịch thông minh.
3	Du khách thông minh	20	- Du khách thông minh là những người tiêu dùng của dịch vụ du lịch thông minh và là những đối tác quan trọng trong việc tạo ra giá trị gia tăng và phát triển bền vững cho các điểm đến thông qua việc cải thiện trải nghiệm du lịch, hỗ trợ cho sự bảo tồn môi trường và đóng góp vào quá trình quảng bá và tiếp thị thông qua các phản hồi và đánh giá chất lượng.

TT	Yếu tố	Tần suất	Lý do
4	Hệ thống hạ tầng thông minh	20	- Giúp tối ưu hóa việc quản lý và vận hành các dịch vụ và cơ sở chính, bao gồm giao thông, lưu trú, tiện ích công cộng và điểm tham quan. - Giúp cải thiện trải nghiệm du khách bằng cách cung cấp các dịch vụ tiện ích thông minh, giúp du khách di chuyển và tương tác dễ dàng hơn. - Giúp tăng cường an ninh và an toàn thông qua việc giám sát an ninh và quản lý hiệu quả hơn, kiểm soát và đáp ứng nhanh chóng đối với các tình huống nguy hiểm, bảo vệ an toàn cho du khách và cộng đồng địa phương. - Hạ tầng thông minh cho phép quản lý tài nguyên như năng lượng, nước và chất thải một cách hiệu quả hơn. Việc sử dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng và quản lý môi trường giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, từ đó hỗ trợ phát triển bền vững.
5	Tài nguyên du lịch	18	- Tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn không chỉ là nguồn cung cấp chủ yếu cho hoạt động du lịch mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và bền vững hóa điểm đến. Sự khai thác và quản lý thông minh của các tài nguyên này sẽ mang lại lợi ích to lớn cho cả địa phương và ngành du lịch nói chung.

TT	Yếu tố	Tần suất	Lý do
6	Môi trường thông minh	18	- Việc đưa công nghệ thông minh, đưa sự thông minh vào việc tạo ra và bảo vệ môi trường không chỉ giúp bảo vệ môi trường và cải thiện chất lượng sống mà còn là một yếu tố quan trọng trong việc phát triển và nâng cao giá trị của các điểm đến. Sự tích hợp công nghệ thông minh vào quản lý môi trường và hoạt động du lịch sẽ mang lại lợi ích lâu dài cho cả địa phương và ngành du lịch, giúp quản lý tài nguyên hiệu quả, từ đó giúp cải thiện trải nghiệm du lịch và thúc đẩy phát triển kinh tế tại điểm đến. Môi trường thông minh cũng là yếu tố góp phần tạo ra sự hấp dẫn của điểm đến.
7	Cư dân thông minh	17	- Cư dân thông minh không chỉ là người tiêu dùng mà còn là những cá nhân tích cực sử dụng công nghệ, dữ liệu và nền tảng kỹ thuật số để tham gia vào các hoạt động tại địa phương, góp phần cải thiện môi trường đô thị và nâng cao chất lượng cuộc sống chung ở các thành phố, góp phần bảo tồn văn hóa, đóng góp vào sự phát triển bền vững của các điểm đến du lịch thông minh.
8	Di chuyển thông minh	17	- Di chuyển thông minh đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện trải nghiệm du lịch của du khách; giúp tối ưu hóa việc quản lý và sử dụng hiệu quả, tiết kiệm thời gian, chi phí vận chuyển; tăng cường an toàn giao thông tại các điểm đến; mang lại nhiều lợi ích cho cả du khách và địa phương, góp phần vào sự phát triển bền vững của các điểm đến.

TT	Yếu tố	Tần suất	Lý do
9	Nền kinh tế thông minh	16	- Nền kinh tế tại điểm đến phát triển theo hướng thông minh sẽ cung cấp các giải pháp và dịch vụ sáng tạo để cải thiện trải nghiệm du lịch của khách hàng, hỗ trợ cho phát triển bền vững, tăng cường sự hợp tác và liên kết địa phương và quốc tế, tạo ra cơ hội việc làm mới. từ đó cũng thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương hơn nữa.
10	Cuộc sống thông minh	15	Khi tích hợp các công nghệ tiên tiến và hệ thống thông minh vào các khía cạnh khác nhau của cuộc sống hàng sẽ nâng cao sự tiện lợi, hiệu quả và bền vững cho cuộc sống tại điểm đến. Do đó, cuộc sống thông minh không chỉ cải thiện trải nghiệm du lịch của du khách, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả quản lý và sử dụng tài nguyên, cải thiện an ninh và an toàn, và thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới tại các điểm đến, từ đó giúp các điểm đến phát triển bền vững và cải thiện năng lực cạnh tranh.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2024)

2.2.3.3. Đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Qua tổng quan một số nghiên cứu có thể thấy các tiêu chí đánh giá điểm đến du lịch thông minh cũng như các yếu tố của điểm đến du lịch thông minh có sự thay đổi nhất định ở mỗi quốc gia, mỗi điểm đến. Các mô hình du lịch thông minh được đề xuất cũng thay đổi theo thời gian trong sự phát triển ngày càng sâu rộng của công

nghệ thông tin, tùy thuộc vào sự định hướng phát triển và đầu tư của chính phủ, nhu cầu khách hàng...

Dựa trên kết quả của các nghiên cứu của Boes và cộng sự (2016), Liberato và cộng sự (2017), Savić và Pavlović (2018), Jasrotia và Gangotia (2018), Karya và cộng sự (2019), Ivaris-Baidal và cộng sự (2019), Lima và cộng sự (2020), Popova và Malcheva (2020), kết hợp kết quả phỏng vấn sâu (Bảng 2.5), tác giả đề xuất các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (hình 2.3). Mô hình này được xây dựng từ các yếu tố cấu thành nên điểm đến du lịch thông minh lẫn các yếu tố tác động từ bên ngoài của điểm đến du lịch thông minh.

- Quản trị thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Quản trị thông minh cung cấp khả năng quản trị tốt có khả năng thích ứng với những thay đổi mới (Jasrotia và Gangotia, 2018). Yếu tố quản trị gồm các dịch vụ minh bạch của chính phủ cho cả khu vực công và khu vực tư nhân (Khan, 2017). Dựa vào quan điểm của Ivars-Baidal và cộng sự (2019), trong nghiên cứu này, quản trị thông minh còn bao hàm chiến lược, tổ chức quản lý điểm đến và sự hợp tác của các bên liên quan. Để trở thành một điểm đến du lịch thông minh, cần xem xét lại các chiến lược chính sách công và hiệu quả quản lý của chính phủ. Quản lý du lịch phải dựa trên một quá trình lập kế hoạch với phương pháp cùng với sự tham gia của xã hội để đạt được sự đồng thuận cao giữa các tác nhân với nhau. Quản trị bao gồm cả việc thu thập ý tưởng, đề xuất và ý kiến thông qua sự tham gia và đóng góp của tất cả các bên liên quan.

Tổ chức quản lý điểm đến có thể là một cơ quan công quyền, một hội đồng hoặc một nhóm làm việc được thành lập trên cơ sở hợp tác giữa chính quyền, doanh nghiệp nhà nước hoặc thành phố trực thuộc trung ương, công ty tư nhân... hoặc là các tổ chức quản lý các dự án, các văn phòng du lịch hay các tổ chức công phục vụ khách du lịch, các tổ chức phi chính phủ... (Popova và Malcheva, 2020). Quản trị cũng bao gồm sự phối hợp của các bên liên quan, trong đó, các bên liên quan, ngoài các tổ chức quản lý điểm đến, các đại lý du lịch trực tuyến (OTAs) và các tổ chức

giao thông công cộng cũng đóng một vai trò quan trọng trong khái niệm này. Boes và cộng sự (2016) cho rằng quản trị thông minh giữ vai trò trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh. Đồng quan điểm, Ivaris-Baidal và cộng sự (2019), Lima và cộng sự (2020), Popova và Malcheva (2020) đã tiết lộ rằng quản trị thông minh có tác động đáng kể đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Tương tự, Coca-Stefaniak (2021) đánh giá một trong những thách thức chính cần giải quyết đối với các điểm đến du lịch thông minh liên quan đến sự thay đổi cơ bản trong tư duy chiến lược. Vì vậy, giả thuyết H1 được đặt ra là:

H1: Quản trị thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

- Nguồn nhân lực du lịch thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Trong bối cảnh du lịch thông minh, nguồn nhân lực đề cập đến các cá nhân hoặc lực lượng lao động tham gia quản lý và vận hành các sáng kiến, nền tảng và công nghệ du lịch thông minh. Những cá nhân này chịu trách nhiệm về các nhiệm vụ như phát triển và thực hiện các chiến lược du lịch thông minh, duy trì và cập nhật hệ thống công nghệ, phân tích dữ liệu, quản lý tương tác của khách hàng và cung cấp hỗ trợ và trợ giúp cho khách du lịch sử dụng các dịch vụ du lịch thông minh. Nguồn nhân lực trong du lịch thông minh đóng một vai trò quan trọng trong việc đảm bảo hoạt động hiệu quả và hiệu quả của cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và nâng cao trải nghiệm du lịch tổng thể. Boes và cộng sự (2016), Karya và cộng sự (2019) đã chỉ ra rằng Vốn con người là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Savić và Pavlović (2018) đã xác định ba yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Serbia gồm: Công nghệ, Vốn con người và Sự đổi mới. Nhóm tác giả xác định Vốn con người là những yếu tố được coi là quan trọng nhất cho sự phát triển của du lịch thông minh.. Bên cạnh đó, Jasrotia và Gangotia (2018) khẳng định để đảm bảo sự thành công của điểm đến du lịch, việc đảm bảo nguồn nhân

lực được thực hiện ở các cấp có một tầm quan trọng đáng kể. Với những lập luận này, giả thuyết H2 được đặt ra là:

H2: Nguồn nhân lực du lịch thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Cư dân thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Du lịch là một hoạt động kinh tế xã hội, phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng và nguồn lực của cộng đồng để có thể phát triển, tạo ra những tác động ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của cư dân và phúc lợi của khách du lịch và các tác nhân khác liên quan đến điểm đến. Theo Hatuka và Zur (2020), cư dân thông minh là cư dân năng động tham gia và phản hồi các công việc hàng ngày trong thành phố bằng cách sử dụng các kỹ năng ICT của mình để truyền đạt mong muốn của mình. Theo Hatuka và Zur (2020), có một mối quan hệ giữa chất lượng cuộc sống và sự ủng hộ phát triển du lịch của người dân trong khi đó, sự hài lòng chung về cuộc sống của cư dân bắt nguồn từ sự hài lòng với các yếu tố cụ thể của cuộc sống như: (1) kinh tế tăng cường nền kinh tế địa phương, cơ hội việc làm, nâng cao mức sống, đóng góp đầu tư, tạo ra các doanh nghiệp mới, tăng doanh thu thuế, tăng chi phí sinh hoạt, tăng giá hàng hóa và dịch vụ, đầu cơ bất động sản); (2) xã hội văn hóa (tương tác xã hội, trao đổi văn hóa, bảo tồn hàng hóa văn hóa, tăng các hoạt động giải trí và thư giãn, phúc lợi cộng đồng, mất bản sắc văn hóa, bạo lực và tội phạm, làm sang trọng hóa, du lịch); (3) môi trường (bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, nâng cao nhận thức về môi trường, quản lý tốt hơn tài nguyên thiên nhiên, giảm ô nhiễm, suy thoái môi trường, quản lý/xử lý chất thải).

Từ đó, có thể khái quát cư dân thông minh trong nghiên cứu này đề cập đến những cá nhân tích cực tham gia vào cộng đồng của họ và sử dụng công nghệ, dữ liệu và nền tảng kỹ thuật số để tham gia vào các hoạt động dân sự, cải thiện môi trường đô thị và nâng cao chất lượng cuộc sống chung ở các thành phố. Những cư dân thông minh thường nắm bắt các nguyên tắc về dữ liệu mở, chính phủ mở và minh bạch. Họ có thể tham gia vào các hoạt động như cung cấp dịch vụ cộng đồng, phân tích dữ liệu,

dự án khoa học công dân và hoạt động kỹ thuật số để giải quyết các thách thức đô thị và ủng hộ sự thay đổi tích cực. Bằng cách khai thác sức mạnh ICT, các cư dân thông minh cố gắng tạo ra môi trường đô thị toàn diện, bền vững và có sự tham gia của nhiều người hơn.

Ngoài ra, con người thông minh (giáo dục, sự sáng tạo, hòa nhập xã hội) cũng được đánh giá là một trong các yếu tố của một thành phố thông minh (Cohen, 2012). Hơn nữa, Hebeeb và Weli (2020) cũng khẳng định một điểm đến du lịch thông minh chính là thành phố thông minh khi thành phố đó trở thành một điểm đến của khách du lịch. Các yếu tố phát triển của thành phố thông minh đồng thời là các yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh với tư cách là một yếu tố của du lịch thông minh (Savić và Pavlović, 2018) và các thành phố thông minh đóng vai trò như một nấc thang để hình thành các điểm đến du lịch thông minh (Jasrotia và Gangotia, 2018). Popova và Malcheva (2020) đã cho rằng cư dân thông minh là một trong những thành phần của điểm đến du lịch thông minh và nếu không có sự tham gia của người dân địa phương thì việc phát triển điểm đến du lịch thông minh rất khó thành công (Cavalheiro và cộng sự, 2021). Với những lập luận này, giả thuyết H3 được đề xuất:

H3: Cư dân thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Du khách thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Theo Sigalat-Signesa và cộng sự (2019), khách du lịch trong bối cảnh du lịch thông minh trở thành những người đồng thiết kế, đồng tiếp thị, đồng quảng cáo, quảng bá, đồng phân phối trải nghiệm du lịch thông qua nội dung tự tạo. 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 (Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự, 2019). Dựa vào các nghiên cứu của Buhalis và Amaranggana, 2015; Sigalat-Signesa và cộng sự, 2019; Mikhailov và Kashevnik, 2020, nghiên cứu định nghĩa du khách thông minh là khách du lịch sử dụng công nghệ và tài nguyên kỹ thuật số để

nâng cao trải nghiệm du lịch của họ. Công nghệ thông tin sẽ nâng cao trải nghiệm của của khách du lịch thông minh bằng cách cung cấp tất cả thông tin thời gian thực liên quan tới điểm đến và các dịch vụ từ lúc lập kế hoạch, trong suốt chuyến đi cho tới cung cấp các phản hồi sau chuyến đi. Và khách du lịch thông minh, với sự tham gia này, trở thành người đồng sáng tạo và đồng quảng bá cho điểm đến (Buhalis và Amaranggana, 2015; Sigalat-Signes và cộng sự, 2019). Theo Fermentia-Serra và cộng sự (2018), có ba hành vi đặc trưng và liên quan đến thái độ quyết định ai là khách du lịch thông minh gồm: (1) khách du lịch thông minh là khách du lịch cởi mở, chia sẻ dữ liệu của họ với các bên liên quan; (2) khách du lịch thông minh sử dụng công nghệ thông minh cho trải nghiệm của họ; và (3) khách du lịch thông minh là những người sử dụng tích cực công nghệ thông minh không chỉ để nâng cao kinh nghiệm mà còn để tương tác và đồng sáng tạo trải nghiệm. Mặt khác, thái độ của khách du lịch đối với du lịch thông minh được đánh giá là có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch, đến danh tiếng của điểm đến (Mikhailov và Kashevnik, 2020). Với những lập luận này, giả thuyết H4 được đề xuất là:

H4: Du khách thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Hệ thống hạ tầng thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Thuật ngữ “hệ thống cơ sở hạ tầng thông minh” dùng để chỉ một mạng lưới các công nghệ, thiết bị và dịch vụ kỹ thuật số được kết nối với nhau được triển khai trong một điểm đến du lịch cụ thể để nâng cao hiệu quả, tính bền vững và trải nghiệm tổng thể của du khách. Cơ sở hạ tầng thông minh được thể hiện bằng việc sử dụng các cảm biến thông minh và các công nghệ mạng nhằm mục đích truy cập cơ sở hạ tầng như tài nguyên năng lượng, mạng lưới nước, đường phố, tòa nhà... (Jasrotia và Gangotia, 2018). Hệ thống cơ sở hạ tầng thông minh tại các điểm đến nhằm mục đích tối ưu hóa việc quản lý và vận hành các dịch vụ và cơ sở chính, bao gồm giao thông, lưu trú, tiện ích công cộng và điểm tham quan. Mục tiêu cuối cùng của việc triển khai

hệ thống cơ sở hạ tầng thông minh tại điểm đến là nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến, cải thiện trải nghiệm của du khách và đóng góp vào tính bền vững và khả năng phục hồi tổng thể của điểm đến. Bằng cách tận dụng công nghệ và dữ liệu, các điểm đến có thể quản lý tài nguyên tốt hơn, tối ưu hóa hoạt động và cung cấp các dịch vụ sáng tạo và phù hợp cho khách du lịch. Điểm đến du lịch thông minh là một không gian đổi mới dựa trên lãnh thổ và cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến, cam kết bền vững; là nơi du khách có thể trải nghiệm được công nghệ, nâng cao trải nghiệm du lịch của mình; là nơi tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác giữa du khách và môi trường; là một hệ thống liên kết giữa du khách và người dân để kết nối tất cả các tổ chức địa phương (Buhalis và Amaranggana, 2014; Boes và cộng sự, 2015, 2016; Bastidas-Manzano và cộng sự, 2020). Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu đã đề xuất rằng ICT giữ vai trò quan trọng và ảnh hưởng đáng kể đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (Boes và cộng sự, 2016; Savić và Pavlović, 2018; Karya và cộng sự, 2019; Ivaris-Baidal và cộng sự, 2019; Lima và cộng sự, 2020; Popova và Malcheva, 2020). Bên cạnh đó, Marakova và cộng sự (2022) khẳng định thuật ngữ thông minh gắn liền với sự phát triển của thông tin, truyền thông và công nghệ thông minh và được coi là công cụ hiệu quả trong quản lý điểm đến. Với những lập luận này, giả thuyết H5 được đề xuất là:

H5: Hệ thống hạ tầng thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Tài nguyên du lịch ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Tài nguyên du lịch mô tả các điểm tham quan tự nhiên và nhân tạo, cơ sở hạ tầng, dịch vụ, và các điều kiện thu hút khách du lịch đến một khu vực và có thể đóng góp vào hình thành điểm đến du lịch (Tsartas và Sarantakou, 2022). Tài nguyên du lịch, theo Tsartas và Sarantakou (2022), bao gồm: (1) tài nguyên thiên nhiên và môi trường (môi trường tự nhiên, khí hậu, bãi biển, vùng núi, cảnh quan, hang động, hẻm núi, hồ, sông, biển, môi trường hoang dã, khu bảo tồn môi trường, công viên quốc gia và hệ động thực vật); (2) yại nguyên văn hóa và lịch sử (truyền thống, lịch sử, phong tục

và tập quán, cảnh quan, tôn giáo, hoạt động văn hóa, sự kiện văn hóa, ngôn ngữ, hình thức nghệ thuật, hàng hóa sản xuất theo phương pháp truyền thống và lễ hội); (3) yại nguyên nhân tạo (các di tích, khu định cư truyền thống, các tòa nhà có giá trị kiến trúc, bảo tàng, thành phố có trung tâm lịch sử, công viên chuyên đề, cảnh quan, công viên thiên nhiên, trung tâm mua sắm và trung tâm thương mại); (4) cơ sở hạ tầng; (5) các điều kiện và yếu tố đặc biệt như sự ổn định chính trị, hình ảnh của khu vực, chi phí đi lại, sức khỏe cộng đồng, xu hướng... Tài nguyên du lịch trong nghiên cứu này bao hàm nguồn tài nguyên về thiên nhiên và tài nguyên văn hóa, cụ thể bao gồm 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 (Luật du lịch, 2017). Theo Xiel (2021), tài nguyên du lịch là điều kiện cơ bản cho sự tăng trưởng và phát triển du lịch của một vùng, là cơ sở của hoạt động du lịch. Do đó, giả thuyết H6 được đề xuất là:

H6: Tài nguyên du lịch ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Cuộc sống thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Cuộc sống thông minh đề cập đến việc tích hợp các công nghệ tiên tiến và hệ thống thông minh vào các khía cạnh khác nhau của cuộc sống hàng ngày để nâng cao sự tiện lợi, hiệu quả và bền vững. Theo Cohen (2011), cuộc sống thông minh bao gồm việc sử dụng các công nghệ tiên tiến, dữ liệu và thiết kế thông minh để tạo ra môi trường đô thị có thể sống được, bền vững và được kết nối. Tương tự, Townsend (2013) định nghĩa cuộc sống thông minh là “việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để mô phỏng lại và phát minh lại các hệ thống và dịch vụ cơ bản nhằm tạo ra một lối sống thoải mái, thuận tiện, an toàn và bền vững”. Cuộc sống thông minh cung cấp chất lượng cuộc sống của người dân và du khách, bao gồm tất cả mọi khía cạnh của cuộc sống và cả điểm đến du lịch (Jasrotia và Gangotia, 2018). Cuộc sống thông minh muốn nhấn mạnh chất lượng cuộc sống và nó cũng đặc biệt liên quan đến giáo dục, chăm sóc sức khỏe, lối sống văn hóa (Khan, 2017). Townsend (2013) nhấn mạnh vai

trò của công nghệ kỹ thuật số trong việc chuyển đổi các hệ thống thiết yếu để làm cho chúng phản ứng nhanh hơn, thích ứng hơn và lấy người sử dụng làm trung tâm. Điểm đến du lịch thông minh có thể được coi là các thành phố hoặc địa điểm sử dụng các công cụ công nghệ, đổi mới và kỹ thuật sẵn có để mang lại niềm vui và trải nghiệm cho khách du lịch cũng như lợi nhuận cho các tổ chức và điểm đến (Jasrotia và Gangotia, 2018). Tương tự, Ivars-Baidal và cộng sự (2019) cho rằng cuộc sống thông minh là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh điểm đến du lịch thông minh là một điểm đến du lịch sáng tạo, được xây dựng trên cơ sở hạ tầng của công nghệ hiện đại đảm bảo sự phát triển bền vững của các khu du lịch, mọi người đều có thể tiếp cận được, tạo điều kiện cho sự tương tác của khách truy cập và hòa nhập vào môi trường xung quanh, làm tăng chất lượng trải nghiệm tại điểm đến và cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân (Gretzel và cộng sự, 2015; Tsaih và Hsu, 2018; Savic và Pavlović, 2018, Santos-Júnior và cộng sự, 2020; Cavaleiro và cộng sự, 2019).

Với những lập luận này, giả thuyết H7 được đề xuất là:

H7: Cuộc sống thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Nền kinh tế thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Nền kinh tế thông minh là “một hệ thống kinh tế tận dụng công nghệ kỹ thuật số, phân tích dữ liệu và đổi mới để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững, tăng năng suất và nâng cao phúc lợi của các cá nhân và cộng đồng” (Cohen và Muñoz, 2015). Trong đó, vai trò của công nghệ và phương pháp tiếp cận dựa trên dữ liệu trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế và cải thiện chất lượng cuộc sống được nhấn mạnh. Với Khan (2017), nền kinh tế thông minh là nơi cung cấp các điều kiện và công cụ kinh tế thông minh và sáng tạo để thúc đẩy tinh thần kinh doanh và khả năng cạnh tranh; bao gồm các chiến lược kinh doanh dựa trên kỹ thuật công nghệ số (Cohen, 2014). Các nghiên cứu đã đề xuất rằng nền kinh tế thông minh ảnh hưởng đáng kể đến phát

triển điểm đến du lịch thông minh (Boes và cộng sự, 2016; Karya và cộng sự, 2019; Ivaris-Baidal và cộng sự, 2019; Popova và Malcheva, 2020). Với những lập luận này, giả thuyết H8 được đề xuất là:

H8: Nền kinh tế thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

- Di chuyển thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Di chuyển thông minh đề cập đến việc tích hợp các công nghệ tiên tiến, giải pháp dựa trên dữ liệu và hệ thống giao thông sáng tạo để cải thiện hiệu quả, an toàn và tính bền vững của giao thông vận tải. Di chuyển thông minh là “việc sử dụng các hệ thống giao thông thông minh, công nghệ kỹ thuật số và phân tích dữ liệu để nâng cao hiệu quả giao thông, giảm tắc nghẽn, thúc đẩy các phương thức di chuyển bền vững và cải thiện trải nghiệm di chuyển tổng thể” (Cohen và Muñoz, 2015). Khái niệm này nhấn mạnh vai trò của công nghệ và dữ liệu trong việc tối ưu hóa hệ thống giao thông vận tải và cải thiện chất lượng dịch vụ vận tải. Giao thông thông minh cung cấp mạng lưới giao thông với hệ thống điều khiển công nghệ, thời gian thực (Jasrotia và Gangotia, 2018). Ivars-Baidal và cộng sự (2019) nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh và cho rằng tính di chuyển ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Với những lập luận này, giả thuyết H9 được đề xuất là:

H9: Di chuyển thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

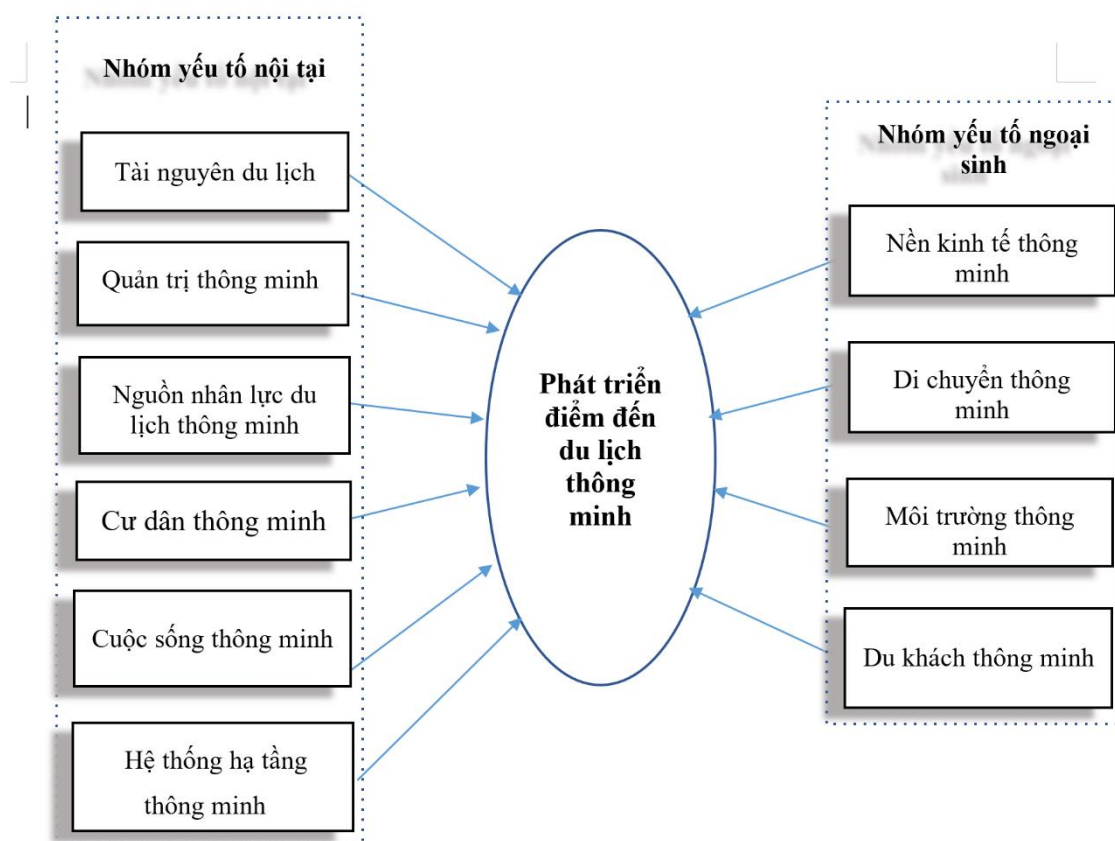
- Môi trường thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Môi trường thông minh được đề cập đến việc áp dụng công nghệ và phương pháp tiếp cận dựa trên dữ liệu để tạo ra không gian sống bền vững và hiệu quả nhằm nâng cao phúc lợi của các cá nhân và hệ sinh thái xung quanh. Cohen và Muñoz (2015) mô tả một môi trường thông minh là “một hệ sinh thái tận dụng các công nghệ thông minh, phân tích dữ liệu và các phương pháp bền vững để tạo ra những không

gian có thể sống được, tiết kiệm tài nguyên và thân thiện với môi trường”. Townsend (2013) đề cập đến môi trường thông minh với việc nhấn mạnh việc tích hợp công nghệ và phân tích dữ liệu theo thời gian thực để tạo ra môi trường thích ứng phục vụ nhu cầu của con người đồng thời thúc đẩy tính bền vững. Môi trường thông minh bao gồm việc bảo vệ và giám sát tài nguyên thiên nhiên sử dụng công nghệ thông minh, ví dụ hệ thống quản lý chất thải và kiểm soát ô nhiễm môi trường (Jasrotia và Gangotia, 2018). Môi trường thông minh cũng bao hàm việc sử dụng một cách thông minh để giảm thiểu sự ô nhiễm và lãng phí tài nguyên như việc tích hợp mạng lưới điện và tòa nhà thông minh, tưới nước thông minh, xử lý nước thải thông minh, quản lý chất thải thông minh (Khan, 2017). Cohen và Muñoz (2015) nhấn mạnh việc sử dụng công nghệ và dữ liệu để tối ưu hóa việc quản lý tài nguyên, giảm tác động đến môi trường và cải thiện chất lượng cuộc sống cho cư dân. Ivars-Baidal và cộng sự (2019) cho rằng môi trường ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Do đó, giả thuyết H10 được đề xuất là:

H10: Môi trường thông minh ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Dựa trên cơ sở lý thuyết nền và kết quả của những công trình nghiên cứu đi trước kết hợp kết quả nghiên cứu định tính, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu:



Hình 2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2.4. Thang đo nghiên cứu

2.2.4.1. Thang đo lường các khái niệm trong mô hình nghiên cứu

Căn cứ vào tổng quan tài liệu, tác giả đã tiến hành đánh giá, phân tích và lựa chọn các thang đo phù hợp với bối cảnh nghiên cứu và mục tiêu nghiên cứu của luận án. Tiếp theo, với phương pháp phỏng vấn nhóm với 5 nhóm đại diện (mỗi nhóm 5 thành viên) đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, chuyên gia đến từ doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh, cộng đồng địa phương và khách du lịch. Ngoài việc kế thừa các thang đo đã có từ các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh, luận án hiệu chỉnh 1 số thang đo từ các nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững, nhằm phù hợp với bối cảnh du lịch thông minh. Cách tiếp cận này xuất phát từ quan điểm nền tảng của luận án, đó là: phát triển điểm đến du lịch thông minh cần được hiểu và đánh giá một cách toàn diện dưới lăng kính của phát triển bền vững. Theo đó, phát triển điểm đến du lịch thông minh không chỉ là

việc ứng dụng công nghệ, mà còn phải đảm bảo sự cân bằng và hài hòa giữa ba trụ cột kinh tế, xã hội và môi trường. Do đó, các thang đo về phát triển bền vững được chọn lọc và hiệu chỉnh để lượng hóa các khía cạnh này trong bối cảnh cụ thể của một điểm đến du lịch thông minh. Quá trình này đã được thực hiện thông qua nghiên cứu định tính để đảm bảo tính phù hợp của các thang đo trong bối cảnh mới.

Từ cơ sở lý thuyết và kết quả phân tích định tính, luận án trình bày thang đo các yếu tố cùng với các biến quan sát như sau:

Bảng 2.7. Các thang đo trong mô hình nghiên cứu

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
TN: Tài nguyên du lịch	TN1: Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	TN2: Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ...)	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	TN3: Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	TN4: Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	TN5: Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
NL: Nguồn	NL1: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ	Hiệu chỉnh từ Otawicz và cộng sự (2021)

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
nhân lực du lịch thông minh	NL2: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo	Boes và cộng sự (2015)
	NL3: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến bao gồm chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch và nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	NL4: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý	Phát triển mới
CD: Cư dân thông minh	CD1: Cư dân địa phương am hiểu và sẵn sàng sử dụng công nghệ	Buhalis và Amaranggana (2014)
	CD2: Cư dân địa phương sẵn sàng tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	Hiệu chỉnh từ Buhalis và Amaranggana (2014); Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	CD3: Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
DK: Khách du lịch thông minh	DK1: Khách du lịch chấp nhận và sẵn sàng sử dụng công nghệ cho trải nghiệm của họ	Femenia-Serra và cộng sự, 2019; Buhalis và Amaranggana (2014)
	DK2: Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao	Buhalis và Amaranggana (2014)

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
	DK3: Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ dữ liệu cá nhân với các bên liên quan để nâng cao trải nghiệm bản thân và đồng sáng tạo giá trị thông qua công nghệ thông minh	Buhalis và Amaranggana (2014); Femenia-Serra và cộng sự (2019)
	DK4: Khách du lịch quan tâm đến quyền riêng tư và bảo mật thông tin	Femenia-Serra và cộng sự (2019)
HT: Hệ thống hạ tầng thông minh	HT1: Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	HT2: Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch tích hợp công nghệ thông minh	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	HT3: Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm tích hợp công nghệ thông minh	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	HT4: Hệ thống nhà vệ sinh công cộng tích hợp công nghệ thông minh	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	HT5: Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch	Hiệu chỉnh từ Cong De Nguyen và cộng sự (2020)
	HT6: Hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết	Phát triển mới
MT: Môi trường	MT1: Có hệ thống xử lý rác thải, nước thải, khí thải thông minh tại điểm đến	Jasrotia và Gangotia (2018); Khan và cộng sự (2017)

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
thông minh	MT2: Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả	Jasrotia và Gangotia (2018); Cohen (2012); Purnomo và cộng sự (2016); Jucevicius và cộng sự (2014)
	MT3: Điểm đến có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh	Jasrotia và Gangotia (2018); Cohen (2012); Purnomo và cộng sự (2016); Jucevicius và cộng sự (2014)
	MT4: Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm	Purnomo và cộng sự (2016)
	MT5: Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh	Khan và cộng sự (2017)
DC: Di chuyển thông minh	DC1: Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn	Hiệu chỉnh từ Jasrotia và Gangotia (2018); Khan và cộng sự (2017); Jucevicius và cộng sự (2014)
	DC2: Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả	Hiệu chỉnh từ Jasrotia và Gangotia (2018)
	DC3: Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh	Hiệu chỉnh từ Khan và cộng sự (2017); Purnomo và cộng sự (2016); Lazaroiu và Roscia (2012); Jasrotia và Gangotia (2018)
	DC4: Có bản đồ số du lịch tại điểm đến	Phát triển mới

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
KT: Nền kinh tế thông minh	KT1: Điểm đến có nền kinh tế tri thức	Khan và cộng sự (2017)
	KT2: Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến	Jucevicius và cộng sự (2014)
	KT3: Điểm đến có tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp	Hiệu chỉnh từ Khan và cộng sự (2017); LazaroIU và Roscia (2012); Jucevicius và cộng sự (2014); Popova và Malcheva (2021)
	KT4: Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh	Khan và cộng sự (2017); LazaroIU và Roscia (2012)
	KT5: Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến	LazaroIU và Roscia (2012); Jucevicius và cộng sự (2014)
CS: Cuộc sống thông minh	CS1: Điểm đến có hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số	Khan và cộng sự (2017); Jucevicius và cộng sự (2014); LazaroIU và Roscia (2012); Popova và Malcheva (2021)
	CS2: Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh	Jasrotia và Gangotia (2018); Khan và cộng sự (2017); Jucevicius và cộng sự (2014); LazaroIU và Roscia (2012)
	CS3: Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến	Khan và cộng sự (2017); Purnomo và cộng sự (2016); LazaroIU và Roscia (2012)

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
	CS4: Có sự gắn kết xã hội tại điểm đến	Jucevicius và cộng sự (2014); Popova và Malcheva (2021)
QT: Quản trị thông minh	QT1: Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử	Cohen (2012); Jucevicius và cộng sự (2014); Purnomo và cộng sự (2016)
	QT2: Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch	Cohen (2012); Jucevicius và cộng sự (2014); Purnomo và cộng sự (2016); LazaroIU và Roscia (2012)
	QT3: Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến	Hiệu chỉnh từ Jucevicius và cộng sự (2014); LazaroIU và Roscia (2012)
	QT4: Có quan điểm và định hướng chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	Hiệu chỉnh từ Otwicz và cộng sự (2021); Jucevicius và cộng sự (2014)
	QT5: Đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong phát triển du lịch thông minh	Hiệu chỉnh từ Otwicz và cộng sự (2021)
DD Phát triển điểm đến du lịch thông minh	DD1: Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương	Hiệu chỉnh từ Nguyễn Phước Hoàng (2020)
	DD2: Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh	Hiệu chỉnh từ Nguyễn Phước Hoàng (2020)

Biến quan sát	Thang đo	Nguồn
	DD3: Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích xã hội	Hiệu chỉnh từ Nguyễn Phước Hoàng (2020)
	DD4: Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường	Hiệu chỉnh từ Nguyễn Phước Hoàng (2020)
	DD5: Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách	Phát triển mới

2.2.4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ

Mục đích của nghiên cứu định lượng sơ bộ là khắc phục các lỗi có thể xảy ra trong quá trình xây dựng bảng câu hỏi trước khi tiến hành khảo sát chính thức. Vì vậy, việc sắp xếp thứ tự câu hỏi và thuật ngữ sử dụng phải dễ hiểu nhằm đảm bảo được độ tin cậy và giá trị của thang đo (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009). Nghiên cứu sơ bộ thường sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện với mẫu từ 25 đến 100 (Bolton, 1993).

- Mô tả mẫu điều tra sơ bộ

Trong nghiên cứu thử nghiệm, một số vấn đề quan trọng cần được xem xét, như như thành phần mẫu, kích thước của mẫu và độ tin cậy của thang đo ban đầu (Netemeyer và cộng sự, 2003). Nghiên cứu đã tiến hành kiểm tra thực nghiệm các thang đo một cách thuận tiện với mẫu bao gồm khách du lịch, cư dân địa phương, các nhà quản lý doanh nghiệp du lịch và cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch. Nghiên cứu đã phát ra 160 phiếu và thu về 143 phiếu. Thời gian thực hiện chương trình khảo sát sơ bộ từ 19/4/2024 đến 20/5/2024. Kết quả thống kê mô tả mẫu trình bày trong Bảng 2.8. Theo Clark và Watson (1995), chương trình nghiên cứu thử nghiệm có kích thước mẫu trong phạm vi $n = 100$ đến 200 là đảm bảo và thường sử

dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện (Bhattacharjee, 2012). Như vậy, câu trả lời thu về từ 143 người được phỏng vấn là thích hợp để thực hiện nghiên cứu thí điểm khảo sát các biến quan sát. Dữ liệu thử nghiệm sẽ được phân tích bằng phần mềm SPSS 24.0, cụ thể với hai nội dung: (1) phân tích hệ số Cronbach alpha để đánh giá độ tin cậy của các thang đo, và (2) phân tích nhân tố khám phá (EFA) để đánh giá giá trị của các thang đo

Bảng 2.8. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Đặc điểm		Tần suất	Tỷ lệ %
1. Giới tính	Nam	54	37,8
	Nữ	89	62,2
2. Độ tuổi	18-<30	38	26,6
	30-45	89	62,2
	>45	16	11,2
3. Thành phần	Khách du lịch	70	49,0
	Cư dân địa phương	44	30,8
	Quản lý doanh nghiệp du lịch	26	18,2
	Cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch	3	2,1

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Bảng 2.8 cho thấy, trong 143 phản hồi, tỷ lệ nam chiếm 37,8% và 62,2% là nữ. Bên cạnh đó, đa số người tham gia trả lời nằm trong độ tuổi 30-45 tuổi (chiếm 62,2%). Nhóm tuổi 18-<30 và nhóm trên 45 tuổi chiếm lần lượt là 26,6% và 11,2% mẫu nghiên cứu. Đồng thời, người tham gia trả lời thuộc thành phần khách du lịch (chiếm 49%), cư dân địa phương (chiếm 30,8%), quản lý doanh nghiệp du lịch (chiếm 18,2%), và cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch (chiếm 2,1%). Như vậy,

thông tin về nhân khẩu học của thành phần tham gia trả lời bảng câu hỏi phù hợp cho việc hiệu chỉnh thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu.

- *Đánh giá độ tin cậy của thang đo sơ bộ*

Kết quả kiểm định Cronbach's alpha của các khái niệm trong mô hình nghiên cứu thể hiện trong Bảng 2.9. Các thang đo được kiểm định 1 lần, riêng thang đo Tài nguyên du lịch được kiểm định 2 lần, bởi lần kiểm định đầu tiên biến TN5 “Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo” có hệ số tương quan biến tổng $< 0,3$. Do đó, biến này bị loại.

Kết quả kiểm định Cronbach's alpha cho thấy, tất cả các khái niệm đều có độ tin cậy khá cao vì hệ số $\alpha > 0,8$. Vì vậy, có thể kết luận rằng các thang đo đều đảm bảo được độ tin cậy. Tuy nhiên, biến TN5 có hệ số tương quan biến tổng thấp ($< 0,3$), do đó, biến này sẽ bị loại.

