



**Tạp chí Khoa học và Kinh tế Phát triển
Trường Đại học Nam Cần Thơ**

Website: jsde.nctu.edu.vn



Tối ưu hóa thương mại điện tử trong phát triển du lịch thành phố Cần Thơ trong thời kỳ công nghiệp 4.0

Cao Thị Sen^{1*}, Nguyễn Thị Lua¹, Đinh Công Hiền¹

¹Trường Đại học Tây Đô

*Người chịu trách nhiệm bài viết: Cao Thị Sen (email: ctsen@tdu.edu.vn)

Ngày nhận bài: 20/12/2023

Ngày phản biện: 10/1/2024

Ngày duyệt đăng: 5/2/2024

Title: Optimizing e-commerce in Can Tho City tourism development in the 4.0 industrial era

Keywords: Can Tho, e-commerce, tourism

Từ khóa: Cần Thơ, du lịch, thương mại điện tử

ABSTRACT

The objective of the study was to find out and propose solutions to optimize the application of e-commerce in the tourism industry of Can Tho City in the context of Industry 4.0. Leveraging digital technology, developing diversified products and services, enhancing customer experience and building customer trust will help enhance the competitiveness of Can Tho tourism in domestic and international markets. To optimize e-commerce in tourism development in Can Tho City, it is necessary to implement solutions such as building infrastructure; techniques for tourism development and solutions to build sustainable smart tourism; sustainable, combining traditional and e-commerce; building a professional website; supporting skills and training tourism human resources; strengthening information security and data security; and creating promotions and incentives.

TÓM TẮT

Mục tiêu của bài nghiên cứu là tìm hiểu và đề xuất các giải pháp nhằm tối ưu hóa việc áp dụng thương mại điện tử vào ngành du lịch của thành phố Cần Thơ trong bối cảnh Công nghiệp 4.0. Việc tận dụng công nghệ số, phát triển sản phẩm và dịch vụ đa dạng, tăng cường trải nghiệm khách hàng và xây dựng lòng tin của khách hàng sẽ giúp nâng cao cạnh tranh của du lịch Cần Thơ trên thị trường trong nước và quốc tế. Để tối ưu hóa thương mại điện tử trong phát triển du lịch thành phố Cần Thơ, cần thực hiện các giải pháp như xây dựng cơ sở hạ tầng, kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch, giải pháp xây dựng du lịch thông minh bền vững, kết hợp thương mại điện tử và truyền thống, xây dựng website chuyên nghiệp, hỗ trợ kỹ năng và

đào tạo nhân lực du lịch, tăng cường an ninh thông tin và bảo mật dữ liệu, tạo chương trình khuyến mãi và ưu đãi.

1. GIỚI THIỆU

Thương mại Điện tử (TMĐT) đã trở thành một trong những lĩnh vực phát triển mạnh mẽ trong thời kỳ Công nghiệp 4.0. Sự phổ biến và tiềm năng tăng trưởng của TMĐT mang lại cơ hội rất lớn cho việc phát triển ngành du lịch [2]. Lợi thế của TMĐT và công nghệ thông tin đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch và thích ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế toàn cầu [1]. Việc áp dụng TMĐT sẽ cải thiện đáng kể mức độ dịch vụ, trình độ quản lý của ngành du lịch. Sự tăng trưởng không ngừng của ngành du lịch kéo theo nhu cầu không thể thiếu của việc phát triển thương mại điện tử, khi mà việc sử dụng website để tiếp thị du lịch đang ngày càng phổ biến. Thống kê đầu năm 2023, ở Việt Nam hiện có 77,93 triệu người dùng Internet, chiếm 79,1% tổng dân số. Ngoài ra, số lượng người dùng mạng xã hội cũng đạt con số 70 triệu, tương đương với 71% tổng dân số. Tổng số kết nối di động đang hoạt động là 161,6 triệu, tương đương với 164,0% tổng dân số. Người tiêu dùng đã quen với các trang du lịch trực tuyến: travel.com.vn, dulichtructuyen.net, ... để tìm kiếm thông tin về các điểm đến, tour du lịch, đặt vé máy bay, đặt phòng khách sạn, đặt tour trọn gói... Theo thống kê của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cho biết, tỷ lệ khách du lịch trong nước đặt phòng khách sạn trực tuyến và đặt tour trực tuyến đạt hơn 60%; tỷ lệ khách du lịch quốc tế sử dụng hai dịch vụ này đạt hơn 75%. Khách du lịch sử dụng Internet, các tiện ích thông minh, các thiết bị thông minh để tìm kiếm thông tin du lịch, tham khảo điểm đến, thực hiện các giao dịch mua tour, đặt phòng, mua vé máy

bay, thanh toán trực tuyến,... ngày càng có xu hướng gia tăng [6].

