

PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH TRONG THỜI ĐẠI 4.0 TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● LÊ NGỌC CƯỜNG

TÓM TẮT:

“Du lịch thông minh (DLTM) là mô hình du lịch được xây dựng dựa trên nền tảng của công nghệ thông tin và truyền thông; giúp cho sự tương tác, kết nối chặt chẽ giữa nhà quản lý, doanh nghiệp và khách du lịch, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách, đồng thời giúp cho việc quản lý thuận tiện hơn”. Ngày nay, DLTM là xu hướng phát triển tất yếu của ngành Du lịch Việt Nam. Bài viết khái quát về thực trạng ứng dụng công nghệ để phát triển DLTM tại các điểm đến du lịch trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay, từ đó đưa ra các khó khăn và thách thức đối với việc phát triển DLTM và đề xuất giải pháp để Hà Nội tiếp tục phát triển DLTM trong thời đại 4.0.

Từ khóa: du lịch thông minh, Hà Nội, thực trạng, giải pháp, phát triển du lịch.

1. Thực trạng phát triển du lịch thông minh tại Hà Nội

Phát triển DLTM dựa trên nền tảng công nghệ số hiện đại đã và đang là xu hướng bùng nổ của du lịch thế giới cũng như Việt Nam. DLTM giúp tương tác, kết nối chặt chẽ giữa nhà quản lý, doanh nghiệp và khách du lịch nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động dịch vụ, đồng thời hỗ trợ công tác quản lý đạt hiệu lực, hiệu quả hơn. Do vậy, để phát triển DLTM thì điểm đến cũng phải phát triển và là các điểm đến thông minh.

Hà Nội được đánh giá là điểm đến hấp dẫn với nhiều loại hình du lịch phong phú đặc sắc, trong đó có 5.847 di tích; 1.350 làng nghề; lượng khách du lịch tăng ổn định bình quân 10%/năm, doanh thu từ du lịch tăng bình quân 15,5%/năm. Hệ thống cơ sở lưu trú phát triển đáp ứng nhu cầu lưu trú của khách, đặc biệt là khách cao cấp. Tính đến

hết năm 2020, trên địa bàn thành phố có 576 cơ sở lưu trú du lịch với tổng số buồng đạt 21.757 buồng, trong đó phòng khách sạn 5 sao là 4.789 buồng, phòng khách sạn 4 sao là 2.239 buồng,... Trong 6 tháng đầu năm 2021, lượng khách du lịch đến Hà Nội đạt gần 12 triệu lượt, tăng 8% so với cùng kỳ năm 2020; khách quốc tế đạt gần 5 triệu lượt, tăng 5% so với cùng kỳ năm 2020.

Mặc dù vậy, lãnh đạo Hà Nội cho rằng, du lịch Thủ đô chưa được phát huy hết tiềm năng thế mạnh, chưa tạo được sự thúc đẩy tăng trưởng cho doanh nghiệp, thu hút tái đầu tư vào du lịch. Một trong những nguyên nhân chính là khả năng quản lý hệ thống tài nguyên du lịch, điểm đến và các hoạt động du lịch còn nhiều hạn chế.

Dựa trên hiện trạng và nhu cầu du lịch Hà Nội, các giải pháp DLTM dự kiến triển khai gồm: phân tích hành trình trải nghiệm của du khách; lợi ích

của khách du lịch, doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhằm thúc đẩy du lịch phát triển. Các phần mềm ứng dụng sẽ được xây dựng để du khách có thể thực hiện một chương trình du lịch hoàn toàn qua hệ thống internet, từ tìm hiểu, cập nhật thông tin về Hà Nội qua các cổng thông tin du lịch, mạng xã hội và các diễn đàn du lịch; đặt vé, phòng khách sạn qua mạng; tra cứu các sự kiện văn hóa, điểm đến, ẩm thực, giao thông, thời tiết; tương tác mạng xã hội trên suốt lịch trình; thanh toán dịch vụ bằng thẻ thông minh; nhận các thông tin sự kiện văn hóa, du lịch Hà Nội; đánh giá, góp ý về chất lượng dịch vụ, phục vụ của du lịch thủ đô,... Đề án Du lịch thông minh do UBND thành phố Hà Nội chủ trì, đơn vị thực hiện là Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) sẽ được triển khai trong giai đoạn 2017 - 2020. Lộ trình thực hiện gồm 2 giai đoạn: giai đoạn 1 từ năm 2017 - 2018; giai đoạn 2 từ năm 2019 - 2020.

