

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI NINH BÌNH

NGÔ THỊ HẰNG¹ - NGUYỄN THỊ HỒNG LÝ¹ - PHẠM DUY HƯNG¹

¹Trường Đại học Hoa Lư, Ninh Bình

Email: nthatang@hluv.edu.vn - Email: nthly@hluv.edu.vn - Email: pdhung@hluv.edu.vn

Ngày nhận bài: 17/8/2026

Ngày sửa bài: 6/9/2026

Ngày duyệt đăng bài: 18/9/2026

Tóm tắt:

Trong nền kinh tế số hiện nay, thương mại điện tử (TMĐT) ngày càng trở nên quan trọng đối với hoạt động kinh doanh và cung cấp dịch vụ du lịch. Nghiên cứu phân tích vai trò của TMĐT đối với phát triển du lịch bền vững tại Ninh Bình trên cơ sở tổng hợp, phân tích tài liệu thứ cấp và các văn bản, chính sách có liên quan. Kết quả phân tích cho thấy, TMĐT có thể hỗ trợ phát triển du lịch bền vững tại Ninh Bình thông qua 3 yếu tố: (i) mở rộng thị trường và gia tăng giá trị kinh tế của du lịch; (ii) kết nối sản phẩm địa phương, cộng đồng và các giá trị văn hóa; (iii) hỗ trợ số hóa trải nghiệm và nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường sự gắn kết giữa TMĐT, chuyển đổi số và phát triển du lịch bền vững tại Ninh Bình.

Từ khóa: thương mại điện tử, du lịch bền vững, chuyển đổi số, du lịch số, Ninh Bình

Application of e-commerce in sustainable tourism development in Ninh Binh Province

Abstract:

In today's digital economy, e-commerce is becoming increasingly important to tourism business activities and service provision. For destinations with well-developed tourism sectors, e-commerce not only supports promotion, customer outreach, and service distribution but also facilitates connections between local products, communities, cultural values, and broader markets. Ninh Binh Province possesses significant natural, cultural, and heritage tourism resources and is pursuing tourism development in association with digital transformation, green growth, and sustainability. Based on the analysis and synthesis of secondary sources and relevant central and provincial policy documents, this study examines the role of e-commerce in sustainable tourism development in Ninh Binh. The findings indicate that e-commerce can support sustainable tourism through three main channels: expanding markets and increasing the economic value generated by tourism; connecting local products, communities, and cultural values; and supporting the digitalization of tourism experiences while improving destination management efficiency. The study accordingly proposes several solutions to strengthen the integration of e-commerce, digital transformation, and sustainable tourism development in Ninh Binh.

Keywords: e-commerce, sustainable tourism, digital transformation, digital tourism, Ninh Binh

1. Đặt vấn đề

Ninh Bình là địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi để nghiên cứu mối quan hệ giữa TMĐT và phát triển du lịch bền vững. Địa phương sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch phong phú, nổi bật là Quần thể danh thắng Tràng An, Cố đô Hoa Lư, Vân Long, Cúc Phương, các giá trị văn hóa và nhiều sản phẩm du lịch gắn với cộng đồng. Các nghiên cứu trước đó đã chỉ ra, phát triển du lịch Ninh Bình vừa tạo những đóng góp tích cực cho kinh tế - xã hội vừa đặt ra yêu cầu về quản lý tài nguyên, bảo tồn di sản và bảo đảm lợi ích cộng đồng. Quy mô du lịch của Ninh Bình cũng đang tăng nhanh. Năm 2025, toàn tỉnh đón gần 19,42 triệu lượt khách, tăng 26,7% so với năm 2024; khách quốc tế đạt trên 2,2 triệu lượt và tổng thu từ hoạt động du lịch đạt trên 21.278 tỷ đồng, tăng 36,97%.

Sự gia tăng nhanh về quy mô thị trường làm cho yêu cầu đổi mới phương thức quảng bá, phân phối và quản trị hoạt động du lịch trở nên rõ nét hơn. Trong chủ trương của tỉnh, Ninh Bình cũng chú trọng việc đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch, coi đây là nhiệm vụ trọng tâm, chiến lược của ngành trong thời gian tới. Trong kế hoạch phát triển TMĐT tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2026-2030 xác định rõ định hướng phát triển TMĐT theo hướng xanh, tuần hoàn và bền vững, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm địa phương thông qua TMĐT. Từ những vấn đề trên, bài viết lựa chọn Ninh Bình làm trường hợp nghiên cứu nhằm phân tích vai trò và khả năng ứng dụng TMĐT trong phát triển du lịch bền vững.