Thành phố Cần Thơ, là trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long với tiềm năng du lịch phong phú. Cần Thơ đã triển khai Cổng thông tin du lịch thông minh và Ứng dụng du lịch thông minh thành phố Cần Thơ trên thiết bị di động. Qua đó đã góp phần phát huy hiệu quả vai trò hỗ trợ công tác quản lý hoạt động du lịch, kết nối người dân, du khách và doanh nghiệp tương tác, chia sẻ dữ liệu, thu hút hơn 8 triệu lượt khách truy cập, tương tác, số lượng truy cập trung bình mỗi ngày hơn 7.000 lượt. Sự kết hợp giữa du lịch và TMĐT mang lại những tiềm năng to lớn cho sự phát triển bền vững của ngành du lịch Cần Thơ. Áp dụng TMĐT trong du lịch giúp hiện đại hóa và cải thiện trải nghiệm của du khách. Bằng cách sử dụng công nghệ và internet, việc đặt dịch vụ, vé tham quan, khách sạn và mua sắm trực tuyến trở nên thuận tiện và dễ dàng. Điều này sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của du khách khi đến Cần Thơ. Với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong ngành du lịch, du khách ngày càng yêu cầu tính tiện lợi và trải nghiệm du lịch đa dạng. TMĐT từ giúp đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, đẩy mạnh khai thác, phát triển tiềm năng du lịch, hỗ trợ cơ quan quản lý, chính quyền, doanh nghiệp quảng bá, xúc tiến du lịch Cần Thơ đến du khách trong và ngoài nước. Vì vậy, nghiên cứu tối ưu hóa TMĐT trong du lịch Cần Thơ trong thời kỳ công nghiệp 4.0 nhằm phân tích các nội dung cơ bản về phát triển TMĐT trong du lịch, đưa ra các giải pháp để phát triển du lịch thành phố Cần Thơ.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Tác động của TMĐT trong du lịch

TMĐT hay còn gọi là e-commerce, e-comm hay EC, là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính [5]. Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hoá thông qua mạng Internet. TMĐT dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), các hệ thống quản lý hàng tồn kho và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu. Nó bao gồm các hoạt động như mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử, quảng cáo và tiếp thị trực tuyến và giao dịch kinh doanh qua mạng.

Du lịch TMĐT hay còn gọi là du lịch trực tuyến là việc sử dụng công nghệ số trong tất cả các quy trình và chuỗi giá trị trong du lịch, bao gồm lễ hành, khách sạn và phục vụ ăn uống, vận chuyển... để các đơn vị, tổ chức du lịch phát huy tối đa hiệu suất và hiệu quả hoạt động [3]. Khái niệm về du lịch trực tuyến là một hình thái du lịch có tính tương tác mạnh mẽ giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với khách hàng và khách hàng với khách hàng, dựa trên phạm vi kỹ thuật số và nền tảng công nghệ là trang web du lịch.

Các hình thức chính của TMĐT bao gồm: mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử, quảng cáo và tiếp thị trực tuyến, giao dịch kinh doanh qua mạng, giao dịch kinh doanh với khách hàng. Hệ thống TMĐT du lịch không chỉ có thể mang và truyền một lượng lớn thông tin mà còn có chức

