

# **PHÁT TRIỂN VÀ KIỂM ĐỊNH THANG ĐO HOẠT ĐỘNG DIGITAL MARKETING TRONG LĨNH VỰC KHÁCH SẠN, RESORT 5 SAO TẠI THÀNH PHỐ HUẾ**

**Tổng Viết Bảo Hoàng<sup>1</sup>, Phạm Xuân Hùng<sup>1</sup>, Lê Thị Phương Thanh<sup>1</sup>, Lê Thị Phương Thảo<sup>1</sup>, Hoàng Việt Hạnh Nguyễn<sup>1</sup>**

*<sup>1</sup>Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế*

## **TÓM TẮT**

Trong bối cảnh chuyển đổi số, Digital Marketing ngày càng khẳng định vai trò chiến lược trong việc kết nối doanh nghiệp với khách hàng và nâng cao hiệu quả cạnh tranh. Tuy nhiên, các nghiên cứu phát triển và kiểm định thang đo về hoạt động Digital Marketing trong lĩnh vực khách sạn cao cấp tại Việt Nam còn hạn chế. Nghiên cứu này tập trung phát triển và kiểm định thang đo phản ánh nhận thức của khách hàng về các thành phần của hoạt động Digital Marketing tại các khách sạn và resort 5 sao ở Thành phố Huế. Kết quả cho thấy thang đo gồm bảy thành phần: quảng cáo hiển thị, truyền miệng trực tuyến, marketing mạng xã hội, email marketing, marketing công cụ tìm kiếm, website và marketing nội dung. Các chỉ số kiểm định đều đạt ngưỡng chấp nhận, khẳng định độ tin cậy và giá trị của mô hình đo lường. Nghiên cứu đóng góp lý luận bằng việc hoàn thiện cấu trúc thang đo Digital Marketing và mang lại hàm ý thực tiễn trong việc tối ưu hóa chiến lược marketing số cho các doanh nghiệp lưu trú.

**TỪ KHÓA:** Digital marketing; Marketing công cụ tìm kiếm; Marketing nội dung; Marketing qua mạng xã hội; Marketing qua thư điện tử; Quảng cáo hiển thị; Thang đo lường; Truyền miệng điện tử