2. Tiềm năng phát triển du lịch Ninh Bình

Ninh Bình có tiềm năng lớn để phát triển du lịch nhờ sự đa dạng, đặc sắc của tài nguyên tự nhiên, văn hóa và lịch sử. Trên địa bàn tỉnh hiện nay có nhiều điểm đến có giá trị nổi bật như Quần thể danh thắng Tràng An, Cố đô Hoa Lư, Tam Cốc - Bích Động, Vườn quốc gia Cúc Phương, Chùa Bái Đính, cùng hệ thống di tích lịch sử, lễ hội, làng nghề và các giá trị văn hóa truyền thống phong phú. Sau khi hợp nhất với Hà Nam và Nam Định, không gian phát triển du lịch của tỉnh được mở rộng, tạo điều kiện hình thành các tuyến và sản phẩm du lịch liên vùng, kết nối du lịch sinh thái, văn hóa - lịch sử, tâm linh, nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng và du lịch biển. Đây là lợi thế quan trọng để Ninh Bình đa dạng hóa sản phẩm, kéo dài thời gian lưu trú và mở rộng thị trường khách.

Bảng 1. Một số kết quả du lịch tỉnh Ninh Bình 3 năm gần đây

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	6 tháng đầu năm 2026
Doanh thu (tỷ VNĐ)	13.392	21.238	17.836
Số lượt khách (triệu lượt)	15.29	19.4	17.6
Số lượt khách quốc tế (triệu lượt)	1.6	2.2	4.5

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình

Quy mô và kết quả hoạt động du lịch những năm gần đây cho thấy rõ tiềm năng này. Năm 2024, trên địa bàn 3 tỉnh trước khi hợp nhất, du lịch đạt trên 15,29 triệu lượt khách, trong đó khoảng 1,6 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ hoạt động du lịch đạt trên 13.392 tỷ đồng. Năm 2025, lượng khách tiếp tục tăng mạnh, đạt trên 19,4 triệu lượt, tăng 26,61% so với năm 2024, trong đó khách quốc tế đạt trên 2,2 triệu lượt; tổng thu du lịch đạt trên 21.238 tỷ đồng, tăng 36,72%.

Đà tăng trưởng tiếp tục được duy trì trong năm 2026. Chỉ trong 6 tháng đầu năm 2026, toàn tỉnh đón gần 17,6 triệu lượt khách, tăng hơn 23% so với cùng kỳ năm trước, với tổng thu từ hoạt động du lịch đạt gần 17.836 tỷ đồng. Những kết quả trên cho thấy, Ninh Bình đang sở hữu một thị trường du lịch có quy mô lớn và tốc độ tăng trưởng cao, đồng thời có khả năng tạo ra giá trị kinh tế ngày càng lớn từ hoạt động

du lịch. Đây là nền tảng quan trọng để tỉnh tiếp tục khai thác các lợi thế về tài nguyên, mở rộng thị trường và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, đặc biệt là thương mại điện tử, trong quảng bá điểm đến, kết nối cung - cầu và phân phối các sản phẩm, dịch vụ du lịch theo hướng hiện đại và bền vững.

3. Thực trạng ứng dụng TMĐT trong phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình

3.1. Ứng dụng TMĐT trong quảng bá, xúc tiến và tiếp cận thị trường du lịch

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển nhanh của Internet và các nền tảng số, hoạt động quảng bá và xúc tiến du lịch tại Ninh Bình đã từng bước chuyển từ các phương thức truyền thống sang môi trường trực tuyến. Ngành du lịch tỉnh đã xây dựng và duy trì các trang thông tin điện tử phục vụ quản lý, cung cấp thông tin và quảng bá điểm đến; đồng thời khai thác nhiều nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Zalo và Google Maps để giới thiệu hình ảnh, sản phẩm và thương hiệu du lịch Ninh Bình đến du khách trong nước và quốc tế. Thương hiệu “Ấn tượng Ninh Bình” được sử dụng thống nhất trên nhiều nền tảng, góp phần tăng khả năng nhận diện điểm đến trên môi trường số.

