

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thông minh tại thành phố Đà Nẵng

ThS. VÕ TIẾN SĨ

Ban chỉ huy quân sự huyện Phú Ninh, Quảng Nam

● NGÀY NHẬN BÀI: 10/6/2023 ● NGÀY CHUYỂN PHẢN BIỆN: 11/6/2023

● NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 25/7/2023

Tóm tắt: Mục tiêu chính của nghiên cứu này là hệ thống hóa và phát triển một số vấn đề lý luận liên quan tới sự phát triển Du lịch thông minh nhằm đánh giá đo lường mức độ tác động các yếu tố đến phát triển Du lịch thông minh tại thành phố Đà Nẵng. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, nghiên cứu đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu tại bàn, Thiết kế bảng câu hỏi có cấu trúc được sử dụng thông qua thống kê toán học khảo sát điều tra thu thập thông tin các cơ sở du lịch với 250 mẫu hợp lệ, xử lý dữ liệu thực hiện kiểm định thang đo qua phần mềm thống kê SPSS 22. Nghiên cứu thực hiện kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha, phân tích yếu tố khám phá EFA, kiểm định tương quan pearson, phân tích mô hình hồi quy tuyến tính, kiểm định ANOVA để kiểm tra các giả thuyết. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố tác động cùng chiều đến phát triển du lịch thông minh tại thành phố Đà Nẵng, xếp theo mức độ tác động giảm dần: Tài nguyên du lịch; Nguồn nhân lực; Công nghệ thông tin và Truyền thông; Sự đổi mới sáng tạo và công tác quản lý du lịch. Từ đó, nghiên cứu đề xuất hàm ý chính sách mang tính thực tiễn nhằm quản trị cho các cơ sở du lịch để hoạch định phát triển Du lịch thông minh tại thành phố Đà Nẵng phù hợp thông qua các yếu tố ảnh hưởng..

Từ khóa: *Du lịch thông minh; Yếu tố ảnh hưởng; thành phố du lịch; Yếu tố khám phá.*

1. GIỚI THIỆU

Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) đã dẫn đến những thay đổi lớn và phát triển các xu hướng mới trong du lịch trong vài năm qua. ICT đã biến đổi du lịch trên toàn cầu và trở thành chìa khóa cho khả năng cạnh tranh của các tổ chức và điểm

đến du lịch (Buhalis & O'Connor, 2005). Vai trò của công nghệ thông tin trong du lịch đã phát triển từ việc sử dụng Internet, thông qua các thiết bị di động, đến việc sử dụng công nghệ thông minh mà ngày nay xác định một kỷ nguyên mới của du lịch (Koo et al., 2015). Ngành du lịch đã trở

thành một trong những ngành phát triển nhanh nhất trên khắp thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng (Hà Nam Khánh Giao, 2020). Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có tốc độ phát triển nhanh, chiếm vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Du lịch góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế khác, tăng thu ngoại tệ, cân bằng cán cân thanh toán, cải thiện kết cấu hạ tầng, tạo việc làm và nâng cao mức sống cho người dân... Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ 4.0, việc áp dụng các thành tựu khoa học trên nhiều mặt của đời sống. Vì vậy, trong một vài năm trở lại đây, các cụm từ gắn kết du lịch với sự phát triển của khoa học công nghệ “Du lịch thông minh” đã xuất hiện và trở thành chủ đề tâm điểm tại các diễn đàn nghiên cứu học thuật. Phát triển Du lịch thông minh tại bất kì địa phương nào là xu hướng tất yếu của tương lai, vì vậy việc tìm ra các giải pháp nhằm phát triển Du lịch thông minh sẽ giúp ngành du lịch ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn thông qua việc ứng dụng những thành tựu của công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT-TT) (Vũ Hương Giang, 2022). Du lịch thông minh mang những đặc trưng về chia sẻ thông tin (intensive information sharing) và cùng tạo ra giá trị (value co-creations). Trong thời đương đại, các ứng dụng các kỹ thuật thông minh và các thiết bị thông minh trong du lịch đã làm thay đổi đáng kể hành vi du khách. Dựa trên góc nhìn du khách, các công nghệ thông minh hỗ trợ kinh doanh du lịch trong việc tạo ra, quản lý và chuyển giao các trải nghiệm/dịch vụ Du lịch thông minh (Gretzel và cộng sự, 2015). Du lịch

thông minh tập trung vào các hệ thống hỗ trợ từng du khách và công nghệ bao hàm mọi thứ (all-encompassing technology) (Li và cộng sự, 2016). Chia sẻ thông tin và tạo ra nhiều thay đổi trong hành vi của khách du lịch (Huertas và cộng sự, 2019). Đà Nẵng - thành phố có đầy đủ các yếu tố thuận lợi về vị trí địa lý, tài nguyên, kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất để phát triển du lịch. Đây là một trong các ngành kinh tế mũi nhọn được thành phố quan tâm phát triển vì nó đem lại nguồn lợi lớn, tạo nhiều việc làm và sự giao lưu văn hóa (Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2017). Hoạt động du lịch từng bước phục hồi và phát triển mạnh mẽ. Theo Cục thống kê của Thành phố Doanh thu du lịch của thành phố Đà Nẵng “bùng nổ” doanh thu lưu trú, lữ hành của TP Đà Nẵng trong 7 tháng đầu năm 2023 ước đạt hơn 8.000 tỷ đồng, tăng hơn 68% so với cùng kỳ năm 2022. Đà Nẵng thật sự trở thành điểm đến của du khách trong nước và quốc tế.