năng xử lý thông tin thông minh. Nó có vai trò quan trọng trong việc giải quyết vấn đề thông tin bất đối xứng và không đầy đủ trong hệ thống kinh tế du lịch, hiểu rõ cung cầu của thị trường, cải tiến và đổi mới thiết kế và vận hành sản phẩm [4]. Thông tin liên quan có thể được truy cập thuận tiện, nhanh chóng và rẻ, bao gồm thông tin về điểm đến của tour du lịch, thông tin về doanh nghiệp du lịch, thông tin về sản phẩm du lịch, thông tin về giá cả du lịch, ... cung cấp cơ sở cho việc ra quyết định du lịch. Đối với các doanh nghiệp du lịch, TMĐT làm cho thông tin cung cầu thị trường, tín hiệu giá cả thị trường... được truyền đi nhanh chóng, tác động đến việc ra quyết định của các chủ thể tham gia thị trường, hình thành cơ chế phản hồi và tự điều tiết của kinh tế thị trường. TMĐT đã đem lại nhiều lợi ích như tiết kiệm thời gian, tăng cường khả năng tiếp cận thị trường, mở rộng phạm vi kinh doanh, giúp doanh nghiệp và khách hàng tiếp cận với nhau dễ dàng hơn, đồng thời cũng tạo ra những thách thức về an ninh thông tin, bảo mật giao dịch và cạnh tranh trong thị trường trực tuyến. Tác động của TMĐT trong du lịch gồm có:

- Trong du lịch và lễ hành: Những người làm trong ngành Du lịch đã rất quen với những nhà cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến như GenaRes (www.genares.com); Pegasus solution (www.pegs.com); Expedia (www.expedia.com); Asia (www.asia.com); Travelocity (www.travelocity.com),...Chỉ riêng Pegasus solution đã liên kết và cung cấp hệ thống đặt phòng trên 100.000 khách sạn và hệ thống dịch vụ trên thế giới. Đối với du khách, chỉ cần gõ cụm từ “booking” hoặc “travel” trong tìm kiếm “search” sẽ ra hàng loạt các trang web đặt phòng, đặt tour của rất nhiều công ty, vé máy bay và các dịch vụ du lịch khác.

- Trong phát triển du lịch: Du lịch điện tử hay còn gọi là du lịch trực tuyến, là việc sử dụng công nghệ số trong tất cả các quy trình và chuỗi giá trị trong du lịch (lữ hành, khách sạn, phục vụ ăn uống,...) để các đơn vị du lịch phát huy tối đa hiệu suất và hiệu quả. Đây là một hình thái du lịch có tính tương tác mạnh giữa doanh nghiệp với khách hàng dựa trên phạm vi kỹ thuật và nền tảng công nghệ cho trang web du lịch. Tổng cục Du lịch đã có website giới thiệu về Việt Nam cùng các thông tin cần thiết về các cảnh đẹp và các thủ tục cho khách du lịch tại các địa chỉ: www.vietnamtourism.gov.vn; www.dulichvn.org.vn; www.vietnamtourism-info.com; www.vietnam-tourism.com. Phần lớn các công ty du lịch, khách sạn đã có những trang web đặt phòng, đặt tour như www.saigon-tourist.com; www.vietravel-vn.com; www.huonggiangtourist.com. Tại các cơ sở lưu trú ở Việt Nam, tỷ lệ đặt phòng qua internet chiếm 17%. Hầu hết các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đã chủ động tham gia vào các Website du lịch OTAs nước ngoài như agoda.com, booking.com, expedia.com. Nhiều công ty lữ hành lớn giới thiệu một số lượng lớn các sản phẩm phong phú kèm thông tin cụ thể về thời điểm, giá cả, dịch vụ trên trang web của họ.

- Quảng bá thông tin và tiếp thị cho một thị trường toàn cầu với chi phí thấp: có thể đưa thông tin quảng cáo của công ty đến với vài trăm triệu người xem từ các nơi trên thế giới. Đây là điều mà chỉ có TMĐT làm được cho các công ty du lịch, các công ty có một website riêng có thể quảng cáo thông tin 24 giờ mỗi ngày và lượng người xem có thể lên hàng trăm triệu người từ mọi nơi trên thế giới. TMĐT có thể cung cấp catalogue, brochure, thông tin, bảng báo giá cho đối tượng khách hàng một cách cực kỳ nhanh

chóng, có thể tạo điều kiện cho khách hàng mua hàng trực tiếp từ trên mạng ...