Bảng 2.9. Kết quả phân tích Cronbach's alpha thang đo sơ bộ

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
Tài nguyên du lịch (TN): $\alpha = 0,849$ (lần 2)				
TN1	12,66	4,030	0,621	0,835
TN2	12,71	3,755	0,744	0,786
TN3	12,80	3,483	0,748	0,781
TN4	12,99	3,570	0,652	0,827
Nguồn nhân lực du lịch thông minh (NL): $\alpha = 0,832$				
NL1	9,98	7,626	0,571	0,830
NL2	10,13	7,223	0,731	0,756
NL3	10,02	7,457	0,659	0,788
NL4	9,76	7,538	0,690	0,775
Cư dân thông minh (CD): $\alpha = 0,801$				

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
CD1	6,78	2,428	0,672	0,702
CD2	6,78	2,330	0,646	0,732
CD3	6,81	2,605	0,625	0,751
Du khách thông minh (DK): $\alpha = 0,821$				
DK1	12,94	3,025	0,649	0,773
Dk2	12,91	2,759	0,697	0,749
Dk3	12,93	3,108	0,568	0,809
DK4	12,87	2,933	0,665	0,765
Hệ thống hạ tầng thông minh (HT): $\alpha = 0,893$				
HT1	20,66	9,999	0,656	0,883
HT2	20,83	9,497	0,715	0,874
HT3	20,59	9,975	0,759	0,869
HT4	20,87	8,801	0,782	0,864
HT5	20,68	9,783	0,693	0,877
HT6	20,77	10,179	0,697	0,877
Môi trường thông minh (MT): $\alpha = 0,878$				
MT1	14,28	10,499	0,733	0,847
MT2	14,05	10,258	0,745	0,844
MT3	14,06	9,997	0,725	0,848
MT4	14,22	10,255	0,770	0,839
MT5	14,14	10,332	0,598	0,882
Di chuyển thông minh (DC): $\alpha = 0,867$				
DC1	9,95	9,230	0,779	0,810
DC2	9,80	7,947	0,765	0,811

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
DC3	9,84	9,685	0,596	0,876
DC4	9,80	8,595	0,749	0,816
Nền kinh tế thông minh (KT): $\alpha = 0,893$				
KT1	16,20	6,740	0,732	0,870
KT2	16,23	6,841	0,723	0,872
KT3	16,17	6,577	0,757	0,865
KT4	16,22	6,668	0,733	0,870
KT5	16,29	6,561	0,739	0,869
Cuộc sống thông minh (CS): $\alpha = 0,835$				
CS1	10,38	7,041	0,784	0,738
CS2	10,49	7,660	0,600	0,821
CS3	10,89	7,551	0,669	0,790
CS4	10,41	7,693	0,618	0,813
Quản trị thông minh (QT): $\alpha = 0,890$				
QT1	15,92	7,134	0,739	0,864
QT2	15,93	6,784	0,773	0,856
QT3	15,96	7,139	0,764	0,858
QT4	15,85	7,704	0,640	0,885
QT5	15,87	7,341	0,743	0,863
Phát triển điểm đến du lịch thông minh (DD): $\alpha = 0,889$				
DD1	17,32	6,346	0,673	0,878
DD2	17,23	6,432	0,749	0,861
DD3	17,19	6,140	0,733	0,864
DD4	17,13	6,054	0,833	0,841

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's alpha nếu loại biến
DD5	17,03	6,611	0,670	0,878

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

- *Đánh giá giá trị thang đo - phân tích nhân tố khám phá (EFA)*

Sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu tiếp tục kiểm tra giá trị hội tụ và phân biệt của các khái niệm mô hình thông qua phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Các khái niệm sau khi kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha sẽ được đưa vào phân phân tích nhân tố khám phá.

- Phân tích nhân tố khám phá EFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Kết quả EFA cho cho các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh cho thấy $KMO = 0,794 > 0,5$, $sig. = ,000$, thể hiện mức ý nghĩa khá cao và tổng phương sai trích bằng $71,549\% > 60\%$ do đó có thể lý giải rằng phần chung của các thang đo đóng góp vào các khái niệm cao hơn phần riêng và sai số. Điều này chứng tỏ các thang đo đã giải thích tốt các khái niệm. Đồng thời, các biến trong các thang đo đều có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,527 đến 0,894, đều $> 0,5$. Vì vậy, giá trị các thang đo này đều chấp nhận được.

Bảng 2.10. Kết quả phân tích EFA của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Biến quan sát	KMO = 0,794; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,131; Phương sai trích = 71,549%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HT3	0,809									
HT4	0,749									
HT6	0,731									
HT5	0,715									
HT2	0,701									
HT1	0,669									
QT2		0,853								
QT5		0,760								
QT1		0,750								
QT3		0,743								

Biến quan sát	KMO = 0,794; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,131; Phương sai trích = 71,549%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
QT4		0,565								
MT3			0,875							
MT4			0,829							
MT1			0,777							
MT2			0,728							
MT5			0,615							
KT3				0,801						
KT4				0,769						
KT1				0,712						
KT2				0,706						
KT5				0,655						
DC2					0,879					

Biến quan sát	KMO = 0,794; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,131; Phương sai trích = 71,549%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DC1					0,837					
DC4					0,811					
DC3					0,652					
TN2						0,852				
TN3						0,768				
TN4						0,681				
TN1						0,665				
CS1							0,894			
CS3							0,718			
CS2							0,687			
CS4							0,659			
NL1								0,784		

Biến quan sát	KMO = 0,794; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,131; Phương sai trích = 71,549%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
NL2								0,750		
NL4								0,733		
NL3								0,662		
DK2									0,860	
DK1									0,720	
DK4									0,694	
DK3									0,527	
CD3										0,840
CD2										0,735
CD1										0,735

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

- Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh

Kết quả phân tích nhân tố EFA cho khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh ở Bảng 2.11. Kết quả EFA cho thấy, $KMO = 0,812 > 0,5$; $sig. = 0,000$, thể hiện mức ý nghĩa khá cao. Kết quả cũng chỉ ra có 1 nhân tố được trích với tổng phương sai trích bằng $69,555\% > 60\%$, do đó có thể lý giải rằng phần chung của thang đo đóng góp vào các khái niệm cao hơn phần riêng và sai số. Điều này chứng tỏ thang đo này giải thích tốt các khái niệm. Đồng thời, các biến trong thang đo đều có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,718 đến 0,906, đều $> 0,5$. Vì vậy, giá trị thang đo này đều chấp nhận được.

Bảng 2.11. Kết quả phân tích EFA đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh

KMO = 0,812; sig. =0,000; Eigenvalue = 3,478; Phương sai trích = 69,555%	
Biến quan sát	Trọng số nhân tố
	Phát triển điểm đến du lịch thông minh
DD4	0,906
DD3	0,795
DD2	0,794
DD5	0,719
DD1	0,718

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

- *Kết luận về kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ*

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện với việc khảo sát khách du lịch, cư dân địa phương, doanh nghiệp du lịch, cơ quan nhà nước quản lý về du lịch trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Kết quả có 143 phiếu đạt yêu cầu và đưa vào phân tích dữ liệu để kiểm định độ tin cậy và đánh giá giá trị của thang đo.

Kết quả của nghiên cứu sơ bộ đã sàng lọc những biến không phù hợp trong các thang đo và những biến phù hợp được đưa vào bảng câu hỏi cho chương trình nghiên cứu chính thức.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã thực hiện việc phân tích bối cảnh phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Trên cơ sở kết hợp giữa cơ sở lý thuyết và các kết quả nghiên cứu định tính, luận án đã xây dựng được mô hình nghiên cứu gồm 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Ở chương 2 này, quy trình và phương pháp nghiên cứu cũng đã được trình bày. Đồng thời, với mục đích hiệu chỉnh lại thang đo của các khái niệm trong mô hình nghiên cứu, chương này đã thực hiện chương trình nghiên cứu định lượng sơ bộ, tạo tiền đề cho giai đoạn kiểm định chính thức. Thông qua nghiên cứu định lượng sơ bộ, 11 khái niệm trong mô hình nghiên cứu đã được xác định: (1) Tài nguyên du lịch, (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh, (3) Cư dân thông minh, (4) Du khách thông minh, (5) Hệ thống hạ tầng thông minh, (6) Môi trường thông minh, (7) Di chuyển thông minh, (8) Nền kinh tế thông minh, (9) Cuộc sống thông minh, (10) Quản trị thông minh và (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Kết quả phân tích sơ bộ khẳng định mức độ phù hợp của các thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá, đồng thời loại bỏ các biến không đạt yêu cầu trong mô hình nghiên cứu và sàng lọc những biến phù hợp đưa vào bảng câu hỏi cho chương trình nghiên cứu chính thức.

Những kết quả thu được ở chương này không chỉ đảm bảo tính khoa học và chặt chẽ cho mô hình lý thuyết mà còn làm rõ đặc điểm và điều kiện cụ thể của địa phương nghiên cứu, góp phần làm nổi bật tính thực tiễn và tính ứng dụng của luận án trong bối cảnh phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

CHƯƠNG 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Mô tả mẫu khảo sát chính thức

Đối tượng khảo sát mục tiêu cho nghiên cứu bao gồm khách du lịch, cư dân địa phương, các nhà quản lý của các doanh nghiệp du lịch và cán bộ quản lý nhà nước về du lịch. Mẫu được chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện để đảm bảo chất lượng thông tin và sự hỗ trợ của các du khách trong việc khảo sát. Dựa trên các nghiên cứu trước, việc xác định cỡ mẫu phù hợp không có một công thức chung cố định mà phụ thuộc vào nhiều yếu tố như độ phức tạp của mô hình, phương pháp phân tích và số lượng biến quan sát. Đối với phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), cỡ mẫu cần đủ lớn để đảm bảo tính chính xác và ổn định của các ước lượng. Các học giả như Raykov và Widaman (1995) khuyến nghị kích thước mẫu tối thiểu từ 100 đến 150 nếu sử dụng phương pháp ước lượng hợp lý tối đa (ML). Trong khi đó, Bollen (1989) đề xuất một tỷ lệ là 5 quan sát trên mỗi tham số ước lượng. Áp dụng nguyên tắc này cho mô hình nghiên cứu với 50 tham số, cỡ mẫu tối thiểu được tính là 250. Tuy nhiên, cỡ mẫu càng lớn thường làm tăng độ tin cậy của kết quả. Vì vậy, trong nghiên cứu chính thức, 500 phiếu khảo sát đã được thu thập, và sau khi làm sạch dữ liệu, có 481 phiếu hợp lệ được sử dụng để phân tích. Kết quả mô tả mẫu nghiên cứu được trình bày tại Bảng 3.1.

Mẫu nghiên cứu được hình thành từ việc khảo sát các đối tượng chính đang hoạt động và trải nghiệm tại bốn địa phương trọng điểm của tỉnh Khánh Hòa (cũ) bao gồm: thành phố Nha Trang, thành phố Cam Ranh, huyện Cam Lâm và khu vực Ninh Vân. Nhóm đối tượng khảo sát được xác định một cách có chủ đích, nhằm thu thập góc nhìn đa chiều và thiết thực. (1) Thành phố Nha Trang được chọn làm trung tâm phát triển đô thị thông minh đại diện cho khu vực trung tâm với hạ tầng và dịch vụ du lịch đã hoàn thiện nhất, nơi tập trung nhiều đối tượng khảo sát nhất và là nơi mà các ứng dụng công nghệ thông minh trong quản lý và kinh doanh du lịch đã được triển khai tương đối hơn các địa phương khác; (2) Thành phố Cam Ranh được lựa chọn với tư cách là cửa ngõ kết nối và động lực tăng trưởng mới, đại diện cho khu vực phía Nam. Địa phương này nổi bật với vai trò là đầu mối giao thông quan trọng

(thông qua Sân bay Quốc tế Cam Ranh) và là trung tâm của các dự án nghỉ dưỡng cao cấp, nơi công nghệ thông minh thường được tích hợp ngay từ giai đoạn quy hoạch và vận hành; (3) Huyện Cam Lâm được đưa vào nghiên cứu như một khu vực chuyển đổi chiến lược, minh họa cho mô hình phát triển đô thị du lịch thông minh gắn liền với quy hoạch đô thị sân bay, phản ánh xu hướng phát triển hiện đại, đồng bộ và định hướng tương lai; (4) Khu vực Ninh Vân (thuộc thị xã Ninh Hòa) được lựa chọn để đại diện cho mô hình phát triển đặc thù, bền vững, phản ánh tiềm năng của các điểm đến sinh thái, biệt lập trong việc ứng dụng công nghệ thông minh để phát triển du lịch bền vững, cá nhân hóa trải nghiệm và bảo tồn tài nguyên.

Việc khảo sát tại cả bốn khu vực này cho phép nghiên cứu thu thập dữ liệu đa dạng, phản ánh bức tranh toàn diện về thực trạng phát triển du lịch thông minh tại địa phương, từ trung tâm đô thị đến khu vực sinh thái. Cách tiếp cận này góp phần đảm bảo tính khách quan và giá trị tham chiếu cao cho các phân tích và kết luận của nghiên cứu.

Bảng 3.1 cho thấy, trong 481 phản hồi, tỷ lệ nam chiếm 46,6% và 53,4% là nữ. Bên cạnh đó, đa số người tham gia trả lời nằm trong độ tuổi 30-<45 tuổi (chiếm 44,9%). Nhóm tuổi 18-<30; nhóm tuổi 45-<60 tuổi và nhóm trên 60 tuổi chiếm lần lượt là 36,6%; 17,7% và 0,8% mẫu nghiên cứu. Đồng thời, người tham gia trả lời thuộc thành phần khách du lịch (chiếm 50,3%), cư dân địa phương (chiếm 28,7%), quản lý doanh nghiệp du lịch (chiếm 19,3%) và cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch (chiếm 1,7%). Thêm vào đó, người tham gia khảo sát có trình độ trung học phổ thông trở xuống, trung cấp, cao đẳng, đại học, sau đại học chiếm lần lượt là 1,7%; 4,8%, 72,1 và 21,4%. Ngoài ra, đa số người trả lời là công chức, viên chức nhà nước (chiếm 33,7%); làm việc trong khối tư nhân (32%). Như vậy, thông tin về nhân khẩu học của thành phần tham gia trả lời bảng câu hỏi phù hợp cho nghiên cứu.

Bảng 3.1. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Đặc điểm		Tần suất	Tỷ lệ %
	Nam	224	46,6

Đặc điểm		Tần suất	Tỷ lệ %
1. Giới tính	Nữ	257	53,4
2. Độ tuổi	18-<30	176	36,6
	30-<45	216	44,9
	45-<60	85	17,7
	>60	4	0,8
3. Thành phần	Khách du lịch	242	50,3
	Cư dân địa phương	138	28,7
	Quản lý doanh nghiệp du lịch	93	19,3
	Cán bộ quản lý nhà nước địa phương về du lịch	8	1,7
4. Học vấn	THPT trở xuống	8	1,7
	Trung cấp/Cao đẳng	23	4,8
	Đại học	347	72,1
	Sau đại học	103	21,4
5. Nghề nghiệp	Sinh viên	47	9,8
	Công chức, viên chức nhà nước	162	33,7
	Làm việc trong khối tư nhân	154	32,0
	Hưu trí	1	0,2
	Khác	117	24,3

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

3.2. Đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha

Như đã trình bày trong chương 2, nghiên cứu có 11 thang đo được sử dụng cho 11 khái niệm trong mô hình nghiên cứu, gồm (1) Tài nguyên du lịch, (2) Nguồn

nhân lực du lịch thông minh, (3) Cư dân thông minh, (4) Du khách thông minh, (5) Hệ thống hạ tầng thông minh, (6) Môi trường thông minh, (7) Di chuyển thông minh, (8) Nền kinh tế thông minh, (9) Cuộc sống thông minh, (10) Quản trị thông minh và (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Với dữ liệu thu thập từ nghiên cứu chính thức, các thang đo của các khái niệm cần được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho 11 khái niệm trong mô hình nghiên cứu được thể hiện trong phụ lục 6. Kết quả kiểm định được thực hiện qua 1 lần, riêng thang đo Môi trường thông minh, Di chuyển thông minh và Nền kinh tế thông minh được kiểm định qua 2 lần. Trong lần kiểm định thứ nhất, thang đo Môi trường thông minh loại 1 biến quan sát (MT5 “Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh”); thang đo Di chuyển thông minh loại 1 biến (DC1 “Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn”); thang đo Nền kinh tế thông minh loại 1 biến (KT5 “Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến”) vì các biến quan sát này có hệ số tương quan biến tổng $< 0,3$.

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, 11 khái niệm nghiên cứu đều có độ tin cậy khá cao (hệ số $\alpha > 0,8$). Vì vậy, nghiên cứu kết luận rằng các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy. Tuy nhiên, các biến MT5, DC1, KT5 có hệ số tương quan biến tổng thấp ($< 0,3$), nên các biến này sẽ bị loại.

Bảng 3.2. Kết quả Cronbach's Alpha thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Tài nguyên du lịch (TN): $\alpha = 0,893$				
TN1	11,19	4,097	0,753	0,866
TN2	11,10	4,063	0,756	0,864

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
TN3	11,06	3,978	0,773	0,858
TN4	11,14	3,849	0,770	0,859
Nguồn nhân lực du lịch thông minh (NL): $\alpha = 0,852$				
NL1	11,06	4,086	0,680	0,817
NL2	11,09	4,001	0,677	0,818
NL3	11,08	3,850	0,715	0,802
NL4	11,10	3,983	0,697	0,810
Cư dân thông minh (CD): $\alpha = 0,882$				
CD1	7,57	1,988	0,770	0,833
CD2	7,52	1,913	0,768	0,834
CD3	7,56	1,918	0,773	0,829
Du khách thông minh (DK): $\alpha = 0,888$				
DK1	10,86	4,256	0,769	0,850
Dk2	10,85	4,142	0,778	0,847
Dk3	10,81	4,155	0,776	0,848
DK4	10,77	4,668	0,699	0,877
Hệ thống hạ tầng thông minh (HT): $\alpha = 0,898$				
HT1	17,69	13,156	0,701	0,883
HT2	17,68	12,975	0,769	0,873
HT3	17,73	13,279	0,749	0,876
HT4	17,84	13,151	0,709	0,882
HT5	17,83	13,415	0,704	0,883
HT6	17,63	12,992	0,713	0,882
Môi trường thông minh (MT): $\alpha = 0,881$ (lần 2)				

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
MT1	10,80	4,295	0,757	0,841
MT2	10,77	4,464	0,734	0,850
MT3	10,74	4,589	0,731	0,851
MT4	10,83	4,440	0,745	0,845
Di chuyển thông minh (DC): $\alpha = 0,898$ (lần 2)				
DC2	7,30	2,145	0,822	0,835
DC3	7,27	2,228	0,790	0,862
DC4	7,31	2,138	0,785	0,867
Nền kinh tế thông minh (KT): $\alpha = 0,843$ (lần 2)				
KT1	10,76	4,413	0,709	0,787
KT2	10,75	4,408	0,731	0,776
KT3	10,56	5,042	0,615	0,826
KT4	10,63	4,787	0,657	0,809
Cuộc sống thông minh (CS): $\alpha = 0,854$				
CS1	11,12	4,041	0,632	0,840
CS2	10,92	3,739	0,697	0,814
CS3	11,07	3,750	0,725	0,802
CS4	11,02	3,675	0,732	0,799
Quản trị thông minh (QT): $\alpha = 0,838$				
QT1	14,65	6,198	0,702	0,788
QT2	14,69	6,093	0,691	0,790
QT3	14,75	6,194	0,696	0,789
QT4	14,72	6,100	0,769	0,771
QT5	14,71	6,974	0,389	0,877

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Phát triển điểm đến du lịch thông minh (DD): $\alpha = 0,888$				
DD1	14,67	6,546	0,728	0,864
DD2	14,63	6,308	0,749	0,860
DD3	14,63	6,509	0,742	0,861
DD4	14,70	6,680	0,705	0,870
DD5	14,64	6,769	0,722	0,866

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

3.3. Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)

3.3.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

EFA cho các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được thực hiện qua 2 lần. Kết quả EFA lần 1 được trình bày trong phụ lục 6.2.1 cho thấy $KMO = 0,938 > 0,5$, $sig. = ,000$, thể hiện mức ý nghĩa khá cao và tổng phương sai trích bằng $72,64\% > 60\%$. Tuy nhiên, biến QT5 có hệ tải nhân tố $< 0,5$, do đó, biến QT5 đã bị loại và EFA được thực hiện lần 2.

Kết quả EFA lần 2 (Bảng 3.3) cho thấy, $KMO = 0,937 > 0,5$; $sig. = 0,000$, thể hiện mức ý nghĩa khá cao. Kết quả cũng chỉ ra có 10 nhân tố được trích với tổng phương sai trích bằng $73,731\% > 60\%$, do đó có thể lý giải rằng phần chung của các thang đo đóng góp vào các khái niệm cao hơn phân riêng và sai số. Điều này chứng tỏ các thang đo đã giải thích tốt các khái niệm. Đồng thời, các biến trong các thang đo đều có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,657 đến 0,819, đều $> 0,5$. Vì vậy, giá trị các thang đo này đều chấp nhận được.

Bảng 3.3. Kết quả phân tích EFA của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Biến quan sát	KMO = 0,937; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,106; Phương sai trích = 73,731%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HT3	0,799									
HT2	0,794									
HT5	0,766									
HT4	0,765									
HT6	0,743									
HT1	0,714									
Dk2		0,817								
Dk3		0,814								
DK1		0,780								
DK4		0,726								

Biến quan sát	KMO = 0,937; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,106; Phương sai trích = 73,731%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MT4			0,793							
MT1			0,782							
MT2			0,748							
MT3			0,721							
QT2				0,771						
QT4				0,764						
QT1				0,764						
QT3				0,757						
TN3					0,786					
TN4					0,755					
TN1					0,734					
TN2					0,696					

Biến quan sát	KMO = 0,937; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,106; Phương sai trích = 73,731%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
NL3						0,785				
NL4						0,741				
NL2						0,672				
NL1						0,657				
CS1							0,764			
CS3							0,745			
CS4							0,712			
CS2							0,704			
KT1								0,801		
KT2								0,786		
KT3								0,693		
KT4								0,693		

Biến quan sát	KMO = 0,937; sig. =0,000; Eigenvalue = 1,106; Phương sai trích = 73,731%									
	Trọng số nhân tố									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CD2									0,819	
CD1									0,789	
CD3									0,787	
DC2										0,779
DC3										0,738
DC4										0,728

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

3.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với phát triển điểm đến du lịch thông minh

Kết quả phân tích nhân tố EFA cho khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh ở Bảng 3.4. Kết quả EFA cho thấy, $KMO = 0,856 > 0,5$; $sig. = 0,000$, thể hiện mức ý nghĩa khá cao. Kết quả cũng chỉ ra có 1 nhân tố được trích với tổng phương sai trích bằng $69,204\% > 60\%$, do đó có thể lý giải rằng phần chung của thang đo đóng góp vào các khái niệm cao hơn phần riêng và sai số. Điều này chứng tỏ thang đo này giải thích tốt các khái niệm. Đồng thời, các biến trong thang đo đều có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,813 đến 0,847, đều $> 0,5$. Vì vậy, giá trị thang đo này đều chấp nhận được.

Bảng 3.4. Kết quả phân tích EFA cho khái niệm phát triển điểm đến du lịch thông minh

KMO = 0,856; sig. =0,000; Eigenvalue = 3,460; Phương sai trích = 69,204%	
Biến quan sát	Trọng số nhân tố
	Phát triển điểm đến du lịch thông minh
DD2	0,847
DD3	0,841
DD1	0,832
DD5	0,826
DD4	0,813

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

3.4. Kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

3.4.1. Kết quả CFA cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được xây dựng gồm 10 yếu tố: Tài nguyên du lịch, (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh, (3)

Cư dân thông minh, (4) Du khách thông minh, (5) Hệ thống hạ tầng thông minh, (6) Môi trường thông minh, (7) Di chuyển thông minh, (8) Nền kinh tế thông minh, (9) Cuộc sống thông minh, (10) Quản trị thông minh. Kết quả CFA cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được thể hiện trong Hình 3.1.

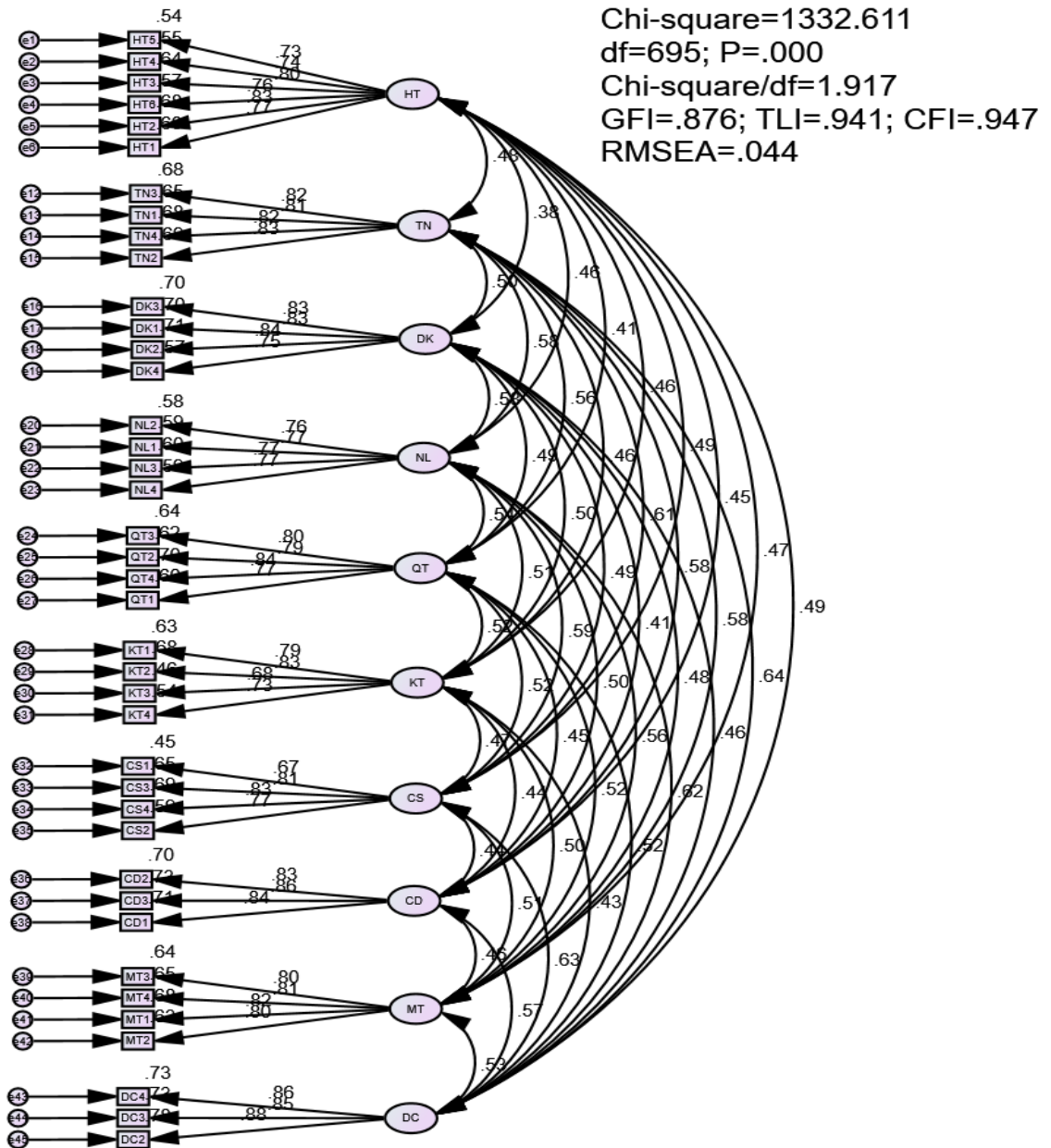
Kết quả CFA cho thấy Chi-square = 1332,611 ($p = 0,000$), CMIN/df = 1,917 < 2. Các chỉ số GFI, TLI, CFI lần lượt là 0,876; 0,941 và 0,947 đều > 0,8, RMSEA = 0,044 < 0,08. Điều này có thể kết luận rằng dữ liệu phù hợp với thị trường. Bên cạnh đó, các trọng số (chuẩn hóa) trải dài từ 0,671 đến 0,857, đều > 0,5 và có ý nghĩa thống kê ($P = 0,000$) nên thang đo này đạt giá trị hội tụ.

Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh được thể hiện ở Bảng 3.4. Kết quả cho thấy thang đo của các khái niệm này đều có độ tin cậy tổng hợp > 0,6 và phương sai trích > 0,5.

Đồng thời, kết quả Bảng 3.5 cũng chỉ ra $MSV < AVE$, $ASV < AVE$, căn bậc hai của $AVE >$ các tương quan giữa các khái niệm. Ngoài ra, phân tích CFA cũng cho thấy tất cả các mối tương quan của các khái niệm thành phần kết hợp với sai số chuẩn đều có $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, do đó, có thể kết luận rằng hệ số tương quan từng cặp của các ước lượng là khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Vì vậy, nghiên cứu khẳng định thang đo của các khái niệm Tài nguyên du lịch, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Môi trường thông minh, Di chuyển thông minh, Nền kinh tế thông minh, Cuộc sống thông minh, Quản trị thông minh đều đạt độ tin cậy và có giá trị phân biệt.

Như vậy, sau khi phân tích CFA cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, nghiên cứu khẳng định rằng: 10 yếu tố: Tài nguyên du lịch, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Môi trường thông minh, Di chuyển thông minh, Nền kinh tế thông minh, Cuộc sống thông minh, Quản trị thông minh đều tương thích

với dữ liệu thị trường, đạt được tính đơn hướng, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và có độ tin cậy cao.



Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Hình 3.1. Kết quả CFA (chuẩn hóa) cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Bảng 3.5. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Khái niệm	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. HT	0,899	0,597	0,243	0,208	0,773									
2. TN	0,893	0,675	0,407	0,309	0,478*	0,822								
3. DK	0,889	0,668	0,332	0,231	0,381*	0,496*	0,817							
4. NL	0,852	0,590	0,388	0,304	0,458*	0,578*	0,576*	0,768						
5. QT	0,877	0,641	0,276	0,288	0,407*	0,561*	0,495*	0,544*	0,801					
6. KT	0,844	0,577	0,270	0,247	0,460*	0,456*	0,502*	0,509*	0,520*	0,760				
7. CS	0,854	0,596	0,392	0,258	0,493*	0,606*	0,494*	0,592*	0,519*	0,470*	0,772			
8. CD	0,882	0,713	0,341	0,232	0,452*	0,584*	0,409*	0,501*	0,450*	0,436*	0,443*	0,844		
9. MT	0,881	0,649	0,339	0,267	0,471*	0,582*	0,485*	0,564*	0,524*	0,503*	0,514*	0,464*	0,806	
10. DC	0,899	0,748	0,470	0,300	0,489*	0,638*	0,457*	0,623*	0,525*	0,430*	0,626*	0,570*	0,531*	0,865

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Ghi chú: *: p-value = 0,000; CR - Độ tin cậy tổng hợp; AVE - Phương sai trích; MSV Phương sai chia sẻ cực đại; ASV - Phương sai chia sẻ trung bình; căn bậc hai của phương sai trên đường chéo chính, hệ số tương quan giữa các cấu trúc khái niệm dưới đường chéo.

3.4.2. Kết quả CFA cho mô hình tới hạn

Dựa vào kết quả ở phần phân tích trên, mô hình nghiên cứu có 11 khái niệm, gồm: (1) Tài nguyên du lịch, (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh, (3) Cư dân thông minh, (4) Du khách thông minh, (5) Hệ thống hạ tầng thông minh, (6) Môi trường thông minh, (7) Di chuyển thông minh, (8) Nền kinh tế thông minh, (9) Cuộc sống thông minh, (10) Quản trị thông minh và (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Nghiên cứu tiếp tục kiểm định giá trị phân biệt của các khái niệm thành phần này, vì việc các khái niệm tự do liên kết với nhau nên xem chúng có thật sự có giá trị phân biệt với nhau không, mô hình này gọi là mô hình tới hạn.

Kết quả CFA mô hình đo lường tới hạn được thể hiện trong Hình 3.2. (Kết quả ước lượng chi tiết của mô hình xem Phụ lục 6.2.2).

Kết quả CFA cho thấy mô hình có 890 bậc tự do, Chi-square = 1643,588 ($p = 0,000$), $CMIN/df = 1,847 < 2$. Các chỉ số GFI, TLI, CFI lần lượt là: 0,867; 0,940 và 0,946 đều $> 0,8$, $RSMEA = 0,042 < 0,08$. Do đó, nghiên cứu khẳng định mô hình đáp ứng tốt với dữ liệu thị trường. Các trọng số (chuẩn hóa) trải dài từ 0,672 đến 0,883, đều $> 0,5$ và có ý nghĩa thống kê ($P = 0,000$) nên thang đo đạt giá trị hội tụ.

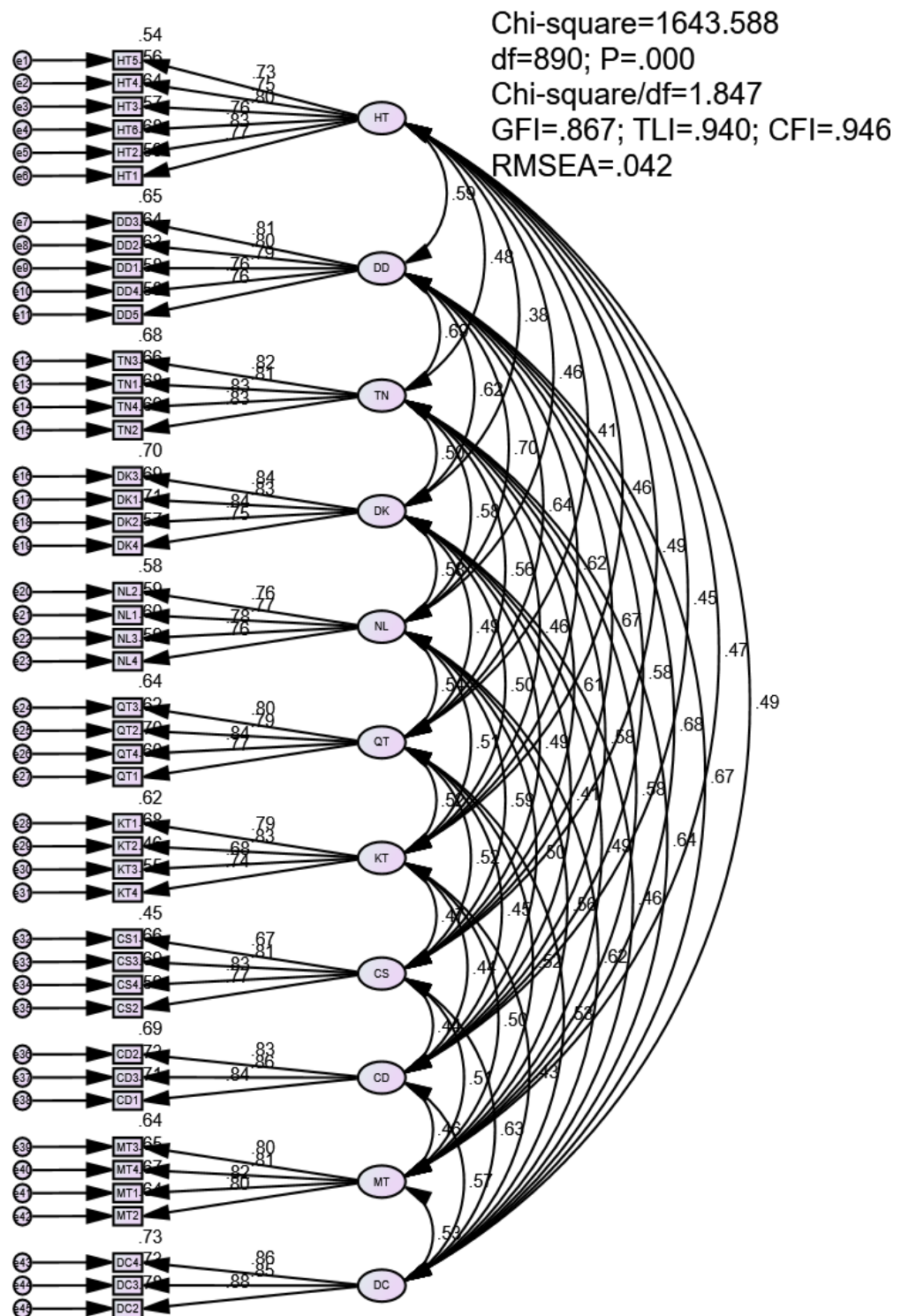
Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các khái niệm trong mô hình tới hạn được thể hiện ở Bảng 3.6. Kết quả cho thấy thang đo của các khái niệm có độ tin cậy tổng hợp đều $> 0,6$ và phương sai trích $> 0,5$. Kết quả Bảng 3.6 cũng chỉ ra $MSV < AVE$, $ASV < AVE$, căn bậc hai của $AVE >$ các tương quan giữa các khái niệm. Ngoài ra, phân tích CFA cũng cho thấy tất cả các mối tương quan của các khái niệm thành phần kết hợp với sai số chuẩn đều có $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, do đó, có thể kết luận rằng hệ số tương quan từng cặp của các ước lượng là khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Vì vậy, nghiên cứu khẳng định thang đo của các khái niệm trong mô hình tới hạn đều đảm bảo độ tin cậy cao và có giá trị phân biệt.

Bảng 3.6. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các khái niệm trong mô hình tới hạn

Khái niệm	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. HT	0,899	0,596	0,349	0,222	0,772										
2. TN	0,893	0,676	0,471	0,326	0,478*	0,822									
3. DK	0,889	0,667	0,386	0,246	0,381*	0,496*	0,817								
4. NL	0,852	0,590	0,388	0,323	0,458*	0,578*	0,576*	0,768							
5. QT	0,877	0,642	0,404	0,272	0,407*	0,561*	0,495*	0,544*	0,801						
6. KT	0,845	0,577	0,387	0,245	0,461*	0,456*	0,503*	0,510*	0,521*	0,760					
7. CS	0,855	0,597	0,452	0,266	0,493*	0,605*	0,494*	0,592*	0,519*	0,470*	0,773				
8. CD	0,882	0,713	0,341	0,270	0,452*	0,584*	0,409*	0,501*	0,450*	0,437*	0,444*	0,844			
9. MT	0,881	0,649	0,457	0,318	0,471*	0,583*	0,485*	0,564*	0,524*	0,503*	0,515*	0,464*	0,806		
10. DC	0,899	0,747	0,453	0,351	0,489*	0,638*	0,457*	0,623*	0,525*	0,431*	0,626*	0,570*	0,531*	0,864	
11. DD	0,889	0,615	0,453	0,466	0,591*	0,686*	0,621*	0,704*	0,636*	0,622*	0,672*	0,580*	0,676*	0,673*	0,784

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Ghi chú: *: p-value = 0,000; CR - Độ tin cậy tổng hợp; AVE - Phương sai trích; MSV Phương sai chia sẻ cực đại; ASV - Phương sai chia sẻ trung bình; căn bậc hai của phương sai trên đường chéo chính, hệ số tương quan giữa các cấu trúc khái niệm dưới đường chéo chính.



Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Hình 3.2. Kết quả CFA (chuẩn hoá) mô hình đo lường tới hạn

3.4.3. Kết luận kiểm định thang đo bằng CFA

Nghiên cứu đã kiểm định sự phù hợp của các thang đo trong mô hình nghiên cứu đề xuất ở Chương 2 thông qua phân tích CFA. Những đặc tính chủ yếu của mỗi thang đo như: tính đơn hướng, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt đã được nghiên cứu. Thêm vào đó, độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích của mỗi đo lường của các khái niệm thành phần trong mô hình cũng được đánh giá.

Kết quả cho thấy thang đo các khái niệm Tài nguyên du lịch, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Môi trường thông minh, Di chuyển thông minh, Nền kinh tế thông minh, Cuộc sống thông minh, Quản trị thông minh và Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với dữ liệu thị trường, đạt độ tin cậy cao, đạt giá trị hội tụ và có giá trị phân biệt với các thành phần còn lại.

