

ISSN 0868-3808 TRUNG TÂM KINH TẾ CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG

Kinh tế

Châu Á - Thái Bình Dương

**THỦ TƯỚNG CHỈ ĐẠO THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN DU
LỊCH, BẢO ĐẢM THỰC HIỆN TỐC ĐỘ TĂNG
TRƯỞNG KINH TẾ HAI CON SỐ
KINH TẾ VIỆT NAM 3 THÁNG ĐẦU NĂM VỚI
NHIỀU ĐIỂM SÁNG
KINH TẾ VIỆT NAM VẪN VỮNG VÀNG TRƯỚC
“SÓNG TO GIÓ LỚN”**

Asia-Pacific Economic Review

Số tháng 04/2025



www.ktcatbd.com.vn



8938500883019

HEAD OFFICE

176 Thai Ha, Dong Da, Ha Noi
Email: ktcatbd@gmail.com

Editor-in-Chief

LE VAN SANG, Ph.D.

Board of Advisors

Vo Dai Luoc, Ph.D.
Tran Dinh Thien, Ph.D.
Dang Nguyen Anh, Ph.D.
Le Bo Linh, Ph.D.
Dang Xuan Thanh, Ph.D.
Nguyen Duc Thanh, Ph.D.
Tran Duc Hiep, Ph.D.

Managing Editor

Nguyen Thi Thanh Thuy
Phone: 0915947026
Email: thanhthuyktcatbd@gmail.com

Trị sự: Hồng Huế

Phone

0962002215

Designer

Kieu Linh

Licence:

No.414/GP-BTTTT
Printed at 123 Ha Noi
Printing Services and Trading Co., Ltd

QUAN SÁT - OBSERVE

Thủ tướng chỉ đạo thúc đẩy phát triển du lịch, bảo đảm thực hiện tốc độ tăng trưởng kinh tế hai con số	4
Kinh tế Việt Nam 3 tháng đầu năm với nhiều điểm sáng	7
Kinh tế Việt Nam vẫn vững vàng trước “sóng to gió lớn”	9

KINH DOANH - BUSINESS

Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng Quốc gia Việt Nam: Hành trình đổi mới và sứ mệnh xanh	11
---	----

TRÊN ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN - ON THE ROAD OF DEVELOPMENT

Ninh Thuận - Đất “cựa mình” sinh sôi	13
Thái Nguyên - Điểm sáng thu hút đầu tư	15
Đồng bộ các giải pháp tạo đà phát triển kinh tế	17

NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng trẻ trên địa bàn thành phố Cao Lãnh	19
Nghiên cứu ảnh hưởng của đặc điểm tính cách đến ý định mua hàng qua Livestream trên Tiktok của gen Z trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh	23
Vốn tâm lý: Tổng quan mô hình nghiên cứu lý thuyết	26
Tác động của xây dựng thương hiệu cá nhân đến cơ hội việc làm: Nghiên cứu trường hợp sinh viên Trường Đại học Đông Á	29
Thực hành ESG và giá trị doanh nghiệp – Trường hợp các công ty cổ phần ngành công nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam	32
Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp du lịch thực hiện chuyển đổi số	35
Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động phát triển thương hiệu của các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh	38
Thách thức nguồn nhân lực trong các khu công nghiệp của thành phố hải phòng giai đoạn 2025–2030	41
Vai trò của sự hài lòng trong sự chấp nhận ChatGPT: Một minh chứng ở Việt Nam	44
Đặc điểm tính cách trong ý định khởi nghiệp của sinh viên	47
Phát triển nguồn nhân lực tại trường Đại học Tài nguyên và Môi trường trong giai đoạn hiện nay	50



CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH THỰC HIỆN CHUYỂN ĐỔI SỐ

Nguyễn Thị Hồng Loan¹; Nguyễn Thị Minh Thu²

¹Trường Đại học Mở - Địa chất

²Viện nghiên cứu và đào tạo doanh nhân APEC

Tóm tắt

Chuyển đổi số là sự tích hợp các công nghệ số vào hoạt động của doanh nghiệp, tổ chức để thay đổi căn bản cách thức vận hành, mô hình kinh doanh và cung cấp các giá trị mới cho khách hàng (Shoab Imtiaz & Dong Jin Kim, 2019). Hoạt động trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc thực hiện chuyển đổi số là đòi hỏi tất yếu, nhằm giúp doanh nghiệp cải thiện khả năng cạnh tranh, sử dụng hiệu quả nguồn lực và hiệu quả kinh doanh. Thông qua các dữ liệu về chuyển đổi số tại doanh nghiệp du lịch, bài báo phân tích cơ hội, thách thức đối với việc chuyển đổi số và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Công nghệ, Chuyển đổi số, Doanh nghiệp du lịch

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc cách mạng Công nghiệp Công nghiệp lần thứ tư, bao gồm các ứng dụng công nghệ mới như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo, thực tế tăng cường, dữ liệu lớn và hệ thống vật lý mạng đã mở đường cho việc chuyển đổi kỹ thuật số trong các lĩnh vực kinh tế, xã hội, văn hóa và xã hội. Với đặc thù của mô hình kinh doanh, ngành du lịch đã đi đầu trong đổi mới kỹ thuật số và tiếp tục được chuyển đổi với tốc độ cấp số nhân trên toàn cầu (Shoab Imtiaz & Dong Jin Kim, 2019). Chuyển đổi số giúp doanh nghiệp du lịch (DNDL) tối ưu hóa quy trình vận hành, sử dụng hiệu quả nguồn lực và từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh, giúp khách hàng của doanh nghiệp có thể sử dụng thiết bị di động để trở nên chuyên biệt hơn trong việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ và các lợi ích đạt được. Chính vì vậy, để thúc đẩy chuyển đổi số, các DNDL cần thực hiện các giải pháp mang tính hệ thống và chiến lược hướng tới chuyển đổi đối với cả khách hàng và doanh nghiệp, đồng thời, có thể tận dụng được những thuận lợi và ưu đãi từ Chính phủ. Tuy nhiên, trên thực tế, việc chuyển đổi số mới chỉ được thực hiện ở những DNDL quy mô lớn, hầu như các DNDL quy mô vừa và nhỏ mới dừng lại ở việc ứng dụng công nghệ thông tin trong một số hoạt động cơ bản mà chưa hoạch định được một chiến lược chuyển đổi số rõ ràng. Bài báo phân tích cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số tại các DNDL Việt Nam hướng tới phát triển các mô hình kinh doanh mang lại giá trị tối đa cho khách hàng và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DOANH NGHIỆP DU LỊCH

2.1. Chuyển đổi số đối với doanh nghiệp du lịch

Chuyển đổi số trong DNDL biểu thị việc ứng dụng các công nghệ số như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, thực tế tăng cường, dữ liệu lớn, Internet vạn vật, chuỗi khối, công nghệ di động, điện toán đám mây, rô bốt và

phương tiện truyền thông xã hội trong kinh doanh du lịch (Inita Kindzule-Millere và cs., 2022) nhằm gia tăng giá trị cho các sản phẩm và trải nghiệm du lịch, mang đến nhiều cơ hội mới cho DNDL và giúp đạt được lợi thế cạnh tranh lâu dài và sự hài lòng của khách hàng. Chuyển đổi số làm thay đổi cách đi du lịch, cách làm du lịch, cách kinh doanh du lịch, cách quản lý du lịch nhờ dữ liệu và công nghệ số. Như vậy, chuyển đổi số trong DNDL có thể được hiểu là sự tích hợp đầy đủ các công nghệ kỹ thuật số vào tất cả các lĩnh vực hoạt động của DNDL, ứng dụng các công nghệ để thay đổi cách thức vận hành, mô hình kinh doanh và đem đến những giá trị mới cho khách hàng. Quá trình thay đổi này sẽ từ mô hình tổ chức, doanh nghiệp truyền thống sang doanh nghiệp số bằng cách áp dụng công nghệ mới như dữ liệu lớn (Big Data), Internet cho vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud)... nhằm thay đổi phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa công ty.