- Công nghệ trong du lịch: Nghiên cứu về sự ảnh hưởng của công nghệ thông tin và viễn thông trong ngành du lịch đóng vai trò quan trọng. Bao gồm việc áp dụng các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, big data, internet vạn vật (IoT), ứng dụng di động và các công nghệ mới khác để tối ưu hóa trải nghiệm du lịch và thúc đẩy sự phát triển của du lịch. Việc tối ưu hóa quy trình kinh doanh và cải thiện quản lý dữ liệu giúp tối đa hóa hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch và giảm thiểu rủi ro. Hiểu rõ về nhu cầu và hành vi của khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin du lịch, đặt dịch vụ và trải nghiệm du lịch sẽ giúp tối ưu hóa TMĐT để đáp ứng tốt nhất yêu cầu của người dùng và tạo ra trải nghiệm đáng nhớ.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Phương pháp thu thập và xử lý tài liệu: thu thập dữ liệu thứ cấp đã có, tìm kiếm thông tin từ nguồn tài liệu sách, báo, tạp chí, giáo trình, các trang web để thu thập các thông tin số liệu của sở, ban ngành về doanh thu, lượng khách của du lịch Cần Thơ.

- Phương pháp tổng hợp, phân tích dữ liệu: những luận điểm về thương mại điện tử, khái niệm, cho đến đặc điểm; thống kê, phân tích các số liệu liên quan như số lượng khách, doanh thu từ hoạt động du lịch, số lượng cơ sở lưu trú, ... Tham khảo ý kiến chuyên gia am hiểu về TMĐT để phân tích tác động của TMĐT đến du lịch của thành phố Cần Thơ.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Ứng dụng thương mại điện tử trong ngành du lịch

Thành phố Cần Thơ đã ban hành Quyết định số 1279/QĐ-UBND ngày 15-6-2021 về việc ban hành Kế hoạch phát triển TMĐT thành phố Cần

Thơ giai đoạn 2021-2025. Theo Kế hoạch, đến năm 2025 có 55% trở lên dân số tham gia mua sắm trực tuyến; thanh toán không dùng tiền mặt đạt trên 50%, trong đó thanh toán thực hiện qua các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian chiếm 80%; 80% website TMĐT có chức năng tích hợp chức năng đặt hàng trực tuyến; 50% trường cao đẳng, đại học và giáo dục nghề nghiệp trên địa bàn có tập huấn/giảng dạy cho sinh viên về TMĐT... Chỉ số TMĐT được tính với thang điểm 80 tổng hợp từ 3 tiêu chí gồm: nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin, giao dịch TMĐT giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng và giao dịch TMĐT giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp. Theo đó, đứng đầu top 10 là thành phố Hồ Chí Minh đạt 67,63 điểm, tiếp đến là Hà Nội với 55,66 điểm... ở vị trí thứ 10 là thành phố Cần Thơ với 8,59 điểm.

Chính sách hỗ trợ và quy mô đầu tư: Các chính sách hỗ trợ, chương trình khuyến mãi, và quy mô đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số đã giúp tạo ra môi trường thuận lợi để triển khai và phát triển TMĐT trong du lịch Cần Thơ. Thành phố Cần Thơ đã có những chủ trương, chính sách để chủ động tranh thủ cơ hội từ cách mạng công nghệ 4.0, từ các cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp đang tích cực chuyển đổi số trong du lịch. Có nhiều mô hình TMĐT, nhưng trong du lịch người ta thường áp dụng các mô hình như B2B (kết nối doanh nghiệp), B2C (kết nối doanh nghiệp đến khách hàng), C2B (kết nối khách hàng với doanh nghiệp). Các khách sạn hay công ty du lịch có thể xây dựng các website riêng lẻ để khách đăng ký và có thể đăng ký với một công ty cung cấp hệ thống đặt phòng toàn cầu. Đồng thời, khách sạn cũng thực hành TMĐT nhận đặt phòng của khách du lịch khắp toàn cầu. Khách hàng (qua thẻ tín dụng - credit, ghi nợ - debit, hoặc tài khoản của

Khách hàng trên chính cổng thanh toán đó) và xử lý thanh toán ngay trong quá trình đặt hàng bằng giỏ hàng. Các cổng thanh toán được hỗ trợ rất đa dạng có thể là Paypal.com, Authorize.Net, GlobalPayment.com, OnePay.Vn....

