

Du lịch thực tế ảo: Một nghiên cứu tổng quan

Trần Tuyên*, Nguyễn Thị Vân Hạnh



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Nhân loại đang sống trong kỷ nguyên công nghệ – nơi mọi lĩnh vực xã hội và mọi hoạt động của nền kinh tế đều phụ thuộc vào các yếu tố công nghệ. Trong số các công nghệ tiên tiến được chú ý gần đây, công nghệ thực tế ảo (Virtual Reality – VR) đã nổi lên như một sự quan tâm mới đối với sự phát triển du lịch. Các nghiên cứu về du lịch thực tế ảo đã xuất hiện từ cuối những năm 90 của thế kỷ XX, cho đến nay, các học giả tiếp tục thảo luận về chủ đề này trong bối cảnh xu hướng ứng dụng công nghệ trong hoạt động du lịch ngày càng phổ biến. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu về du lịch thực tế ảo trên thế giới đang còn nhiều quan điểm chưa thống nhất với nhau vì tính ảo của công nghệ này. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu tổng quan tài liệu để tìm hiểu một số chủ đề phổ biến trong nghiên cứu du lịch thực tế ảo và phân tích các quan điểm khác nhau của các học giả. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra một số quan điểm khác nhau về du lịch thực tế ảo với các nội dung cụ thể: Bối cảnh công nghệ và sự ra đời loại hình du lịch thực tế ảo; khái niệm; vai trò, ưu điểm, hạn chế, mối quan hệ với du lịch truyền thống, xu hướng phát triển trong tương lai. Trên cơ sở đó, bài viết này định hướng một số nội dung nên được bàn luận nhiều hơn trong nghiên cứu về du lịch thực tế ảo.

Từ khoá: công nghệ, du lịch, công nghệ thực tế ảo, du lịch thực tế ảo

ĐẶT VẤN ĐỀ

Nhân loại đang sống trong kỷ nguyên công nghệ – nơi mọi lĩnh vực xã hội và mọi hoạt động của nền kinh tế đều ít nhiều chịu tác động hay thậm chí là phụ thuộc vào các yếu tố công nghệ. Với tư cách là một ngành kinh tế tổng hợp năng động, du lịch đã và đang phát triển theo chiều hướng dựa trên công nghệ ngày một nhiều, đặc biệt là công nghệ thông tin và truyền thông (Information and communications technology – ICT). Ở cấp độ toàn cầu, việc ứng dụng ICT hiện đại đã thay đổi cơ bản các hình thức kinh doanh trong du lịch và tạo ra nhiều cơ hội phát triển mới cho ngành này¹. Việc ứng dụng và đổi mới công nghệ tiên tiến không chỉ liên quan đến tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch mà còn trở thành một nhân tố sống còn cho sự phát triển của du lịch trong bối cảnh công nghệ¹. Trong số các công nghệ tiên tiến được chú ý gần đây, công nghệ thực tế ảo với những ứng dụng mới mẻ của nó đã nổi lên như những ứng dụng tiềm năng đối với sự phát triển du lịch và được mô tả như một công nghệ có thể đem lại những ứng dụng rộng rãi cũng như tác động sâu sắc tới tương lai của ngành du lịch².

Từ những năm đầu thập niên 90 của thế kỷ XX, đã có những nhà nghiên cứu nhận định công nghệ thực tế ảo sẽ trở thành một trong những công nghệ đem lại sự thay đổi toàn diện cho ngành du lịch. Tuy nhiên, cho đến nay, việc khai thác tiềm năng của công nghệ

này đối với du lịch vẫn chưa đạt mức kỳ vọng². Mặc dù vậy, sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của ICT nói chung và các thiết bị ứng dụng công nghệ thực tế ảo nói riêng, cũng như sự tác động của đại dịch COVID-19 ở cấp độ toàn cầu đã tạo điều kiện cho những ứng dụng thực tế ảo trong lĩnh vực du lịch ngày càng phát huy hiệu quả và chứng minh tầm quan trọng của nó. Hiện nay, các ứng dụng thực tế ảo trong du lịch đang ngày một phổ biến và dự báo là sẽ còn tiếp tục được mở rộng và phát triển trong tương lai³.

Sự xuất hiện ngày càng nhiều các ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong lĩnh vực du lịch đã thu hút sự quan tâm của giới nghiên cứu. Ở phạm vi toàn cầu, du lịch thực tế ảo đã trở thành một chủ đề nghiên cứu khá phổ biến trong lĩnh vực du lịch và công nghệ. Tuy nhiên, các nghiên cứu về du lịch thực tế ảo ở Việt Nam còn rất thiếu vắng. Để góp phần tạo cơ sở và nguồn thông tin tham khảo cho các nghiên cứu về chủ đề này trong tương lai, việc thực hiện một tổng quan cơ bản về chủ đề du lịch thực tế ảo là cần thiết. Trên cơ sở đó, bài viết này hướng đến mục tiêu cung cấp một bức tranh khái quát về các khía cạnh chính trong chủ đề nghiên cứu du lịch thực tế ảo.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu tổng quan được sử dụng để tìm hiểu các chủ đề nghiên cứu phổ biến về du lịch thực tế ảo cũng như một số thống kê mô tả về các công

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Liên hệ

Trần Tuyên, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Email: tuyentran@hcmussh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 21/7/2022
- Ngày chấp nhận: 08/12/2022
- Ngày đăng: 10/2/2023

DOI:

<https://doi.org/10.32508/stdjssh.v6i4.784>



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Tuyên T, Hạnh N T V. **Du lịch thực tế ảo: Một nghiên cứu tổng quan.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 2022, 6(4):1767-1776.

trình này trên hệ thống dữ liệu Scopus. Nghiên cứu tổng quan đóng vai trò nền tảng để tìm hiểu về vấn đề nghiên cứu một cách toàn diện⁴, điều này giúp các nghiên cứu cùng chủ đề trong tương lai phát hiện các khoảng trống nghiên cứu và nâng cao khả năng đóng góp khoa học⁵.

Về cơ sở dữ liệu, nghiên cứu này đã sử dụng cơ sở dữ liệu Scopus, hệ thống dữ liệu nghiên cứu khoa học lớn và uy tín nhất thế giới⁶ (đây cũng là một hạn chế do chưa thể tiếp cận với cơ sở dữ liệu Web of Sciences, các cơ sở điện tử khác và các hệ thống phi điện tử).

Cụ thể, bài viết này đã thực hiện các bước để thực hiện một tổng quan theo quy trình của Templier và Paré (2015)⁷, cụ thể như sau:

Bước 1: Nghiên cứu kỹ thuật tìm kiếm và mục đích tìm kiếm

Đầu tiên, sử dụng 3 từ khoá: “virtual tourism”, “virtual reality tourism” và “cyber tourism” để tìm kiếm tất cả công trình nghiên cứu có liên quan đến du lịch và công nghệ thực tế ảo trên hệ thống Scopus.

