



ISSN 3093 - 3390

TẠP CHÍ

Kinh tế - Tài chính

CƠ QUAN CỦA BỘ TÀI CHÍNH

Kỳ 3 tháng 5/2026 (Số 24)



PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CHUỖI CUNG ỨNG



<https://tapchikinhetaichinh.vn>

THÔNG TIN LÝ LUẬN VÀ NGHIỆP VỤ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

GỚI THIỆU, CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

BAN BIÊN TẬP

Tổng Biên tập:

TS. PHẠM THU PHONG

Phó Tổng Biên tập:

TS. VŨ THỊ ÁNH HỒNG

ThS., NGUYỄN HẢI HỒNG

BÙI ĐỨC HẢI

ThS., BÙI THỊ THU HƯƠNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS. TS. HOÀNG VĂN CƯỜNG

GS. TS. PHẠM HỒNG CHUƠNG

GS. TS. TRẦN THỌ ĐẠT

GS. TS. NGÔ THẮNG LỢI

GS. TS. NGUYỄN CÔNG NGHIỆP

GS. TS. SỬ ĐÌNH THÀNH

PGS. TS BÙI HUY NHƯỢNG

PGS. TS. TRẦN TRỌNG NGUYỄN

PGS. TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

PGS.TS. NGUYỄN ĐÀO TÙNG

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CHUỖI CUNG ỨNG

- 7 Phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam trong bối cảnh hiện nay
Nguyễn Thị Thanh Huyền
- 10 Ghi nhận doanh thu đối với các doanh nghiệp kinh doanh trên sàn thương mại điện tử
Nguyễn Thành Trung
- 13 Phát triển ngành logistics trong thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam
Nguyễn Lê Kim Ngân
- 18 Thúc đẩy hoạt động logistics xanh tại Việt Nam - Nhìn từ kinh nghiệm quốc tế
Đỗ Văn Trịnh
- 22 Tích hợp biến động chuỗi cung ứng vào các mô hình định giá dựa trên dữ liệu cho nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới
Lê Mai Anh, Lê Hương Anh
- 26 Mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa cảm nhận sự cá nhân hóa và ý định mua hàng trên thương mại điện tử trong bối cảnh AI tại Việt Nam
Trần Hải Ly, Phạm Quốc Hưng, Nguyễn Phương Thảo, Nguyễn Ngọc Hồng Khanh, Sử Hồng Hải, Lê Ngọc Triều
- 30 Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thương mại xã hội để mua sắm trên nền tảng thương mại xã hội tại Việt Nam: Sự khác biệt giữa Gen Y và Gen Z
Trần Ngọc Tài, Nguyễn Thị Cẩm Phú, Nguyễn Văn Hải
- 36 Triển khai mô hình phân phối bán lẻ hợp kênh trong thương mại điện tử lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh tại Việt Nam hiện nay
Đào Thu Trang, Trần Hoàng Kiên, Lê Hà Khoa

TÀI CHÍNH - KINH DOANH

- 42 Từ BB+ đến định mức Đầu tư: Chiến lược nâng hạng tín nhiệm quốc gia Việt Nam đến năm 2030
Hồ Việt Hương
- 48 Điều kiện chuyển đổi từ thuế khoán sang kê khai đối với hộ, cá nhân kinh doanh trong bối cảnh số hóa quản lý thuế
Khuất Việt Phú
- 51 Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư nhượng quyền của nhà đầu tư
Nguyễn Huyền Quang
- 56 Biên lãi ròng của các ngân hàng thương mại Việt Nam: Phân tích thực trạng và hàm ý quản trị
Đặng Thị Thu Hằng
- 61 Quản trị rủi ro trong các doanh nghiệp ngành giao thông vận tải ở Việt Nam
Nguyễn Duy Thanh
- 64 Giải pháp phát triển thị trường bảo hiểm phi nhân thọ nhanh và bền vững
Phạm Hồng Nhung
- 67 Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng cá nhân khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam
Nguyễn Phúc Quý Thạnh, Châu Đình Linh, Dương Văn Bôn, Phạm Xuân Vương, Lê Minh Hoàng Long
- 72 Quản trị rủi ro thanh khoản và an ninh tài chính: Bằng chứng từ hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam
Bùi Minh Tiết
- 76 Công bố thông tin ESG ảnh hưởng đến danh tiếng của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam
Nguyễn Thị Thanh Hà
- 80 Phát triển nguồn nhân lực Fintech tại Việt Nam
Võ Tiến Lộc, Phạm Thị Minh Nguyệt, Trần Huy Hoàng, Nguyễn Thị Như Nguyệt
- 84 Các nhân tố ảnh hưởng đến chính sách tài trợ vốn lưu động của doanh nghiệp vận tải niêm yết ở Việt Nam
Dương Thị Nga
- 88 Quản lý thu nhập ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính và vai trò điều tiết của quản trị công ty: Trường hợp các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam
Trần Hạnh Dung, Nguyễn Văn Định
- 93 Giải pháp nâng cao sản lượng hàng hóa vận tải hàng không Việt Nam giai đoạn 2026-2028
Nguyễn Thị Kim Liên, Nguyễn Xuân Huynh
- 97 Vai trò của truyền miệng điện tử thúc đẩy ý định sử dụng ngân hàng số tại Ngân hàng Hợp tác xã Việt Nam
Lê Ngọc Lan, Phạm Thùy Giang
- 100 Ứng dụng chuyển đổi số trong phát triển thông quan tự động VNACCS/VCIS tại Cục Hải quan thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế
Phạm Văn Hoàng
- 104 Rủi ro tín dụng bất động sản tại Việt Nam hiện nay: Thực trạng và khuyến nghị
Đặng Thị Ngọc Lan
- 108 Tác động của hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp đến thành quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam
Trương Thị Mỹ Liên
- 113 Mối quan hệ giữa các cấu hình tài chính số toàn diện và sự ổn định kinh tế - xã hội: Bằng chứng thực nghiệm từ khu vực ASEAN
Nguyễn Ngọc Tú Văn, Dương Minh Quân
- 117 Thực trạng an ninh kinh tế số trong lĩnh vực tiền tệ, ngân hàng trên địa bàn TP. Cần Thơ
Nguyễn Bình Minh, Võ Nhật Minh
- 121 Ảnh hưởng của tích hợp chuỗi cung ứng xanh đến hiệu quả môi trường tại các doanh nghiệp chế biến nông sản phía Bắc Việt Nam
Trần Thị Quý Chinh,
Nguyễn Thị Kiều Anh, Đặng Thị Thảo, Phạm Văn Thắng, Đào Xuân Hải
- 124 Các yếu tố tác động đến khả năng sinh lợi của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội
Nguyễn Thị Thanh Hoa