Để thực hiện được mục tiêu tập trung đo lường các yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển Du lịch thông minh cũng như mức độ ảnh hưởng của những yếu tố này sẽ giúp các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp trong ngành du lịch có những chiến lược phù hợp và giải pháp đồng bộ để sẵn sàng tiếp cận, thích ứng với xu hướng phát triển Du lịch thông minh trong tương lai.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm

Du lịch thông minh là “hành động sử dụng công nghệ và ứng dụng vào thực tiễn để tăng cường quản lý tài nguyên và tính bền vững, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh du

lịch” (Nguyễn Quỳnh Như, 2020), là “hoạt động du lịch được xây dựng trên nền tảng của công nghệ 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”. Để hiểu rõ khái niệm Du lịch thông minh, trước hết cần làm rõ khái niệm “thông minh”.

“Du lịch thông minh” được định nghĩa là một nền tảng tích hợp giữa các nguồn lực du lịch và công nghệ thông tin - truyền thông để cung cấp thông tin rõ ràng và các dịch vụ làm hài lòng du khách (Xia Wang & cộng sự, 2016).

Du lịch thông minh được hiểu là một loại hình du lịch có gắn với việc ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông nhằm mang lại lợi ích cho các đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch. Trong đó, lợi ích quan trọng nhất được quan tâm hàng đầu là cho phép khách du lịch giao tiếp và tương tác chặt chẽ hơn với cư dân, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, chính quyền địa phương và các điểm tham quan du lịch (Olimpia Martucci, Alessia Acampora, Gabriella Arcese and Stefano Poponi, 2020).

Du lịch thông minh chính là một trường hợp đặc biệt của thành phố thông minh, tức là điểm đến du lịch thông minh cũng ứng dụng các quy tắc và kết cấu hạ tầng tương tự đặc trưng của thành phố thông minh (Lazarevic và Pavlovic, 2018), (Lopez de Avila 2015, n.p.). Du lịch thông minh là một điểm đến du lịch sáng tạo, được xây dựng trên nền tảng công nghệ tiên tiến đảm bảo sự phát triển bền vững của các khu du lịch, tăng chất lượng thực hành tại điểm đến và cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân.

(Gretzel et al. 2015) Du lịch thông minh là «du lịch được hỗ trợ bởi những nỗ lực kết hợp tại một điểm đến để thu thập và tổng hợp/khai thác dữ liệu có nguồn gốc từ cơ sở vật lý, kết nối xã hội, nguồn chính phủ/tổ chức và cơ thể/tâm trí con người kết hợp với việc sử dụng các công nghệ tiên tiến để chuyển đổi dữ liệu đó thành trải nghiệm tại chỗ và các đề xuất giá trị kinh doanh với trọng tâm rõ ràng về năng suất, tính bền vững và cải thiện kinh nghiệm”. (Gretzel và cộng sự 2016), (Yalçınkaya và cộng sự 2018) cho rằng, du lịch thông minh cần gắn với bảo vệ môi trường: hướng tới nâng cao nhận thức sử dụng các công nghệ tiên tiến nhưng gắn với vào vệ môi trường và sử dụng năng lượng tái tạo.

2.2. Các nghiên cứu có liên quan

Nghiên cứu của Vũ Hương Giang, (2022), những yếu tố ảnh hưởng sự phát triển điểm đến Du lịch thông minh (Nghiên cứu điển hình tại thành phố Hà Nội). Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển điểm đến Du lịch thông minh là thành phố Hà Nội bao gồm: Tài nguyên du lịch; Nguồn nhân lực; Công nghệ thông tin và Truyền thông; Sự đổi mới sáng tạo và công tác quản lý điểm đến.

Nghiên cứu của Lazarevic, J., Pavlovic, G. (2018): Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin đã tạo ra nhiều cơ hội cho ngành du lịch. Du lịch thông minh là một trong những xu hướng du lịch mới nhất dựa trên công nghệ thông minh. Mục đích của nghiên cứu là phân tích hiện trạng của các yếu tố chính cho sự phát triển du lịch thông minh ở Serbia. Ba yếu tố được lựa chọn để phân tích: công nghệ, vốn nhân lực và đổi mới. Kết luận rút ra từ phân tích là Serbia có

cơ sở tốt để phát triển du lịch thông minh xét từ quan điểm công nghệ và nguồn nhân lực, nhưng tiềm năng đổi mới của nó lại thấp.