Bước 2: Tìm kiếm các tài liệu

Chúng tôi tìm được 1908 tài liệu cho đến hết năm 2021. Với kết quả này, hệ thống tính tất cả các công trình có xuất hiện đầy đủ các từ đơn trong từ khoá kép, không nhất thiết đi liền nhau, đây là kết quả sơ khởi nhất về tất cả công trình có liên quan giữa thực tế ảo và du lịch.

Bước 3: Đặt ra tiêu chuẩn lựa chọn

Chúng tôi tiến hành lựa chọn một cách sơ bộ, lọc các công trình nghiên cứu theo tựa đề và loại hình bài nghiên cứu (loại bỏ các công trình trùng lặp, các dạng thức khác không phải là bài nghiên cứu, ngôn ngữ không phải là tiếng Anh, ...). Sau đó, các công trình tiếp tục được chọn lọc cụ thể hơn thông qua tiêu đề và nhà xuất bản để đảm bảo các công trình uy tín và có tính liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Sau bước này, có 915 tài liệu được giữ lại.

Bước 4: Đánh giá sơ bộ chất lượng dữ liệu

Sau bước 3, cơ sở dữ liệu tìm kiếm được cơ bản đảm bảo các mục tiêu ban đầu là tìm kiếm các công trình nghiên cứu về du lịch và công nghệ thực tế ảo. Tuy vậy, các công trình cần được tiếp tục được chọn lọc thông qua phần tóm tắt để đảm bảo có liên quan trực tiếp đến chủ đề du lịch thực tế ảo. Sau bước này còn lại 240 tài liệu phục vụ cho việc tìm hiểu các chủ đề nghiên cứu phổ biến liên quan du lịch thực tế ảo.

Bước 5: Xử lý dữ liệu

Đọc, phát hiện các chủ đề nghiên cứu phổ biến và các quan điểm khác nhau giữa các tác giả để làm chất liệu cho bài viết.

Bước 6: Phân tích và tổng hợp dữ liệu

Phần 1: Thống kê mô tả các công trình nghiên cứu có liên quan đến du lịch và công nghệ thực tế ảo với 915

tài liệu đã lọc lại sau khi loại bỏ các công trình theo chủ đề, tính liên quan, ngôn ngữ, loại hình, ...

Phần 2: Nghiên cứu tổng quan theo các chủ đề lớn với 240 tài liệu được chọn lọc có trực tiếp đề cập đến du lịch thực tế ảo như một loại hình hay một ứng dụng du lịch.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Một số thống kê mô tả các công trình về du lịch và thực tế ảo

Những công trình đầu tiên về công nghệ thực tế ảo đã xuất hiện từ năm 1984 nhưng phải đến năm 1995 thì mới có những công trình trực tiếp bàn về thực tế ảo và du lịch. Số lượng các nghiên cứu về chủ đề này và các nội dung có liên quan tăng liên tục qua các năm, Hình 1 dưới đây đã thể hiện điều này, đơn cử, trong năm 2020, có hơn 325 công trình nghiên cứu về chủ đề thực tế ảo và du lịch xuất hiện trên Scopus.

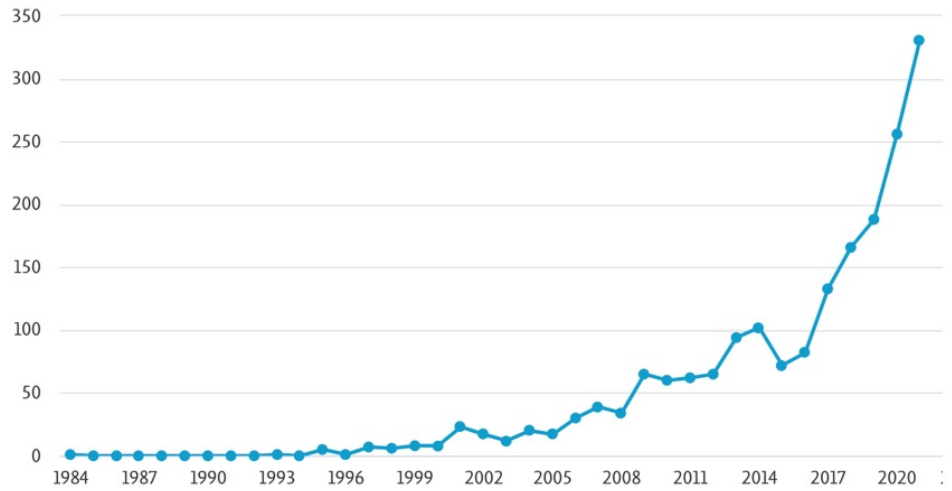
Về lĩnh vực, đa số các công trình nghiên cứu về du lịch và thực tế ảo tập trung nhiều nhất ở lĩnh vực khoa học máy tính (22,7%), tiếp đến là khoa học xã hội (17,6%) và thương mại, kế toán và quản lý (14,4%) như được thể hiện ở Hình 2.

Theo thống kê số lượng các công bố theo quốc gia tại Hình 3, Trung Quốc có nhiều nghiên cứu liên quan công nghệ thực tế ảo và du lịch nhất, với hơn 230 công bố trong tổng số 915 công bố, tiếp đến là Hoa Kỳ, Ý và Anh cũng như một số quốc gia khác có nền công nghệ và du lịch phát triển.

Tổng quan nghiên cứu theo các chủ đề

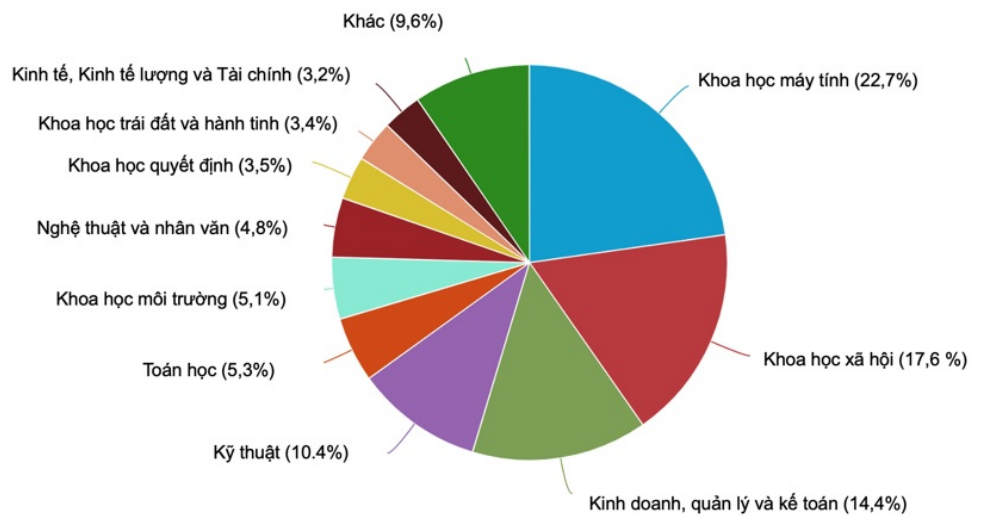
Sau quá trình đọc và chọn lọc các công trình không phù hợp (trùng lặp, công trình thuộc các ngành không liên quan du lịch, công trình không phản ánh đúng từ khoá liên quan du lịch thực tế ảo do hạn chế của kỹ thuật tìm kiếm, ...), chúng tôi giữ lại khoảng 240 tài liệu nghiên cứu về du lịch thực tế ảo và các chủ đề có liên quan trực tiếp. Bên cạnh đó, chúng tôi còn sử dụng thêm một số công trình nghiên cứu về du lịch thực tế ảo không có trên hệ thống của Scopus để bổ sung cho các chủ đề. Để tài nhận thấy các nhóm vấn đề xuất hiện nhiều lần trong các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về du lịch thực tế ảo: Các vấn đề về bối cảnh ra đời; khái niệm; vai trò, ưu điểm, hạn chế, mối quan hệ với du lịch truyền thống, nhận thức và hành vi sử dụng, xu hướng phát triển trong tương lai và các phương pháp nghiên cứu. Để tài cũng tổng quan một số công trình nghiên cứu về du lịch thực tế ảo tại Việt Nam.

