

DU LỊCH XANH - VÌ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

TUỆ SAM* - NGUYỄN THỊ HÀ**

Theo Chương trình Môi trường Liên hợp quốc (UNEP), tăng trưởng xanh là định hướng mới thúc đẩy kinh tế phát triển theo mô hình tiêu thụ và sản xuất bền vững nhằm đảm bảo nguồn vốn tự nhiên, tiếp tục cung cấp những nguồn lực và dịch vụ sinh thái mà đời sống con người phụ thuộc vào đó cho thế hệ hiện thời cũng như thế hệ mai sau. Hiện nay, tăng trưởng xanh đang được nhiều quốc gia trên thế giới xác định là trọng tâm chiến lược cho phát triển kinh tế, xã hội, đảm bảo phát triển bền vững. Đây cũng là mục tiêu phát triển của nhiều lĩnh vực khác nhau như kinh tế, công nghiệp, dịch vụ, tiêu dùng, du lịch,... tương ứng hình thành các loại hình kinh tế xanh, công nghệ xanh, năng lượng xanh, sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh, du lịch xanh... Như vậy, tăng trưởng xanh là quá trình tăng trưởng nhằm đạt đến một nền kinh tế xanh, hướng tới mục tiêu cải thiện hạnh phúc con người, công bằng xã hội và giảm thiểu đáng kể những nguy cơ kiệt quệ về môi trường, môi sinh. Đây là điều mà tất cả các ngành nghề trong nền kinh tế đều muốn đạt được, và với ngành du lịch, cũng không nằm ngoài mong muốn này.

Trong một vài năm trở lại đây, ngành du lịch Việt Nam hay nhắc đến khái niệm du lịch xanh và cũng đã tổ chức nhiều hội thảo, diễn đàn bàn về vấn đề này như: hội thảo *Phát triển kinh tế, du lịch xanh theo hướng bền vững năm 2018*, mới đây nhất là diễn đàn *Du lịch xanh* nằm trong khuôn khổ Hội chợ du lịch quốc tế VITM 2019. Hơn nữa, phát triển du lịch xanh cũng đã

được xác định tại *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*: “phát triển sản phẩm du lịch xanh, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương” là giải pháp để Việt Nam phát triển du lịch bền vững gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa

dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; đảm bảo an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội, góp phần thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đã được Chính phủ phê duyệt năm 2012. Được Chính phủ đặt trọng tâm phát triển du lịch theo hướng bền vững, theo hướng xanh

hóa, nên các chính sách, chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển du lịch tại Việt Nam đều đi theo hướng này. Từ đó, các yêu cầu và nguyên tắc phát triển du lịch tại mỗi điểm đến, mỗi địa phương đều được cân nhắc theo hướng bền vững.

Loại hình du lịch xanh ở Việt Nam còn mới cả về khái niệm lẫn tổ chức quản lý và khai thác tài nguyên. Theo đó, du lịch xanh được hiểu là loại hình du lịch dựa vào tự nhiên và văn hóa, có giáo dục môi trường, đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững, có sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương. Trong đó, cốt lõi của du lịch xanh là sản phẩm du lịch xanh. Và để đảm bảo là sản phẩm du lịch xanh cần đạt các tiêu chí: thân thiện với môi trường, an toàn đối với môi trường, giảm tác động đến môi trường, thân thiện và an toàn đối với sức khỏe. Như vậy, tất cả các sản phẩm du lịch, dịch vụ của khách sạn, nhà hàng muốn đạt được tiêu

Tuy mới xuất hiện ở Việt Nam nhưng năm gần đây, nhưng loại hình du lịch xanh đã mang lại sự đổi mới trong lĩnh vực du lịch nói riêng và đời sống kinh tế, xã hội của người dân nói chung. Du lịch xanh đã và đang góp phần tạo lập nguồn lực cần thiết cho xây dựng nông thôn mới, góp phần phấn đấu đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

chuẩn xanh đều phải đạt được các nội dung cơ bản của những tiêu chí trên. Tuy nhiên, hiện nay loại hình du lịch xanh không còn dừng lại ở khái niệm mà nó đã trở thành một xu hướng, phát triển mạnh mẽ ở nhiều quốc gia trên thế giới, ngày càng thu hút sự quan tâm của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch nói riêng và cộng đồng xã hội nói chung.