Hệ thống thanh toán thương mại điện tử: Là một mô hình giao dịch không sử dụng tiền mặt đã phổ biến trên thế giới trong những năm gần đây, bất kỳ hình thức chuyển tiền nào được thực hiện thông qua các thiết bị điện tử. Cần Thơ đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong việc xây dựng đô thị thông minh và phát triển công nghệ thông tin. Hạ tầng mạng internet và di động đang phát triển rộng rãi, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai TMĐT trong du lịch. Khả năng tiếp cận internet của người dân và du khách tại Cần Thơ là một lợi thế cho việc đẩy mạnh hoạt động TMĐT. Thành phố đã áp dụng các hình thức thanh toán điện tử trong du lịch: Hệ thống thanh toán bù trừ liên ngân hàng; Hệ thống chuyển tiền điện tử (EFT); Hệ thống thanh toán trực tuyến (IPS) (Thanh toán bằng thẻ, Thanh toán qua cổng, Thanh toán bằng ví điện tử). Các cổng thanh toán được hỗ trợ rất đa dạng có thể là Paypal.com, Authorize.Net, GlobalPayment.com, OnePay.Vn.....

Thiết kế Website du lịch: Cần Thơ đã xây dựng các mô hình tính năng website khác nhau về quản trị phù hợp nhu cầu của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch như: Các doanh nghiệp kinh doanh Du lịch inbound chuyên khách FIT Online B2C; Kết hợp giữa kinh doanh du lịch Inbound + TA, hoặc OTA; kinh doanh theo hướng B2B. Cổng thông tin Du lịch thông minh được xây dựng và triển khai tại hai địa chỉ: <https://canthotourism.vn> và <https://mycantho.vn>. Cổng thông tin liên kết với 53 cổng thông tin về du lịch của các tỉnh, thành trên cả nước, có chức

năng kết nối nhà quản lý, người dân, du khách và doanh nghiệp. Các thông tin sẽ được cung cấp chi tiết về vị trí, chất lượng, giá cả, đánh giá, xếp hạng... của các điểm đến, nhà hàng, điểm lưu trú, dịch vụ giải trí trên địa bàn thành phố.

Chương trình tour du lịch: Mỗi chương trình tour có nhiều gói sản phẩm theo các tiêu chuẩn chất lượng khác nhau (ví dụ: standar, VIP, private, deluxe...) và các mức giá thay đổi theo quy mô số lượng của nhóm người đi tour. Hệ thống quản trị sản phẩm tour của phiên bản TMĐT Du lịch Cần Thơ được thiết kế để đáp ứng các yêu cầu đặc thù này, cho phép người quản trị dễ dàng xây dựng các gói tour trong một chương trình tour, quản lý mức giá từng gói sản phẩm theo số lượng và khoảng thời gian theo từng chương trình tour, dễ dàng bổ sung các thông tin mô tả đặc trưng cho từng gói sản phẩm. Mỗi khách sạn/resort đều có nhiều loại phòng khác nhau, cấp độ chất lượng và kiểu phòng khác nhau (vip, standard, cityview,...), các kiểu phòng này cũng không giống nhau giữa các khách sạn, resort.

Đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách du lịch: Khách du lịch ngày càng tìm kiếm trải nghiệm cá nhân và tùy chỉnh trong chuyến du lịch của mình. TMĐT cho phép các doanh nghiệp du lịch tận dụng những yếu tố này và tạo ra các gói dịch vụ độc đáo, linh hoạt. Điều này giúp tăng cường sự hài lòng của khách hàng và khuyến khích khách hàng quay trở lại Cần Thơ trong các chuyến du lịch sau. Các phần mềm hỗ trợ du khách như trải nghiệm du lịch thực tế ảo 3D, tiện ích quét mã QR cho các địa điểm tham quan, hệ thống thuyết minh tự động tại một số di tích lịch sử - văn hóa.

Ngành đổi mới phương thức quảng bá, xúc tiến du lịch theo hướng ứng dụng công nghệ thông tin. Các nội dung quảng bá được đẩy mạnh trên nền tảng số như website, facebook, fanpage, Zalo, Tiktok,...

Cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành: Toàn thành phố Cần Thơ có 636 cơ sở lưu trú với tổng số phòng 10.500 phòng, trong đó khách sạn 1-5 sao là 131 cơ sở; 66 doanh nghiệp lữ hành (23 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, 43 doanh nghiệp lữ hành nội địa). Các doanh nghiệp, khách sạn lớn như Khách sạn Mùng Thanh, Ninh Kiều 2, Sheraton Cần Thơ,... đều có hệ thống đặt phòng toàn cầu, trang thiết bị hiện đại, dịch vụ phong phú, đa dạng, có khả năng tổ chức những hội nghị, hội thảo lớn.