Chủ đề 1: Bối cảnh công nghệ và sự ra đời loại hình du lịch thực tế ảo



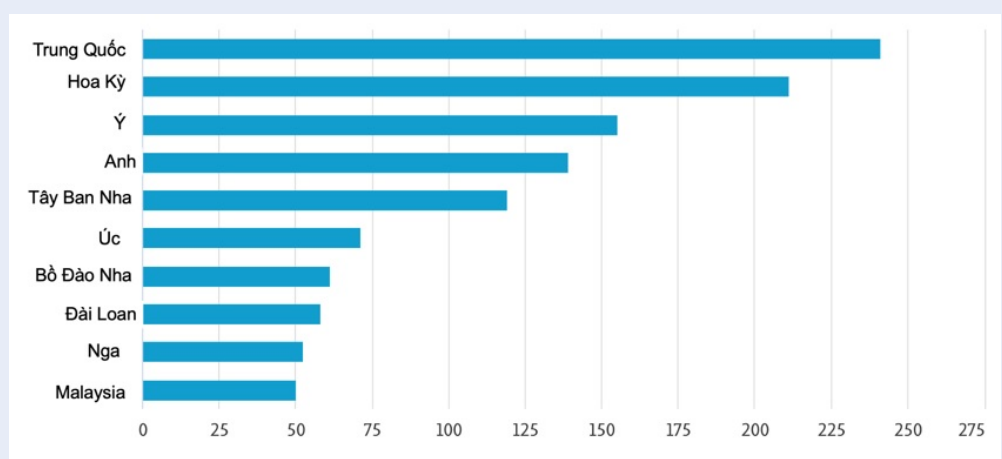
Hình 1: Số lượng các công trình nghiên cứu có liên quan du lịch và thực tế ảo^a

^aNguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu của hệ thống Scopus, truy cập tại: <https://www.scopus.com/sources.uri>



Hình 2: Tỷ lệ các công trình nghiên cứu có liên quan du lịch và thực tế ảo theo lĩnh vực^a

^aNguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu của hệ thống Scopus, truy cập tại: <https://www.scopus.com/sources.uri>



Hình 3: Số lượng các nghiên cứu có liên quan du lịch và thực tế ảo theo quốc gia^a

^aNguồn: Tác giả mô phỏng từ dữ liệu của hệ thống Scopus, truy cập tại: <https://www.scopus.com/sources.uri>

Nhiều công trình khoa học đã đề cập đến việc xu hướng công nghệ ngày càng tác động sâu sắc và làm thay đổi quá trình cung ứng, sử dụng dịch vụ du lịch; du khách có xu hướng sẽ chấp nhận sử dụng các ứng dụng công nghệ này⁸⁻¹⁰. Việc ứng dụng các thành tựu, tiến bộ khoa học công nghệ vào hoạt động du lịch đã từng bước thuận tiện hóa, khiến hoạt động du lịch trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết, đặc biệt, nó tạo điều kiện, bối cảnh xã hội cho sự ra đời của các loại hình sản phẩm, dịch vụ mới, trong đó có du lịch thực tế ảo^{11,12}. Trong quá khứ, công nghệ mới đã làm tăng khả năng di chuyển của chúng ta theo nghĩa vật lý, trong tương lai, các công nghệ mới sẽ tiếp tục cải thiện chất lượng của du lịch thực tế, mở ra khả năng di chuyển phi vật lý¹³, du lịch thực tế ảo ra đời trong bối cảnh này³.

Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, trong giai đoạn hiện nay và sắp tới, sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông sẽ tiếp tục đem lại những thay đổi lớn đối với nhiều lĩnh vực đời sống xã hội, trong đó có du lịch². Đồng quan điểm trên, một số tác giả đã chứng minh sự phát triển của công nghệ hiện đại đã tạo ra một loạt thay đổi trong thị trường du lịch và tác động đến nhận thức, hành vi của các bên liên quan^{10,14}. Trong số các công nghệ được đánh giá là có tiềm năng tạo những thay đổi lớn đối với ngành du lịch trong giai đoạn này, phải kể tới công nghệ thực tế ảo (virtual reality – VR)^{3,12,15,16}. Kết quả của những ứng dụng công nghệ đó là sự ra đời của sản phẩm du lịch thực tế ảo. Du lịch thực tế ảo dưới nhiều hình thức sẽ tiếp tục phát triển, đặc biệt khi các công nghệ mới được phát triển và đưa vào thị trường toàn cầu^{2,17,18}.

Đa số các nghiên cứu đều thống nhất rằng sự ra đời của du lịch thực tế ảo được nhìn nhận dưới góc độ tác động sâu rộng của công nghệ đến hoạt động du lịch, khi đó, du lịch ứng dụng những thành tựu tiến bộ, đặc biệt là công nghệ thực tế ảo vào hoạt động của mình. Ở một khía cạnh khác, các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng du lịch thực tế ảo còn ra đời bởi sự nhận thức ngày càng cao của khách du lịch, mong muốn có những trải nghiệm thuận tiện, thú vị và mới mẻ hơn, hay yêu cầu cần có các chính sách quản lý, quảng bá, phát triển, kinh doanh du lịch mới trong thời đại số. Các nội dung này vẫn còn khá hạn chế trong nghiên cứu về du lịch thực tế ảo, đặc biệt là ở các nước còn đang phát triển về công nghệ ở giai đoạn đầu.

