TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Để Mũi Né xanh hơn, thông minh hơn

19:04 11/09/2026

Mũi Né cần tích hợp tăng trưởng xanh, công nghệ số, đổi mới sáng tạo và quản trị toàn diện để nâng cạnh tranh bền vững.

Từ một điểm đến nổi tiếng nhờ biển, nắng, gió và đồi cát, Mũi Né đang đứng trước yêu cầu chuyển đổi sang mô hình phát triển dựa nhiều hơn vào tri thức, công nghệ, dữ liệu và năng lực quản trị. Đây không chỉ là lựa chọn để nâng cao trải nghiệm du khách mà còn là điều kiện bảo vệ tài nguyên, gìn giữ văn hóa và tạo ra giá trị lâu dài cho cộng đồng.

Không thể chỉ dựa vào biển và đồi cát

Mũi Né có vị trí đặc biệt trong bản đồ du lịch Việt Nam với không gian biển, bãi cát, khí hậu thuận lợi, hoạt động thể thao biển và những giá trị văn hóa bản địa. Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mũi Né đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 xác định khu vực này có diện tích khoảng 14.760 ha, trong đó vùng lõi tập trung phát triển các khu chức năng du lịch khoảng 1.000 ha.

Quy hoạch định hướng phát triển các sản phẩm nghỉ dưỡng biển, thể thao biển, du lịch sinh thái, văn hóa và khai thác cảnh quan đồi cát; đồng thời đặt ra yêu cầu bảo vệ môi trường, hệ sinh thái và các giá trị văn hóa địa phương.

Đây là nền tảng quan trọng để Mũi Né phát triển thành điểm đến có sức cạnh tranh cao. Tuy nhiên, lợi thế tài nguyên không tự động chuyển hóa thành năng lực cạnh tranh dài hạn.

Trong bối cảnh các điểm đến ngày càng cạnh tranh gay gắt, du khách không chỉ quan tâm đến cảnh quan. Họ còn đòi hỏi chất lượng dịch vụ, sự thuận tiện, khả năng tiếp cận thông tin, trải nghiệm cá nhân hóa, môi trường an toàn và trách nhiệm của điểm đến đối với cộng đồng.

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và Internet vạn vật đang làm thay đổi căn bản ngành du lịch. Công nghệ tác động đến toàn bộ hành trình, từ tìm kiếm thông tin, lựa chọn điểm đến, đặt phòng, thanh toán đến trải nghiệm và chia sẻ đánh giá sau chuyến đi.



Tiến sĩ Trần Đức Thuận, Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh.

Theo các nghiên cứu về du lịch thông minh, điểm đến cần có khả năng kết nối các chủ thể trên nền tảng công nghệ, thu thập và chuyển hóa dữ liệu thành những dịch vụ mới cho du khách, doanh nghiệp và cơ quan quản lý. Bản chất của du lịch thông minh vì vậy không nằm ở số lượng thiết bị hoặc ứng dụng được đầu tư, mà ở khả năng sử dụng công nghệ, dữ liệu và tri thức để tạo ra giá trị.

Song song với số hóa, phát triển xanh ngày càng trở thành tiêu chí quan trọng của năng lực cạnh tranh. Hiệu quả du lịch không thể chỉ được đo bằng lượng khách hoặc doanh thu mà phải được xem xét đồng thời trên ba phương diện: kinh tế, xã hội và môi trường.

Đối với Mũi Né, phát triển xanh phải gắn với bảo vệ môi trường biển, nguồn nước, cảnh quan đồi cát, hệ sinh thái ven biển và các giá trị văn hóa địa phương. Nếu lượng khách và cơ sở dịch vụ tăng nhưng tài nguyên suy giảm, môi trường quá tải hoặc cộng đồng không được hưởng lợi tương xứng, điểm đến khó duy trì sức hấp dẫn lâu dài.

Mũi Né vì thế cần chuyển từ mô hình phát triển chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên sang mô hình tăng trưởng dựa trên tri thức, công nghệ, đổi mới sáng

tạo và quản trị hiện đại.