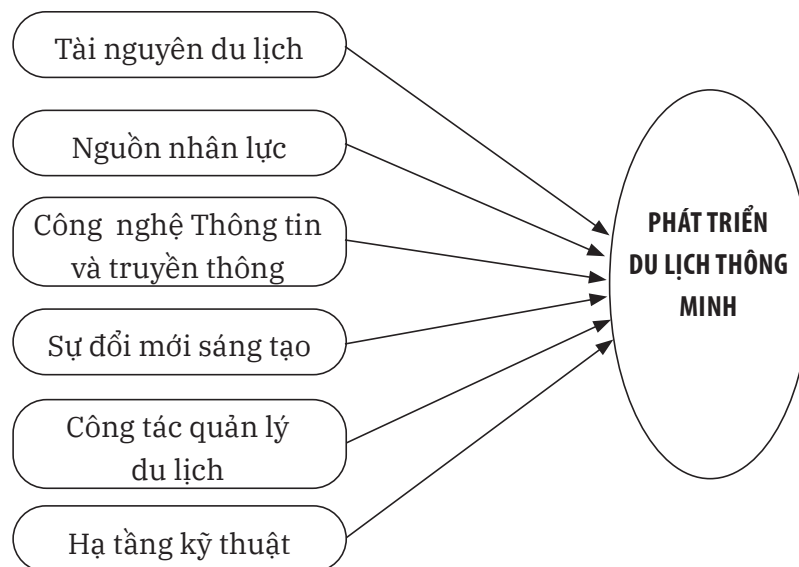
Tiềm năng của công nghệ thông minh, cũng như nhu cầu thích ứng kinh doanh với những thay đổi công nghệ tăng tốc, các công ty từ ngành du lịch đã bắt đầu thực hiện khái niệm thông minh để cải thiện kinh doanh và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững. Việc đưa các công nghệ thông minh vào kinh doanh của các tổ chức du lịch đã thay đổi trải nghiệm của khách du lịch, nhưng nó cũng cho phép tạo ra các mô hình kinh doanh sáng tạo hơn. Du lịch thông minh đã phát triển là kết quả của sự tích hợp và thâm nhập của công nghệ thông minh vào lĩnh vực du lịch. Đổi mới sáng tạo xuất phát từ sự tích hợp này chủ yếu liên quan đến hệ thống quản lý khách sạn thông minh, hệ thống bán vé thông minh, hệ thống giám sát video từ xa thông minh, hệ thống hướng dẫn viên du lịch thông minh và hệ thống đại lý du lịch thông

minh (Guo et al., 2014). Trong nghiên cứu trước đây, các tác giả đã chỉ ra một số đặc điểm của du lịch thông minh (Graziano, 2014). Du lịch thông minh biến khách du lịch thành những người tham gia thông minh và tích cực trong việc sản xuất một sản phẩm du lịch. Hơn nữa, du lịch thông minh chỉ ra việc áp dụng cách tiếp cận đa kênh như một giao diện giữa không gian thực và ảo. Ngoài ra, du lịch thông minh cung cấp cho khách du lịch cơ hội tương tác với người dân địa phương hoặc khách du lịch khác. Ngoài ra, du lịch thông minh còn có các tính năng khác (Hunter et al., 2015).

3. GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Mô hình nghiên cứu

Để chứng minh giả thuyết nghiên cứu trên, nhóm đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của điểm đến Du lịch thông minh và được mô hình hóa trong sơ đồ sau đây:



Hình 1: Mô hình đề xuất

3.2. Giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu có liên quan, cùng với sự quan sát thực tiễn, nhóm nghiên cứu đề xuất 06 giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1: Tài nguyên du lịch càng đa dạng, phong phú, được khai thác tốt và hiệu quả thì mức độ phát triển Du lịch thông minh càng cao.

Lợi thế và tiềm năng du lịch với chất lượng cao thì sức thu hút khách du lịch càng lớn. Tài nguyên du lịch là tổng thể tự nhiên và văn hóa - lịch sử cùng các thành phần góp phần khôi phục và phát triển thể lực và trí lực của con người, khả năng lao động và sức khỏe của họ, những tài nguyên này được sử dụng cho nhu cầu trực tiếp và gián tiếp, cho việc sản xuất dịch vụ du lịch. Giả thuyết H1 Tài nguyên du lịch xuất hiện.

Giả thuyết H2: Nguồn nhân lực có chất lượng càng tốt thì phát triển Du lịch thông minh càng phát triển.

Du lịch thông minh được xem là hệ sinh thái phức tạp, trong đó các tác nhân khác nhau làm việc cùng nhau để tạo ra giá trị. Họ nhấn mạnh mối liên hệ giữa xã hội và công nghệ, nơi con người và công nghệ được coi là những người tham gia bình đẳng, cùng nhau tạo ra sự thịnh vượng về kinh tế, xã hội và môi trường (Boes et al., 2016). Tăng trưởng kinh tế, cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân và lưu trú của khách du lịch phải được hỗ trợ bởi nguồn nhân lực phát triển. Cho rằng các điểm đến du lịch là nền kinh tế dựa trên kiến thức và con người là những người nắm giữ tri thức chính, vốn nhân lực là một yếu tố thiết yếu của chiến lược. Giả thuyết H2:

Nguồn nhân lực xuất hiện.

Giả thuyết H3: Công nghệ thông tin và truyền thông càng nâng cao thì phát triển Du lịch thông minh càng phát triển.

ICT đương đại chắc chắn là thành phần quan trọng của sự phát triển của du lịch thông minh. Công nghệ thông minh cho phép thu thập thông tin, tạo ra kiến thức nhanh chóng và đáp ứng đầy đủ với các tình huống mới. Do đó, các điểm đến du lịch thông minh được coi là điểm đến tri thức, trong đó công nghệ thông tin được sử dụng để cung cấp các công cụ, nền tảng và hệ thống giúp kiến thức và thông tin có thể truy cập được cho tất cả các bên liên quan một cách có hệ thống và hiệu quả và cung cấp cơ chế cho sự tham gia của các bên liên quan vào quá trình đổi mới (Del Chiappa & Baggio, 2015). Giả thuyết H3 Công nghệ thông tin truyền thông xuất hiện.

Giả thuyết H4: Sự đổi mới sáng tạo càng phát huy được thế mạnh của mình thì phát triển Du lịch thông minh càng phát triển.