Chủ đề 2: Khái niệm thực tế ảo và du lịch thực tế ảo
Thuật ngữ Thực tế ảo (Virtual reality – VR) được sử dụng lần đầu tiên vào thế kỷ XIX và nó có liên quan đến những ảo ảnh trong các nhà hát. Qua thời gian, thuật ngữ này đã thay đổi, trở thành một khái niệm kỹ thuật số^{19,20}. Khái niệm VR hiện có nhiều định nghĩa khác nhau vì nó phụ thuộc vào các tính năng ít nhiều cần thiết để tạo ra trải nghiệm VR²¹. Một định nghĩa được chấp nhận chung về VR là một môi trường 3D do máy tính tạo ra (tức là môi trường ảo), ở đó, người dùng có thể điều hướng và có thể tương tác với môi trường này^{3,22}. Một ý kiến khác đã diễn giải khái niệm VR ở góc độ người dùng, khi đó khái niệm này được sử dụng để trình bày nhu cầu của người dùng muốn thoát khỏi thế giới hiện tại của họ để có những trải nghiệm thú vị ở bất cứ đâu và liên quan đến bất kỳ hoạt động nào²³. Đồng tình với một số học giả nói trên, Hobson & Williams (1995) chỉ ra rằng VR là một công cụ được tạo ra bởi máy tính, mang lại

cho người dùng cảm giác như được chuyển từ thế giới vật chất sang một hình ảnh ảo²⁴. Thực tế ảo đang và sẽ trở thành một trong những công phổ biến nhất hiện nay²⁵, nó được kỳ vọng sẽ trở thành một công cụ quan trọng trong quảng cáo, đặc biệt là trong ngành du lịch²⁶.

Gần đây, nhiều nghiên cứu về du lịch thực tế ảo chưa thống nhất được khái niệm^{27,28} vì các định nghĩa về khái niệm ảo rất nhiều và khác nhau²⁹. Bên cạnh đó, cho đến nay, các học giả vẫn liên tục thảo luận về các khái niệm du lịch thực tế ảo: nên xem đây là một loại sản phẩm du lịch mới hay chỉ để cập đến các loại trải nghiệm ảo liên quan đến du lịch^{2,3,13,24,27,30}. Do đó, khái niệm du lịch thực tế ảo vẫn chưa rõ ràng và không thống nhất giữa các học giả nghiên cứu du lịch.

Một số nhà nghiên cứu cố gắng định nghĩa du lịch thực tế ảo là một sự ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong hoạt động du lịch³¹, họ chỉ ra rằng du lịch thực tế ảo nên được hiểu là du lịch trong môi trường ảo với sự hỗ trợ của hệ thống công nghệ. Ví dụ, Beck, Rainoldi và Egger (2019) cho rằng thực tế ảo trong du lịch là việc cung cấp các trải nghiệm không gian 360⁰ và các chức năng khác cho phép du khách có được những trải nghiệm, kích thích thị giác, thính giác của họ và các giác quan khác². Cùng quan điểm này, Stanley (2017) định nghĩa du lịch thực tế ảo là một loại hình du lịch có thể cung cấp cho khách du lịch tiềm năng cơ hội trải nghiệm các điểm đến, điểm tham quan và các sự kiện đặc biệt tại nhà của họ trước khi quyết định đến thăm trong tương lai³². Quan điểm của các nghiên cứu này cho thấy du lịch thực tế ảo không được coi là sản phẩm du lịch, nó chỉ là sự di chuyển trong môi trường ảo. Tuy vậy, cũng có quan điểm cho rằng trong tương lai, các học giả nên nghiên cứu các thuật ngữ phù hợp hơn của ứng dụng thực tế ảo trong du lịch và đóng góp cho các định nghĩa đã có².

Một nhóm quan điểm khác không đồng ý rằng du lịch thực tế ảo chỉ là một ứng dụng công nghệ mà hơn cả thế, họ cho rằng đó là một dạng sản phẩm du lịch mới với đặc điểm nổi bật là không yêu cầu di chuyển cơ thể và giúp nâng cao, tạo ra trải nghiệm mới cho du lịch^{2,3,24,33-35}. Theo quan điểm này, du lịch thực tế ảo có thể được coi là một sản phẩm du lịch mới để thay thế tạm thời hoạt động du lịch hoặc được sử dụng trong các lĩnh vực khác nhau của hoạt động du lịch nhằm mục đích hỗ trợ, phát triển du lịch truyền thống thay vì chỉ là một trào lưu công nghệ²⁹ và không nên xem nó là một sự thay thế, cạnh tranh với du lịch truyền thống².

Trong phần này, chúng tôi đã so sánh một số quan điểm khác nhau về khái niệm du lịch thực tế ảo và chưa thể xác định được một khái niệm thống nhất. Hệ thống lý luận về khái niệm này chưa được xác lập,

đặc biệt là sự thống nhất trong nhận thức nội hàm để tạo ra các hành vi phù hợp chưa được đề cập đến trong nhiều nghiên cứu, trong số ít các công trình đó, gần như và hầu hết đều xuất phát từ góc độ của du khách sử dụng dịch vụ, chưa chú ý đến các bên cung cấp dịch vụ. Trong số các quan điểm khác nhau đó, du lịch thực tế ảo nên được hiểu là một sản phẩm du lịch thay thế mà không cần vận động cơ thể và giúp hỗ trợ du lịch truyền thống, nâng cao trải nghiệm cho du khách. Việc sử dụng quan điểm này mang lại cho ngành du lịch một loại hình du lịch tiềm năng mới và một số ứng dụng hữu ích trong hành vi của khách du lịch, doanh nghiệp và các bên liên quan khác.

Chủ đề 3: Ưu điểm, hạn chế, vai trò của du lịch thực tế ảo

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra những ưu điểm, ứng dụng và hạn chế của du lịch thực tế ảo như một loại hình du lịch mới hoặc một ứng dụng của công nghệ thực tế ảo vào du lịch. Để xem xét rộng rãi các nội dung này, chúng tôi đã thu thập và so sánh các quan điểm của các học giả. Nhìn chung, du lịch thực tế ảo có thể làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách, nâng cao những trải nghiệm này^{3,32}. Tuy nhiên, du lịch thực tế ảo không thể cung cấp những trải nghiệm thực tế và cần thiết bao gồm ẩm thực, sức khỏe, các hoạt động văn hóa cộng đồng, ...³⁶.

Đã có nhiều lợi thế đáng kể của du lịch thực tế ảo được các học giả chỉ ra trong các nghiên cứu có liên quan, một số trong số đó là chi phí thấp hơn³⁷, không bị giới hạn về việc vận chuyển^{2,3,38,39}, du lịch trong điều kiện an toàn hơn, không có vấn đề với dịch thuật, thủ tục thị thực, xuất nhập cảnh, không ảnh hưởng bởi thời tiết^{24,40}, khả năng tiếp cận các khu vực không thể tiếp cận hoặc không còn tồn tại nữa^{2,34}, bảo tồn tài nguyên du lịch, ứng dụng vào du lịch khảo cổ⁴¹ và giải pháp du lịch bền vững với môi trường⁴²⁻⁴⁴.

Bên cạnh đó, du lịch thực tế ảo mở ra khả năng đến thăm các địa điểm được bảo vệ (ví dụ: điểm đến nhạy cảm về lịch sử, chính trị) hoặc không thể đến thăm (ví dụ: ngoài không gian, đáy đại dương). Hơn nữa, nó tạo ra cơ hội để làm cho các địa điểm dễ tiếp cận hơn với những người bị khiếm khuyết về thể chất bằng cách tham quan ảo³⁶. Du lịch thực tế ảo không chỉ mang lại lợi thế cạnh tranh mà còn cung cấp một công cụ hữu ích để phát triển du lịch, được các nhà hoạch định, quản lý du lịch sử dụng trong quá trình phát triển một điểm đến du lịch⁴⁵.