2.2. Một số công nghệ kỹ thuật số trong kinh doanh du lịch

Chuyển đổi số trong DNDL biểu thị việc ứng dụng các công nghệ số như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, thực tế tăng cường, dữ liệu lớn, Internet vạn vật, chuỗi khối, công nghệ di động, điện toán đám mây, rô bốt và phương tiện truyền thông xã hội trong kinh doanh (Inita Kindzule-Millere và cs., 2022) nhằm gia tăng giá trị cho các sản phẩm và trải nghiệm du lịch, mang đến nhiều cơ hội mới cho DNDL và giúp đạt được lợi thế cạnh tranh lâu dài và sự hài lòng của khách hàng. Sự phát triển của công nghệ kỹ thuật, đặc biệt là công nghệ thông tin đã thúc đẩy hoạt động du lịch phát triển và trở nên hiệu quả hơn, từ chỗ các doanh nghiệp chỉ sử dụng đa biểu mẫu, livestream, hợp nhất thông tin, web cấu trúc dữ liệu có ngữ nghĩa (semantic web), kéo thả để đánh dấu, sự tham gia của người dùng, đa tiện ích (widgets)... đến nay, các DNDL có thể sử dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, internet vạn vật, Blockchain, điện toán đám mây, thực tế ảo và

tăng cường, hiệu suất tính toán cao và livestream để tối ưu hóa quá trình hoạt động và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Một số công nghệ kỹ thuật số cơ bản có thể được sử dụng trong kinh doanh du lịch để tăng năng suất và tạo ra giá trị bao gồm:

(1) Trí tuệ nhân tạo (AI): Khi công nghệ AI và robot phát triển, ngày càng có nhiều robot được tạo ra trong các DNDL và khách sạn, cung cấp các khả năng kỹ thuật khác nhau và thực hiện các nhiệm vụ lặp đi lặp lại, mất vệ sinh và nguy hiểm. AI kết hợp với các công nghệ khác sẽ tạo ra công nghệ tự động hóa thông minh, thúc đẩy du lịch thông minh phát triển (Tussyadiah I., 2020);

(2) Phân tích dữ liệu lớn: Dữ liệu lớn do người tiêu dùng và doanh nghiệp tạo ra (OECD, 2020) do đó có thể dự đoán nhu cầu, hành vi của người tiêu dùng, sở thích mua sắm và tạo ra cơ hội cho việc cá nhân hóa. Thông tin từ các phân tích dữ liệu lớn được sử dụng một cách thích hợp có thể mang lại cho DNDL các cơ hội kinh doanh mới và tăng năng suất (OECD, 2020).

(3) Internet vạn vật (IoT): là khả năng tương tác của các cảm biến, dữ liệu và tự động hóa cung cấp dữ liệu và thông tin theo thời gian thực. Khi kết hợp với các công nghệ khác, IoT có thể góp phần cải thiện trải nghiệm của du khách, do đó, được sử dụng trong hoạt động marketing, quản lý điểm đến và phát triển du lịch thông minh (OECD, 2020).

(4) Blockchain (BCT): BCT có thể giúp các DNDL tăng cường quản lý bán hàng, quản lý tài chính, hành chính và giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài và thúc đẩy DNDL đổi mới kinh doanh, khám phá ra các cơ hội kinh doanh sáng tạo và cải thiện tính minh bạch của người dùng (OECD, 2020).

(5) Công nghệ di động/điện toán đám mây: Điện thoại di động với công nghệ của chúng đóng vai trò là công ty lõi hành, hướng dẫn viên du lịch, nhà điều hành tour du lịch, bản đồ du lịch, công cụ tìm nhà hàng tốt nhất, v.v. Dongwook K. & Sunbum K. (2017) đã khẳng định vai trò quan trọng của công nghệ di động để phát triển du lịch tính bền vững.

(6) Thực tế ảo và tăng cường: Hệ thống thực tế ảo và tăng cường có thể bao gồm văn bản và hình ảnh giúp làm tăng trải nghiệm của du khách và cho phép du khách tìm kiếm những điểm đến mới và tương tác thực tế ảo bằng nhiều giác quan khác nhau (Chamboko-Mpotaringa M. & Tichaawa T.M., 2021).