“Xanh” và “thông minh” phải đi cùng nhau

Du lịch xanh được tiếp cận theo nghĩa rộng, không chỉ giới hạn ở việc giảm tác động tiêu cực đến môi trường. Khái niệm này còn bao gồm sử dụng hiệu quả tài nguyên, giảm chất thải, bảo tồn cảnh quan và văn hóa, nâng cao lợi ích cộng đồng và duy trì khả năng phát triển lâu dài của điểm đến.

Trong khi đó, du lịch thông minh là phương thức tổ chức hoạt động du lịch dựa trên sự tích hợp của công nghệ, dữ liệu, kết nối và đổi mới sáng tạo nhằm tạo ra giá trị mới cho du khách cùng các chủ thể trong hệ sinh thái.

Điểm đến thông minh không thể được đồng nhất với một điểm đến “có nhiều công nghệ”. Công nghệ chỉ là một thành tố. Bên cạnh đó phải có năng lực lãnh đạo, nguồn nhân lực, đổi mới sáng tạo, vốn xã hội và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể.

Một ứng dụng du lịch sẽ khó phát huy tác dụng nếu dữ liệu không được cập nhật. Một trung tâm điều hành sẽ thiếu hiệu quả nếu thông tin từ giao thông, lưu trú, điểm tham quan và môi trường không được kết nối. Trợ lý du lịch sử dụng trí tuệ nhân tạo cũng khó đưa ra khuyến nghị chính xác nếu không có dữ liệu đầy đủ và cơ chế quản trị phù hợp.

Vì vậy, “xanh” và “thông minh” không phải hai hướng phát triển tách biệt. Công nghệ có thể hỗ trợ giám sát môi trường, quản lý lượng khách, phân tích nhu cầu, điều tiết giao thông và giảm lãng phí tài nguyên. Ngược lại, mục tiêu phát triển xanh giúp định hướng việc ứng dụng công nghệ vào những vấn đề thiết thực của điểm đến.

Để lý giải mối quan hệ này, có thể xây dựng mô hình “Mũi Né Green–Smart Destination”. Trong đó, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và quản trị điểm đến là ba động lực đầu vào; năng lực điểm đến xanh và thông minh giữ vai trò trung gian; hiệu quả phát triển du lịch bền vững là kết quả cuối cùng.

Đổi mới sáng tạo tạo ra sản phẩm, dịch vụ và phương thức vận hành mới. Chuyển đổi số cung cấp nền tảng công nghệ, dữ liệu và kết nối. Quản trị điểm đến tạo ra cơ chế phối hợp và môi trường thể chế. Ba yếu tố này cùng hình thành năng lực xanh và thông minh, từ đó tác động đến hiệu quả kinh tế, xã hội và môi trường.

Từ mô hình trên, nghiên cứu đặt ra bảy giả thuyết: Đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và quản trị điểm đến đều tác động tích cực đến năng lực điểm đến xanh và

thông minh; năng lực này tác động tích cực đến hiệu quả phát triển du lịch bền vững; đồng thời giữ vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa từng yếu tố đầu vào với kết quả phát triển.

Điểm mới của mô hình là không xem "xanh" và "thông minh" như hai hướng đi độc lập. Hai thành tố này được đặt trong một cấu trúc thống nhất, nơi công nghệ, dữ liệu, đổi mới sáng tạo và quản trị cùng tương tác để tạo ra năng lực cạnh tranh bền vững.

Đây mới là mô hình nghiên cứu đề xuất, cần được kiểm định bằng khảo sát thực tế. Khi chưa có dữ liệu khảo sát, chưa thể đưa ra các hệ số Cronbach's Alpha, AVE, β, t-value, p-value hoặc kết quả PLS-SEM. Việc không sử dụng những số liệu chưa được kiểm chứng là yêu cầu cần thiết để bảo đảm tính trung thực khoa học.

Dữ liệu chỉ có giá trị khi được kết nối



Mũi Né cần tích hợp tăng trưởng xanh, công nghệ số, đổi mới sáng tạo và quản trị toàn diện để nâng cạnh tranh bền vững.

Một trong những điểm nghẽn đáng chú ý hiện nay là sự phân tán của dữ liệu du lịch. Thông tin về du khách, lưu trú, giao thông, môi trường, điểm tham quan, chất lượng dịch vụ và phản hồi của khách hàng có thể do nhiều đơn vị khác nhau quản lý nhưng chưa được kết nối thành hệ thống dùng chung.