Theo khảo sát, những năm vừa qua, khách du lịch đến với xu hướng chọn các tour du lịch, khách sạn, khu du lịch, các dịch vụ, hàng hóa bền vững, thân thiện với môi trường, có nhân sinh thái. Theo nghiên cứu của Tổ chức SNV của Hà Lan, 52 % du khách có xu hướng thích đặt tour qua các hãng lữ hành được chứng nhận có điều kiện làm việc tốt tham gia bảo vệ môi trường và hỗ trợ hoạt động từ thiện ở địa phương. Tổ chức Trip Advisor nghiên cứu cho thấy 34% du khách sẵn sàng chi trả thêm để ở những khách sạn thân thiện với môi trường và cho các lựa chọn du lịch bền vững, 50% du khách quốc tế sẵn sàng chi trả thêm cho những công ty mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương và hoạt động bảo tồn (1). Kết quả nghiên cứu đã cho thấy, hiện nay nhận thức của thị trường du khách về du lịch bền vững, du lịch xanh ngày một nâng cao, nên những sản phẩm du lịch xanh sẽ là xu thế để nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

Bên cạnh nâng cao lợi ích kinh tế bền vững, phát triển loại hình du lịch xanh còn tác động tích cực đến nhận thức của du khách theo hướng du lịch không chỉ là hưởng thụ mà nó còn gắn liền với trách nhiệm (trách nhiệm về bảo vệ môi trường, bảo vệ di sản...). Điển hình cho sự thay đổi nhận thức này chính là thế hệ trẻ sở hữu tư duy xanh - thế hệ millennial (Y) (2). Nhiều bạn trẻ thuộc thế hệ Y dành thời gian khám phá những điều mới lạ xung quanh, quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe và đề cao tư duy sống xanh, họ sẵn lòng chi trả mức giá cao hơn cho các hình thức du lịch xanh. Theo các báo cáo của giới chuyên môn, phần lớn lý do du lịch xanh thu hút được sự quan tâm của thế hệ Y bởi các hoạt động của chuyến đi ấy giúp họ nhận thức rõ ràng hơn về tầm quan trọng của thiên nhiên, sự tác động

qua lại giữa hệ sinh thái và chất lượng sống của con người. Nhận thức được sự tổn thương mà môi trường đang phải hứng chịu, những bạn trẻ thế hệ Y đã lựa chọn hình thức du lịch xanh, đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững, có sự tham gia tích cực của cộng đồng và địa phương. Và một trong những thách thức đầu tiên trong quá trình đó chính là dần loại bỏ sản phẩm nhựa sử dụng một lần thông thường ra khỏi các hoạt động thường nhật... Những chuyển biến rõ rệt về nhận thức của du khách, cho thấy tiềm năng của thị trường cho các sản phẩm du lịch xanh, du lịch hướng tới bảo vệ môi trường, đóng góp cho cộng đồng địa phương. Nắm bắt được xu thế này, đáp ứng được nhu cầu thị trường và đạt được mục tiêu bền vững là hướng đi hoàn toàn phù hợp.

Từ những lợi ích to lớn mà du lịch xanh mang lại, thì việc nó trở thành xu thế phát triển trong tương lai là điều không cần bàn cãi. Tuy nhiên, khai thác và phát triển loại hình này như thế nào lại tùy vào chiến lược của mỗi quốc gia. Đối với Việt Nam, là điểm đến mới nổi tại khu vực Đông Nam Á, chúng ta đang trong giai đoạn phát triển nóng về du lịch, với tốc độ tăng trưởng trung bình 18,64%/năm đối với khách du lịch quốc tế và 9,9%/năm đối với khách nội địa trong giai đoạn 2014-2018 (3), vấn đề phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường luôn được quan tâm. Xuất phát từ nhu cầu của thị trường du lịch, và khả năng đáp ứng của các tiềm năng du lịch xanh của Việt Nam, tại một số địa phương, công ty lữ hành đã xây dựng những tour du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, bảo vệ môi trường dưới các hình thức khai thác tiềm năng tài nguyên du lịch tự nhiên, nhân văn như: tham gia tour du lịch cộng đồng một số tỉnh Tây Bắc, đảo Quan Lạn, làng quê Yên Đức (Quảng Ninh), làng Tà Làng (Quảng Nam); tour đi rừng, leo núi, thám hiểm hang động tại VQG Phong Nha-Kẻ Bàng (Quảng Bình); tour vớt rác tại Hội An (Quảng Nam), Sơn Trà (Đà Nẵng)...; du lịch miệt vườn ở Huế và một số tỉnh Nam Bộ... Qua những khởi đầu của các mô hình phát triển du lịch xanh này, cùng sự chung tay của cộng đồng từng địa phương, của nhiều doanh nghiệp du lịch... đã

