


**ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN  
PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH TRONG BỐI CẢNH  
CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4**

**TS. Lê Tuấn Anh**  
Giám đốc Trung tâm Thông tin du lịch  
Tổng cục Du lịch

Hà Nội | 28/10/2020

1

1




**Nội dung chính**

- Xu hướng phát triển du lịch thông minh trên thế giới và thực trạng của DLVN
- Định hướng phát triển du lịch thông minh trong ngành DLVN
- Nội dung và thực trạng triển khai Đề án tổng thể ứng dụng CNTT, phát triển DLTM

2

2




## Phần I – Xu hướng phát triển du lịch thông minh trên thế giới và thực trạng của DLVN

- ✓ Bối cảnh quốc tế
- ✓ Bối cảnh và thực trạng trong nước
- ✓ Tác động của CMCN 4.0
- ✓ Cơ hội, thách thức

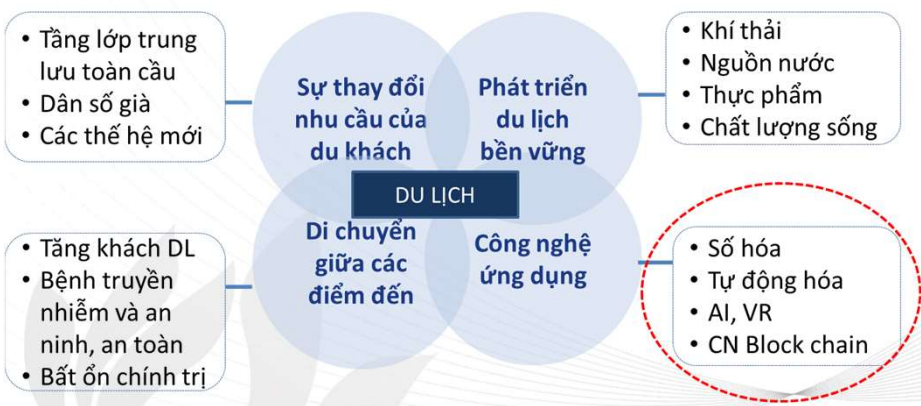
3

3



## Bối cảnh quốc tế

### Vấn đề chính của du lịch toàn cầu và các yếu tố tác động



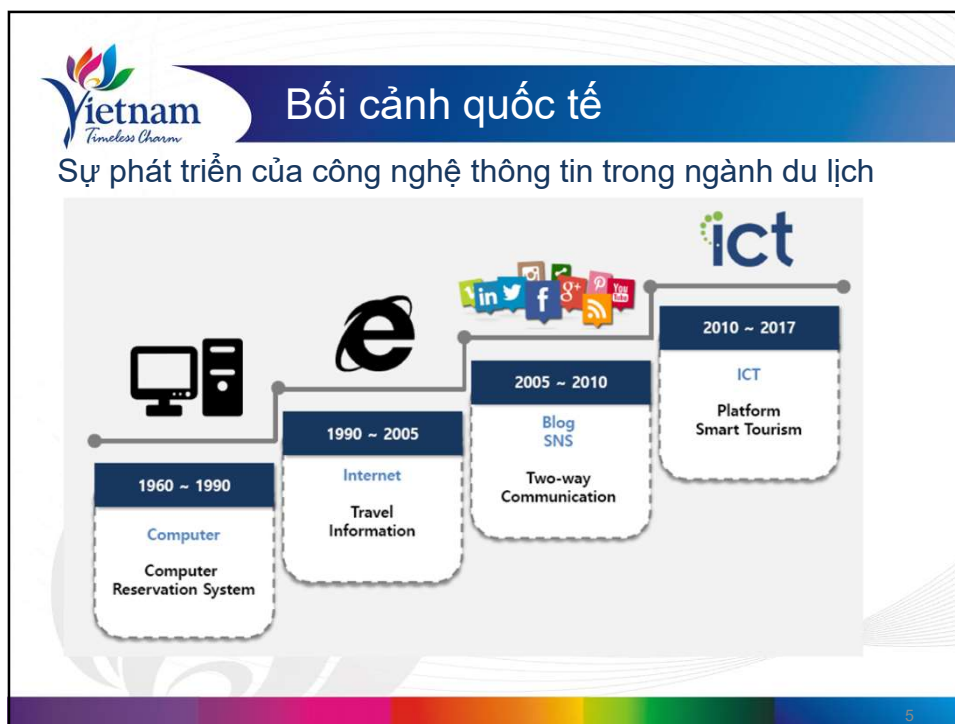
The diagram illustrates the central role of **DU LỊCH** (Tourism) in a global context, influenced by four main areas:

- Sự thay đổi nhu cầu của du khách** (Changing demand of tourists):
  - Tầng lớp trung lưu toàn cầu (Global middle class)
  - Dân số già (Aging population)
  - Các thế hệ mới (New generations)
- Phát triển du lịch bền vững** (Sustainable tourism development):
  - Khí thải (Emissions)
  - Nguồn nước (Water resources)
  - Thực phẩm (Food)
  - Chất lượng sống (Quality of life)
- Di chuyển giữa các điểm đến** (Travel between destinations):
  - Tăng khách DL (Increasing tourism numbers)
  - Bệnh truyền nhiễm và an ninh, an toàn (Infectious diseases and security, safety)
  - Bất ổn chính trị (Political instability)
- Công nghệ ứng dụng** (Technology application):
  - Số hóa (Digitalization)
  - Tự động hóa (Automation)
  - AI, VR (AI, VR)
  - CN Block chain (Blockchain technology)

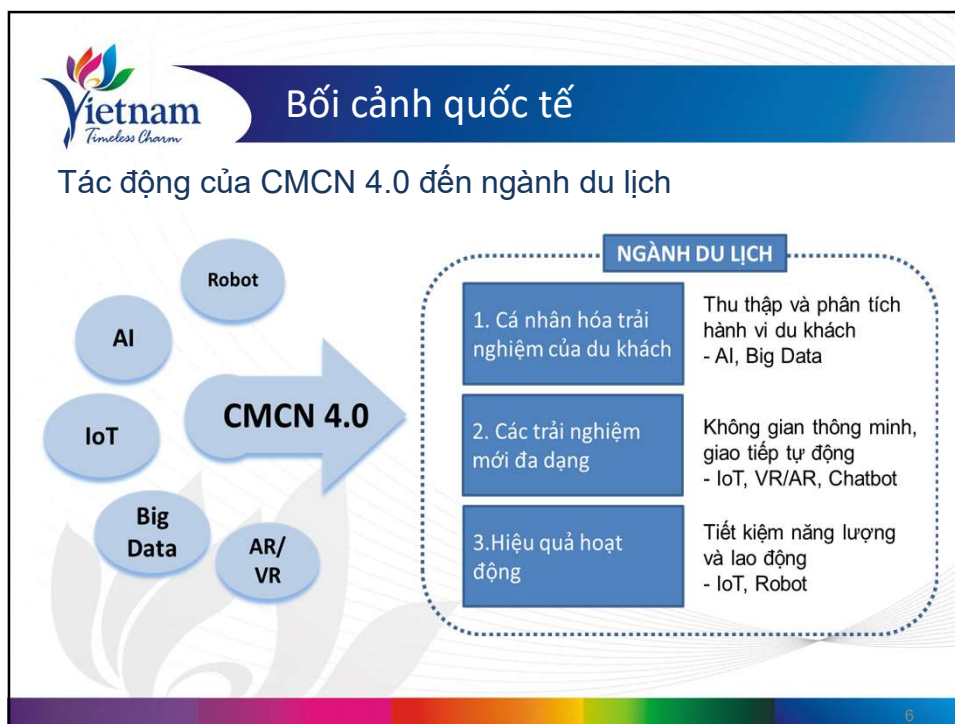
Nguồn: [www.oecd.org/cfe/tourism](http://www.oecd.org/cfe/tourism)

4

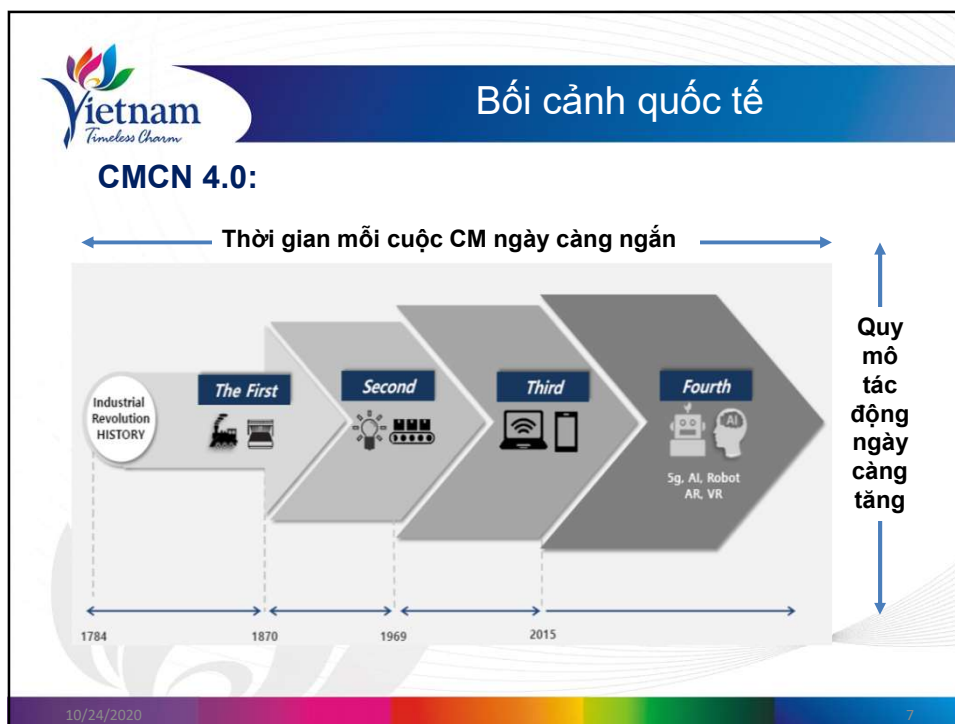
4



5



6



7

**Vietnam**  
Timeless Charm

## Thay đổi hành vi của khách du lịch

### Thay đổi của khách du lịch trong CMCN 4.0

Quá khứ	Hiện tại và Tương lai
Công nghệ làm cho các trải nghiệm tồi tệ hơn	Công nghệ làm cho các trải nghiệm hấp dẫn hơn
Sẵn sàng từ 9 giờ đến 17h hàng ngày, 5 ngày/tuần	Sẵn sàng 24 giờ*7 ngày/tuần
Khách hàng tìm đến thông tin	Thông tin tìm đến khách hàng
Đánh giá trực tuyến không quan trọng	Hơn 67% dựa vào các đánh giá trực tuyến trước khi mua
Chịu tác động bởi quảng cáo	Thông tin truyền miệng và truyền thông xã hội ảnh hưởng lớn hơn
Máy tính bàn quan trọng hơn điện thoại di động	Điện thoại di động quan trọng hơn máy tính bàn