Các nghiên cứu cũng đã cho thấy tác động tích cực của công nghệ thực tế ảo đối với việc thúc đẩy động cơ tới tham quan một điểm du lịch nhất định^{2,46}. Huang et al. (2013, 2016) cho thấy rằng ý định tham quan trực tiếp điểm du lịch được hình thành bằng cách tìm hiểu thêm thông tin về địa điểm, các hình ảnh trực quan sẽ

thu hút sự quan tâm đến địa điểm, từ đó, du khách sẽ có khả năng đến thăm địa điểm và sẵn sàng giới thiệu địa điểm đã trải nghiệm trong du lịch thực tế ảo⁴⁷. Hiện nay, phần lớn khách du lịch sử dụng thế giới ảo và công nghệ Internet để tìm kiếm thông tin du lịch và sắp xếp việc đi lại. Tuy vậy, thực tế ảo còn có thể được sử dụng để nâng cao nhận thức của họ về một nền văn hóa cụ thể tại một địa điểm du lịch^{48,49}.

Với những lợi thế này, du lịch thực tế ảo có thể được ứng dụng với nhiều chức năng trong lĩnh vực du lịch: lập kế hoạch chuyến đi, quản lý chung, tiếp thị và PR, trao đổi thông tin, cách thức mới để giải trí, giáo dục và đào tạo, tiếp cận các khu du lịch hạn chế hoặc bảo tồn điểm đến trước, trong hoặc sau chuyến đi^{2,48,50}. Du lịch thực tế ảo đã có tiềm năng đối với việc xây dựng và thực hiện chính sách du lịch và trong quá trình lập kế hoạch du lịch³. Trong thời kỳ đại dịch Covid-19, du lịch thực tế ảo đã chứng tỏ mình là một giải pháp thay thế khả thi cho du lịch thể chất và sự thay thế này sẽ nâng cao viễn cảnh tiềm năng của nó trong tương lai như một loại hình du lịch mới^{51,52}.

Tuy vậy, một số nghiên cứu đã chỉ ra những vấn đề hạn chế của du lịch thực tế ảo: Naisbitt, J. (1999) và Bassett, C. & Wilbert, C. (1998) đã kết luận rằng bất kể kết quả của những thay đổi này là gì, công nghệ mạng sẽ mang lại sự thay đổi đáng kể đối với cách thức mà các thành viên cộng đồng liên hệ với nhau trong tương lai⁵³. Thực tế ảo có thể đáp ứng được phần nào trải nghiệm về thị giác, thính giác, cảm giác nhưng không thể cung cấp được những trải nghiệm về ẩm thực, sức khỏe, các hoạt động văn hoá cộng đồng, ...³⁶.

Khứu giác và vị giác được coi là hai giác quan không thể có của trải nghiệm thực tế ảo, vì vậy, khách du lịch không thể trải nghiệm sự tận hưởng trọn vẹn, đây là điểm hạn chế nhất của du lịch thực tế ảo²⁴. Du lịch thực tế ảo có thể đáp ứng một phần trải nghiệm thị giác, thính giác nhưng không thể cung cấp trải nghiệm về ẩm thực, sức khỏe, các hoạt động văn hóa cộng đồng, ...³⁶. Mặc dù có giới hạn về mùi và vị trong công nghệ thực tế ảo nhưng công nghệ này vẫn tiếp tục phát triển và có thể sẽ được cải thiện khả năng để cung cấp trải nghiệm với cả năm giác quan³.

Một số quan điểm khác cũng cho rằng du lịch thực tế ảo có thể gây ra một số thách thức cho ngành du lịch: các ứng dụng VR được sử dụng để bảo tồn tài nguyên du lịch có thể có vòng đời ngắn hơn nhiều so với các bài thuyết trình hữu hình như sách, ảnh và nhanh chóng trở nên lỗi thời^{3,54}. Ngoài ra, du lịch thực tế ảo có thể dẫn đến rủi ro cho các quốc gia đang phát triển dựa vào thu nhập do kinh tế du lịch tạo ra⁵⁵ vì khách du lịch sẽ trả thấp hơn nếu họ không cần phải đi du lịch thực tế đến các quốc gia này.

Các nghiên cứu cũng đã cơ bản khái quát ưu thế, các ứng dụng và hạn chế của du lịch thực tế ảo. Bên cạnh những ưu điểm nổi trội và những ứng dụng thành công trong thực tiễn, du lịch thực tế ảo vẫn còn nhiều hạn chế để các bên liên quan suy nghĩ về việc sử dụng nó. Việc nghiên cứu để kiểm tra xem những ưu điểm hay hạn chế nào sẽ có tác động đến ý định sử dụng du lịch thực tế ảo của các bên liên quan chính (du khách và doanh nghiệp) sẽ chỉ ra những nguyên lý giúp loại hình du lịch thực tế ảo dần hoàn thiện, trở nên phù hợp hơn trong bối cảnh du lịch đương đại.

Chủ đề 4: *Mối quan hệ với du lịch truyền thống và xu hướng phát triển trong tương lai của du lịch thực tế ảo*

Có thể thấy, tại thời điểm hiện nay, du lịch thực tế ảo không thể thay thế được du lịch truyền thống nhưng là một công cụ hỗ trợ quan trọng nhằm kích thích nhu cầu muốn khám phá và tăng cường trải nghiệm cho du khách trong bối cảnh công nghệ phát triển mạnh mẽ⁵⁶. Bất kể xã hội thay đổi như thế nào trong tương lai do hậu quả của đại dịch toàn cầu hoặc biến đổi khí hậu, việc bắt đầu khám phá và thích ứng với công nghệ mới để phát triển một thị trường du lịch thực tế ảo song song sẽ rất có giá trị đối với ngành du lịch⁵⁷.

Trong phần này, nghiên cứu chỉ ra một số quan điểm về mối quan hệ giữa du lịch thực tế ảo và du lịch truyền thống (tức là du lịch với chuyển động của cơ thể từ khu vực sinh sống thường xuyên đến điểm đến khác). Nhìn chung, mặc dù những cơ hội mà VR mang lại cho ngành du lịch là rất tiềm năng, nhưng một số vấn đề và thách thức vẫn tồn tại liên quan đến xu hướng phát triển của du lịch thực tế ảo trong ngành du lịch đương đại^{3,13,43,58}.

Đầu tiên, đã có một sự thừa nhận phổ biến rằng du lịch thực tế ảo có thể là một công cụ bổ sung quan trọng để kích thích nhu cầu đi du lịch và nâng cao trải nghiệm cho du khách^{2,3,19,27,48}.