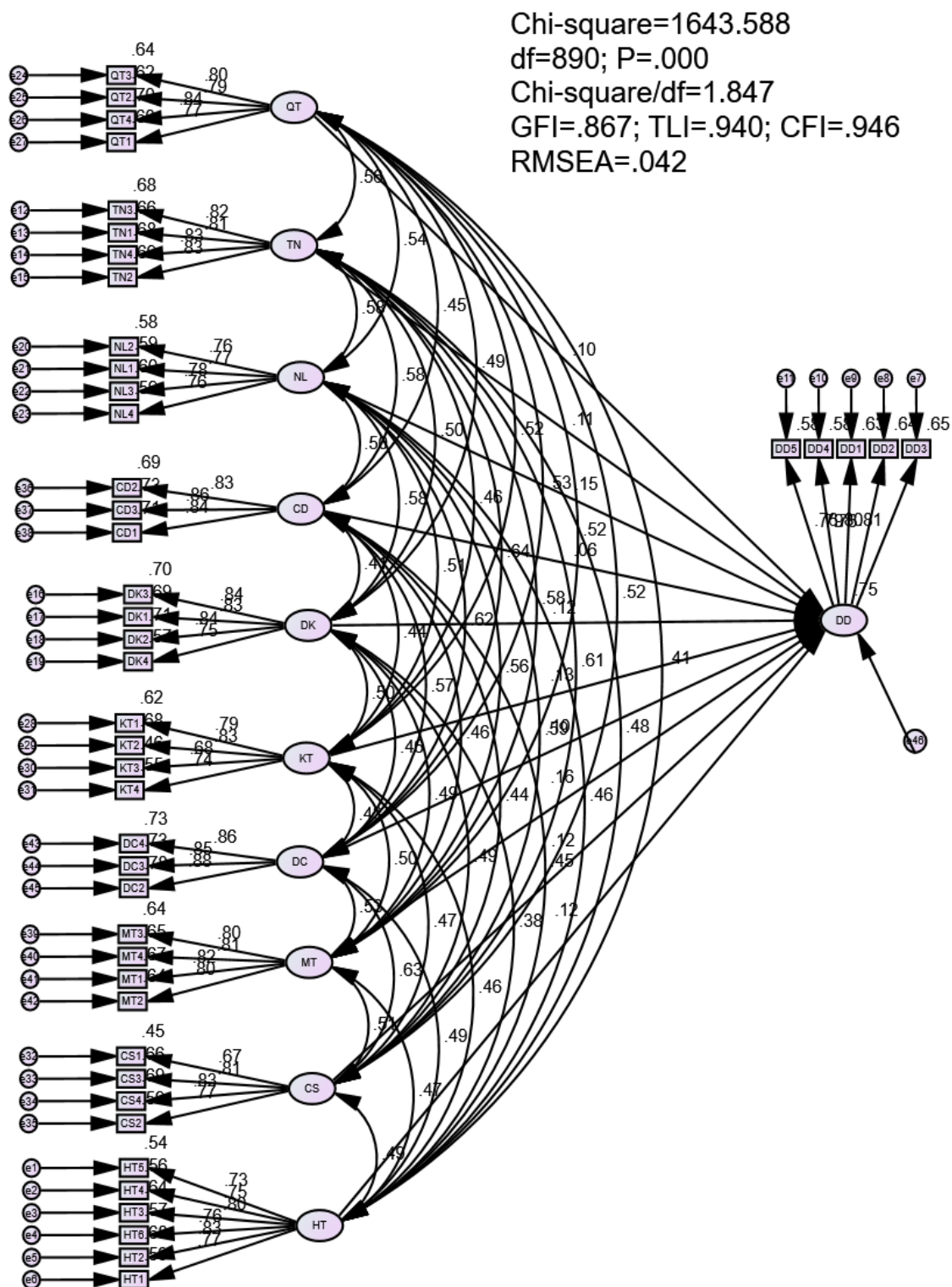
Bên cạnh đó, kết quả kiểm định cũng cho thấy không có khác biệt so với mô hình lý thuyết được đề xuất ở Chương 2. Vì vậy, tất cả các giả thuyết trong mô hình vẫn không thay đổi.

3.5. Kiểm định mô hình lý thuyết chính thức

3.5.1. Kiểm định mô hình lý thuyết

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA của 11 khái niệm trong mô hình lý thuyết được đánh giá và cho kết quả là phù hợp. Kết quả đó chính là cơ sở để nghiên cứu tiếp tục thực hiện kiểm định mô hình lý thuyết chính thức cùng với những giả thuyết cho các khái niệm trong mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

Kết quả SEM của mô hình lý thuyết (Hình 3.3) cho thấy mô hình nghiên cứu đề xuất đạt được độ tương thích với dữ liệu thị trường thông qua các chỉ số: Chi-square = 1643,588 ($p = 0,000$); CMIN/df = 1,847, GFI = 0,867, TLI = 0,940, CFI = 0,946 và RMSEA = 0,042.



Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Hình 3.3. Kết quả SEM mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)

3.5.2. Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở giả thuyết đã được trình bày ở chương 2, nghiên cứu đã xây dựng các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Tất cả những mối tương quan được giả thuyết trong mô hình nghiên cứu đều được chứng minh bằng kiểm định mô hình SEM. Kết quả ước lượng của các tham số chính được trình bày ở Bảng 3.7.

Bảng 3.7. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số đường dẫn		P-value	Kết luận
		Chưa chuẩn hóa	Chuẩn hóa		
H1	Quản trị thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,094	0,095	0,032	Chấp nhận
H2	Nguồn nhân lực du lịch thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,151	0,148	0,005	Chấp nhận
H3	Cư dân thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,054	0,056	0,197	Bác bỏ
H4	Du khách thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,108	0,119	0,005	Chấp nhận
H5	Hệ thống hạ tầng thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,116	0,119	0,003	Chấp nhận
H6	Tài nguyên du lịch ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,108	0,108	0,033	Chấp nhận
H7	Cuộc sống thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,152	0,122	0,014	Chấp nhận

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số đường dẫn		P-value	Kết luận
		Chưa chuẩn hóa	Chuẩn hóa		
H8	Nền kinh tế thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,110	0,127	0,004	Chấp nhận
H9	Di chuyển thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,090	0,101	0,047	Chấp nhận
H10	Môi trường thông minh ->Phát triển điểm đến du lịch thông minh	0,158	0,159	***	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của tác giả (2024)

Kết quả tại Bảng 3.7 cho thấy: các giả thuyết H1, H2, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10 mối quan hệ giữa các khái niệm đề ra trong mô hình nghiên cứu đều được ủng hộ với mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$. Đồng thời, kết quả cũng chỉ ra giả thuyết Cư dân thông minh có ảnh hưởng đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh (H3) bị bác bỏ ($P\text{-value} = 0,197 > 0,05$). Kết quả này cho thấy trong bối cảnh hiện nay tại tỉnh Khánh Hòa, Cư dân thông minh chưa phải là yếu tố đóng vai trò quan trọng tác động đến quá trình phát triển du lịch thông minh, đồng thời mức độ tham gia của cư dân địa phương vào các hoạt động du lịch thông minh còn hạn chế. Việc bác bỏ giả thuyết Cư dân thông minh có ảnh hưởng đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh không chỉ có ý nghĩa về mặt thống kê mà còn là một phát hiện quan trọng, phản ánh thực trạng phát triển du lịch hiện nay thường mang tính định hướng từ trên xuống, hơn là dựa trên sự tham gia từ cộng đồng, trong đó vai trò của cộng đồng cư dân vẫn chưa được phát huy đầy đủ.

Kết quả cho thấy có 9 yếu tố đều tác động trực tiếp đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trong đó, tác động mạnh nhất đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh là Môi trường thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,159), tiếp đến là Nguồn nhân

lực du lịch thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,148), tiếp đến là Nền kinh tế thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,127), tiếp theo Cuộc sống thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,122), Hệ thống hạ tầng thông minh, Du khách thông minh (trọng số chuẩn hóa đều là 0,119), Tài nguyên du lịch (trọng số chuẩn hóa là 0,108), Di chuyển thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,101) và cuối cùng là Quản trị thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,095).

3.5.3. Kiểm định ước lượng mô hình bằng Bootstrap

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp bootstrap với số lượng mẫu lặp lại $N = 1000$. Kết quả ước lượng bằng bootstrap được trình bày trong Bảng 3.8.

Bảng 3.8. Kết quả ước lượng bằng bootstrap

Mối quan hệ	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
QT -> DD	0,066	0,001	0,093	-0,002	0,002	-1,0
TN-> DD	0,058	0,001	0,109	0,000	0,002	0,0
NL-> DD	0,061	0,001	0,122	-0,004	0,002	-2,0
CD-> DD	0,045	0,001	0,055	-0,001	0,001	-1,0
DK-> DD	0,052	0,001	0,121	0,001	0,002	0,5
KT-> DD	0,051	0,001	0,128	0,001	0,002	0,5
DC-> DD	0,062	0,001	0,105	0,004	0,002	2,0
MT-> DD	0,060	0,001	0,158	-0,001	0,002	-0,5
CS-> DD	0,060	0,001	0,125	0,003	0,002	1,5
HT-> DD	0,047	0,001	0,120	0,001	0,001	1,0

Ghi chú: SE: sai lệch chuẩn; SE-SE: sai lệch chuẩn của sai lệch chuẩn; Bias: độ chệch; SE-Bias: sai lệch chuẩn của độ chệch.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả (2024)

Kết quả phân tích trong Bảng 3.8 cho thấy độ chệch (Bias) và sai số lệch chuẩn của độ chệch (SE-Bias) tuy xuất hiện những giá trị rất nhỏ (giá trị lớn nhất là 0,004 và nhỏ nhất là 0,000). Bên cạnh đó, kết quả ước lượng bằng Bootstrap cho thấy có xuất hiện độ chệch giữa các ước lượng nhưng giá trị tuyệt đối của CR nhỏ hơn hoặc bằng 2 nên có thể nói là độ chệch nhỏ và có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Như vậy, chúng tôi các ước lượng trong mô hình là đáng tin cậy.

3.5.4. Kiểm định sự khác biệt của mô hình nghiên cứu

Kết quả kiểm định sự khác biệt theo thành phần tham gia khảo sát (khách du lịch dân cư địa phương, và quản lý doanh nghiệp du lịch) được trình bày trong Bảng 3.9. Mô hình khả biến và mô hình bất biến đều có ý nghĩa $P\text{-value} = 0.000$, nên ta tiến hành kiểm định sự khác biệt giữa 2 mô hình. Kết quả cho thấy kiểm định về thành phần tham gia khảo sát có $P\text{-value} 0,016 (< 0,05)$ nên bác bỏ giả thuyết H_0 , chấp nhận H_1 . Nói cách khác là có sự khác biệt về Chi-square giữa mô hình khả biến và mô hình bất biến. Vì vậy, nghiên cứu chọn mô hình khả biến. Khi chọn mô hình khả biến, nghiên cứu kết luận có sự khác biệt về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh giữa các thành phần tham gia khảo sát (khách du lịch, dân cư địa phương và quản lý doanh nghiệp du lịch).

Theo kết quả mô hình khả biến, các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh theo thành phần tham gia khảo sát. Sự khác biệt này có thể xuất phát từ vị thế, vai trò và lợi ích khác nhau của từng nhóm trong hệ sinh thái du lịch thông minh. Cụ thể:

Theo khách du lịch, có 6 yếu tố đều tác động trực tiếp đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trong đó, tác động mạnh nhất đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh là Tài nguyên du lịch (trọng số chuẩn hoá là 0,199), tiếp theo là Hệ thống hạ tầng thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,176), tiếp đến là Di chuyển thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,169), tiếp đến là Nền kinh tế thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,157), tiếp theo Du khách thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,151) và cuối cùng là Môi trường thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,126). Trải nghiệm du lịch của đối

tượng này chủ yếu gắn với các điểm đến, cảnh quan thiên nhiên cùng với các sản phẩm và giá trị văn hóa. Đối với nhóm này, mức độ “thông minh” được cảm nhận trực tiếp thông qua chất lượng và khả năng tiếp cận tài nguyên du lịch và những trải nghiệm về hạ tầng, dịch vụ hơn là các yếu tố khác.

Theo cư dân địa phương, có 4 yếu tố đều tác động trực tiếp đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trong đó, tác động mạnh nhất đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh là Nguồn nhân lực du lịch thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,388), tiếp đến là Quản trị thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,219), tiếp theo Môi trường thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,199) và cuối cùng là Cư dân thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,166). Có thể thấy, cư dân địa phương nhìn nhận du lịch thông minh từ góc độ năng lực con người nhiều hơn.

Theo các nhà quản lý doanh nghiệp, có 3 yếu tố đều tác động trực tiếp đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh. Trong đó, tác động mạnh nhất đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh là Du khách thông minh (trọng số chuẩn hoá là 0,321), tiếp đến là Cuộc sống thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,285) và cuối cùng là Hệ thống hạ tầng thông minh (trọng số chuẩn hóa là 0,281). Điều này hoàn toàn phù hợp khi hiệu quả kinh doanh và khả năng tồn tại của doanh nghiệp phụ thuộc trực tiếp vào hành vi, trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách. Trong bối cảnh du lịch thông minh, các giải pháp công nghệ và dịch vụ chỉ thực sự có ý nghĩa khi góp phần thu hút, giữ chân và gia tăng giá trị cho du khách. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng coi trọng Cuộc sống thông minh và Hạ tầng thông minh, bởi đây là các điều kiện nền tảng giúp nâng cao chất lượng dịch vụ, tối ưu hóa hoạt động và tăng cường năng lực cạnh tranh của điểm đến.

Sự khác biệt trong nhận thức giữa các nhóm tham gia khảo cho thấy yêu cầu cấp thiết về một cách tiếp cận quản trị du lịch thông minh mang tính, trong đó cơ quan quản lý nhà nước đóng vai trò trung tâm trong việc cân bằng và kết nối lợi ích của các bên liên quan.

Bảng 3.9. Kết quả kiểm định sự khác biệt theo thành phần tham gia khảo sát

Mô hình	Chi-square	df	P-value
Mô hình khả biến	4336,666	2670	0,000
Mô hình bất biến	4372,580	2690	0,000
Sai biệt	35,914	20	0,016

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả (2024)

Tiểu kết chương 3

Chương 3 cung cấp những bằng chứng thực nghiệm có giá trị trong việc kiểm định mô hình nghiên cứu và các thang đo liên quan đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Kết quả phân tích cho thấy hệ thống thang đo được sử dụng trong nghiên cứu đạt độ tin cậy cao, đảm bảo tính đơn hướng, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, phản ánh tốt các khái niệm lý thuyết đã xây dựng.

Dựa trên mô hình kiểm định, nghiên cứu xác định được 9 yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh. Các yếu tố này bao gồm: môi trường thông minh, nguồn nhân lực du lịch thông minh, tài nguyên du lịch, nền kinh tế thông minh, cuộc sống thông minh, hệ thống hạ tầng thông minh, du khách thông minh, di chuyển thông minh và quản trị thông minh. Đây là những thành tố cấu thành tổng thể của điểm đến du lịch thông minh, phản ánh một cách toàn diện cả yếu tố vật chất, con người và công nghệ trong bối cảnh chuyển đổi số.

Kết quả nghiên cứu cũng ghi nhận sự khác biệt về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh giữa các thành phần tham gia khảo sát (khách du lịch, dân cư địa phương và quản lý doanh nghiệp du lịch). Phát hiện này cho thấy tầm quan trọng của cách tiếp cận đa chiều và gợi mở nhu cầu xây dựng các chính sách phù hợp với từng nhóm đối tượng trong quá trình phát triển điểm đến du lịch thông minh.

CHƯƠNG 4.

BÀN LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

4.1. Bàn luận kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định cho thấy, có 9 yếu tố đều tác động trực tiếp đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh theo mức độ tác động từ thấp đến cao, gồm: Môi trường thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Nền kinh tế thông minh, Cuộc sống thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Du khách thông minh, Tài nguyên du lịch, Di chuyển thông minh và Quản trị thông minh. Cụ thể:

Thứ nhất, nghiên cứu này nhấn mạnh rằng Môi trường thông minh tác động mạnh nhất đến phát triển điểm đến du lịch thông minh với trọng số chuẩn hóa là 0,159. Môi trường thông minh có tầm quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm của du khách. Điều này phản ánh vai trò thiết yếu của việc ứng dụng công nghệ trong việc theo dõi, kiểm soát và cải thiện các yếu tố môi trường tại điểm đến. Môi trường thông minh không chỉ góp phần bảo vệ tài nguyên, nâng cao chất lượng sống của cư dân và khách du lịch, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc gia tăng sức hấp dẫn và giá trị của điểm đến.

Các chuyên gia như Townsend (2013) đã nhấn mạnh rằng môi trường thông minh với việc nhấn mạnh việc tích hợp công nghệ và phân tích dữ liệu theo thời gian thực để tạo ra môi trường thích ứng phục vụ nhu cầu của con người đồng thời thúc đẩy tính bền vững. Kết quả nghiên cứu này đồng thời phù hợp với quan điểm của Ivars-Baidal và cộng sự (2019) khi cho rằng môi trường là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh, không chỉ về mặt vật lý mà còn về khả năng cung cấp trải nghiệm tích cực và đáng nhớ cho du khách.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các phát hiện và đề xuất đưa ra là phù hợp với thực tiễn phát triển môi trường thông minh tại Khánh Hòa với định hướng phát triển đô thị theo Nghị quyết số 09-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn 2045. Theo đó, Khánh Hòa sẽ tập trung ứng dụng công nghệ

số trong quản lý và vận hành đô thị với các giải pháp sẽ triển khai như quản lý năng lượng hiệu quả, giám sát môi trường tự động, phát triển xanh và bền vững thông qua giảm phát thải khí nhà kính, đảm bảo hạn chế rủi ro thiên tai, thích ứng, ứng phó với biến đổi khí hậu.

Như vậy, ý nghĩa quan trọng của nghiên cứu đã khẳng định việc phát triển môi trường thông minh tại điểm đến du lịch không chỉ là một lựa chọn mang tính chiến lược mà còn là điều kiện tiên quyết để nâng cao hiệu quả quản lý, tối ưu hóa trải nghiệm du lịch và hướng tới sự phát triển bền vững.

Thứ hai, kết quả nghiên cứu cho thấy nguồn nhân lực du lịch thông minh là yếu tố then chốt đứng thứ hai có ảnh hưởng đến phát triển của điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa với trọng số chuẩn hóa là 0,148. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu của Boes và cộng sự (2016); Savić và Pavlović (2018); và Karya và cộng sự (2019) khi cho rằng nguồn nhân lực du lịch thông minh là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Qua phân tích, nghiên cứu này khẳng định kết quả này hoàn toàn hợp lý. Thật vậy, nghiên cứu trước đây của Jasrotia và Gangotia (2018) cho thấy để đảm bảo sự thành công của điểm đến du lịch, việc đảm bảo nguồn nhân lực được thực hiện ở các cấp có một tầm quan trọng đáng kể. Hơn nữa, nguồn nhân lực du lịch thông minh không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc triển khai công nghệ và quản lý hiệu quả, mà còn hỗ trợ cho sự sáng tạo, phát triển bền vững và tiếp thị hiệu quả của các điểm đến du lịch thông minh.

Ý nghĩa nổi bật của kết quả nghiên cứu nằm ở việc tái khẳng định rằng nguồn nhân lực du lịch thông minh không chỉ đảm nhiệm vai trò vận hành công nghệ và quản lý hiệu quả, mà còn là lực lượng thúc đẩy sáng tạo, phát triển bền vững và thực hiện các chiến lược tiếp thị điểm đến một cách hiệu quả. Việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực theo định hướng công nghệ và đổi mới sáng tạo chính là nền tảng để các điểm đến có thể thích nghi với xu hướng du lịch mới, nâng cao năng lực cạnh tranh và duy trì tăng trưởng bền vững trong dài hạn.

Như vậy, kết quả nghiên cứu không chỉ củng cố các luận điểm lý thuyết đã được đề cập trong các công trình trước mà còn mang lại ý nghĩa thực tiễn sâu sắc.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nền kinh tế thông minh có tác động trực tiếp và có tác động mạnh đứng thứ ba đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh với trọng số chuẩn hóa là 0,127, qua đó làm gia tăng độ tin cậy và củng cố các kết luận trong các nghiên cứu trước như Boes và cộng sự (2016), Karya và cộng sự (2019), Ivars-Baidal và cộng sự (2019), Popova và Malcheva (2020).

Nghiên cứu này đã gia tăng độ tin cậy của các nghiên cứu trước khi xác định nền kinh tế thông minh ảnh hưởng trực tiếp đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Thật vậy, nền kinh tế thông minh là nơi cung cấp các điều kiện và công cụ kinh tế thông minh và sáng tạo để thúc đẩy tinh thần kinh doanh và khả năng cạnh tranh. Nền kinh tế thông minh sẽ tạo ra các giải pháp và dịch vụ sáng tạo để cải thiện trải nghiệm du lịch của khách hàng. Vì vậy, kết quả nghiên cứu không chỉ phù hợp với lý luận và thực tiễn nghiên cứu trước mà còn mang lại hàm ý chính sách quan trọng: các địa phương muốn phát triển du lịch theo hướng thông minh cần đầu tư mạnh mẽ hơn vào phát triển nền kinh tế sáng tạo, thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp và ứng dụng công nghệ trong quản lý, vận hành và cung cấp dịch vụ du lịch.

Tiếp theo, ở vị trí thứ tư, kết quả nghiên cứu khẳng định rằng cuộc sống thông minh là một yếu tố quan trọng tác động trực tiếp đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh với trọng số chuẩn hóa là 0,122, qua đó làm rõ và củng cố nhận định trước đây của Ivars-Baidal và cộng sự (2019). Townsend (2013) tiết lộ rằng cuộc sống thông minh đề cập đến việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để mô phỏng lại và phát minh lại các hệ thống và dịch vụ cơ bản nhằm tạo ra một lối sống thoải mái, thuận tiện, an toàn và bền vững. Do vậy, khám phá quan trọng của nghiên cứu này đã chứng minh được đề xuất của (Ivars-Baidal và cộng sự, 2019) khi cho rằng cuộc sống thông minh tác động trực tiếp đến phát triển điểm đến du lịch thông minh là hoàn toàn phù hợp với thực tiễn. Quan điểm chuyên gia cũng chỉ ra rằng: việc tích hợp công nghệ tiên tiến vào các lĩnh vực sinh hoạt hằng ngày như giao thông, y tế, năng

lượng, an ninh và dịch vụ công giúp nâng cao sự tiện lợi, hiệu quả và tính bền vững cho cuộc sống tại điểm đến. Điều này không chỉ tạo ra trải nghiệm du lịch thân thiện, hấp dẫn và đáng nhớ đối với du khách, mà còn nâng cao chất lượng sống cho cư dân địa phương, góp phần cải thiện hình ảnh điểm đến.

Ý nghĩa nổi bật của kết quả nghiên cứu này là nhấn mạnh vai trò của cuộc sống thông minh. Từ đó, nghiên cứu này cung cấp một gợi ý quan trọng cho các nhà hoạch định chính sách: cần ưu tiên phát triển các giải pháp công nghệ nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống.

Tiếp đến, kết quả nghiên cứu cũng khẳng định rằng hệ thống hạ tầng thông minh là một yếu tố có tác động trực tiếp đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa với trọng số chuẩn hóa là 0,119. Kết quả này củng cố thêm những phát hiện trước đây của Buhalis và Amaranggana (2014), Boes và cộng sự (2015, 2016) và Bastidas-Manzano (2020) khi cho rằng rằng điểm đến du lịch thông minh là một không gian đổi mới dựa trên lãnh thổ và cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến, là nơi tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác giữa du khách và môi trường; là một hệ thống liên kết giữa du khách và người dân để kết nối tất cả các tổ chức địa phương. Hệ thống hạ tầng thông minh giúp tối ưu hóa việc quản lý và vận hành các dịch vụ, cải thiện trải nghiệm tích cực cho du khách, giúp tăng cường an ninh và an toàn thông qua việc giám sát an ninh và quản lý hiệu quả hơn cũng như quản lý tài nguyên như năng lượng, nước và chất thải một cách hiệu quả hơn. Do vậy, kết quả của nghiên cứu này rất hợp lý khi khẳng định Hệ thống hạ tầng thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Ý nghĩa nổi bật của kết quả nghiên cứu là làm rõ vai trò trung tâm của hệ thống hạ tầng thông minh trong việc tối ưu hóa quản lý, vận hành và trải nghiệm tại điểm đến du lịch thông minh.

Du khách là những người trực tiếp tham gia vào quá trình du lịch và có những ảnh hưởng lớn đến sự phát triển điểm đến khi họ vừa là người thụ hưởng, trải nghiệm vừa là người đồng sáng tạo giá trị cho các điểm đến du lịch. Hơn nữa, Popova và

Malcheva(2020) tiết lộ rằng sự phát triển của thành phố như một điểm đến thông minh đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng về các khía cạnh của quá trình du lịch. Hơn nữa, Mikhailov và Kashevnik (2020) xác nhận rằng thái độ của khách du lịch đối với du lịch thông minh được đánh giá là có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch, đến danh tiếng của điểm đến thông minh. Vì vậy, kết quả nghiên cứu này rất phù hợp với thực tiễn khi khẳng định Du khách thông minh có tác động đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa với trọng số chuẩn hóa là 0.199.

Ý nghĩa quan trọng mà kết quả nghiên cứu này đóng góp là nhận diện rõ vai trò chủ động của du khách không chỉ là người thụ hưởng dịch vụ mà còn là người đồng sáng tạo giá trị cho điểm đến. Không những vậy, du khách thông minh góp phần cải thiện trải nghiệm du lịch, hỗ trợ bảo vệ môi trường qua các hành vi tiêu dùng có trách nhiệm và đóng vai trò trong chiến lược tiếp thị điểm đến thông qua các phản hồi, đánh giá và nội dung chia sẻ trên nền tảng số.

Với mức độ ảnh hưởng ít hơn (trọng số chuẩn hóa là 0,108), Tài nguyên du lịch được xác định giữ vai trò quan trọng trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Xiel (2021) khẳng định tài nguyên du lịch là điều kiện cơ bản cho sự tăng trưởng và phát triển du lịch của một vùng, là cơ sở của hoạt động du lịch. Do vậy, nghiên cứu này rất thành công khi khám phá và chứng minh tài nguyên du lịch ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Các điểm đến du lịch thông minh cần khai thác và quản lý thông minh của các tài nguyên du lịch sẽ mang lại nhiều trải nghiệm tích cực cho khách du lịch cũng như góp phần phát triển bền vững du lịch địa phương.

Đối với yếu tố di chuyển thông minh, kết quả nghiên cứu đã khẳng định rằng Di chuyển thông minh là một yếu tố thiết yếu ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh với trọng số chuẩn hóa là 0,101, qua đó chứng minh được đề xuất của Ivars-Baidal và cộng sự (2019). Phát hiện này cũng phù hợp với nghiên cứu của Cohen và Muñoz (2015), khi nhấn mạnh rằng di chuyển thông minh không chỉ nâng cao hiệu quả giao thông, giảm ùn tắc mà còn thúc đẩy các phương

thức di chuyển bền vững, từ đó cải thiện toàn diện trải nghiệm di chuyển của du khách. Kết quả nghiên cứu này làm rõ rằng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, việc đầu tư và ứng dụng các giải pháp di chuyển thông minh là yêu cầu tất yếu, góp phần gia tăng năng lực cạnh tranh và xây dựng hình ảnh điểm đến hiện đại, an toàn, thân thiện và bền vững.

Cuối cùng, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy Quản trị thông minh ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh với trọng số chuẩn hóa là 0,095. Kết quả này rất phù hợp với thực tiễn nghiên cứu (Boes và cộng sự, 2016; Ivaris-Baidal và cộng sự, 2019, Lima và cộng sự, 2020, Popova và Malcheva, 2020) khi cho rằng quản trị thông minh giữ vai trò quan trọng trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh và có tác động đáng kể đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Kết quả nghiên cứu này đóng góp một phần về mặt lý thuyết trong sự phối hợp của các bên liên quan trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh. Kết quả nghiên cứu này còn mang đến một bằng chứng thực nghiệm đáng tin cậy cho các mô hình phát triển điểm đến du lịch thông minh, cho thấy vai trò trung tâm của quản trị thông minh trong việc xây dựng một hệ sinh thái du lịch năng động, bền vững và có khả năng thích ứng cao trước các biến động kinh tế, xã hội và môi trường. Đây cũng là cơ sở quan trọng để các nhà quản lý du lịch địa phương định hướng chính sách phát triển phù hợp trong thời đại chuyển đổi số hiện nay.

Mặc dù, nghiên cứu của Popova và Malcheva (2020) cho rằng cư dân thông minh là một trong những thành phần của điểm đến du lịch thông minh. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu chỉ ra cư dân thông minh không có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Sự không ảnh hưởng này của cư dân thông minh đến phát triển điểm đến du lịch thông minh trong nghiên cứu này có thể được giải thích do mức độ sử dụng của cư dân với các thiết bị thông minh, dịch vụ thông minh chưa cao...; mức độ hòa nhập, gắn kết của cư dân thông minh với điểm đến du lịch thông minh chưa có điểm chung. Một lý do khác có thể là do các thành viên tham gia khảo sát vẫn còn mơ hồ về vai trò của cư dân thông minh đối với phát triển điểm đến du

lịch thông minh. Có thể, trong khuôn khổ nghiên cứu này, phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hoà, cư dân thông minh là các khái niệm mới với bối cảnh ở Việt Nam nói chung và Khánh Hòa nói riêng, nên rất ít nhóm người quan tâm đến cư dân thông minh và ảnh hưởng của cư dân thông minh đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Việc bác bỏ giả thuyết Cư dân thông minh có ảnh hưởng đến Phát triển điểm đến du lịch thông minh không chỉ có ý nghĩa về mặt thống kê mà còn phản ánh thực trạng phát triển du lịch hiện nay thường mang tính định hướng từ trên xuống, hơn là dựa trên sự tham gia từ cộng đồng.

Ngoài ra, kết quả của nghiên cứu khẳng định có sự khác biệt về sự tác động của các yếu tố đến phát triển điểm đến du lịch thông minh theo thành phần tham gia khảo sát: khách du lịch, cư dân địa phương, nhà quản lý của các doanh nghiệp du lịch. Do vậy, cần xem xét sự khác biệt này để có các chiến lược và giải pháp phù hợp để phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Đà Nẵng được đánh giá là một trong những địa phương đi đầu Việt Nam về du lịch thông minh bởi sự gắn kết giữa chính quyền, doanh nghiệp và công nghệ. Thời gian qua, Đà Nẵng triển khai đồng thời nhiều hoạt động cụ thể gắn với quản lý, hạ tầng, dịch vụ và trải nghiệm du khách bao gồm: ứng dụng chính quyền điện tử và các phần mềm quản lý trong điều hành ngành du lịch; xây dựng, cập nhật cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, điểm du lịch và dịch vụ du lịch; triển khai các hệ thống giám sát phục vụ quản lý đô thị và hoạt động du lịch. Đà Nẵng cũng tập trung đầu tư mạnh mẽ cho hệ thống hạ tầng và giao thông thông minh với mạng Wi-Fi công cộng phủ rộng tại các khu vực trung tâm và điểm du lịch, cùng việc hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ để phát triển nền tảng số và ứng dụng phục vụ du lịch; triển khai hệ thống theo dõi và cung cấp thông tin hoạt động của xe buýt theo thời gian thực, hỗ trợ người dân và du khách trong quá trình di chuyển. Trong các giải pháp trực tiếp đối với ngành du lịch, địa phương cũng chú trọng vào việc triển khai các ứng dụng và tiện ích số để cung cấp thông tin điểm đến, bản đồ du lịch, sự kiện và hỗ trợ tương tác trực tuyến cho du khách, trong đó có chatbot hỗ trợ tra cứu thông tin song ngữ; số hóa các hoạt động kinh doanh du lịch thông qua việc áp dụng

các nền tảng bán dịch vụ trực tuyến, thanh toán điện tử và thẻ du lịch, đồng thời đẩy mạnh quảng bá trên môi trường số; từng bước nâng cao kỹ năng sử dụng công nghệ cho đội ngũ nhân sự để đáp ứng yêu cầu vận hành các hệ thống số. Ngoài ra, Đà Nẵng cũng triển khai các giải pháp số hóa tài nguyên du lịch như mã QR cho ấn phẩm và điểm tham quan, công nghệ scan 3D tại bảo tàng; phát triển các sản phẩm trải nghiệm thực tế ảo, đồng thời ứng dụng công nghệ trong quản lý đô thị, an ninh và môi trường nhằm tạo điều kiện thuận lợi, an toàn cho hoạt động du lịch.

Tại thành phố Hồ Chí Minh, hạ tầng công nghệ cũng được thành phố đầu tư tại các khu vực trung tâm, điểm tham quan và không gian công cộng với mạng Wi-Fi, hệ thống camera và các nền tảng đô thị số dùng chung. Trong lĩnh vực giao thông và di chuyển, thành phố triển khai các ứng dụng cung cấp thông tin giao thông, xe buýt và các phương thức vận chuyển công cộng, hỗ trợ người dân và du khách tiếp cận thông tin theo thời gian thực. Tương tự như Đà Nẵng, hoạt động cung cấp thông tin và hỗ trợ du khách được đẩy mạnh thông qua các ứng dụng du lịch, bản đồ số, hệ thống mã QR tại điểm tham quan, bảo tàng và các không gian văn hóa - lịch sử, giúp tra cứu thông tin và hướng dẫn tham quan thuận tiện. Bên cạnh đó, việc ứng dụng các nền tảng trực tuyến trong quảng bá, bán sản phẩm, đặt dịch vụ và thanh toán không dùng tiền mặt cũng đã được nhiều doanh nghiệp du lịch tại thành phố triển khai, góp phần thúc đẩy hoạt động kinh doanh du lịch trên môi trường số. Thành phố cũng chú trọng công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch với việc lồng ghép với các hoạt động đào tạo, tập huấn về kỹ năng số, kỹ năng ứng dụng công nghệ cho cán bộ quản lý, doanh nghiệp và người lao động trong ngành. Việc ứng dụng công nghệ trong bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên du lịch, quản lý môi trường, an ninh trật tự và trật tự đô thị cũng được chú trọng.

Đối chiếu với thực trạng triển khai phát triển du lịch thông minh tại Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh, có thể thấy kết quả của luận án có sự trùng khớp và phù hợp với thực tiễn triển khai tại các địa phương này. Cụ thể, các yếu tố được xác định là có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa đều đã và đang được hai địa phương tập trung triển khai gồm: ứng dụng công nghệ trong công

tác quản lý nhà nước về du lịch, đầu tư hạ tầng công nghệ và giao thông phục vụ hoạt động du lịch, nâng cao năng lực đội ngũ nhân lực du lịch trong việc ứng dụng công nghệ, phát triển các nền tảng số cung cấp thông tin và hỗ trợ du khách, hóa hoạt động kinh doanh du lịch, gắn phát triển du lịch với quản lý đô thị, môi trường và khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch. Thực tiễn này một lần nữa cho thấy kết quả nghiên cứu của luận án không chỉ có cơ sở lý luận mà còn phản ánh đúng xu hướng và yêu cầu phát triển du lịch thông minh trong bối cảnh hiện nay.

4.2. Hàm ý chính sách

4.2.1. Định hướng phát triển điểm đến du lịch thông minh Khánh Hòa

Sự phát triển của công nghệ đã làm thay đổi nhiều lĩnh vực trong cuộc sống trở nên thông minh hơn, trong đó có du lịch. Ngành du lịch cần thích ứng với môi trường thay đổi rất nhanh này với sức cạnh tranh ngày một mạnh mẽ. Vì vậy, việc đưa du lịch thông minh vào các ưu tiên phát triển là một khía cạnh quan trọng đối với các điểm đến du lịch, bởi phát triển du lịch thông minh được coi là một yếu tố để đạt được khả năng cạnh tranh bền vững của các điểm đến du lịch (Marakova và cộng sự, 2022).

Trong xu thế phát triển đó, ngành Du lịch Việt Nam cũng đã xác định tầm quan trọng của việc phát triển du lịch thông minh để thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL ngày 21 tháng 12 năm 2022 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch 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”, nêu rõ 7 nhóm nhiệm vụ và giải pháp được tóm tắt như sau:.

Thứ nhất, về hoàn thiện thể chế, chính sách, văn bản pháp luật về phát triển du lịch thông minh, cần xây dựng chính sách, cơ chế quản lý linh hoạt, phù hợp, tạo môi trường thuận lợi cho ứng dụng công nghệ, đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực du lịch, đảm bảo mục tiêu tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ số trong nước đầu tư phát triển ứng dụng cho du lịch thông minh.

Thứ hai, về phát triển hệ thống dữ liệu số du lịch, cần xây dựng và mở rộng cơ sở dữ liệu của ngành du lịch bảo đảm đồng bộ, kết nối, liên thông từ trung ương đến địa phương; chuẩn hóa dữ liệu, hệ thống nhận dạng gắn với đối tượng quản lý. Phát triển dữ liệu số cho hoạt động du lịch trên cơ sở dữ liệu lớn phục vụ quản lý ngành và người dùng; nâng cao khả năng liên thông trong môi trường số giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương và địa phương; giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch với doanh nghiệp du lịch, khách du lịch và người dân.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ 4.0 để phát triển các dịch vụ, ứng dụng có phân hệ chức năng chuyên biệt nhằm mục đích khai thác thông tin từ hệ thống dữ liệu du lịch để đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng sử dụng trong hệ sinh thái du lịch thông minh như: khách du lịch, quản lý nhà nước về du lịch, quản lý điểm đến thông minh, quản lý doanh nghiệp thông minh.

Thứ tư, về phát triển hạ tầng công nghệ thông tin, cần phát triển hạ tầng công nghệ an toàn, kết nối internet tốc độ cao. Đầu tư, xây dựng hệ thống hạ tầng thông tin đồng bộ, hiện đại; xây dựng, nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin bảo đảm triển khai phát triển du lịch thông minh; xây dựng nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu, đảm bảo kết nối, chia sẻ dữ liệu số của ngành du lịch giữa các cơ quan, xây dựng hệ thống đảm bảo an toàn, an ninh.

Thứ năm, về nguồn nhân lực, nâng cao trình độ, cập nhật kiến thức mới về công nghệ số và đổi mới sáng tạo để trang bị cho nguồn nhân lực những năng lực phù hợp, tạo cơ hội bình đẳng cho mọi người được hưởng lợi từ việc ứng dụng công nghệ. Xây dựng nguồn nhân lực có trình độ để triển khai phát triển du lịch thông minh.

Thứ sáu, về hợp tác quốc tế, tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin, kinh nghiệm về ứng dụng công nghệ phát triển du lịch thông minh với các nước, tổ chức quốc tế. Tham gia các diễn đàn quốc tế về phát triển du lịch thông minh để kịp thời nắm bắt xu hướng mới của thế giới trong đánh giá, phát triển du lịch thông minh.

Thứ bảy, nâng cao nhận thức của các bên liên quan về vai trò và lợi ích của phát triển du lịch thông minh, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ vào phát triển du lịch thông minh; Đa dạng hóa các hình thức truyền thông trên các nền tảng công

nghe số: cổng thông tin điện tử, mạng xã hội, bản tin, chuyên đề, tài liệu về phát triển du lịch thông minh. Tuyên truyền thu hút, khuyến khích sự tham gia tích cực của toàn ngành du lịch vào phát triển du lịch thông minh.

Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2020 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 cũng đã xác định rõ một trong chín giải pháp quan trọng liên quan đến ứng dụng khoa học công nghệ. Trong đó bao gồm nhiều giải pháp quan trọng như: (1) đẩy nhanh việc chuyển đổi số trong ngành du lịch phát triển du lịch thông minh; xúc tiến, quảng bá, xây dựng thương hiệu; quản lý khách du lịch và hoạt động du lịch, tài nguyên du lịch, kiểm soát, giám sát và cảnh báo ô nhiễm trên cơ sở ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại và nền tảng công nghệ số; (2) phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh; ứng dụng công nghệ số để kết nối nhằm hỗ trợ và tăng trải nghiệm cho khách du lịch; Mở rộng năng lực cung cấp dịch vụ kết hợp giữa kênh thực và kênh số; sử dụng tối đa các giao dịch điện tử trong hoạt động du lịch; (3) ứng dụng công nghệ số, công nghệ xanh, sạch trong kinh doanh du lịch; (4) ứng dụng rộng rãi công nghệ trong thanh toán dịch vụ du lịch hướng tới giảm thiểu thanh toán bằng tiền mặt, hướng dẫn và khuyến khích khách du lịch sử dụng các hình thức thanh toán điện tử trên các thiết bị thông minh; (5) ứng dụng công nghệ thông tin để hoàn thiện hệ thống thống kê du lịch; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch, kết nối với hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia.

Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia đã xác định phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là đột phá chiến lược, là động lực then chốt cho đổi mới phương thức quản trị, phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân. Định hướng này tạo nền tảng quan trọng cho việc thúc đẩy chuyển đổi số trong các ngành, lĩnh vực, trong đó có du lịch, thông qua hoàn thiện thể chế, phát triển hạ tầng số, dữ liệu, công nghệ chiến lược và nguồn nhân lực chất lượng cao; đẩy mạnh quản lý, cung cấp dịch vụ trên môi trường số; phát triển kinh tế số, xã hội số và công dân số. Việc xây dựng đô thị thông minh, phát triển hạ tầng số, dữ liệu lớn, Internet vạn vật (IoT) và trí tuệ nhân tạo chính

là cốt lõi để xây dựng các điểm đến du lịch thông minh, nâng cao trải nghiệm khách hàng, tối ưu hóa quản lý tài nguyên và phát triển bền vững. Như vậy, phát triển du lịch thông minh không chỉ là xu hướng ngành mà là một bộ phận hữu cơ trong chiến lược chuyển đổi số quốc gia.

Từ những định hướng phát triển du lịch thông minh của quốc gia, tại Khánh Hòa, phát triển du lịch thông minh được xác định là một trong tám giải pháp quan trọng để thực hiện mục tiêu phát triển du lịch Khánh Hòa đến năm 2030 với việc đẩy nhanh tiến độ triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch, dựa trên nền tảng kinh tế số và ứng dụng thành quả công nghệ trên thế giới vào công tác quản lý, điều hành hoạt động du lịch cũng như truyền thông quảng bá từ cấp độ quản lý nhà nước nhằm chủ động thích ứng với sự thay đổi của xu thế hướng đến mục tiêu phát triển du lịch thông minh trên nền tảng đô thị thông minh, hiện đại (Sở du lịch Khánh Hòa, 2023). Trong đó, nhấn mạnh (1) Thực hiện số hóa, tạo lập cơ sở dữ liệu quản lý nhà nước về du lịch từ tháng 06/2016 đến tháng 05/2022 lên hệ thống GIS phân hệ du lịch; (2) Triển khai Kế hoạch số 7617/KH-UBND ngày 15/8/2022 của Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa về việc thúc đẩy phát triển và sử dụng nền tảng số quốc gia về quản trị và kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa, các Sở, ban, ngành và địa phương thuộc tỉnh đã chủ động tổ chức tuyên truyền đến các doanh nghiệp du lịch, lữ hành, các tổ chức quản lý điểm du lịch, khu di tích, văn hóa và các đơn vị kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm, vui chơi, giải trí, thể thao, khách du lịch bằng nhiều hình thức; (3) Sở Du lịch phối hợp tư vấn tiến hành lập Báo cáo kinh tế kỹ thuật dự án Trung tâm điều hành thông tin hỗ trợ khách du lịch: Hội đồng nhân dân tỉnh Khánh Hòa đã có Nghị quyết số 54/NQ-HĐND ngày 19/7/2022 của HĐND tỉnh Khánh Hòa về phê duyệt Chủ trương đầu tư dự án Trung tâm điều hành thông tin, hỗ trợ khách du lịch (Sở Du lịch Khánh Hòa, 2022).

Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 của Bộ Chính trị về xây dựng, phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Nghị quyết số 09-NQ/TW đã đề ra mục tiêu đến năm 2030, Khánh Hòa là thành phố trực thuộc Trung ương trên cơ sở phát huy cao độ tiềm năng và lợi

thể biển, là đô thị thông minh, bền vững, bản sắc và kết nối quốc tế; là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế; là một cực tăng trưởng, trung tâm của khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên và cả nước về kinh tế biển, công nghiệp công nghệ cao, khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo, đào tạo nguồn nhân lực... Tầm nhìn đến năm 2045, Khánh Hòa là đô thị thông minh, bền vững, bản sắc, ngang tầm khu vực châu Á; là hình mẫu của sự gắn kết giữa phát triển kinh tế - xã hội với bảo đảm quốc phòng, an ninh; là thành phố đáng sống; quốc phòng, an ninh và chủ quyền biển, đảo được bảo đảm vững chắc; là một trong những địa phương đi đầu trong bảo vệ môi trường và việc thực hiện phát thải khí nhà kính về mức không.

Ủy ban nhân dân thành phố Nha Trang cũng đã ban hành một kế hoạch triển khai Đề án “Xây dựng thí điểm mô hình đô thị thông minh tại thành phố Nha Trang” giai đoạn 1 (2024-2025) với các nhiệm vụ quan trọng: xây dựng Trung tâm điều hành đô thị thông minh thành phố Nha Trang, đầu tư nền tảng hạ tầng phục vụ đô thị thông minh thành phố Nha Trang, đầu tư các hệ thống thông tin chuyên ngành, tiện ích, dịch vụ đô thị thông minh, đào tạo nguồn nhân lực quản trị, vận hành, tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức của người dân về đô thị thông minh.

Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 14 tháng 7 năm 2025 của Tỉnh ủy Khánh Hòa về tăng trưởng kinh tế hai con số giai đoạn 2025-2030 đã xác định chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng dựa vào khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là định hướng xuyên suốt, đồng thời xác định du lịch, dịch vụ là một trong bốn trụ cột động lực tăng trưởng kinh tế của địa phương.

Từ những căn cứ trên có thể thấy được định hướng phát triển của ngành du lịch địa phương. Cùng với thực trạng và kết quả nghiên cứu, đó chính là những cơ sở vững chắc để đưa ra những hàm ý chính sách cho việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

4.2.2. Hàm ý chính sách trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, việc phát triển điểm đến du lịch thông minh chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố. Kết quả nghiên cứu sẽ có ý nghĩa đối với công tác quản lý du lịch, quản lý điểm đến của địa phương và đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Các giải pháp và khuyến nghị cơ bản dựa vào các kết quả nghiên cứu này. Cụ thể, nghiên cứu đề xuất các hàm ý chính sách trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa như sau:

4.2.2.1. Chú trọng xây dựng môi trường thông minh

Theo kết quả nghiên cứu, môi trường thông minh là yếu tố có mức độ ảnh hưởng quan trọng và cao nhất đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, đối với trường hợp Khánh Hòa với trọng số chuẩn hoá là 0,159. Ngày nay, du khách rất quan tâm đến môi trường và muốn chuyến đi của mình thân thiện với môi trường hơn bên cạnh yêu cầu phát triển bền vững trong lĩnh vực du lịch. Khánh Hoà cần ưu tiên chú trọng xây dựng môi trường thông minh để đảm bảo du lịch phát triển theo hướng bền vững, thân thiện với môi trường, trong đó, cần tận dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả và giảm tác động tiêu cực đến môi trường. Cụ thể:

Ứng dụng công nghệ trong quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường và giảm thiểu ô nhiễm

Khánh Hòa có thể áp dụng các công nghệ giám sát môi trường như cảm biến thông minh để theo dõi chất lượng không khí, nhiệt độ và mức độ tiếng ồn trong các khu vực du lịch trọng điểm nhằm giám sát mức độ ô nhiễm, từ đó đưa ra các biện pháp xử lý kịp thời.

Khuyến khích các dự án sử dụng năng lượng tái tạo như năng lượng mặt trời tại các khu nghỉ dưỡng và các khách sạn; áp dụng các mô hình năng lượng sạch; sử dụng công nghệ thông minh để giảm thiểu lãng phí năng lượng và nước tại các cơ sở lưu trú, các điểm tham quan, sử dụng các công nghệ tiết kiệm nước và năng lượng, như hệ thống tưới tiêu tự động trong cảnh quan, sẽ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực

đến tài nguyên thiên nhiên cũng như hoàn thiện chất lượng hạ tầng (trong đó có cơ sở hạ tầng xử lý rác thải, nước thải).

Có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh

Xây dựng mô hình hạ tầng xanh, bền vững dựa trên điều kiện tự nhiên, trong quy hoạch, dự án đầu tư xây dựng và cải tạo các khu vực hiện hữu; mở rộng, kết nối, phát triển hạ tầng xanh trên quy mô liên tỉnh, vùng tỉnh, đảm bảo hạn chế rủi ro thiên tai, thích ứng, ứng phó với biến đổi khí hậu.

Bên cạnh việc ứng dụng công nghệ số vào phát triển hạ tầng xanh, trong giám sát và quản lý môi trường, Khánh Hòa cần khuyến khích và tạo động lực cho doanh nghiệp du lịch thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường; hỗ trợ các sáng kiến xanh, phát triển tour du lịch sinh thái bền vững; phát triển các hoạt động du lịch có tác động tối thiểu đến môi trường; xây dựng các mô hình du lịch bền vững gắn liền với bảo vệ hệ sinh thái. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác tuyên truyền và giáo dục cộng đồng nhằm tạo ra nhận thức và hành động bảo vệ môi trường sâu rộng hơn.

Việc xây dựng môi trường thông minh tại Khánh Hòa không chỉ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực từ sự phát triển du lịch, mà còn mở ra cơ hội phát triển ngành du lịch bền vững, thân thiện với môi trường và mang lại giá trị lâu dài cho cộng đồng và du khách.

4.2.2.2. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh

Theo kết quả nghiên cứu, nguồn nhân lực du lịch thông minh là yếu tố có mức độ ảnh hưởng tích cực thứ hai đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Như vậy, việc ưu tiên đầu tư, nâng cao chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực du lịch cần được địa phương quan tâm. Cụ thể, một trong những yếu tố quan trọng nhất để đảm bảo sự phát triển của du lịch thông minh tại Khánh Hòa là xây dựng và phát triển nguồn nhân lực có khả năng thích ứng với các yêu cầu mới của ngành. Để đạt được điều này, Khánh Hòa cần chú trọng đào tạo và phát triển đội ngũ lao động có kỹ năng, có thể làm chủ công nghệ và các công cụ thông minh phục vụ cho hoạt động du lịch. Các giải pháp đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh tại Khánh Hòa có thể bao gồm:

Nâng cao kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ và năng lực số của nguồn nhân lực du lịch

Rà soát, chuẩn hóa khung năng lực nghề du lịch tại điểm đến, gắn với yêu cầu thực tiễn của từng nhóm vị trí; tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng, đào tạo lại và đào tạo tại chỗ cho lao động du lịch, trong đó, cần chú trọng kỹ năng phục vụ, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và chất lượng dịch vụ; đẩy mạnh liên kết giữa cơ sở đào tạo, cơ quan quản lý và doanh nghiệp du lịch trong xây dựng chương trình đào tạo gắn với nhu cầu thực tế của thị trường và điểm đến.

Từng bước hình thành đội ngũ nhân lực du lịch có khả năng thích ứng với môi trường làm việc số và yêu cầu phát triển du lịch thông minh tại điểm đến. Những giải pháp được đề xuất bao gồm việc tổ chức đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số cho đội ngũ nhân lực du lịch địa phương, đảm bảo sử dụng được các ứng dụng du lịch thông minh, nền tảng số, hệ thống quản lý và công cụ tương tác với du khách. Bên cạnh đó, cần khuyến khích doanh nghiệp du lịch ứng dụng công nghệ số trong quản lý, điều hành, bán sản phẩm và chăm sóc khách hàng; đào tạo đội ngũ quản lý nhà nước về du lịch có khả năng khai thác, phân tích dữ liệu số phục vụ công tác điều hành, giám sát và ra quyết định.

Thông qua việc tập trung vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh, Khánh Hòa sẽ tạo ra một đội ngũ nhân viên có kỹ năng, thích ứng với các công nghệ và có thể quản lý hiệu quả các dịch vụ du lịch thông minh. Điều này không chỉ đảm bảo phát triển bền vững cho ngành du lịch mà còn tạo ra một môi trường làm việc thân thiện, sáng tạo và hiệu quả cho nhân viên và du khách.

4.2.2.3. Phát triển nền kinh tế thông minh

Nền kinh tế thông minh cũng là một trong chín yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa và có hệ số chuẩn hóa đứng thứ ba theo kết quả khảo sát.

Nền kinh tế tri thức trong bối cảnh phát triển điểm đến du lịch thông minh đề cập đến việc tận dụng vốn trí tuệ, đổi mới, công nghệ kỹ thuật số và dữ liệu để tạo ra các dịch vụ du lịch bền vững, cạnh tranh và sáng tạo. Việc tận dụng các công nghệ

tiên tiến và dữ liệu sẽ không chỉ giúp tăng trưởng ngành du lịch mà còn góp phần vào sự bền vững của nền kinh tế địa phương. Để xây dựng một nền kinh tế thông minh hiệu quả, Khánh Hòa cần thực hiện các giải pháp sau:

Phát triển nền kinh tế tri thức

Phát triển nền kinh tế tri thức đồng nghĩa với việc Khánh Hòa cần thúc đẩy việc ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số trong các hoạt động kinh tế chủ lực, đặc biệt là du lịch và các ngành dịch vụ liên quan, hỗ trợ cho sự phát triển của ngành du lịch đồng thời tăng cường liên kết giữa cơ sở nghiên cứu, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong nghiên cứu ứng dụng, đổi mới sản phẩm và chuyển giao tri thức phục vụ phát triển điểm đến.

Tăng cường kết nối và hội nhập thị trường

Nhằm tăng cường kết nối một cách hiệu quả với thị trường du lịch trong nước và quốc tế, địa phương cần đẩy mạnh ứng dụng nền tảng số trong xúc tiến, quảng bá và phân phối sản phẩm du lịch; khuyến khích doanh nghiệp du lịch tham gia các mạng lưới, chuỗi giá trị du lịch quốc gia và liên quốc gia, tận dụng các kênh phân phối số và đối tác chiến lược. Bên cạnh đó, sự tăng cường hợp tác, liên kết vùng và liên kết quốc tế trong phát triển sản phẩm, trao đổi thông tin và chia sẻ dữ liệu thị trường du lịch không chỉ góp phần mở rộng thị trường, nâng cao khả năng tiếp cận khách du lịch mà còn giúp địa phương tăng cường năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng thông minh, bền vững.

Thúc đẩy tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp

Việc phát triển nền kinh tế thông minh gắn với thúc đẩy tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp là hoàn toàn phù hợp với tinh thần Nghị quyết số 01-NQ/TU của Tỉnh ủy Khánh Hòa. Để hiệu quả, địa phương cần xây dựng môi trường thuận lợi cho đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực du lịch thông qua cơ chế hỗ trợ ý tưởng, sáng kiến và mô hình kinh doanh mới cũng như khuyến khích khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong du lịch, đặc biệt là các mô hình ứng dụng công nghệ số, du lịch thông minh và kinh tế số.

Nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, Khánh Hòa cần tiếp tục đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và quản trị doanh nghiệp du lịch nhằm nâng cao hiệu quả và giảm chi phí; Nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, có giá trị gia tăng cao, gắn với lợi thế cạnh tranh và bản sắc của điểm đến. Đặc biệt, cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong phân tích thị trường, dự báo nhu cầu và điều chỉnh chiến lược phát triển điểm đến. Các doanh nghiệp du lịch tại Khánh Hòa cần đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin vào tất cả các hoạt động và quy trình làm việc, đầu tư vào các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, và các ứng dụng du lịch thông minh để nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo phát triển bền vững.

Bên cạnh các giải pháp nêu trên, để phát triển nền kinh tế thông minh trong lĩnh vực du lịch, Khánh Hòa cần tăng cường hợp tác quốc tế, đặc biệt là với các đối tác công nghệ toàn cầu. Hợp tác với các tổ chức quốc tế sẽ giúp Khánh Hòa tiếp cận các nguồn lực, kiến thức và công nghệ tiên tiến, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và tăng trưởng kinh tế. Khánh Hòa cần xây dựng một hệ sinh thái du lịch kết nối, giúp tích hợp các dịch vụ như giao thông, chỗ ở, điểm tham quan và nền tảng thông tin du lịch vào một trải nghiệm liền mạch cho du khách. Điều này sẽ giúp tăng sự thuận tiện cho du khách và tạo ra các trải nghiệm du lịch thông minh hơn.

Bằng cách triển khai những giải pháp trên, Khánh Hòa không chỉ tạo ra một nền tảng vững chắc cho phát triển du lịch thông minh mà còn góp phần vào việc xây dựng một nền kinh tế thông minh bền vững, sáng tạo và cạnh tranh.

4.2.2.4. Nâng cao chất lượng cuộc sống theo hướng thông minh

Cuộc sống thông minh cũng được xác định là một trong những yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa, có hệ số chuyển hóa đứng thứ tư. Việc áp dụng công nghệ để cải thiện chất lượng cuộc sống theo hướng thông minh không chỉ mang lại lợi ích cho cư dân mà còn giúp nâng cao trải nghiệm của du khách, góp phần xây dựng hình ảnh Khánh Hòa là một điểm đến du lịch hiện đại, bền vững và thân thiện. Các giải pháp chính sách nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống theo hướng thông minh tại Khánh Hòa gồm:

Phát triển hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số

Để phát triển hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo bối cảnh chuyển đổi số, Khánh Hòa cần đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ số trong bảo tồn, khai thác và phát huy giá trị văn hóa tại điểm đến; phát triển các nền tảng giáo dục, đào tạo trực tuyến và học tập suốt đời, nâng cao năng lực số cho người dân và lực lượng lao động du lịch tại địa phương.

Phát triển hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh

Để phát triển hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh, Khánh Hòa cần đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin vào trong hoạt động quản lý y tế, cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe và thông tin y tế cho người dân và du khách, đặc biệt tại các khu, điểm du lịch trọng điểm. Ngoài ra, địa phương cần nâng cao khả năng ứng phó với các tình huống khẩn cấp, bảo đảm an toàn cho người dân và du khách bằng cách kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa các cơ sở y tế, chính quyền địa phương và các đơn vị liên quan. Bên cạnh đó, với thế mạnh và sản phẩm đặc thù của du lịch Khánh Hòa, cần khuyến khích phát triển các dịch vụ y tế, chăm sóc sức khỏe chất lượng cao gắn với du lịch nghỉ dưỡng, du lịch chăm sóc sức khỏe.

Xây dựng các trung tâm văn hóa tích hợp kỹ thuật số

Để thúc đẩy phát triển du lịch thông minh, Khánh Hòa có thể đầu tư xây dựng các trung tâm văn hóa tích hợp công nghệ như bảo tàng và phòng trưng bày thông minh. Các trung tâm này có thể sử dụng các công nghệ tiên tiến như tai nghe VR (thực tế ảo), kho lưu trữ trực tuyến và máy in 3D để cung cấp cho du khách trải nghiệm văn hóa phong phú và chân thực, ứng dụng công nghệ AI và mô hình 3D để tái tạo và bảo tồn di sản văn hóa, giúp du khách không chỉ tham quan mà còn tương tác với các di tích, di sản văn hóa một cách sống động. Các bảo tàng và phòng trưng bày thông minh cũng giúp nâng cao giá trị bảo tồn và tạo ra trải nghiệm giáo dục thú vị cho cả du khách và cư dân.

Triển khai hệ thống giám sát an ninh thông minh

Khánh Hòa cần triển khai các hệ thống giám sát thông minh, ứng dụng công nghệ số trong công tác quản lý an ninh trật tự, an toàn giao thông và phòng ngừa rủi ro tại các khu vực tập trung đông khách du lịch. Việc triển khai các hệ thống giám sát, cảnh báo, tiếp nhận và xử lý phản ánh của du khách trên nền tảng số sẽ góp phần nâng cao cảm giác an toàn và tin cậy đối với điểm đến. Đồng thời, tăng cường phối hợp giữa các lực lượng chức năng, chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch trong việc bảo đảm an ninh, an toàn cho hoạt động du lịch.

Để tăng cường an ninh và sự an toàn cho du khách, Khánh Hòa cần tổ chức các công tác tuần tra đặc biệt tại các điểm du lịch đông khách thông qua việc sử dụng các công cụ và công nghệ hiện đại để kiểm tra và xử lý các tình huống liên quan đến an ninh, bảo vệ tài sản và an toàn của du khách.

Đào tạo người dân địa phương, chủ doanh nghiệp và hướng dẫn viên du lịch về cách xử lý các tình huống khẩn cấp và cung cấp sự hỗ trợ cần thiết cho du khách trong các trường hợp bất ngờ.

Tăng cường sự gắn kết xã hội và phát triển cộng đồng du lịch

Một yếu tố quan trọng để phát triển du lịch thông minh là sự gắn kết xã hội giữa cư dân địa phương, du khách và doanh nghiệp để tạo ra một môi trường thân thiện. Các hoạt động giao lưu giữa du khách và người dân sẽ giúp tạo ra sự gắn kết bền vững và tăng cường chất lượng sống cho cả cộng đồng và du khách. Bên cạnh đó, cũng cần triển khai các chương trình giúp nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường, bảo tồn văn hóa và phát triển du lịch bền vững, giúp tất cả các bên liên quan nhận thức rõ hơn về trách nhiệm của mình trong việc bảo vệ và phát triển điểm đến du lịch thông minh.

4.2.2.5. Đẩy mạnh đầu tư hệ thống hạ tầng thông minh và phát triển hệ thống di chuyển thông minh

Theo kết quả nghiên cứu, Hệ thống hạ tầng thông minh có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Một điểm đến du lịch thông minh chỉ có thể phát triển và duy trì tính cạnh tranh khi có một hệ thống hạ tầng thông minh đồng bộ và hiệu quả. Vì vậy, Khánh Hòa cần nhanh chóng triển khai các kế hoạch

ứng dụng công nghệ thông minh, đặc biệt trong các lĩnh vực hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ du lịch. Điều này không chỉ hỗ trợ cải thiện chất lượng trải nghiệm du lịch mà còn thúc đẩy sự phát triển bền vững của địa phương, đáp ứng nhu cầu của du khách và cộng đồng. Cụ thể, một số giải pháp sau đây được đề xuất để giúp xây dựng và hoàn thiện hệ thống hạ tầng thông minh tại Khánh Hòa:

Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ du lịch

Khánh Hòa cần tiếp tục đầu tư hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông phủ rộng tại các khu, điểm du lịch trọng điểm và các không gian công cộng phục vụ du khách. Việc bảo đảm kết nối Internet ổn định, an toàn và thuận tiện sẽ tạo nền tảng cho triển khai các ứng dụng du lịch thông minh, nâng cao trải nghiệm của du khách và hiệu quả quản lý điểm đến.

Tích hợp công nghệ thông minh trong việc phát triển hệ thống các cơ sở dịch vụ du lịch, hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch

Cụ thể, Khánh Hòa cần khuyến khích các khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, cơ sở vui chơi giải trí và mua sắm đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý, cung cấp dịch vụ và chăm sóc khách hàng. Việc triển khai các giải pháp như đặt dịch vụ trực tuyến, thanh toán không dùng tiền mặt, quản lý thông minh và tương tác số sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tính chuyên nghiệp và năng lực cạnh tranh. Tại các điểm du lịch, việc tích hợp các công nghệ số, ứng dụng các công nghệ thông minh trong việc cung cấp thông tin, thuyết minh, hướng dẫn và tương tác với du khách, thông qua các nền tảng số, mã QR, bản đồ số và các ứng dụng du lịch cần được triển khai mạnh mẽ. Việc số hóa thông tin về tài nguyên, sản phẩm và dịch vụ du lịch sẽ giúp du khách chủ động tiếp cận, lựa chọn và trải nghiệm điểm đến một cách thuận tiện hơn. Song song đó, những thông tin về lịch trình, hướng dẫn di chuyển và dịch vụ hỗ trợ cũng cần được số hóa. Điều này sẽ giúp nâng cao tính thuận tiện, an toàn và trải nghiệm của du khách khi đến và di chuyển trong điểm đến.

Ngoài ra, Khánh Hòa cần quan tâm đầu tư hệ thống nhà vệ sinh công cộng tại các khu, điểm du lịch theo hướng hiện đại, thân thiện và tích hợp công nghệ trong

quản lý, vận hành, qua đó cải thiện chất lượng dịch vụ công cộng và hình ảnh điểm đến trong mắt du khách.

Cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống hạ tầng giao thông kết nối các khu, điểm du lịch theo hướng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tại các đầu mối giao thông như sân bay, bến cảng, nhà ga phục vụ du khách; triển khai các giải pháp công nghệ thông minh đồng bộ, kết nối với các ngành như ngân hàng, giao thông, y tế và các dịch vụ hỗ trợ du lịch.

Hoàn thiện hệ thống hạ tầng về dữ liệu ngành du lịch

Chính quyền địa phương cần triển khai và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu số toàn ngành du lịch, bảo đảm kết nối và chia sẻ dữ liệu giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và các bên liên quan, đảm bảo có thể cập nhật thông tin theo thời gian thực để phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành, cũng như hỗ trợ du khách kịp thời. Việc xây dựng phần mềm quản lý dữ liệu chung, tương thích với các hệ thống quản lý của các doanh nghiệp du lịch đang sử dụng là một bước đi quan trọng. Việc tích hợp dữ liệu về tài nguyên, sản phẩm, dịch vụ, thị trường và hành vi du khách sẽ tạo nền tảng cho quản lý thông minh, hỗ trợ ra quyết định, đồng thời hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh gắn kết, đồng bộ và hiệu quả tại địa phương.

Thông qua việc đẩy mạnh đầu tư vào hạ tầng thông minh, Khánh Hòa không chỉ nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành du lịch địa phương. Các giải pháp trên sẽ giúp xây dựng một hệ sinh thái du lịch thông minh, hiệu quả và thân thiện với môi trường.

4.2.2.6. Hỗ trợ và phát huy vai trò của du khách thông minh trong phát triển điểm đến du lịch thông minh

Theo kết quả nghiên cứu tại điểm đến Khánh Hòa, du khách thông minh có ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Du khách thông minh đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh, không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn góp phần bảo vệ môi trường và thúc đẩy sự bền vững của ngành du lịch địa phương. Để phát huy vai trò này, Khánh Hòa cần tạo ra các cơ chế và chính sách nhằm khuyến khích du khách tham gia vào quá trình phát

triển du lịch thông minh. Các giải pháp chính sách nhằm phát huy vai trò của du khách thông minh gồm:

Nâng cao mức độ chấp nhận và sử dụng công nghệ của khách du lịch

Cần tiếp tục phát triển và hoàn thiện các nền tảng, ứng dụng du lịch số với giao diện thân thiện, dễ sử dụng, tích hợp đa ngôn ngữ nhằm khuyến khích du khách tiếp cận và sử dụng trong suốt hành trình. Việc đồng bộ hóa thông tin điểm đến, dịch vụ, sự kiện và hỗ trợ du khách trên nền tảng số sẽ giúp công nghệ trở thành công cụ quen thuộc, gắn liền với trải nghiệm du lịch tại Khánh Hòa.

Phát triển các nền tảng trực tuyến cho phép du khách chia sẻ trải nghiệm của mình, đồng thời tương tác với cộng đồng địa phương. Việc này giúp tạo ra mối liên kết chặt chẽ hơn giữa du khách và người dân địa phương, đồng thời cung cấp thông tin thực tế về các điểm đến và dịch vụ du lịch.

Cá nhân hóa các dịch vụ du lịch

Ứng dụng công nghệ thông minh để phân tích và nắm bắt hành vi, nhu cầu của du khách, từ đó, phát triển các dịch vụ, sản phẩm du lịch mang tính cá nhân hóa, phù hợp với từng nhóm khách.

Ứng dụng công nghệ trong gợi ý điểm đến, xây dựng lịch trình, cung cấp dịch vụ lưu trú, ẩm thực và giải trí theo sở thích sẽ góp phần nâng cao mức độ hài lòng và giá trị trải nghiệm của du khách.

Khuyến khích du khách hợp tác và chia sẻ dữ liệu để đồng sáng tạo giá trị

Xây dựng cơ chế khuyến khích du khách tham gia phản hồi, đánh giá, chia sẻ trải nghiệm và dữ liệu sử dụng dịch vụ trên các nền tảng số của điểm đến. Việc sử dụng dữ liệu này một cách minh bạch, có mục đích rõ ràng sẽ giúp cơ quan quản lý và doanh nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ, đồng thời thúc đẩy quá trình đồng sáng tạo giá trị giữa du khách và điểm đến thông qua công nghệ thông minh. Cùng với việc khuyến khích khách du lịch chia sẻ dữ liệu, việc bảo vệ dữ liệu cá nhân, đảm bảo an toàn thông tin trong quá trình thu thập, lưu trữ và khai thác dữ liệu du khách cũng cần được chú trọng. Khánh Hòa cần xây dựng và thực thi các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Điều này sẽ góp phần tạo dựng niềm tin, từ đó khuyến

khích du khách yên tâm sử dụng các dịch vụ du lịch thông minh khi đến với Khánh Hòa.

4.2.2.7. Phát triển và bảo tồn hệ thống tài nguyên du lịch của địa phương

Tài nguyên du lịch cũng là một trong chín yếu tố quan trọng được đề xuất từ kết quả nghiên cứu tại Khánh Hòa có ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Tài nguyên du lịch, gồm tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên văn hóa, đóng vai trò then chốt trong việc phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa. Tuy nhiên, việc bảo tồn và phát triển tài nguyên này cần phải kết hợp chặt chẽ với các hoạt động bảo vệ môi trường và áp dụng công nghệ hiện đại để đảm bảo tính bền vững lâu dài.

Để đạt được mục tiêu này, Khánh Hòa cần khai thác tài nguyên du lịch theo hướng thông minh thông qua việc đẩy mạnh số hóa và quản lý hiệu quả các cảnh quan thiên nhiên, bảo đảm hài hòa giữa bảo tồn và phát triển du lịch; tăng cường số hóa thông tin về di sản văn hóa, di tích lịch sử, công trình kiến trúc, bảo tàng... giúp nâng cao chất lượng thuyết minh, trưng bày và trải nghiệm của du khách, qua đó lan tỏa giá trị văn hóa và bản sắc địa phương. Bên cạnh đó, ứng dụng công nghệ số trong quản lý, tổ chức và quảng bá các sự kiện văn hóa, thể thao và lễ hội truyền thống góp phần mở rộng khả năng tiếp cận, tăng cường tương tác và thu hút du khách. Việc bảo tồn và phát huy các loại hình nghệ thuật truyền thống, văn hóa dân gian thông qua số hóa tư liệu, xây dựng không gian trải nghiệm và gắn kết với sản phẩm du lịch sẽ tạo ra những trải nghiệm độc đáo, khác biệt, góp phần nâng cao sức hấp dẫn và tính bền vững của điểm đến Khánh Hòa.

4.2.2.8. Phát triển hệ thống di chuyển thông minh

Di chuyển thông minh đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa, góp phần tạo ra một môi trường du lịch thuận tiện và bền vững. Hệ thống di chuyển thông minh giúp tối ưu hóa trải nghiệm du khách, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Để phát triển hệ thống di chuyển thông minh, Khánh Hòa cần thực hiện các giải pháp sau:

Xây dựng bản đồ số du lịch

Bản đồ số du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý giao thông công cộng. Với việc xây dựng bản đồ số du lịch, việc điều chỉnh lưu lượng giao thông, tối ưu hóa hệ thống đèn giao thông và dự báo tình hình giao thông sẽ trở nên dễ dàng hơn, góp phần giảm tắc nghẽn và ô nhiễm, giúp cung cấp thông tin chi tiết về các tuyến đường, tình trạng giao thông, điểm kết nối và hệ thống vận tải công cộng, cũng như các thông tin về lộ trình, thời gian di chuyển và tuyến đường tối ưu cho địa phương.

Xây dựng hệ thống giao thông thông minh và thân thiện với môi trường

Một yếu tố then chốt trong phát triển du lịch thông minh là hệ thống giao thông hiệu quả và dễ dàng tiếp cận. Khánh Hòa cần đầu tư vào hệ thống giao thông công cộng thông minh với tính năng theo dõi thời gian thực và tối ưu hóa tuyến đường, giúp cải thiện chất lượng dịch vụ và giảm thiểu tắc nghẽn giao thông, giúp du khách di chuyển thuận tiện hơn. Một số giải pháp trước mắt có thể thực hiện bao gồm: sử dụng công nghệ AI và IoT để giám sát, quản lý tình trạng giao thông, tối ưu hóa lưu lượng và giảm ô nhiễm, dự đoán nhu cầu di chuyển, giảm thời gian chờ đợi, có thể điều chỉnh lịch trình và tuyến đường linh hoạt; sử dụng các ứng dụng di động để hỗ trợ du khách tìm kiếm các tuyến giao thông công cộng phù hợp với nhu cầu di chuyển của họ, từ đó giảm thời gian di chuyển và tối ưu hóa các lựa chọn giao thông.

Ngoài ra, Khánh Hòa cần xây dựng lộ trình phát triển hệ thống bãi đỗ xe thông minh giúp du khách dễ dàng tìm kiếm chỗ đỗ xe thông qua các cảm biến thời gian thực, được tích hợp trong các ứng dụng di động giúp du khách tiết kiệm thời gian, đồng thời giúp giảm thiểu tình trạng tắc nghẽn giao thông và giảm lượng khí thải do việc tìm kiếm chỗ đỗ xe gây ra.

Thông qua những giải pháp di chuyển thông minh này, Khánh Hòa sẽ không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch mà còn tạo ra một môi trường du lịch bền vững và thân thiện với môi trường, phù hợp với xu hướng phát triển của ngành du lịch toàn cầu.

4.2.2.9. Tăng cường vai trò quản lý nhà nước đối với quản lý điểm đến và kinh doanh du lịch thông minh

Việc tăng cường vai trò quản lý nhà nước trong việc phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa là một yếu tố quan trọng để đảm bảo sự phát triển bền vững, hiệu quả và đồng bộ của ngành du lịch. Để đạt được điều này, Khánh Hòa cần thực hiện các giải pháp quản lý sau:

Xây dựng và thể chế hóa định hướng chiến lược, chính sách phát triển du lịch thông minh

Khánh Hòa cần thể chế hóa định hướng phát triển du lịch thông minh trong các chiến lược, quy hoạch và chương trình phát triển du lịch của tỉnh, gắn với chuyển đổi số, phát triển đô thị thông minh và kinh tế số; ban hành các cơ chế, chính sách cụ thể nhằm khuyến khích ứng dụng công nghệ, đổi mới sáng tạo trong quản lý nhà nước và hoạt động kinh doanh du lịch, thúc đẩy sự tham gia của các doanh nghiệp và các chủ thể liên quan vào hệ sinh thái du lịch thông minh của địa phương.

Tăng cường triển khai chính quyền điện tử trong quản lý và phát triển du lịch

Hiện nay, tỉnh Khánh Hòa đang chú trọng công tác chuyển đổi số mạnh mẽ và toàn diện trong mọi lĩnh vực. Để phát triển ngành du lịch địa phương theo hướng thông minh, Khánh Hòa cần tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa việc chuyển đổi số, ứng dụng các công nghệ thông minh vào hệ thống quản trị. Khánh Hòa cần tiếp tục và hoàn thiện mô hình chính quyền điện tử, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động quản lý nhà nước về du lịch, từ các khâu cấp phép, giám sát hoạt động kinh doanh đến công tác quản lý điểm đến và phối hợp liên ngành. Việc liên thông hệ thống giữa các sở, ngành và địa phương giúp nâng cao hiệu quả điều hành, kịp thời xử lý các vấn đề phát sinh trong hoạt động du lịch.

Phát triển hệ thống dữ liệu du lịch mở, được số hóa và minh bạch

Đẩy mạnh số hóa dữ liệu liên quan đến tài nguyên du lịch, doanh nghiệp, thị trường khách, dịch vụ; đồng thời từng bước xây dựng hệ thống dữ liệu mở, cho phép các bên liên quan khai thác và sử dụng một cách phù hợp là một trong những giải pháp mà địa phương cần khẩn trương triển khai thực hiện. Việc chia sẻ, kết nối và

tích hợp dữ liệu giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và nền tảng số sẽ tạo nền tảng cho quản trị thông minh và ra quyết định dựa trên dữ liệu.

Mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến trong lĩnh vực du lịch

Bên cạnh việc triển khai chính quyền điện tử và hệ thống hóa dữ liệu du lịch theo hướng mở, Khánh Hòa cần tiếp tục chuẩn hóa và mở rộng các dịch vụ công trực tuyến liên quan đến du lịch. Việc thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường số, giảm tiếp xúc trực tiếp và rút ngắn thời gian xử lý không chỉ nâng cao hiệu quả quản lý mà còn tạo môi trường thuận lợi, minh bạch cho doanh nghiệp và nhà đầu tư du lịch.

Tăng cường vai trò quản lý nhà nước trong du lịch thông minh không chỉ giúp cải thiện công tác quản lý mà còn thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch, tạo ra môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp và cộng đồng tham gia vào quá trình này.

4.3. Những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

4.3.1. Hạn chế của nghiên cứu

Luận án đã đạt được mục tiêu nghiên cứu và có đóng góp nhất định về mặt lý thuyết và ý nghĩa thực tiễn, tuy nhiên không tránh khỏi những hạn chế cần được bổ sung và tiếp tục hoàn thiện ở các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai.

Đầu tiên, nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh là vấn đề quan trọng, có ý nghĩa đối với cơ quan quản lý, các các nhà hoạch định chính sách phát triển du lịch và doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Tuy nhiên, nghiên cứu mới xem xét mối quan hệ giữa các yếu tố đến việc phát triển điểm đến du lịch thông minh. Nghiên cứu chưa xem xét mối quan hệ tác động qua lại giữa các yếu tố và tác động như thế nào, mức độ ra sao.

Thứ hai, lượng cán bộ quản lý từ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tham gia khảo sát chưa cao nên chưa phân tích được sự khác nhau của về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh giữa tất cả các thành phần tham

gia khảo sát. Nghiên cứu chỉ được thực hiện tại điểm đến du lịch Khánh Hoà, một lần nữa đã hạn chế tính khái quát và đại diện tổng thể; bởi vì, mỗi địa phương sẽ có những đặc điểm du lịch khác nhau về địa lý, văn hoá, sản phẩm du lịch, chất lượng dịch vụ, giá cả... Như vậy, việc thực hiện một nghiên cứu đối với nhiều điểm đến du lịch khác nhau sẽ là một chủ đề nghiên cứu mới mẻ và hấp dẫn trong tương lai. Từ đó, kết quả nghiên cứu sẽ có tính khái quát và đại diện cao hơn.

Thứ ba, nghiên cứu tập trung vào đối tượng khách du lịch bao gồm khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa và cư dân địa phương mà chưa phân biệt họ đã từng trải nghiệm du lịch thông minh hoặc chưa từng trải nghiệm du lịch thông minh hay chưa. Do đó, việc tập trung nghiên cứu chi tiết hơn cho các đối tượng khách du lịch và cư dân của từng nhóm đã trải nghiệm và chưa trải nghiệm du lịch thông minh có thể đưa đến các kết quả khác nhau.

4.3.2. Một số định hướng nghiên cứu tiếp theo

Về lý thuyết, phát triển du lịch thông minh được coi là một yếu tố để đạt được khả năng cạnh tranh bền vững của các điểm đến du lịch. Việc áp dụng điểm đến thông minh sẽ thay đổi quá trình phát triển của điểm đến, tuy nhiên tiến trình này cho đến nay vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ. Việc đánh giá mức độ thông minh của điểm đến đóng vai trò quan trọng cho việc phát triển và quản lý điểm đến theo hướng thông minh. Theo Marakova và cộng sự (2022), quản lý điểm đến hiệu quả đòi hỏi phải có công cụ để đo lường sự phát triển du lịch thông minh. Do đó, việc xây dựng bộ tiêu chí để đo lường mức độ thông minh của điểm đến sẽ có nhiều ý nghĩa cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn. Đây sẽ là một trong những hướng nghiên cứu quan trọng tiếp theo.

Ngoài ra, những hạn chế được nêu trong luận án sẽ giúp gợi mở cho những hướng nghiên cứu tiếp theo trong tương lai. Cụ thể:

Nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng ra các bối cảnh/địa phương khác trên cả nước; hoặc bằng cách thực hiện một nghiên cứu khảo sát cùng lúc 2 nhóm đối tượng khách du lịch và cư dân đã từng trải nghiệm và chưa từng trải nghiệm du lịch thông minh để đề xuất các giải pháp cụ thể đối với từng nhóm đối tượng.

Cuối cùng, luận án đã bước đầu phân loại các yếu tố ảnh hưởng thành hai nhóm: yếu tố nội tại (bên trong điểm đến) và yếu tố ngoại sinh (tác động từ bên ngoài), nhưng chưa phân tích sâu mức độ tác động riêng biệt của từng nhóm đến phát triển điểm đến du lịch thông minh. Do đó, hướng nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào việc so sánh định lượng mức độ ảnh hưởng giữa hai nhóm yếu tố này, thông qua các phương pháp như phân tích đa nhóm (multi-group analysis) hoặc phân tích mô hình cấu trúc phân tầng. Kết quả của các nghiên cứu này sẽ cung cấp thêm bằng chứng khoa học để xác định nhóm yếu tố nào cần được ưu tiên đầu tư và phát triển trong từng giai đoạn và điều kiện cụ thể của điểm đến.

Tiểu kết chương 4

Chương 4 đã cung cấp một tổng quan về những cơ sở về mặt pháp lý, chủ trương, chiến lược để có thể khẳng định xu hướng và định hướng phát triển du lịch thông minh tại địa phương là cần thiết và đúng đắn. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, luận án đã xác định được các yếu tố then chốt ảnh hưởng đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Kết quả nghiên cứu góp phần cung cấp luận cứ khoa học cho việc hoạch định chính sách và quản trị điểm đến, đồng thời gợi mở một số định hướng ưu tiên trong quá trình xây dựng và phát triển mô hình điểm đến du lịch thông minh tại địa phương. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra một số hạn chế nhất định từ đó đề xuất các hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm làm sâu sắc thêm lý thuyết về du lịch thông minh và phát triển bền vững điểm đến du lịch thông minh. Những đề xuất này kỳ vọng sẽ tiếp tục đóng góp vào quá trình hoàn thiện nền tảng tri thức về chủ đề đang ngày càng nhận được sự quan tâm trong nghiên cứu và thực tiễn quản trị du lịch.

KẾT LUẬN

Không nằm ngoài xu hướng phát triển du lịch hiện đại, du lịch thông minh đang trở thành một hướng đi tất yếu và mang tính chiến lược trong phát triển du lịch bền vững. Tại Việt Nam, tuy còn mới mẻ nhưng du lịch thông minh đã được Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các địa phương quan tâm thúc đẩy. Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu phát triển điểm đến du lịch thông minh tại tỉnh Khánh Hòa có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn.

Luận án “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh – Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa” được thực hiện trong bối cảnh quá trình chuyển đổi số đang tác động mạnh mẽ đến ngành du lịch toàn cầu nói chung và du lịch Việt Nam nói riêng. Sự phát triển của các điểm đến du lịch thông minh được xem là xu thế tất yếu, gắn liền với việc ứng dụng công nghệ, phát huy vai trò của các chủ thể trong hệ sinh thái và nâng cao trải nghiệm du lịch bền vững. Tuy nhiên, ở Việt Nam, việc nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, đặc biệt tại các địa phương cụ thể như Khánh Hòa, vẫn còn khá hạn chế. Trên cơ sở đó, luận án được thực hiện với mục tiêu làm rõ cơ sở lý luận, xác định, phân loại và kiểm định mô hình trên thực tiễn địa phương, từ đó đề xuất các hàm ý chính sách phù hợp nhằm thúc đẩy quá trình phát triển điểm đến du lịch thông minh tại Khánh Hòa.

Thông qua việc thực hiện đầy đủ các nhiệm vụ nghiên cứu và trả lời các câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra, luận án đã đạt được những kết quả quan trọng.