TẠP CHÍ Kinh tế - Tài chính

ISSN 2603-130X

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - TÀI CHÍNH

QUỐC TẾ



PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CHUỖI CUNG ỨNG



THÔNG TIN LÝ LUẬN VÀ NGHIÊN CỨU KINH TẾ - TÀI CHÍNH
GIỚI THIỆU, CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

TÒA SOẠN:

162 Nguyễn Văn Cừ, phường Bồ Đề, TP. Hà Nội

Điện thoại: (024) 3933.0036

ĐẠI DIỆN PHÍA NAM:

138 Nguyễn Thị Minh Khai, phường Xuân Hòa

TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 3930.0434

QUẢNG CÁO & PHÁT HÀNH:

Điện thoại: (024) 3933.0034

Email: truyenhthong.kttc@gmail.com

TÀI KHOẢN: Tạp chí Kinh tế - Tài chính

1077036868 Ngân hàng TMCP

Ngoại thương Việt Nam CN Hoàn Kiếm

MÃ SỐ THUẾ: 0111000686

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN:

Số 107/GP-BVHTTDL ngày 26/8/2025

của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch

NƠI IN: Công ty TNHH MTV in Tạp chí Cộng sản

GIÁ BÁN: 100.000 đồng

LIÊN HỆ GỬI BÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC:

Phòng Thư ký - Biên tập

Email: nckh.kttc@gmail.com

Hotline:

(024) 3933.0036 / 0779.338.678

- 129 Quản lý tài chính trong các hộ kinh doanh nhỏ tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp hoàn thiện **Nguyễn Đắc Hưng, Nguyễn Hà Anh**
- 132 Thách thức quản lý đối với dịch vụ ví điện tử tại Việt Nam: Góc nhìn FinTech **Nguyễn Văn Thủy**
- 136 Nhân tố tác động đến rủi ro phá sản của doanh nghiệp sản xuất niêm yết tại Việt Nam: Tiếp cận mô hình Z-Score bằng động **Phùng Thị Cẩm Tú, Phạm Thị Ngọc Thủy**
- 140 Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam **Lê Thị Hương Trà**
- 146 Quy trình đánh giá rủi ro môi trường xã hội trong hoạt động thẩm định dự án đầu tư và hàm ý chính sách cho các ngân hàng thương mại Việt Nam **Trần Thị Thu Hương**
- 151 Tác động của chuyển đổi số trong hoạt động cho vay và rủi ro tập trung ngành bất động sản đến nợ xấu tại Techcombank **Nguyễn Thùy Dương, Vũ Thị Thanh Hà, Nguyễn Thị Ngọc Mai**
- 154 Các yếu tố tác động đến lòng trung thành của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ ngân hàng điện tử **Vũ Sơn Tùng**
- 158 Nâng cao chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công Thương - Chi nhánh Châu Đốc **Nguyễn Phước Hoàng, Dương Thị Hào, Huỳnh Chí Tâm, Phan Duy Liêm, Phạm Thị Xuân Lan, Huỳnh Phi Hùng, Nguyễn Bảo Trân, Đinh Thị Ái Trinh**
- 162 Yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long **Nguyễn Minh Tuấn, Ngô Văn Thiện**