Thứ hai, du lịch thực tế ảo nên được coi là một sản phẩm du lịch hỗ trợ cho du lịch truyền thống^{2,3,24,29,34,59}. Tuy nhiên, du lịch thực tế ảo chỉ nên được coi là một sản phẩm du lịch có tính giới hạn, hỗ trợ khi du khách đi du lịch và chủ yếu sử dụng các ứng dụng VR trong các chuyến đi của họ³.

Thứ ba, ở một mức độ nào đó, câu hỏi rằng liệu du lịch thực tế ảo có thể thay thế du lịch truyền thống hay không vẫn còn gây nhiều tranh cãi²⁹. Mặc dù có nhiều thách thức trong việc dự đoán du lịch thực tế ảo sẽ thay thế du lịch như thế nào trong tương lai, vẫn có một số học giả lưu ý rằng du lịch thực tế ảo không bao giờ có thể thay thế du lịch truyền thống^{55,59}. Có một số lý do được sử dụng để giải thích điều này: Musil và Pigel (1994) cho rằng du lịch thực tế ảo không thể cung cấp cho khách du lịch cảm giác đang tồn tại ở các

điểm đến thực và khả năng nhìn, nghe, sờ, tương tác trong một môi trường thực như du lịch thực tế⁵⁹.

So sánh các quan điểm trên, chúng tôi nhận thấy có một sự đồng tình phổ biến trong cộng đồng nghiên cứu rằng du lịch thực tế ảo có thể là một công cụ bổ sung quan trọng để hỗ trợ du lịch truyền thống ở một số khía cạnh. Bên cạnh đó, cũng có quan điểm cho phép coi du lịch thực tế ảo như một hình thức du lịch thay thế nhưng không thể thay thế hình thức du lịch truyền thống.

Trong thời gian tới, công nghệ thực tế ảo trong du lịch sẽ đem lại lợi ích cho tất cả các bên, từ nhà quản lý, doanh nghiệp, địa phương cho tới du khách⁴¹. Việc áp dụng rộng rãi và những ưu điểm này là những lý do có tác động nhất định tới tương lai của du lịch thực tế ảo, hứa hẹn sự phát triển mạnh mẽ đầy tiềm năng của loại hình du lịch này¹⁰.

Khả năng phát triển của du lịch thực tế ảo đã được nhiều nghiên cứu đề cập. Các nghiên cứu trước đây về du lịch thực tế ảo đã nêu bật tác động của thực tế ảo đối với sự phát triển trong tương lai của ngành du lịch²⁹.

Các nghiên cứu về mối quan hệ giữa du lịch truyền thống và tương lai phát triển của du lịch thực tế ảo cũng dần được định hướng trong nghiên cứu dù chưa được rõ nét. Những tác động tiêu cực của du lịch thực tế ảo đến hoạt động du lịch truyền thống cũng như hướng phát triển của loại hình du lịch này trong tương lai cần được quan tâm nghiên cứu cụ thể.

KẾT LUẬN

Bài viết này đã trình bày tổng quan một số chủ đề, quan điểm về du lịch thực tế ảo của các học giả được xuất bản trên cơ sở dữ liệu Scopus.

Kết quả cho thấy việc nghiên cứu về du lịch thực tế ảo phổ biến trên thế giới và đã có nhiều nội dung khác nhau về chủ đề này. Các nghiên cứu đa số tập trung nhiều vào các trải nghiệm và hành vi ứng dụng công nghệ thực tế ảo cụ thể gắn với các hoạt động và địa điểm nhất định. Các chủ đề chính được thảo luận trong các nghiên cứu là: Bối cảnh công nghệ và sự ra đời loại hình du lịch thực tế ảo; khái niệm; vai trò, ưu điểm, hạn chế, mối quan hệ với du lịch truyền thống, xu hướng phát triển trong tương lai.

Bối cảnh ứng dụng công nghệ trong du lịch đã mở đường cho du lịch thực tế ảo ra đời và ngày càng phát triển, tuy vậy, khái niệm và vị trí của du lịch thực tế ảo vẫn chưa được thống nhất. Một số nghiên cứu cho rằng nên xem du lịch thực tế ảo là một việc ứng dụng công nghệ thực tế ảo vào du lịch, trong khi đó, một số khác cho rằng đây là một loại hình du lịch đặc thù, hỗ trợ du lịch truyền thống. Du lịch thực tế ảo có nhiều ưu điểm đã được chứng minh nhưng bên cạnh

đó, một số hạn chế cũng được chỉ ra. Trong mối quan hệ với du lịch truyền thống, du lịch thực tế ảo đóng vai trò hỗ trợ, thay thế tạm thời hoạt động du lịch và sẽ tiếp tục được phát triển trong tương lai vì nhu cầu du lịch của con người ngày càng phức tạp và công nghệ đang được ứng dụng nhiều hơn nữa trong cuộc sống. Trong bối cảnh hiện nay tại Việt Nam, các nghiên cứu liên quan du lịch thực tế ảo còn rất hạn chế và sơ khai, thực tiễn này đòi hỏi phải có thêm những nghiên cứu chuyên sâu và mang tính khái quát các nguyên lý về nhận thức và ý định sử dụng của các bên liên quan chính trong hoạt động du lịch, cụ thể là du khách và doanh nghiệp.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số T2022-14.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ICT: Information and communications technology

VR: Virtual reality

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Tác giả Trần Tuyên: Tìm kiếm tài liệu, viết phần tóm tắt, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, kết luận, hoàn thiện bản thảo.

Tác giả Nguyễn Thị Vân Hạnh: Tìm kiếm tài liệu, định hướng cấu trúc bài viết, viết phần đặt vấn đề, chỉnh sửa bản thảo.

Nghiên cứu này đóng góp vào sự hiểu biết chung về các vấn đề du lịch đương đại thông qua nghiên cứu tổng quan các công bố về du lịch thực tế ảo trên hệ thống Scopus. Bài viết có tính mới và xác lập những hiểu biết ban đầu về nghiên cứu du lịch thực tế ảo tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ilić I, Nikolić A. Implications of modern technology development for the tourism sector of the Republic of Serbia. *Ekonomika*. 2018;64(1):37-52; Available from: <https://doi.org/10.5937/ekonomika1801037I>.
2. Beck J, Rainoldi M, Egger R. Virtual reality in tourism: a state-of-the-art review. Vol. 74, *Tourism Review*. Emerald Group Holdings Ltd.; 2019. p. 586-612; Available from: <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0049>.
3. Guttentag DA. Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tour Manag*. 2010;31(5):637-51; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>.
4. Torraco RJ. Writing Integrative Literature Reviews: Guidelines and Examples. *Human Resource Development Review*. 2005;4(3):356-67; Available from: <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>.