Nguồn: Yoon (2018)

10/24/2020 8

8

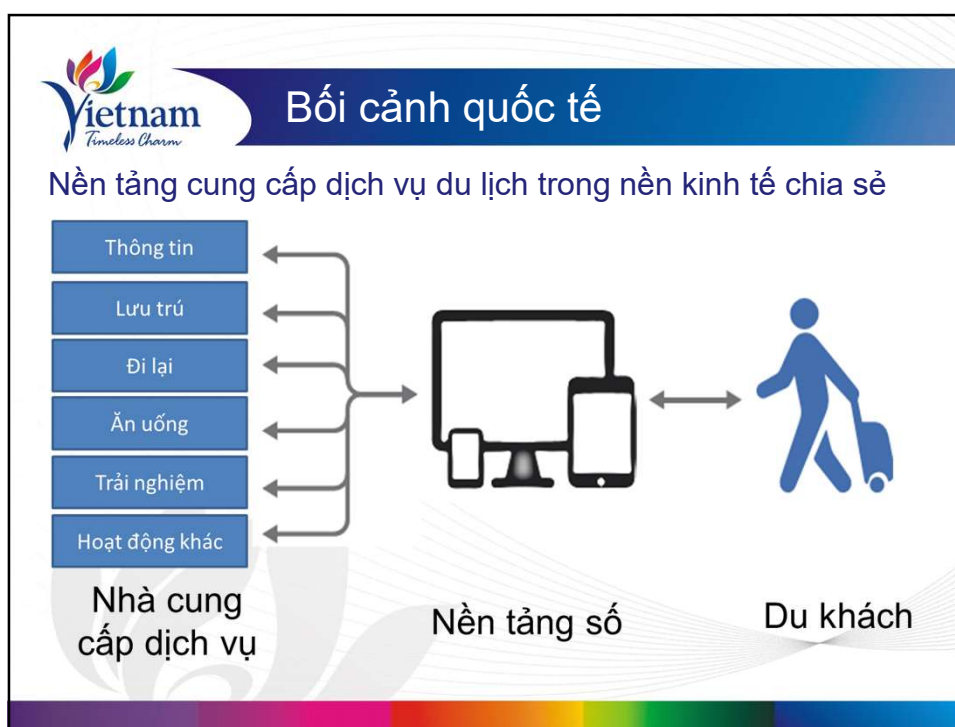
**Vietnam**  
Timeless Charm

## Bối cảnh quốc tế

Sự chia sẻ thông tin và dịch vụ trong ngành du lịch

LĨNH VỰC	MÔ TẢ	CÁC NỀN TẢNG
Thông tin	Bình luận, đánh giá, xếp hạng và của người dùng đối với các dịch vụ	TripAdvisor, Yelp, v.v...
Lưu trú	Thuê phòng, nhà, giường trong ngắn hạn	Airbnb, HomeAway, Couchsurfing, v.v...
Đi lại	Đi trong khu vực, đi đường dài, chia sẻ phương tiện	Uber, Grab, Lyft, BlablaCar, v.v...
Ăn uống	Ăn tập thể, chia sẻ món ăn trong không gian cá nhân	EatWith, Feastly, VizEat, v.v...
Trải nghiệm và hoạt động khác	Hướng dẫn du lịch cho các tour, tại các điểm và các hoạt động khác	BeMyGuest, ToursByLocals, Vayable, v.v...

9



10

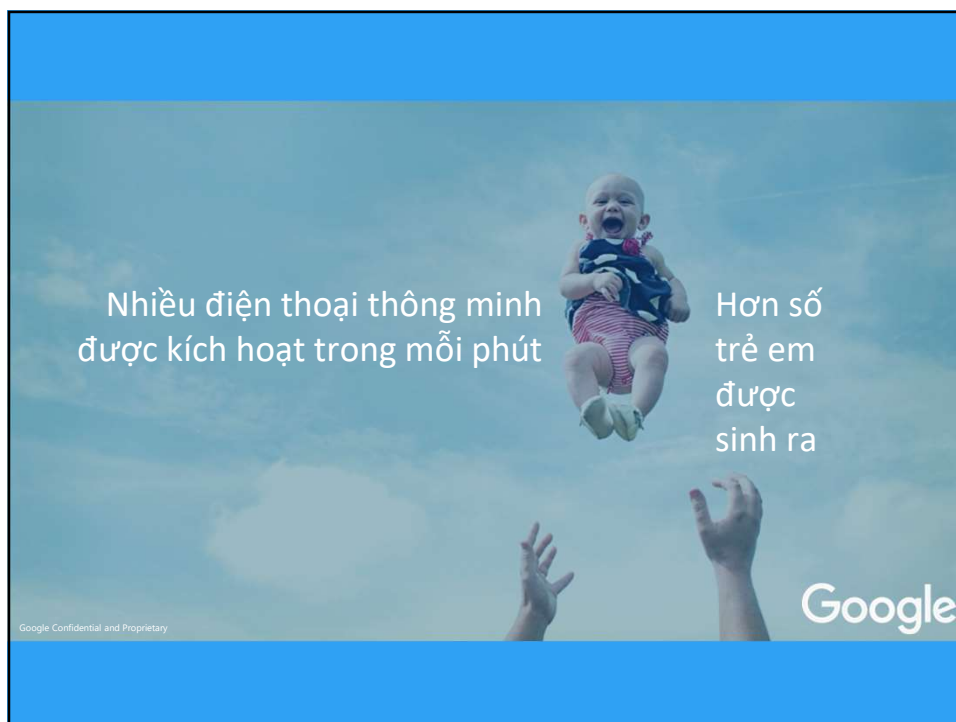




11



12



Nhiều điện thoại thông minh được kích hoạt trong mỗi phút

Hơn số trẻ em được sinh ra

Google

Google Confidential and Proprietary

13



Một tỷ người sắp tới sẽ online qua điện thoại thông minh

Year	Online population	SmartPhones
1995	Low	None
2000	Low	None
2014	Medium	Low
2020	High	High

