

ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG NÂNG CAO TRẢI NGHIỆM DU LỊCH VÀ HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG

● HÀ THỊ THU THỦY

Khoa Du lịch và Khách sạn,
Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

TÓM TẮT:

Trong những năm gần đây, trí tuệ nhân tạo (AI) đã trở thành một công nghệ quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm du lịch và hỗ trợ khách hàng. Ứng dụng AI trong ngành Du lịch không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình tìm kiếm thông tin, lập kế hoạch chuyến đi, mà còn mang đến các dịch vụ hỗ trợ khách hàng thông minh, hiệu quả. Bài viết này phân tích vai trò của AI trong hướng dẫn du lịch và hỗ trợ khách hàng, những lợi ích mà nó mang lại, đồng thời chỉ ra các thách thức và triển vọng trong tương lai.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo, hướng dẫn du lịch, hỗ trợ khách hàng, công nghệ, dịch vụ du lịch thông minh, AI trong du lịch.

1. Đặt vấn đề:

Trong kỷ nguyên số hiện nay, công nghệ đang ngày càng trở thành một phần không thể thiếu trong mọi lĩnh vực, đặc biệt là trong ngành Du lịch. Với sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo (AI), ngành Du lịch đang chứng kiến những thay đổi vượt bậc về cách thức tương tác giữa khách hàng và các dịch vụ du lịch. AI không chỉ giúp tối ưu hóa quá trình tìm kiếm thông tin mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, từ đó mang lại trải nghiệm du lịch mượt mà và thuận tiện hơn. Khi khách hàng tìm kiếm thông tin về các điểm đến, phương tiện di chuyển, hoặc các hoạt động du lịch, họ mong muốn có được sự hỗ trợ nhanh chóng, chính xác và phù hợp với nhu cầu cá nhân. Để đáp ứng những yêu cầu đó, các công ty du lịch đã bắt đầu ứng dụng AI, từ việc cung cấp các gợi ý tự động dựa trên dữ liệu người dùng cho đến việc sử dụng các trợ lý ảo để hỗ trợ khách hàng 24/7. Tuy nhiên, dù mang lại nhiều

lợi ích, việc ứng dụng AI trong ngành Du lịch vẫn còn gặp không ít thách thức, từ việc bảo mật thông tin khách hàng đến sự thiếu hụt nguồn nhân lực chuyên môn. Vì vậy, nghiên cứu về việc ứng dụng AI trong du lịch và hỗ trợ khách hàng không chỉ giúp chúng ta hiểu rõ về tiềm năng của công nghệ này, mà còn góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ trong ngành Du lịch.

2. Ứng dụng AI trong hướng dẫn du lịch và hỗ trợ khách hàng

2.1. Ứng dụng AI trong hướng dẫn du lịch

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hướng dẫn du lịch đang mở ra những khả năng mới mẻ và tiện ích cho khách hàng. AI giúp cá nhân hóa trải nghiệm du lịch dựa trên sở thích, hành vi và lịch sử tìm kiếm của người dùng. Một trong những ví dụ điển hình là hệ thống gợi ý du lịch của Google Travel. Dựa trên các dữ liệu người dùng, Google có thể đề xuất điểm đến, phương tiện di chuyển và các hoạt động trong suốt chuyến đi. Hệ thống này không chỉ đưa ra các

lựa chọn phổ biến mà còn có thể dựa vào thói quen và sở thích cá nhân của mỗi khách hàng để đưa ra các gợi ý hợp lý, từ đó tiết kiệm thời gian tìm kiếm cho khách hàng.

Thêm vào đó, các chatbot và trợ lý ảo thông minh cũng được sử dụng rộng rãi trong việc hỗ trợ khách hàng lập kế hoạch du lịch. Các công ty du lịch như Expedia và Booking.com đã ứng dụng AI để cung cấp các dịch vụ hỗ trợ tự động. Chẳng hạn, chatbot của Expedia có thể giúp khách hàng tìm kiếm khách sạn, đặt vé máy bay, hoặc cung cấp các thông tin về điểm đến chỉ trong vài giây. AI còn có thể dự đoán các yếu tố như thời tiết và tình hình giao thông, giúp khách hàng có cái nhìn rõ ràng và chuẩn bị tốt hơn cho chuyến đi của mình. Ví dụ, ứng dụng như TripAdvisor sử dụng AI để đưa ra đánh giá và nhận xét về các địa điểm du lịch, nhà hàng và khách sạn, giúp khách hàng đưa ra quyết định đúng đắn hơn khi lựa chọn các dịch vụ du lịch.