5. Snyder H. Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *J Bus Res.* 2019;104:333-9; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.
6. Bhimani H, Mention AL, Barlatier PJ. Social media and innovation: A systematic literature review and future research directions. *Technol Forecast Soc Change.* 2019 Jul 1;144:251-69; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.007>.
7. Templier M, Paré G. A Framework for Guiding and Evaluating Literature Reviews. *Communications of the Association for Information Systems (Internet).* 2015 (cited 2022 Sep 7);37(6):112-37; Available from: <http://aisel.aisnet.org/cais/vol37/iss1/6>.
8. Gössling S. Technology, ICT and tourism: from big data to the big picture. *Journal of Sustainable Tourism.* 2020;29(5):849-58; Available from: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1865387>.
9. Lai P. The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management (Internet).* 2017 Apr 30;14(1); Available from: <http://www.jistem.tecsi.org/index.php/jistem/article/view/10.4301%252FS1807-17752017000100002/643>.
10. Nguyễn Thị Vân Hạnh, Trần Tuyên. Du lịch ảo - Nhận thức và hành vi của du khách. In: *Hội thảo khoa học quốc gia Các xu hướng đào tạo và nghiên cứu du lịch ở Việt Nam và trên thế giới*, 2020. Hà Nội: Nhà xuất bản Hà Nội; 2020. p. 250-9;.
11. del Mar Alonso Almeida M. Robots, artificial intelligence and virtual reality: An approach to tourism industries | Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: Una aproximación en el sector del turismo. *Cuadernos de Turismo.* 2019;(44):13-26; Available from: <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404711>.
12. Rejón-Guardia F, García-Sastre MA, Orfila-Sintes F, Garau-Vadell JB. Virtual reality in tourism: Centennials acceptance. *Tourism Analysis.* 2020;25(2-3):335-44; Available from: <https://doi.org/10.3727/108354220X15758301241837>.
13. Anwar S, Hamilton J. Tourism into the future - Towards 2020, and beyond. *Tourism Recreation Research.* 2005;30(3):77-85; Available from: <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081489>.
14. Khatri I. Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism and Hospitality Education (Internet).* 2019 Apr 19 (cited 2022 Jul 1);9:74-87; Available from: <https://www.nepjol.info/index.php/JTHE/article/view/23682>.
15. Griffin T, Guttentag D, Lee SH, Giberson J, Dimanche F. Is VR always better for destination marketing? Comparing different media and styles. *Journal of Vacation Marketing.* 2022; Available from: <https://doi.org/10.1177/13567667221078252>.
16. Pestek A, Sarvan M. Virtual reality and modern tourism. *Journal of Tourism Futures.* 2020;7(2):245-50; Available from: <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0004>.
17. Prideaux B. Cyber-tourism: A new form of tourism experience. *Tourism Recreation Research.* 2005;30(3):5-6; Available from: <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081481>.
18. Voronkova LP. Virtual Tourism: On the Way to the Digital Economy. In: *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering.* Institute of Physics Publishing; 2018; Available from: <https://doi.org/10.1088/1757-899X/463/4/042096>.
19. de Pace F, Manuri F, Sanna A, Zappia D. Virtual and Augmented Reality Interfaces in Shared Game Environments: A Novel Approach. *Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social-Informatics and Telecommunications Engineering, LNICST (Internet).* 2019 (cited 2022 Jul 1);273:137-47; Available from: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-16447-8_14.
20. Zappia D. An Augmented Reality Application to Perform a Virtual Tourist Guide (Internet). 2017 (cited 2022 Jul 1); Available from: <https://webthesis.biblio.polito.it/6596/1/tesi.pdf>.
21. Tuyen T, Hanh NTV. Virtual tourism - a new kind of tourism: A literature review. In: *The 2nd international conference on innovations in the social sciences and humanities.* Ho Chi Minh: Australian ISBN Agency; 2021. p. 592-9;.
22. Yung R, Khoo-Lattimore C. New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. Vol. 22, *Current Issues in Tourism.* Routledge; 2019. p. 2056-81; Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>.
23. Desai PR, Desai PN, Ajmera KD, Mehta K. A Review Paper on Oculus Rift-A Virtual Reality Headset. *International Journal of Engineering Trends and Technology (Internet).* 2014 Aug 6 (cited 2022 Jul 1);13(4):175-9; Available from: <https://doi.org/10.14445/22315381/IJETT-V13P237>.
24. Williams P, Hobson JP. Virtual reality and tourism: fact or fantasy? *Tour Manag.* 1995;16(6):423-7; Available from: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00050-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00050-X).
25. Barnes S. Understanding Virtual Reality in Marketing: Nature, Implications and Potential. *SSRN Electronic Journal (Internet).* 2016 Nov 3 (cited 2022 Jul 1); Available from: <https://papers.ssrn.com/abstract=2909100>.
26. Lo WH, Cheng KLB. Does virtual reality attract visitors? The mediating effect of presence on consumer response in virtual reality tourism advertising. *Information Technology and Tourism (Internet).* 2020 Dec 1 (cited 2022 Jul 1);22(4):537-62; Available from: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00190-2>.
27. Alyahya M, McLean G. Examining Tourism Consumers' Attitudes and the Role of Sensory Information in Virtual Reality Experiences of a Tourist Destination. *J Travel Res.* 2021; Available from: <https://doi.org/10.1177/00472875211037745>.
28. Hồ Xuân Hương, Lê Nhật Hạnh, Lê Thị Hạnh Dung. Vai trò của thực tế ảo trong quảng cáo du lịch: Một cách tiếp cận từ mô hình SOR. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á Năm thứ (Internet).* 2020 (cited 2022 Jul 2);31:48-74; Available from: www.jabes.uoh.edu.vn/http://www.emeraldgroupublishing.com/services/publishing/jabes/index.htm.
29. Mura P, Tavakoli R, Pahlevan Sharif S. 'Authentic but not too much': exploring perceptions of authenticity of virtual tourism. *Information Technology & Tourism* 2016 17:2 (Internet). 2016 Jul 15 (cited 2022 Jun 27);17(2):145-59; Available from: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-016-0059-y>.
30. Perry Hobson JS, Williams AP. Virtual reality: A new horizon for the tourism industry. *Journal of Vacation Marketing.* 1995;1(2):124-35; Available from: <https://doi.org/10.1177/135676679500100202>.
31. Lê Thị Hạnh Dung. Trải nghiệm du lịch với công nghệ thực tế ảo giá trị nhận thức, giá trị cảm xúc và ý định hành vi của khách du lịch đối với điểm đến: trường hợp nghiên cứu tại TP.HCM (Internet). (Hồ Chí Minh): Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh; 2019 (cited 2022 Jul 2); Available from: <https://digital.lib.uoh.edu.vn/handle/UEH/59942>.
32. Kim MJ, Lee CK, Jung T. Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *J Travel Res.* 2020 Feb 1;59(1):69-89; Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287518818915>.
33. Slater M, Sanchez-Vives M v. Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers Robotics AI.* 2016 Dec 1;3(DEC):74; Available from: <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>.
34. Sussmann S, Vanhegan H. Virtual reality and the tourism product substitution or complement? In: *Proceedings of the European conference on information systems (ECIS) (Internet).* Vienna,; 2000 (cited 2022 Jul 1). p. 1077-83; Available from: <https://aisel.aisnet.org/ecis2000/117/>.
35. Bec A, Moyle B, Schaffer V, Timms K. Virtual reality and mixed reality for second chance tourism. *Tour Manag.* 2021;83; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104256>.
36. Wagler A, Hanus MD. Comparing Virtual Reality Tourism to Real-Life Experience: Effects of Presence and Engagement on Attitude and Enjoyment. *Communication Research Reports.* 2018;35(5):456-64; Available from: <https://doi.org/10.1007/s40558-016-0059-y>.