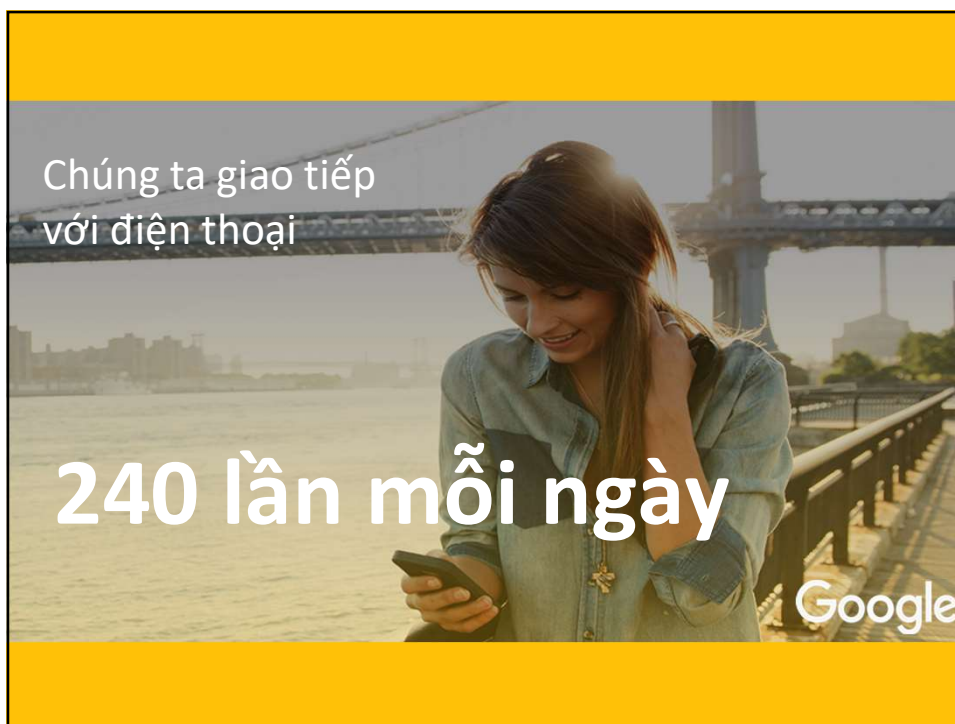
Google

Fuente:ITU  
Google Confidential and Proprietary

14



15



16





17



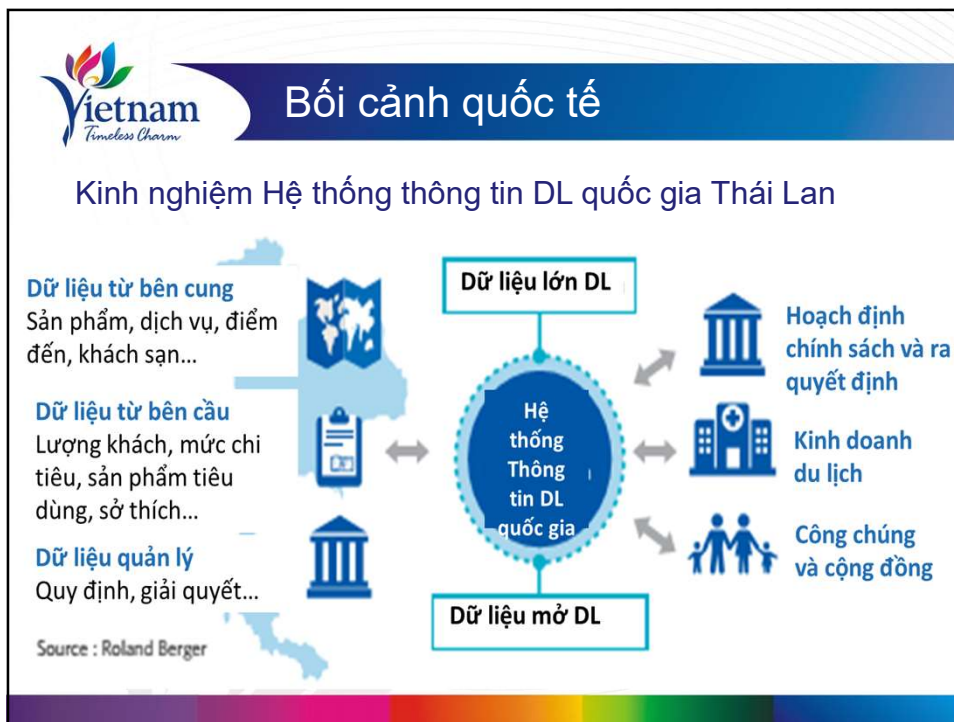
## Bối cảnh quốc tế

### Giải pháp Hệ thống thông tin số của Thái Lan

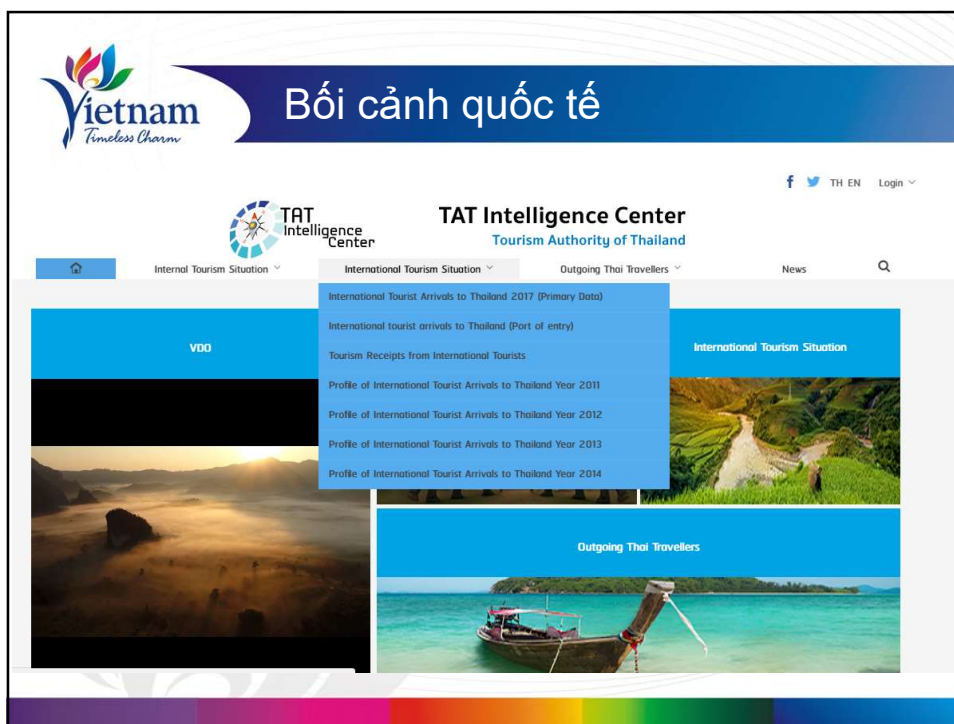
  

Xếp hạng NLCT của DL Thái Lan 2015	Thách thức chính	Giải pháp
<ul style="list-style-type: none"> <li>#1  Spain</li> <li>#2  France</li> <li>#3  Germany</li> <li>#4  USA</li> <li>#5  UK</li> <li>#9  Japan</li> <li>#11  Singapore</li> <li>#25  Malaysia</li> <li>#35  Thailand</li> <li>#44  Turkey</li> <li>#50  Indonesia</li> <li>#144  ...</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tập trung khách du lịch tại các điểm đến chính</li> <li>2. Chậm thích ứng với sự chuyển đổi nhu cầu trực tuyến của du khách</li> <li>3. Chưa thuận tiện và nhiều giá trị gia tăng tại điểm đến</li> <li>4. An ninh và an toàn cho du khách còn hạn chế</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li style="border: 1px solid #0056b3; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <span style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: white; margin-right: 10px;">A</span> Hệ thống thông tin DL quốc gia                     </li> <li style="border: 1px solid #0056b3; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <span style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: white; margin-right: 10px;">B</span> Nền tảng quốc gia xây dựng chuyển đi DL                     </li> <li style="border: 1px solid #0056b3; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <span style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: white; margin-right: 10px;">C</span> Điểm đến DL thông minh                     </li> <li style="border: 1px solid #0056b3; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px;"> <span style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: white; margin-right: 10px;">D</span> Hệ thống an ninh, an toàn công cộng                     </li> </ul>

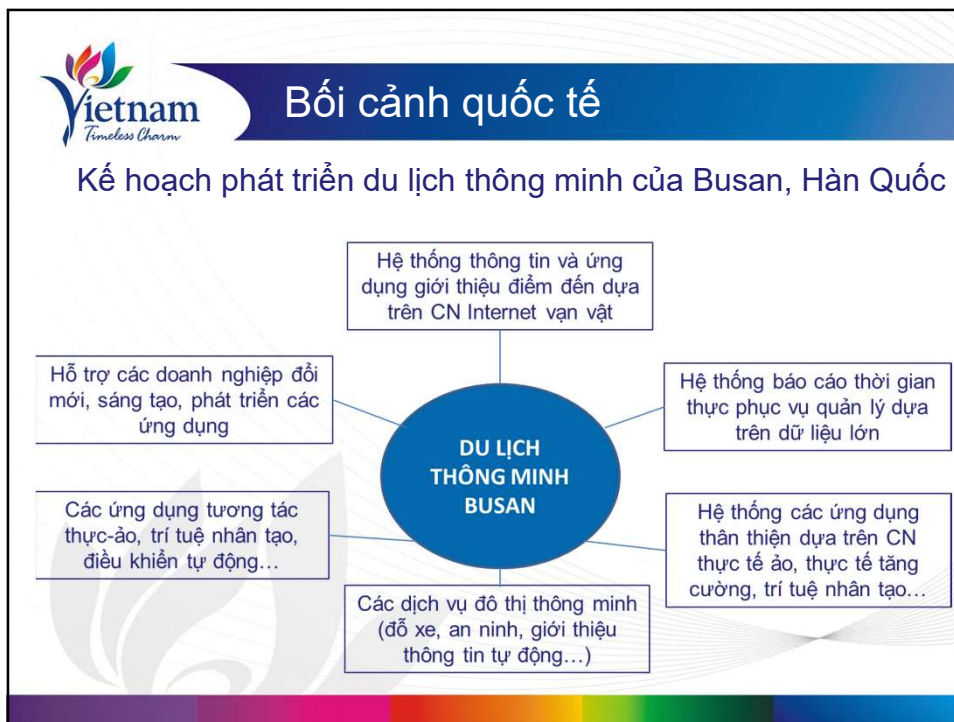
18



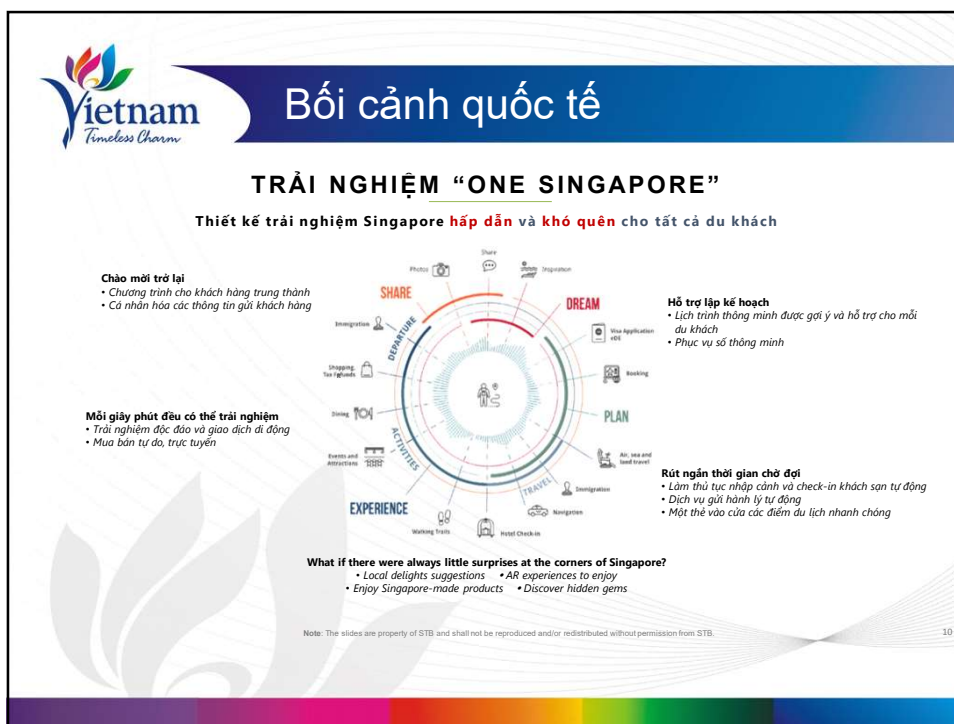
19



20



21



22



## Bối cảnh quốc tế

### NỘI DUNG VÀ DỊCH VỤ PHONG PHÚ GỬI ĐẾN CÁC KÊNH PHÂN PHỐI



**Tourism Information & Services Hub (TIH)**  
Cơ sở dữ liệu số du lịch về các thông tin và dịch vụ phục vụ doanh nghiệp

Nội dung phong phú, đa dạng

Dịch vụ số thông minh



Cung cấp thông tin kịp thời cho du khách  
Nhiều điểm tiếp xúc với du khách

Note: The slides are property of STB and shall not be reproduced and/or redistributed without permission from STB.