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

- 168 Cơ sở lý thuyết về hiệu quả chi tiêu công **Bùi Đại Dũng**
- 171 Năng lực số của công dân: Tổng quan và hàm ý cho các nghiên cứu tiếp theo **Phạm Thị Nguyệt, Nguyễn Đồng Minh**
- 176 Phát triển nguồn nhân lực logistics Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 **Nguyễn Văn Tung, Phạm Xuân Thu**
- 180 Sự phát triển của nghiên cứu về trí tuệ nhân tạo và quảng cáo cá nhân hóa: Phân tích trắc lượng thư mục **Nguyễn Hồng Hạnh, Bùi Thị Thu Hiền, Thiệu Mai Ngân, Phạm Vũ Mai Chi, Nguyễn Nhật Minh, Nguyễn Hương Giang**
- 186 Nâng cao năng lực số và đổi mới sáng tạo của đội ngũ giảng viên đại học trong bối cảnh chuyển đổi số **Nguyễn Thị Quỳnh Anh**
- 189 Ảnh hưởng của ý định áp dụng trí tuệ nhân tạo và khả năng phân tích dữ liệu lớn đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp tại Việt Nam **Tăng Thành Minh Xuân**
- 194 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự tin tưởng của khách hàng đối với dịch vụ tư vấn bằng Chatbot AI tại Việt Nam **Phạm Văn Phát**
- 198 Ứng dụng AI trong quản trị chất lượng thi công xây dựng công trình: Tổng quan nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục **Nguyễn Văn Việt**
- 206 Quan hệ lợi ích giữa kinh tế đêm và du lịch ở Việt Nam **Trần Thị Phi**
- 210 Năng lực cạnh tranh ngành nông sản của Việt Nam so với các nước ASEAN: Tiếp cận từ chỉ số lợi thế thương mại **Đào Duy Hà**
- 214 Bảo đảm lợi ích kinh tế của người lao động trong các doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam **Phạm Tiến Việt, Nguyễn Tài Tiến**
- 217 Quản lý của chính quyền địa phương đối với chuyển đổi số trong nông nghiệp: Kinh nghiệm quốc tế và giá trị tham khảo cho Việt Nam **Nguyễn Thị Tiêng, Hồ Thị Diệu Anh**
- 221 Phát triển du lịch y tế tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp **Phạm Đình Dũng, Vũ Thị Ánh Tuyết, Nguyễn Văn Hà, Vũ Thị Thu Hà, Nguyễn Đức Dương**
- 225 Tác động của đào tạo lên thu nhập ở vùng nông thôn Việt Nam **Đoàn Thị Vân**
- 229 Phát triển mô hình liên kết tài chính tam giác trong chuỗi cung ứng ngành trà xuất khẩu tại Việt Nam: Hướng tiếp cận từ tài chính chuỗi giá trị **Đào Ngọc Thọ**
- 233 Ảnh hưởng của năng lực phân tích dữ liệu đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam **Lê Thị Hằng, Đỗ Thị Quỳnh**
- 237 Ảnh hưởng của hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp dựa trên đám mây đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp tại Việt Nam **Nguyễn Viết Trọng, Mai Thị Hoàng Minh**
- 241 Nghiên cứu tác động của chuyển đổi số đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp logistics tại Việt Nam **Nguyễn Thị Hạnh, Dương Thị Thanh Hiền**
- 244 Vai trò điều tiết của chuyển đổi số trong mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của người tham gia bảo hiểm xã hội **Ngô Chí Tâm**
- 249 Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiệu quả hoạt động: Tiếp cận theo cơ chế trong ngành khách sạn **Phạm Thị Phương**
- 254 Thương hiệu nhà tuyển dụng và ý định ứng tuyển: Vai trò trung gian của sự phù hợp cá nhân - tổ chức, thái độ và sức hấp dẫn **Nguyễn Thị Thủy, Bùi Quang Thái**
- 258 Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi công dân tổ chức của giảng viên các trường đại học tư thục tại TP. Hồ Chí Minh **Nguyễn Thị Ngọc Mai, Trịnh Thùy Linh, Đặng Hoàng Tùng**
- 265 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong việc nâng cao hiệu quả học tập của sinh viên đại học Việt Nam **Lê Thị Thủy Phương, Nguyễn Minh Đức**
- 268 Hành vi trực tuyến, kiến thức kỹ thuật số và phổ cập tài chính số của sinh viên Việt Nam: Nghiên cứu tại Học viện Ngân hàng **Chu Thị Thúc**
- 273 Sự chấp nhận trí tuệ nhân tạo trong đào tạo đại học và vai trò của tính đổi mới cá nhân **Nguyễn Thị Khánh Phương, Ngô Ánh Nguyệt**
- 277 Yếu tố ảnh hưởng đến sự sáng tạo của nhân viên trong các doanh nghiệp lưu hành trên địa bàn Hà Nội **Dương Văn Hùng**
- 281 Mô hình nghiên cứu ý định mua lặp lại tại các nhà hàng chay trên địa bàn Hà Nội **Nguyễn Thị Phương Loan**
- 285 Một số giải pháp phát triển doanh nghiệp ngành bảo hiểm trong thời gian tới **Ngọc Thị Phương Mai**
- 289 Yếu tố tác động đến ý định tiêu dùng các sản phẩm du lịch xanh của thế hệ Gen Z Việt Nam **Đào Hồng Chuyên**

CÁC SẢN PHẨM CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH



Kinh tế - Tài chính

p-ISSN 3093-3390

Xuất bản 3 kỳ/tháng, điểm khoa học 0,75



**Vietnam Economic
& Financial Review**

p-ISSN 3093-3722

Xuất bản 2 tháng/kỳ, điểm khoa học 0,75.