(7) Phương tiện truyền thông xã hội (SM): là một công cụ thông tin và tương tác để tạo ra nhận thức về thương hiệu cho DNDL, điểm đến và xây dựng mối quan hệ với du khách trước, trong và sau chuyến đi (Hysa B., Karasek A. & Zdonek I., 2021). Phương tiện truyền thông cũng là một trong những công cụ quan trọng để DNDL tiếp cận tốt hơn đến các nhóm khách hàng mục tiêu và nâng cao hiệu quả hoạt động marketing.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Những cơ hội đối với doanh nghiệp du lịch Việt Nam thực hiện chuyển đổi số

Trong bối cảnh phát triển của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, ngày càng nhiều người sử dụng Internet và điện thoại di động để giải quyết nhiều vấn đề khác nhau, bao gồm cả lập kế hoạch du lịch, vì vậy, việc thực hiện chuyển đổi số sẽ mang lại những những

cơ hội tiếp cận thị trường, mở rộng kinh doanh, nâng cao hiệu quả kinh doanh và giúp DNDL nâng cao khả năng cạnh tranh trong dài hạn (Millere K. i., 2021, OECD, 2020). Chuyển đổi số mở ra khả năng sáng tạo mới, giúp DNDL đáp ứng linh hoạt các nhu cầu đa dạng của thị trường. Các dịch vụ du lịch ảo, du lịch mô phỏng, và du lịch thực tế ảo là những ví dụ điển hình, mang lại cho khách hàng những trải nghiệm mới lạ và thú vị.

Phân tích về cơ hội của DNDL thực hiện chuyển đổi số, Millere K. i. (2021) cũng cho rằng, chuyển đổi số có thể giúp DNDL: (1) tăng hiệu quả kinh doanh, tiết kiệm thời gian và nguồn lực kinh doanh; (2) tăng phạm vi tiếp cận, mở rộng phạm vi tiếp cận quốc tế, có thể thâm nhập thị trường mới và quốc tế hóa hoạt động kinh doanh; (3) tăng cường sự sáng tạo và đổi mới, cải thiện chất lượng dịch vụ, cung cấp nhiều dịch vụ được cá nhân hóa hơn cho khách hàng, cải thiện khả năng hiển thị thương hiệu trực tuyến, thu hút khách hàng, tăng doanh thu; (4) nhanh chóng và dễ dàng trao đổi thông tin với các bên liên quan, tăng cường danh tiếng doanh nghiệp, tăng lòng trung thành của khách hàng; (5) nâng cao vị thế của ngành du lịch, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa chi phí vận hành của DNDL.

Từ kết quả nghiên cứu, có thể rút ra một số cơ hội đối với DNDL Việt Nam thực hiện chuyển đổi số như sau:

Thứ nhất, năng lực cạnh tranh của các DNDL được cải thiện. DNDL ứng dụng công nghệ trong kinh doanh, tăng cường liên kết số hóa giữa các doanh nghiệp trong chuỗi du lịch: Website, fanpage, OTA (Online Travel Agent như Booking, Agoda) và triển khai hệ thống đặt phòng, đặt tour online, thanh toán điện tử, mã QR trong vé tham quan... giúp nâng cao danh tiếng của doanh nghiệp và lòng trung thành của khách hàng, từ đó cải thiện vị thế cạnh tranh của DNDL;

Thứ hai, phạm vi tiếp cận quốc tế, khả năng thâm nhập thị trường mới, thị trường quốc tế của các DNDL được cải thiện. Việc tham gia các sàn thương mại điện tử du lịch trong và ngoài nước đã giúp cho các DNDL có thể tiếp cận với thị trường quốc tế, cải thiện hiệu quả cung ứng dịch vụ và thanh toán, từ đó góp phần mở rộng kinh doanh và tăng doanh thu. Ngược lại, việc tăng trưởng khách du lịch và doanh thu của các DNDL được coi là cơ hội lớn để thúc đẩy chuyển đổi số.