Về lý luận, luận án đã hệ thống hóa và làm rõ khái niệm, các thành phần của điểm đến du lịch thông minh. Trên cơ sở tổng quan tài liệu, nghiên cứu đã xây dựng mô hình lý thuyết gồm 10 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, được chia thành hai nhóm: các yếu tố nội tại (Quản trị thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Cư dân thông minh, Du khách thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Tài nguyên du lịch) và các yếu tố ngoại sinh (Cuộc sống thông minh, Nền kinh tế thông minh, Di chuyển thông minh, Môi trường thông minh). Việc phân

loại này góp phần bổ sung cách tiếp cận mới trong nghiên cứu phát triển điểm đến theo hướng thông minh.

Về phương pháp luận, luận án đã xây dựng và kiểm định thang đo cho các yếu tố và khái niệm liên quan. Các thang đo được hiệu chỉnh phù hợp với bối cảnh du lịch Khánh Hòa, trong đó bổ sung một số chỉ báo mới có ý nghĩa thực tiễn cao, như: nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý; hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết; có bản đồ số du lịch tại điểm đến; Phát triển điểm đến du lịch thông minh cần chú trọng đến trải nghiệm của du khách. Đây là những đóng góp thiết thực cho hệ thống thang đo nghiên cứu trong lĩnh vực này.

Về thực tiễn, kết quả kiểm định mô hình cho thấy 9/10 yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến phát triển điểm đến du lịch thông minh gồm: Môi trường thông minh, Nguồn nhân lực du lịch thông minh, Nền kinh tế thông minh, Cuộc sống thông minh, Hệ thống hạ tầng thông minh, Du khách thông minh, Tài nguyên du lịch, Di chuyển thông minh và Quản trị thông minh. Từ đó, luận án đưa ra các khuyến nghị cụ thể nhằm thúc đẩy phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa - một địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi và đang trong giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ.

Về điểm mới, luận án không chỉ đề xuất và kiểm định mô hình lý thuyết phù hợp với bối cảnh địa phương, mà còn góp phần cụ thể hóa các yếu tố ảnh hưởng trong điều kiện của một điểm đến ven biển đang phát triển. Đặc biệt, luận án tiếp cận từ góc nhìn phát triển bền vững, nhấn mạnh vai trò tương tác giữa các thành phần trong phát triển điểm đến du lịch thông minh bền vững. Mặc dù luận án đã đạt được các mục tiêu nghiên cứu và có những đóng góp nhất định về mặt lý thuyết và thực tiễn, song vẫn tồn tại một số hạn chế cần được tiếp tục bổ sung trong các nghiên cứu tiếp theo.

Cuộc cách mạng công nghệ sẽ ngày một phát triển mạnh mẽ và xu thế phát triển ngành du lịch cũng sẽ không ngừng vận động để thích nghi và vươn mình. Phát

triển du lịch thông minh trong môi trường công nghệ số hiện đại sẽ thúc đẩy ngành du lịch địa phương đáp ứng yêu cầu thực tiễn, góp phần đưa du lịch Khánh Hòa phát triển bền vững, nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, để hiện thực hóa thành công định hướng phát triển du lịch thông minh của Khánh Hòa, địa phương cần phải nỗ lực thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó, đặc biệt chú trọng xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh với sự tham gia của nhiều chủ thể: chính quyền thông minh, doanh nghiệp thông minh, khách du lịch thông minh, cư dân thông minh, cơ sở hạ tầng thông minh cùng với sự liên kết của các bên liên quan, hướng tới một cuộc sống thông minh cho người dân, trải nghiệm thông minh cho du khách và môi trường thông minh, bền vững. Bên cạnh đó, việc phát triển điểm đến theo định hướng du lịch thông minh cũng cần đảm bảo sự phù hợp với chính sách của nhà nước, đảm bảo lợi ích xã hội, kinh tế và môi trường, hướng đến phát triển bền vững.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Nguyễn Thị Hồng Cẩm (2022), “Ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa” *Tạp chí công thương (17)*, ISSN 0866-7756, tr. 160-165.
2. Nguyen Thi Hong Cam (2022), “Research model of factors affecting intelligent tourism destination development: A theoretical approach”, *Vietnam National University, Hanoi*, ISBN: 978-604-9990-98-4, pp. 699-718.
3. Nguyen Thi Hong Cam, Nguyen Phuong Thuy (2022), “Digital Transformation in tourism: smart tourism development platform in Khanh Hoa”, *TED-2022 Proceedings of the International Conference on Culture, Education, Tourism with Economic Development*, ISBN: 978-604-79-3291-7, pp. 375-384.
4. Nguyen Thi Hong Cam (2023), “Development of Khanh Hoa tourism in the direction of smart tourism”, *NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân*, ISBN: 978-604-330-575-3, pp. 198-210.
5. Nguyen Thi Hong Cam, Le Anh Tuan, Nguyen Ngoc Dung (2024), “Determining factors that influence the development of smart tourism destinations: case study in Khanh Hoa - VietNam”, *IJCHT-24, Proceedings of The 4th International Joint Conference on Hospitality and Tourism 2024*, ISBN: 978-604-79-4564-1, pp. 128-138.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Lê Hồng Anh, Nguyễn Mai Dung, Nguyễn Văn Thắng, Tô Xuân Bản (2022), “Xây dựng hệ thống du lịch thông minh cho tỉnh Hoà Bình”, *Tạp chí Khoa học đo đạc và bản đồ* (52), tr. 47-53.
2. Nguyễn Lê Phương Anh, Nguyễn Trung Nam, Nguyễn Thị Hà (2023), “Phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc tế “Điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch tại Việt Nam”*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 322-330.
3. Bộ Chính trị (2022), *Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 về Xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
4. Bộ Chính trị (2024), *Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*.
5. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch (2022), *Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL ngày 21 tháng 12 năm 2022 về việc 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*.
6. Nguyễn Thị Hồng Cẩm (2022), “Ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch thông minh tại Khánh Hòa”, *Tạp chí công thương* (17), tr. 160-165.
7. Lê Quang Đăng (2019), “Cách mạng công nghiệp 4.0 và tiến trình phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam”, http://itdr.org.vn/ngghien_cuu/cach-mang-cong-nghiep-4-0-va-tien-trinh-phat-trien-du-lich-thong-minh-tai-viet-nam.
8. Nguyễn Thái Hoàng Giang (2023), “Giải pháp xây dựng thành phố Nha Trang trở thành điểm đến du lịch thông minh”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc tế “Điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch tại Việt Nam”*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 360-367.

9. Vũ Hương Giang, Vũ Lệ Mỹ (2022), “Kinh nghiệm quốc tế về phát triển du lịch thông minh và bài học cho Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội* (93), tr.35-46.
10. Vũ Hương Giang, Nguyễn Thành Trung, Ngô Thị Phương Thu (2022), “Những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển điểm đến du lịch thông minh (Nghiên cứu điển hình tại thành phố Hà Nội)”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội* (98), tr. 41-52.
11. Đỗ Hiền Hòa, Phan Thanh Huyền (2019), “Du lịch thông minh - xu thế của thời đại mới”, *Hội thảo du lịch “Du lịch thông minh, nền tảng và xu thế phát triển”*, TP Hồ Chí Minh.
12. Nguyễn Đức Hoàng, Bùi Thị Vân Anh (2019), “SDES - hệ thống hỗ trợ du lịch thông minh dựa trên nền tảng trí tuệ nhân tạo”, *Viện công nghệ Thông tin và Truyền thông CDIT*.
13. Nguyễn Phước Hoàng (2020), “Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sinh thái bền vững: Trường hợp nghiên cứu tại tỉnh Cà Mau”, *HCMCOUJS-Kinh tế và Quản trị Kinh doanh* (17), tr. 16-33.
14. Hội đồng nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2022), *Nghị quyết số 54/NQ-HĐND ngày 19/7/2022 về việc Phê duyệt chủ trương đầu tư dự án Trung tâm điều hành thông tin hỗ trợ khách du lịch*.
15. Lê Văn Huy, Trần Thị Thu Dung (2021), “Phát triển du lịch thông minh dựa trên dự đoán ý định sử dụng ứng dụng di động du lịch: Nghiên cứu thực tiễn tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển* (289), tr. 83-92.
16. Sở Du lịch Khánh Hòa (2023), *Báo cáo kết quả thực hiện chương trình hành động ngành Du lịch Khánh Hòa năm 2023 và phương hướng, nhiệm vụ hoạt động năm 2024*.
17. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Khánh Hòa (2025), *Báo cáo tổng kết công tác văn hóa, thể thao và du lịch năm 2025; Phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2026*.
18. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2017), *Luật Du lịch*.

19. Nguyễn Thị Thanh Huyền (2017), “Ứng dụng công nghệ để phát triển Đà Nẵng trở thành điểm đến du lịch thông minh”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia CITA 2017 “CNTT và Ứng dụng trong các lĩnh vực”*.
20. Nguyễn Thị Thúy Hương (2024), “Điều kiện và Quy trình xây dựng điểm đến du lịch thông minh tại Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Đại học Hạ Long* (13), tr.16-28.
21. Nguyễn Văn Khánh (2003), *Tìm hiểu giá trị lịch sử và văn hoá truyền thống Khánh Hoà 350 năm*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
22. Ngô Thanh Loan (2019), “Chuyển đổi số (Digital Transformation) trong lĩnh vực du lịch”, <https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/62529>.
23. Nguyễn Thị Thanh Ngân (2016), “Vai trò của hợp tác các bên liên quan ở địa phương trong phát triển du lịch nông thôn theo hướng phát triển du lịch bền vững ở Lâm Đồng”, *Hội thảo khoa học quốc tế “Phát triển du lịch bền vững: vai trò của nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo”*, Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội.
24. Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Nguyễn Thị Thúy Vân, Lê Văn Hòa (2019), “Điểm đến du lịch thông minh: khái niệm và các xu hướng hiện nay”, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và phát triển* Tập 128 (5A), tr. 129-146.
25. Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Nguyễn Thị Thúy Vân (2019), “Mô hình quản lý điểm đến du lịch thông minh”, *Tạp chí khoa học Đại học Huế: Khoa học Xã hội Nhân văn* Tập 128 (6D), tr. 17-35.
26. Nguyễn Đình Thọ (2011, *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh thiết kế và thực hiện*), Nhà xuất bản Lao động Xã hội.
27. Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2009, *Nghiên cứu khoa học trong quản trị kinh doanh*), Nhà xuất bản Thống kê.
28. Nguyễn Thị Huyền Thương (2020), “Thực trạng chuyển đổi số trong phát triển du lịch thông minh tại một số quốc gia trên thế giới”, <https://ictvietnam.vn/thuc-trang-chuyen-doi-so-trong-phat-trien-du-lich->

thong-minh-tai-mot-so-quoc-gia-tren-the-gioi-20200717152737693.htm.

Truy cập ngày 14/6/2021.

29. Thủ tướng Chính phủ (2020, *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 về việc Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*).
30. Tỉnh ủy Khánh Hòa (2025), *Nghị quyết Số 01-NQ/TU ngày 14 tháng 7 năm 2025 về tăng trưởng kinh tế hai con số giai đoạn 2025 - 2030*.
31. Thẩm Thành Trung (2023), “Xu hướng phát triển du lịch thông minh của ngành du lịch Khánh Hòa”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc tế “Điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch tại Việt Nam”*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 355-359.
32. Nguyễn Duy Trường (2022), “Chuyển đổi số trong du lịch: Thực trạng và giải pháp phát triển ở Khánh Hòa”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Chuyển đổi số và quản lý tri thức trong các tổ chức”*, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
33. Nguyễn Thị Minh Tuyền, Dương Thị Xuân Diệu (2022), “Nghiên cứu và đề xuất giải pháp phát triển du lịch thông minh cho vùng Đông Nam Bộ”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương* (604), tr. 58-59.
34. Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2021), *Kế hoạch số 12148/KH-UBND ngày 29/11/2021 về việc Triển khai thực hiện chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa*.
35. Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2022), *Kế hoạch số 7617 ngày 15/8/2022 về việc Thúc đẩy phát triển và sử dụng nền tảng số quốc gia về quản trị và kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa*.
36. Ủy ban nhân dân thành phố Nha Trang (2024), *Kế hoạch số 1666/KH-UBND ngày 05/3/2024 về việc Triển khai Đề án “Xây dựng thí điểm mô hình đô thị thông minh tại thành phố Nha Trang” giai đoạn 1 (2024-2025)*.
37. Trần Hoàng Vũ, Chử Đức Hoàng, Phan Cao Thọ (2017), “Mô hình kiến trúc tổng thể hệ thống hỗ trợ và quản lý du khách nhằm phát triển du lịch bền

vững theo định hướng thành phố thông minh tại Đà Nẵng”, *Tạp chí Khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng* Tập 2 (11), tr. 145-150.

38. Lâm Thị Yên (2023), “Điều kiện xây dựng thành phố Nha Trang trở thành điểm đến du lịch thông minh”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc tế “Điều kiện và quy trình xây dựng điểm đến du lịch tại Việt Nam”*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 107-115.

Tiếng Anh

39. Aaker, D.A., Kumar, V., Leone, R.P., G.S., (2016), *Marketing Research, 12th Edition*, John Wiley and Sons, New York, NY.
40. Al-ruz, J. A., Hailat, S., Al-Jaradat, M., Khasawneh, S. (2018), “Attitudes toward Pillars of Sustainable Development: The Case for University Science Education Students in Jordan”, *Journal of Teacher Education for Sustainability* Vol. 20 (2), pp. 64-73..
41. Anderson, J. C., Gerbing, D. W. (1988), “Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach”, *Psychological Bulletin* Vol. 103 (3), pp. 411-423.
42. Anthopoulos, L., Janssen, M., Weerakkody, V. (2016), “A Unified Smart City Model (USCM) for Smart City Conceptualization and Benchmarking”, *International Journal of Electronic Government Research* Vol. 12 (2).
43. Avila-Muñoz, A. L. de García-Sánchez, S. (2013), “Destinos Turísticos Inteligentes”, *Harvard Deusto Business Review*, pp. 61-69.
44. Azis, N., Amin, M., Chan, S., Aprilia, C. (2020), “How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty”, *Journal of Hospitality and tourism technology* Vol. 11 (4), pp. 603-625.
45. Baggio, R. (2013), “Studying complex tourism systems: a novel approach based on networks”, *arXiv preprint arXiv:1302.5909*, <https://arxiv.org/abs/1302.5909>.
46. Bakker, F. G. A. De, Groenewegen, P., Hond, F. Den. (2005), “Business & Society”. *Business Society* Vol. 44 (3), pp. 283–317.

47. Barrionuevo, J.M., Berrone, P., Ricart, J.E. (2012), "Smart Cities, Sustainable Progress: Opportunities for Urban Development", *IESE Insight* Vol. 14, pp. 50-57.
48. Bastidas, A., Sánchez-Fernández, J., Casado-Aranda, L. (2020), "The Past, Present, and Future of Smart Tourism Destinations: A Bibliometric Analysis", *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
49. Bhattacharjee, A. (2012), *Social science research: Principles, methods, and practices* (Second edition), USF Tampa Bay Open Access Textbooks Collection. Book 3.
50. Bhuiyan, K.H., Jahan, I., Zayed, N.M., Islam, K. M. A. (2022), "Smart Tourism Ecosystem: A New Dimension toward Sustainable Value Co-Creation", *Sustainability* Vol. 14 (22), pp. 1-14.
51. Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A. (2015), "Conceptualising smart tourism destination dimensions", *In Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, pp. 391-403.
52. Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A. (2016), "Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness", *International Journal of Tourism Cities* Vol. 2 (2), pp. 108-124.
53. Bollen, K. A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley and Son, Inc.
54. Bolton, R. N. (1993), "Pretesting questionnaires: Content analysis of respondents' concurrent verbal protocols", *Marketing science*, 12(3), 280-303.
55. Buhalis, D. (2000), "Marketing the competitive destination of the future. Growth strategies for accommodation establishments in alpine regions", *Tourism Management* Vol. 21 (1), pp. 1-27.
56. Buhalis, D. (2020), "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article", *Tourism Review* Vol. 75 (1).

57. Buhalis, D., Amaranggana, A. (2013), "Smart tourism destinations. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.)", *Information and communication technologies in tourism*, pp. 553–564.
58. Buhalis, D., Amaranggana, A. (2014), "Smart Tourism Destination", *Information and Communication Technologies Tourism*, pp.553-564.
59. Buhalis, D., Amaranggana, A. (2015), "Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services", *Information and Communication Technologies in Tourism*, pp. 377-389.
60. Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G. (2019), "Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality", *Journal of Service Management* Vol. 30 (20).
61. Buhalis, D., Papathanassis, A., Vafeidou, M. (2022), "Smart cruising: smart technology applications and their diffusion in cruise tourism", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, pp. 1-25.
62. Burke, R. R. (2002), "Technology and the Customer Interface: What Consumers Want in the Physical and Virtual Store", *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol. 30 (4), pp. 411-432.
63. Callista, E. (2019), *Capabilities needed to become a Smart Tourism Destination Use Case: Helsinki and Berne*, Bachelor's thesis, Hämeenlinna University Center.
64. Callon, M., Courtial, J.P. Laville, F. (1991), "Co-word analysis as a tool for describing the network of interactions between basic and technological research: The case of polymer chemistry", *Scientometrics* Vol. 22, pp. 155–205.
65. Caragliu, A., Bo, C.D., Nijkamp, P. (2011), "Smart cities in Europe", *Journal of Urban Technology: 3rd Central European Conference in Regional Science – CERS, 2009* Vol. 18 (2). pp. 45-59.

66. Carpa, N.C.F. (2014), "The Smart City and its Citizens: governance and citizen participation in Amsterdam Smart City", *E-Planning and Collaboration*, pp.321-341.
67. Cavaleiro, M. B., Joia, L. A., Cavaleiro, G. M. do C. (2019), "Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values", *Tourism Planning & Development* Vol. 17 (3), pp. 237-259.
68. Cavaleiro, M.B., Joia, L.A., Cavaleiro, G. M. do C., Mayer, V.F. (2021), "Smart Tourism Destinations: (Mis)Aligning Touristic Destinations and Smart City Initiatives", *BAR - Brazilian Administration Review* Vol. 18 (1).
69. Chiappa, G.D., Baggio, R. (2015), "Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure", *Journal of Destination Marketing and Management* Vol 4 (3).
70. Churchill, G. (1979), "A paradigm for developing better measures of marketing constructs", *Journal of Marketing Research*, 16(February), 64-73.
71. Clark, L. A., & Watson, D. (1995), *Constructing Validity: Basic Issues in Objective Scale Development*. 11.
72. Coca-Stefaniak, J.A. (2021), "Beyond smart tourism cities - towards a new generation of "wise" tourism destinations", *Journal of Tourism Futures* Vol. 7 (2), pp. 251-258.
73. Cobo, M. J., Martínez, M. A., Gutiérrez-salcedo, M., Fujita, H., Herrerviedma, E. (2015), "Knowledge-Based Systems 25 years at Knowledge-Based Systems: A bibliometric analysis", *Knowledge-Based systems*.
74. Cohen, B. (2011), "Smart Cities Wheel", <http://www.boydcohen.com/smartcities.html>.
75. Cohen, B. (2012), "What exactly is a smart city?", <http://www.fastcoexist.com/1680538/what-exactly-is-a-smart-city>.

76. Cohen, B. (2014), "Leading smart cities promote 5P collaboration", www.ubmfuturecities.com/author.asp?doc_id%52672.
77. Cohen, B. (2014), "The Smartest Cities In The World 2015", <https://www.fastcompany.com/3038818/thesmartest-cities-in-the-world-2015-methodology>.
78. Cohen, B., Muñoz, P. (2015), "Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship", *Organization & Environment* Vol. 28 (3), pp. 264–285.
79. Corrêa, S. C. H., Gosling, M. S. (2021), "Smart tourism destinations from the perspective of travelers with disability", *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development* Vol. 12 (23), pp. 1–20.
80. Dar, H. (2022), "Conceptualizing the smart community in the ages of smart tourism: A literature perspective", *Journal of Tourism & Development* Vol. 39.
81. Donaldson, T., Preston, L.E. (1995), "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications", *The Academy of Management Review* Vol. 20 (1), pp. 65-91.
82. Eberhardt, C. (2019), *Capabilities needed to become a Smart Tourism Destination Use Case: Helsinki and Berne*, Bachelor's thesis, Hämeenlinna University Center.
83. El-Yazid, A.Y.A.A., , El-Wahab, H.A., Al-Azab, M.R. (2023), "Towards a Smart Tourism Destination: An Empirical Study on Hurghada, Egypt", *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research* Vol. 16 (2), pp. 127-149.
84. Elo, S., & Kyngäs, H. (2008), "The qualitative content analysis process", *Journal of Advanced Nursing* Vol 62 (1), pp. 107-115.
85. Emas, R. (2015), "The Concept of Sustainable Development: Definition and Defining Principles", *Brief for GSDR 2015*.
86. Ennis, C. D., Chen, S. (2012), "Chapter 16: Interviews and focus groups", *Research methods in physical education and youth sport*, New York: Routledge, pp. 217-236.

87. Fathimath, A. (2015), *The role of stakeholder collaboration in sustainable tourism competitiveness: the case of Auckland, New Zealand*, PhD. Thesis, Auckland University of Technology.
88. Ferreira, F. A. F. (2017), "Mapping the field of arts-based management: Bibliographic coupling and co-citation analyses", *Journal of Business Research*.
89. 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*.
90. Freeman, R.E. (1984), *Strategic Management: a stakeholder approach*, Boston.
91. Friemel, T.N. (2014), "The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors", *New media & society* Vol. 12 (8), pp. 1-19.
92. Gajdosik, T. (2018), "Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe", *Czech Journal of Tourism* Vol. 7 (1), pp. 25-44.
93. Geels, F.W. (2002), "Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: a multi-level perspective and a case-study", *Research Policy* Vol. 31 (8-9), pp. 1257-1274.
94. Gelter, J., Fuchs, M., Lexhagen, M. (2020), "Making sense of smart tourism destinations: A qualitative text analysis from Sweden", *Journal of Destination Marketing & Management* Vol. 23.
95. Ghaderia, Z., Hatamifar, P., Henderson, J.C. (2018), "Destination selection by smart tourists: the case of Isfahan, Iran", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, pp. 385-394.
96. Giffinger, R., Fertner, C., Kalasek, R., Milanovic, N.P. (2007), *Smart cities - Ranking of European medium-sized cities*, Vienna University of Technology.
97. Glebova, I.S., Yasnitskaya, Y.S., Maklakova, N.V. (2014), "Possibilities of "Smart City" Concept Implementing: Russia's Cities Practice", *Mediterranean Journal of Social Sciences* Vol. 5 (12), pp. 129-133.

98. Gorsuch, R. L. (1983), *Factor analysis* (2nd ed.), Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
99. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015), "Smart tourism: Foundations and developments", *Electronic Markets* Vol. 25 (3), pp. 179-188.
100. Gretzel, U. (2018), "From smart destinations to smart tourism regions. Investigaciones Regionales", *Journal of Regional Research* Vol. 42, pp. 171-184.
101. Gutierrez, E. L.M. (2021), "Redefining Sustainable Tourism in COVID-19: A Political-Economy Approach", *DLSU Business & Economics Review* Vol. 31 (2), pp. 1–13.
102. Guo, Y., Liu, H., Chai, Y. (2014), "The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective", *Advances in Hospitality and Tourism Research* Vol. 2 (1), pp. 54-69.
103. Habeeb, N.J., Weli, S.T. (2020), "Relationship of Smart Cities and Smart Tourism: An Overview", *HighTech and Innovation Journal* Vol. 1 (4), pp. 194-202.
104. Hair, J. F, Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2014), *Multivariate Data Analysis*, Harlow, Essex: Pearson.
105. Harrison, C. Donnelly, I.A. (2010), "A Theory of Smart Cities", *Proceedings of the 55th Annual Meeting of the ISSS* Vol. 55 (1), Hull, UK.
106. Hatuka, T., Zur, H. (2020), "From smart cities to smart social urbanism: A framework for shaping the socio-technological ecosystems in cities", *Telematics and Informatics* Vol. 55.
107. Huertas, A., Moreno, A., Tran, H.M. (2019), "Which destination is smarter? Application of the (Sa)6 frgretzelwhieamework to establish a ranking of smart tourist destinations", *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)* Vol. 4 (1), pp. 19-28.

108. Nguyen Phuc Hung, Bui Thanh Khoa. (2023), "Applying Smart Tourism Management in Vietnam after Covid-19 pandemic: A qualitative research", *General Management* Vol. 24 (194), pp. 1-8.
109. Imtiaz, S., Kim, D.J. (2019), "Digital Transformation: Development of New Business Models in the Tourism Industry", *Culinary Science & Hospitality Research* Vol. 25 (4), pp. 91-101.
110. Ivars-Baidal, J. A., Juan-Torres, M., Guzmán-Parra, V. (2019), "Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for destination management?", *Current Issues in Tourism* Vol. 22 (13), pp. 1580-1598.
111. Ivars-Baidal, J., Soares, J.C., Ruiz, T.C.D. (2021), "Smart destinations: a new planning and management approach?", *Current Issues in Tourism* Vol. 25 (17), pp. 2717-2732.
112. Jamal, T.B., Getz, D. (1995), "Collaboration theory and community tourism planning", *Annals of Tourism Research* Vol. 22 (1), pp.186-204.
113. Jamal, T.B., Getz, D. (1999), "Community roundtables for tourism-related conflicts: The Dialectics of consensus and process structures", *Journals of sustainable tourism* Vol. 7 (3-4), pp. 290-313.
114. Jasrotia, A Gangotia, A. (2018), "Smart cities to smart tourism destinations: A review paper", *Journal of tourism intelligence and smartness* Vol. 1, pp. 47-56.
115. Jiang, Y., Stylos, N. (2021), "Triggers of consumers' enhanced digital engagement and the role of digital technologies in transforming the retail ecosystem during COVID-19 pandemic", *Technological Forecasting and Social Change* Vol. 172.
116. Jovicic, D.Z. (2017), "From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination", *Current Issues in Tourism* Vol. 22 (3), pp. 276-282.

117. Jucevičius, R., Patašienė, I., Patašius, M., (2014), "Digital dimension of smart city: critical analysis", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 156, pp. 146 -150.
118. Karya, S.G.N., Suyaba, U.M., Urmila, D.H., Nyoman, Y.N. (2019), "Smart tourism destination management in Karangasem regency of Indonesia", *RJOAS* Vol. 9 (93), pp. 256-273.
119. Khan, M.S., Woo, M., Nam, K., Chathoth, P.K. (2017), "Smart City and Smart Tourism: A Case of Dubai", *Sustainability* Vol. 9 (12).
120. Kontogianni, A., Alepis, E. (2020), "Smart tourism: state of art and literature review for the last six years", *Array* Vol. 6.
121. Konstantinova, A. (2017), "Digital transformation in tourism", *International Journal* Vol. 35 (1), pp. 188-193.
122. Koo, C., Park, J.H., Lee, J.N. (2017), "Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives", *Information & Management* Vol. 54 (6), pp. 683-836.
123. Lam, S. Y., Chiang, J., Parasuraman, A.P. (2008), "The effects of the dimensions of technology readiness on technology acceptance: An empirical analysis", *Journal of Interactive Marketing* Vol. 22 (4), pp. 19-39.
124. Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., Torres-Manzanera, E. (2015), "Smart tourism destination: An extended conception of smart cities focusing on human mobility", *Information and communication technologies in tourism*, pp. 363-375.
125. Lazaroiu, G., Roscia, M. (2012), "Definition methodology for the Smart cities model", *Energy* Vol. 47 (1), pp. 326-332
126. Lee, P., Hunter, W. C., Chung, N. (2020), "Smart Tourism City: Developments and Transformations", *Sustainability* Vol. 12 (10).
127. Li, Y., Hu, C., Huang, C., Daun, L. (2017), "The concept of smart tourism in the context of tourism information services", *Tourism Management* Vol. 58, pp. 293-300.

128. Liberato, P., Alen, E., Liberato, D. (2017), "Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto", *European Journal of Management and Business Economics*, Vol. 27 (1), pp. 6-25.
129. Lima, M.D.S, Filho, L.M, Corra, C.H.W, Mayer, V.F. (2020), "Analysis of the city of Natal/RN as Smart Tourism Destination using the INVAT.TUR model", *Marketing & Tourism Review* Vol. 6 (1).
130. Liu, L., Li, Y., Zhang, H., Terzibasoglu, E. (2019), "Government's Perception of Constructing Smart Tourism Cities", *e-Review of Tourism Research* Vol. 17 (2), pp. 157-168.
131. López de Ávila, A., Sánchez, S. (2013), "Destinos turísticos inteligentes", *Harvard Deusto Business Review*, 224, 58-66.
132. Manhas, P.S., Manrai, A. K. (2016), "Role of Tourist Destination Development in Building its Brand Image: A Conceptual Model", *Journal of Economics Finance and Administrative Science* Vol. 21 (40).
133. Maráková, V., Dzúriková, L., Timko, M. (2022), "Developing a smart destination. Insights from Slovakia", *International Conference on Tourism Research* Vol. 15 (1), pp. 226-236.
134. Marsilio, M., Cappellaro, G., Cuccurullo, C. (2011), "The Intellectual Structure of Research Into Ppps A Bibliometric Analysis", *Public Management Review*, Vol. 13, pp. 37-41.
135. Matos, A., Pinto, B., Barros, F., Martins, S. (2019), "Smart Cities and Smart Tourism: What Future Do They Bring?", *New Knowledge in Information Systems and Technologies*, pp.358-370.
136. Malhotra, N. K. and Peterson, M. (2006), *Basic marketing research: A decision making approach (2d ed.)*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
137. Matyusupov B., , Khodjanizayov E., Masharipova M., and Gurbanov, F. (2024), "The concepts of Smart cities, Smart Tourism Destination and Smart Tourism Cities and their interrelationship", *International Scientific and Practical Conference MSNBAS2023* Vol. 82.

138. Mehraliyev, F., Chan, I.C.C., Choi, Y., Köseoglu, M.A. (2020), “A state-of-the-art review of smart tourism research”, *Journal of Travel & Tourism Marketing* Vol. 37 (1), pp. 78-91.
139. Mikhailov, S., Kashevnik, A. (2020), “Tourist Behaviour Analysis Based on Digital Pattern of Life-An Approach and Case Study”, *Future Internet*, Vol.12.
140. Murphy, P., Pritchard, M.P., Smith, B. (2000), “The destination product and its impact on traveller perceptions”, *Tourism Management* Vol. 21 (1), pp. 43-52.
141. Trần, H. M., Huertas, A., Moreno, A. (2017), “(SA)6: A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two spanish destinations”, *Jornadas Ibéricas sobre Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital*, pp. 190-214.
142. Naphade, M., Banavar, G., Harrison, C., Paraszczak, J., Morris, R. (2011) “Smarter Cities and their innovation challenges”, *Innovation Technology for Computer Professionals, Computer* Vol. 44 (6), pp. 32-39.
143. Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003), *Scaling Procedures: Issues and Applications*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
144. Cong De Nguyen, Thang Loi Ngo, Ngoc My Do, Ngoc Tien Nguyen (2020), “Key factors affecting sustainable tourism in the region of south central coast of Vietnam”, *Journal of Asian Finance Economics and Business* Vol. 7 (12), pp. 977-993.
145. Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994), *Psychometric theory*, New York: McGraw-Hill.
146. Oliva, E. J. D., Taulet, A. C., Romero, C. R. (2006), “A bibliometric analysis of models measuring the concept of perceived quality in providing internet service”, *Innovar Finanzas Y Marketing* Vol. 16 (28), pp. 223-243.
147. Otowicz, M.H., Macedo, M., Biz, A. (2021), “Dimensions of smart tourism

- and its levels: an integrative literature review”, *Journal of Smart Tourism* Vol. 2 (1), pp. 5-19.
148. Pai, C.K., Liu, Y.; Kang, S., Dai, A. (2020), “The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit Intention”, *Sustainability* 12, 6592.
 149. Pan, B. (2023), “eTourism” Preprint. Truy cập từ: https://www.researchgate.net/publication/371695678_eTourism
 150. Parasuraman, A. (2000), “Technology Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies”, *Journal of Service Research* Vol. 2 (4), pp. 307-320.
 151. Parasuraman, A., Colby, C. L. (2015), “An Updated and Streamlined Technology Readiness Index: TRI 2.0”, *Journal of Service Research* Vol. 18 (1), pp. 59-74.
 152. Pavlović, N., Celic I. (2018), “Components of smart tourism”, *Thematic Proceedings, Tourism in function of development of the Republic of Serbia, International Scientific Conference, Faculty of Hotel and Tourism in Vrnjacka Banja*, 556-573.
 153. Pearce, K.E., Rice, R.E. (2013), “Digital divides from access to activities: comparing mobile and personal computer Internet users”, *Journal of Communication* Vol. 63 (4), pp. 721-744.
 154. Nguyen Thanh Phuong, Tran Thi Thu Van, (2024), “Developing Smart Tourism Model - Opportunities and Challenges in Vietnam”, *Social Science and humanities Journal* Vol. 8 (9), pp. 4968-4974.
 155. Popova, K. K., Malcheva, M. M. (2020), “Assessment of the potential of Varna city as a smart tourist destination”, *Tourism* Vol. 68 (3), pp. 308 - 321.
 156. Purnomo, F., Meliana, Prabowo, H. (2016), “Smart city indicator: A systematic literature review”, *Journal of Telecommunication”, Electronic and Computer Engineering* Vol. 8 (3), pp. 161-164.

157. Raykov, T., Widaman, K. T. (1995), "Issues in applied structural equation modelling research", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* Vol. 2(4), pp. 289-318.
158. Rocha, J. (2020), "Smart Tourism and Smart Destinations for a Sustainable Future", *Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, Springer, pp. 1-10.
159. Rodrigues, V., Eusébio, C., Breda, Z. (2022), "Enhancing sustainable development through tourism digitalisation: a systematic literature review" *Information Technology & Tourism*, pp. 1-33.
160. Rogall, H. (2009), "The economics of sustainable development will give up economic thinking - a new content in economic science", *Economic Management Journal* Vol. 29, pp. 72-78.
161. Santos-Júnior, A., Almeida-García, F., Morgado, P., Mendes-Filho, L. (2020), "Residents' Quality of Life in Smart Tourism Destinations: A Theoretical Approach", *Sustainability* Vol. 12 (20).
162. Savić, J., Pavlovic, G. (2018), "Analysis of factors of smart tourism development in Serbia", *Hotel and Tourism Management* Vol. 6 (1), pp. 81-91.
163. Segittur (2015), *Smart Destinations Report: Building the Future*, Madrid, Spain.
164. Segittur, TechFriendly (2020), "Guide for the reigniting of tourism destinations after COVID-19", <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2020/07/guiareactivacion-dtis-covid.pdf>.
165. Sharpley, R.(2002), "Snow business: A study of the international ski industry", *Tourism Management* Vol. 23 (4), pp. 421-422.
166. Sigala, M., Christou, E., Gretzel, U. (2012), *Social Media in Travel Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*, Burlington: Ashgate Publishing Company, Sotiriadis, M.D.

167. Sigalat-Signes, E., Palomares, R.C., Merino, B.R., García-Adán, I. (2019), "Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination Reality or territorial marketing", *Journal of Innovation & Knowledge* Vol. 9.
168. Slater, S.F. (1995), "Issues in conducting marketing strategy research", *Journal of Strategic Marketing* Vol. 3, pp. 257-270.
169. Small, H. (1973), "Co-Citation in the Scientific Literature: A New Measure of the Relationship Between Two Documents", *Journal of the American Social for Information Science*, pp. 265-269.
170. Spencer, A.J., Buhalis, D., Moital. M. (2012), "A hierarchical model of technology adoption for small owner-managed travel firms: an organizational decision-making and leadership perspective", *Tourism Management* Vol. 33 (5), pp. 1195-208.
171. Steenkamp, J., Trijp, H. (1991), "The use of LISREL in validating marketing constructs", *International Journal of Research in Marketing* Vol. 8, pp. 283-99.
172. Stylos, N., Fotiadis, A.K., Shin, D., Huan, T.C. (2021), "Beyond smart systems adoption: Enabling diffusion and assimilation of smartness in hospitality", *International Journal of Hospitality Management* Vol. 98.
173. Stylos, N., Zwiegelaar, J., Buhalis, D. (2021), "Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: the case of tourism sector", *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol.33 (3), pp.1015-1036.
174. Ho Su Minh Tai., Vo Duc Hieu, Dang Thi Thuy Trang.(2021), "Smart tourism: A case study of Da Nang city", *DTU Journal of Science and Technology* Vol. 3 (46), pp. 60-72.
175. Testa, P. (2018), *Business Models and Partners Engagement for Smart Tourism*, Bachelor's thesis, Politecnico di Torino.

176. Nguyen Thi Thoi. (2021), “Developing Smart Tourism in 4.0 Industrial Age: The Case of Vietnam”, *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference on Sustainable Development of Regional Infrastructure* Vol 1, pp 489-493.
177. Kieu Thuy Tien. (2024), “Smart Tourism development in Viet Nam: Benefits, Opportunities, Issues and Solutions”, *HUFLIT Journal of Science* Vol. 8 (3), pp. 49-56.
178. Townsend, A. M. (2013), *Smart cities: Big data, civic hackers, and the quest for a new utopia*, W. W. Norton & Company, New York.
179. Tsaih, R. H., Hsu, C.C. (2018), “Artificial Intelligence in Smart Tourism: A Conceptual Framework”, *Proceedings of the 18th International Conference on Electronic Business*, pp. 124-133.
180. Tsartas, P., Sarantakou, E. (2022), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* Chapter Title: "Tourism Resources", Thousand Oaks-California.
181. UNESCO Institute for Statistics. (2019), *Guide to measuring information and communication technologies (ICT) in education*, UNESCO Institute for Statistics, pp. 138.
182. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003), “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View”, *MIS Quarterly* Vol. 27 (3), pp. 425-478.
183. Tavitiyaman, P., Qu, H., Tsang, W. L., Lam, C. R. (2021), “The influence of smart tourism applications on perceived destination image and behavioral intention: The moderating role of information search behavior”, *Journal of Hospitality and Tourism Management* Vol. 46, pp. 476-487.
184. Wang, D., Li, X., Li, Y. (2013), “China’s ‘smart tourism destination’ initiative: a taste of the service-dominant logic”, *Journal of Destination Marketing & Management* Vol. 2 (2), pp. 59-61.

185. Wang, N. (2014), "Research on Construction of Smart Tourism Perception System and Management Platform", *International Conference on Education, Management and Computing Technology (ICEMCT 2015)*, pp 89-92.
186. Williams, M. D., Rana, N.P., Dwivedi, Y.K. (2015), "The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review", *Journal of Enterprise Information Management* Vol. 28 (3), pp. 443-488.
187. White, H. D, Griffith, B. C. (1986), "Author Cocitation: A Literature Measure of Intellectual Structure", *Journal of the American Society for Information Science* Vol. 32 (3), pp. 163-175.
188. Xia, N., Zou, P. X. W., Griffin, M. A., Wang, X., Zhong, R. (2018), "Towards integrating construction risk management and stakeholder management: A systematic literature review and future research agendas", *International Journal of Project Management* Vol. 36 (5), pp. 701-715.
189. Xiel, A.W., Ma, Y. (2021), "Resource Evaluation and Countermeasures Based on Network Communication and TOPSIS", *Wireless Communications and Mobile Computing* Vol. 2021.
190. Yalçınkaya, P., Atay, L., Korkmaz, H. (2018), "An Evaluation on Smart Tourism", *China-USA Business Review* Vol. 17 (6), pp. 308-315.
191. Ye, B.H., Ye, H., Law.R. (2020), "Systematic Review of Smart Tourism Research", *Sustainability* Vol. 12 (8).
192. Zhang, L.Y., Li, N., Liu, M. (2012), "On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system", *Tourism Tribune / Lvyou Xuekan* Vol. 27 (95), pp. 66-73.
193. Zhang, Z., , Zhang, H., Bao, J., (2023), "Scale theory and tourism destination development: Towards a new theoretical tool", *Journal of Hospitality and Tourism Management* Vol. 55, pp. 40-49.
194. Zhu, W., Zhang, L., Li, N. (2014), "Challenges, function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism", *Information and Communication Technologies in Tourism*.

195. Yi, Y. & Gong, T. (2013), “Customer value co-creation behavior: Scale development and validation”, *Journal of Business Research* Vol. 66(9), pp. 1279-1284.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1

Phụ lục 1.1.

PHIẾU KHẢO SÁT

KHÁM PHÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH

Xin chào Quý Anh, Chị!

Tôi tên là Nguyễn Thị Hồng Cẩm, hiện là nghiên cứu sinh. Trong khuôn khổ chương trình, tôi thực hiện luận án nghiên cứu về “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh-Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa”. Một phần trong nội dung nghiên cứu là xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Để hoàn thành luận án, tôi rất mong nhận được sự quan tâm giúp đỡ của Quý Anh (Chị) trong việc đưa ra ý kiến của mình. Tất cả các ý kiến của Quý Anh (Chị) vô cùng quý báu đối với nghiên cứu, từ đó đóng góp vào công tác phát triển điểm đến du lịch Khánh Hòa theo hướng du lịch thông minh.

Tôi xin cam kết tất cả các thông tin mà Quý Anh (Chị) cung cấp chỉ sử dụng duy nhất cho mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác và giúp đỡ của Quý Anh (Chị)!

A. Thông tin về người được phỏng vấn

1. Họ tên:
2. Địa chỉ:
3. Số điện thoại:
4. Nghề nghiệp:
5. Giới tính:

B. Ý kiến về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Theo Anh (Chị) các yếu tố nào ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh? Vì sao?