Hiệu quả của hoạt động truyền thông số bước đầu được thể hiện qua quy mô tiếp cận khách du lịch. Trong 6 tháng đầu năm 2025, các hoạt động quảng bá du lịch Ninh Bình trên các nền tảng số như Facebook, TikTok, YouTube và Twitter thu hút hơn 12,5 triệu lượt truy cập. Ngành Du lịch cũng đã sản xuất hơn 1.200 bài viết, video và bản tin điện tử bằng ba ngôn ngữ, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong giới thiệu điểm đến và hỗ trợ du khách thông qua ứng dụng du lịch thông minh và hệ thống Kiosk . (Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, 2025)

Bên cạnh hoạt động quảng bá trực tiếp trên mạng xã hội, Ninh Bình từng bước hình thành các công cụ số hỗ trợ du khách tiếp cận thông tin về điểm đến, sản phẩm và dịch vụ du lịch. Ứng dụng du lịch thông minh Ninhbinhtourisminfo được đưa vào hoạt động nhằm đa dạng hóa phương thức cung cấp thông tin và xúc tiến du lịch; cùng với đó, ngành Du lịch tiếp tục số hóa các ấn phẩm và nội dung giới thiệu điểm đến. Những hoạt động này tạo điều kiện để du khách chủ động tìm kiếm thông tin về điểm đến trước và trong chuyến đi, đồng thời mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường vượt ra ngoài giới hạn của các kênh quảng bá truyền thống.

Tuy nhiên, mức độ ứng dụng công nghệ số trong quảng bá du lịch vẫn chủ yếu tập trung vào cung cấp thông tin, xây dựng hình ảnh và tiếp cận khách hàng, trong khi khả năng kết nối trực tiếp giữa hoạt động quảng bá với giao dịch và cung cấp dịch vụ trực tuyến chưa thực sự đồng đều. Chính Sở Du lịch cũng chỉ ra rằng nội dung quảng bá còn chưa đa dạng, việc khai thác các công nghệ mới và mức độ kết nối với khách du lịch còn hạn chế. Đây là vấn đề cần tiếp tục được cải thiện để hoạt động quảng bá trên môi trường số không chỉ dừng ở việc thu hút sự chú ý mà còn hỗ trợ hiệu quả hơn cho quá trình tìm hiểu, lựa chọn và mua các sản phẩm, dịch vụ du lịch của khách hàng.

3.2. Ứng dụng TMĐT trong kinh doanh và cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Nếu hoạt động quảng bá trên môi trường số là bước đầu giúp du khách tiếp cận điểm đến, thì việc đưa các hoạt động giao dịch lên môi trường trực tuyến thể hiện mức độ ứng dụng thương mại điện tử rõ nét hơn trong kinh doanh du lịch. Tại Ninh Bình, các nền tảng và công cụ số đang từng bước được đưa vào hoạt động kinh doanh, cung cấp dịch vụ và kết nối cung - cầu du lịch. Định hướng chuyển đổi số của ngành Du lịch tỉnh đã xác định việc phát triển các ứng dụng hỗ trợ khách du lịch trước và trong chuyến đi, trong đó có hệ thống vé điện tử, ứng dụng du lịch thông minh, cơ sở dữ liệu về cơ sở lưu trú, nhà hàng, phương tiện vận chuyển và các dịch vụ du lịch.

Một trong những biểu hiện rõ nhất là sự phát triển của các hình thức đặt và mua dịch vụ trực tuyến. Hệ sinh thái du lịch số được triển khai ở Việt Nam đã tích hợp nhiều chức năng như tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ, quản lý tour và mua sắm trực tuyến; nền tảng “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel” và “Quản trị

và Kinh doanh du lịch” được xây dựng nhằm hỗ trợ kết nối giữa khách du lịch với các đơn vị cung ứng dịch vụ. Đối với Ninh Bình, ngành Du lịch cũng đã định hướng hoàn thiện cổng thông tin và ứng dụng du lịch, đồng thời triển khai các giải pháp như vé điện tử và thanh toán điện tử tại các khu, điểm du lịch và cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch.

Đáng chú ý, vé điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt đang tạo ra sự kết nối trực tiếp hơn giữa công nghệ số với giao dịch du lịch. Hệ thống vé điện tử cho phép du khách sử dụng mã QR để kiểm soát vé, tra cứu lịch sử mua và sử dụng vé, đồng thời hỗ trợ xuất hóa đơn điện tử. Về phía đơn vị cung cấp dịch vụ, hệ thống giúp quản lý doanh thu và dữ liệu vé theo hướng minh bạch, thuận tiện hơn. Việc sử dụng vé điện tử cũng góp phần giảm nhu cầu in vé giấy, qua đó tiết kiệm chi phí và hạn chế lượng chất thải phát sinh trong quá trình phục vụ khách tham quan.