Hơn nữa, AI còn giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận thông tin cần thiết trong suốt chuyến đi. Ví dụ, với sự phát triển của các ứng dụng như Google Maps, AI có thể cung cấp thông tin về lộ trình di chuyển, các điểm tham quan, nhà hàng và các dịch vụ gần đó. Khách hàng chỉ cần nhập điểm xuất phát và điểm đến, hệ thống AI sẽ tính toán quãng đường nhanh nhất, tối ưu nhất dựa trên tình hình giao thông thực tế. Những tính năng này không chỉ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian mà còn đảm bảo sự an toàn và thuận tiện trong suốt hành trình.

2.2. Hỗ trợ khách hàng qua AI

Trí tuệ nhân tạo đang ngày càng trở thành công cụ hữu hiệu trong việc hỗ trợ khách hàng trong ngành Du lịch. Một trong những ứng dụng rõ ràng của AI là trong việc cung cấp dịch vụ khách hàng tự động thông qua chatbot. Các công ty du lịch hàng đầu đã ứng dụng AI để giảm bớt gánh nặng công việc cho đội ngũ nhân viên, đồng thời cải thiện trải nghiệm của khách hàng. Một ví dụ điển hình là chatbot của KLM Airlines. Hệ thống AI này có thể giúp khách hàng giải quyết các yêu cầu liên quan đến việc thay đổi vé, cung cấp thông tin về chuyến bay và giải đáp các câu hỏi thường gặp. Đặc biệt, chatbot này còn có khả năng xử lý các yêu cầu bằng nhiều ngôn ngữ, giúp KLM phục vụ khách hàng quốc tế một cách hiệu quả.

Bên cạnh đó, AI cũng giúp doanh nghiệp du lịch

hiểu rõ hơn về nhu cầu và sở thích của khách hàng thông qua việc thu thập và phân tích dữ liệu. Các công ty có thể sử dụng các công cụ phân tích dựa trên AI để đánh giá hành vi của khách hàng, từ đó đưa ra các chiến lược marketing và dịch vụ phù hợp. Ví dụ, các nền tảng như Airbnb và Booking.com sử dụng AI để phân tích thói quen tìm kiếm của khách hàng và gợi ý các lựa chọn chỗ ở phù hợp nhất. Việc này không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ, mà còn giúp tăng cường sự trung thành của khách hàng.

Ngoài ra, AI còn giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi của khách hàng, một yếu tố quan trọng trong dịch vụ khách hàng. Các hệ thống tự động, như tổng đài điện thoại AI, có thể nhanh chóng tiếp nhận và xử lý các yêu cầu, giảm thiểu sự can thiệp của con người. Các dịch vụ này đặc biệt hữu ích trong những thời gian cao điểm khi lượng khách hàng gia tăng. Chẳng hạn, trong mùa du lịch cao điểm, các công ty du lịch có thể sử dụng AI để giải quyết hàng nghìn yêu cầu mỗi ngày, giúp khách hàng nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng mà không phải đợi lâu. Những ứng dụng này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian, mà còn mang lại sự thuận tiện tối đa cho khách hàng.

Sự phát triển của AI đang giúp các công ty du lịch cải thiện hiệu quả công việc, giảm chi phí vận hành và nâng cao chất lượng dịch vụ. Ví dụ, một số công ty như Airbnb và Booking.com đang sử dụng AI để cá nhân hóa các dịch vụ của họ, chẳng hạn như đề xuất các địa điểm du lịch, khách sạn và các hoạt động dựa trên thói quen và sở thích của khách hàng. Điều này không chỉ giúp khách hàng dễ dàng tìm thấy những lựa chọn phù hợp mà còn giúp các công ty tăng trưởng doanh thu thông qua việc đưa ra các gợi ý phù hợp.

Ngoài ra, AI có thể giúp tối ưu hóa các chiến lược marketing và gia tăng hiệu quả quảng cáo. Các hệ thống AI có khả năng phân tích dữ liệu lớn để tìm ra các xu hướng mới, hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng, từ đó tạo ra những chiến lược quảng cáo chính xác hơn. Các công ty có thể áp dụng các chiến lược này để thu hút khách hàng mục tiêu và giữ chân khách hàng hiện tại. Điều này đặc biệt quan trọng trong một ngành cạnh tranh cao như du lịch, nơi các doanh nghiệp luôn cần tìm cách để nổi bật và thu hút khách hàng.

AI cũng sẽ ngày càng phát triển để cung cấp dịch vụ khách hàng hiệu quả hơn và sáng tạo hơn. Các công ty du lịch có thể áp dụng AI để cung cấp các dịch vụ mới mẻ như các chuyến đi ảo, giúp khách hàng trải nghiệm điểm đến du lịch trước khi quyết định thực tế. Các công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) kết hợp với AI sẽ mở ra những trải nghiệm du lịch độc đáo, từ việc tham quan các di tích lịch sử cho đến việc khám phá các điểm đến trong tương lai.

3. Thách thức khi ứng dụng AI trong ngành du lịch và giải pháp khắc phục

Mặc dù trí tuệ nhân tạo (AI) đang mở ra những cơ hội lớn cho ngành Du lịch, nhưng việc triển khai và sử dụng AI trong thực tế cũng gặp phải không ít thách thức.

Một trong những vấn đề nổi bật là bảo mật và bảo vệ dữ liệu cá nhân của khách hàng. Ngành Du lịch yêu cầu xử lý lượng lớn thông tin nhạy cảm như thông tin thanh toán, địa chỉ nhà, lịch trình chuyến đi và sở thích cá nhân của khách hàng. Các hệ thống AI nếu không được bảo vệ đúng cách có thể trở thành mục tiêu của các cuộc tấn công mạng, gây ra nguy cơ rò rỉ thông tin và làm giảm uy tín của các công ty du lịch. Để giải quyết vấn đề này, các công ty cần phải đầu tư mạnh vào công nghệ bảo mật và mã hóa dữ liệu. Ngoài việc triển khai các giải pháp bảo mật cơ bản như xác thực hai yếu tố và mã hóa dữ liệu, các công ty du lịch cũng có thể áp dụng công nghệ blockchain để tăng cường tính bảo mật, giúp đảm bảo dữ liệu của khách hàng được lưu trữ một cách an toàn và không thể bị thay đổi.

Một thách thức lớn khác là thiếu hụt nguồn nhân lực kỹ thuật có khả năng triển khai và duy trì các hệ thống AI phức tạp. Ngành Du lịch đang phải đối mặt với sự thiếu hụt các chuyên gia AI có trình độ cao, đặc biệt là ở những thị trường chưa phát triển mạnh về công nghệ. Điều này khiến các công ty gặp khó khăn trong xây dựng và duy trì các hệ thống AI hiệu quả. Để giải quyết vấn đề này, các công ty du lịch cần có kế hoạch dài hạn để đào tạo và phát triển nguồn nhân lực nội bộ, đồng thời hợp tác với các viện nghiên cứu và trường đại học để nâng cao trình độ chuyên môn. Các công ty cũng có thể xem xét việc sử dụng các dịch vụ AI bên ngoài, như thuê ngoài các công ty cung cấp giải pháp AI để giúp triển khai công nghệ nhanh chóng và hiệu

quả mà không phải lo lắng về chi phí và thời gian đào tạo nhân viên.

Một vấn đề khác là sự phụ thuộc quá mức vào công nghệ, điều này có thể dẫn đến việc thiếu đi sự kết nối cảm xúc giữa khách hàng và dịch vụ. Dù AI có thể giúp cung cấp thông tin nhanh chóng và hiệu quả, nhưng nhiều khách hàng vẫn mong muốn cảm thấy được chăm sóc và lắng nghe trong suốt chuyến đi của mình. Để khắc phục vấn đề này, các công ty du lịch có thể kết hợp AI với dịch vụ khách hàng truyền thống. Ví dụ, khách hàng có thể sử dụng chatbot AI để giải quyết các vấn đề đơn giản, nhưng khi gặp phải các tình huống phức tạp hoặc cần sự tư vấn cá nhân, họ sẽ được chuyển đến nhân viên trực tiếp. Điều này giúp cân bằng giữa sự tiện lợi của công nghệ và sự chăm sóc nhiệt tình, tận tâm của con người.