Du lịch thông minh là thúc đẩy tinh thần kinh doanh và đổi mới sáng tạo. Đổi mới sáng tạo đồng thời là đầu vào quan trọng nhất và là kết quả của việc tích hợp các công nghệ và thành phố thông minh. Nó phát triển khi tất cả các yếu tố thông minh làm việc cùng nhau trên nó và tầm quan trọng của nó được phản ánh trong thực tế rằng nó là chìa khóa cho khả năng cạnh tranh của các thành phố thông minh và các điểm đến du lịch thông minh (Boes et al., 2016). Giả thuyết H4: Sự đổi mới sáng tạo xuất hiện.

Giả thuyết H5: Công tác quản lý điểm đến càng tốt thì phát triển Du lịch thông minh càng

phát triển.

Quản lý du lịch là quá trình điều hành và quản lý liên quan đến du lịch; lập chiến lược và định hướng sản phẩm dịch vụ du lịch; nhận thông tin để phối hợp với các bộ phận, cơ quan chức năng giải quyết những phát sinh trong lĩnh vực du lịch. Giả thuyết H5: Công tác quản lý xuất hiện.

Giả thuyết H6: Hạ tầng kỹ thuật càng hiện đại thì mức độ phát triển Du lịch thông minh càng cao.

Đầu tư hoàn thiện hệ thống hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin, đây là nền tảng để phát triển du lịch thông minh. Điều kiện về hạ tầng mạng, hạ tầng phần cứng, hạ tầng phần mềm, hạ tầng nhân lực, vốn và công nghệ trước khi triển khai để đảm bảo tính hợp lý và hiệu quả. Khi thế giới đang theo xu hướng công nghệ 4.0, cơ sở vật chất phục vụ cho công tác đào tạo du lịch mà đòi hỏi cơ sở đào tạo phải có trang thiết bị bắt kịp với xu thế.

4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là các yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển điểm đến Du lịch thông minh, nghiên cứu điển hình tại thành phố Đà Nẵng.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

4.2.1. Thu thập thông tin

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp từ các nguồn thông tin như: Dữ liệu thu thập từ nhiều nguồn thông tin khác nhau như hệ thống cơ sở dữ liệu của Thư viện Quốc gia Việt Nam, các loại sách, báo điện tử, báo giấy, các bài tạp chí, kỹ yếu hội thảo khoa

học công trình nghiên cứu đã được công bố trong và ngoài nước liên quan đến vấn đề nghiên cứu. Từ đó, xây dựng hệ thống luận cứ chứng minh giả thiết về các yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển Du lịch thông minh.

4.2.2. Chọn mẫu nghiên cứu

Dung lượng mẫu chính thức: Phương pháp phân tích dữ liệu được sử dụng cho nghiên cứu này là dựa trên mô hình phân tích yếu tố khám phá. Theo Hair, J. F. Black, WC, Babin, BJ, Anderson, R,E,(2010). Để đạt được ước lượng tin cậy cho phương pháp này, mẫu thường phải có kích thước tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ quan sát (*obvervation*) biến đo lường (items) 5:1, nghĩa là 1 biến đo lường cần tối thiểu là 5 quan sát, tốt nhất tỷ lệ này là 10:1 nghĩa là 1 biến đo lường cần tối thiểu là 10 quan sát. Như vậy nghiên cứu này có 25 biến đo lường, lý tỷ lệ 10:1, thì kích thước mẫu là $25 \times 10 = 250$ và lớn hơn kích thước mẫu tối thiểu.

Phương pháp chọn mẫu phi xác suất, hình thức chọn mẫu thuận tiện. Phương pháp điều tra khảo sát được sử dụng nhằm thu thập ý kiến của các đối tượng điều tra, bao gồm: khách du lịch, doanh nghiệp lữ hành và một số chuyên gia trong lĩnh vực du lịch. Bảng hỏi khảo sát gồm Tài nguyên du lịch được đo lường bằng 4 biến quan sát, Nguồn nhân lực được đo lường bằng 4 biến quan sát, Công nghệ thông tin truyền thông được đo lường bằng 5 biến quan sát, Sự đổi mới sáng tạo được đo lường bằng 5 biến quan; Công tác quản lý Du lịch thông minh được đo lường bằng 6 biến quan sát, được đo lường bằng 8 biến quan sát và 6 biến quan sát về đánh giá chung. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 với các lựa

chọn từ (1) “Ảnh hưởng rất ít” đến (5) “Ảnh hưởng rất nhiều” nhằm xác định được mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự phát triển Du lịch thông minh.

4.2.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 22.0 để thực hiện kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach Alpha; đánh giá trị hội tụ và giá trị phân biệt thông qua phân tích EFA, kiểm tra mối tương quan tuyến tính giữa biến phụ thuộc và biến độc lập thông qua kiểm định Pearson; xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố thông qua phân tích hồi quy đa biến để có thể đề xuất phương trình hồi quy tuyến tính đa biến. Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS để hỗ trợ trong việc phân tích số liệu sơ cấp sau khi thu thập, phương pháp phân tích: Thống kê mô tả, phương pháp kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha của thang đo, phân tích yếu tố khám phá EFA, xác định các yếu tố phù hợp cho từng nhóm yếu tố được thực hiện để gom các biến quan sát vào các yếu tố trên nguyên tắc đảm bảo tính phân biệt và tính hội tụ. Kiểm định tương quan Pearson. Cuối cùng thực hiện phương pháp phân tích hồi quy để kiểm định mô hình và giả thuyết theo H.Trọng & C.N. M. Ngọc, (2018).

5. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

5.1. Tình hình mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu đã khảo sát 250 quan sát, về giới tính phụ nữ chiếm 48.2%. Độ tuổi khảo sát dao động từ 30 đến 45, trong đó, nhóm tuổi từ 36-40 tuổi chiếm 55.6 % và 30.8% là 41-45. Trình độ học vấn: Trình độ đại học chiếm 68.8 %, sau đại học chiếm 11.6%. Về thu nhập đa số có thu nhập cao.

5.2. Kiểm định độ tin cậy cho biến độc lập và biến phụ thuộc

Kết quả kiểm định thang đo hệ số độ tin cậy Cronbach's Alpha cho thấy 6 thành phần biến độc lập tác động lên biến phụ thuộc phát triển Du lịch thông minh, đều đạt hệ số độ tin cậy rất tốt, tất cả hệ số giá trị Alpha của Cronbach, hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.4; thang đo các biến đại diện: Tài nguyên du lịch, Nguồn nhân lực, Công nghệ và truyền thông, Sự đổi mới sáng tạo, Công tác quản lý du lịch, Hạ tầng kỹ thuật lần lượt là 0.865; 0.862; 0.853; 0.868; 0.867; 0.858. Các biến độc lập đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.4 và hệ số độ tin cậy Cronbach's Alpha của biến phụ thuộc 0.879, các thang đo thỏa mãn yêu cầu về đánh giá độ tin cậy đảm bảo sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

5.3. Phân tích yếu tố khám phá EFA

5.3.1. Phân tích khám phá EFA đối với các biến độc lập

Kết quả kiểm định của các biến độc lập có 25 biến quan sát cho ra $KMO = 0.903 > 0.5$ và kiểm định Bartlett's có hệ số $Sig = 0.000 < 0.005$. Từ đó xác định các biến quan sát đưa vào phân tích có mối tương quan và EFA thích hợp sử dụng trong nghiên cứu này. Tần suất tích lũy trị số phương sai trích là $76.938 \% > 50\%$ và $eigenvalue = 1.093 > 1$, nghiên cứu xác định có 6 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển Du lịch thông minh, các yếu tố này giải thích 76,938 % sự biến thiên dữ liệu của 25 biến quan sát tham gia vào EFA, tất cả các biến đều có hệ số tải yếu tố lớn hơn 0,5. Như vậy, mô hình sử dụng phương pháp phân tích yếu tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Bảng 1: Kết quả phân tích yếu tố khám phá cho biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.862
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6076.168
	df	300
	Sig.	.000

Total Variance Explained									
Thành phần	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	12.554	50.217	50.217	12.554	50.217	50.217	3.709	14.836	14.836
2	1.690	6.758	56.975	1.690	6.758	56.975	3.690	14.760	29.595
3	1.488	5.952	62.927	1.488	5.952	62.927	3.174	12.695	42.291
4	1.279	5.115	68.042	1.279	5.115	68.042	3.034	12.137	54.428
5	1.131	4.522	72.564	1.131	4.522	72.564	3.028	12.113	66.541
6	1.093	4.374	76.938	1.093	4.374	76.938	2.599	10.398	76.938
7	.792	3.169	80.107						
8	.684	2.737	82.843						
9	.633	2.532	85.375						
10	.518	2.072	87.448						
11	.402	1.610	89.057						
12	.393	1.574	90.631						
13	.375	1.500	92.131						
14	.352	1.408	93.539						
15	.313	1.251	94.791						
16	.268	1.071	95.861						
17	.254	1.017	96.879						
18	.172	.688	97.567						
19	.167	.668	98.236						
20	.147	.589	98.825						
21	.082	.327	99.152						
22	.065	.261	99.414						
23	.060	.241	99.655						
24	.048	.190	99.845						
25	.039	.155	100.000						

Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính.						
Rotated Component Matrix ^a						
Component						
	1	2	3	4	5	6
HT2	.862					
DMST3	.780					
DMST2	.582					
DMST1	.575					
HT4	.558					
HT1	.509					
DMST4	.507					
NNL1		.779				
QLDL3		.660				
NNL4		.613				
NNL2		.590				
TN4		.562				
QLDL4			.912t			
QLDL1			.874			
DMST5			.797			
HT3				.814		
TN1				.793		
TN2				.590		
TN3				.575		
QLDL2					.710	
NNL3					.683	
QLDL5					.656	
CNTT2						.840
CNTT1						.802
CNTT3						.731
- Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính.						
- Phương pháp xoay: Varimax với Kaiser Normalization.						
a. Vòng quay hội tụ trong 8 lần lặp.						

5.3.2. Kết quả phân tích khám phá EFA cho biến phụ thuộc

Kết quả KMO = 0.818. Tổng phương sai trích 62.528 % > 50% cho thấy yếu tố này giải thích 62.528 % biến thiên của dữ liệu

hệ số tải yếu tố của các biến quan sát > 0.5 đạt yêu cầu về kiểm định giá trị hội tụ, nên không có biến quan sát nào của biến phụ thuộc bị loại.

Bảng 2: Kết quả phân tích yếu tố khám phá cho biến phụ thuộc

Total Variance Explained						
Thành phần	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Tổng	% of Variance	Cumulative %	Tổng	% of Variance	Cumulative %
1	3.752	62.528	62.528	3.752	62.528	62.528
2	.692	11.525	74.054			
3	.514	8.573	82.626			
4	.434	7.241	89.867			
5	.420	6.994	96.861			
6	.188	3.139	100.000			

Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính

Ma trận thành phần	
	Thành phần
	1
DLTM6	.860
DLTM5	.841
DLTM2	.782
DLTM3	.767
DLTM1	.746
DLTM4	.741

Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính.

a. 1 thành phần trích xuất.