Kinh tế - Tài chính
TẠP CHÍ CỦA BỘ TÀI CHÍNH *Online*

e-ISSN 3093-3498

<https://tapchikinhtetaichinh.vn>

Nghiên cứu Kinh tế - Tài chính
TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH *Online*

e-ISSN 3093-334X

<https://nghiencuu.tapchikinhtetaichinh.vn>

Điểm khoa học 0,75.

Thuế & Hải quan
Online

CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3501

<https://thuehaiquan.tapchikinhtetaichinh.vn>

An sinh xã hội
Online

CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3552

<https://ansinh.tapchikinhtetaichinh.vn>

- 293 Thư viện thông minh trong khối trường đại học ngành Ngân hàng: Khung tiêu chí đo lường và thử nghiệm LightRAG **Võ Đức Vinh, Nguyễn Anh Toàn**
- 297 Các yếu tố ảnh hưởng đến nghiệp công việc của nhân sự trong ngành công nghệ thông tin **Nguyễn Thị Anh**
- 300 Chiến lược bản địa hóa 3P của các nền tảng công nghệ đa quốc gia: Nghiên cứu tại thị trường Việt Nam **Trần Thị Thanh Huyền, Nguyễn Văn Tài Phát, Đậu Thị Diễm Quỳnh**
- 303 Thực trạng và giải pháp hoàn thiện công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ đầu thầu tại Việt Nam **Nguyễn Duy Đồng**
- 307 Tác động của cá nhân hóa trong marketing số đến sự hài lòng, lo ngại quyền riêng tư và ý định mua của khách hàng: Vai trò trung gian của niềm tin **Đào Thị Mộng Phương**
- 310 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong nâng cao hiệu quả hoạt động đại lý bảo hiểm tại Việt Nam **Vũ Thị Vân Anh**
- 314 Ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến sự gắn kết của nhân viên: Vai trò trung gian của sự hài lòng công việc **Nguyễn Thị Lệ Huyền**
- 318 Mối liên hệ giữa FOMO và hành vi sử dụng tín dụng trả góp ở sinh viên **Nguyễn Thị Hương Lan, Lương Nhật Lam My, Hoàng Minh Thư, Nguyễn Việt Anh**
- 322 Năng lực tiêu dùng bền vững, hành vi tiêu dùng có trách nhiệm của giới trẻ Việt Nam: Mô hình tích hợp vai trò của giá trị văn hóa, công nghệ số **Võ Thị Thư, Đào Dũng Trí, Nguyễn Thị Phương Thảo, Nguyễn Văn Anh, Phan Diên Vỹ**

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

- 327 Phân tích sắc thái ngôn ngữ trong công bố thông tin doanh nghiệp và phản ứng thị trường: Lý thuyết và khung nghiên cứu thực nghiệm **Nguyễn Thị Mai Chi, Phan Ngọc Anh, Cao Xuân Nam, Phan Quốc Khải**
- 330 Tác động của AI đến sự thay đổi nghề nghiệp kế toán và kiểm toán: Vai trò trung gian của tự động hóa **Chu Thị Thu Thủy, Lê Ngọc Ánh, Lâm Ngọc Linh, Lâm Thị Phương Hoa, Cấn Thị Xuân Mai, Trần Ngọc Nhi, Nguyễn Quốc Toàn**
- 334 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong kiểm toán báo cáo tài chính: Kinh nghiệm từ Trung Quốc và hàm ý vận dụng cho Việt Nam **Tạ Quang Bình**
- 338 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi áp dụng IFRS của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TP. Hồ Chí Minh **Nguyễn Thị Hồng**
- 341 Nguyên tắc thận trọng trong kế toán và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động - Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam **Vũ Quang Trọng**

