

KINH TẾ XANH: ĐỘNG LỰC CHUYỂN ĐỔI MÔ HÌNH TĂNG TRƯỞNG DU LỊCH THÔNG MINH TẠI VIỆT NAM

Lê Thành Công

Khoa Du lịch, Khách sạn, Trường Kinh tế Phenikaa

Email: cong.lethanh@phenikaa-uni.edu.vn

Tóm tắt: Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và chuyển đổi số, ngành du lịch Việt Nam đang đối mặt với yêu cầu chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng bền vững. Nghiên cứu này phân tích vai trò của kinh tế xanh trong định hướng phát triển du lịch thông minh thông qua phương pháp tổng quan tài liệu hệ thống (PRISMA 2020) với 58 công trình giai đoạn 2018–2025. Kết quả chỉ ra ba rào cản chính gồm: quản trị điểm đến còn mang tính tĩnh; dữ liệu phân tán, thiếu liên thông; và hạn chế trong ứng dụng trí tuệ nhân tạo cho dự báo. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất Khung Quản trị Thông minh Xanh (SGF) nhằm tích hợp dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và nội dung do người dùng tạo trong quản trị sức chứa sinh thái theo thời gian thực. Nghiên cứu góp phần làm rõ vai trò định hướng của kinh tế xanh trong phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam.

Từ khóa: Kinh tế xanh, du lịch thông minh, chuyển đổi kép, sức chứa sinh thái, trí tuệ nhân tạo, thương hiệu điểm đến.

GREEN ECONOMY: A DRIVING FORCE FOR THE TRANSFORMATION OF SMART TOURISM GROWTH MODELS IN VIETNAM

Abstract: In the context of climate change and digital transformation, the Vietnamese tourism industry is facing the requirement to transform its growth model towards sustainability. This study analyzes the role of the green economy in guiding the development of smart tourism through a systematic literature review (PRISMA 2020) with 58 works from 2018–2025. The results point to three main barriers: static destination management; scattered and unconnected data; and limitations in the application of artificial intelligence for forecasting. Based on this, the study proposes a Green Smart Governance Framework (SGF) to integrate big data, artificial intelligence, and user-generated content in real-time ecological carrying capacity management. The study contributes to clarifying the guiding role of the green economy in the development of smart tourism in Vietnam.

Keywords: Green economy, smart tourism, double transformation, ecological carrying capacity, artificial intelligence, destination branding.

Nhận bài: 21/03/2026

Phản biện: 22/04/2026

Duyệt đăng: 25/04/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng và phát triển vùng. Sau đại dịch COVID-19, quá trình phục hồi của ngành gắn liền với chuyển đổi số, trong đó du lịch thông minh trở thành xu hướng chủ đạo nhằm nâng cao trải nghiệm du khách và hiệu quả quản trị điểm đến.

Tuy nhiên, mô hình tăng trưởng truyền thống dựa trên khai thác tài nguyên và gia tăng số lượng khách đang bộc lộ nhiều hạn chế, đặc biệt là áp lực lên môi trường và nguy cơ vượt ngưỡng sức chứa tại các điểm đến. Thực tiễn cho thấy tình trạng quá tải, suy giảm chất lượng tài nguyên và ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến ngày càng rõ nét.

Chuyển đổi số nếu không gắn với mục tiêu bền vững có thể làm gia tăng tiêu dùng du lịch và khuếch đại các ngoại ứng tiêu cực. Mặc dù công nghệ số góp phần thúc đẩy quảng bá và thu hút khách, việc thiếu cơ chế điều tiết phù hợp có thể làm gia tăng áp lực lên tài nguyên. Trong điều kiện đó, kinh tế xanh đóng vai trò định hướng nhằm tái cấu trúc mô hình tăng trưởng theo hướng sử dụng hiệu quả tài nguyên, giảm phát thải và kiểm soát sức chứa sinh thái. Theo đó, vấn đề không chỉ là

phát triển du lịch thông minh, mà là phát triển du lịch thông minh dựa trên nền tảng kinh tế xanh.

Nghiên cứu này nhằm làm rõ vai trò của kinh tế xanh trong chuyển đổi mô hình tăng trưởng du lịch thông minh tại Việt Nam, đồng thời đề xuất một khuôn khổ quản trị tích hợp phù hợp.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1.1. Kinh tế xanh và tài sản thương hiệu điểm đến

Kinh tế xanh hướng đến sử dụng hiệu quả tài nguyên, giảm phát thải và bảo tồn hệ sinh thái. Trong du lịch, tài nguyên tự nhiên và văn hóa không chỉ là yếu tố đầu vào mà còn là nền tảng tạo nên giá trị trải nghiệm. Việc vượt quá sức chứa sinh thái có thể làm suy giảm chất lượng môi trường và ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh điểm đến.

Dưới góc độ marketing, chất lượng môi trường gắn chặt với tài sản thương hiệu điểm đến. Một điểm đến bị suy thoái môi trường sẽ khó duy trì nhận thức tích cực và lòng trung thành của du khách. Vì vậy, bảo vệ tài nguyên không chỉ là mục tiêu môi trường mà còn là điều kiện để duy trì năng lực cạnh tranh dài hạn.