Phụ lục 1.2. Kết quả phỏng vấn chuyên gia

1.2.1. Danh sách chuyên gia tham gia phỏng vấn

STT	Mã hoá Chuyên gia	Trình độ	Chức vụ	Đơn vị công tác	Lĩnh vực
1	P1	Đại học	Quản lý	Sở Du lịch Khánh Hòa	Du lịch
2	P2	Đại học	Quản lý	Hiệp hội Du lịch Khánh Hòa	Du lịch
3	P3	Thạc sĩ	Chuyên viên	Trung tâm xúc tiến DLKH	Du lịch
4	P4	Thạc sĩ	Quản lý	Hội lữ hành Khánh Hòa	Du lịch
5	P5	Đại học	Quản lý	Hội khách sạn Khánh Hòa	Du lịch
6	P6	Tiến sĩ	Quản lý	Trường Đại học Khánh Hòa	QTKD
7	P7	Tiến sĩ	Giảng viên	Trường Đại học Khánh Hòa	QTKD
8	P8	Tiến sĩ	Giảng viên	Trường Đại học Thái Bình Dương	Du lịch
9	P9	Thạc sĩ	Quản lý	Trường Đại học Khánh Hòa	Du lịch
10	P10	Thạc sĩ	Giảng viên	Trường Đại học Thái Bình Dương	Du lịch
11	P11	Đại học	Quản lý	I-resort Nha Trang	Du lịch
12	P12	Đại học	Quản lý	Khách sạn Intercontinental Nha Trang	Du lịch
13	P13	Thạc sĩ	Quản lý	Khách sạn Sheraton Nha Trang	Du lịch
14	P14	Thạc sĩ	Quản lý	Công ty du lịch HTS International	Du lịch
15	P15	Đại học	Quản lý	Công ty cổ phần du lịch Long Phú	Du lịch
16	P16	Thạc sĩ	Quản lý	Khách sạn Novotel Nha Trang	Du lịch
17	P17	Đại học	Quản lý	KNM Six senses Ninh Vân	Du lịch

18	P18	Đại học	Quản lý	KNM Ana Mandara Nha Trang	Du lịch
19	P19	Đại học	Quản lý	KNM Vinpearl Nha Trang	Du lịch
20	P20	Thạc sĩ	Quản lý	Công ty Du lịch Biển Việt	Du lịch

1.2.2. Kết quả phỏng vấn chuyên gia

[illegible]

11	P11	x	x	x	x	x		x		x	x
12	P12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
13	P13	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
14	P14	x	x	x	x	x		x		x	x
15	P15	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
16	P16	x	x	x	x	x	x		x	x	x
17	P17	x	x		x	x	x	x	x	x	x
18	P18	x	x	x	x	x	x	x			x
19	P19	x	x	x	x	x	x		x	x	x
20	P20	x	x	x	x	x	x		x		x

Phụ lục 2: Nghiên cứu định tính xác định thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

1. Thiết kế nghiên cứu

1.1. Giới thiệu

Du lịch thông minh là một xu hướng phát triển du lịch đang được nhiều quốc gia, địa phương quan tâm nhằm tạo nên những điểm nhấn và lợi thế cạnh tranh du lịch. Việc phát triển du lịch thông minh đóng vai trò quan trọng cho sự phát triển của ngành du lịch tại một điểm đến: (1) Tiến tới sự phát triển du lịch bền vững; (2) Có thể tích hợp được các nguyên tắc quản trị trong quản lý du lịch; (3) Nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến trong tất cả các lĩnh vực; (4) Tăng cường năng lực cạnh tranh và nâng cao vị thế của điểm đến; (5) Khám phá các cơ hội để áp dụng ICT theo nhu cầu và việc sử dụng ICT của các công ty dịch vụ du lịch; (6) Phát triển việc quản lý dựa trên tri thức một cách sáng tạo hơn; (7) Thông qua vai trò chủ động trong việc sử dụng công nghệ mới theo nhu cầu của từng điểm đến; (8) Thúc đẩy tinh thần kinh doanh và các mô hình kinh doanh mới bằng cách kết hợp các hoạt động du lịch với ICT.

Việc hình thành những xu hướng du lịch mới nói chung, du lịch thông minh nói riêng trên của thế giới đã và đang đặt ra những yêu cầu cấp bách cho các nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch. Khánh Hòa, muốn trở thành một điểm đến du lịch thông minh, đầu tiên và cần thiết phải xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh tại điểm đến, từ đó có những định hướng, giải pháp phát triển phù hợp.

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh tại điểm đến giữ vai trò rất quan trọng. Vì vậy, nghiên cứu này với mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ và ý định mua thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng.

1.2. Mục tiêu

Mục tiêu của chương trình nghiên cứu định tính là xác định thang đo lường các khái niệm: (1) Quản trị thông minh; (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh; (3) Cư dân thông minh; (4) Du khách thông minh; (5) Hệ thống hạ tầng thông minh; (6)

Tài nguyên du lịch; (7) Cuộc sống thông minh; (8) Nền kinh tế thông minh; (9) Di chuyển thông minh; (10) Môi trường thông minh; (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh.

1.3. Phương pháp nghiên cứu định tính:

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phương pháp nhóm

1.4. Đối tượng tham gia phỏng vấn

Quá trình phỏng vấn nhóm được thực hiện với 5 nhóm. Nhóm 1 gồm 5 Quản lý cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của địa phương (Sở Du lịch, Hiệp hội Du lịch Khánh Hòa, Trung tâm xúc tiến du lịch Khánh Hòa); Nhóm 2 gồm 05 nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh; và nhóm 3 gồm 5 chuyên gia về phát triển du lịch thông minh từ các doanh nghiệp lữ hành và lưu trú; Nhóm 4 gồm 5 khách du lịch đã có những trải nghiệm tích cực tại các điểm đến du lịch thông minh; Nhóm 5 gồm 5 người dân địa phương có sự hiểu biết nhất định về du lịch thông minh. Các cuộc phỏng vấn nhóm này cung cấp sự hiểu biết toàn diện về du lịch thông minh, điểm đến du lịch thông minh và các yếu tố được đánh giá là có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh.

1.5. Dàn bài thảo luận nhóm

Phần 1. Giới thiệu

Chào Anh (Chị)!

Tôi là nghiên cứu sinh chuyên ngành du lịch của khoa Du lịch học trường ĐH KHXH và NV, ĐH quốc gia Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu xác định thang đo lường cho các khái niệm trong nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa, gồm: (1) Quản trị thông minh; (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh; (3) Cư dân thông minh; (4) Du khách thông minh; (5) Hệ thống hạ tầng thông minh; (6) Tài nguyên du lịch; (7) Cuộc sống thông minh; (8) Nền kinh tế thông minh; (9) Di chuyển thông minh; (10) Môi trường thông minh; (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh.

Trước hết, tôi xin trình bày về khái niệm điểm đến du lịch thông minh để Anh (Chị) có cái nhìn khái quát. Điểm đến du lịch thông minh là “*Một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người và 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 và nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân*” (Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự, 2019).

Tôi chân thành cảm ơn Anh (Chị) đã dành thời gian tham gia cuộc thảo luận này. Chúng tôi rất hân hạnh được tiếp nhận những thông tin của Anh (Chị) và cũng xin Anh (Chị) chú ý là không có quan điểm nào là đúng hay sai, tất cả những ý kiến của Anh (Chị) đều rất hữu ích cho nghiên cứu của chúng tôi và sẽ góp phần đề xuất các giải pháp phát triển điểm đến du lịch Khánh Hòa theo hướng du lịch thông minh.

Thời gian dự kiến là 45 phút. Để tiết kiệm thời gian, cuộc thảo luận được phép bắt đầu.

2. Nội dung thảo luận

1. Thang đo lường về Quản trị thông minh

Theo anh (chị) **Quản trị thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với việc phát triển điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Quản trị thông minh** tại điểm đến, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử;
- Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch;
- Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến;
- Có kế hoạch, chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến;

- Có sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong việc phát triển du lịch thông minh

- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

2. Thang đo lường Nguồn nhân lực du lịch thông minh

Theo anh (chị) **Nguồn nhân lực du lịch thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với một điểm đến du lịch thông minh hay không? Và yêu cầu của nguồn nhân lực tại điểm đến thông minh là gì?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Nguồn nhân lực du lịch thông minh** tại điểm đến, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn;
- Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo;
- Có quan điểm và chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch thông minh hiệu quả tại điểm đến;
- Có chính sách đào tạo, đào tạo lại và thu hút nguồn nhân lực đáp ứng phát triển du lịch thông minh tại điểm đến;
- Điểm đến cần nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch có chất lượng
- Điểm đến cần nguồn nhân lực quản lý doanh nghiệp du lịch có chất lượng
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

3. Thang đo lường Cư dân thông minh

Theo anh (chị), **Cư dân thông minh** có quan trọng đối với một điểm đến du lịch thông minh hay không? Và yêu cầu của cư dân tại điểm đến thông minh là gì?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Cư dân thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Cư dân địa phương am hiểu, sẵn sàng sử dụng công nghệ;
- Cư dân địa phương thân thiện;
- Cư dân địa phương sẵn sàng tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến;
- Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

4. Thang đo lường Du khách thông minh

Theo anh (chị) **Du khách thông minh** có ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh hay không? Và yêu cầu đối với **Du khách thông minh** là gì?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Du khách thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Khách du lịch sẵn sàng sử dụng công nghệ;
- Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao;
- Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ để nâng cao và cá nhân hóa trải nghiệm thông minh, đồng sáng tạo giá trị
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

5. Thang đo lường Hệ thống hạ tầng thông minh

Theo anh (chị), **Hệ thống hạ tầng thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với việc phát triển một điểm đến du lịch thông minh hay không và cần đảm bảo như thế nào?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Hệ thống hạ tầng thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch

- Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch phong phú, thông minh
- Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm đầy đủ, thông minh
- Hệ thống nhà vệ sinh công cộng đầy đủ và sạch sẽ, thông minh
- Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

6. Thang đo lường Tài nguyên du lịch

Theo anh (chị), **Tài nguyên du lịch** tại điểm đến có quan trọng đối với điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá những khía cạnh cần có về yếu tố **Tài nguyên du lịch** tại điểm đến, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo
- Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ,...)
- Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo
- Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc
- Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

7. Thang đo lường Cuộc sống thông minh

Theo anh (chị), **Cuộc sống thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Cuộc sống thông minh** tại điểm đến, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay bớt gì không? Vì sao?

- Điểm đến có hệ thống giáo dục và đào tạo trong kỷ nguyên số.
- Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh
- Điểm đến đảm bảo an toàn an ninh cho người dân và du khách thông qua các hệ thống giám sát thông minh
- Điểm đến có hệ thống quản lý tài nguyên bền vững
- Điểm đến có sự sẵn sàng của công nghệ thông tin
- Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến
- Điểm đến có hệ thống điều hành tòa nhà thông minh
- Điểm đến có hệ thống nhà ở thông minh
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

8. Thang đo lường Nền kinh tế thông minh

Theo anh (chị), **Nền kinh tế thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Nền kinh tế thông minh** tại điểm đến, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Điểm đến có cộng đồng có tinh thần đổi mới sáng tạo
- Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến
- Điểm đến có tinh thần đổi mới và khởi nghiệp
- Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh
- Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

9. Thang đo lường Di chuyển thông minh

Theo anh (chị), **Di chuyển thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Di chuyển thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Điểm đến có hệ thống giao thông bền vững và an toàn
 - Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả
 - Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh
 - Khác (Vui lòng nêu rõ)
-

10. Thang đo lường Môi trường thông minh

Theo anh (chị), **Môi trường thông minh** tại điểm đến có quan trọng đối với điểm đến du lịch thông minh hay không?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **Môi trường thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Có hệ thống xử lý rác thải, nước thải, khí thải thông minh tại điểm đến
- Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả
- Điểm đến có Quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững
- Điểm đến có các công trình xanh
- Quản lý tài nguyên bền vững tại điểm đến
- Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm
- Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh
- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

11. Thang đo lường Phát triển điểm đến du lịch thông minh

Theo anh (chị), **Phát triển điểm đến du lịch thông minh** cần đảm bảo các yếu tố như thế nào?

Bây giờ tôi sẽ đưa ra những câu sau đây, xin anh (chị) cho biết mình có hiểu câu hỏi không? Nếu đánh giá về yếu tố **lường Phát triển điểm đến du lịch thông minh**, anh (chị) có cần bổ sung thêm gì hay loại bỏ gì không? Vì sao?

- Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương

- Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh

- Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích xã hội

- Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường

- Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách

- Khác (Vui lòng nêu rõ)

.....

3. Kết quả thảo luận

Dựa trên kết quả thảo luận từng nhóm, thang đo các khái niệm: (1) Quản trị thông minh; (2) Nguồn nhân lực du lịch thông minh; (3) Cư dân thông minh; (4) Du khách thông minh; (5) Hệ thống hạ tầng thông minh; (6) Tài nguyên du lịch; (7) Cuộc sống thông minh; (8) Nền kinh tế thông minh; (9) Di chuyển thông minh; (10) Môi trường thông minh; (11) Phát triển điểm đến du lịch thông minh, gồm các biên quan sát sau đây:

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	TN: Tài nguyên du lịch	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN: Tài nguyên du lịch
1	TN1: Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN1: Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo
2	TN2: Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ,..)	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN2: Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ,..)

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
3	TN3: Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN3: Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo
4	TN4: Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN4: Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc
5	TN5: Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	TN5: Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo
6	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	NL: Nguồn nhân lực du lịch thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	NL: Nguồn nhân lực du lịch thông minh

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
1	NL1: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	NL1: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ
2	NL2: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	NL2: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo
3	NL3: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến bao gồm chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch và nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	NL3: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến bao gồm chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch và nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch
4	Bổ sung (nếu có)	Những người làm	Nguồn nhân lực	Những người làm	Không	Không	NL4: Nguồn nhân lực du lịch tại điểm

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
		du lịch cần am hiểu và biết sử dụng công nghệ	du lịch tại điểm đến sẵn sàng sử dụng công nghệ, có năng lực số	du lịch cần biết sử dụng công nghệ để hỗ trợ khách cũng như áp dụng công nghệ phục vụ công tác điều hành, quản lý			đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý
	CD: Cư dân thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CD: Cư dân thông minh
1	CD1: Cư dân địa phương am hiểu và sẵn sàng sử dụng công nghệ	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CD1: Cư dân địa phương am hiểu và sẵn sàng sử dụng công nghệ
2	CD2: Cư dân địa phương sẵn sàng	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CD2: Cư dân địa phương sẵn sàng

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến						tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến
3	CD3: Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CD3: Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách
4	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	DK: Khách du lịch thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DK: Khách du lịch thông minh
1	DK1: Khách du lịch chấp nhận và sẵn sàng sử dụng công nghệ cho trải nghiệm của họ	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DK1: Khách du lịch chấp nhận và sẵn sàng sử dụng công nghệ cho trải nghiệm của họ
2	DK2: Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DK2: Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
3	DK3: Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ dữ liệu cá nhân với các bên liên quan để nâng cao trải nghiệm bản thân và đồng sáng tạo giá trị thông qua công nghệ thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DK3: Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ dữ liệu cá nhân với các bên liên quan để nâng cao trải nghiệm bản thân và đồng sáng tạo giá trị thông qua công nghệ thông minh
4	DK4: Khách du lịch quan tâm đến quyền riêng tư và bảo mật thông tin	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DK4: Khách du lịch quan tâm đến quyền riêng tư và bảo mật thông tin
5	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	HT: Hệ thống hạ tầng thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT: Hệ thống hạ tầng thông minh
1	HT1: Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT1: Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	nhu cầu phát triển du lịch						nhu cầu phát triển du lịch
2	HT2: Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch tích hợp công nghệ thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT2: Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch tích hợp công nghệ thông minh
3	HT3: Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm tích hợp công nghệ thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT3: Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm tích hợp công nghệ thông minh
4	HT4: Hệ thống nhà vệ sinh công cộng tích hợp công nghệ thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT4: Hệ thống nhà vệ sinh công cộng tích hợp công nghệ thông minh
5	HT5: Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	HT5: Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch						minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch
6	Bổ sung (nếu có)	Hệ thống cơ sở dữ liệu của các bên liên quan nên có sự kết nối	Hệ thống dữ liệu cần có sự kết nối giữa chính quyền, doanh nghiệp	Hệ thống cơ sở dữ liệu của các bên liên quan nên có sự kết nối, truy cập được, tạo ra một hệ sinh thái du lịch thông minh	Không	Không	HT6: Hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết
	MT: Môi trường thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT: Môi trường thông minh
1	MT1: Có hệ thống xử lý rác thải, nước thải,	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT1: Có hệ thống xử lý rác thải, nước

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	khí thải thông minh tại điểm đến						thải, khí thải thông minh tại điểm đến
2	MT2: Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT2: Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả
3	MT3: Điểm đến có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT3: Điểm đến có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh
4	MT4: Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT4: Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm
5	MT5: Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	MT5: Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh
6	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
	DC: Di chuyển thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DC: Di chuyển thông minh
1	DC1: Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DC1: Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn
2	DC2: Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DC2: Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả
3	DC3: Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DC3: Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh
4	Bổ sung (nếu có)	Cần có thêm bản đồ số tại địa phương	Có bản đồ số du lịch	Không	Có bản đồ số tại điểm đến du lịch	Không	DC4: Có bản đồ số du lịch tại điểm đến
	KT: Nền kinh tế thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT: Nền kinh tế thông minh

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
1	KT1: Điểm đến có nền kinh tế tri thức	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT1: Điểm đến có nền kinh tế tri thức
2	KT2: Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT2: Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến
3	KT3: Điểm đến có tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT3: Điểm đến có tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp
4	KT4: Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT4: Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh
5	KT5: Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	KT5: Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến
6	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	CS: Cuộc sống thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CS: Cuộc sống thông minh

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
1	CS1: Điểm đến có hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CS1: Điểm đến có hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số
2	CS2: Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CS2: Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh
3	CS3: Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CS3: Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến
4	CS4: Có sự gắn kết xã hội tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	CS4: Có sự gắn kết xã hội tại điểm đến
5	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	QT: Quản trị thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT: Quản trị thông minh
1	QT1: Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT1: Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
2	QT2: Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT2: Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch
3	QT3: Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT3: Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến
4	QT4: Có quan điểm và định hướng chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT4: Có quan điểm và định hướng chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến
5	QT5: Đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong phát triển du lịch thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	QT5: Đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong phát triển du lịch thông minh

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
6	Bổ sung (nếu có)	Không	Không	Không	Không	Không	
	DD: Phát triển điểm đến du lịch thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DD: Phát triển điểm đến du lịch thông minh
1	DD1: Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DD1: Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương
2	DD2: Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DD2: Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh
3	DD3: Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích xã hội	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DD3: Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú

STT	Thang đo	Nhóm 1 (Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch)	Nhóm 2 (Doanh nghiệp)	Nhóm 3 (Các nhà nghiên cứu về phát triển du lịch thông minh)	Nhóm 4 (cộng đồng địa phương)	Nhóm 5 (Khách du lịch)	Kết luận
							trọng đến lợi ích xã hội
4	DD4: Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	Đồng ý	DD4: Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường
5	Bổ sung (nếu có)	Không	Cần hướng đến việc nâng cao trải nghiệm của du khách	Cần hướng đến việc thoả mãn nhu cầu và tăng sự trải nghiệm cho khách du lịch	Không	Cần hướng đến việc nâng cao trải nghiệm của du khách	DD5: Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách

Phụ lục 3:

BẢNG CÂU HỎI SƠ BỘ
KHẢO SÁT SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ ĐẾN PHÁT TRIỂN
ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH

Xin chào Quý Anh, Chị!

Tôi là nghiên cứu sinh chuyên ngành du lịch của khoa Du lịch học trường ĐH KHXH và NV, ĐH quốc gia Hà Nội. Tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh - Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa”.

Để hoàn thành đề tài nghiên cứu, tôi rất mong nhận được sự quan tâm giúp đỡ của Quý Anh (Chị) trong việc tham gia trả lời bản câu hỏi này. Tất cả các câu trả lời của Quý Anh (Chị) vô cùng quý báu đối với nghiên cứu, từ đó đóng góp vào việc phát triển điểm đến Khánh Hòa theo định hướng du lịch thông minh.

Trước hết, tôi xin trình bày về khái niệm điểm đến du lịch thông minh để Anh (Chị) có cái nhìn khái quát. Điểm đến du lịch thông minh là *“Một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người và 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 và nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân”* (Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự, 2019).

Tôi chân thành cảm ơn Anh (Chị) đã dành thời gian tham gia cuộc khảo sát này. Tôi rất hân hạnh được tiếp nhận những thông tin của Anh (Chị) và cũng xin Anh (Chị) chú ý là không có nhận định nào là đúng hay sai, tất cả những ý kiến của Anh (Chị) đều rất hữu ích cho nghiên cứu của và sẽ góp phần đề xuất các giải pháp phát triển điểm đến du lịch Khánh Hòa theo hướng du lịch thông minh.

Tôi xin cam kết tất cả các thông tin mà Quý Anh (Chị) cung cấp trong bản câu hỏi này chỉ sử dụng duy nhất cho mục đích nghiên cứu.

A. Thông tin về người được phỏng vấn

1. Giới tính: Nam ☐ Nữ ☐

2. Tuổi: 18 - dưới 30 ☐ 30 – dưới 45 ☐
 45 – dưới 60 ☐ 60 tuổi trở lên ☐

3. Đối tượng khảo sát:

Khách du lịch ☐

Cư dân địa phương ☐

Doanh nghiệp du lịch ☐

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ☐

B. Ý kiến về sự ảnh hưởng của các yếu tố sau đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Xin vui lòng cho biết ý kiến của các Anh (Chị) với các nhận định dưới đây về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, với các mức:

- (1) Hoàn toàn không đồng ý
 (2) Không đồng ý
 (3) Bình thường
 (4) Đồng ý
 (5) Hoàn toàn đồng ý

Nội dung	Mức độ đồng ý				
	1	2	3	4	5
1. Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo					
2. Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ,..)					
3. Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo					
4. Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc					

5. Điểm đến có nhiều làng nghề truyền thống, thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm địa phương độc đáo	1	2	3	4	5
6. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ	1	2	3	4	5
7. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo	1	2	3	4	5
8. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến bao gồm chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch và nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch	1	2	3	4	5
9. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý	1	2	3	4	5
10. Cư dân địa phương am hiểu và sẵn sàng sử dụng công nghệ	1	2	3	4	5
11. Cư dân địa phương sẵn sàng tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
12. Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách	1	2	3	4	5
13. Khách du lịch chấp nhận và sẵn sàng sử dụng công nghệ cho trải nghiệm của họ	1	2	3	4	5
14. Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao	1	2	3	4	5
15. Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ dữ liệu cá nhân với các bên liên quan để nâng cao trải nghiệm bản thân và đồng sáng tạo giá trị thông qua công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
16. Khách du lịch quan tâm đến quyền riêng tư và bảo mật thông tin	1	2	3	4	5

17. Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch	1	2	3	4	5
18. Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
19. Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
20. Hệ thống nhà vệ sinh công cộng tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
21. Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch	1	2	3	4	5
22. Hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết	1	2	3	4	5
23. Có hệ thống xử lý rác thải, nước thải, khí thải thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
24. Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả	1	2	3	4	5
25. Điểm đến có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
26. Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm	1	2	3	4	5
27. Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh	1	2	3	4	5
28. Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn	1	2	3	4	5
29. Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả	1	2	3	4	5

30. Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh	1	2	3	4	5
31. Có bản đồ số du lịch tại điểm đến	1	2	3	4	5
32. Điểm đến có nền kinh tế tri thức	1	2	3	4	5
33. Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến	1	2	3	4	5
34. Điểm đến có tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp	1	2	3	4	5
35. Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh	1	2	3	4	5
36. Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến	1	2	3	4	5
37. Điểm đến có hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số	1	2	3	4	5
38. Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh	1	2	3	4	5
39. Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến	1	2	3	4	5
40. Có sự gắn kết xã hội tại điểm đến	1	2	3	4	5
41. Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử	1	2	3	4	5
42. Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch	1	2	3	4	5
43. Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến	1	2	3	4	5
44. Có quan điểm và định hướng chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
45. Đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong phát triển du lịch thông minh	1	2	3	4	5

46. Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương	1	2	3	4	5
47. Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh	1	2	3	4	5
48. Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích xã hội	1	2	3	4	5
49. Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường	1	2	3	4	5
50. Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách	1	2	3	4	5

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!

Phụ lục 4: Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ

Phụ lục 4.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Tài nguyên du lịch (lần 1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TN1	16.47	6.293	.520	.698
TN2	16.52	5.913	.648	.658
TN3	16.62	5.450	.701	.629
TN4	16.80	5.426	.656	.642
TN5	17.06	6.279	.206	.849

Tài nguyên du lịch (lần 2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TN1	12.66	4.030	.621	.835
TN2	12.71	3.755	.744	.786
TN3	12.80	3.483	.748	.781

TN4	12.99	3.570	.652	.827
-----	-------	-------	------	------

Nguồn nhân lực du lịch thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NL1	9.98	7.626	.571	.830
NL2	10.13	7.223	.731	.756
NL3	10.02	7.457	.659	.788
NL4	9.76	7.538	.690	.775

Cư dân thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CD1	6.78	2.428	.672	.702
CD2	6.78	2.330	.646	.732
CD3	6.81	2.605	.625	.751

Du khách thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DK1	12.94	3.025	.649	.773
Dk2	12.91	2.759	.697	.749
Dk3	12.93	3.108	.568	.809
DK4	12.87	2.933	.665	.765

Hệ thống hạ tầng thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HT1	20.66	9.999	.656	.883
HT2	20.83	9.497	.715	.874
HT3	20.59	9.975	.759	.869
HT4	20.87	8.801	.782	.864
HT5	20.68	9.783	.693	.877
HT6	20.77	10.179	.697	.877

Môi trường thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MT1	14.28	10.499	.733	.847
MT2	14.05	10.258	.745	.844
MT3	14.06	9.997	.725	.848
MT4	14.22	10.255	.770	.839
MT5	14.14	10.332	.598	.882

Di chuyển thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC1	9.95	9.230	.779	.810
DC2	9.80	7.947	.765	.811
DC3	9.84	9.685	.596	.876
DC4	9.80	8.595	.749	.816

Nền kinh tế thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KT1	16.20	6.740	.732	.870
KT2	16.23	6.841	.723	.872
KT3	16.17	6.577	.757	.865
KT4	16.22	6.668	.733	.870
KT5	16.29	6.561	.739	.869

Cuộc sống thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	10.38	7.041	.784	.738
CS2	10.49	7.660	.600	.821
CS3	10.89	7.551	.669	.790
CS4	10.41	7.693	.618	.813

Quản trị thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QT1	15.92	7.134	.739	.864
QT2	15.93	6.784	.773	.856
QT3	15.96	7.139	.764	.858
QT4	15.85	7.704	.640	.885
QT5	15.87	7.341	.743	.863

Phát triển điểm đến du lịch thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DD1	17.32	6.346	.673	.878
DD2	17.23	6.432	.749	.861
DD3	17.19	6.140	.733	.864
DD4	17.13	6.054	.833	.841
DD5	17.03	6.611	.670	.878

Phụ lục 4.2: Kết quả phân tích EFA cho các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.794
Bartlett's Test of Approx. Sphericity	3996.141
Chi-Square	
df	946
Sig.	.000

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	9.624	21.872	21.872	9.269	21.065	21.065	6.809
2	5.945	13.512	35.384	5.587	12.698	33.763	6.535
3	3.133	7.119	42.504	2.806	6.378	40.141	4.387
4	2.753	6.256	48.760	2.387	5.426	45.566	6.908

5	2.12 0	4.817	53.577	1.768	4.019	49.585	2.854
6	1.92 0	4.364	57.940	1.566	3.558	53.144	4.474
7	1.85 7	4.222	62.162	1.489	3.385	56.529	3.804
8	1.65 2	3.756	65.918	1.263	2.870	59.398	3.487
9	1.34 6	3.060	68.978	.975	2.215	61.613	4.405
10	1.13 1	2.572	71.549	.782	1.777	63.390	3.041
11	.951	2.161	73.710				
12	.855	1.942	75.653				
13	.722	1.640	77.292				
14	.677	1.539	78.831				
15	.639	1.453	80.284				
16	.614	1.395	81.679				
17	.586	1.331	83.011				
18	.531	1.208	84.219				
19	.502	1.142	85.360				
20	.493	1.121	86.481				
21	.452	1.027	87.508				
22	.440	.999	88.508				

23	.419	.952	89.460				
24	.410	.931	90.390				
25	.382	.868	91.259				
26	.340	.772	92.031				
27	.326	.740	92.771				
28	.315	.717	93.488				
29	.301	.685	94.173				
30	.287	.652	94.825				
31	.260	.592	95.417				
32	.235	.534	95.951				
33	.208	.473	96.424				
34	.200	.455	96.879				
35	.189	.430	97.309				
36	.179	.408	97.717				
37	.163	.372	98.089				
38	.153	.348	98.437				
39	.143	.325	98.762				
40	.138	.313	99.074				
41	.127	.288	99.363				
42	.108	.245	99.608				
43	.095	.215	99.823				
44	.078	.177	100.000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Factor									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HT3	.809									
HT4	.749									
HT6	.731									
HT5	.715									
HT2	.701									
HT1	.669									
QT2		.853								
QT5		.760								
QT1		.750								
QT3		.743								
QT4		.565								
MT3			.875							
MT4			.829							
MT1			.777							
MT2			.728							
MT5			.615							
KT3				.801						
KT4				.769						

CD3											.840
CD2											.735
CD1											.735

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Phụ lục 4.3: Kết quả phân tích EFA cho yếu tố phát triển điểm đến du lịch thông minh

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.812
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	429.705
Sphericity df	10
Sig.	.000

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.478	69.555	69.555	3.117	62.332	62.332
2	.624	12.479	82.034			
3	.452	9.035	91.069			
4	.278	5.558	96.627			
5	.169	3.373	100.000			

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Factor Matrix^a

	Factor
	1
DD4	.906
DD3	.795
DD2	.794
DD5	.719
DD1	.718

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. 1 factors extracted. 6 iterations required.

Phụ lục 5:

BẢNG CÂU HỎI CHÍNH THỨC
KHẢO SÁT SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ ĐẾN PHÁT TRIỂN
ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH

Xin chào Quý Anh, Chị!

Tôi là nghiên cứu sinh chuyên ngành du lịch của khoa Du lịch học trường ĐH KHXH và NV, ĐH quốc gia Hà Nội. Tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh - Nghiên cứu trường hợp Khánh Hòa”.

Để hoàn thành đề tài nghiên cứu, tôi rất mong nhận được sự quan tâm giúp đỡ của Quý Anh (Chị) trong việc tham gia trả lời bản câu hỏi này. Tất cả các câu trả lời của Quý Anh (Chị) vô cùng quý báu đối với nghiên cứu, từ đó đóng góp vào việc phát triển điểm đến Khánh Hòa theo định hướng du lịch thông minh.

Trước hết, tôi xin trình bày về khái niệm điểm đến du lịch thông minh để Anh (Chị) có cái nhìn khái quát. Điểm đến du lịch thông minh là *“Một khu vực du lịch đổi mới sáng tạo, dễ tiếp cận với mọi người và 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 và nâng cao chất lượng trải nghiệm của họ tại các điểm đến và chất lượng cuộc sống của người dân”* (Nguyễn Thị Minh Nghĩa & cộng sự, 2019).

Tôi chân thành cảm ơn Anh (Chị) đã dành thời gian tham gia cuộc khảo sát này. Tôi rất hân hạnh được tiếp nhận những thông tin của Anh (Chị) và cũng xin Anh (Chị) chú ý là không có nhận định nào là đúng hay sai, tất cả những ý kiến của Anh (Chị) đều rất hữu ích cho nghiên cứu của và sẽ góp phần đề xuất các giải pháp phát triển điểm đến du lịch Khánh Hòa theo hướng du lịch thông minh.

Tôi xin cam kết tất cả các thông tin mà Quý Anh (Chị) cung cấp trong bản câu hỏi này chỉ sử dụng duy nhất cho mục đích nghiên cứu.

A. Thông tin về người được phỏng vấn

1. Giới tính: Nam ☐ Nữ ☐
2. Tuổi: 18 - dưới 30 ☐ 30 – dưới 45 ☐
45 – dưới 60 ☐ 60 tuổi trở lên ☐
3. Xin anh chị cho biết trình độ học vấn của Anh/Chị:
Cấp 3 trở xuống ☐ Trung cấp/Cao đẳng ☐
Đại học ☐ Sau đại học ☐
4. Đối tượng khảo sát:
Khách du lịch ☐
Cư dân địa phương ☐
Doanh nghiệp du lịch ☐
Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ☐
5. Anh/Chị vui lòng cho biết nghề nghiệp hiện tại của Anh/Chị là:
Sinh viên ☐
Công chức, viên chức nhà nước ☐
Làm việc thuộc khối tư nhân ☐
Hưu trí ☐
Khác ☐

B. Ý kiến về sự ảnh hưởng của các yếu tố sau đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Xin vui lòng cho biết ý kiến của các Anh (Chị) với các nhận định dưới đây về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh, với các mức:

- (1) Hoàn toàn không đồng ý
- (2) Không đồng ý
- (3) Bình thường
- (4) Đồng ý
- (5) Hoàn toàn đồng ý

Nội dung	Mức độ đồng ý				
1. Cảnh quan thiên nhiên tại điểm đến đẹp, đa dạng và độc đáo	1	2	3	4	5
2. Điểm đến có nhiều di sản văn hóa ấn tượng, độc đáo (nghệ thuật kiến trúc, di tích lịch sử, bảo tàng, chùa, nhà thờ,..)	1	2	3	4	5
3. Điểm đến có nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống thú vị, độc đáo	1	2	3	4	5
4. Điểm đến có nhiều nghệ thuật truyền thống và văn hóa dân gian đặc sắc	1	2	3	4	5
5. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có đầy đủ kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ	1	2	3	4	5
6. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có tinh thần kinh doanh và tầm nhìn đổi mới, sáng tạo	1	2	3	4	5
7. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến bao gồm chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch và nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch	1	2	3	4	5
8. Nguồn nhân lực du lịch tại điểm đến có năng lực số, sử dụng được các ứng dụng thông minh để hỗ trợ và tương tác với du khách cũng như điều hành, quản lý	1	2	3	4	5
9. Cư dân địa phương am hiểu và sẵn sàng sử dụng công nghệ	1	2	3	4	5
10. Cư dân địa phương sẵn sàng tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
11. Cư dân địa phương sẵn sàng hỗ trợ du khách	1	2	3	4	5
12. Khách du lịch chấp nhận và sẵn sàng sử dụng công nghệ cho trải nghiệm của họ	1	2	3	4	5

13. Khách du lịch có nhu cầu dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao	1	2	3	4	5
14. Khách du lịch sẵn sàng hợp tác, chia sẻ dữ liệu cá nhân với các bên liên quan để nâng cao trải nghiệm bản thân và đồng sáng tạo giá trị thông qua công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
15. Khách du lịch quan tâm đến quyền riêng tư và bảo mật thông tin	1	2	3	4	5
16. Hạ tầng công nghệ thông tin phủ rộng khắp, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch	1	2	3	4	5
17. Hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
18. Hệ thống khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
19. Hệ thống nhà vệ sinh công cộng tích hợp công nghệ thông minh	1	2	3	4	5
20. Hạ tầng giao thông thuận tiện, hệ thống sân bay, bến tàu, nhà ga thông minh, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch	1	2	3	4	5
21. Hệ thống hạ tầng về dữ liệu tại điểm đến được tích hợp từ các bên liên quan để phát triển một hệ sinh thái thông minh gắn kết	1	2	3	4	5
22. Có hệ thống xử lý rác thải, nước thải, khí thải thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
23. Điểm đến có sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, sử dụng điện nước hiệu quả	1	2	3	4	5
24. Điểm đến có quy hoạch phát triển đô thị xanh, bền vững dựa trên công nghệ thông minh	1	2	3	4	5

25. Điểm đến có hệ thống giám sát mức độ ô nhiễm	1	2	3	4	5
26. Điểm đến có hệ thống điện, nước, chiếu sáng thông minh	1	2	3	4	5
27. Điểm đến có hệ thống giao thông thông minh và an toàn	1	2	3	4	5
28. Điểm đến có hệ thống kiểm soát giao thông hiệu quả	1	2	3	4	5
29. Điểm đến có hệ thống cầu đường và phương tiện giao thông thông minh	1	2	3	4	5
30. Có bản đồ số du lịch tại điểm đến	1	2	3	4	5
31. Điểm đến có nền kinh tế tri thức	1	2	3	4	5
32. Có sự kết nối/hội nhập vào thị trường quốc gia/liên quốc gia tại điểm đến	1	2	3	4	5
33. Điểm đến có tinh thần đổi mới, sáng tạo và khởi nghiệp	1	2	3	4	5
34. Nền kinh tế tại điểm đến có năng lực cạnh tranh	1	2	3	4	5
35. Đảm bảo tính linh hoạt của thị trường lao động tại điểm đến	1	2	3	4	5
36. Điểm đến có hệ thống văn hóa và giáo dục, đào tạo trong kỷ nguyên số	1	2	3	4	5
37. Điểm đến có hệ thống y tế, chăm sóc sức khỏe thông minh	1	2	3	4	5
38. Đảm bảo an ninh công cộng, an toàn cá nhân tại điểm đến	1	2	3	4	5
39. Có sự gắn kết xã hội tại điểm đến	1	2	3	4	5
40. Điểm đến có thực hiện chính quyền điện tử	1	2	3	4	5
41. Điểm đến có hệ thống dữ liệu mở, được số hóa, minh bạch	1	2	3	4	5

42. Có thực hiện được các dịch vụ công, thủ tục hành chính trực tuyến được thực hiện tại điểm đến	1	2	3	4	5
43. Có quan điểm và định hướng chiến lược, chính sách cho phát triển du lịch thông minh tại điểm đến	1	2	3	4	5
44. Đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các bên liên quan tại điểm đến trong phát triển du lịch thông minh	1	2	3	4	5
45. Phát triển điểm đến du lịch thông minh phù hợp với chính sách của nhà nước và định hướng phát triển của địa phương	1	2	3	4	5
46. Phát triển điểm đến du lịch thông minh dựa trên nền tảng của cơ sở hạ tầng thông minh	1	2	3	4	5
47. Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến lợi ích xã hội	1	2	3	4	5
48. Phát triển điểm đến du lịch thông minh quan tâm đến lợi ích môi trường	1	2	3	4	5
49. Phát triển điểm đến du lịch thông minh chú trọng đến trải nghiệm của du khách	1	2	3	4	5

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN

Phụ lục 6: Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức

Phụ lục 6.1: Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach's alpha

Tài nguyên du lịch

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TN1	11.19	4.097	.753	.866
TN2	11.10	4.063	.756	.864
TN3	11.06	3.978	.773	.858
TN4	11.14	3.849	.770	.859

Nguồn nhân lực du lịch thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NL1	11.06	4.086	.680	.817
NL2	11.09	4.001	.677	.818
NL3	11.08	3.850	.715	.802

NL4	11.10	3.983	.697	.810
-----	-------	-------	------	------

Cư dân thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CD1	7.57	1.988	.770	.833
CD2	7.52	1.913	.768	.834
CD3	7.56	1.918	.773	.829

Du khách thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DK1	10.86	4.256	.769	.850
Dk2	10.85	4.142	.778	.847
DK3	10.81	4.155	.776	.848
DK4	10.77	4.668	.699	.877

Hệ thống hạ tầng thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HT1	17.69	13.156	.701	.883
HT2	17.68	12.975	.769	.873
HT3	17.73	13.279	.749	.876
HT4	17.84	13.151	.709	.882
HT5	17.83	13.415	.704	.883
HT6	17.63	12.992	.713	.882

Môi trường thông minh (lần 1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MT1	14.22	5.964	.679	.688
MT2	14.19	6.027	.697	.685
MT3	14.16	6.157	.696	.688
MT4	14.25	6.099	.677	.692

MT5	14.38	7.603	.149	.881
-----	-------	-------	------	------

Môi trường thông minh (lần 2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MT1	10.80	4.295	.757	.841
MT2	10.77	4.464	.734	.850
MT3	10.74	4.589	.731	.851
MT4	10.83	4.440	.745	.845

Dân cư thông minh (lần 1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC1	10.94	4.647	.162	.898
DC2	11.02	3.208	.726	.611
DC3	10.99	3.294	.703	.626
DC4	11.03	3.091	.745	.596

Dân cư thông minh (lần 2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC2	7.30	2.145	.822	.835
DC3	7.27	2.228	.790	.862
DC4	7.31	2.138	.785	.867

Nền kinh tế thông minh (lần 1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KT1	14.35	5.654	.660	.665
KT2	14.35	5.643	.683	.657
KT3	14.16	6.271	.592	.696
KT4	14.23	5.976	.637	.678
KT5	14.23	7.876	.136	.843

Nền Kinh tế thông minh (lần 2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KT1	10.76	4.413	.709	.787
KT2	10.75	4.408	.731	.776
KT3	10.56	5.042	.615	.826
KT4	10.63	4.787	.657	.809

Cuộc sống thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	11.12	4.041	.632	.840
CS2	10.92	3.739	.697	.814
CS3	11.07	3.750	.725	.802
CS4	11.02	3.675	.732	.799

Quản trị thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QT1	14.65	6.198	.702	.788
QT2	14.69	6.093	.691	.790
QT3	14.75	6.194	.696	.789
QT4	14.72	6.100	.769	.771
QT5	14.71	6.974	.389	.877

Phát triển điểm đến du lịch thông minh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DD1	14.67	6.546	.728	.864
DD2	14.63	6.308	.749	.860
DD3	14.63	6.509	.742	.861
DD4	14.70	6.680	.705	.870
DD5	14.64	6.769	.722	.866