23



## TRUNG TÂM THÔNG TIN VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH

### Nền tảng chia sẻ tài nguyên về nội dung và phần mềm du lịch phục vụ doanh nghiệp

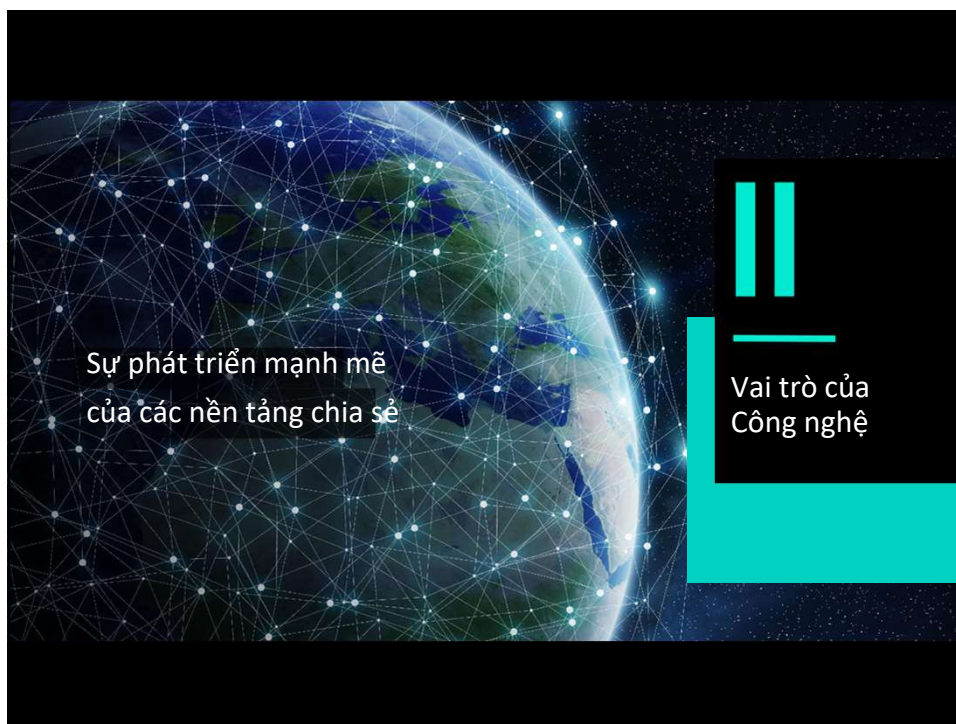


中文-简体    中文-繁體    日本語    한국어

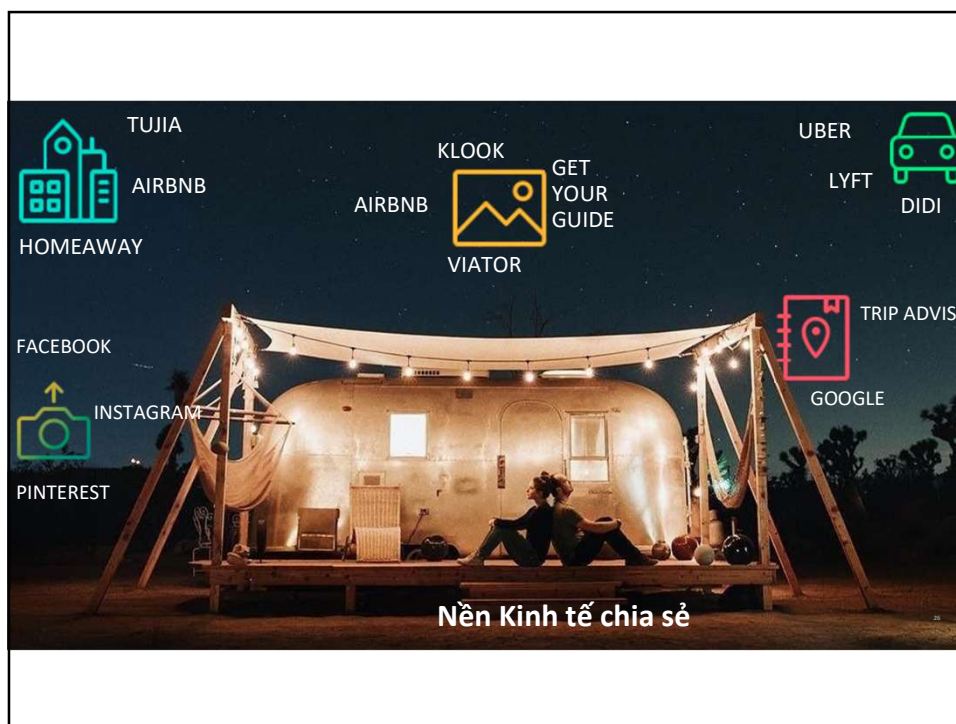
Note: The slides are property of STB and shall not be reproduced and/or redistributed without permission from STB.

24





25



26

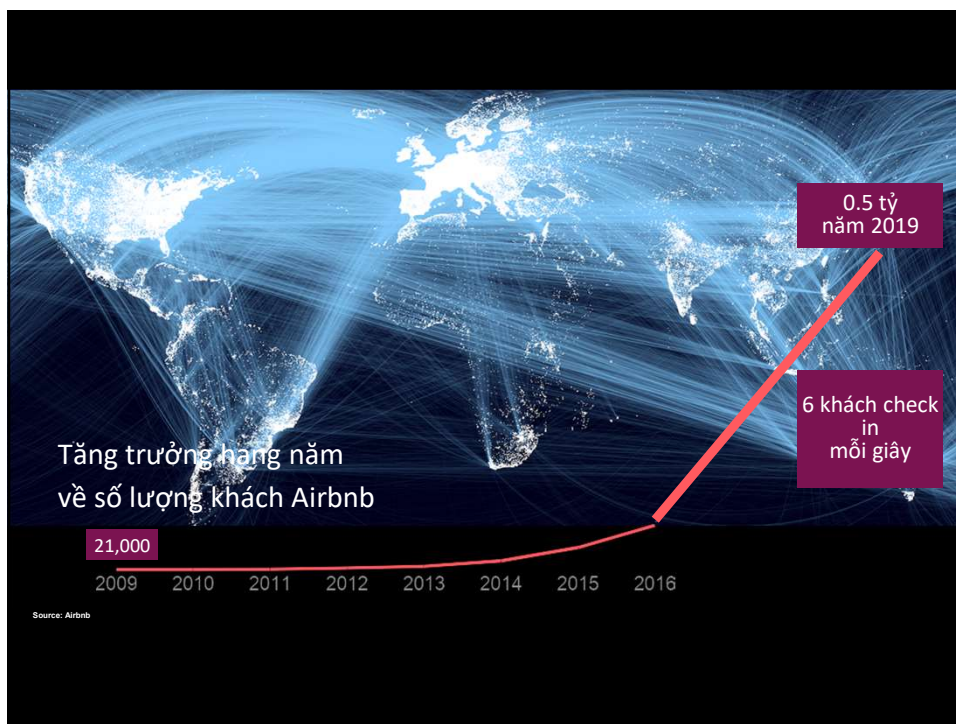




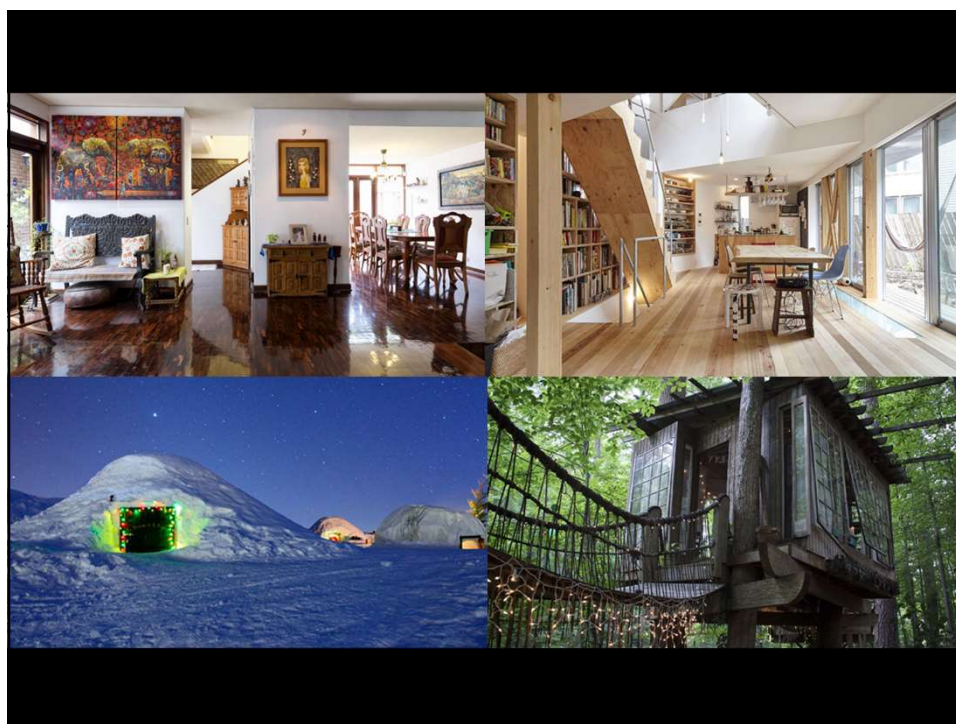
27



28




29



30



31




## Thực trạng Việt Nam

### Khách du lịch

Tiêu chí công nghệ 4.0: Internet vạn vật	Đánh giá hiện trạng ứng dụng
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sử dụng kết nối Internet (với máy tính và điện thoại thông minh)</li> <li>- Tìm kiếm thông tin dịch vụ trên mạng Internet</li> <li>- Đặt, mua dịch vụ trực tuyến</li> <li>- Thanh toán trực tuyến</li> <li>- Ý kiến phản hồi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều tra khách du lịch quốc tế đến (2017)</li> <li>+ 71% có tham khảo thông tin điểm đến trên Internet</li> <li>+ 64% có đặt, mua dịch vụ trên mạng trong chuyến đi đến Việt Nam</li> <li>- Khách du lịch nội địa</li> <li>+ Trên 50 dân số VN có sử dụng Internet</li> <li>+ Trên 30% dân số VN có tham gia ít nhất 1 diễn đàn trên mạng xã hội</li> </ul>

32



## Thực trạng Việt Nam

### Doanh nghiệp du lịch

Tiêu chí công nghệ 4.0: Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn	Đánh giá hiện trạng ứng dụng
- Website giới thiệu, quảng bá sản phẩm	- Gần 100% các doanh nghiệp
- Bán hàng, thanh toán online	- Trên 50% doanh nghiệp có áp dụng nhưng hiệu quả không đồng đều, doanh số thu được qua mạng chưa cao
- Sàn giao dịch điện tử du lịch: giúp khách lựa chọn dịch vụ và thanh toán online; giúp doanh nghiệp quảng cáo và bán hàng	- Khoảng 10 sàn điện tử như Tripi.vn, gotadi.vn, ivivu.com..., chiếm khoảng 20% các giao dịch dịch vụ, còn lại do sàn điện tử nước ngoài thực hiện