THỰC TIỄN - KINH NGHIỆM

- 346 Kinh nghiệm quốc tế về mô hình tập đoàn đường sắt quốc gia và hàm ý cho Việt Nam **Bùi Xuân Phong, Phạm Công Trình**
- 350 Quản lý hoạt động tín dụng đầu tư của nhà nước tại Nhật Bản: Khuyến nghị cho Ngân hàng Phát triển Việt Nam **Trần Hoàng Trung, Đặng Vũ Hùng**
- 355 Pháp luật về "tẩy xanh" - Kinh nghiệm quốc tế và một số kiến nghị hoàn thiện cho Việt Nam **Phạm Minh Quốc**
- 360 Yếu tố ảnh hưởng đến chấp nhận sử dụng của khách hàng cá nhân về dịch vụ ngân hàng số tại ngân hàng thương mại ở Đồng bằng sông Cửu Long **Nguyễn Thái Mỹ Anh**
- 365 Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng kiểm soát chi ngân sách nhà nước qua Kho bạc Nhà nước Lào **Inthavongsa Miting**
- 370 Mô hình nghiên cứu tác động của nhận thức về giá trị chung đến phát triển bền vững doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh **Nguyễn Phạm Hải Hà, Nguyễn Thị Phương Thảo**
- 375 Nâng cao hiệu quả chuyển đổi số trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên **Nguyễn Việt Phương**
- 378 Tác động của mạng xã hội tới hành vi quản lý tài chính cá nhân của Gen Z tại Hà Nội **Nguyễn Quỳnh Anh**
- 381 Tài chính giáo dục, sức khỏe tinh thần và kết quả học tập của sinh viên: Tổng quan nghiên cứu và mô hình đề xuất **Nguyễn Thị Vạn Hạnh**
- 384 Các yếu tố ảnh hưởng đến nguồn nhân lực giảng viên trường đại học tư thục trên địa bàn TP. Hà Nội **Nguyễn Văn Tuấn**
- 389 Nhân tố ảnh hưởng đến quan hệ lao động trong các trường đại học ngoài công lập trên địa bàn TP. Đà Nẵng **Trịnh Đình Hậu**
- 394 Vận dụng ma trận TOWS trong phân tích phát triển du lịch sinh thái tỉnh Quảng Ngãi **Phan Thanh Vinh, Võ Thị Kim Phượng, Lê Thanh An**
- 398 Ảnh hưởng của các nhân tố trải nghiệm thương hiệu đến sự hài lòng của khách hàng đối với thương hiệu Highlands Coffee tại Tp. Cần Thơ **Lưu Phạm Anh Thị, Lưu Thanh Đức Hải**
- 402 Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch tỉnh Quảng Trị trong bối cảnh mới **Nguyễn Hạnh Nguyên**
- 406 Kinh nghiệm quốc tế về ứng dụng BIM trong quản lý chi phí dự án đầu tư xây dựng và hàm ý cho doanh nghiệp Việt Nam **Lê Anh Thư**
- 411 Các yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số dịch vụ logistics tại Cảng Cửa Lò **Trần Thị Thanh Hương**
- 415 Lãnh đạo số, sự tham gia của các bên liên quan và đổi mới bền vững: Đề xuất mô hình nghiên cứu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TP. Hồ Chí Minh **Đậu Minh Khôi**
- 420 Giải pháp phát triển marketing điện tử cho sản phẩm từ quê của các hợp tác xã trên địa bàn xã Mậu A, tỉnh Lào Cai **Nguyễn Minh Huệ**
- 424 Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp xanh tại thành phố Hà Nội **Phan Huy Đường**
- 428 Mô hình nghiên cứu các rào cản đối với hành vi tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện của lao động phi chính thức **Nguyễn Thành Nam, Đặng Công Xướng, Lê Sơn Tùng**
- 433 Phát triển du lịch văn hóa Nghệ An trong bối cảnh công nghiệp văn hóa: Từ tư duy quản trị đi sản đến thực tiễn sáng tạo **Nguyễn Thị Thủy Dung**
- 436 Giải pháp thúc đẩy quyết định lựa chọn học tại khoa công nghệ kinh doanh của sinh viên tại các trường đại học trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh **Nguyễn Đình Khiêm, Đỗ Thị Mỹ Huyền**
- 441 Quản trị tri thức tại Đại học Quốc gia Hà Nội: Thực trạng và giải pháp **Lưu Tiến Đạt**
- 446 Các yếu tố tác động đến quyết định tham gia bảo hiểm nhân thọ của nữ giới Gen Z tại Hà Nội **Trịnh Thị Hương, Trần Gia Linh**
- 451 Nâng ngưỡng miễn thuế lên 1 tỷ đồng: "Cú hích" để hộ kinh doanh lớn mạnh **Trung Kiên**
- 453 Thúc đẩy tài chính bền vững, góp phần ổn định hệ thống tài chính Việt Nam **Lê Thị Ánh**



PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA NGHỆ AN TRONG BỐI CẢNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA: TỪ TƯ DUY QUẢN TRỊ DI SẢN ĐẾN THỰC TIỄN SÁNG TẠO

NGUYỄN THỊ THUY DUNG¹

Tóm tắt

Trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa, du lịch văn hóa được xem là hướng khai thác hiệu quả các giá trị di sản gắn với sáng tạo và trải nghiệm. Nghệ An sở hữu nhiều tiềm năng phát triển du lịch văn hóa, tuy nhiên, hoạt động du lịch văn hóa của tỉnh vẫn còn hạn chế về sản phẩm, tính sáng tạo và khả năng liên kết giữa các chủ thể tham gia. Bài viết phân tích thực trạng phát triển du lịch văn hóa Nghệ An trong bối cảnh công nghiệp văn hóa, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm chuyển từ tư duy quản trị di sản sang phát triển sản phẩm văn hóa sáng tạo, góp phần nâng cao sức cạnh tranh và phát triển du lịch bền vững.