Phụ lục 6.2: Kết quả kiểm định EFA và CFA mô hình tới hạn

Phụ lục 6.2.1. Kết quả kiểm định EFA

EFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (lần 1)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.938
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12699.607
	df	820
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumul ative %
1	14.840	36.195	36.195	14.840	36.195	36.195	4.315	10.524	10.524
2	2.570	6.269	42.464	2.570	6.269	42.464	3.145	7.672	18.196
3	2.064	5.033	47.497	2.064	5.033	47.497	3.113	7.593	25.790
4	1.747	4.260	51.757	1.747	4.260	51.757	3.030	7.391	33.180
5	1.697	4.138	55.896	1.697	4.138	55.896	2.966	7.233	40.414
6	1.625	3.963	59.859	1.625	3.963	59.859	2.845	6.940	47.353
7	1.511	3.685	63.544	1.511	3.685	63.544	2.793	6.812	54.165
8	1.402	3.421	66.964	1.402	3.421	66.964	2.755	6.719	60.884
9	1.220	2.975	69.939	1.220	2.975	69.939	2.587	6.311	67.194
10	1.108	2.702	72.641	1.108	2.702	72.641	2.233	5.447	72.641
11	.822	2.005	74.646						
12	.709	1.729	76.375						
13	.643	1.569	77.944						
14	.573	1.397	79.342						
15	.502	1.225	80.567						

16	.488	1.190	81.757					
17	.459	1.120	82.877					
18	.454	1.107	83.984					
19	.430	1.048	85.031					
20	.413	1.007	86.038					
21	.404	.984	87.023					
22	.391	.954	87.976					
23	.377	.921	88.897					
24	.355	.866	89.763					
25	.337	.822	90.585					
26	.318	.777	91.362					
27	.309	.754	92.116					
28	.296	.722	92.838					
29	.290	.708	93.545					
30	.287	.700	94.245					
31	.269	.656	94.901					
32	.262	.639	95.540					
33	.247	.603	96.143					
34	.238	.581	96.724					
35	.214	.523	97.247					
36	.204	.496	97.743					
37	.200	.488	98.232					
38	.193	.470	98.701					
39	.188	.458	99.160					
40	.179	.437	99.597					
41	.165	.403	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HT3	.799									
HT2	.794									
HT5	.765									
HT4	.765									
HT6	.742									
HT1	.714									
DK2		.815								
Dk3		.813								
DK1		.778								
DK4		.725								
QT4			.772							
QT1			.761							
QT2			.758							
QT3			.750							
QT5										
MT4				.793						
MT1				.782						
MT2				.746						
MT3				.720						
TN3					.781					
TN4					.746					
TN1					.731					
TN2					.702					
NL3						.782				

NL4					.740				
NL2					.668				
NL1					.658				
CS1						.762			
CS3						.744			
CS4						.712			
CS2						.703			
KT1							.804		
KT2							.789		
KT4							.690		
KT3							.684		
CD2								.814	
CD3								.778	
CD1								.776	
DC2									.776
DC3									.734
DC4									.728

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

EFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh (lần 2)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.937
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12531.228
	df	780
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	14.626	36.566	36.566	14.626	36.566	36.566	4.311	10.779	10.779
2	2.565	6.413	42.978	2.565	6.413	42.978	3.138	7.844	18.623
3	2.063	5.158	48.137	2.063	5.158	48.137	3.028	7.571	26.194
4	1.744	4.359	52.496	1.744	4.359	52.496	2.980	7.450	33.644
5	1.676	4.190	56.686	1.676	4.190	56.686	2.947	7.368	41.012
6	1.618	4.045	60.731	1.618	4.045	60.731	2.818	7.046	48.058
7	1.506	3.764	64.495	1.506	3.764	64.495	2.793	6.982	55.040
8	1.386	3.465	67.960	1.386	3.465	67.960	2.769	6.923	61.963
9	1.202	3.005	70.965	1.202	3.005	70.965	2.462	6.156	68.119
10	1.106	2.766	73.731	1.106	2.766	73.731	2.245	5.612	73.731
11	.716	1.791	75.522						
12	.680	1.700	77.222						
13	.585	1.461	78.683						
14	.507	1.268	79.951						
15	.498	1.246	81.197						
16	.460	1.149	82.346						
17	.455	1.136	83.483						
18	.430	1.074	84.557						
19	.424	1.059	85.616						
20	.404	1.010	86.626						
21	.392	.979	87.605						
22	.378	.944	88.549						

23	.356	.891	89.439						
24	.341	.854	90.293						
25	.318	.796	91.089						
26	.309	.774	91.863						
27	.303	.758	92.621						
28	.295	.738	93.358						
29	.287	.718	94.076						
30	.270	.674	94.750						
31	.262	.655	95.405						
32	.251	.627	96.033						
33	.240	.601	96.634						
34	.214	.536	97.170						
35	.205	.512	97.682						
36	.201	.504	98.186						
37	.193	.482	98.667						
38	.189	.471	99.139						
39	.179	.448	99.587						
40	.165	.413	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HT3	.799									
HT2	.794									
HT5	.766									
HT4	.765									
HT6	.743									
HT1	.714									
Dk2		.817								
Dk3		.814								

[illegible]

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Phụ lục 6.2.2: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả CFA các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển điểm đến du lịch thông minh

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT5 <--- HT	1.000				
HT4 <--- HT	1.064	.067	15.885	***	
HT3 <--- HT	1.068	.063	17.062	***	
HT6 <--- HT	1.112	.069	16.178	***	
HT2 <--- HT	1.149	.065	17.692	***	
HT1 <--- HT	1.112	.067	16.506	***	
TN3 <--- TN	1.000				
TN1 <--- TN	.955	.047	20.191	***	
TN4 <--- TN	1.050	.051	20.715	***	
TN2 <--- TN	.990	.047	20.936	***	
DK3 <--- DK	1.000				
DK1 <--- DK	.972	.046	21.193	***	
DK2 <--- DK	1.012	.047	21.448	***	
DK4 <--- DK	.807	.044	18.438	***	
NL2 <--- NL	1.000				
NL1 <--- NL	.979	.059	16.508	***	
NL3 <--- NL	1.042	.063	16.610	***	
NL4 <--- NL	1.000	.061	16.465	***	
QT3 <--- QT	1.000				

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
QT2 <--- QT	1.020	.055	18.464	***	
QT4 <--- QT	1.002	.051	19.801	***	
QT1 <--- QT	.956	.053	18.003	***	
KT1 <--- KT	1.000				
KT2 <--- KT	1.024	.056	18.275	***	
KT3 <--- KT	.758	.051	14.742	***	
KT4 <--- KT	.863	.053	16.202	***	
CS1 <--- CS	1.000				
CS3 <--- CS	1.240	.082	15.111	***	
CS4 <--- CS	1.307	.085	15.439	***	
CS2 <--- CS	1.213	.084	14.505	***	
CD2 <--- CD	1.000				
CD3 <--- CD	1.020	.048	21.341	***	
CD1 <--- CD	.971	.046	21.009	***	
MT3 <--- MT	1.000				
MT4 <--- MT	1.049	.056	18.871	***	
MT1 <--- MT	1.112	.057	19.342	***	
MT2 <--- MT	1.038	.056	18.605	***	
DC4 <--- DC	1.000				
DC3 <--- DC	.951	.041	23.228	***	
DC2 <--- DC	1.001	.041	24.425	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
HT5 <--- HT	.732
HT4 <--- HT	.744
HT3 <--- HT	.798
HT6 <--- HT	.757
HT2 <--- HT	.827
HT1 <--- HT	.772

	Estimate
TN3 <--- TN	.824
TN1 <--- TN	.809
TN4 <--- TN	.824
TN2 <--- TN	.830
DK3 <--- DK	.834
DK1 <--- DK	.835
DK2 <--- DK	.842
DK4 <--- DK	.754
NL2 <--- NL	.760
NL1 <--- NL	.770
NL3 <--- NL	.775
NL4 <--- NL	.768
QT3 <--- QT	.802
QT2 <--- QT	.789
QT4 <--- QT	.838
QT1 <--- QT	.773
KT1 <--- KT	.793
KT2 <--- KT	.827
KT3 <--- KT	.675
KT4 <--- KT	.735
CS1 <--- CS	.671
CS3 <--- CS	.808
CS4 <--- CS	.833
CS2 <--- CS	.767
CD2 <--- CD	.834
CD3 <--- CD	.856
CD1 <--- CD	.843
MT3 <--- MT	.798
MT4 <--- MT	.806

	Estimate
MT1 <--- MT	.823
MT2 <--- MT	.796
DC4 <--- DC	.857
DC3 <--- DC	.853
DC2 <--- DC	.884

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT <--> TN	.185	.024	7.887	***	
HT <--> DK	.161	.024	6.660	***	
HT <--> NL	.171	.023	7.407	***	
HT <--> QT	.159	.023	6.937	***	
HT <--> KT	.204	.027	7.491	***	
HT <--> CS	.152	.020	7.564	***	
HT <--> CD	.180	.024	7.550	***	
HT <--> MT	.182	.024	7.719	***	
HT <--> DC	.212	.026	8.094	***	
TN <--> DK	.207	.025	8.341	***	
TN <--> NL	.213	.024	8.917	***	
TN <--> QT	.216	.024	8.966	***	
TN <--> KT	.200	.026	7.616	***	
TN <--> CS	.185	.021	8.799	***	
TN <--> CD	.230	.025	9.316	***	
TN <--> MT	.222	.024	9.182	***	
TN <--> DC	.273	.027	10.019	***	
DK <--> NL	.232	.026	8.910	***	
DK <--> QT	.208	.025	8.222	***	
DK <--> KT	.241	.029	8.201	***	
DK <--> CS	.164	.021	7.770	***	
DK <--> CD	.176	.025	7.153	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
DK <--> MT	.202	.025	8.093	***	
DK <--> DC	.214	.027	7.914	***	
NL <--> QT	.201	.024	8.454	***	
NL <--> KT	.215	.027	7.976	***	
NL <--> CS	.173	.021	8.386	***	
NL <--> CD	.190	.024	8.059	***	
NL <--> MT	.207	.024	8.656	***	
NL <--> DC	.257	.027	9.466	***	
QT <--> KT	.229	.028	8.292	***	
QT <--> CS	.158	.020	7.918	***	
QT <--> CD	.178	.023	7.614	***	
QT <--> MT	.200	.024	8.439	***	
QT <--> DC	.225	.026	8.656	***	
KT <--> CS	.164	.022	7.324	***	
KT <--> CD	.197	.027	7.332	***	
KT <--> MT	.219	.027	8.087	***	
KT <--> DC	.211	.029	7.351	***	
CS <--> CD	.139	.019	7.176	***	
CS <--> MT	.156	.020	7.868	***	
CS <--> DC	.213	.024	9.059	***	
CD <--> MT	.182	.023	7.790	***	
CD <--> DC	.251	.027	9.280	***	
MT <--> DC	.226	.026	8.725	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
HT <--> TN	.478
HT <--> DK	.381
HT <--> NL	.458
HT <--> QT	.407

	Estimate
HT <--> KT	.460
HT <--> CS	.493
HT <--> CD	.452
HT <--> MT	.471
HT <--> DC	.489
TN <--> DK	.496
TN <--> NL	.578
TN <--> QT	.561
TN <--> KT	.456
TN <--> CS	.606
TN <--> CD	.584
TN <--> MT	.582
TN <--> DC	.638
DK <--> NL	.576
DK <--> QT	.495
DK <--> KT	.502
DK <--> CS	.494
DK <--> CD	.409
DK <--> MT	.485
DK <--> DC	.457
NL <--> QT	.544
NL <--> KT	.509
NL <--> CS	.592
NL <--> CD	.501
NL <--> MT	.564
NL <--> DC	.623
QT <--> KT	.520
QT <--> CS	.519
QT <--> CD	.450

	Estimate
QT <--> MT	.524
QT <--> DC	.525
KT <--> CS	.470
KT <--> CD	.436
KT <--> MT	.503
KT <--> DC	.430
CS <--> CD	.443
CS <--> MT	.514
CS <--> DC	.626
CD <--> MT	.464
CD <--> DC	.570
MT <--> DC	.531

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT	.393	.044	9.011	***	
TN	.383	.036	10.712	***	
DK	.457	.042	10.859	***	
NL	.355	.038	9.307	***	
QT	.385	.038	10.177	***	
KT	.502	.051	9.824	***	
CS	.242	.031	7.906	***	
CD	.405	.038	10.759	***	
MT	.379	.038	10.111	***	
DC	.479	.042	11.389	***	
e1	.341	.025	13.627	***	
e2	.359	.027	13.482	***	
e3	.257	.020	12.647	***	
e4	.361	.027	13.310	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e5	.241	.020	11.977	***	
e6	.329	.025	13.092	***	
e12	.180	.015	11.977	***	
e13	.184	.015	12.368	***	
e14	.200	.017	11.991	***	
e15	.169	.014	11.811	***	
e16	.200	.017	11.405	***	
e17	.188	.017	11.395	***	
e18	.192	.017	11.135	***	
e19	.226	.017	13.180	***	
e20	.260	.021	12.380	***	
e21	.233	.019	12.163	***	
e22	.256	.021	12.060	***	
e23	.246	.020	12.205	***	
e24	.213	.018	11.916	***	
e25	.243	.020	12.237	***	
e26	.165	.015	10.835	***	
e27	.238	.019	12.575	***	
e28	.296	.026	11.298	***	
e29	.243	.024	10.158	***	
e30	.344	.026	13.468	***	
e31	.319	.025	12.632	***	
e32	.296	.021	13.754	***	
e33	.198	.017	11.407	***	
e34	.183	.017	10.595	***	
e35	.249	.020	12.416	***	
e36	.178	.016	10.891	***	
e37	.154	.015	9.951	***	
e38	.155	.015	10.513	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e39	.216	.018	12.118	***	
e40	.225	.019	11.929	***	
e41	.224	.020	11.452	***	
e42	.236	.019	12.160	***	
e43	.173	.016	11.033	***	
e44	.162	.015	11.203	***	
e45	.134	.014	9.736	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
DC2	.781
DC3	.727
DC4	.734
MT 2	.634
MT 1	.677
MT 4	.649
MT 3	.637
CD1	.711
CD3	.733
CD2	.695
CS2	.588
CS4	.693
CS3	.653
CS1	.450
KT4	.540
KT3	.456

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
DC3	.951	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	1.038	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	1.112	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	1.049	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.971	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	1.213	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	1.307	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	1.240	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.863	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.758	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	1.024	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	1.002	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.042	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.979	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.807	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.012	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.972	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.990	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.050	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.955	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.112
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.149
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.112
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.068
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.064
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
DC2	.884	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.853	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	.857	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	.796	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	.823	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	.806	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	.798	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.843	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	.856	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	.834	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.767	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.833	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.808	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.671	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.735	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.675	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.827	.000	.000	.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.112
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.149
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.112
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.068
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.064
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
DC2	.884	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.853	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	.857	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	.796	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	.823	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	.806	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	.798	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.843	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	.856	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	.834	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.767	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.833	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.808	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.671	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.735	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.675	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.827	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	.793	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.773	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.838	.000	.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	125	1332.611	695	.000	1.917
Saturated model	820	.000	0		
Independence model	40	12912.320	780	.000	16.554

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.023	.876	.854	.743
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.224	.164	.121	.156

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.897	.884	.948	.941	.947
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.891	.799	.844
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	637.611	538.220	744.789
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	12132.320	11767.405	12503.647

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.776	1.328	1.121	1.552
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	26.901	25.276	24.515	26.049

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.044	.040	.047	.998
Independence model	.180	.177	.183	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1582.611	1605.960	2104.595	2229.595

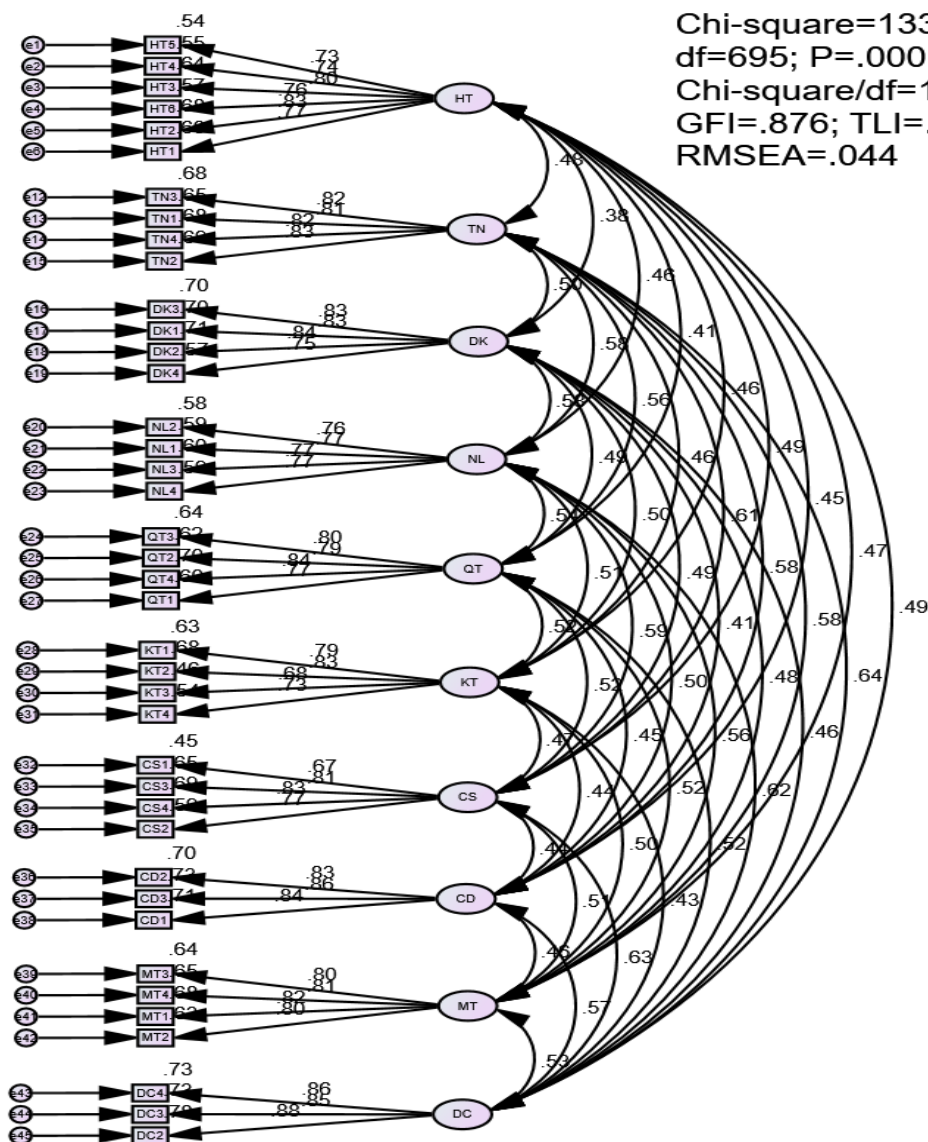
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Saturated model	1640.000	1793.166	5064.211	5884.211
Independence model	12992.320	12999.792	13159.355	13199.355

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.297	3.090	3.520	3.346
Saturated model	3.417	3.417	3.417	3.736
Independence model	27.067	26.307	27.841	27.083

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	273	283
Independence model	32	33



Chi-square=1332.611
df=695; P=.000
Chi-square/df=1.917
GFI=.876; TLI=.941; CFI=.947
RMSEA=.044

Kết quả kiểm định CFA mô hình tối hạn

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT5 <--- HT	1.000				
HT4 <--- HT	1.064	.067	15.944	***	
HT3 <--- HT	1.066	.062	17.107	***	
HT6 <--- HT	1.109	.068	16.203	***	
HT2 <--- HT	1.147	.065	17.733	***	
HT1 <--- HT	1.109	.067	16.520	***	
DD3 <--- DD	1.000				
DD2 <--- DD	1.045	.054	19.476	***	
DD1 <--- DD	.988	.051	19.352	***	
DD4 <--- DD	.932	.051	18.365	***	
DD5 <--- DD	.885	.049	18.216	***	
TN3 <--- TN	1.000				
TN1 <--- TN	.956	.047	20.209	***	
TN4 <--- TN	1.053	.051	20.762	***	
TN2 <--- TN	.989	.047	20.880	***	
DK3 <--- DK	1.000				
DK1 <--- DK	.969	.046	21.204	***	
DK2 <--- DK	1.011	.047	21.500	***	
DK4 <--- DK	.807	.044	18.494	***	
NL2 <--- NL	1.000				
NL1 <--- NL	.970	.058	16.597	***	
NL3 <--- NL	1.037	.062	16.769	***	
NL4 <--- NL	.990	.060	16.529	***	
QT3 <--- QT	1.000				

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
QT2 <--- QT	1.020	.055	18.494	***	
QT4 <--- QT	1.001	.051	19.811	***	
QT1 <--- QT	.956	.053	18.022	***	
KT1 <--- KT	1.000				
KT2 <--- KT	1.027	.057	18.181	***	
KT3 <--- KT	.764	.052	14.752	***	
KT4 <--- KT	.872	.054	16.243	***	
CS1 <--- CS	1.000				
CS3 <--- CS	1.243	.082	15.175	***	
CS4 <--- CS	1.300	.084	15.420	***	
CS2 <--- CS	1.214	.083	14.558	***	
CD2 <--- CD	1.000				
CD3 <--- CD	1.020	.048	21.350	***	
CD1 <--- CD	.972	.046	21.014	***	
MT3 <--- MT	1.000				
MT4 <--- MT	1.046	.055	18.974	***	
MT1 <--- MT	1.101	.057	19.277	***	
MT2 <--- MT	1.040	.055	18.781	***	
DC4 <--- DC	1.000				
DC3 <--- DC	.952	.041	23.281	***	
DC2 <--- DC	.999	.041	24.425	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
HT5 <--- HT	.733
HT4 <--- HT	.745
HT3 <--- HT	.798
HT6 <--- HT	.757
HT2 <--- HT	.826
HT1 <--- HT	.771

	Estimate
DD3 <--- DD	.805
DD2 <--- DD	.798
DD1 <--- DD	.794
DD4 <--- DD	.763
DD5 <--- DD	.759
TN3 <--- TN	.824
TN1 <--- TN	.809
TN4 <--- TN	.826
TN2 <--- TN	.829
DK3 <--- DK	.835
DK1 <--- DK	.833
DK2 <--- DK	.842
DK4 <--- DK	.754
NL2 <--- NL	.764
NL1 <--- NL	.768
NL3 <--- NL	.776
NL4 <--- NL	.765
QT3 <--- QT	.803
QT2 <--- QT	.789
QT4 <--- QT	.837
QT1 <--- QT	.773
KT1 <--- KT	.789
KT2 <--- KT	.826
KT3 <--- KT	.677
KT4 <--- KT	.739
CS1 <--- CS	.672
CS3 <--- CS	.811
CS4 <--- CS	.829
CS2 <--- CS	.769

	Estimate
CD2 <--- CD	.834
CD3 <--- CD	.856
CD1 <--- CD	.843
MT3 <--- MT	.800
MT4 <--- MT	.806
MT1 <--- MT	.817
MT2 <--- MT	.799
DC4 <--- DC	.857
DC3 <--- DC	.853
DC2 <--- DC	.883

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT <--> DD	.228	.025	9.023	***	
HT <--> TN	.186	.024	7.890	***	
HT <--> DK	.162	.024	6.665	***	
HT <--> NL	.173	.023	7.421	***	
HT <--> QT	.159	.023	6.940	***	
HT <--> KT	.204	.027	7.494	***	
HT <--> CS	.153	.020	7.569	***	
HT <--> CD	.181	.024	7.553	***	
HT <--> MT	.183	.024	7.725	***	
HT <--> DC	.213	.026	8.100	***	
DD <--> TN	.260	.025	10.250	***	
DD <--> DK	.258	.027	9.683	***	
DD <--> NL	.259	.026	9.995	***	
DD <--> QT	.242	.025	9.656	***	
DD <--> KT	.269	.029	9.387	***	
DD <--> CS	.203	.022	9.256	***	
DD <--> CD	.226	.025	9.214	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
DD <--> MT	.256	.026	10.018	***	
DD <--> DC	.286	.028	10.284	***	
TN <--> DK	.207	.025	8.342	***	
TN <--> NL	.214	.024	8.935	***	
TN <--> QT	.215	.024	8.967	***	
TN <--> KT	.199	.026	7.611	***	
TN <--> CS	.184	.021	8.797	***	
TN <--> CD	.230	.025	9.313	***	
TN <--> MT	.223	.024	9.198	***	
TN <--> DC	.273	.027	10.016	***	
DK <--> NL	.233	.026	8.933	***	
DK <--> QT	.208	.025	8.225	***	
DK <--> KT	.240	.029	8.196	***	
DK <--> CS	.165	.021	7.768	***	
DK <--> CD	.176	.025	7.153	***	
DK <--> MT	.203	.025	8.108	***	
DK <--> DC	.214	.027	7.917	***	
NL <--> QT	.202	.024	8.471	***	
NL <--> KT	.216	.027	7.992	***	
NL <--> CS	.175	.021	8.406	***	
NL <--> CD	.191	.024	8.079	***	
NL <--> MT	.209	.024	8.683	***	
NL <--> DC	.258	.027	9.492	***	
QT <--> KT	.228	.028	8.294	***	
QT <--> CS	.159	.020	7.926	***	
QT <--> CD	.178	.023	7.614	***	
QT <--> MT	.201	.024	8.445	***	
QT <--> DC	.226	.026	8.661	***	
KT <--> CS	.163	.022	7.324	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KT <--> CD	.196	.027	7.335	***	
KT <--> MT	.219	.027	8.083	***	
KT <--> DC	.210	.029	7.351	***	
CS <--> CD	.139	.019	7.181	***	
CS <--> MT	.157	.020	7.881	***	
CS <--> DC	.213	.024	9.067	***	
CD <--> MT	.182	.023	7.802	***	
CD <--> DC	.251	.027	9.281	***	
MT <--> DC	.227	.026	8.733	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
HT <--> DD	.591
HT <--> TN	.478
HT <--> DK	.381
HT <--> NL	.458
HT <--> QT	.407
HT <--> KT	.461
HT <--> CS	.493
HT <--> CD	.452
HT <--> MT	.471
HT <--> DC	.489
DD <--> TN	.686
DD <--> DK	.621
DD <--> NL	.704
DD <--> QT	.636
DD <--> KT	.622
DD <--> CS	.672
DD <--> CD	.580
DD <--> MT	.676

	Estimate
DD <--> DC	.673
TN <--> DK	.496
TN <--> NL	.578
TN <--> QT	.561
TN <--> KT	.456
TN <--> CS	.605
TN <--> CD	.584
TN <--> MT	.583
TN <--> DC	.638
DK <--> NL	.576
DK <--> QT	.495
DK <--> KT	.503
DK <--> CS	.494
DK <--> CD	.409
DK <--> MT	.485
DK <--> DC	.457
NL <--> QT	.544
NL <--> KT	.510
NL <--> CS	.592
NL <--> CD	.501
NL <--> MT	.564
NL <--> DC	.623
QT <--> KT	.521
QT <--> CS	.519
QT <--> CD	.450
QT <--> MT	.524
QT <--> DC	.525
KT <--> CS	.470
KT <--> CD	.437

	Estimate
KT <--> MT	.503
KT <--> DC	.431
CS <--> CD	.444
CS <--> MT	.515
CS <--> DC	.626
CD <--> MT	.464
CD <--> DC	.570
MT <--> DC	.531

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT	.395	.044	9.035	***	
DD	.376	.036	10.396	***	
TN	.382	.036	10.703	***	
DK	.458	.042	10.882	***	
NL	.359	.038	9.396	***	
QT	.386	.038	10.184	***	
KT	.497	.051	9.761	***	
CS	.243	.031	7.920	***	
CD	.405	.038	10.756	***	
M T	.381	.038	10.156	***	
DC	.479	.042	11.395	***	
e1	.340	.025	13.623	***	
e2	.357	.027	13.479	***	
e3	.256	.020	12.660	***	
e4	.362	.027	13.328	***	
e5	.241	.020	12.003	***	
e6	.331	.025	13.122	***	
e7	.204	.016	12.796	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e8	.234	.018	12.930	***	
e9	.215	.017	12.997	***	
e10	.234	.017	13.462	***	
e11	.217	.016	13.522	***	
e12	.181	.015	12.013	***	
e13	.184	.015	12.370	***	
e14	.198	.017	11.969	***	
e15	.170	.014	11.874	***	
e16	.198	.017	11.401	***	
e17	.189	.017	11.462	***	
e18	.192	.017	11.168	***	
e19	.226	.017	13.184	***	
e20	.256	.021	12.326	***	
e21	.235	.019	12.250	***	
e22	.256	.021	12.084	***	
e23	.249	.020	12.311	***	
e24	.213	.018	11.929	***	
e25	.242	.020	12.244	***	
e26	.165	.015	10.879	***	
e27	.238	.019	12.588	***	
e28	.301	.026	11.442	***	
e29	.245	.024	10.254	***	
e30	.342	.025	13.455	***	
e31	.315	.025	12.577	***	
e32	.295	.021	13.757	***	
e33	.196	.017	11.366	***	
e34	.187	.017	10.775	***	
e35	.248	.020	12.402	***	
e36	.178	.016	10.913	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e37	.154	.015	9.955	***	
e38	.155	.015	10.522	***	
e39	.214	.018	12.103	***	
e40	.225	.019	11.951	***	
e41	.231	.020	11.661	***	
e42	.233	.019	12.118	***	
e43	.173	.016	11.049	***	
e44	.162	.014	11.195	***	
e45	.135	.014	9.815	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
DC2	.780
DC3	.728
DC4	.735
MT 2	.639
MT 1	.667
MT 4	.650
MT 3	.640
CD1	.711
CD3	.733
CD2	.695
CS2	.591
CS4	.687
CS3	.657
CS1	.451
KT4	.546

	Estimate
KT3	.459
KT2	.682
KT1	.623
QT1	.597
QT4	.701
QT2	.623
QT3	.644
NL4	.585
NL3	.601
NL1	.590
NL2	.584
DK4	.569
DK2	.709
DK1	.694
DK3	.697
TN2	.687
TN4	.681
TN1	.655
TN3	.679
DD5	.575
DD4	.583
DD1	.631
DD2	.637
DD3	.649
HT1	.595
HT2	.683
HT6	.573
HT3	.636
HT4	.555

	Estimate
HT5	.537

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	DD	HT
DC2	.999	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.952	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	1.040	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	1.101	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	1.046	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.972	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	1.214	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	1.300	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	1.243	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.872	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	1.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	1.001	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.990	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.037	.000	.000	.000	.000

[illegible]

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

[illegible]

[illegible]

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	DD	HT
DC2	.999	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.952	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	1.00 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	1.04 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	1.10 1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	1.04 6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	1.00 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.972	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	1.02 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	1.00 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	1.21 4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	1.30 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	1.24 3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	1.00 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.872	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	1.02 7	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	1.00 0	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000	.000	.000	.000

[illegible]

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	DD	HT
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.066
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.064
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	DD	HT
DC2	.883	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.853	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	.857	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	.799	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	.817	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	.806	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	.800	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.843	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	.856	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	.834	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.769	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.829	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.811	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.672	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.739	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.677	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.826	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.773	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.837	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	.803	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.765	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.776	.000	.000	.000	.000

[illegible]

[illegible]

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	145	1643.588	890	.000	1.847
Saturated model	1035	.000	0		
Independence model	45	14970.833	990	.000	15.122

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.022	.867	.846	.746
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.230	.139	.100	.133

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.890	.878	.946	.940	.946
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.899	.800	.851
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	753.588	643.568	871.412
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	13980.833	13588.250	14379.841

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	3.424	1.570	1.341	1.815
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	31.189	29.127	28.309	29.958

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.042	.039	.045	1.000
Independence model	.172	.169	.174	.000

AIC

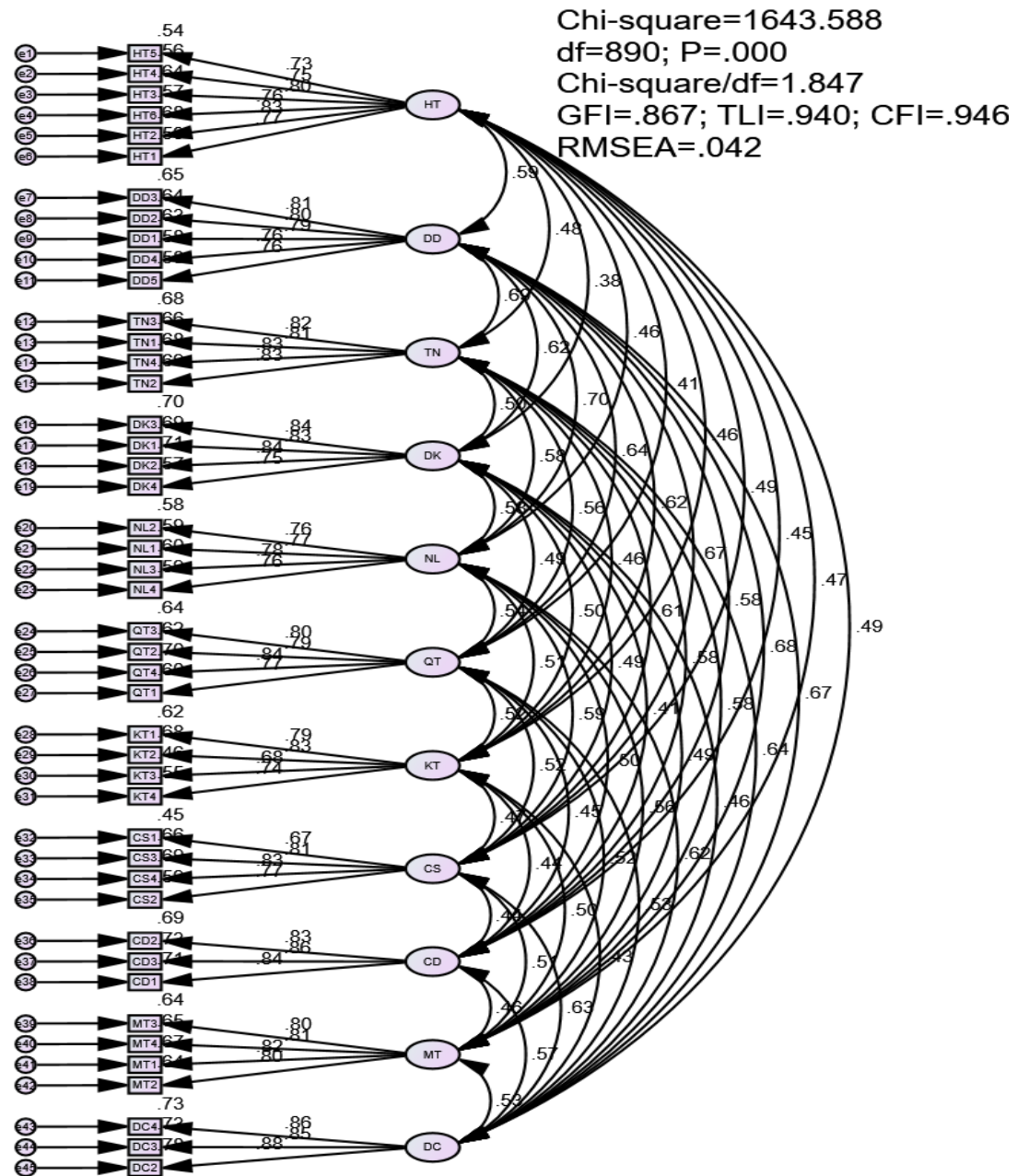
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1933.588	1964.325	2539.089	2684.089
Saturated model	2070.000	2289.401	6392.023	7427.023
Independence model	15060.833	15070.372	15248.747	15293.747

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	4.028	3.799	4.274	4.092
Saturated model	4.313	4.313	4.313	4.770
Independence model	31.377	30.559	32.208	31.397

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	281	290
Independence model	35	36



Phụ lục 6.3: Kết quả kiểm định giả thuyết

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
DD <--- QT	.094	.044	2.141	.032	
DD <--- TN	.108	.051	2.128	.033	
DD <--- NL	.151	.054	2.819	.005	
DD <--- CD	.054	.042	1.291	.197	
DD <--- DK	.108	.039	2.797	.005	
DD <--- KT	.110	.038	2.875	.004	
DD <--- DC	.090	.045	1.987	.047	
DD <--- MT	.158	.045	3.480	***	
DD <--- CS	.152	.062	2.463	.014	
DD <--- HT	.116	.039	2.962	.003	
HT5 <--- HT	1.000				
HT4 <--- HT	1.064	.067	15.944	***	
HT3 <--- HT	1.066	.062	17.107	***	
HT6 <--- HT	1.109	.068	16.203	***	
HT2 <--- HT	1.147	.065	17.733	***	
HT1 <--- HT	1.109	.067	16.520	***	
DD3 <--- DD	1.000				
DD2 <--- DD	1.045	.054	19.476	***	
DD1 <--- DD	.988	.051	19.352	***	
DD4 <--- DD	.932	.051	18.365	***	
DD5 <--- DD	.885	.049	18.216	***	
TN3 <--- TN	1.000				
TN1 <--- TN	.956	.047	20.209	***	
TN4 <--- TN	1.053	.051	20.762	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
TN2 <--- TN	.989	.047	20.880	***	
DK3 <--- DK	1.000				
DK1 <--- DK	.969	.046	21.204	***	
DK2 <--- DK	1.011	.047	21.500	***	
DK4 <--- DK	.807	.044	18.494	***	
NL2 <--- NL	1.000				
NL1 <--- NL	.970	.058	16.597	***	
NL3 <--- NL	1.037	.062	16.769	***	
NL4 <--- NL	.990	.060	16.529	***	
QT3 <--- QT	1.000				
QT2 <--- QT	1.020	.055	18.494	***	
QT4 <--- QT	1.001	.051	19.811	***	
QT1 <--- QT	.956	.053	18.022	***	
KT1 <--- KT	1.000				
KT2 <--- KT	1.027	.057	18.181	***	
KT3 <--- KT	.764	.052	14.752	***	
KT4 <--- KT	.872	.054	16.243	***	
CS1 <--- CS	1.000				
CS3 <--- CS	1.243	.082	15.175	***	
CS4 <--- CS	1.300	.084	15.420	***	
CS2 <--- CS	1.214	.083	14.558	***	
CD2 <--- CD	1.000				
CD3 <--- CD	1.020	.048	21.350	***	
CD1 <--- CD	.972	.046	21.014	***	
MT3 <--- MT	1.000				
MT4 <--- MT	1.046	.055	18.974	***	
MT1 <--- MT	1.101	.057	19.277	***	
MT2 <--- MT	1.040	.055	18.781	***	
DC4 <--- DC	1.000				

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
DC3 <--- DC	.952	.041	23.281	***	
DC2 <--- DC	.999	.041	24.425	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
DD <--- QT	.095
DD <--- TN	.109
DD <--- NL	.148
DD <--- CD	.056
DD <--- DK	.119
DD <--- KT	.127
DD <--- DC	.101
DD <--- MT	.159
DD <--- CS	.122
DD <--- HT	.119
HT5 <--- HT	.733
HT4 <--- HT	.745
HT3 <--- HT	.798
HT6 <--- HT	.757
HT2 <--- HT	.826
HT1 <--- HT	.771
DD3 <--- DD	.805
DD2 <--- DD	.798
DD1 <--- DD	.794
DD4 <--- DD	.763
DD5 <--- DD	.759
TN3 <--- TN	.824
TN1 <--- TN	.809
TN4 <--- TN	.826
TN2 <--- TN	.829

	Estimate
DK3 <--- DK	.835
DK1 <--- DK	.833
DK2 <--- DK	.842
DK4 <--- DK	.754
NL2 <--- NL	.764
NL1 <--- NL	.768
NL3 <--- NL	.776
NL4 <--- NL	.765
QT3 <--- QT	.803
QT2 <--- QT	.789
QT4 <--- QT	.837
QT1 <--- QT	.773
KT1 <--- KT	.789
KT2 <--- KT	.826
KT3 <--- KT	.677
KT4 <--- KT	.739
CS1 <--- CS	.672
CS3 <--- CS	.811
CS4 <--- CS	.829
CS2 <--- CS	.769
CD2 <--- CD	.834
CD3 <--- CD	.856
CD1 <--- CD	.843
MT3 <--- MT	.800
MT4 <--- MT	.806
MT1 <--- MT	.817
MT2 <--- MT	.799
DC4 <--- DC	.857
DC3 <--- DC	.853