33



## Thực trạng Việt Nam

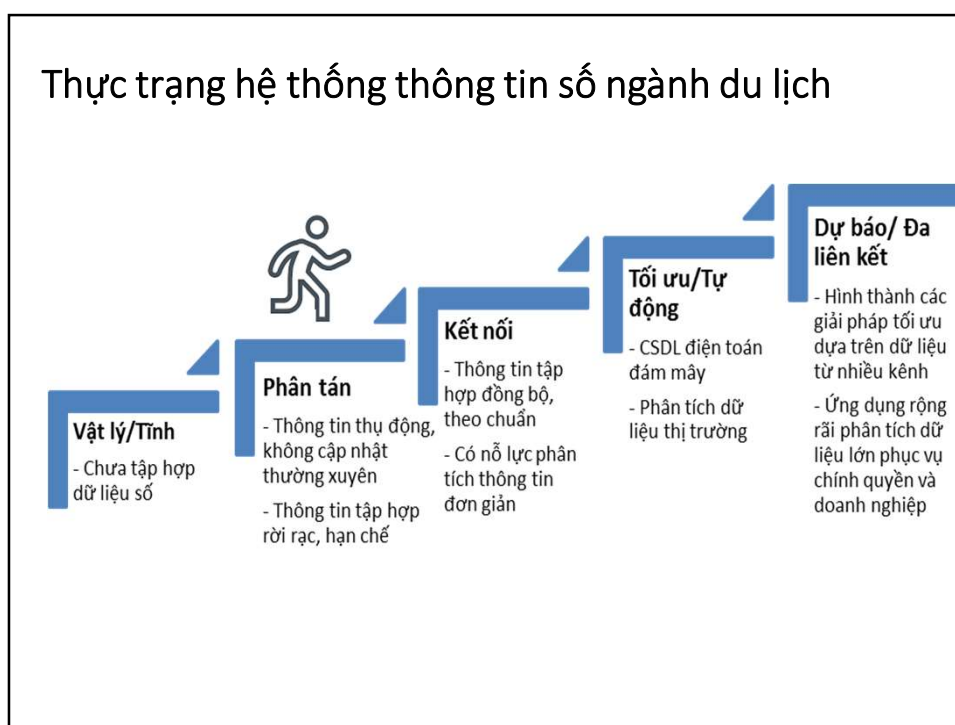
### Khu du lịch, điểm du lịch

Tiêu chí công nghệ 4.0: Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn	Đánh giá hiện trạng ứng dụng
- Website giới thiệu thông tin dịch vụ	- 100% các điểm đến có website, chủ yếu tiếng Việt, bằng chữ và ảnh, ít các video có cốt truyện
- Quảng bá điểm đến bằng công cụ tìm kiếm, mạng xã hội	- Chủ yếu sử dụng dịch vụ miễn phí, hiệu quả chưa cao
- Phát triển các ứng dụng di động giới thiệu điểm tham quan, kết nối giao thông, các dịch vụ tại điểm đến.	- Đang thí điểm: Hà Nội, Tp. HCM, Đà Nẵng... - Thí điểm ở một số địa phương với các hãng taxi
- Cung cấp đường truyền internet không dây (wifi, 5G)	- Hầu hết các khách sạn, điểm vui chơi, nhà hàng đều có wifi miễn phí. Đang thí điểm một số khu vực các thành phố lớn - Các nhà mạng đang thí điểm dịch vụ 5G
- Thiết bị ứng dụng, Robot thuyết minh ngôn ngữ và hướng dẫn	- Đang thí điểm: Hà Nội (Văn Miếu - 8 ngôn ngữ); Huế (Di tích Huế - 5 ngôn ngữ), một số bảo tàng.
- Ứng dụng công nghệ thực tế ảo	- Hạn chế
- Hệ thống camera an ninh	- Hầu hết các điểm du lịch lớn đã có camer
- Hệ thống soát vé tự động	- Đã có nhưng chưa phổ biến

34

 <b>Thực trạng Việt Nam</b>	
<b>Cơ quan quản lý nhà nước</b>	
<b>Tiêu chí công nghệ 4.0: Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn</b>	<b>Đánh giá hiện trạng ứng dụng</b>
- Dịch vụ công trực tuyến	- 100% các cơ quan quản lý thực hiện chế độ 1 cửa và dịch vụ công trực tuyến
- Hành chính công trực tuyến	- 100% cơ quan quản lý du lịch có website giới thiệu thông tin hoạt động, 80% có mạng nội bộ quản lý điều hành.
- Chiến lược E-Marketing	- Đã có, nhưng thực hiện chưa hiệu quả
- Kết nối mạng liên thông: quản lý, điều hành, thống kê du lịch	- Đã có nhưng triển khai chưa hiệu quả
- Xây dựng cơ sở dữ liệu ngành du lịch	- Đã có nhưng chưa đầy đủ, một số lĩnh vực còn thiếu như: thị trường, nhân lực du lịch, thanh tra...
- Thị thực điện tử	- Đã có, cần mở rộng
- Hoàn thuế điện tử	- Chưa có
- Thanh toán điện tử	- Đã có, nhưng chưa đồng bộ hóa giữa các ngân hàng.
- Đào tạo nhân lực trực tuyến	- Đã có, nhưng chưa được xã hội thực sự quan tâm