Nếu dữ liệu tiếp tục tồn tại rời rạc, việc ứng dụng công nghệ khó tạo ra giá trị ở cấp độ toàn điểm đến. Các doanh nghiệp có thể triển khai những giải pháp riêng lẻ, nhưng cơ quan quản lý vẫn thiếu cơ sở để dự báo lượng khách, điều phối giao thông, giám sát môi trường hoặc đánh giá chất lượng dịch vụ theo

thời gian thực.

Mũi Né cần từng bước xây dựng hệ sinh thái dữ liệu du lịch tích hợp, kết nối thông tin của cơ quan quản lý, doanh nghiệp, điểm tham quan và các đơn vị cung ứng dịch vụ. Dữ liệu phải được chuẩn hóa, cập nhật thường xuyên, chia sẻ đúng thẩm quyền và bảo đảm các yêu cầu về an toàn, bảo mật.

Trên nền tảng này, trí tuệ nhân tạo có thể được sử dụng để phân tích nhu cầu du khách, cá nhân hóa trải nghiệm, phát triển trợ lý du lịch số, tổng hợp phản hồi, dự báo nhu cầu lưu trú và hỗ trợ quản trị.

Chẳng hạn, dữ liệu có thể giúp nhận diện những thời điểm hoặc khu vực có nguy cơ quá tải; phân tích nội dung phản ánh thường xuyên của du khách; dự báo nhu cầu sử dụng dịch vụ; gợi ý sản phẩm phù hợp với từng nhóm khách hoặc hỗ trợ phát hiện sớm các vấn đề về chất lượng và môi trường.

Tuy nhiên, AI không thể thay thế chất lượng dữ liệu và cơ chế quản trị. Nếu dữ liệu thiếu chính xác, không đồng nhất hoặc không được cập nhật, kết quả phân tích có thể sai lệch. Vì vậy, đầu tư công nghệ phải đi cùng xây dựng tiêu chuẩn dữ liệu, trách nhiệm cập nhật và cơ chế kiểm tra.

Cùng với số hóa, Mũi Né cần thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong sản phẩm và dịch vụ. Đổi mới trong du lịch không chỉ là ứng dụng công nghệ mà còn bao gồm đổi mới sản phẩm, quy trình, quản trị, marketing và mô hình kinh doanh.

Các sản phẩm mới có thể khai thác sự kết hợp giữa biển, thể thao biển, đồi cát, văn hóa Chăm, ẩm thực, trải nghiệm cộng đồng và công nghệ số. Du khách không chỉ tham quan mà có thể tham gia vào các hành trình trải nghiệm được thiết kế theo chủ đề, tìm hiểu văn hóa bản địa, sử dụng dịch vụ số và tiếp cận thông tin bằng nhiều ngôn ngữ.

Đổi mới cũng cần hướng đến các mô hình kinh doanh xanh, khuyến khích tiết kiệm năng lượng, giảm rác thải nhựa, sử dụng sản phẩm địa phương và nâng cao trách nhiệm môi trường của cơ sở lưu trú, nhà hàng và doanh nghiệp lữ hành.

Điều quan trọng là đổi mới không thể chỉ diễn ra riêng lẻ trong từng doanh nghiệp. Một sản phẩm du lịch mới thường cần sự tham gia của nhiều chủ thể, từ vận chuyển, lưu trú, ẩm thực, điểm tham quan đến cộng đồng địa phương. Nếu thiếu cơ chế phối hợp, sản phẩm khó được tổ chức thành chuỗi hoàn chỉnh.

Quản trị điểm đến là chìa khóa kết nối

Một điểm đến xanh và thông minh không thể được xây dựng bởi một chủ thể duy nhất. Chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng, trường đại học, viện nghiên cứu và người lao động đều có vai trò trong quá trình chuyển đổi.

Quản trị điểm đến vì thế không chỉ là hoạt động quản lý hành chính của chính quyền. Đó là năng lực điều phối toàn bộ hệ sinh thái, trong đó chính quyền giữ vai trò kiến tạo thể chế; doanh nghiệp trực tiếp đầu tư, đổi mới và cung ứng dịch vụ; cộng đồng tham gia, bảo tồn văn hóa và hưởng lợi; các cơ sở giáo dục, nghiên cứu cung cấp tri thức, công nghệ và nguồn nhân lực.