Thứ ba, điều kiện về hạ tầng giao thông và sự gia tăng về số lượng du khách sau đại dịch Covid 19 đã tạo thuận lợi cho DNDL ứng dụng các công nghệ số. Ngoài ra, lượng du khách trong và ngoài nước tương đối lớn đã tạo dữ liệu đầu vào phong phú để triển khai công nghệ như AI, phân tích hành vi.

Thứ tư, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, cơ sở hạ tầng nhân lực đang hỗ trợ mạnh mẽ cho các DNDL thực hiện chuyển đổi số. Hiện nay, cùng với việc xây dựng chính phủ số, nền kinh tế số, các chính sách hỗ trợ của Chính phủ đã hỗ trợ DNDL thực hiện chuyển đổi số như xây dựng cổng thông tin quảng bá và xúc tiến du lịch, xây dựng các đô thị thông minh, số hóa thông tin du lịch qua app du lịch địa phương, tăng cường đào tạo và phát triển nguồn nhân lực phục vụ chuyển đổi số... đã tạo nền tảng thuận lợi để doanh nghiệp tận dụng và thực hiện chuyển đổi số.

3.2. Những thách thức đối với doanh nghiệp du lịch Việt Nam thực hiện chuyển đổi số

Khi nghiên cứu các thách thức đối với DNDL thực hiện chuyển đổi số, Inita Kindzule và cộng sự (2022) đã chỉ ra các yếu tố như: (1) Thiếu hiểu biết về các cơ hội và gặt hái lợi ích; (2) Thiếu hoặc không đủ kiến thức kỹ thuật, Kỹ năng CNTT và kỹ thuật số và đào tạo về công nghệ kỹ thuật số mới; (3) Thiếu kinh phí vì số hóa có chi phí cao, lợi nhuận không chắc chắn về lợi ích; (4) Thiếu các sản phẩm hiện có phù hợp trong ngân sách, quy trình dài và phức tạp; (5) Cơ sở hạ tầng CNTT và kỹ thuật số hạn chế, đặc biệt là ở các vùng nông thôn là những yếu tố quan trọng cản trở thực hiện chuyển đổi số tại các DNDL. Từ quan điểm này, có thể khái quát những thách thức đối với DNDL Việt Nam thực hiện chuyển đổi số như sau:

Thứ nhất, hạn chế về tài chính và nguồn nhân lực thực hiện chuyển đổi số. Hiện nay phần lớn các DNDL Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, đặc biệt là các doanh nghiệp lữ hành. Các DNDL đang phải đối mặt với những hạn chế về nhân lực và tài chính, vì vậy việc thực hiện chuyển đổi số còn tương đối chậm, thậm chí có một số DNDL chưa biết bắt đầu từ đâu.

Thứ hai, hạn chế về kiến thức về vai trò và quy trình thực hiện chuyển đổi số. Hiện nay, còn nhiều DNDL thiếu đội ngũ IT hoặc marketing chuyên nghiệp. Một số doanh nghiệp chưa hiểu ý nghĩa của chuyển đổi số và còn e ngại, cho rằng chuyển đổi số là tốn kém và khó triển khai.

Thứ ba, hạn chế về khả năng ứng dụng công nghệ số. Các DNDL chủ yếu dừng lại ở việc sử dụng mạng xã hội, trang web, trí tuệ nhân tạo trong giao tiếp với khách hàng, Big Data trong phân tích hành vi khách hàng. Phần lớn các doanh nghiệp chưa ứng dụng trí tuệ nhân tạo, Big Data, Phần mềm quản lý khách hàng, Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ... phục vụ quản trị kinh doanh hay cá nhân hóa trải nghiệm du khách.