	Estimate
DC2 <--- DC	.883

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
TN <--> DK	.207	.025	8.342	***	
TN <--> NL	.214	.024	8.935	***	
TN <--> KT	.199	.026	7.611	***	
TN <--> CS	.184	.021	8.797	***	
TN <--> CD	.230	.025	9.313	***	
TN <--> MT	.223	.024	9.198	***	
TN <--> DC	.273	.027	10.016	***	
DK <--> KT	.240	.029	8.196	***	
DK <--> CS	.165	.021	7.768	***	
DK <--> MT	.203	.025	8.108	***	
DK <--> DC	.214	.027	7.917	***	
NL <--> KT	.216	.027	7.992	***	
NL <--> CS	.175	.021	8.406	***	
NL <--> CD	.191	.024	8.079	***	
NL <--> MT	.209	.024	8.683	***	
NL <--> DC	.258	.027	9.492	***	
QT <--> KT	.228	.028	8.294	***	
QT <--> CS	.159	.020	7.926	***	
QT <--> CD	.178	.023	7.614	***	
QT <--> MT	.201	.024	8.445	***	
QT <--> DC	.226	.026	8.661	***	
KT <--> CS	.163	.022	7.324	***	
KT <--> MT	.219	.027	8.083	***	
KT <--> DC	.210	.029	7.351	***	
CD <--> MT	.182	.023	7.802	***	
CD <--> DC	.251	.027	9.281	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
TN <--> QT	.215	.024	8.967	***	
NL <--> QT	.202	.024	8.471	***	
DK <--> QT	.208	.025	8.225	***	
HT <--> QT	.159	.023	6.940	***	
HT <--> TN	.186	.024	7.890	***	
HT <--> NL	.173	.023	7.421	***	
HT <--> CD	.181	.024	7.553	***	
HT <--> DK	.162	.024	6.665	***	
HT <--> KT	.204	.027	7.494	***	
HT <--> DC	.213	.026	8.100	***	
HT <--> MT	.183	.024	7.725	***	
HT <--> CS	.153	.020	7.569	***	
DK <--> NL	.233	.026	8.933	***	
DK <--> CD	.176	.025	7.153	***	
KT <--> CD	.196	.027	7.335	***	
CS <--> CD	.139	.019	7.181	***	
MT <--> DC	.227	.026	8.733	***	
CS <--> MT	.157	.020	7.881	***	
CS <--> DC	.213	.024	9.067	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
TN <--> DK	.496
TN <--> NL	.578
TN <--> KT	.456
TN <--> CS	.605
TN <--> CD	.584
TN <--> MT	.583
TN <--> DC	.638
DK <--> KT	.503

	Estimate
DK <--> CS	.494
DK <--> MT	.485
DK <--> DC	.457
NL <--> KT	.510
NL <--> CS	.592
NL <--> CD	.501
NL <--> MT	.564
NL <--> DC	.623
QT <--> KT	.521
QT <--> CS	.519
QT <--> CD	.450
QT <--> MT	.524
QT <--> DC	.525
KT <--> CS	.470
KT <--> MT	.503
KT <--> DC	.431
CD <--> MT	.464
CD <--> DC	.570
TN <--> QT	.561
NL <--> QT	.544
DK <--> QT	.495
HT <--> QT	.407
HT <--> TN	.478
HT <--> NL	.458
HT <--> CD	.452
HT <--> DK	.381
HT <--> KT	.461
HT <--> DC	.489
HT <--> MT	.471

	Estimate
HT <--> CS	.493
DK <--> NL	.576
DK <--> CD	.409
KT <--> CD	.437
CS <--> CD	.444
MT <--> DC	.531
CS <--> MT	.515
CS <--> DC	.626

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
HT	.395	.044	9.035	***	
TN	.382	.036	10.703	***	
DK	.458	.042	10.882	***	
NL	.359	.038	9.396	***	
QT	.386	.038	10.184	***	
KT	.497	.051	9.761	***	
CS	.243	.031	7.920	***	
CD	.405	.038	10.756	***	
MT	.381	.038	10.156	***	
DC	.479	.042	11.395	***	
e46	.093	.011	8.246	***	
e1	.340	.025	13.623	***	
e2	.357	.027	13.479	***	
e3	.256	.020	12.660	***	
e4	.362	.027	13.328	***	
e5	.241	.020	12.003	***	
e6	.331	.025	13.122	***	
e7	.204	.016	12.796	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e8	.234	.018	12.930	***	
e9	.215	.017	12.997	***	
e10	.234	.017	13.462	***	
e11	.217	.016	13.522	***	
e12	.181	.015	12.013	***	
e13	.184	.015	12.370	***	
e14	.198	.017	11.969	***	
e15	.170	.014	11.874	***	
e16	.198	.017	11.401	***	
e17	.189	.017	11.462	***	
e18	.192	.017	11.168	***	
e19	.226	.017	13.184	***	
e20	.256	.021	12.326	***	
e21	.235	.019	12.250	***	
e22	.256	.021	12.084	***	
e23	.249	.020	12.311	***	
e24	.213	.018	11.929	***	
e25	.242	.020	12.244	***	
e26	.165	.015	10.879	***	
e27	.238	.019	12.588	***	
e28	.301	.026	11.442	***	
e29	.245	.024	10.254	***	
e30	.342	.025	13.455	***	
e31	.315	.025	12.577	***	
e32	.295	.021	13.757	***	
e33	.196	.017	11.366	***	
e34	.187	.017	10.775	***	
e35	.248	.020	12.402	***	
e36	.178	.016	10.913	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e37	.154	.015	9.955	***	
e38	.155	.015	10.522	***	
e39	.214	.018	12.103	***	
e40	.225	.019	11.951	***	
e41	.231	.020	11.661	***	
e42	.233	.019	12.118	***	
e43	.173	.016	11.049	***	
e44	.162	.014	11.195	***	
e45	.135	.014	9.815	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
DD	.753
DC2	.780
DC3	.728
DC4	.735
MT2	.639
MT1	.667
MT4	.650
MT3	.640
CD1	.711
CD3	.733
CD2	.695
CS2	.591
CS4	.687
CS3	.657
CS1	.451
KT4	.546
KT3	.459

	Estimate
KT2	.682
KT1	.623
QT1	.597
QT4	.701
QT2	.623
QT3	.644
NL4	.585
NL3	.601
NL1	.590
NL2	.584
DK4	.569
DK2	.709
DK1	.694
DK3	.697
TN2	.687
TN4	.681
TN1	.655
TN3	.679
DD5	.575
DD4	.583
DD1	.631
DD2	.637
DD3	.649
HT1	.595
HT2	.683
HT6	.573
HT3	.636
HT4	.555
HT5	.537

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
DD	.090	.158	.054	.152	.110	.094	.151	.108	.108	.116	.000
DC2	.999	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.952	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	1.040	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	1.101	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	1.046	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.972	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	1.214	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	1.300	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	1.243	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.872	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	1.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	1.001	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.990	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.037	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.970	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
CD1	.000	.000	.843	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	.856	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	.834	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.769	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.829	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.811	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.672	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.739	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.677	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.826	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.773	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.837	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	.803	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.765	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.776	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.768	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.754	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.842	.000	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.833	.000	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.835	.000	.000	.000
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.829	.000	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.826	.000	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.809	.000	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.824	.000	.000
DD5	.077	.121	.042	.093	.096	.072	.112	.091	.083	.090	.759
DD4	.077	.121	.043	.093	.097	.073	.113	.091	.083	.091	.763

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
DD1	.080	.126	.044	.097	.101	.076	.117	.095	.087	.094	.794
DD2	.081	.127	.045	.097	.101	.076	.118	.095	.087	.095	.798
DD3	.081	.128	.045	.098	.102	.077	.119	.096	.088	.096	.805
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.771	.000
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.826	.000
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.757	.000
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.798	.000
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.745	.000
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.733	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
DD	.090	.158	.054	.152	.110	.094	.151	.108	.108	.116	.000
DC2	.999	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.952	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	1.040	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	1.101	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	1.046	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.972	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	1.214	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	1.300	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	1.243	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.872	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	1.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
KT1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	1.001	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	1.020	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.990	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.037	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.970	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.807	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.011	.000	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.969	.000	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.989	.000	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.053	.000	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.956	.000	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
DD5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.885
DD4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.932
DD1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.988
DD2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.045
DD3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.109	.000
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.147	.000
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.109	.000
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.066	.000
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.064	.000
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
DD	.101	.159	.056	.122	.127	.095	.148	.119	.109	.119	.000
DC2	.883	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC3	.853	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DC4	.857	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT2	.000	.799	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT1	.000	.817	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT4	.000	.806	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
MT3	.000	.800	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD1	.000	.000	.843	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD3	.000	.000	.856	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CD2	.000	.000	.834	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.769	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.829	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.811	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.672	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.739	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.677	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.826	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.773	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.837	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	.789	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	.803	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.765	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.776	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.768	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.764	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.754	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.842	.000	.000	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
CD2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
CS1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
KT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DD5	.079	.140	.048	.134	.098	.083	.134	.096	.096	.103	.000
DD4	.084	.147	.050	.142	.103	.088	.141	.101	.101	.108	.000
DD1	.089	.156	.053	.150	.109	.093	.150	.107	.107	.115	.000
DD2	.094	.165	.056	.159	.115	.098	.158	.113	.113	.121	.000

	DC	MT	CD	CS	KT	QT	NL	DK	TN	HT	DD
QT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
QT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
NL2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DK3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TN3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
DD5	.077	.121	.042	.093	.096	.072	.112	.091	.083	.090	.000
DD4	.077	.121	.043	.093	.097	.073	.113	.091	.083	.091	.000
DD1	.080	.126	.044	.097	.101	.076	.117	.095	.087	.094	.000
DD2	.081	.127	.045	.097	.101	.076	.118	.095	.087	.095	.000
DD3	.081	.128	.045	.098	.102	.077	.119	.096	.088	.096	.000
HT1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT2	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT6	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT3	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT4	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HT5	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	145	1643.588	890	.000	1.847
Saturated model	1035	.000	0		
Independence model	45	14970.833	990	.000	15.122

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.022	.867	.846	.746
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.230	.139	.100	.133

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.890	.878	.946	.940	.946
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.899	.800	.851
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	753.588	643.568	871.412
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	13980.833	13588.250	14379.841

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	3.424	1.570	1.341	1.815
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	31.189	29.127	28.309	29.958

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.042	.039	.045	1.000
Independence model	.172	.169	.174	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1933.588	1964.325	2539.089	2684.089
Saturated model	2070.000	2289.401	6392.023	7427.023
Independence model	15060.833	15070.372	15248.747	15293.747

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	4.028	3.799	4.274	4.092
Saturated model	4.313	4.313	4.313	4.770
Independence model	31.377	30.559	32.208	31.397

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	281	290
Independence model	35	36

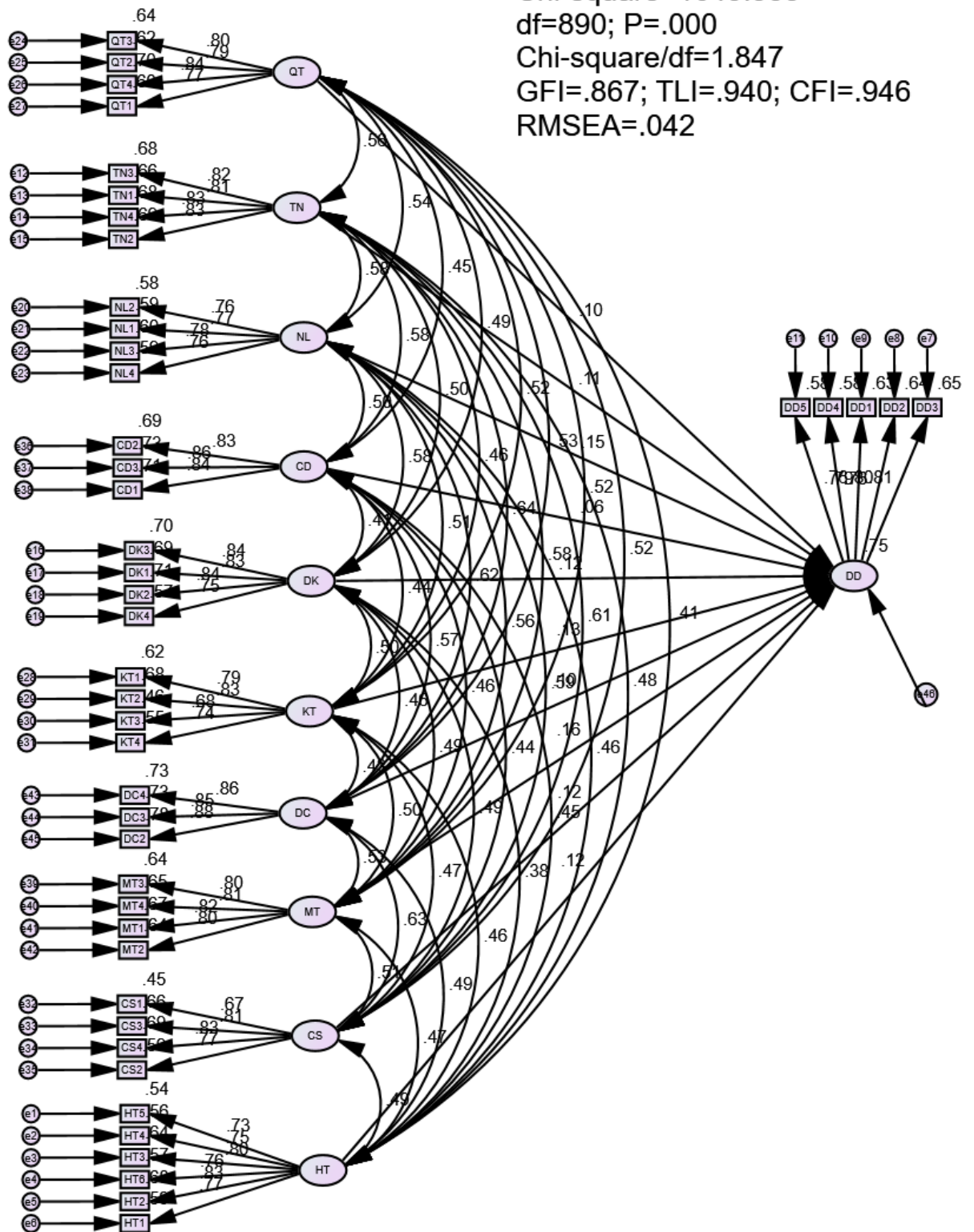
Chi-square=1643.588

df=890; P=.000

Chi-square/df=1.847

GFI=.867; TLI=.940; CFI=.946

RMSEA=.042



Phụ lục 6.4: Kết quả kiểm định Bootstrap

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
DD <--- QT	.066	.001	.093	-.002	.002
DD <--- TN	.058	.001	.109	.000	.002
DD <--- NL	.061	.001	.122	-.004	.002
DD <--- CD	.045	.001	.055	-.001	.001
DD <--- DK	.052	.001	.121	.001	.002
DD <--- KT	.051	.001	.128	.001	.002
DD <--- DC	.062	.001	.105	.004	.002
DD <--- MT	.060	.001	.158	-.001	.002
DD <--- CS	.060	.001	.125	.003	.002
DD <--- HT	.047	.001	.120	.001	.001
HT5 <--- HT	.030	.001	.731	-.002	.001
HT4 <--- HT	.029	.001	.743	-.002	.001
HT3 <--- HT	.023	.001	.795	-.002	.001
HT6 <--- HT	.028	.001	.757	.000	.001
HT2 <--- HT	.021	.000	.826	-.001	.001
HT1 <--- HT	.025	.001	.771	-.001	.001
DD3 <--- DD	.018	.000	.805	.000	.001
DD2 <--- DD	.020	.000	.797	-.001	.001
DD1 <--- DD	.019	.000	.795	.001	.001
DD4 <--- DD	.023	.001	.761	-.002	.001
DD5 <--- DD	.026	.001	.757	-.002	.001
TN3 <--- TN	.021	.000	.823	-.001	.001
TN1 <--- TN	.023	.001	.809	.000	.001
TN4 <--- TN	.019	.000	.826	.000	.001
TN2 <--- TN	.020	.000	.828	-.001	.001
DK3 <--- DK	.020	.000	.834	-.001	.001
DK1 <--- DK	.018	.000	.832	-.001	.001

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
DK2 <--- DK	.018	.000	.842	.000	.001
DK4 <--- DK	.025	.001	.754	-.001	.001
NL2 <--- NL	.023	.001	.762	-.002	.001
NL1 <--- NL	.025	.001	.768	.000	.001
NL3 <--- NL	.027	.001	.774	-.001	.001
NL4 <--- NL	.025	.001	.764	-.001	.001
QT3 <--- QT	.021	.000	.802	-.001	.001
QT2 <--- QT	.024	.001	.790	.000	.001
QT4 <--- QT	.018	.000	.835	-.002	.001
QT1 <--- QT	.024	.001	.773	.000	.001
KT1 <--- KT	.025	.001	.788	-.001	.001
KT2 <--- KT	.025	.001	.825	.000	.001
KT3 <--- KT	.033	.001	.675	-.003	.001
KT4 <--- KT	.026	.001	.738	-.001	.001
CS1 <--- CS	.029	.001	.671	.000	.001
CS3 <--- CS	.023	.001	.809	-.002	.001
CS4 <--- CS	.021	.000	.828	-.001	.001
CS2 <--- CS	.027	.001	.768	-.001	.001
CD2 <--- CD	.021	.000	.834	.000	.001
CD3 <--- CD	.022	.000	.856	.000	.001
CD1 <--- CD	.024	.001	.843	.000	.001
MT3 <--- MT	.025	.001	.799	-.001	.001
MT4 <--- MT	.024	.001	.806	.000	.001
MT1 <--- MT	.021	.000	.817	.000	.001
MT2 <--- MT	.023	.001	.799	.000	.001
DC4 <--- DC	.018	.000	.856	-.001	.001
DC3 <--- DC	.018	.000	.853	.000	.001
DC2 <--- DC	.018	.000	.881	-.002	.001

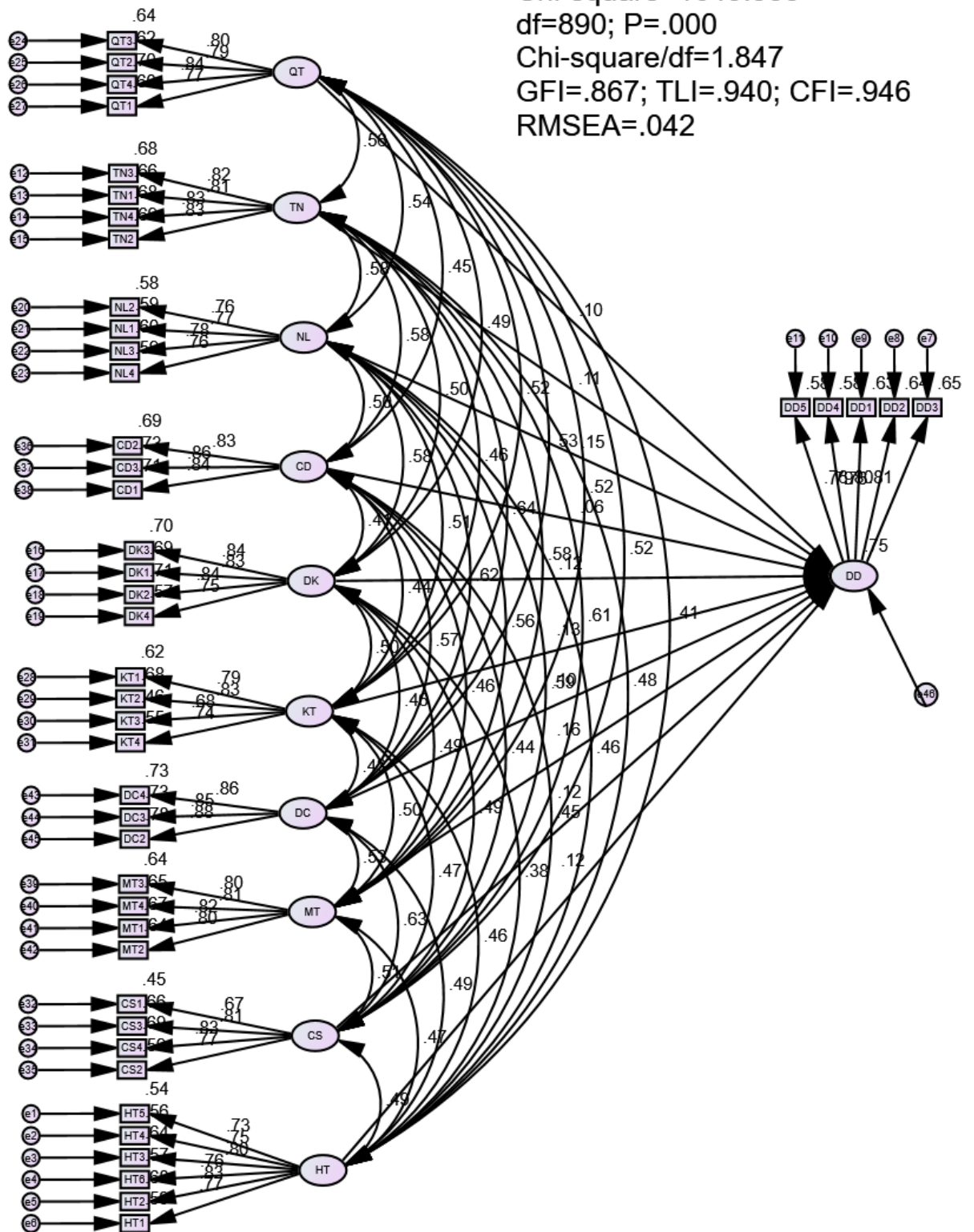
Chi-square=1643.588

df=890; P=.000

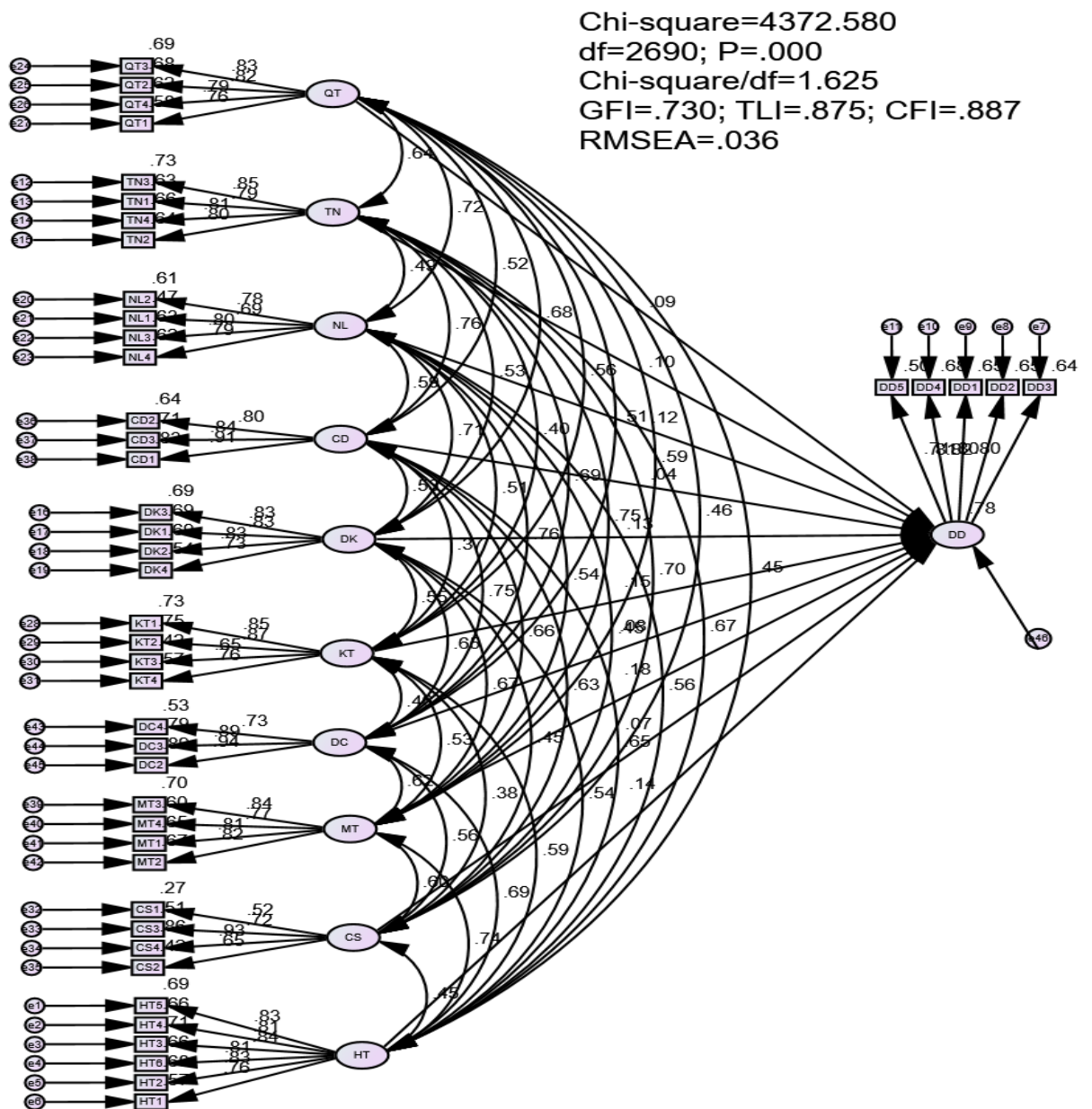
Chi-square/df=1.847

GFI=.867; TLI=.940; CFI=.946

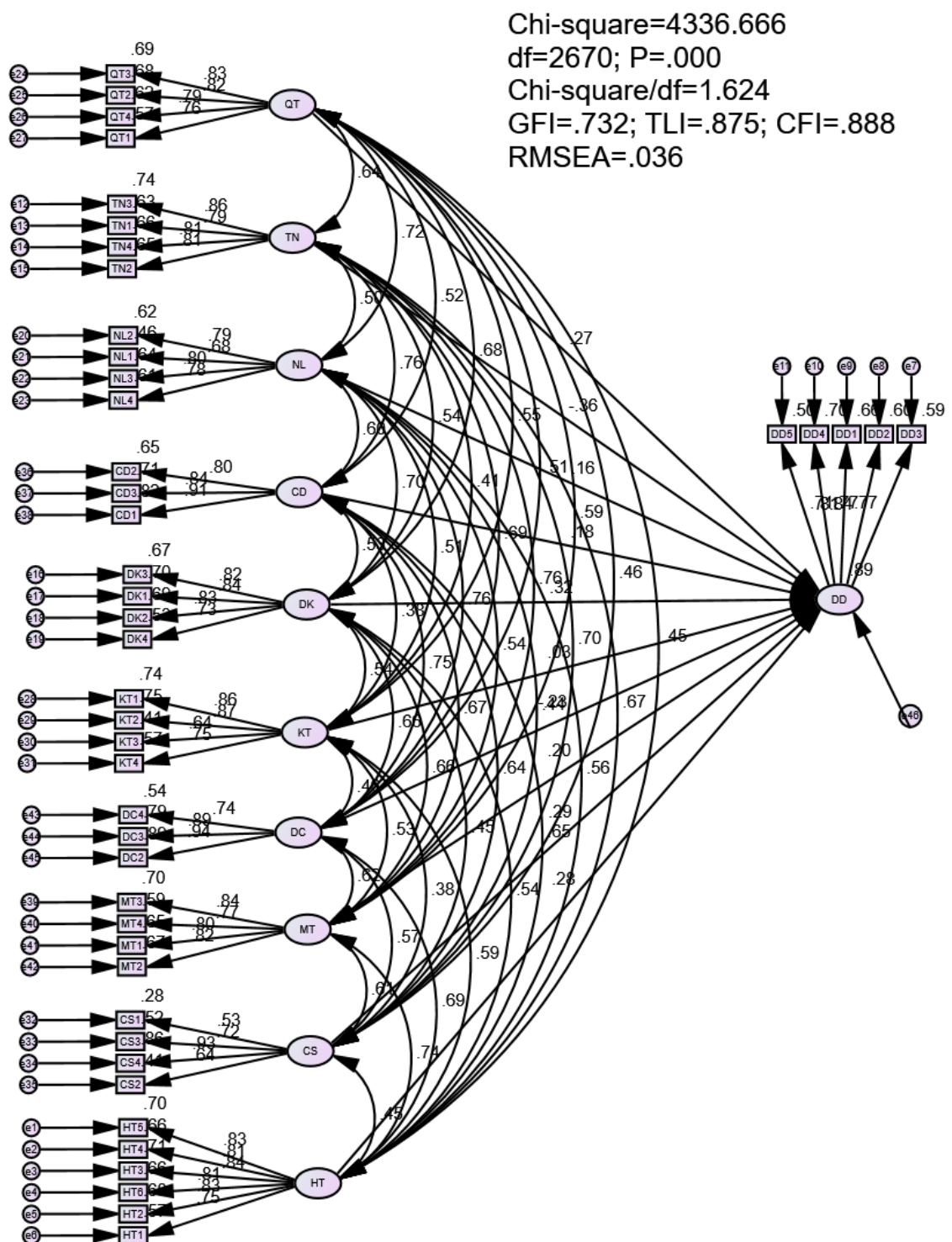
RMSEA=.042



Phụ lục 6.5: Kết quả kiểm định sự khác biệt theo thành phần tham gia khảo sát
Mô hình bất biến



Mô hình khả biến



Phụ lục 7. Tổng hợp các nghiên cứu về du lịch thông minh

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
1	Bastidas-Manzano và cộng sự (2020)	The Past, Present, and Future of Smart Tourism Destinations: A Bibliometric Analysis	Phương pháp trắc lượng thư mục khoa học	Xác định và hệ thống các công cụ, tạp chí, các chủ đề, xu hướng nghiên cứu và hệ thống các tác giả nghiên cứu liên quan đến khái niệm DLTM, đóng vai trò quan trọng hỗ trợ cho các nghiên cứu trong tương lai.
2	Ye và cộng sự (2020)	Systematic Review of Smart Tourism Research	Nghiên cứu định tính (dựa trên phân tích tần suất, từ khoá và quốc gia)	Xác định trong số các nghiên cứu về DLTM, tỷ lệ lớn nhất tập trung vào ảnh hưởng của công nghệ đến nhận thức, hành vi và trải nghiệm của khách du lịch. Nghiên cứu cũng điều tra xu hướng phát triển của các từ khóa được các học giả sử dụng, mối quan hệ hợp tác giữa

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				các quốc gia khác nhau, khu vực nghiên cứu, phương pháp và lý thuyết đã được các nghiên cứu sử dụng. Đồng thời, đưa ra một số hàm ý quan trọng cho các hướng nghiên cứu trong tương lai.
3	Gretzel và cộng sự (2015)	Smart tourism: Foundations and developments	Nghiên cứu định tính thông qua việc tổng hợp và phân tích dữ liệu	Cung cấp sự rõ ràng về định nghĩa du lịch thông minh Xác định 3 thành phần cơ bản của DLTM: các điểm đến thông minh, hệ sinh thái kinh doanh thông minh và trải nghiệm thông minh Triển vọng và hạn chế của du lịch thông minh.

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
4	Gajdosik (2018)	Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe	Phương pháp tiếp cận nghiên cứu trường hợp thông qua thu thập và phân tích dữ liệu sơ cấp và thứ cấp tại các khu vực cụ thể	Tất cả các bên liên quan trong ngành du lịch nên tham gia vào trao đổi kiến thức, hợp tác và tạo ra giá trị để hình thành một môi trường du lịch thông minh. Sự trợ giúp của công nghệ, đổi mới và hợp tác sẽ mang lại trải nghiệm du lịch tốt hơn, phúc lợi của cư dân, nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp và điểm đến, và tăng tính cạnh tranh
5	Li và cộng sự (2017)	The concept of smart tourism in the context of tourism information services	Phân tích lý thuyết	Phân tích trên về các khái niệm du lịch thông minh trong nước và quốc tế Đưa ra một khái niệm Du lịch thông

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				minh phù hợp với bối cảnh địa phương
6	Gretzel (2018)	From smart destinations to smart tourism regions	Nghiên cứu định tính thông qua việc tổng hợp và phân tích dữ liệu từ các nghiên cứu trước	Phân tích khái niệm du lịch thông minh ở cấp độ khu vực và các yếu tố thiết yếu của du lịch thông minh cũng như ứng dụng của chúng vào các điểm đến thông minh. Việc chuyển dịch phù hợp các nguyên tắc thông minh sang cấp độ khu vực là rất cần thiết khi phát triển du lịch thông minh lan rộng ra ngoài phạm vi các thành phố. Tuy nhiên cần các nghiên cứu điển hình ở cấp độ khu vực để minh họa và so sánh các cơ hội cũng như thách thức nảy sinh

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				trong thực tế khi áp dụng các nguyên tắc du lịch thông minh vào các khu vực.
7	Yalçinkaya và cộng sự (2018)	An Evaluation on Smart Tourism	Tổng quan các tài liệu	Phân tích các khái niệm về DLTM từ các nghiên cứu Từ phân tích khái niệm để rút ra 1 số yếu tố quan trọng của DLTM và điểm đến DLTM (các ứng dụng thông minh của các DN, công nghệ, lực lượng lao động) cũng như xác định 1 số thành phần bị bỏ qua (môi trường,
8	Boes và cộng sự (2016)	Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness	Phương pháp tiếp cận nghiên cứu trường hợp	Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực.

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện tính cạnh tranh của điểm đến.
9	Savić và Pavlović (2018)	Analysis of factors of smart tourism development in Serbia	Phương pháp nghiên cứu định tính, bao gồm các nghiên cứu tình huống và phỏng vấn các bên liên quan trong ngành du lịch	Xác định các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				tính cạnh tranh của điểm đến.

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2023)

Phụ lục 8. Tổng hợp các nghiên cứu về điểm đến du lịch thông minh

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
1	Buhalis và Amaranggana (2014)	Smart Tourism Destination	Tổng hợp và phân tích tài liệu	Khái niệm Điểm đến du lịch thông minh xuất hiện từ sự phát triển của các Thành phố thông minh Xác định các cơ hội và thách thức cũng như khái niệm hóa một khuôn khổ cho Điểm đến du lịch thông minh nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến. Các Điểm đến du lịch Thông minh cũng nên thực hiện tính thông minh bằng cách triển khai các ứng dụng du lịch phù hợp trong các thành phần của Thành phố Thông minh

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				Đưa sự thông minh vào các điểm đến du lịch đòi hỏi phải kết nối các bên liên quan một cách năng động thông qua một nền tảng công nghệ mà thông tin liên quan đến các hoạt động du lịch có thể được trao đổi ngay lập tức
2	Boes và cộng sự (2015)	Conceptualising smart tourism destination dimensions	Nghiên cứu trường hợp, nghiên cứu tình huống	Khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến sự thông minh của Điểm đến du lịch thông minh: khả năng lãnh đạo, đổi mới và vốn xã hội được hỗ trợ bởi vốn con người là những cấu trúc cơ bản của sự thông minh. Các ứng dụng công nghệ và ICT là những yếu

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				tổ hỗ trợ, giúp hỗ trợ các cấu trúc cốt lõi của các điểm đến thông minh. Kết quả mở ra cơ sở để thảo luận về cách chuyển đổi 'sự thông minh' sang cấp độ du lịch và điểm đến cấu trúc cơ bản của Điểm đến du lịch thông minh trước hết là vốn con người, tạo thành nền tảng cho sự lãnh đạo, tinh thần kinh doanh và đổi mới, và các cấu trúc vốn xã hội. Sau đó, chúng được hỗ trợ và kích hoạt thông qua các ứng dụng công nghệ và cơ sở hạ tầng ICT Xây dựng khung lý thuyết cho sự thông

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
				minh ở các thành phố và điểm đến du lịch
3	Savić và Pavlović (2018)	Analysis of factors of smart tourism development in Serbia	Phương pháp nghiên cứu định tính, bao gồm các nghiên cứu tình huống và phỏng vấn các bên liên quan trong ngành du lịch	Xác định các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện tính cạnh tranh của điểm đến.
4	Boes và cộng sự (2016)	Smart tourism destinations: ecosystems for	Phương pháp tiếp cận nghiên cứu trường hợp	Xác định các thành phần của điểm đến du lịch thông minh gồm ICT, Khả năng lãnh đạo, đổi mới và

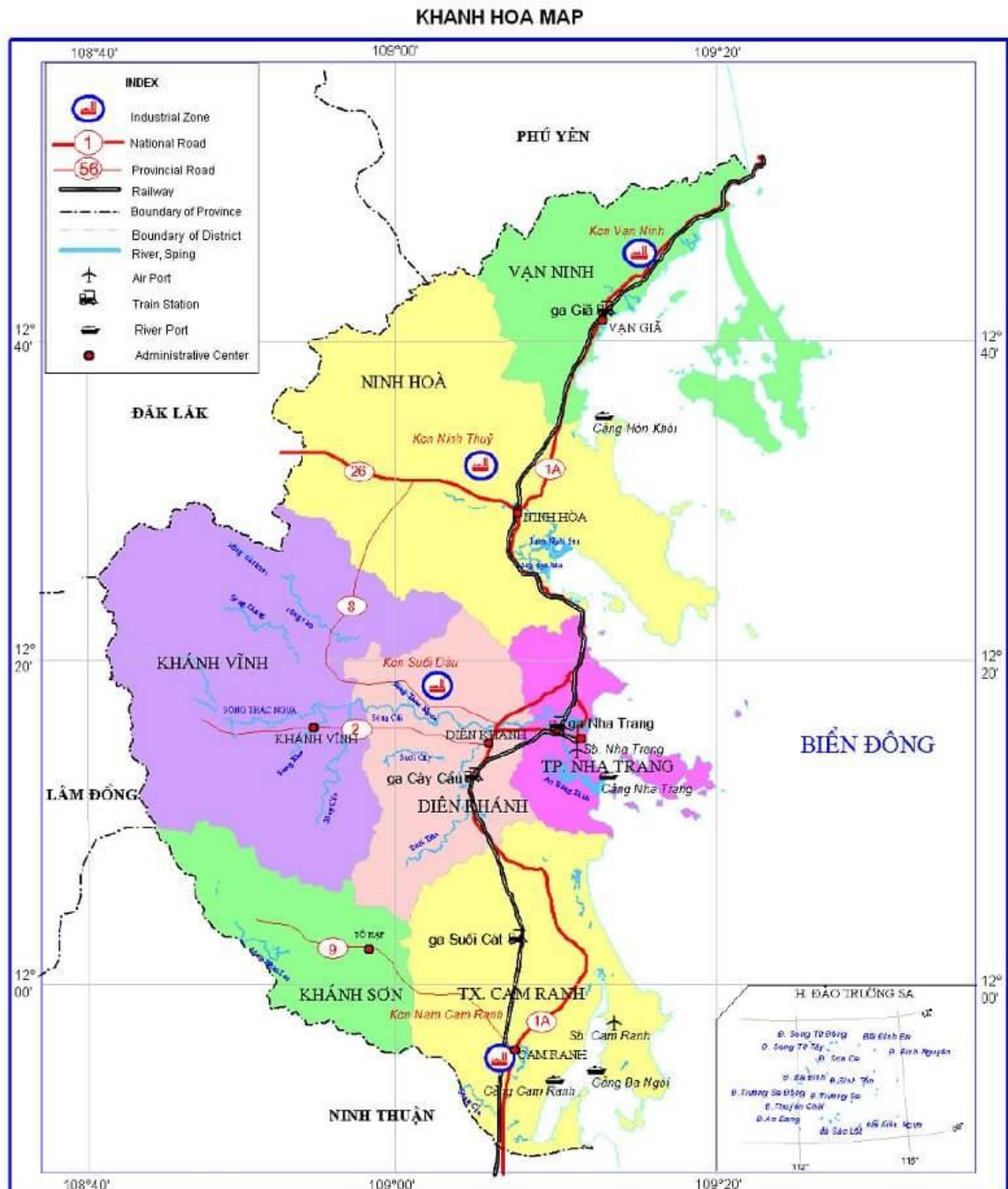
Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
		tourism destination competitiveness		nguồn lực xã hội, nguồn nhân lực. Các thành phần của điểm đến du lịch thông minh là nền tảng để phát triển điểm đến du lịch thông minh, giúp nâng cao trải nghiệm du lịch và cải thiện tính cạnh tranh của điểm đến.
5	Jasrotia và Gangotia (2018)	Smart cities to smart tourism destinations: A review paper	Phương pháp định tính, thu thập dữ liệu thông qua các cuộc khảo sát và phỏng vấn với cư dân địa phương và các bên liên quan trong ngành du lịch	Sự thành công của các SDT phụ thuộc vào: Cơ sở hạ tầng công nghệ, Sự tham gia của cộng đồng, Đổi mới, Sự hợp tác của các bên liên quan (chính phủ, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và du khách), Quản trị, Bền vững.

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
6	Lima và cộng sự (2020)	Analysis of the city of Natal/RN as Smart Tourism Destination using the INVAT.TUR model	Nghiên cứu định tính thông qua phân tích nội dung	Xác định những thành phần đóng vai trò quan trọng trong việc xác định và đánh giá một điểm đến du lịch thông minh gồm: Quản trị, Bền vững, Khả năng tiếp cận, Kết nối và Cảm biến hóa, Hệ thống Thông tin, và Đổi mới
7	Popova và Malcheva (2020)	Assessment of the potential of Varna city as a smart tourist destination	Phương pháp tiếp cận hỗn hợp: phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng.	Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển thành phố Varna thành một điểm đến du lịch thông minh: Số hóa, Mô hình quản lý đô thị, ICT.
8	Ivars-baidal và cộng sự (2019)	Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for	Phương pháp tiếp cận hỗn hợp, bao gồm các phương pháp định tính như phỏng vấn	Xác định các thành phần của điểm đến du lịch thông minh: Hạ tầng công nghệ, Hợp tác giữa các bên

Stt	Tác giả	Tên nghiên cứu	Lý thuyết/phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
		destination management?	các bên liên quan chính kết hợp phân tích định lượng dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau	liên quan giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng, Tính bền vững.
9	Liberato và cộng sự (2017)	Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto	Nghiên cứu các tài liệu hiện có; Tham khảo ý kiến chuyên gia; Phân tích cấu trúc các mối quan hệ phức tạp giữa các yếu tố chính ảnh hưởng đến du lịch thông minh.	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của điểm đến du lịch thông minh: Cơ sở hạ tầng công nghệ, Hợp tác giữa các bên liên quan Thực hành bền vững.

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2023)

Phụ lục 9.1. Bản đồ Tỉnh Khánh Hòa (trước khi sáp nhập



Phụ lục 9.1. Bản đồ Tỉnh Khánh Hòa (sau khi sáp nhập)