Mũi Né cần chuyển từ cách quản lý theo từng ngành, từng lĩnh vực sang quản trị điểm đến theo hệ sinh thái. Cần có cơ chế phối hợp thống nhất trong xây dựng chiến lược, chia sẻ dữ liệu, phát triển sản phẩm, quảng bá, quản lý môi trường và xử lý những vấn đề phát sinh.

Trước hết, địa phương cần xây dựng nền tảng quản trị điểm đến xanh và thông minh, xác định rõ vai trò, trách nhiệm của từng chủ thể. Chính quyền không làm thay doanh nghiệp nhưng phải tạo lập môi trường, tiêu chuẩn và cơ chế phối hợp để các doanh nghiệp cùng tham gia.

Thứ hai, chuyển đổi số cần gắn với năng lực quản trị và ra quyết định, thay vì chỉ tập trung vào quảng bá trực tuyến. Hệ thống dữ liệu du lịch phải phục vụ việc theo dõi lượng khách, chất lượng dịch vụ, giao thông, môi trường và phản hồi xã hội.

Thứ ba, cần khuyến khích doanh nghiệp đổi mới sản phẩm, quy trình và mô hình kinh doanh. Cơ chế hỗ trợ nên ưu tiên những sáng kiến vừa nâng cao trải nghiệm du khách, vừa giảm tác động đến tài nguyên và môi trường.

Thứ tư, liên kết giữa Nhà nước, doanh nghiệp, trường đại học và cộng đồng cần được tổ chức thường xuyên. Các trường đại học có thể tham gia nghiên cứu, tư vấn chính sách, chuyển giao công nghệ và đào tạo nhân lực; doanh nghiệp cung cấp dữ liệu và môi trường thực tiễn; cộng đồng tham gia xây dựng sản phẩm, bảo tồn văn hóa và giám sát tác động của du lịch.

Thứ năm, cần phát triển nguồn nhân lực xanh và số. Người lao động du lịch không chỉ cần nghiệp vụ và ngoại ngữ mà còn phải có kỹ năng công nghệ, dữ liệu, AI, sáng tạo và phát triển bền vững. Đây là điều kiện để chuyển công nghệ từ một dạng hạ tầng thành năng lực vận hành thực tế.

Thứ sáu, Mũi Né cần xây dựng hệ thống chỉ số đánh giá đầy đủ hơn. Hiệu quả phát triển điểm đến không nên chỉ được đo bằng lượng khách, thời gian lưu trú hoặc doanh thu mà phải bao gồm chất lượng môi trường, mức độ hài lòng của

cộng đồng, khả năng bảo tồn văn hóa, mức độ tham gia của doanh nghiệp và năng lực thích ứng của điểm đến.

Về lâu dài, các giải pháp cần được tổ chức theo một chu trình thống nhất: chính quyền kiến tạo thể chế; doanh nghiệp triển khai; trường đại học cung cấp tri thức; cộng đồng tham gia; dữ liệu hỗ trợ giám sát; kết quả được đánh giá để tiếp tục điều chỉnh.

Mũi Né đang đứng trước cơ hội chuyển đổi từ điểm đến dựa chủ yếu vào lợi thế tài nguyên sang điểm đến dựa nhiều hơn vào tri thức, công nghệ, đổi mới sáng tạo và năng lực quản trị.

Về bản chất, Mũi Né không cần lựa chọn giữa “xanh” và “thông minh”. Hai định hướng này phải được tích hợp trong cùng một chiến lược phát triển. Xanh tạo nền tảng bền vững; thông minh tạo năng lực thích ứng; đổi mới sáng tạo tạo động lực; dữ liệu tạo cơ sở ra quyết định; còn quản trị tạo khả năng kết nối toàn bộ hệ sinh thái.

Mũi Né chỉ thực sự trở thành điểm đến xanh và thông minh khi công nghệ được chuyển hóa thành chất lượng dịch vụ, đổi mới sáng tạo được chuyển hóa thành sản phẩm, dữ liệu được chuyển hóa thành quyết định và phát triển du lịch được chuyển hóa thành giá trị lâu dài cho doanh nghiệp, du khách, cộng đồng và môi trường.

Tiến sĩ Trần Đức Thuận
Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh