

PHÁT TRIỂN SỰ KIỆN XANH GẮN VỚI DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Trịnh Thị Thu*
Đinh Thế Toàn**

Tóm tắt: Sự kiện xanh đang đóng vai trò quan trọng trong phát triển bền vững ngành du lịch tại thành phố Đà Nẵng, đem đến hiệu quả trong chuyển đổi kinh tế, giải quyết vấn đề tài nguyên, môi trường do sự phát triển nhanh chóng của du lịch và thích ứng với biến đổi khí hậu. Tiếp cận từ chiều cạnh sự kiện xanh, bài viết này cho rằng những vấn đề nâng cao nhận thức, bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa, thực hiện phát triển du lịch bền vững, tăng trưởng xanh không thể phủ nhận vai trò của sự kiện xanh, thúc đẩy sự quan tâm, tham gia tích cực từ cộng đồng địa phương, trách nhiệm xã hội của các bên liên quan kết nối cùng với sự đổi mới và các nguồn lực xanh. Bài viết này mở rộng nội hàm sự kiện xanh, đề xuất mô hình và giải pháp phát triển du lịch **thành phố Đà Nẵng - điểm đến của sự kiện xanh** trong định hướng du lịch bền vững, hài hòa giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hoá, xã hội và bảo vệ môi trường.

Từ khóa: Sự kiện xanh, du lịch bền vững, Đà Nẵng.

Đặt vấn đề

Ngành du lịch đã và đang đóng một vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế, là ngành kinh tế trọng điểm đem lại thu nhập và việc làm ở nhiều quốc gia. Theo Tổ chức du lịch thế giới - UNWTO, phát triển du lịch bền vững (DLBV) thể hiện ở sự kết hợp hài hòa trong thực hiện 3 trụ cột mục tiêu bảo vệ môi trường, xã hội và văn hoá, với phát triển kinh tế. Ở Việt Nam, phát triển DLBV trở thành mục tiêu chủ đạo tron

g định hướng chiến lược phát triển bền vững (PTBV) (Chương trình Nghị sự 21- Agenda 21), trong Chiến lược phát chung của quốc gia và được thể chế hoá trong các Luật về Du lịch, Luật Bảo vệ Tài nguyên và Môi trường. Nội dung du lịch bền vững được cụ thể hơn thông qua nỗ lực thực hiện mục tiêu theo định hướng tăng trưởng xanh và phát triển du lịch xanh là điều tất yếu và phù hợp nhằm thích ứng với thực tế của biến đổi khí hậu, duy trì quá trình sinh thái thiết yếu, giảm thiểu tác động đến môi trường từ hoạt động du lịch và hài hoà mục tiêu kinh tế với bảo tồn, phát huy bản sắc văn hoá của quốc gia, của vùng miền. Các sự kiện du lịch cũng là một động lực quan trọng mang nội dung của du lịch xanh, DLBV, trong các kế hoạch phát triển và truyền thông, quảng bá hầu hết các điểm đến của các địa phương.

Trong những năm gần đây, sự kiện xanh (green event) gắn với nội hàm phát triển du lịch bền vững được tổ chức tại các địa phương theo phạm vi, quy mô, ý nghĩa khác nhau, thu hút sự quan tâm và tham gia đáng kể của người dân địa phương, khách du lịch trong nước, quốc tế và các doanh nghiệp. Tại thành phố Đà Nẵng, từ năm 2008, UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Đề án “Xây dựng Đà Nẵng - thành phố môi trường”, hướng đến các mục tiêu trở thành “Thành phố xanh” mà Quốc tế đang hướng đến. Chương trình Thành phố Xanh Quốc tế là một sáng kiến của WWF (World Wide Fund for Nature - Tổ chức Bảo tồn thiên nhiên thế giới) nhằm kêu

* TS. Viện Khoa học Xã hội vùng Trung Bộ, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