Thứ tư, thiếu sự liên kết hệ sinh thái du lịch. Các doanh nghiệp khách sạn, lữ hành, ăn uống... hoạt động rời rạc, thiếu một nền tảng chung kết nối thông tin, dữ liệu nâng cao hiệu suất hoạt động của các doanh nghiệp này.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Cơ hội từ việc thúc đẩy chuyển đổi số là vô cùng lớn đối với các DNDL. Sự xuất hiện của các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo và blockchain đã và đang giúp các DNDL cải thiện trải nghiệm của khách hàng, tăng cường tính minh bạch và an toàn trong các giao dịch thanh toán, từ đó góp phần nâng cao lòng trung thành của khách hàng. Chuyển đổi số cũng giúp DNDL tối ưu hóa quá trình kinh doanh, tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, để đạt được những lợi ích đó, một số giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số cần được thực hiện bao gồm:

Thứ nhất, tăng cường đầu tư xây dựng và nâng cấp hạ tầng công nghệ: đầu tư và hoàn thiện hệ thống website, app di động để có thể có giao diện thân thiện; ứng dụng công nghệ số trong quản lý thông qua việc sử dụng phần mềm quản lý khách hàng,

hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp, quản lý tổng thể doanh nghiệp, quản lý đặt phòng, đặt tour...

Thứ hai, tăng cường số hóa dữ liệu và trải nghiệm khách hàng: thực hiện số hóa thông tin, tài nguyên du lịch; ứng dụng thực tế ảo và tăng cường; phát triển trợ lý ảo và tăng cường, Chatbot AI để có thể hỗ trợ khách hàng 24/7, tư vấn tự động, đa ngôn ngữ.

Thứ ba, tăng cường ứng dụng marketing số trong kinh doanh: cải thiện giao diện và nội dung quảng bá về sản phẩm, về doanh nghiệp trên các nền tảng mạng xã hội như: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube...; tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO).

Thứ tư, tăng cường hợp tác với các nền tảng và doanh nghiệp công nghệ: liên kết với các đại lý du lịch trực tuyến (Online Travel Agency): Booking.com, Agoda, Traveloka, Klook...; tăng cường hợp tác với các start-up công nghệ du lịch; tận dụng cơ sở hạ tầng số và kết nối với hệ thống quản lý du lịch của tỉnh thông qua việc tham gia hệ sinh thái du lịch số.

Thứ năm, nâng cao năng lực số cho nhân sự: chủ động và tăng cường tổ chức các chương trình đào tạo nâng cao kiến thức và kỹ năng số, chương trình đào tạo chuyên môn về marketing số, thương mại điện tử, ứng dụng phần mềm quản lý khách hàng, hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp trong quản lý kinh doanh;

Thứ sáu, tận dụng tối đa sự hỗ trợ của chính quyền địa phương: tận dụng tối đa các gói hỗ trợ chuyển đổi số từ Tỉnh hoặc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, tham gia các chương trình xúc tiến thương mại số: Triển lãm ảo, hội chợ du lịch online...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cameron A, Pham T H, Atherton J, Nguyen D H, Nguyen T P, Tran S T, Nguyen T N & Trinh H Y. Hajkowicz S (2019), Tương lai nền kinh tế số Việt Nam – Hướng tới năm 2030 và 2045. CSIRO, Brisbane.
2. Chamboko-Mpotaringa, M. & Tichaawa, T.M. (2021), Tourism Digital Marketing Tools and Views on FutureTrends: A Systematic Review of Literature. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 10(1), pp. 712-726.
3. Dongwook, K. & Sunghum, K. (2017), The Role of Mobile Technology in Tourism: Patents, Articles, News, and Mobile Tour App Reviews. Sustainability 2017, 9, 2082, pp.1-45
4. Inita Kindzule-Millere, Sandija Zeverte-Rivza (2022), digital transformation in tourism: opportunities and challenges, Proceedings of the 2022 International Conference “Economic science for rural development” No 56 Jelgava, LLU ESAF, 11-13 May 2022, pp. 476-486 DOI: 0.22616/ESRD.2022.56.047
5. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2020), Tourism Trends and Policies 2020. Available on: <https://www.oecd-ilibrary.org/sitesAccess:02.01.2022>.
6. Peceny, U.S., Urbancic, J., Mokorel, S., Kuralt, V. & Ilijas, T. (2019). Tourism 4.0: Challenges in Marketing a Paradigm Shift. From edited volume: Consumer Behavior and Marketing, pp.1-19.
7. Shoaib Imtiaz & Dong Jin Kim (2019), Digital Transformation: Development of New Business Models in the Tourism Industry, Culinary Science & Hospitality Research 25(4), 91-101; 2019