Phát triển nguồn nhân lực: Việc đào tạo và phát triển kỹ năng trong lĩnh vực TMĐT và du lịch đang được quan tâm. Nhiều trường Đại học ở Cần Thơ đã đào tạo ngành TMĐT như Đại học Cần Thơ, Đại học Nam Cần Thơ, Đại học FPT phân hiệu Cần Thơ, Đại học Tây Đô,... và các chương trình học tập đã được triển khai để nâng cao năng lực và chuyên môn cho nhân lực du lịch trong việc áp dụng TMĐT.

Tăng trưởng ngành du lịch: Sau đại dịch Covid-19, ngành du lịch Cần Thơ đang trong giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ. Số lượng du khách đến tham quan và trải nghiệm Cần Thơ ngày càng tăng, đặc biệt sau khi nhiều công trình hạ tầng và điểm tham quan nổi tiếng được đầu tư phát triển. Tăng trưởng này mở ra cơ hội để phát triển TMĐT trong du lịch và thu hút một lượng lớn khách hàng tiềm năng. Số lượng khách du lịch đến thành phố Cần Thơ lưu trú cũng tăng.

Bảng 1. Hoạt động du lịch thành phố Cần Thơ năm 2018 - 2022

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
----------	----------	----------	----------	----------	----------

Tổng số lượt khách	8.480.968	8.869.065	5.605.865	2.118.205	5.134.605
Số lượt khách lưu trú	2.658.740	3.006.715	2.020.145	898.205	2.508.305
Khách quốc tế	363.811	409.023	111.420	9.750	-
Khách nội địa	2.294.929	2.597.692	1.908.725	888.500	-
Doanh thu (tỷ đồng)	3.785	4.435,3	3.169	1.375	4.117

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch thành phố Cần Thơ, 2023

Mặc dù sự phát triển TMĐT trong du lịch mang lại nhiều tiện ích, việc hiểu biết và chấp nhận của người dân và doanh nghiệp địa phương vẫn còn hạn chế về công nghệ và hạ tầng. Một số doanh nghiệp du lịch Cần Thơ vẫn đang gặp khó khăn trong việc đầu tư và triển khai hạ tầng công nghệ, như website chuyên nghiệp, hệ thống thanh toán trực tuyến, quản lý dữ liệu hiệu quả và thiếu nhân lực chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, để phát triển TMĐT trong du lịch đòi hỏi sự đảm bảo an ninh thông tin và bảo mật dữ liệu khách hàng. Việc giữ gìn sự tin tưởng của khách hàng đối với việc cung cấp thông tin cá nhân và thanh toán trực tuyến là một thách thức. Đồng thời, du lịch thành phố Cần Thơ cũng chịu sự cạnh tranh với các nền du lịch lớn hơn như Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Hà Nội. Những địa điểm này đã có sự đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ và TMĐT trong du lịch. Các doanh nghiệp du lịch Cần Thơ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh và cần phải tận dụng mạnh mẽ TMĐT để tăng cường khả năng cạnh tranh.

3.2 Giải pháp nâng cao tác động của TMĐT ngành du lịch tại thành phố Cần Thơ

Để tối ưu hóa tác động của Thương mại điện tử trong phát triển du lịch thành phố Cần Thơ, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp như:

Xây dựng cơ sở hạ tầng, kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch: Để TMĐT tác động tốt đến du lịch Cần Thơ, lãnh đạo thành phố cần xem xét xây dựng chiến lược ứng dụng khoa học công nghệ, công nghệ thông tin vào phát triển du lịch; các

quy định, chính sách, cơ chế điều phối các hoạt động trong TMĐT du lịch. Đẩy mạnh kêu gọi đầu tư vào một số dự án trọng điểm của thành phố; Tổ chức các hoạt động vui chơi giải trí, văn hóa, văn nghệ với hình thức biến đêm thành ngày tại một số khu, điểm du lịch của thành phố Cần Thơ.