5.4. Phân tích tương quan pearson

Kết quả phân tích giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc đều có giá trị Sig = 0.000 < 0.05 điều này cho thấy các kiểm định đều

có ý nghĩa thống kê các biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc và thỏa mãn điều kiện để phân tích các bước tiếp theo.

Bảng 3: Tương quan pearson

Tương quan								
		Tài nguyên du lịch	Nguồn nhân lực	Công nghệ truyền thông	Đổi mới sáng tạo	Hạ tầng kỹ thuật	Quản lý du lịch	Du lịch thông minh
Tài nguyên du lịch	Pearson Correlation	1	.775**	.585**	.734**	.749**	.686**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
Nguồn nhân lực	Pearson Correlation	.775**	1	.609**	.790**	.799**	.680**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
Công nghệ truyền thông	Pearson Correlation	.585**	.609**	1	.665**	.685**	.613**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
Đổi mới sáng tạo	Pearson Correlation	.734**	.790**	.665**	1	.851**	.729**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Hạ tầng kỹ thuật	Pearson Correlation	.749**	.799**	.685**	.851**	1	.718**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
Quản lý du lịch	Pearson Correlation	.686**	.680**	.613**	.729**	.718**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Du lịch thông minh	Pearson Correlation	.700**	.643**	.668**	.791**	.728**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
b. Listwise N=250								

5.5. Phân tích hồi quy tuyến tính

Phân tích hồi quy là một bước quan trọng để xác định các yếu tố độc lập ảnh hưởng đến yếu tố phụ thuộc. được tác giả thực hiện sử dụng phương pháp enter với phần mềm SPSS 22. Kết quả hồi quy cho thấy 5 biến với mức ý nghĩa thống kê 5%.

Tài nguyên du lịch (TN), Nguồn nhân lực (NNL), Công nghệ và truyền thông (CNTT), Sự đổi mới sáng tạo (DMST), Công tác quản lý du lịch (QL), phản ánh ảnh hưởng của chúng đến phát triển Du lịch thông minh. Tất cả các biến có mối quan hệ tích cực với biến phụ thuộc cho thấy tác động mạnh

nhất đến phát triển Du lịch thông minh. Khi yếu tố tăng thêm và các yếu tố khác không thay đổi. Hệ số R được hiệu chỉnh là 0.710, cho thấy các biến của mô hình giải thích 71.0% tác động đến Du lịch thông

minh tại thành phố Đà Nẵng. Hệ số Durbin Watson = 1.048 < 4 và hệ số VIF nhỏ hơn 10, cho thấy mô hình không có tự tương quan chuỗi bậc nhất.

Bảng 4: Tóm tắt mô hình

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R bình phương	Hệ số R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Giá trị Durbin-Watson
1	.847a	.717	.710	.286	1.048

a. Predictors: (Hằng số), TN, NNL, CNTT, DMST, KD, HT.

b. Biến số phụ thuộc: Du lịch thông minh

(Nguồn: Tác giả)

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy giá trị thống kê F =102.837 có giá trị Sig = 0.000 < 0.005 được sử dụng để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính là phù hợp với tập dữ liệu và các biến đều được chấp nhận.

Bảng 5: Kết quả kiểm định ANOVAa

Mô hình	Tổng các bình phương	Bậc tự do đf	Trung bình bình phương	Kiểm định F	Ý nghĩa thống kê Sig.	
1	Hồi quy	50.508	6	8.418	102.837	.000 ^b
	Phần dư	19.892	243	.082		
	Tổng cộng	70.400	249			

a. Biến số phụ thuộc: Du lịch thông minh

b. Predictors: (Hằng số)

(Nguồn: Tác giả)

Ta có phương trình hồi quy chuyển hóa như sau:

$$\text{DU LỊCH THÔNG MINH} = 0.449 \cdot \text{DMST} + 0.274 \cdot \text{CNTT} + 0.201 \cdot \text{TN} + 0.180 \cdot \text{NNL} + 0.177 \cdot \text{QL} + 0.224.$$

Hay Du lịch thông minh = 0.449*(Sự đổi mới sáng tạo) + 0.274 (Công nghệ và truyền thông) + 0.201*(Tài nguyên du lịch) + 0.178*(Nguồn nhân lực) - 0.177*(Quản lý

du lịch) + 0.224. Từ kết quả phương trình hồi quy xem xét đánh giá mức độ ảnh hưởng của 5 biến độc lập lên biến phụ thuộc.

Giá trị trung bình mean = 3.43E-14 gần bằng 0, độ chênh lệch chuẩn là 0.988 (gần bằng 1) phân phối phần dư xấp xỉ chuẩn. Do đó sai số của mô hình hồi quy tuân theo quy luật phân phối chuẩn.