** ThS. Viện Khoa học Xã hội vùng Trung Bộ, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

gọi các thành phố trên khắp thế giới hãy hành động và hướng tới một hành tinh thân thiện với môi trường, xây dựng và thực hiện các kế hoạch để giảm thiểu và thích ứng với biến đổi khí hậu. Năm 2018, Đà Nẵng đã vinh dự trở thành Thành phố Xanh Quốc gia của Việt Nam. Cùng với mục tiêu “Thành phố Xanh”, với điều kiện tự nhiên thuận lợi, việc phát triển du lịch xanh tại Đà Nẵng đang được xem là lựa chọn đúng đắn của chính quyền địa phương và các nhà đầu tư khi khai thác tài nguyên du lịch núi và biển phù hợp để hướng đến sự phát triển du lịch bền vững. Trong quá trình phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và bền vững, thành phố tập trung khôi phục hoạt động du lịch sau ảnh hưởng của Covid-19, giữ gìn điểm đến Đà Nẵng an toàn và xanh. Thành phố Đà Nẵng đã triển khai quy hoạch định hướng phát triển du lịch với trọng tâm dọc theo bờ biển Sơn Trà - Ngũ Hành Sơn, ven vịnh Đà Nẵng, khu vực đồi phía tây và bán đảo Sơn Trà để khai thác hiệu quả các tài nguyên mặt nước tự nhiên, di tích văn hóa lịch sử, cảnh quan thiên nhiên và đa dạng sinh học; hình thành được nhiều khu du lịch (KDL) sinh thái, tạo nhiều sản phẩm du lịch đa dạng gắn với thiên nhiên và môi trường, mang lại nhiều cơ hội lựa chọn cho du khách trong tham quan và nghỉ dưỡng; trong đó phải kể đến một số KDL sinh thái tiêu biểu như: KDL sinh thái Suối Hoa, KDL sinh thái Ngầm Đồi, KDL sinh thái Núi Thần Tài, KDL sinh thái Hòa Phú Thành, KDL sinh thái Tiên Sa.

Tuy nhiên, thực trạng phát triển sự kiện xanh trong hoạt động du lịch theo hướng tăng trưởng xanh của thành phố Đà Nẵng trong thời gian qua đã và đang gặp những thách thức, nảy sinh những tồn tại, vấn đề đặt ra, cần thiết phải giải quyết. Đó là, ý thức và quy định về trách nhiệm trong hoạt động sự kiện về quản trị rác thải, bảo vệ môi trường chưa chặt chẽ, quy mô doanh nghiệp nhỏ và hạn chế về năng lực cạnh tranh trong thực hiện “thực hành xanh” trong sự kiện, danh mục các điểm du lịch, các sản phẩm du lịch để đầu tư, cơ sở lưu trú để phát triển thành sản phẩm du lịch xanh gắn kết trong sự kiện xanh còn chưa rõ nét, chưa được thiết lập theo những tiêu chí du lịch xanh. Sự gắn kết và liên kết, hợp tác phát triển du lịch xanh với cộng đồng, các bên liên quan với các chương trình, không gian sự kiện, hành động xúc tiến du lịch xanh thông qua các sự kiện xanh chưa hiệu quả, những giải pháp đổi mới, sáng tạo về “giải pháp nguồn lực xanh” chưa cao, vấn đề sử dụng điện, nước trong các sự kiện, vấn đề trật tự giao thông, trật tự đô thị gây nguy cơ tăng khí thải CO₂ chưa được kiểm soát tốt, thông điệp, kết nối người dân tham gia, nâng cao về ý thức bảo vệ môi trường biển, môi trường sinh thái tại các sự kiện du lịch nảy sinh nhiều vấn đề.

Để giải quyết những vấn đề nêu trên, bài viết đề xuất mô hình sự kiện xanh trong phát triển du lịch bền vững, đồng thời xác định những thách thức, vấn đề đặt ra cho phát triển mô hình sự kiện xanh trong phát triển du lịch bền vững của thành phố Đà Nẵng theo định hướng tăng trưởng xanh với 4 mục tiêu chính là: Giảm cường độ phát thải khí nhà kính trên GDP; xanh hóa các nguồn lực, ngành kinh tế; xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững; xanh hóa quá trình chuyển đổi trên nguyên tắc bình đẳng, bao trùm, nâng cao năng lực chống chịu.