Từ khóa: Du lịch văn hóa, Nghệ An, công nghiệp văn hóa, quản trị di sản

DEVELOPING CULTURAL TOURISM IN NGHE AN IN THE CONTEXT OF THE CULTURAL INDUSTRY: FROM HERITAGE GOVERNANCE THINKING TO CREATIVE PRACTICES

Abstract

In the context of cultural industry development, cultural tourism is considered an effective approach to exploiting heritage values associated with creativity and experiential activities. Nghe An possesses significant potential for developing cultural tourism through its system of historical sites, and rich indigenous knowledge. However, the province's cultural tourism activities remain limited in terms of product diversity, creativity, and the capacity for linkages among stakeholders. This article analyzes the current state of cultural tourism development in Nghe An within the context of cultural industries, thereby proposing several solutions to shift from a heritage management mindset toward the development of creative cultural products, contributing to enhanced competitiveness and sustainable tourism development.

Keywords: Cultural tourism, Nghe An, cultural industries, heritage management.

Ngày nhận bài: 10/3/2026; Ngày hoàn thiện biên tập: 20/4/2026; Ngày duyệt đăng: 6/5/2026

MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay, du lịch văn hóa không chỉ dừng ở khai thác di sản, mà còn hướng tới chuyển hóa các giá trị lịch sử, bản sắc và ký ức cộng đồng thành sản phẩm trải nghiệm sáng tạo. Điều này đòi hỏi cách tiếp cận mới, kết hợp giữa bảo tồn di sản với thiết kế trải nghiệm, ứng dụng công nghệ và phát huy vai trò của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch.

Nghệ An là địa phương có nhiều tiềm năng phát triển du lịch văn hóa với hơn 2.500 di tích lịch sử - văn hóa, nổi bật là Khu di tích Kim Liên, dân ca Ví, Giặm Nghệ Tĩnh cùng hệ thống lễ hội, làng nghề và văn hóa đặc sắc của 47 dân tộc (Trần Thị Thành và cộng sự, 2025). Toàn tỉnh hiện có 177 làng nghề

truyền thống như dệt thổ cẩm, làm nước mắm, rượu truyền thống và chế biến hải sản (Nguyễn Thị Thuận, 2025), tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch trải nghiệm và du lịch cộng đồng. Về định hướng phát triển, Nghị quyết số 39-NQ/TW ngày 18/7/2023 và Nghị quyết số 137/2024/QH15 đã tạo cơ sở quan trọng để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và du lịch Nghệ An, trong khi Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XX xác định mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng vào năm 2030 (Ban Chấp hành Trung ương, 2023; Quốc hội, 2024).

Những năm gần đây, du lịch Nghệ An có sự tăng trưởng khá tích cực. Năm 2025, tỉnh đón khoảng 9,9 triệu lượt khách với tổng thu du lịch đạt hơn 30.600 tỷ đồng (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2025). Tuy

¹ Trường Du lịch, Đại học Huế; Email: nttdung@hueuni.edu.vn



nhiên, du lịch văn hóa của Tỉnh vẫn phát triển chưa tương xứng với tiềm năng.

Xuất phát từ thực tiễn trên, bài viết tập trung phân tích thực trạng phát triển du lịch văn hóa Nghệ An trong bối cảnh công nghiệp văn hóa, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm chuyển từ tư duy quản trị di sản sang phát triển sản phẩm văn hóa sáng tạo, góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm và phát triển du lịch bền vững.

CƠ SỞ LÝ LUẬN

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2017), du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà động cơ chủ yếu của du khách là khám phá và trải nghiệm các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể tại điểm đến. Trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa, du lịch văn hóa không chỉ dừng ở khai thác di sản, mà còn hướng tới chuyển hóa các giá trị văn hóa thành sản phẩm trải nghiệm sáng tạo thông qua kể chuyện, nghệ thuật, thiết kế và công nghệ. Theo UNESCO (2009), công nghiệp văn hóa là các ngành sản xuất hàng hóa và dịch vụ dựa trên sự sáng tạo, mang giá trị văn hóa và được bảo hộ sở hữu trí tuệ. Theo Nguyễn Thị Quỳnh Phương (2026), đối với Nghệ An, cần chuyển từ tư duy “quản lý di sản” sang “kinh tế văn hóa”, trong đó di sản được khai thác như nguồn lực để tạo ra giá trị kinh tế và nâng cao sức hấp dẫn du lịch.