Bảng 6: Kết quả hồi quy

Hệ số hồi quy								
Mô hình B	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Kiểm định t	Mức ý nghĩa Sig. Độ chấp nhận	Thống kê đa cộng tuyến		
	Sai số chuẩn	Beta				Hệ số phóng đại phương sai VIF		
1	(Constant)	-.746	.224		-3.335	.001		
	TN	.224	.066	.201	3.392	.001	.330	3.035
	NNL	.208	.057	.180	3.678	.000	.488	2.050
	CNTT	.351	.070	.274	5.034	.000	.393	2.543
	DMST	.566	.091	.449	6.187	.000	.220	4.538
	QL	.221	.082	.177	2.694	.008	.270	3.709
	HT	.022	.098	.017	.221	.825	.208	4.816
a. Biến phụ thuộc: Du lịch thông minh								

(Nguồn: Tác giả)

Biểu đồ Normal probability plot về Du lịch thông minh tại thành phố Đà Nẵng cho thấy các quan sát không phân tán xa so với đường thẳng kỳ vọng. Các điểm phân vị nằm trong biểu đồ phân phối của phần dư tập trung. Như vậy, qua kiểm tra kết quả các giả định phần dư phân phối chuẩn không bị vi phạm. Mô hình hồi quy tuyến tính của nghiên cứu này không bị hiện tượng phương sai sai số. Do đó, kết quả ước lượng cho nghiên cứu là chính xác. Các điểm phân vị trong phân phối của phần dư tập trung thành 1 đường chéo trên biểu đồ Normal P-P Plot, nghĩa là phần dư có phân phối chuẩn như vậy giả định phân phối của phần dư không bị vi phạm.

Biểu đồ phân tán Scatter Plot các phần dư chuẩn hóa và giá trị dự đoán chuẩn hóa giả định quan hệ tuyến tính không bị vi phạm. Vì phần dư chuẩn hóa phân bố ngẫu

nhiên xung quanh đường tung độ 0.

5.6. Thảo luận

Thang đo mà các nghiên cứu trước đã áp dụng thành công nhưng trong nghiên cứu này qua phân tích đã bị loại. Nghiên cứu này là một trong những nghiên cứu ứng dụng phương pháp hồi quy để đo lường các yếu tố tác động phát triển Du lịch Thông minh thông qua các biến độc lập bao gồm: Tài nguyên du lịch; Nguồn nhân lực; Công nghệ và truyền thông; Sự đổi mới sáng tạo; Công tác quản lý du lịch. Kết quả của nghiên cứu này có những đóng góp mới quan trọng sau: Sau khi xử lý số liệu khảo sát kết quả 5 giả thuyết ban đầu đều được chấp nhận, nghiên cứu tiếp tục tiến hành phỏng vấn sâu với 6 chuyên gia là nghiên cứu lĩnh vực du lịch Thành phố Đà Nẵng. Sau khi được giải thích các khái niệm về các biến độc lập và biến phụ thuộc

trình bày kết quả nghiên cứu. Cụ thể: Thứ nhất, kết quả của mô hình hồi quy tuyến tính cho thấy, đáng chú ý trong nghiên cứu này nhấn mạnh rằng Du lịch thông minh chịu ảnh hưởng bởi yếu tố Đổi mới sáng tạo thông qua hệ số chuẩn $\beta = 0.449$; Công nghệ và truyền thông hệ số chuẩn $\beta = 0.274$ với kết quả này các chuyên gia cũng bày tỏ cùng quan điểm tương đồng với Nghiên cứu của (Vũ Hương Giang, 2022), tiếp đến tác động tích cực đến Du lịch thông minh thông qua Công nghệ truyền thông hệ số chuẩn hóa $\beta = 0.274$; Sự đổi mới sáng tạo tác động tích cực đến Du lịch thông minh thông qua hệ số chuẩn hóa $\beta = 0.449$. Kết quả này đồng quan điểm với nghiên cứu (Lazarevic, J., Pavlovic, G. 2018). Biến Nguồn nhân lực tác động tích cực đến Du lịch thông minh thông qua hệ số chuẩn hóa $\beta = 0.180$. Nghiên cứu này chưa đạt được kỳ vọng vẫn về dữ liệu do sử dụng phương pháp chọn mẫu phân tầng, phạm vi tiếp cận còn hạn hẹp mẫu khảo sát chưa đủ lớn nên kết quả chưa đảm bảo mang tính khái quát rộng. Trước hết, bên cạnh những biến độc lập được đưa ra trong mô hình nghiên cứu, trên thực tế còn nhiều yếu tố khác có thể tác động đến hiệu quả hoạt động của mô hình Du lịch thông minh chưa được xem xét trong nghiên cứu này.

Ngoài ra, để kết quả nghiên cứu mang tính chính xác và cụ thể hơn, vì vậy tác giả đề xuất các nghiên cứu tiếp có thể đi theo hướng mở rộng phạm vi nghiên cứu, cần đưa thêm các yếu tố khác, thay đổi phương pháp chọn mẫu và số lượng mẫu để mẫu mang tính đại diện cao nhất. Nghiên cứu với số lượng mẫu khảo sát đầy đủ hơn mang tính cập nhật cao hơn cũng như đi

sâu vào nghiên cứu các yếu tố ở cấp độ vi mô như hành vi của người sản xuất và người tiêu dùng. Việt Nam mới có ý tưởng về phát triển Du lịch thông minh song chưa có Du lịch thông minh đạt tiêu chuẩn quốc tế. Còn nhiều tranh luận về việc đánh giá các nỗ lực tiệm cận phát triển Du lịch thông minh. Từ đó xem xét và phát triển các đề xuất mang tính chi tiết, cập nhật và tối ưu hơn nữa cho cả Nhà nước và doanh nghiệp trong quá trình chuyển đổi sang nền Du lịch thông minh, các khuyến nghị mang định tính, chưa được kiểm nghiệm về những cản trở hay mức độ hoàn thiện của đề xuất. Hạn chế và định hướng nghiên cứu này bên cạnh những kết quả thu được, nghiên cứu không tránh khỏi những hạn chế nhất định.