2. Lý thuyết về sự kiện xanh gắn với du lịch bền vững

2.1. Sự kiện xanh trong du lịch bền vững

Sự kiện xanh (Green Event) có thể được hiểu là sự kiện, chương trình thực hiện theo chính sách bền vững, đặc biệt kết hợp với các mục tiêu, chính sách, yêu cầu về sử dụng các nguồn lực bảo vệ môi trường, thân thiện với môi trường từ trong quản lý và tổ chức thực hiện, vận hành sự kiện, giảm thiểu/hạn chế các tác động tiêu cực đến văn hoá, xã hội, kinh tế, môi trường của

điểm đến du lịch (Chiu và cộng sự, 2020). Sự kiện xanh là thuật ngữ dùng để chỉ một sự kiện, chương trình kỷ niệm có sử dụng những yếu tố bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Thông qua sự kiện xanh người tham dự nâng cao kiến thức, nhận thức và ý thức về bảo vệ môi trường, phát triển bền vững, hiện thực hóa sự kiện theo xu hướng tiết kiệm, gắn liền với bảo vệ và cải thiện môi trường xung quanh trong bối cảnh môi trường sống chúng ta đang bị đe dọa nghiêm trọng bởi hoạt động hàng ngày của con người tác động quá lớn đến sự thay đổi của khí hậu và môi trường sống. Xu hướng sự kiện “xanh hóa” ngày càng trở thành một sự lựa chọn tối ưu và tất yếu trong các ngành nghề, lĩnh vực. Hơn thế nữa, thực hành xanh cũng rất quan trọng để duy trì hoạt động kinh doanh hiệu quả trong dài hạn và phát triển văn hóa xanh của tổ chức (Chiu và cộng sự, 2020).

Việc triển khai sự kiện xanh cũng mang lại nhiều tác động tích cực đến môi trường và đến cộng đồng địa phương, hướng đến mục tiêu chính là giảm các tác động tiêu cực đến môi trường khi tổ chức sự kiện để bảo vệ môi trường sống tự nhiên của cộng đồng; theo đuổi mục tiêu bền vững môi trường toàn cầu, thúc đẩy chương trình khuyến khích cuộc sống bền vững; đồng thời đảm bảo hiệu quả kinh tế, công bằng xã hội và toàn vẹn môi trường. Như vậy, cộng đồng có thể được hưởng lợi về mặt kinh tế, sức khỏe môi trường, giảm căng thẳng đối với cơ sở hạ tầng công cộng, và lợi ích lâu dài của cơ sở vật chất. Thực hành xanh liên quan đến ngành du lịch xanh này cũng mang đến một hình ảnh thương hiệu tốt cho điểm đến, nhờ đó nó đã được công nhận là loại hình “du lịch mới”(Chiu và cộng sự, 2020).

Những kết quả phân tích về tác động tích cực của sự kiện cho thấy sự phát triển sự kiện xanh là cơ sở để thực hiện 03 mục tiêu của DLBV.

2.2. Nguyên tắc sự kiện xanh

Khái niệm sự kiện xanh gắn với vận hành chiến lược quản lý (Chiu và cộng sự, 2020). Các nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ giữa sự kiện xanh với phát triển du lịch bền vững. Để một sự kiện được xem là xanh, thì cũng phải phải xem xét sự kiện đó trong ba trụ cột bền vững: kinh tế, văn hóa-xã hội và môi trường (Kruger, 2015), có ảnh hưởng tích cực và tiêu cực (Nawarathna và Arachchi, 2021), đặc biệt là tác động đến môi trường (Choe và Yap, 2017). Choe và Yap (2017) nhấn mạnh rằng các nhà tổ chức sự kiện xanh nên thực hiện các thực hành xanh nhằm giảm tác động đến môi trường, thông qua các bước của chiến lược quản lý từ lên kế hoạch, tổ chức, quản lý thực hiện và kiểm tra đánh giá (Chiu và cộng sự, 2020). Chiến lược này tận dụng các tài nguyên phục vụ tổ chức sự kiện một cách hiệu quả (Ahmad và cộng sự, 2013; Chiu và cộng sự, 2020) nhưng vẫn đảm bảo bảo vệ và quản lý tác động môi trường (Jurowski, 2008).

Do đó, để đảm bảo phát triển được một sự kiện xanh, quản lý sự kiện nên kết hợp các yếu tố xanh để tạo ra một sự kiện thân thiện với môi trường, quy định chính sách hướng đến môi trường, thúc đẩy hành vi đạo đức đối với thiên nhiên, giảm thiểu sử dụng tài nguyên và xả thải, cũng như tối đa các kết quả về quảng bá hình ảnh và sự hài lòng của du khách. Tất cả hướng đến mục tiêu cao nhất và cuối cùng của sự kiện xanh là đóng góp vào phát triển bền vững. Ngoài ra, do một sự kiện có thể nhắm đến một hoặc nhiều mục đích khác nhau, và được quản lý bởi cơ quan quản lý hoặc tư nhân hoặc phối hợp công - tư nên một sự kiện có thể bao gồm hai hoặc cả ba mục đích trên. Ví dụ điển hình là thể vận hội Olympic, một sự kiện thể hiện tính chính trị, kinh tế, giải trí và xã hội với sự tham gia của nhiều cấp và khu vực tại đất nước tổ chức (Getz, 2008).