Bên cạnh đó, tri thức bản địa và du lịch cộng đồng giữ vai trò quan trọng trong phát triển du lịch văn hóa bền vững. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Minh Tú và Triệu Thanh Quang (2025) cho thấy tri thức bản địa của người Mông tại Mường Lống được thể hiện qua ẩm thực, nghề thủ công, dân ca và nghi lễ truyền thống, tạo nên sản phẩm du lịch mang tính khác biệt. Tương tự, đồng bào Thái ở Con Cuông vẫn lưu giữ nhiều giá trị văn hóa đặc sắc như dệt thổ cẩm, văn hóa cồng chiêng và tri thức dược liệu (Trần Thị Thành và cộng sự, 2025). Điều này cho thấy phát triển du lịch văn hóa cần gắn với sáng tạo sản phẩm, nâng cao trải nghiệm và tăng cường liên kết giữa nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA CỦA NGHỆ AN

Kết quả đạt được

Những năm gần đây, du lịch văn hóa từng bước khẳng định vai trò trong phát triển kinh tế tại Nghệ An. Giai đoạn 2020-2025, tốc độ tăng trưởng du lịch bình quân của tỉnh đạt trên 27%/năm. Năm 2025, Nghệ An đón khoảng 9,9 triệu lượt khách, tổng thu từ du lịch đạt hơn 30.600 tỷ đồng (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2025). Kết quả này cho thấy sức hấp dẫn ngày càng lớn của điểm đến Nghệ An,

đồng thời phản ánh hiệu quả của các hoạt động quảng bá văn hóa và phát triển sản phẩm du lịch trong thời gian qua.

Bên cạnh tăng trưởng về lượng khách, nhiều sự kiện văn hóa - du lịch quy mô lớn đã góp phần tạo dấu ấn cho du lịch Nghệ An như Lễ hội Làng Sen 2025, Lễ hội Du lịch Cửa Lò hay chuỗi hoạt động kỷ niệm 995 năm Danh xưng Nghệ An. Các sự kiện này không chỉ quảng bá hình ảnh địa phương mà còn góp phần lan tỏa các giá trị văn hóa xứ Nghệ, thu hút du khách thông qua các hoạt động trải nghiệm, nghệ thuật và lễ hội truyền thống.

Du lịch cộng đồng và du lịch trải nghiệm dựa trên tri thức bản địa cũng từng bước được chú trọng phát triển. Tại huyện Con Cuông, nhiều bản du lịch cộng đồng của người Thái đã được hình thành và khai thác theo hướng du lịch xanh, gắn với trải nghiệm văn hóa và sinh thái; trong đó có 3 bản được công nhận sản phẩm OCOP 3 sao (Trần Thị Thành và cộng sự, 2025). Các hoạt động trải nghiệm ẩm thực, dệt thổ cẩm, văn hóa cồng chiêng và sinh hoạt cộng đồng đã góp phần tạo nên sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng của miền Tây Nghệ An.

Cùng với đó, công tác bảo tồn và phát huy văn hóa các dân tộc thiểu số đạt được nhiều kết quả tích cực. Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2025), hơn 80% làng bản vùng đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh duy trì hoạt động văn hóa thường xuyên. Nghệ An cũng đã xây dựng nhiều mô hình câu lạc bộ văn hóa phục vụ phát triển du lịch tại Quỳnh Châu, Quỳnh Hợp và Tương Dương, đồng thời hỗ trợ nghệ nhân trong việc truyền dạy dân ca, nghề thủ công và các loại hình văn hóa truyền thống. Điều này không chỉ góp phần bảo tồn di sản mà còn tạo nền tảng để phát triển du lịch văn hóa theo hướng bền vững và gắn với cộng đồng địa phương.

Những tồn tại, hạn chế

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, du lịch văn hóa Nghệ An vẫn phát triển chưa tương xứng với tiềm năng. Trước hết, tư duy phát triển còn thiên về quản lý và bảo tồn di sản theo hướng hành chính, trong khi hoạt động sáng tạo sản phẩm và kinh doanh văn hóa còn hạn chế, thiếu doanh nghiệp có khả năng dẫn dắt thị trường (Nguyễn Thị Quỳnh Phương, 2026).

Bên cạnh đó, chuỗi giá trị du lịch văn hóa chưa hoàn thiện; các sản phẩm trải nghiệm còn đơn điệu, thiếu chiều sâu và chưa hình thành nhiều hoạt động kinh tế đêm hay sản phẩm lưu niệm mang bản sắc riêng. Du lịch Nghệ An vẫn phụ thuộc lớn vào mùa du lịch biển, trong khi các sản phẩm văn hóa phục vụ mùa thu - đông chưa thực sự hấp dẫn (Nguyễn Thị Thuận, 2025). Ngoài ra, hạ tầng sáng tạo và ứng



dụng công nghệ trong du lịch còn hạn chế, thiếu các sản phẩm trải nghiệm số hiện đại và cơ chế hỗ trợ hiệu quả cho phát triển du lịch cộng đồng. Quá trình khai thác du lịch cũng đặt ra nguy cơ thương mại hóa, có thể làm suy giảm tính xác thực của các giá trị văn hóa truyền thống.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA NGHỆ AN

Để nâng cao sức cạnh tranh và phát triển du lịch văn hóa theo hướng bền vững, Nghệ An cần chuyển từ tư duy quản trị di sản sang phát triển các sản phẩm văn hóa sáng tạo gắn với công nghiệp văn hóa.

