



CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM TRUNG TÂM THÔNG TIN DU LỊCH

Trải qua 30 năm hình thành và phát triển (11/8/1995 - 11/8/2025), Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) đã trở thành một đơn vị đi đầu trong lĩnh vực truyền thông, quảng bá thương hiệu du lịch quốc gia trên các nền tảng số cũng như các ấn phẩm xuất bản; thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số hỗ trợ công tác quản lý nhà nước, kinh doanh du lịch và nâng cao trải nghiệm du khách; xây dựng hệ thống thông tin trong ngành Du lịch theo tiêu chuẩn quốc tế..., góp phần tích cực phát triển ngành Du lịch Việt Nam.



Trụ sở chính:

📍 Số 02 Núi Trúc,
phường Kim Mã,
quận Ba Đình,
TP. Hà Nội
☎ (024) 3943 7072
✉ titc@vietnamtourism.gov.vn

Đại diện tại miền Trung

📍 01 An Nhơn 7,
phường An Hải Bắc,
quận Sơn Trà,
TP. Đà Nẵng
☎ (0236) 3897 544
✉ mientrung_titc@vietnamtourism.gov.vn

Đại diện tại miền Nam

📍 146 Nguyễn Công Trứ,
phường Nguyễn Thái Bình,
quận 1,
TP. Hồ Chí Minh
☎ (028) 3821 6065
✉ marketinghcm@vietnamtourism.gov.vn



Travel

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM



Số 06/2025

ĐẶC SAN CỦA TRUNG TÂM THÔNG TIN DU LỊCH

Đ-1517-3310-1/62

Travel
Số 6/2025

Lan tỏa làn sóng
kích cầu du lịch
“**VIỆT NAM**
Đi để yêu”



Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong vận hành khách sạn

• RENO MUELLER*

Đối với các ngành dịch vụ như khách sạn, trí tuệ nhân tạo (AI) không đơn thuần là một công nghệ, mà là “công cụ hỗ trợ” có khả năng chuyển đổi các công nghệ hiện tại, tích hợp rô-bốt và tự động hóa, thúc đẩy sự ra đời của nhiều công nghệ mới. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng AI vào vận hành khách sạn lại khác nhau theo từng phân khúc.



CÁC ỨNG DỤNG PHỤC VỤ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

Cá nhân hóa trải nghiệm

Khách hàng hiện đại kỳ vọng những trải nghiệm giàu tính cá nhân, và hệ thống AI với thuật toán máy học phân tích được siêu dữ liệu là công cụ hoàn hảo để đáp ứng điều này. AI sẽ phân tích lịch sử đặt phòng, sở thích và nhân khẩu học, giúp chủ khách sạn điều chỉnh chiến dịch tiếp thị với tiện nghi phù hợp, nâng cấp hạng phòng hoặc đề xuất hoạt động cho từng khách hàng. Nếu khách hàng thường đến spa và dùng bữa tại nhà hàng cao cấp, hệ thống sẽ gợi ý gói ưu đãi tích hợp hai dịch vụ này ngay từ lúc đặt phòng. Cách tiếp cận trên làm tăng sự hài lòng của khách hàng và thúc đẩy doanh thu từ bán thêm và bán chéo có mục tiêu.

Chatbot và trợ lý ảo

Các chatbot ứng dụng AI đóng vai trò như trợ lý đa ngôn ngữ, hoạt động liên tục 24/7, xử lý các tương tác thường xuyên như yêu cầu đặt chỗ, đề xuất tiện ích và dịch vụ phòng. Tiêu biểu là “Edward” của khách sạn Radisson Blu Edwardian tại London và “ChatBotlr” của Marriott.

Nhận phòng không tiếp xúc

Công nghệ nhận diện khuôn mặt tích hợp AI cho phép khách hàng nhận phòng nhanh chóng và không tiếp xúc qua ứng dụng di động, tại quầy làm thủ tục hoặc máy quét. Hệ thống sẽ tự động xác minh danh tính và thông tin đặt phòng, rồi gửi chìa khóa kỹ thuật số đến điện thoại để rút ngắn thời gian chờ đợi. Các khách sạn ở Trung Quốc và Nhật Bản đã sớm sử dụng công nghệ này để cải thiện hiệu quả hoạt động, tăng quyền riêng tư và bảo mật thông tin.

Phòng khách sạn thông minh

Các phòng nghỉ thông minh tích hợp AI để điều chỉnh ánh sáng, nhiệt độ và tiện nghi giải trí theo sở thích của khách hàng. Trợ lý điều khiển bằng giọng nói như Amazon Alexa for Hospitality hoặc Google Assistant cho phép họ quản lý các thiết bị trong phòng, đặt dịch vụ và truy cập các tiện nghi giải trí. Theo thời gian, hệ thống học hỏi liên tục từ hành vi của khách hàng để mang đến trải nghiệm cá nhân hóa nhất quán giữa các lần lưu trú.

* Chuyên gia trong lĩnh vực khách sạn quốc tế

Rô-bốt dịch vụ

Các khách sạn tiên phong đang dùng rô-bốt ứng dụng AI cho nhiều dịch vụ tương tác trực tiếp với khách hàng như tiếp đón, cung cấp tiện nghi hoặc thông tin về các điểm tham quan tại địa phương. Điển hình như rô-bốt mang hành lý “Yobot” của Chuỗi khách sạn YOTEL, rô-bốt giao hàng “Relay” của Công ty Savioke, hay Khách sạn Henn na của Nhật Bản sử dụng một số rô-bốt thay thế cho con người. Trong khi các khách sạn xa xỉ vẫn duy trì tương tác trực tiếp như một yếu tố khác biệt, thì các thương hiệu tầm trung xem rô-bốt như lực lượng để nâng cao hiệu quả và làm mới trải nghiệm.