35

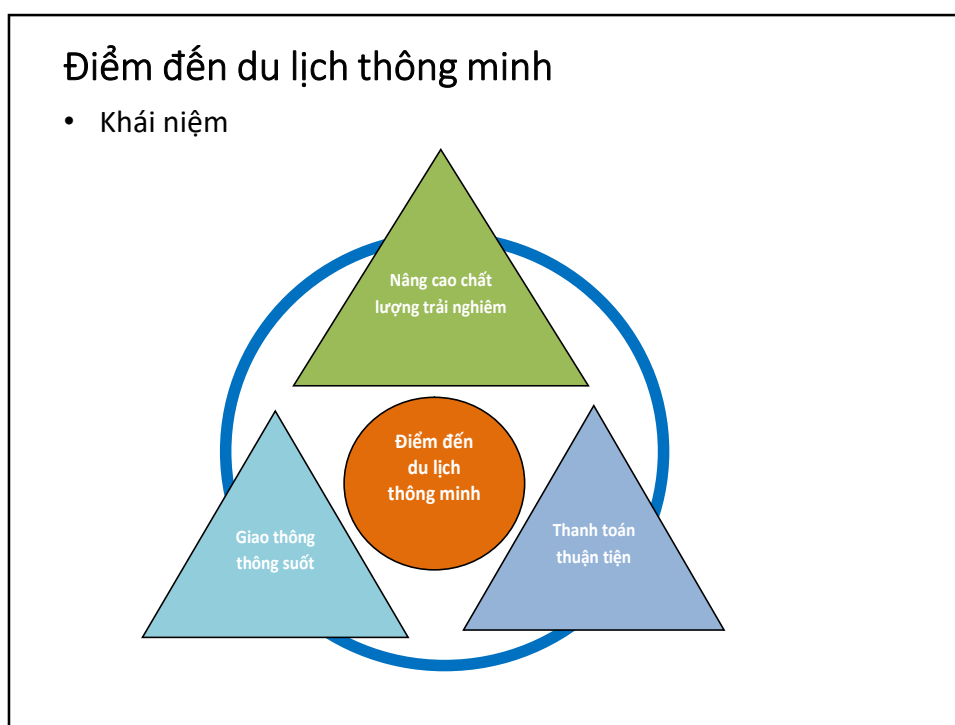


36



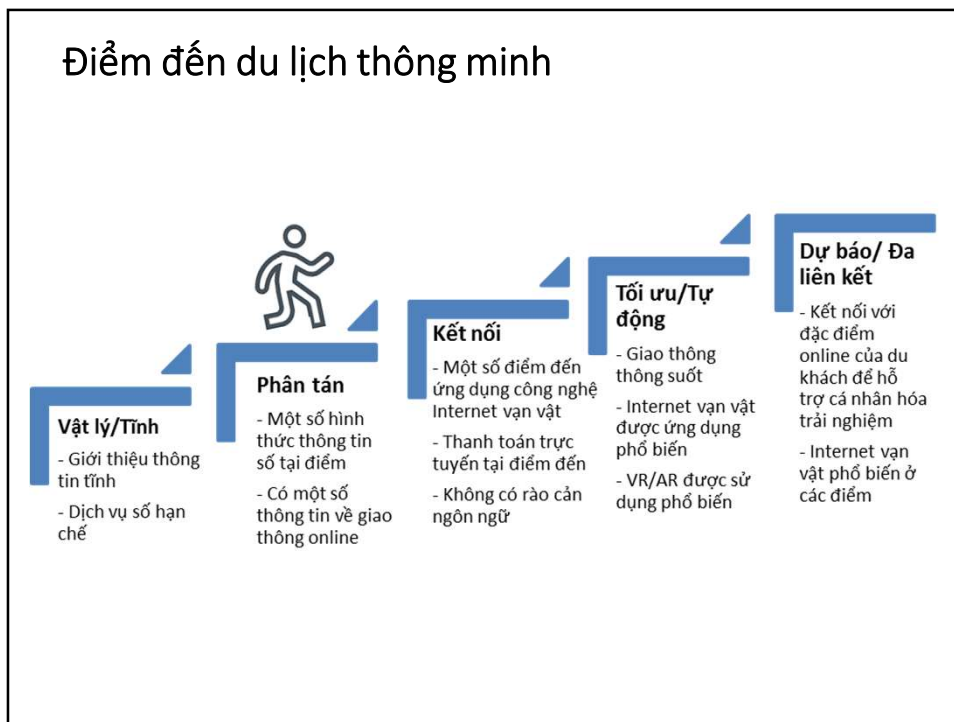


37



38

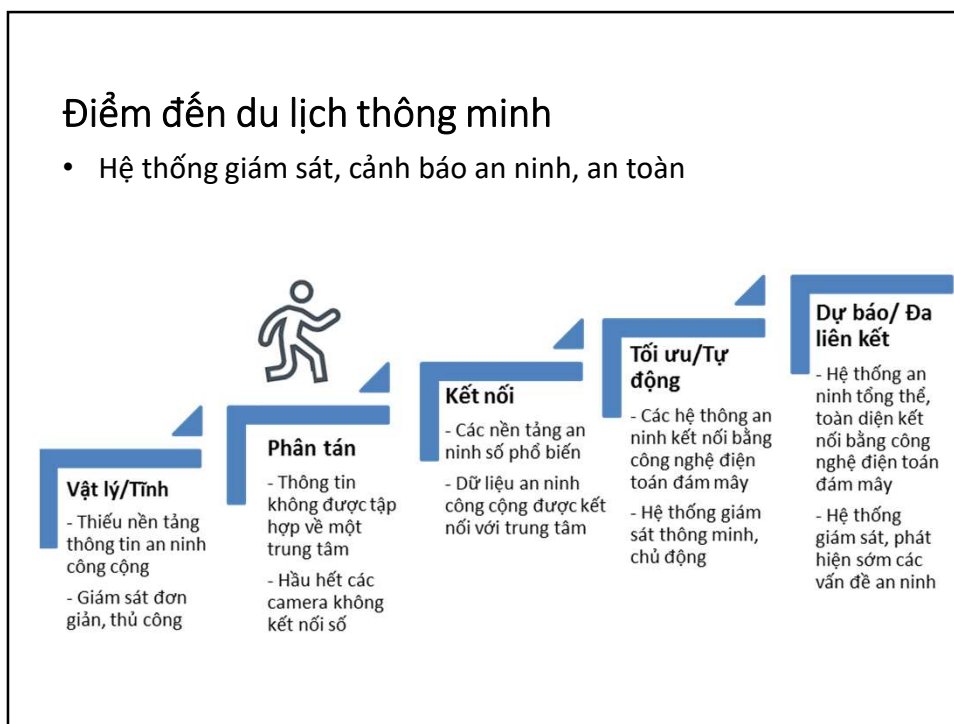
## Điểm đến du lịch thông minh




39

## Điểm đến du lịch thông minh

- Hệ thống giám sát, cảnh báo an ninh, an toàn



40

 **Thực trạng**

### Đánh giá chung

- ❑ Ngoài các doanh nghiệp lớn và một số sàn giao dịch điện tử, các ứng dụng chủ yếu ở mức độ tiếp cận ban đầu
- ❑ Thiếu sự liên kết, tích hợp dữ liệu toàn ngành nên các nhóm dữ liệu phân tán, chưa tạo ra dữ liệu chuyên ngành đủ lớn để có thể tích hợp, phát triển các ứng dụng, tạo ra hệ sinh thái du lịch thông minh
- ❑ Nguyên nhân hạn chế chủ yếu do nhận thức các chủ thể nói chung chưa theo kịp sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ nên còn dè dặt; chưa có sự hợp tác chặt chẽ giữa đơn vị phát triển công nghệ và các bên trong ngành du lịch.
- ❑ Cần có định hướng ứng dụng tổng thể để tạo cơ sở dữ liệu tích hợp đồng bộ, tạo ra hệ sinh thái du lịch thông minh

41

 **Tác động của CMCN 4.0 đến DLVN**

### Tích cực:

- Cơ hội cho tất cả mọi người có ý tưởng sáng tạo.
- Con người được giải phóng nhiều sức lao động nhờ tự động hóa.
- Robot và trí tuệ nhân tạo thay thế, tồn tại cùng con người.
- Thực tế ảo/tăng cường tăng giá trị trải nghiệm cho du khách



10/24/2020 42


42

**Vietnam**  
Timeless Charm

## Tác động của CMCN 4.0 đến DLVN

**Tiêu cực:**

1. Kỳ vọng của khách hàng cao hơn qua hệ thống ảo
2. Nhiều thông tin không được kiểm chứng.
3. Đối thủ cạnh tranh mới: trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo.



43

43

**Vietnam**  
Timeless Charm

## Tác động của CMCN 4.0 đến DLVN

**Thách thức:**

1. Trí tuệ nhân tạo và công nghệ trực tuyến giới hạn hoặc tác động thiên lệch đến lựa chọn của du khách.
2. Sự “tò mò/ham muốn cái mới” của du khách giảm đi.
3. Giảm tầm quan trọng của yếu tố con người.
4. Lao động du lịch – hướng dẫn viên ít thông tin hơn du khách.

44

44




## Thực trạng Việt Nam

### Chủ trương, chính sách

- Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về PTDL trở thành ngành kinh tế mũi nhọn
- Nghị quyết 36a/NQ-CP ngày 14/10/2015 của Chính phủ về Chính phủ điện tử
- Quyết định số: 677/QĐ-TTg của TTCP về việc phê duyệt đề án "Phát triển hệ tri thức Việt số hóa".
- Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 04/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư

45




## Thực trạng Việt Nam

### Quan điểm chỉ đạo chủ yếu

- “Xây dựng chiến lược chuyển đổi số, nền quản trị thông minh, ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, đô thị thông minh” (Chỉ thị số 16/CT-TTg).
- Phát huy cơ chế hợp tác công - tư (Đề án Hệ tri thức Việt số hóa).
- Tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhanh chóng hấp thụ và phát triển được các công nghệ sản xuất mới” (Nghị quyết 19-2017/NQ-CP).
- Xây dựng chính phủ điện tử (Nghị quyết 35/NQ-CP).

46





## Thực trạng Việt Nam

### Chỉ đạo và hành động của Chính phủ

- ✓ “Xây dựng chiến lược chuyển đổi số, nền quản trị thông minh, ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, đô thị thông minh” (Chỉ thị số 16/CT-TTg).
- ✓ “Xây dựng Hệ tri thức Việt số hóa thông qua việc tổng hợp, hệ thống hóa, số hóa, lưu trữ và phổ biến tri thức trong mọi lĩnh vực”, “từng bước góp phần phát triển công nghiệp nội dung số của Việt Nam, định hướng việc sử dụng tri thức của người dùng trên môi trường mạng”.
- ✓ “Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch để du lịch từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn (...)”. “Cải thiện năng lực cạnh tranh ngành du lịch thêm khoảng 10 bậc”. “Nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ, phát triển du lịch thông minh”. (Nghị quyết 19-2018/NQ-CP).

47



## Cơ hội, thách thức

### Đối với quản lý điểm đến du lịch

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hệ thống thông tin tổng hợp, kết nối các chủ thể.</li> <li>- Quản lý, đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu thực.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuyển đổi nhận thức.</li> <li>- Định hướng chung và tiếp cận đồng bộ.</li> </ul>

48




## Cơ hội, thách thức

### Thông tin và marketing du lịch

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điểm đến, sản phẩm, dịch vụ hiện diện nhanh, hiệu quả, sáng tạo</li> <li>- Bán sản phẩm trực tiếp hoặc qua sàn giao dịch.</li> <li>- Thông tin phản hồi là nguồn quan trọng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quá nhiều thông tin.</li> <li>- Sự chính xác của thông tin.</li> <li>- Quản trị thông tin tiêu cực.</li> </ul>

49



## Cơ hội, thách thức

### Kinh doanh lữ hành

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giao tiếp với khách bằng nhiều phương tiện.</li> <li>- Giao tiếp với khách tại mọi thời điểm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cạnh tranh từ so sánh của khách giữa các doanh nghiệp</li> <li>- Khách hàng có nhiều thông tin hơn.</li> </ul> <p>➔ <i>Phải thông minh hơn khách du lịch</i></p>

50



## Cơ hội, thách thức

### Kinh doanh lưu trú

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng số lượng phòng, cung cấp nhiều trải nghiệm khác nhau cho du khách.</li> <li>- Đưa khách du lịch đến gần hơn với cộng đồng, đem lại trải nghiệm chân thực.</li> <li>- Phát triển kinh tế, văn hóa cộng đồng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cạnh tranh công bằng giữa CSLT truyền thống và phi truyền thống</li> <li>- Tiêu chuẩn chất lượng của CSLT phi truyền thống.</li> <li>- Thương mại hóa các khu dân cư truyền thống.</li> <li>- Phá vỡ các quy hoạch du lịch truyền thống.</li> </ul>

51



## Cơ hội, thách thức

### Kinh doanh vận chuyển khách

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhiều lựa chọn.</li> <li>- Nâng cao sức cạnh tranh các doanh nghiệp vận tải.</li> <li>- Nâng cao chất lượng vận tải.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cạnh tranh công bằng giữa phương tiện vận tải truyền thống và phi truyền thống</li> <li>- Tiêu chuẩn chất lượng của phương tiện vận tải phi truyền thống.</li> </ul>

52

The slide features the 'Vietnam Timeless Charm' logo in the top left corner. A dark blue horizontal bar at the top contains the word 'Thảo luận' in white. The main text is centered and reads: 'Những công việc/kỹ năng Robot thông minh không thể thay thế?'. The background is white with a faint, stylized leaf pattern and a series of thin, curved lines. A multi-colored bar (purple, pink, orange, yellow, green, blue) is at the bottom.

53

The slide features the 'Vietnam Timeless Charm' logo in the top left corner. A dark blue horizontal bar at the top contains the word 'Thảo luận' in white. The main text is centered and reads: 'Thông tin cá nhân và sự riêng tư trong bối cảnh CMCN 4.0?'. The background is white with a faint, stylized leaf pattern and a series of thin, curved lines. A multi-colored bar (purple, pink, orange, yellow, green, blue) is at the bottom.

54



## Phần II – Định hướng phát triển du lịch thông minh trong ngành DLVN

- ✓ Phương pháp tiếp cận
- ✓ Hành trình của khách du lịch
- ✓ Ứng dụng CNTT nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch
- ✓ Hệ thống thông tin
- ✓ Các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu

55

55



56

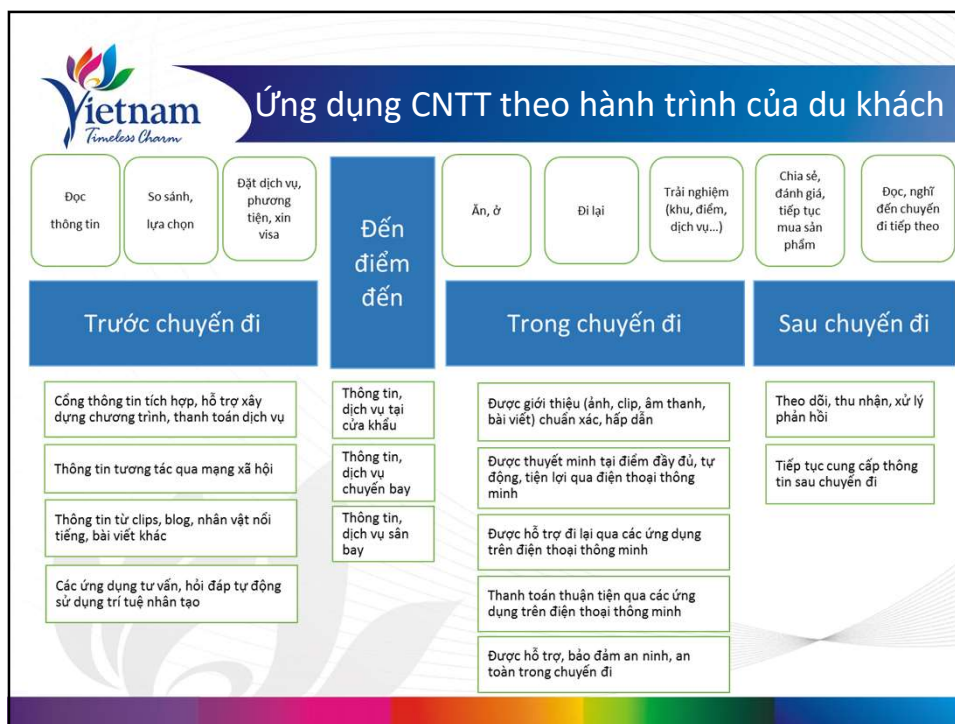




57



58



59

**Việt Nam Timeless Charm**

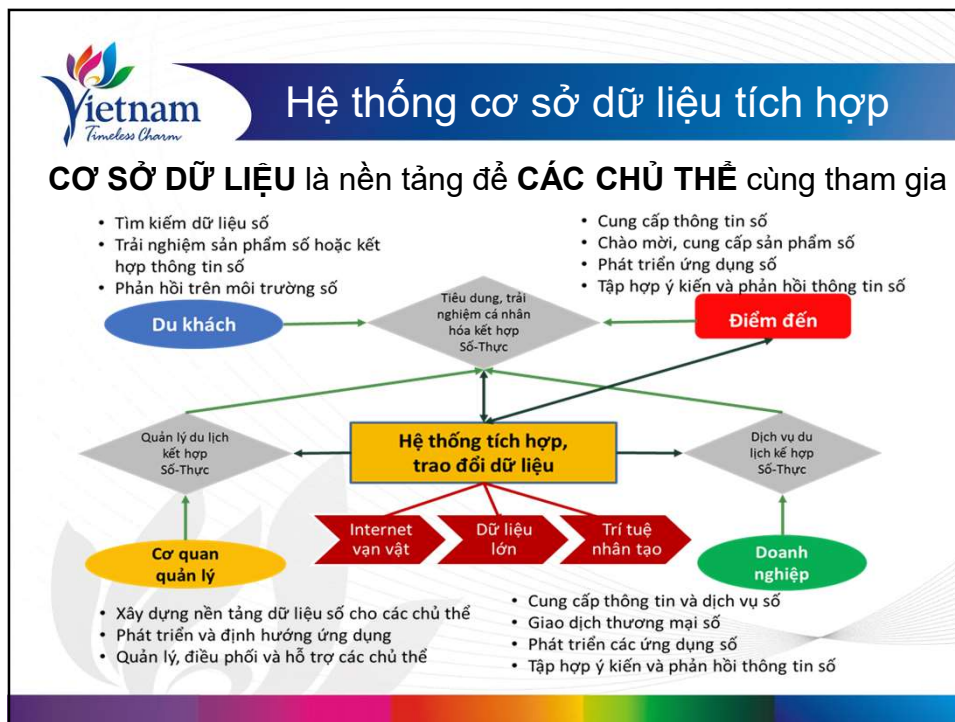
## Thân thiện trên thiết bị di động

Go mobile! Ứng dụng trên điện thoại thông minh!

Khách hàng đang sử dụng ứng dụng trên điện thoại thông minh để truy cập thông tin và đặt dịch vụ.

Ứng dụng hiển thị các thông tin chi tiết về các điểm đến và dịch vụ du lịch.

60



61

## Hệ tri thức Việt số hóa

**HỆ TRI THỨC SỐ HÓA VIỆT**

GIỚI THIỆU   TÔN VINH   ỨNG DỤNG   CHÍNH SÁCH   HƯỚNG DẪN     

**TRANG ĐỀ ÁN**

Tổng hợp các thông tin trong quá trình xây dựng & phát triển của Hệ tri thức Việt số hóa. Tôn vinh tổ chức, cá nhân đóng góp nguồn lực, trí tuệ cho đề án.

**HỆ TRI THỨC**

Là nền tảng tổng hợp mọi tri thức của đề án, cho phép cộng đồng tham gia thêm mới, chỉnh sửa để xây dựng bách khoa nội dung số hóa Việt.

**DỮ LIỆU MỞ**

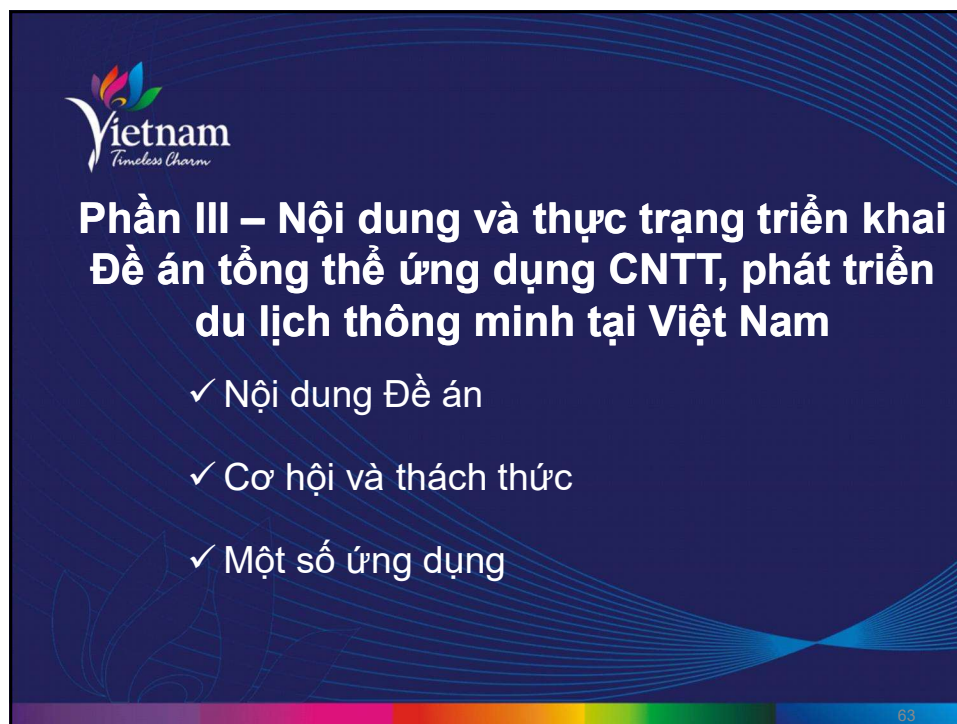
Kho dữ liệu được đóng góp bởi các Cơ quan Nhà nước, tổ chức, doanh nghiệp và mỗi người dân. Bất kỳ ai cũng có thể tiếp cận kho dữ liệu để giải quyết các nhu cầu của mình.

**NGÂN HÀNG HỎI ĐÁP**

**KHO ỨNG DỤNG**

**NHÀ PHÁT TRIỂN**

62



**Vietnam**  
Timeless Charm

## Phần III – Nội dung và thực trạng triển khai Đề án tổng thể ứng dụng CNTT, phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam

- ✓ Nội dung Đề án
- ✓ Cơ hội và thách thức
- ✓ Một số ứng dụng

63

63




**Vietnam**  
Timeless Charm

## ĐỀ ÁN TỔNG THỂ

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG  
LĨNH VỰC DU LỊCH GIAI ĐOẠN 2018-2020,  
ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2025

64

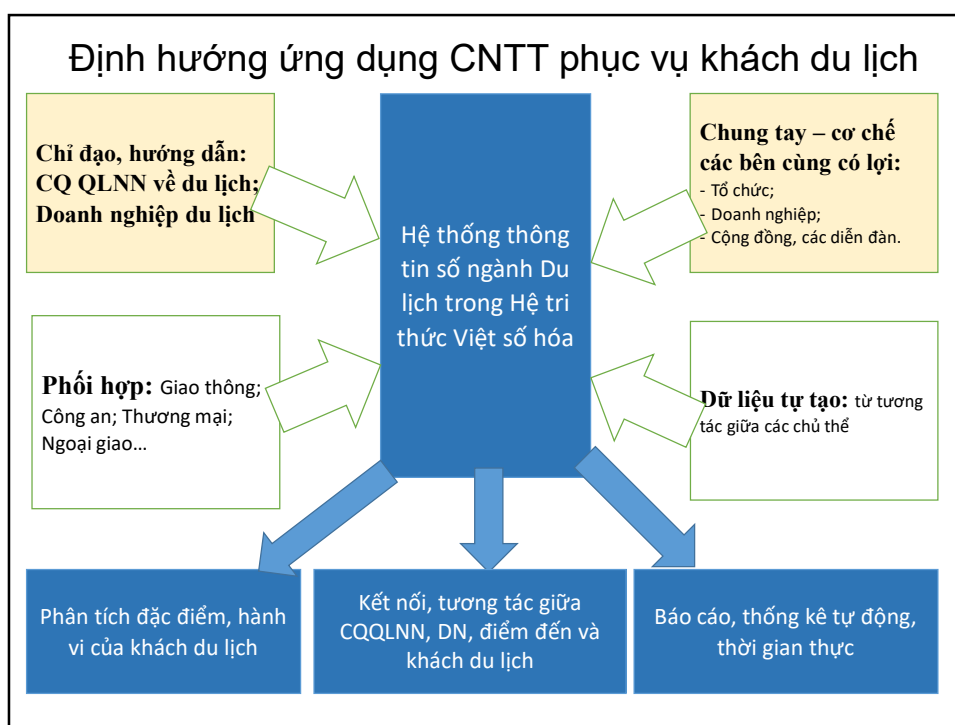
64



## Nguyên tắc

- Phát triển hệ sinh thái dựa trên đơn vị chủ lực, đồng thời tạo điều kiện cho nhiều bên tham gia
- Sản phẩm cơ bản:
  - Cơ sở dữ liệu
  - Cổng thông tin
  - Ứng dụng DLVN phục vụ khách du lịch
  - Ứng dụng phục vụ quản lý du lịch
  - Các ứng dụng tiện ích

65




66





67




## Cơ hội và thách thức

**Cơ hội (1):**

1. Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước: du lịch thông minh, du lịch số được coi là một trong những lĩnh vực trọng điểm.
2. Du lịch Việt Nam đang phát triển nhanh và năng động, liên kết chặt chẽ với khu vực và thế giới theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.
3. Khả năng lan tỏa của kinh tế số đến những địa phương có nhiều tiềm năng, thế mạnh phát triển du lịch nhưng gặp nhiều khó khăn.

68




## Cơ hội và thách thức

### Cơ hội (2):

4. Hạ tầng công nghệ số và viễn thông của Việt Nam đã phát triển.
5. Ngành du lịch thế giới và Việt Nam đang dẫn đầu xu thế tận dụng các thành tựu của CMCN 4.0.
6. Phong trào khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo dựa trên nền tảng công nghệ mới đang phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam.

69

69




## Cơ hội và thách thức

### Thách thức (1):

1. Chưa thống nhất về tư duy, nhận thức đối với xu hướng phát triển tất yếu của du lịch thông minh cũng như bản chất du lịch thông minh.
2. Chưa có sự kết nối chặt chẽ, đồng bộ trên nền tảng số giữa các chủ thể liên quan trong ngành du lịch.
3. Thiếu nguồn lực để phát triển đồng bộ và bền vững hệ sinh thái du lịch thông minh.