Ngoài ra, một thách thức không thể bỏ qua là đảm bảo tính chính xác của AI trong việc đưa ra quyết định. Các hệ thống AI có thể đưa ra các gợi ý dựa trên phân tích dữ liệu, nhưng nếu dữ liệu đầu vào không chính xác hoặc không đầy đủ, kết quả đưa ra sẽ không phản ánh đúng nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Để giải quyết vấn đề này, các công ty cần đảm bảo dữ liệu được thu thập và xử lý một cách chính xác, đồng thời liên tục cập nhật và làm mới các thuật toán AI để cải thiện độ chính xác của các dự đoán và gợi ý. Ngoài ra, việc sử dụng phản hồi của khách hàng sẽ giúp AI học hỏi và điều chỉnh các gợi ý để phù hợp hơn với nhu cầu thực tế của người dùng.

Cuối cùng, việc quản lý chi phí triển khai AI cũng là một yếu tố quan trọng cần được xem xét. Các công ty du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có thể gặp khó khăn trong việc đầu tư vào các giải pháp AI đắt đỏ. Giải pháp là các công ty có thể bắt đầu từ những ứng dụng nhỏ gọn và dễ triển khai, chẳng hạn như chatbot hỗ trợ khách hàng hoặc công cụ gợi ý du lịch, trước khi mở rộng ra các dự án AI phức tạp hơn. Các giải pháp AI dựa trên đám mây cũng giúp các công ty tiết kiệm chi phí đầu tư ban đầu, đồng thời giảm thiểu việc duy trì và nâng cấp hạ tầng công nghệ.

4. Kết luận

Trí tuệ nhân tạo đã và đang thể hiện vai trò quan trọng trong việc cải thiện chất lượng dịch vụ du lịch và hỗ trợ khách hàng. Những ứng dụng AI như

chatbots, trợ lý ảo và hệ thống gợi ý du lịch không chỉ mang lại sự tiện lợi mà còn giúp nâng cao trải nghiệm người dùng. Mặc dù vẫn còn nhiều thách

thức, nhưng sự phát triển không ngừng của công nghệ hứa hẹn sẽ mở ra nhiều cơ hội cho ngành Du lịch trong tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Thị Kim Thanh, Phan Thị Ngọc Anh (2020). Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong ngành Du lịch: Cơ hội và thách thức. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, 58(6), 31-39.

Lê Thị Thanh Bình (2021). Trí tuệ nhân tạo trong việc cá nhân hóa dịch vụ du lịch: Tình hình và triển vọng tại Việt Nam. Tạp chí Du lịch và Khách sạn, 16(4), 52-59.

Nguyễn Minh Tuấn, Trương Thanh Bình (2020). Khả năng ứng dụng AI trong phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam. Tạp chí Quản lý và Kinh tế, 44(2), 112-118.

Đặng Thị Thảo Vy, Trần Thị Thu Trang (2020). AI và sự phát triển của ngành Du lịch Việt Nam trong kỷ nguyên số. Tạp chí Khoa học và Đào tạo, 24(2), 75-83.

Phan Minh Sơn, Nguyễn Quang Hưng (2020). Tăng cường trải nghiệm khách hàng trong ngành Du lịch Việt Nam nhờ ứng dụng AI. Tạp chí Quản trị Kinh doanh, 12(7), 56-63.

Ngày nhận bài: 20/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/2/2025

ENHANCING TOURISM EXPERIENCES AND CUSTOMER SUPPORT THROUGH THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

● HA THI THU THUY

Faculty of Tourism and Hospitality,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

In recent years, artificial intelligence (AI) has emerged as a transformative technology in enhancing travel experiences and customer support within the tourism industry. The application of AI optimizes information search, trip planning, and delivers intelligent, efficient customer service. This study analyzes the role of AI in travel guidance and customer support, highlights the benefits it offers, and examines the challenges and future prospects associated with its application in the tourism sector.

Keywords: artificial intelligence, travel guide, customer support, technology, smart travel services, AI in tourism.