TMĐT cũng mở rộng không gian kinh doanh đối với các sản phẩm đặc trưng gắn với hoạt động du lịch. Ninh Bình đã triển khai nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất đưa sản phẩm OCOP lên các sàn TMĐT. Đến tháng 5/2025, Tỉnh có 211 sản phẩm được công nhận OCOP, trong đó 73 sản phẩm đạt hạng 4 sao và 138 sản phẩm đạt hạng 3 sao; các chương trình tập huấn đã hướng dẫn doanh nghiệp xây dựng gian hàng và kinh doanh trên các nền tảng như Shopee, Lazada và TikTok Shop. Trước đó, một số sản phẩm đặc trưng của Ninh Bình như cơm cháy, trà hoa cúc... đã được đưa lên các sàn TMĐT như Sendo, Tiki và Lazada. Đây là hướng có ý nghĩa đối với phát triển du lịch bởi sản phẩm địa phương không chỉ được tiêu thụ trong thời gian du khách trực tiếp trải nghiệm tại điểm đến mà còn có thể tiếp tục được mua sắm sau chuyến đi, qua đó kéo dài mối quan hệ giữa du khách với điểm đến và mở rộng thị trường cho các cơ sở sản xuất địa phương (Sở Công Thương tỉnh Ninh Bình, 2025)

Nhìn chung, việc ứng dụng TMĐT trong kinh doanh du lịch tại Ninh Bình đã có bước chuyển từ cung cấp thông tin và quảng bá sang hỗ trợ đặt dịch vụ, bán vé, thanh toán điện tử và mở rộng kênh phân phối sản phẩm. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng giữa các loại hình dịch vụ và giữa các chủ thể kinh doanh còn chưa đồng đều. Việc khai thác TMĐT hiện vẫn cần tiếp tục được đẩy mạnh theo hướng tích hợp hơn giữa quảng bá, đặt dịch vụ, thanh toán và chăm sóc khách hàng, đồng thời tăng cường khả năng đưa các sản phẩm du lịch đặc trưng và sản phẩm của cộng đồng địa phương lên các nền tảng số. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để TMĐT không chỉ hỗ trợ tăng doanh thu cho doanh nghiệp mà còn góp phần mở rộng chuỗi giá trị và nâng cao tính bền vững của hoạt động du lịch Ninh Bình.

3.3. Đánh giá thực trạng ứng dụng TMĐT trong phát triển du lịch bền vững tại Ninh Bình

Qua thực tế triển khai cho thấy, ứng dụng TMĐT và các nền tảng số trong hoạt động du lịch Ninh Bình đã có những chuyển biến tích cực. Hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch ngày càng được mở rộng trên môi trường trực tuyến, giúp hình ảnh điểm đến tiếp cận nhanh hơn với du khách trong nước và quốc tế. Cùng với đó, việc ứng dụng vé điện tử, mã QR, các nền tảng cung cấp thông tin và hỗ trợ giao dịch trực tuyến đang từng bước đưa công nghệ số vào quá trình cung cấp dịch vụ và phục vụ khách du lịch. Đây là sự chuyển biến từ việc sử dụng công nghệ chủ yếu để truyền tải thông tin sang khai thác môi trường số trong nhiều khâu của chuỗi giá trị du lịch.

Xét dưới góc độ phát triển bền vững, TMĐT tạo ra một số tác động tích cực đối với du lịch Ninh Bình. Trước hết, các nền tảng trực tuyến giúp doanh nghiệp và các chủ thể cung cấp dịch vụ mở rộng khả năng tiếp cận thị trường với chi phí tương đối linh hoạt, đồng thời giúp du khách chủ động tìm kiếm, lựa chọn và tiếp cận sản phẩm du lịch. Việc đưa sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP và các dịch vụ địa phương lên môi trường trực tuyến cũng tạo thêm cơ hội mở rộng thị trường cho các cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh và cộng đồng địa phương. Bên cạnh đó, vé điện tử, thanh toán điện tử và các tiện ích số có thể góp phần

giảm sử dụng giấy tờ, tiết kiệm thời gian giao dịch và nâng cao hiệu quả quản lý. Những yếu tố này tạo cơ sở để TMĐT đóng góp vào cả 3 phương diện của phát triển bền vững là hiệu quả kinh tế, lợi ích xã hội và sử dụng nguồn lực hiệu quả.

Tuy nhiên, mức độ ứng dụng TMĐT trong du lịch Ninh Bình vẫn chưa đồng đều và chưa hình thành một hệ sinh thái giao dịch trực tuyến thực sự thống nhất. Hoạt động ứng dụng công nghệ hiện còn tập trung đáng kể vào quảng bá, cung cấp thông tin và hỗ trợ trải nghiệm; sự kết nối giữa quảng bá, đặt dịch vụ, thanh toán, quản lý dữ liệu và chăm sóc khách hàng chưa thật sự liền mạch. Cơ quan quản lý du lịch cũng xác định chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch chưa thực sự đồng bộ và chưa phát huy hết năng lực của toàn ngành.

Một hạn chế khác là khả năng khai thác dữ liệu và các công nghệ mới phục vụ quản lý, kinh doanh và phát triển bền vững còn cần được nâng cao. Trong thời gian tới, Ninh Bình định hướng tiếp tục xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh, phát triển bản đồ số, vé điện tử, ứng dụng du lịch, hướng dẫn viên ảo, đồng thời tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý dòng khách, quản lý rác thải và vận chuyển du khách. Điều này cho thấy, ứng dụng công nghệ trong du lịch đang được chuyển dần từ mục tiêu quảng bá và cung cấp thông tin sang quản lý điểm đến theo hướng thông minh và bền vững hơn.

Nhìn chung, TMĐT tại Ninh Bình đã bước đầu trở thành một công cụ hỗ trợ quảng bá, kết nối thị trường và cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch, đồng thời tạo thêm điều kiện để các doanh nghiệp và chủ thể địa phương tham gia sâu hơn vào thị trường số. Tuy nhiên, để TMĐT thực sự trở thành động lực cho phát triển du lịch bền vững, cần chuyển từ ứng dụng riêng lẻ ở từng khâu sang kết nối đồng bộ toàn bộ quá trình từ quảng bá, tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ, thanh toán đến chăm sóc khách hàng và khai thác dữ liệu. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ cần gắn với mục tiêu nâng cao hiệu quả kinh doanh, mở rộng lợi ích cho cộng đồng địa phương và sử dụng hợp lý tài nguyên du lịch. Đây là những vấn đề cần được quan tâm trong quá trình phát triển du lịch Ninh Bình trong thời gian tới.

4. Giải pháp đẩy mạnh ứng dụng TMĐT trong phát triển du lịch bền vững tại Ninh Bình

4.1. Hoàn thiện hệ sinh thái và hạ tầng TMĐT du lịch

Ninh Bình cần tiếp tục hoàn thiện hệ sinh thái TMĐT du lịch theo hướng đồng bộ, liên thông giữa các khâu quảng bá, tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ, thanh toán và chăm sóc khách hàng. Trọng tâm là nâng cao khả năng kết nối và khai thác hiệu quả các nền tảng du lịch số, hệ thống vé điện tử, mã QR, bản đồ số và thanh toán không dùng tiền mặt, qua đó tạo thuận lợi cho du khách, đồng thời giảm thời gian và chi phí giao dịch cho doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, cần tăng cường kết nối giữa cơ quan quản lý, doanh nghiệp du lịch, cơ sở lưu trú, hộ kinh doanh, hợp tác xã và các nền tảng TMĐT. Xây dựng, cập nhật và chia sẻ cơ sở dữ liệu du lịch theo hướng thống nhất sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường và khai thác thông tin khách hàng hiệu quả hơn, đồng thời hỗ trợ cơ quan quản lý nắm bắt nhu cầu, phân bổ dòng khách và nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến. Quá trình này cần gắn với bảo đảm an toàn thông tin và bảo vệ dữ liệu khách hàng, tạo nền tảng cho hệ sinh thái du lịch số phát triển ổn định và bền vững.

4.2. Nâng cao năng lực và mở rộng hoạt động kinh doanh du lịch trên môi trường số

Các doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh du lịch cần chủ động nâng cao năng lực ứng dụng TMĐT, đặc biệt là kỹ năng xây dựng nội dung số, quảng bá trên mạng xã hội, quản trị gian hàng trực tuyến, thanh toán số và khai thác dữ liệu khách hàng. Đối với các cơ sở quy mô nhỏ, cần tăng cường liên kết và sử dụng chung các nền tảng, công cụ số nhằm giảm chi phí đầu tư, đồng thời nâng cao khả năng tiếp cận thị trường. Cùng với đó, cần chú trọng đào tạo nguồn nhân lực có khả năng vận hành các hoạt động kinh doanh trên môi trường số và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

Bên cạnh việc quảng bá, các chủ thể kinh doanh cần từng bước mở rộng hoạt động bán hàng trực tuyến, kết nối với các sản phẩm TMĐT, nền tảng đặt phòng, đặt vé và các kênh phân phối số để đưa sản phẩm du lịch tiếp cận trực tiếp với nhiều nhóm khách hàng hơn. Các sản phẩm đặc trưng của địa phương như tour trải nghiệm, sản phẩm OCOP, đặc sản và sản phẩm thủ công có thể được số hóa thông tin, chuẩn hóa hình ảnh, nội dung và quy trình đặt mua để nâng cao khả năng thương mại hóa. Việc kết hợp giữa TMĐT với phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng trực tuyến sẽ góp phần gia tăng giá trị của sản phẩm du lịch, mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

4.3. Gắn ứng dụng TMĐT với phát triển du lịch xanh, bền vững và nâng cao vai trò của cộng đồng

Ứng dụng TMĐT cần được định hướng không chỉ nhằm mở rộng thị trường mà còn góp phần thúc đẩy mô hình du lịch xanh và sử dụng hiệu quả tài nguyên. Việc tăng cường vé điện tử, thanh toán số, cung cấp thông tin và hướng dẫn du lịch trên nền tảng số có thể góp phần giảm sử dụng tài liệu in ấn, hạn chế một số chi phí và tác động môi trường trong quá trình phục vụ du khách. Đồng thời, các nền tảng số cần ưu tiên giới thiệu các sản phẩm, điểm đến và dịch vụ đáp ứng tiêu chí về bảo vệ môi trường, sử dụng hợp lý tài nguyên và bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hóa của địa phương.

TMĐT cũng cần được khai thác để mở rộng cơ hội tham gia của cộng đồng địa phương vào chuỗi giá trị du lịch. Các hộ kinh doanh, hợp tác xã, làng nghề và người dân có thể sử dụng các kênh số để giới thiệu sản phẩm đặc trưng, dịch vụ trải nghiệm và các giá trị văn hóa bản địa đến du khách. Qua đó, lợi ích từ phát triển du lịch có thể được phân bổ rộng hơn trong cộng đồng, đồng thời tạo động lực bảo tồn cảnh quan, văn hóa và nghề truyền thống. Việc gắn TMĐT với sự tham gia của cộng đồng sẽ giúp chuyển từ mục tiêu tăng trưởng khách du lịch sang hướng phát triển điểm đến có trách nhiệm, tạo giá trị kinh tế đi đôi với bảo tồn tài nguyên và các giá trị địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Trần Văn Hòe (chủ biên) (2023), Giáo trình Thương mại điện tử căn bản, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- Hà Nam Khánh Giao, Trần Diệu Hằng (2018), Giáo trình Marketing du lịch, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- UBND tỉnh Ninh Bình (2025), Quyết định số 724/QĐ-UBND ngày 25/6/2025 về việc công bố danh mục thủ tục hành chính sửa đổi, bổ sung trong lĩnh vực du lịch thuộc thẩm quyền giải quyết của Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình.
- UBND tỉnh Ninh Bình (2025), Quyết định số 1448/QĐ-UBND ngày 12/11/2025 phê duyệt quy trình nội bộ giải quyết thủ tục hành chính lĩnh vực du lịch thuộc thẩm quyền giải quyết của Sở Du lịch.
- HĐND tỉnh Ninh Bình (2025), Nghị quyết ban hành Quy định chính sách hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2025-2030.
- Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình (2025), Báo cáo kết quả công tác du lịch 6 tháng đầu năm và phương hướng nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2025, Ninh Bình.
- Sở Công Thương tỉnh Ninh Bình (2025), Báo cáo thực trạng phát triển thương mại điện tử và kết quả triển khai Chương trình OCOP tỉnh Ninh Bình tính đến tháng 5 năm 2025, Ninh Bình.