Giải pháp xây dựng du lịch thông minh bền vững: Cách mạng công nghiệp 4.0 tận dụng sức mạnh của số hóa và công nghệ thông tin với sự đột phá của trí tuệ nhân tạo. Muốn có du lịch thông minh phải có bốn chủ thể của du lịch thông minh là: Các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp, du khách, người tham gia làm du lịch. Mỗi chủ thể trên cũng phải là chủ thể thông minh. Bên cạnh đó, cần phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh: Tiện nghi thông minh (Smart amenities); Điểm tham quan thông minh (Smart attractions); Các dịch vụ hỗ trợ thông minh (Smart ancillary); Khả năng tiếp cận thông minh (Smart Accessibility); Các hoạt động thông minh (Smart activities); Dịch vụ trọn gói thông minh (Smart available packages). Do đó, những đơn vị liên quan trong ngành du lịch thành phố cần hiểu đúng về du lịch thông minh, nhất là học hỏi kinh nghiệm từ các quốc gia tiên tiến trên thế giới, nhằm đưa ra mô hình và giải pháp triển khai một cách hiệu quả. Tăng cường ứng dụng công nghệ du lịch, bản đồ du lịch, hệ thống wifi công cộng, hệ thống lưu trú, hệ thống phân tích dữ liệu du lịch được tích hợp với các công nghệ mới hiện nay như: Thực tại ảo, thực tại tăng cường, ảnh

360, trí tuệ nhân tạo đang đem đến những trải nghiệm mới mẻ cho du khách.

Kết hợp TMĐT và truyền thông: Để tận dụng cơ hội từ TMĐT, doanh nghiệp du lịch cần phát triển công nghệ số. Công nghệ số dễ dàng sẽ tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho ngành Du lịch trong việc tuyên truyền, phổ biến thông tin du lịch. Với sự xuất hiện của chuyển đổi số, các hoạt động trong ngành du lịch đã tạo ra một sự đổi mới trong cách mọi người nhận thức và nắm bắt thông tin và dịch vụ mà các đại lý du lịch cung cấp. Cần thực hiện những nội dung chuyển đổi số ngành du lịch như: Du lịch số thực tế ảo, Tích hợp du lịch 4.0 trên thiết bị di động, Trí tuệ nhân tạo và Chatbot, Vận dụng IoT (Internet of Things) trong ngành du lịch. Tích hợp các kênh này giúp tăng cường hiệu quả tiếp cận khách hàng và thu hút đối tượng du lịch đa dạng.

Xây dựng website chuyên nghiệp: Để nâng cao trải nghiệm khách hàng, doanh nghiệp du lịch cần đầu tư xây dựng website và ứng dụng di động chuyên nghiệp, dễ sử dụng và tương thích với nhiều thiết bị. Website và ứng dụng này nên cung cấp thông tin chi tiết về các tour du lịch, dịch vụ và hoạt động du lịch, cũng như hỗ trợ thanh toán trực tuyến để giúp khách hàng dễ dàng đặt và thanh toán các dịch vụ. Đây là cách tốt nhất để có thể tương tác và tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng. Không chỉ thế, sau khi đặt tour, du khách hoàn toàn có thể thanh toán trực tuyến bằng các phương thức khác nhau như: ví điện tử, ATM, Visa, qua các cổng TMĐT hay các ứng dụng trên điện thoại di động.

Hỗ trợ kỹ năng và đào tạo nhân lực du lịch: Trong những năm qua, các trường Đại học đã cung cấp một lượng lao động có tay nghề chuyên môn cho ngành Du lịch. Tuy nhiên, so với số lượng sinh viên ra trường thì tỷ lệ được tuyển

dụng vào làm trong các doanh nghiệp du lịch còn khiêm tốn. Một trong những nguyên nhân là do không đáp ứng được yêu cầu về chuyên môn và ngoại ngữ của các doanh nghiệp. Để tận dụng tối đa TMĐT, doanh nghiệp du lịch cần đào tạo nhân lực chuyên nghiệp về công nghệ thông tin, marketing trực tuyến, quản lý dữ liệu và trình độ ngoại ngữ. Tăng cường hợp tác liên kết giữa doanh nghiệp và nhà trường. Để việc đào tạo ngành TMĐT tại các trường đại học đáp ứng được xu hướng kinh doanh hiện đại cũng như gia tăng tính thực tiễn, việc liên kết giữa nhà trường và các doanh nghiệp TMĐT là rất cần thiết. Các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ năng sẽ giúp nhân viên hiểu rõ và sử dụng hiệu quả công nghệ số trong công việc hàng ngày.