2.1.2. Du lịch thông minh và chuyển đổi kép

Du lịch thông minh dựa trên nền tảng công nghệ số như dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và nội dung do người dùng tạo. Các công nghệ này cho phép thu thập và phân tích dữ liệu nhằm hỗ trợ ra quyết định và nâng cao trải nghiệm du khách. Tuy nhiên, công nghệ không tự đảm bảo tính bền vững. Nếu thiếu định hướng xanh, chuyển đổi số có thể thúc đẩy tiêu dùng du lịch vượt quá khả năng chịu tải. Vì vậy, cách tiếp cận chuyển đổi kép được nhấn mạnh, trong đó chuyển đổi số là công cụ và kinh tế xanh là định hướng phát triển.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu hệ thống theo PRISMA 2020. Dữ liệu được thu thập từ Scopus, Web of Science và Google Scholar với các từ khóa liên quan đến kinh tế xanh, du lịch thông minh và trí tuệ nhân tạo.

Từ 2.184 bản ghi ban đầu, sau quá trình sàng lọc, 58 công trình phù hợp được lựa chọn để phân tích. Dữ liệu được mã hóa theo ba trụ cột: quản trị, công nghệ và môi trường nhằm nhận diện các rào cản và xu hướng nghiên cứu.

2.3. Thực trạng và rào cản

Kết quả phân tích 58 nghiên cứu cho thấy quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng du lịch tại Việt Nam đang đối mặt với ba rào cản chính.

Thứ nhất, về quản trị, 70,7% nghiên cứu cho thấy cơ chế quản lý vẫn mang tính tĩnh, phụ thuộc vào dữ liệu quá khứ và báo cáo định kỳ, làm giảm khả năng phản ứng trước biến động của dòng khách và áp lực môi trường.

Thứ hai, về dữ liệu, 65,5% nghiên cứu phản ánh tình trạng phân mảnh và thiếu liên thông. Dữ liệu hành vi du khách từ các nền tảng số chưa được kết nối với các chỉ số môi trường, làm hạn chế khả năng ra quyết định bền vững.

Thứ ba, về ứng dụng trí tuệ nhân tạo, 63,8% nghiên cứu cho thấy AI chủ yếu được sử dụng ở mức phân tích mô tả, trong khi các ứng dụng dự báo và điều phối dòng khách còn hạn chế.

Những rào cản này cho thấy chuyển đổi số chưa gắn kết chặt chẽ với mục tiêu kinh tế xanh, làm giảm hiệu quả của quá trình chuyển đổi.

2.4. Khung quản trị thông minh xanh (sgf)

Dựa trên các rào cản đã nhận diện, nghiên cứu đề xuất Khung Quản trị Thông minh Xanh (SGF) nhằm tích hợp công nghệ số với mục tiêu phát triển bền vững. Khung SGF gồm ba hợp phần chính.

Thứ nhất, khai thác dữ liệu xanh từ nội dung do người dùng tạo nhằm phản ánh hành vi và cảm nhận của du khách.

Thứ hai, phân tích dữ liệu bằng các công cụ xử lý ngôn ngữ tự nhiên và phân tích cảm xúc để đánh giá các yếu tố bền vững.

Thứ ba, điều tiết thông minh thông qua các mô hình dự báo nhằm tối ưu hóa phân bổ dòng khách và kiểm soát sức chứa sinh thái.

Khung SGF nhấn mạnh sự liên kết giữa dữ liệu hành vi và chỉ số môi trường, qua đó hỗ trợ quản trị điểm đến theo thời gian thực và nâng cao chất lượng trải nghiệm.

2.5. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy kinh tế xanh và du lịch thông minh có mối quan hệ hỗ trợ. Kinh tế xanh cung cấp định hướng và giới hạn phát triển, trong khi công nghệ số cung cấp công cụ thực thi.

Khung SGF cho phép chuyển từ quản trị phản ứng sang quản trị dự báo, hỗ trợ nhận diện sớm rủi ro quá tải và suy giảm trải nghiệm. Tuy nhiên, việc triển khai mô hình đòi hỏi hạ tầng số, năng lực phân tích dữ liệu và cơ chế chia sẻ thông tin giữa các bên liên quan.

Công nghệ chỉ đóng vai trò hỗ trợ, trong khi quyết định quản trị vẫn phụ thuộc vào con người và các yếu tố thể chế.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu khẳng định kinh tế xanh là nền tảng định hướng cho chuyển đổi mô hình tăng trưởng du lịch thông minh tại Việt Nam. Công nghệ số cần được sử dụng như công cụ hỗ trợ quản trị tài nguyên và kiểm soát sức chứa sinh thái. Trên cơ sở đó, cần xây dựng bộ chỉ số du lịch thông minh – xanh, phát triển hệ thống quản trị theo thời gian thực và thúc đẩy doanh nghiệp ứng dụng công nghệ giảm phát thải.

Nghiên cứu vẫn mang tính khái niệm và cần được kiểm định thực nghiệm trong các bối cảnh cụ thể nhằm đánh giá hiệu quả áp dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Aaker, D. A. (1991), *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*, Free Press, New York.
- Buhalis, D. và Leung, R. (2023), “Metaverse as a disruptor of the tourism industry”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), tr. 656–678.
- Chen, Y. (2024), “Tourism and sustainability in the digital era: An integrated framework”, *Journal of Tourism Futures*, 10(1), tr. 45–60.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. và Koo, C. (2015), “Smart tourism: Foundations and developments”, *Electronic Markets*, 25(3), tr. 179–188.
- Gössling, S., Scott, D. và Hall, C. M. (2020), “Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19”, *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), tr. 1–20.