- 1080/08824096.2018.1525350.
37. Tussyadiah IP, Wang D, Jung TH, tom Dieck MC. Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tour Manag.* 2018;66:140-54; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.003>.
 38. Dewailly JM. Sustainable tourist space: From reality to virtual reality? | *L'espace touristique durable: Du réel au virtuel.* *Tourism Geographies.* 1999;1(1):41-55; Available from: <https://doi.org/10.1080/14616689908721293>.
 39. Dewailly JM. Recreational areas : : From reality to virtuality | *L'espace récréatif : Du réel au virtuel?* *Espace Géographique.* 1997;26(3):205-13; Available from: <https://doi.org/10.3406/spgeo.1997.1072>.
 40. Drianda RP, Kesuma M, Lestari NAR. The Future of Post-COVID-19 Urban Tourism: Understanding the Experiences of Indonesian Consumers of Hallyu with South Korean Virtual Tourism. *International Journal of Technology.* 2021;12(5):989-99; Available from: <https://doi.org/10.14716/ijtech.v12i5.5221>.
 41. Jude OC, Ukekwe C. Tourism and virtual reality (VR) in developing nations. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure.* 2020;9(2):1-16;.
 42. Wiltshier P, Clarke A. Virtual cultural tourism: Six pillars of VCT using co-creation, value exchange and exchange value. *Tourism and Hospitality Research.* 2017;17(4):372-83; Available from: <https://doi.org/10.1177/1467358415627301>.
 43. Mofokeng NEM, Matima TK. Future tourism trends: Virtual Reality based tourism utilizing Distributed Ledger Technologies. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure.* 2018;7(3):1-14;.
 44. Zirbes E. Shaping the Future of the Hospitality Industry through Virtual Reality Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research.* 2021;45(5):960-1; Available from: <https://doi.org/10.1177/10963480211018551>.
 45. Wu HC, Ai CH, Cheng CC. Virtual reality experiences, attachment and experiential outcomes in tourism. *Tourism Review.* 2020;75(3):481-95; Available from: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0205>.
 46. Trần Thảo An. Ảnh hưởng của công nghệ thực tế ảo đến lựa chọn điểm đến du lịch, giải pháp tăng cường phát triển du lịch Đà Nẵng hậu Covid-19. In: *Hội thảo khoa học quốc gia CITA 2020 "CNTT và ứng dụng trong các lĩnh vực."* Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông Việt - Hàn; 2020. p. 261-8;.
 47. Kim MJ, Lee CK, Preis MW. The impact of innovation and gratification on authentic experience, subjective well-being, and behavioral intention in tourism virtual reality: The moderating role of technology readiness. *Telematics and Informatics.* 2020 Jun 1;49:101349; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101349>.
 48. Huang YC, Backman SJ, Backman KF, Moore DW. Exploring user acceptance of 3D virtual worlds in travel and tourism marketing. *Tour Manag.* 2013 Jun 1;36:490-501; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.009>.
 49. Gao B, Huang L. Understanding interactive user behavior in smart media content service: An integration of TAM and smart service belief factors. *Heliyon.* 2019 Dec 1;5(12):e02983; PMID: 31872134. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02983>.
 50. Li T, Chen Y. Will virtual reality be a double-edged sword? Exploring the moderation effects of the expected enjoyment of a destination on travel intention. *Journal of Destination Marketing and Management.* 2019;12:15-26; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.02.003>.
 51. Lu J, Xiao X, Xu Z, Wang C, Zhang M, Zhou Y. The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism.* 2022;25(3):441-57; Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1959526>.
 52. Kwok AOJ, Koh SGM. COVID-19 and Extended Reality (XR). *Current Issues in Tourism.* 2021;24(14):1935-40; Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798896>.
 53. Ross GF. Cyber-tourism and social capital: Ethics, trust and sociability. *Tourism Recreation Research.* 2005;30(3):87-95; Available from: <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081490>.
 54. Cignoni P, Scopigno R. Sampled 3D models for CH applications: A viable and enabling new medium or just a technological exercise? *Journal on Computing and Cultural Heritage.* 2008;1(1); Available from: <https://doi.org/10.1145/1367080.1367082>.
 55. Cheong R. The virtual threat to travel and tourism. *Tour Manag.* 1995;16(6):417-22; Available from: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00049-T](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00049-T).
 56. Nicolaides A. Authenticity and the tourist's search for Being. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure (Internet).* 2014 (cited 2022 Jul 1);3(1):1-11; Available from: <https://uir.unisa.ac.za/handle/10500/20260>.
 57. Srinivasa Rao ASR, Krantz SG. Data Science for Virtual Tourism Using Cutting-Edge Visualizations: Information Geometry and Conformal Mapping. *Patterns.* 2020 Aug 14;1(5); PMID: 32835312. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.patter.2020.100067>.
 58. Varnajot A. Digital Rovaniemi: contemporary and future arctic tourist experiences. *Journal of Tourism Futures.* 2020;6(1):6-23; Available from: <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2019-0009>.
 59. Musil S, Pigel G. Can Tourism be Replaced by Virtual Reality Technology? *Information and Communications Technologies in Tourism (Internet).* 1994 (cited 2022 Jul 1);87-94; Available from: https://doi.org/10.1007/978-3-7091-9343-3_14.

Virtual tourism: A literature review

Tran Tuyen* , Nguyen Thi Van Hanh



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

Humans have spent their lives in a technological era where every aspect of society and every economic activities depends on technological factors. Among the recent cutting-edge technologies, virtual reality (VR) has emerged as a new consideration in tourism development. Virtual tourism researching has appeared since the late 90s of the 20th century, but up to now, scholars have continuously discussed this topic in the context of technology application in tourism. In addition, the research on virtual tourism has still had many disagreements because there have been various definitions of virtual technology. This study employed a descriptive review method to explore some popular and growing themes in virtual tourism research and analyze different perspectives of scholars. Research results shown a number of different points of view on virtual tourism including: Technology context and the formation of virtual tourism; concept; role, advantages, limitations, relationship with traditional tourism, future development trends. At the end, some suggestions for future research are presented.

Key words: technology, tourism, virtual reality, virtual tourism

University of Social Sciences &
Humanities, VNU-HCM

Correspondence

Tran Tuyen, University of Social
Sciences & Humanities, VNU-HCM
Email: tuyentran@hcmussh.edu.vn

History

- Received: 21/7/2022
- Accepted: 08/12/2022
- Published: 10/2/2023

DOI : [10.32508/stdjssh.v6i4.784](https://doi.org/10.32508/stdjssh.v6i4.784)



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Tuyen T, Hanh N T V. **Virtual tourism: A literature review.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 2022, 6(4):1767-1776.