Thứ nhất, cần đổi mới cách thức khai thác di sản văn hóa theo hướng gia tăng giá trị trải nghiệm cho du khách. Các giá trị văn hóa như dân ca Ví, Giặm, lễ hội truyền thống, làng nghề và tri thức bản địa cần được kết hợp với nghệ thuật trình diễn, kể chuyện văn hóa, thiết kế không gian và công nghệ số để hình thành các sản phẩm du lịch có tính sáng tạo và khả năng tương tác cao.

Thứ hai, Nghệ An cần xây dựng hệ sinh thái sáng tạo trong phát triển du lịch văn hóa thông qua tăng cường liên kết giữa nhà nước, doanh nghiệp, nghệ nhân và cộng đồng địa phương. Tỉnh cần có cơ chế thu hút doanh nghiệp đầu tư vào các không gian văn hóa, sản phẩm lưu niệm, hoạt động kinh tế đêm và các mô hình du lịch trải nghiệm đặc trưng. Đồng thời, cần phát huy vai trò của cộng đồng trong bảo tồn và khai thác tri thức

bản địa, nhất là tại các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng như Con Cuông, Kỳ Sơn và Quỳnh Châu.

Thứ ba, cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong quảng bá và tổ chức hoạt động du lịch văn hóa. Việc xây dựng các nền tảng quảng bá số, tour tham quan thông minh, không gian trải nghiệm thực tế ảo và hệ thống dữ liệu số về di sản sẽ góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông và mở rộng khả năng tiếp cận du khách. Bên cạnh đó, tỉnh cần chú trọng đào tạo nguồn nhân lực có năng lực quản trị văn hóa, thiết kế sản phẩm và truyền thông sáng tạo nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch trong bối cảnh công nghiệp văn hóa hiện nay.

KẾT LUẬN

Những năm gần đây, hoạt động du lịch của Tỉnh đã đạt được nhiều kết quả tích cực về lượng khách, doanh thu và phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, du lịch văn hóa Nghệ An vẫn còn nhiều hạn chế. Vì vậy, để nâng cao sức cạnh tranh và phát triển bền vững, Nghệ An cần chú trọng đổi mới cách thức khai thác di sản, xây dựng hệ sinh thái sáng tạo trong du lịch văn hóa, tăng cường ứng dụng công nghệ số và phát huy vai trò của cộng đồng địa phương. Sự kết hợp hài hòa giữa bảo tồn và sáng tạo sẽ góp phần đưa du lịch văn hóa trở thành động lực quan trọng trong phát triển kinh tế và quảng bá hình ảnh văn hóa xứ Nghệ trong giai đoạn hiện nay. ■

Tài liệu tham khảo:

1. Ban Chấp hành Trung ương (2023). *Nghị quyết số 39-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Nghệ An đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2025). *Nghệ An: Đầu tư trọng điểm bảo tồn văn hóa DTTS gắn kết với du lịch*, <https://bvhttdl.gov.vn/nghe-an-dau-tu-trong-diem-bao-ton-van-hoa-dtts-gan-ket-voi-du-lich-20251113145542905.htm>.
3. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2025). *Nghệ An đón khoảng 9,9 triệu lượt khách du lịch trong năm 2025*, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/65969>.
4. Đào Quang Thắng & Thụy Hoàng Vân Thi. (2025). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch tâm linh: Nghiên cứu trường hợp tại Nghệ An. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh*, 41(2), 78-95.
5. Nguyễn Thị Minh Tú & Triệu Thanh Quang (2025). Phát triển du lịch cộng đồng dựa vào tri thức bản địa của người H'mông tại Mường Lống, Kỳ Sơn, Nghệ An. *Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn*, 12(3), 45-62.
6. Nguyễn Thị Quỳnh Phương (2026). *Phát triển công nghiệp văn hóa từ di sản: Cơ hội và thách thức đối với Nghệ An*. Kỷ yếu Hội thảo Khoa học "Phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam: Thực trạng và giải pháp", Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQGHN, 112-128.
7. Nguyễn Thị Thuận. (2025). *Phát triển du lịch Nghệ An: Từ tiềm năng đến điểm đến*. Tham luận tại Hội thảo "Nghệ An - Phát huy tiềm năng và thu hút đầu tư du lịch", Vinh, Nghệ An.
8. Quốc hội (2024). *Nghị quyết số 137/2024/QH15 Về bổ sung thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Nghệ An*.
9. Trần Thị Thành, Phan Thị Hương & Nguyễn Văn Dũng (2025). Phát huy tri thức bản địa trong phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Con Cuông, tỉnh Nghệ An. *Tạp chí Khoa học Đại học Vinh*, 54(1A), 23-38.
10. UNESCO (2009). *UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) 2009*. UNESCO Institute for Statistics.
11. UNWTO (2017). *UNWTO Tourism Definitions*. World Tourism Organization.