Tăng cường an ninh thông tin và bảo mật dữ liệu: Để xây dựng lòng tin và tin tưởng của khách hàng, doanh nghiệp du lịch cần tăng cường an ninh thông tin và bảo mật dữ liệu. Đảm bảo rằng thông tin cá nhân của khách hàng và giao dịch thanh toán được bảo vệ an toàn và không bị lộ thông tin là một yếu tố quan trọng trong thành công của TMĐT trong du lịch. Doanh nghiệp du lịch Cần Thơ nên thúc đẩy hợp tác và liên kết với các doanh nghiệp trong ngành du lịch và các đối tác công nghệ. Kết hợp lực lượng và tạo ra mạng lưới liên kết sẽ giúp gia tăng tiềm năng thị trường, chia sẻ nguồn lực và bảo mật dữ liệu thông tin, cũng như tăng cường cạnh tranh.

Tạo chương trình khuyến mãi và ưu đãi: TMĐT mang lại cơ hội để tạo ra các chương trình khuyến mãi, giảm giá và ưu đãi cho khách hàng. Doanh nghiệp du lịch cần xây dựng một hệ sinh thái đa dạng về sản phẩm và dịch vụ du lịch, từ các tour truyền thống đến các trải nghiệm du lịch mới lạ và độc đáo. Tạo ra chuỗi giá trị đa dạng giúp khách hàng có nhiều lựa chọn và tăng cường

trải nghiệm du lịch. Những chương trình này thu hút sự quan tâm của khách hàng và thúc đẩy họ thực hiện giao dịch trực tuyến. Các doanh nghiệp du lịch nên tận dụng các dịp lễ, sự kiện và mùa du lịch để tạo ra những chương trình khuyến mãi hấp dẫn.

4. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

TMĐT mang lại triển vọng rất lớn cho phát triển bền vững của du lịch Cần Thơ. Việc tận dụng công nghệ số, phát triển sản phẩm và dịch vụ đa dạng, tăng cường trải nghiệm khách hàng và xây dựng lòng tin của khách hàng sẽ giúp nâng cao cạnh tranh của du lịch Cần Thơ trên thị trường quốc tế. Để tối ưu hóa TMĐT trong phát triển du lịch thành phố Cần Thơ, cần thực hiện các giải pháp như xây dựng cơ sở hạ tầng, kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch, giải pháp xây dựng du lịch thông minh bền vững, kết hợp TMĐT và truyền thống, xây dựng website chuyên nghiệp, hỗ trợ kỹ năng và đào tạo nhân lực du lịch, tăng cường an ninh thông tin và bảo mật dữ liệu, tạo chương trình khuyến mãi và ưu đãi. Những giải pháp này sẽ giúp Cần Thơ phát triển du lịch bền vững và hiệu quả trong thời kỳ Công nghiệp 4.0.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Wei, C., Wang, Q., & Liu, C. (2021). Application of an artificial neural network optimization model in e-commerce platform based on tourism management. *EURASIP Journal on Wireless Communications and Networking*, 2021(1), 1-21.
- [2] Hu, Y., & Li, X.F. (2021). Current situation and Optimization of the combined

development of E-commerce and the rural cultural tourism--Based on big data and data visualization method. In *2021 2nd International Conference on Big Data Economy and Information Management (BDEIM)*, 492-495.

- [3] Ma, J. X., Buhalis, D., & Song, H. (2003). ICTs and Internet adoption in China's tourism industry. *International Journal of Information Management*, 23(6), 451-467.
- [4] Wei, W., Xu, Q., Wang, L., Hei, X. H., Shen, P., Shi, W., & Shan, L. (2014). GI/Geom/1 queue based on communication model for mesh networks. *International Journal of Communication Systems*, 27(11), 3013-3029.
- [5] Rosen, A (2000). *The E-commerce Question and Answer Book*. USA: American Management Association. 5.
- [6] Hồng Phúc (2022). *Phát triển Du lịch thông minh: Tương lai của ngành công nghiệp không khói*. <https://baodantoc.vn/phat-trien-du-lich-thong-minh-tuong-lai-cua-nganh-cong-nghiep-khong-khoi-bai-1-1664097409942.htm>.