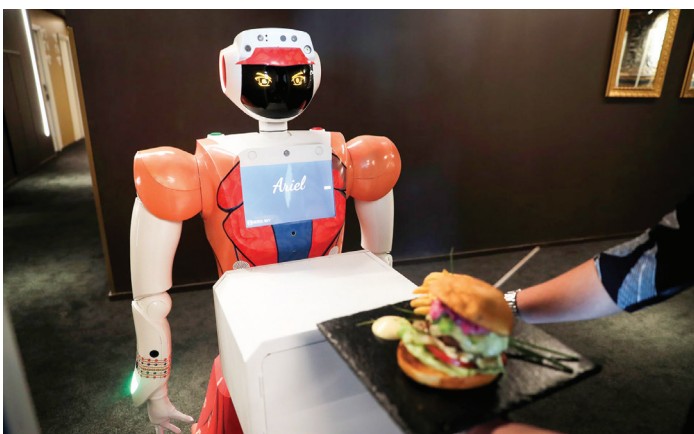
CÁC ỨNG DỤNG TRONG KINH DOANH VÀ VẬN HÀNH

Quản lý doanh thu và định giá động

AI đang đổi mới việc quản lý doanh thu khi thay thế giá phòng theo mùa truyền thống bằng các mô hình động. Từ việc phân tích dữ liệu thị trường theo thời gian thực, mức giá của đối thủ, dự báo thời tiết và các sự kiện địa phương, những hệ thống như Duetto và IDEaS Revenue Solutions sẽ điều chỉnh giá phòng linh hoạt để tối ưu công suất và lợi nhuận, giảm thiểu sai sót do thao tác thủ công và tăng triển vọng doanh thu.



Tại khách sạn bình dân, AI chủ yếu được dùng để giảm chi phí vận hành. Trong khi đó, khách sạn xa xỉ lại “kén chọn” hơn do muốn nâng cao trải nghiệm của khách hàng và lược bớt quy trình lặp lại nhưng không làm giảm tương tác với con người - lợi thế cạnh tranh quan trọng ở phân khúc này. Tương tự, khách sạn thành phố ưu tiên tự động hóa quy trình nhận phòng để tăng tốc độ và tính hiệu quả, còn khu nghỉ dưỡng ven biển sẽ tích hợp AI có chọn lọc hơn giúp cá nhân hóa trải nghiệm tốt hơn.



Dự báo nhu cầu

AI có khả năng phân tích dự đoán, cho phép khách sạn dự báo nhu cầu nhờ phân tích dữ liệu đặt phòng trước đó, xu hướng kinh tế và cảm xúc người dùng trên mạng xã hội. Dự báo càng chính xác càng giúp khách sạn tối ưu chiến lược tiếp thị, phân bổ nhân sự và lập kế hoạch bảo trì, từ đó mang lại hiệu quả vận hành và kết quả tài chính tốt hơn.

Phân tích phản hồi

AI ứng dụng công nghệ xử lý ngôn ngữ tự nhiên để phân tích phản hồi của khách hàng và bài đăng trên mạng xã hội theo thời gian thực, giúp phát hiện nhanh các khiếu nại hoặc lời khen. Nhờ đó, khách sạn có thể giải quyết vấn đề kịp thời, khen thưởng nhân viên làm tốt và liên tục cải thiện tiêu chuẩn dịch vụ để duy trì mạnh mẽ danh tiếng của thương hiệu.

Tối ưu hóa chiến dịch tiếp thị

AI giúp xác định phân khúc và dự đoán hành vi chính xác hơn. Bằng cách phân tích hành vi trên website, lịch sử đặt phòng và chỉ số tương tác của khách hàng, các chiến dịch tiếp thị sử dụng AI có thể được cá nhân hóa cao hơn, tăng tỷ lệ chuyển đổi và tối đa hóa lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo.

Quản lý vận hành và dọn phòng

AI có thể giám sát trạng thái phòng và thời gian trả phòng để tối ưu lịch trình dọn phòng, dự đoán sự cố thiết bị và thực hiện bảo trì phòng ngừa. Tại các khách sạn có quy mô lớn, rô-bốt hút bụi và rô-bốt vận chuyển đồ vải đang cải thiện tốc độ cung cấp dịch vụ, tăng tính nhất quán và giảm khối lượng công việc.

AI không chỉ là xu hướng mà còn là khởi đầu cho cuộc cách mạng trong vận hành khách sạn, giúp gia tăng hiệu quả hoạt động, cải thiện hiệu suất tài chính và nâng cao trải nghiệm nhờ sự tiện lợi và cá nhân hóa cao hơn.

Tuy nhiên, việc ứng dụng AI vẫn đặt ra các thách thức nhất định như chi phí đầu tư ban đầu cao, sự phức tạp trong đào tạo nhân viên, mối quan ngại về bảo mật dữ liệu và thay thế lao động truyền thống. Các nhà điều hành khách sạn sẽ phải cân bằng hiệu quả giữa sử dụng AI và duy trì tiếp xúc với con người - là yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ khách hàng.

Về dài hạn, khi ngày càng phát triển với khả năng nhận biết ngữ cảnh và được tích hợp đầy đủ, chín chu và bài bản, công nghệ AI sẽ giúp nhà quản lý khách sạn tăng trưởng mạnh mẽ, tạo sự khác biệt và cung cấp dịch vụ vượt trội trong môi trường kinh doanh đang phát triển nhanh chóng. 