6. KẾT LUẬN

Nội hàm của nền Du lịch thông minh. Kết quả phân tích 5 giả thuyết được chấp nhận trong mô hình nghiên cứu, có một giả thuyết H6 (Hạ tầng kỹ thuật) bị loại khỏi mô hình vì mức ý nghĩa lớn hơn 5%. Các mối quan hệ giữa Tài nguyên du lịch (0.201); Nguồn nhân lực (0.180); Công nghệ và truyền thông (0.274); Sự đổi mới sáng tạo (0.449); Quản lý du lịch (0.177) có tác động Du lịch thông minh tại Thành phố Đà Nẵng chịu tác động bởi yếu tố Đổi mới sáng tạo mạnh nhất, yếu tố Quản lý du lịch tác động yếu nhất. Với kết quả nghiên cứu thông qua bộ dữ liệu khảo sát có ý nghĩa thống kê, ước lượng chuẩn hóa mô hình chính thức chỉ số bình phương tương quan bội bằng 0.710 đồng nghĩa là mô hình giải thích được 71,0% và đã khẳng định được mức độ tác động tích cực của 5 biến độc lập đến biến phụ thuộc. Nghiên cứu này

hệ thống lý thuyết và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến Du lịch thông minh dựa trên việc phân tích dữ liệu có sẵn đề xuất sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính để xác định tác động của các biến giải thích đã chọn, đồng thời đề xuất một số hàm ý chính sách cho Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Hà Nam Khánh Giao, (2020), *Gợi ý nâng cao trải nghiệm du khách với Du lịch thông minh. Kỹ yếu Hội thảo khoa học Thông Minh, chủ đề giải pháp phát triển Du lịch thông minh của các tỉnh/ thành phố ở Việt Nam, Trang 1-12.*
- Vũ Hương Giang, (2022), *Những yếu tố ảnh hưởng sự phát triển điểm đến Du lịch thông minh (Nghiên cứu điển hình tại thành phố Hà Nội). Tạp chí Trường đại học mở Hà Nội. trang 41-53.*
- Nguyễn Quỳnh Như (2020), *Lý giải về Du lịch thông minh: Du lịch thông minh Là gì, Tại sao và Ở đâu, Tạp chí Khoa học Du lịch.*
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2016). *The concept of smart tourism in the context of tourism information services. Tourism Management, 58*
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). *Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. Computers in Human Behavior, 50(C), 558- 563.*
- Nguyễn Thị Thanh Huyền, (2017), *Ứng dụng công nghệ để phát triển Đà Nẵng trở thành điểm đến Du lịch thông minh. Kỹ yếu hội thảo khoa học quốc gia 2017 CNTT và ứng dụng trong các lĩnh vực. Trang 330-336.*
- Martucci, O., Acampora, A., Arcese, G., & Poponi, S., (2020). *The Development of Smart Tourism Destinations Through the Integration of ICT Innovations in SMEs of the Commercial Sector: Practical Experience From Central Italy, Italia.*
- H.Trọng & C.N. M. Ngọc, (2018). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, tập 1, 2. Thành phố Hồ Chí Minh, Nxb Hồng Đức, 2008.*
- Hair, J. F. Black, WC, Babin, BJ, Anderson, R,E,(2010). *Multivariate data analysis. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.*
- Gretzel, U., et al. (2016). *Application of smart tourism to cities. International Journal of Tourism Cities, 2(2). DOI: 1108/IJTC-04-2016-0007.*
- Yalçinkaya, P., Atay, L., Korkmaz, H. (2018). *An Evaluation on Smart Tourism. China-USA Business Review, 17(6), 308-31.*
- Huertas, A., et al., (2019). *Which destination is smarter? application of the (Sa)6 framework to establish a ranking of smart tourist destinations. International Journal of Information Systems and Tourism, 4(1), 19-28.*
- Lazarevic, J., Pavlovic, G. (2018). *Analysis of factors of smart tourism development in Serbia. Hotel and Tourism Management, 6(1), 81-91.*
- Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C. & Chung, N. (2015). *The role of IT in tourism. Asia Pacific Journal of Information Systems, 25(1), 99-104. http://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.099.*
- Buhalis, D. & O'Connor, P. (2005). *Information communication technology revolutionizing tourism. Tourism recreation research, 30(3), 7-16. https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081482.*
- Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U. & Koo, C. (2015). *Constructivist research in smart tourism. Asia Pacific Journal of Information Systems, 25(1), 105-120. https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.105.*
- Guo, Y., Liu, H. & Chai, Y. (2014). *The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. Advances in Hospitality and Tourism Research, 2(1), 54-69.*
- Graziano, T. (2014). *Boosting innovation and development: the Italian Smart Tourism, a critical perspective. European Journal of Geography, 5(4), 6-18. http://dx.doi.org/10.13138/2039-2362/1409.*
- Del Chiappa, G. & Baggio, R. (2015). *Knowledge transfer in smart tourism destinations: analyzing the effects of a network structure. Journal of Destination Marketing & Management, 4(3), 145-150. https://doi.org/doi:10.1016/j.jdmm.2015.02.001.*
- Boes, K., Buhalis, D. & Inversini, A. (2016). *Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. International Journal of Tourism Cities, 2(2), 108-124. https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032.*
- Xia Wang, X., Xiang, L., Feng, Z. & JinHe, Z. (2016), *'How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach', Tourism Management, 54, 309-320.*