70

70



## Cơ hội và thách thức

### Thách thức (2):

4. Kiến thức, trình độ, kỹ năng của đội ngũ nhân lực du lịch về du lịch thông minh, công nghệ thông tin còn hạn chế.
5. Sự phát triển của du lịch thông minh làm thay đổi cơ bản phương thức hoạt động của các chủ thể trong ngành du lịch, trong khi các quy định về pháp lý không theo kịp thực tế phát triển.

71

71



### ỨNG DỤNG TRONG TRUYỀN THÔNG

TRANG TIN ĐIỆN TỬ: [WWW.VIETNAMTOURISM.GOV.VN](http://WWW.VIETNAMTOURISM.GOV.VN)



- Thông tin chủ trương, chính sách về du lịch.
- Cập nhật các tin tức, sự kiện về du lịch.
- Thông tin về các chiến lược, chính sách, số liệu thống kê, văn bản, thủ tục hành chính.
- Hơn **1,5 triệu** lượt truy cập/tháng.

 Trung tâm Thông tin du lịch

72



**ỨNG DỤNG TRONG TRUYỀN THÔNG**  
**KÊNH YOUTUBE**  
<https://www.youtube.com/c/vietnamtourismmedia>



- Quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam.
- Các tin tức, sự kiện về du lịch.
- Các điểm du lịch của Việt Nam.
- Hơn **1.000** video đã đăng tải.

 Trung tâm Thông tin du lịch

73



**ỨNG DỤNG TRONG TRUYỀN THÔNG**  
**MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK**  
<https://www.facebook.com/vnattitc>



- Cung cấp tin tức, hình ảnh thời sự về du lịch.
- Thông tin về các điểm đến, lễ hội, sự kiện lớn tại Việt Nam.
- Liên kết với trang <https://vietnamtourism.gov.vn>
- Liên kết với kênh <https://www.youtube.com/c/vietnamtourismmedia>
- Hơn **12.500** người theo dõi.

 Trung tâm Thông tin du lịch

74



**ỨNG DỤNG TRONG TRUYỀN THÔNG**

**MẠNG XÃ HỘI ZALO**  
<https://zalo.me/tongcucdulich>



- Cập nhật các hoạt động của Tổng cục Du lịch và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Giới thiệu nhiều điểm đến hấp dẫn, các sản phẩm, dịch vụ mới, các chương trình khuyến mãi kích cầu du lịch, các sự kiện du lịch sắp diễn ra.
- Hàng nghìn lượt quan tâm, lượt xem và đăng ký nhận tin hàng ngày, tỷ lệ chia sẻ tin lên đến trên **30%**.

 Trung tâm Thông tin du lịch

75



**ỨNG DỤNG TRONG QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH**

**ĐIỂM BÁO ĐIỆN TỬ HÀNG NGÀY**


Tổng hợp các tin tức, sự kiện phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành của Lãnh đạo Bộ VHTTDL, Lãnh đạo TCDL và các địa phương trên toàn quốc.




 Trung tâm Thông tin du lịch

76





**ỨNG DỤNG TRONG QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH**  
**THÔNG TIN ĐIỀU HÀNH DU LỊCH**  
<http://dash.vietnamtourism.gov.vn>



**Trung tâm Thông tin du lịch**

77




**ỨNG DỤNG TRONG THÔNG KÊ DU LỊCH**  
**CƠ SỞ DỮ LIỆU THÔNG KÊ DU LỊCH**  
<http://thongke.tourism.vn>



- Số liệu khách quốc tế đến Việt Nam.
- Số liệu hướng dẫn viên du lịch.
- Số liệu doanh nghiệp du lịch.
- Tổng thu từ khách du lịch.
- Chi tiêu của khách du lịch.


**Trung tâm Thông tin du lịch**

78




**ỨNG DỤNG TĂNG CƯỜNG TIỆN ÍCH & TRẢI NGHIỆM**

**THẺ VIỆT - MỘT THẺ QUỐC GIA**  
<http://thedulich.gov.vn>



- Quản lý, theo dõi tour du lịch, hướng dẫn viên, điểm đến, dịch vụ du lịch... dành cho khách du lịch, công ty du lịch và cơ quan quản lý nhà nước.
- Thanh toán điện tử với các dịch vụ du lịch chấp nhận thanh toán bằng thẻ, ký hợp đồng điện tử, ký bệnh án điện tử, chữ ký số cá nhân...
- Tra hồ sơ sức khỏe điện tử, ký bệnh án điện tử, lấy số thứ tự, đặt lịch khám, thanh toán các chi phí y tế...

 Trung tâm Thông tin du lịch

79



**ỨNG DỤNG TĂNG CƯỜNG TIỆN ÍCH & TRẢI NGHIỆM**


**NỀN TẢNG SỐ TRONG LĨNH VỰC DU LỊCH**  
<http://nentangso.vietnamtourism.gov.vn>

Triển khai thực hiện Quyết định số 1671/QĐ-TTg ngày 30/11/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt "Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025".




 Trung tâm Thông tin du lịch


80



**PHÁT TRIỂN CƠ SỞ DỮ LIỆU VÀ CÁC ỨNG DỤNG**  
**CƠ SỞ DỮ LIỆU DU LỊCH VIỆT NAM**  
<http://csdl.vietnamtourism.gov.vn>




- Hệ thống cơ sở dữ liệu toàn diện về du lịch Việt Nam, tích hợp những công nghệ quản lý dữ liệu hiện đại.
- Phục vụ công tác quản lý nhà nước về du lịch trên toàn quốc từ Trung ương đến địa phương.
- Chú trọng liên kết giữa cơ quan QLNN ở TW và địa phương; giữa cơ quan QLNN với doanh nghiệp.

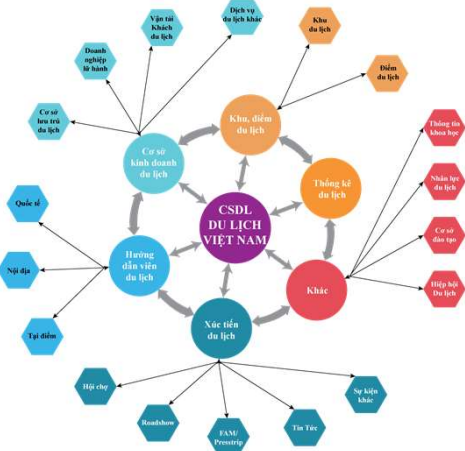


Trung tâm Thông tin du lịch

81




**PHÁT TRIỂN CƠ SỞ DỮ LIỆU VÀ CÁC ỨNG DỤNG**  
**HỆ THỐNG CƠ SỞ DỮ LIỆU DU LỊCH VIỆT NAM**



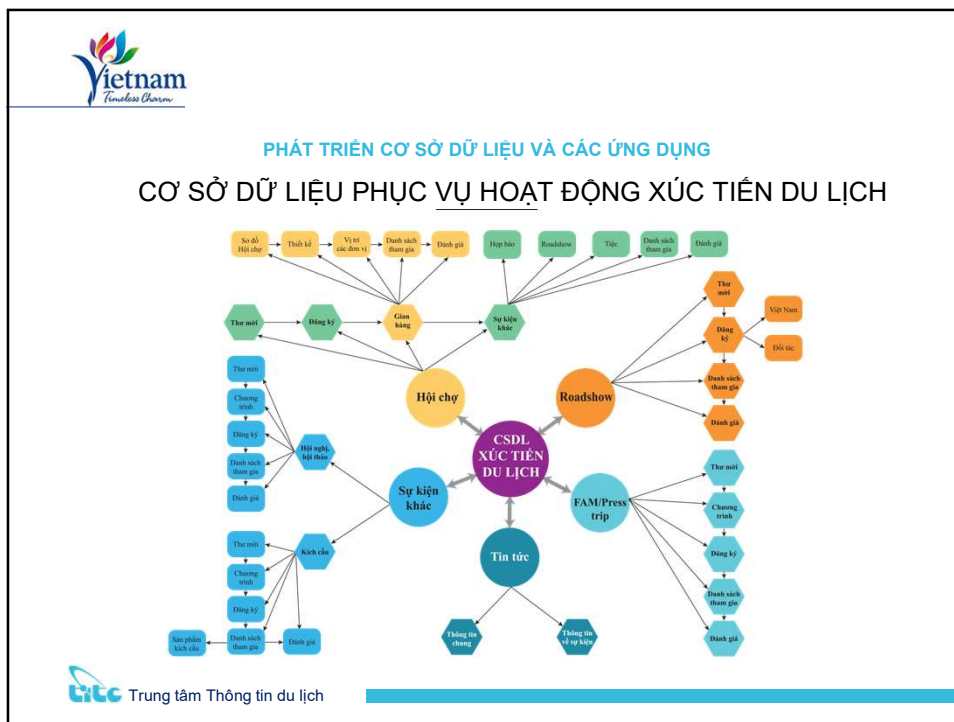
The diagram illustrates the structure of the Vietnam Tourism Data System (CSDL DU LỊCH VIỆT NAM) as a central hub connected to various data sources and services. The central hub is labeled 'CSDL DU LỊCH VIỆT NAM'. It is connected to four main categories: 'Cơ sở kinh doanh du lịch' (Tourism Business Base), 'Kinh, điểm du lịch' (Tourism Destinations), 'Thống kê du lịch' (Tourism Statistics), and 'Khác' (Others). Each category further branches into specific sub-categories:
 

- Cơ sở kinh doanh du lịch** includes: Doanh nghiệp du lịch (Tourism Enterprises), Văn tại khách du lịch (Tourist Offices), Dịch vụ du lịch khác (Other Tourism Services), Khu du lịch (Tourism Areas), and Điểm du lịch (Tourism Points).
- Kinh, điểm du lịch** includes: Cơ sở lưu trú du lịch (Tourism Accommodation), Cơ sở ăn uống du lịch (Tourism Dining), Quốc tế (International), Nội địa (Domestic), Tự dân (Self-catering), Hội chợ (Trade Fairs), Hội chợ (Trade Fairs), Roadshow, FAM, Promote, Tin Tin, Sự kiện khác (Other Events), and Sự kiện khác (Other Events).
- Thống kê du lịch** includes: Thống kê khách học (Tourism Statistics - Education), Nhân lực du lịch (Tourism Human Resources), Cơ sở đào tạo (Training Bases), and Hội nghị du lịch (Tourism Conferences).
- Khác** includes: Cơ sở đào tạo (Training Bases) and Hội nghị du lịch (Tourism Conferences).



Trung tâm Thông tin du lịch

82



83

84