dẫn tạo ra những sản phẩm du lịch xanh và đang hoạt động hiệu quả, mang lại nguồn thu nhập ổn định cho cộng đồng phát triển. Bên cạnh xây dựng các sản phẩm xanh, du lịch xanh còn được áp dụng trong hệ thống khách sạn, đơn vị vận chuyển, kinh doanh lữ hành, nhà hàng bằng các biện pháp bảo vệ môi trường như: tiết kiệm điện năng, tiết kiệm nước, xử lý phân loại rác thải, sử dụng vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường... Và đặc biệt đối với các cơ sở lưu trú việc đăng ký chứng nhận nhãn Bông sen xanh là việc làm thiết thực trong phát triển du lịch xanh. Đối với cơ sở lưu trú, việc được cấp nhãn sinh thái là lợi thế để xây dựng chiến lược phát triển, quảng bá hình ảnh với đối tác và là sự lựa chọn tin cậy đối với du khách. Đặc biệt, trong giai đoạn hiện nay và tương lai, cạnh tranh giữa các cơ sở lưu trú không chỉ ở chất lượng dịch vụ, thương hiệu và còn là loại sản phẩm dịch vụ có đáp ứng nhu cầu của khách không. Vì vậy, các nhà quản lý cần quan tâm đến nhu cầu, hành vi của du khách. Việc nghiên cứu hành vi mua của khách lưu trú tại khách sạn xanh sẽ góp phần xác định cầu về sản phẩm dịch vụ xanh tại Việt Nam. Các chiến lược marketing phù hợp sẽ góp phần thu hút khách và giúp định hướng phát triển hoạt động du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam, trong đó có các khách sạn xanh. Bên cạnh đó, việc cấp chứng nhận này cũng là một kênh thông tin quan trọng giúp du khách có thể tìm hiểu và chọn điểm tham quan, lưu trú phù hợp một cách nhanh chóng và thuận tiện.

Từ thực tế phát triển du lịch xanh của các nước, đối chiếu với các điểm du lịch xanh ở Việt Nam hiện có, có thể thấy chúng ta đang đối mặt với nhiều thách thức, nhất là vấn đề môi trường. Chúng ta đã chứng kiến nhiều bài học, kinh nghiệm cả trong môi trường tự nhiên và môi trường văn hóa, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến phát triển du lịch. Trong đó, vấn đề rác thải là điển hình nhất. Tại nhiều khu, điểm du lịch xuất hiện nhiều chất thải rắn, rác thải, không có sự phân loại rác để tái sử dụng... đã làm thay đổi cảnh quan thiên nhiên, văn hóa và thay đổi quần sinh đối với môi trường sống của sinh vật. Tại Diễn đàn Du lịch xanh

mới đây Thứ trưởng Bộ VHTTDL Lê Quang Tùng nhấn mạnh "...Sự thiếu hiểu biết và làm lấy được mà không tính đến hậu quả lâu dài, một số dự án với các khu resort, khách sạn hạng sang, cáp treo và các công trình bê tông sẽ gây ra những hậu quả trước mắt và lâu dài cho các hệ sinh thái nguyên sơ dễ bị tổn thương, kéo theo nguy cơ phá hủy các thành phần môi trường quan trọng là cơ sở của du lịch sinh thái. Ngoài ra, việc thu hút cộng đồng nông thôn tham gia du lịch mở ra nhiều triển vọng mới cho du lịch nhưng cũng tiềm ẩn những rủi ro với môi trường du lịch nếu người dân không được trang bị kiến thức đầy đủ...". Những hạn chế trong nhận thức về bảo vệ môi trường đã làm giảm hiệu quả kinh tế do du lịch mang lại, làm môi trường xuống cấp, gây ảnh hưởng xấu đến hình ảnh và sự phát triển bền vững của du lịch Việt Nam, trở thành nguyên nhân của tình trạng cho đến nay du lịch nước ta còn thiếu những sản phẩm du lịch xanh đặc thù thu hút khách quốc tế. Vì vậy, để hướng tới phát triển du lịch xanh, chúng ta cần vượt qua những thách thức về xả thải nhà kính và tiêu thụ năng lượng, tiêu thụ nước, quản lý rác thải, suy giảm đa dạng sinh học, quản lý hiệu quả di sản văn hóa và công trình, quy hoạch và quản lý nhà nước, đẩy mạnh công tác xúc tiến, giới thiệu sản phẩm du lịch theo hướng chuyên nghiệp nhằm vào thị trường mục tiêu, trọng điểm của địa phương, lấy sản phẩm du lịch xanh và thương hiệu du lịch xanh là trọng tâm...

Có thể nói, phát triển du lịch xanh, tăng trưởng xanh là cơ hội và cũng là thách thức, mục tiêu quan trọng trong phát triển du lịch bền vững, góp phần phát triển kinh tế đất nước ■

T.S - N.T.H

1. Nguyễn Văn Đính, *Thực trạng phát triển du lịch xanh Việt Nam - cách tiếp cận tổng thể*, Diễn đàn Du lịch xanh, Hà Nội, ngày 27-3-2019.

2. Là cụm từ dùng để gọi thế hệ trẻ sinh ra trong khoảng 1981 - 2000, theo Tạp chí Times.

3. Nguyễn Anh Tuấn, *Du lịch xanh - xu hướng thế giới và tiềm năng phát triển ở Việt Nam - những vấn đề đặt ra*, Diễn đàn Du lịch xanh, Hà Nội, ngày 27-3-2019.