Thực hiện đề án DLTM, Sở Du lịch Hà Nội đã phối hợp với VNPT Hà Nội hoàn thành xây dựng và đưa vào hoạt động hiệu quả các nội dung của đề án. Cụ thể, hoàn thành việc cập nhật hệ thống quản lý dữ liệu của Sở Du lịch Hà Nội. Hệ thống này được sử dụng tại Sở Du lịch Hà Nội, có khả năng chia sẻ, dùng chung cho các ứng dụng, dịch vụ du lịch của TP. Hà Nội và cả nước gồm 2 thành phần chính: Cơ sở dữ liệu du lịch Hà Nội và phần mềm quản lý khai thác dữ liệu du lịch Hà Nội. Đến nay, hệ thống quản lý dữ liệu đã hoàn thiện kho tích hợp và số hóa dữ liệu ngành Du lịch Hà Nội. Lĩnh vực cơ sở lưu trú đã cập nhật lên phần mềm 3.494 cơ sở lưu trú, 20 nhà hàng đạt chuẩn, 24 cơ sở mua sắm đạt chuẩn, 7 cơ sở vui chơi - giải trí đạt chuẩn, một cơ sở thể thao đạt chuẩn. Lĩnh vực lữ hành đã cập nhật 1.346 doanh nghiệp lữ hành nội địa và quốc tế, 5.722 hướng dẫn viên du lịch, 10 văn phòng đại diện lữ hành nước ngoài tại Hà Nội, 67 doanh nghiệp vận chuyển du lịch. Lĩnh vực quy hoạch, phát triển tài nguyên du lịch đã cập nhật thông tin của 10 điểm du lịch và khu du lịch cấp thành phố.

Hà Nội cũng đã đầu tư bài bản phát triển DLTM bằng việc xây dựng một cổng thông tin chung cho du lịch Thủ đô với tên miền

<https://sodulich.hanoi.gov.vn> hoặc ứng dụng cho điện thoại thông minh là: Visit Hanoi chạy trên các hệ điều hành di động iOS và Android. Sở Du lịch đang tiếp tục phối hợp với đối tác xây dựng ứng dụng với tên gọi Myhanoi trên App Store và Google Store. Phần mềm ứng dụng DLTM trên thiết bị di động có tên gọi "myHanoi" sẽ được tích hợp bản đồ số du lịch Thủ đô, giúp các "thượng đế" tìm kiếm thông tin hữu ích một cách chủ động trong suốt chuyến đi; từ việc tra cứu các thông tin cơ bản, các sự kiện đang và sắp diễn ra, lịch trình chuyến bay, tàu xe,... tới việc kết nối du khách với các điểm đến, nhà hàng, khách sạn, siêu thị, cơ sở mua sắm,... Ứng dụng còn hỗ trợ cảnh báo về tình trạng tắc nghẽn giao thông quanh khu vực du khách đang đứng, vùng cảnh báo an ninh trật tự, vùng cảnh báo dịch bệnh,... MyHanoi được xem như một trợ lý du lịch ảo uy tín cho du khách. Hiện, Sở Du lịch đang chủ trì xây dựng bản đồ số về du lịch Hà Nội theo công nghệ GIS, xây dựng phần mềm quản lý dữ liệu chung.

Cùng với nỗ lực của chính quyền, nhiều điểm đến và DN trên địa bàn cũng năng động hơn trong xây dựng DLTM. Bát Tràng, cách trung tâm Thủ đô khoảng 10 km là làng gốm nổi tiếng của Hà Nội. Từ bất cứ địa điểm nào, chỉ với máy tính hoặc điện thoại thông minh nối mạng, du khách có thể "du lịch thử" làng gốm khi truy cập cổng thông tin www.battrangtour.net. Việc trải nghiệm, khám phá còn thuận tiện hơn nếu sử dụng điện thoại di động và tải ứng dụng BatTrang travel. Tất cả những gì khách du lịch cần khi khám phá làng gốm đều có trên ứng dụng như: Lịch sử, giá trị của gốm Bát Tràng, địa chỉ tham quan, những nghệ nhân nổi tiếng, những cửa hàng gốm chất lượng hay dịch vụ ẩm thực,... Tuy nhiên, nếu chỉ cung cấp những thông tin này thì đã có nhiều trang thông tin thực hiện. Cổng thông tin hay ứng dụng còn đưa ra rất nhiều chỉ dẫn tiện ích cho khách như: Phương tiện di chuyển đến Bát Tràng, kinh nghiệm khi mua đồ gốm, bản đồ du lịch,...; ứng dụng cũng hướng dẫn khách có thể tự thiết kế tua tham quan Bát Tràng tùy thuộc vào thời gian của mọi người. Bát Tràng còn có Trung tâm Thông tin du lịch để hỗ trợ khách khi cần.

Cùng với đó, VNPT Hà Nội đưa vào triển khai các ứng dụng như hệ thống thuyết minh tự động trên điện thoại di động tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám với 8 ngôn ngữ tại 14 điểm trong di tích. Để sử dụng dịch vụ này, du khách chỉ cần sử dụng thiết bị được cài đặt sẵn, đeo tai nghe và lựa chọn điểm cần thuyết minh. Nhờ đó, việc quảng bá giá trị đa dạng của di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám hiệu quả hơn,...

Ngoài ra, Trung tâm Bảo tồn Di sản văn hóa Thăng Long - Hà Nội đưa vào hoạt động phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng thành Thăng Long. Chỉ cần một điện thoại thông minh, khách tham quan có thể tải ứng dụng là đã có hướng dẫn viên ảo thuyết minh về Hoàng thành.

UBND quận Hoàn Kiếm cũng đã cho ra mắt trang thông tin điện tử Hoàn Kiếm 360 độ, nhằm tạo điều kiện cho người dân và du khách trong nước và quốc tế có thể tìm hiểu và tham quan về du lịch quận Hoàn Kiếm một cách dễ dàng ở bất cứ đâu và bất cứ lúc nào thông qua thiết bị truy cập internet.

Qua đó, du khách có thể tìm kiếm các địa điểm du lịch, dịch vụ, thương mại của quận Hoàn Kiếm hiển thị dưới dạng bản đồ Google map hoặc danh sách, trải nghiệm và khám phá các địa điểm bằng công nghệ ảnh 360 độ, đặt phòng khách sạn, đặt tour du lịch, các dịch vụ đặt chỗ và thương mại điện tử,...

Trong năm 2019, VNPT Hà Nội đã lắp đặt hệ thống wifi công cộng giai đoạn 1 tại 11 khu vực với 200 điểm, 200 trạm phát. Đó là các điểm du lịch trọng điểm như: Không gian đi bộ khu vực hồ Hoàn Kiếm và phụ cận, khu vực chùa Hương (Mỹ Đức), làng gốm sứ Bát Tràng (Gia Lâm), làng cổ Đường Lâm (Sơn Tây),... Đến nay, đã có khoảng 8,2 triệu lượt truy cập, trung bình mỗi tháng có khoảng 400.000 - 500.000 lượt truy cập.

UBND quận Ba Đình, Hà Nội lắp đặt các điểm quét mã QR - mã vạch hai chiều phản hồi nhanh về các điểm du lịch để cung cấp thông tin, quảng bá hình ảnh du lịch tại điểm di tích đó vào tháng 10/2020. Hiện nay, một số điểm di tích gồm: Hoàng Thành Thăng Long, đền Voi Phục, đền Quán Thánh cũng đã được lắp đặt. Trong nửa cuối

tháng 10/2020, quận tiếp tục lắp đặt ở 7 điểm gồm: Chùa Một Cột, Cột cờ Hà Nội, đình Ngọc Hà, đình Giảng Võ, chùa Bát Tháp, chùa Hòe Nhai, đền Thủy Trung Tiên; đồng thời triển khai lắp đặt ở nhiều di tích khác, đảm bảo hết năm 2020 có 30 di tích được lắp đặt các điểm quét mã QR. Khách du lịch có thể quét mã QR khi tham quan di tích bằng điện thoại thông minh của mình một cách dễ dàng. Mã QR này sẽ kết nối với đường link Cổng thông tin điện tử Ba Đình, giúp du khách hiểu hơn về lịch sử, văn hóa, công tác bảo tồn, phát huy giá trị của di tích. Theo đơn vị triển khai, trong quá trình số hóa các thông tin của 30 di tích lịch sử đã được xếp hạng trên địa bàn, các phòng, ban chức năng của quận sẽ làm phong phú hơn các tin bài, hình ảnh, đăng tải trên cổng thông tin điện tử, xây dựng clip giới thiệu về các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh. Quận tiến tới thiết kế trang thông tin giới thiệu về các điểm du lịch, có thông tin bằng tiếng Anh, tiếng Trung,... thay vì chỉ cung cấp một mục thông tin về di tích trên trang thông tin điện tử của quận như hiện nay.

Mặc dù vậy, không phải điểm du lịch nào cũng tiếp cận được những công nghệ hiện đại để phục vụ nhu cầu của du khách. Điển hình như khu di tích Cổ Loa vẫn chưa có những ứng dụng hiện đại để phục vụ và tiếp cận du khách; bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam tuy rất gần Văn Miếu - Quốc Tử Giám nhưng khách quốc tế và trong nước lại không nhiều vì chưa có hệ thống thuyết minh tự động, các hướng dẫn viên du lịch rất ngại đưa khách vào đây, vì họ không hiểu biết sâu về mỹ thuật. Trong khi đó, đội ngũ thuyết minh viên tại Bảo tàng lại có hạn, khó đáp ứng được hết nhu cầu của du khách,... Ngay như ở Làng cổ Đường Lâm (thị xã Sơn Tây), dù đã có tới 18 thuyết minh viên, nhưng có lúc cũng không đáp ứng đủ nhu cầu của khách. Do vậy, rất cần những ứng dụng công nghệ phát triển theo hướng DLTM để giải quyết vấn đề này

2. Khó khăn và thách thức đối với phát triển du lịch thông minh tại Hà Nội

Từ tháng 4/2020 đến nay, khách du lịch đến Hà Nội hầu hết là khách du lịch nội địa. Theo Sở Du lịch Hà Nội, năm 2021, Hà Nội đón 4 triệu lượt

khách du lịch nội địa (bằng 53% lượng khách nội địa năm 2020 và bằng 36% kế hoạch đề ra từ đầu năm). Tổng thu từ khách du lịch nội địa đạt 11,28 nghìn tỷ đồng (bằng 40% tổng thu năm 2020 và bằng 23% kế hoạch đề ra). Năm 2021, công suất sử dụng phòng trung bình khối khách sạn 1- 5 sao ước đạt là 23%, so với năm 2020 giảm 7%.

Khi dịch bùng phát trở lại đợt thứ tư đến nay, đã có hơn 29 nghìn lượt khách hủy, gần 10 nghìn lượt khách hoãn, chuyển ngày các tour đi và đến Hà Nội tập trung vào giai đoạn tháng 5,6,7/2021. Bên cạnh đó, rất nhiều hợp đồng mới đã không được ký kết do lo ngại dịch bệnh kéo dài. Có đến trên 95% doanh nghiệp, đại lý lữ hành đóng cửa, tạm dừng hoạt động. Toàn bộ các điểm đến di tích, văn hóa - lịch sử, vui chơi giải trí trên địa bàn thành phố đóng cửa, tạm thời không đón khách từ ngày 2/5/2021 để thực hiện công tác phòng chống dịch bệnh Covid-19. (Hoàng Lâm, 2021).

Rơi vào giai đoạn khó khăn chưa từng có, các hoạt động du lịch hầu hết tạm thời “đóng băng”. Do vậy, việc phát triển DLTM ở Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng là nhiệm vụ cấp thiết. Tuy nhiên, việc phát triển DLTM tại Hà Nội hiện còn rất nhiều khó khăn.

Thứ nhất, doanh nghiệp, công ty du lịch còn thiếu kinh nghiệm. So với các tập đoàn du lịch nước ngoài có bề dày trăm năm lịch sử, có ưu thế vượt trội về tài chính và kinh nghiệm thương mại điện tử, truyền thông tiếp thị online, thì các công ty du lịch Việt Nam nói chung và tại Hà Nội nói riêng còn quá non trẻ và quy mô nhỏ. Do vậy, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp, công ty này trên thị trường online chưa được như kỳ vọng.

Thứ hai, trong thời gian qua, văn bản cụ thể quy định và hướng dẫn triển khai phát triển DLTM ở Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng còn chưa đồng bộ, thiếu cơ sở khoa học, căn cứ pháp lý và đặc biệt là thiếu “mô hình du lịch thông minh” đảm bảo tính hiệu quả. Điều này dẫn đến đầu tư thiếu trọng điểm, thiếu tính đồng bộ, hiệu quả mang lại chưa cao.

Thứ ba, khó khăn về nguồn nhân lực. Muốn phát triển du lịch thông minh phải có nguồn nhân lực thông minh. Tuy nhiên, các trường đào tạo du lịch

hiện nay vẫn thiên về cách dạy truyền thống, khả năng thích ứng công nghệ còn chậm. Để nhân sự đáp ứng tốt mảng công nghệ trong du lịch, công ty thường phải bỏ chi phí, thời gian đào tạo lại từ đầu.

Thứ tư, DLTM được phát triển trên nền tảng ứng dụng khoa học công nghệ, công nghệ thông tin và truyền thông, đây là điều kiện, tiền đề tiên quyết. Tuy nhiên, mức độ sẵn sàng về công nghệ để phát triển nó ở Hà Nội chưa cao cùng với đó hạ tầng cơ sở cũng đang là vấn đề bất cập. Xây dựng hạ tầng viễn thông tại các điểm du lịch tại Hà Nội không hề đơn giản, hạ tầng công nghệ thông tin (mạng lưới viễn thông, trang thiết bị hiện đại đi kèm) ở các quận, huyện không đồng đều, chênh lệch rõ rệt giữa khu vực nội thành, khu vực trọng điểm so với các vùng ngoại thành, nông thôn,... Có thể lấy ví dụ như tiến độ lắp đặt trạm phát sóng điện thoại di động của VNPT - Hà Nội tại một số địa phương bị chậm do chưa nhận được sự đồng thuận từ người dân. Mới đây, đoàn khảo sát của Sở Du lịch Hà Nội cùng với các doanh nghiệp lữ hành, VNPT - Hà Nội về xã Cổ Đô (huyện Ba Vì) để tìm vị trí lắp đặt trạm phát sóng điện thoại di động, nhưng rất khó thực hiện. Trong khi đó, du khách lại có nhu cầu truyền trực tiếp trên mạng xã hội về hành trình của điểm đến. Các địa điểm này rất khó để phát triển DLTM hay xây dựng các sản phẩm có yếu tố công nghệ cao và có thể các điểm đến du lịch đó sẽ mất dần sức hút. Hiện nay các điểm du lịch trong khu vực nội thành Hà Nội và các khu vực trọng điểm gần như đã được ứng dụng DLTM: lắp đặt hệ thống quét mã QR, wifi công cộng trong khi còn nhiều điểm du lịch vẫn chưa được thực hiện.

Thứ năm, trong các lĩnh vực kinh doanh du lịch chính như: lữ hành, lưu trú, vận tải du lịch, ăn uống, giải trí, mua sắm,... thì khả năng tiếp cận công nghệ, phát triển DLTM chủ yếu ở một số phân nhánh như lữ hành quốc tế, vận tải hàng không, cơ sở lưu trú cao cấp. Nguyên nhân chính do đặc điểm doanh nghiệp du lịch Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, vốn ít, kinh doanh nhỏ lẻ nên khả năng tài chính chi trả cho đầu tư ứng dụng công nghệ không cao; doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, doanh nghiệp

kinh doanh lưu trú (nhà nghỉ, khách sạn 1 - 2 sao) chiếm số lượng lớn, đối tượng khách phục vụ chủ yếu là khách nội địa, nhu cầu khách sử dụng các dịch vụ thông minh, trực tuyến không lớn nên khả năng tiếp cận DLTM của các doanh nghiệp này còn thấp. Thêm vào đó, vai trò của các công ty du lịch đang suy giảm. Với sự phát triển công nghệ, thay vì mua tour của công ty du lịch, du khách liên hệ trực tiếp với nhà cung cấp, book dịch vụ và du lịch tự túc. Đây là áp lực lớn, đòi hỏi các công ty du lịch phải luôn đổi mới, thiết kế các dịch vụ mới lạ, các chương trình khuyến mãi, tiếp thị hấp dẫn để thu hút khách. Hơn nữa, bộ máy quản lý còn đang cồng kềnh, các quy định, quy trình phức tạp, đôi khi chồng chéo. Đây là một rào cản làm ảnh hưởng đến quy trình chuyển đổi quản lý và làm chậm quá trình ứng dụng công nghệ vào thực tiễn doanh nghiệp.

Thứ sáu, so với các quốc gia trên thế giới, Việt Nam có trình độ công nghệ còn hạn chế. Vì thế, việc nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm công nghệ ứng dụng cho du lịch vẫn còn nhiều hạn chế.

3. Một số giải pháp, khuyến nghị

Từ thực trạng và một số khó khăn nêu trên, bài báo đưa ra một số giải pháp, khuyến nghị nhằm phát triển DLTM tại Hà Nội như sau:

Một là, hoàn thiện thể chế chính sách cho phát triển DLTM cũng như đồng bộ chung về DLTM cho tất cả các quận, huyện tại Hà Nội; có cơ chế, chính sách ưu tiên, khuyến khích các hoạt động nghiên cứu ứng dụng khoa học và công nghệ cho ngành Du lịch; hỗ trợ các doanh nghiệp khởi

ngiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch dựa trên nền tảng công nghệ số.

Hai là, ngành Du lịch Hà Nội cần tiếp tục phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam và các đơn vị liên quan đẩy mạnh xây dựng hệ thống DLTM. Nhiệm vụ xây dựng hệ thống DLTM cũng đã được thành phố bổ sung chính thức vào Chương trình mục tiêu ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước của TP Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020. Từ đó, tạo ra nhiều dịch vụ có giá trị gia tăng cao, tăng tiện ích cho người dân, khách du lịch, nâng cao và hoàn thiện chất lượng sản phẩm, đem lại nhiều trải nghiệm cho du khách,...

Ba là, Thành phố cần xây dựng trung tâm điều hành DLTM. Bên cạnh đó, tiếp tục xây dựng thêm nhiều ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động tích hợp bản đồ số du lịch, tham quan thực tế ảo và lên lịch trình du lịch trực tiếp; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu khách du lịch để phục vụ công tác quản lý nhà nước về du lịch,...

Bốn là, Hà Nội cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế về khoa học và công nghệ với các nước phát triển để học hỏi kinh nghiệm; chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu sử dụng và vận hành công nghệ, sẵn sàng tiếp cận và thích ứng với DLTM.

Năm là, Hà Nội cần đổi mới hoạt động quảng bá, xúc tiến trên cơ sở áp dụng công nghệ số và thiết bị số tiên tiến. Từ đó, giúp hình ảnh về Thủ đô văn minh, văn hiến và con người thân thiện đến khắp thế giới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Ngọc Cường (2022). *Nghiên cứu quyết định sử dụng ứng dụng du lịch thông minh của du khách trong thời đại 4.0 trên địa bàn Hà Nội*. Đề tài cấp trường, Trường Đại học Thương mại.
2. Đăng Khoa (2021). *Du lịch Hà Nội ứng dụng công nghệ số hướng đến phát triển bền vững*, Tạp chí Cộng sản. Truy cập tại: <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/thanh-pho-ha-noi/-/2018/824606/du-lich-ha-noi-ung-dung-cong-nghe-so-huong-den-phet-trien-ben-vung.aspx>.
3. Hoàng Lâm (2021). *Năm 2021, Hà Nội ước đón 4 triệu lượt khách du lịch nội địa*. Hội thảo “Du lịch Việt Nam - Phục hồi và phát triển”.

4. Thủ tướng Chính phủ (2017). *Chỉ thị số 16/CT-TTg, ngày 04/5/2017 về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0.*
5. Minh Thắng (2019). Du lịch thông minh: “Chìa khóa” hút khách đến Hà Nội. Truy cập tại: <https://thoibaonganhang.vn/du-lich-thong-minh-chia-khoa-hut-khach-den-ha-noi-83852.html>.
6. Lopez de Avila, A. (2015). *Smart Destinations: XXI Century Tourism*. Presented at the ENTER2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism, Lugano, Switzerland, February 4-6, 2015.

Ngày nhận bài: 5/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

LÊ NGỌC CƯỜNG

Trường Đại học Thương mại

THE DEVELOPMENT OF SMART TOURISM IN HANOI IN THE CONTEXT OF THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION: CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS

● **LE NGOC CUONG**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Smart tourism is a tourism model built on the foundation of information and communication technology. It helps tourists, managers and companies closely interact with each others in order to improve the quality of customer service and the management effectiveness. Smart tourism is the inevitable development trend of Vietnam's tourism industry. This paper summarizes the current application of technology tools and devices to develop smart tourism at tourist destinations in Hanoi city. The paper points out difficulties and challenges for the development of smart tourism, and proposes some solutions to help the city develop smart tourism in the context of the Fourth Industrial Revolution.

Keywords: smart tourism, Hanoi, current situation, solution, tourism development.