Để có thể phát huy và sử dụng (khai thác) các tài nguyên, nguồn lực xanh, các bên liên quan trong kế hoạch tổ chức phải đảm bảo được các nguyên tắc thực hiện: (1) quản lý giao thông, (2) quản lý chất thải, (3) quản lý nguồn nước, (4) tiết kiệm năng lượng, (5) mua sắm xanh, và (6) quảng bá xanh (Ramely và cộng sự, 2021). Ví dụ, các thực hành xanh có thể kể đến như sử dụng không gian mạng trong phát hành thư mời và tiến hành quảng bá sự kiện, liên lạc xanh, sử dụng các vật liệu thân thiện với môi trường, hoặc đơn giản là giảm tiêu thụ năng lượng trong quá trình diễn ra sự kiện. Trong đó, với cuộc cách mạng 4.0, thì công nghệ có vai trò trong đổi mới sáng tạo trong tổ chức sự kiện xanh, thông qua áp dụng công nghệ trong các khâu tổ chức sự kiện nhằm giảm thiểu việc sử dụng tài nguyên và xả thải (Türkmendağ và Türkmendağ, 2022).

Ngoài ra, nhận thức về các khái niệm xanh (bao gồm các yếu tố về kiến thức, thái độ và hành vi (Maurer và cộng sự, 2020) cần được xem là yếu tố động lực để có một sự kiện xanh, bởi nhận thức là một yếu tố nội tại tác động đến việc lựa chọn việc tham gia sự kiện xanh của du khách (Chen và Mo, 2014), dẫn đến việc thể hiện hành động sáng tạo, có trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp du lịch nói riêng (Andereck, 2009) và các bên tổ chức nói chung (Ramely và cộng sự, 2021) trong việc đáp ứng nhu cầu của du khách. Do đó, tổ chức sự kiện xanh ngoài việc thể hiện trách nhiệm bảo vệ những gì thuộc về thiên nhiên còn phải có khả năng tác động và giáo dục thái độ và hành vi thân thiện, bảo vệ môi trường và lối sống xanh trong các hành động của các đối tượng giam gia (Meler and Ham 2012).

2.3. Mô hình phát triển sự kiện xanh

Các sự kiện xanh ở những quy mô khác nhau cũng được coi là tài sản du lịch quan trọng cho các địa phương, quốc gia và khu vực (Getz, 2008) và được xem là có tiềm năng để giảm thiểu các tác động tiêu cực của môi trường đối với điểm đến du lịch. Nó cũng liên kết với các sản phẩm và dịch vụ mới nổi và luôn đáp ứng nhu cầu của khách hàng với sản phẩm, dịch vụ du lịch không làm tổn hại đến môi trường (Merli, R. và cộng sự).

Các sự kiện xanh đặc biệt có khả năng thu hút mọi người, vì một số lý do: Đầu tiên, những người tìm kiếm, tham gia vào sự kiện xanh có thái độ tích cực đối với các thực hành xanh, sức khỏe, tìm kiếm cơ hội để hành động theo cách thân thiện với môi trường và bày tỏ mối quan tâm về môi trường. Thứ hai, những người đến các sự kiện xanh vì nhận thức về những lợi ích môi trường mà họ có thể thu được từ chúng (Ottman, 1993), cảm nhận tầm quan trọng và mức độ liên quan của các sản phẩm và dịch vụ xanh cho họ, và do đó dành thời gian tìm kiếm các kiến thức xanh và mức độ nhận thức cao hơn về các sự kiện xanh và sáng kiến xanh. Quan trọng và thú vị hơn, nghiên cứu của Rittichainuwat và Mair (2012) cho thấy rằng phần lớn những người tham gia các sự kiện thích tham gia các sự kiện xanh hơn, mặc dù lệ phí cho sự kiện “không xanh” (non-green event) rẻ hơn sự kiện xanh (green event).

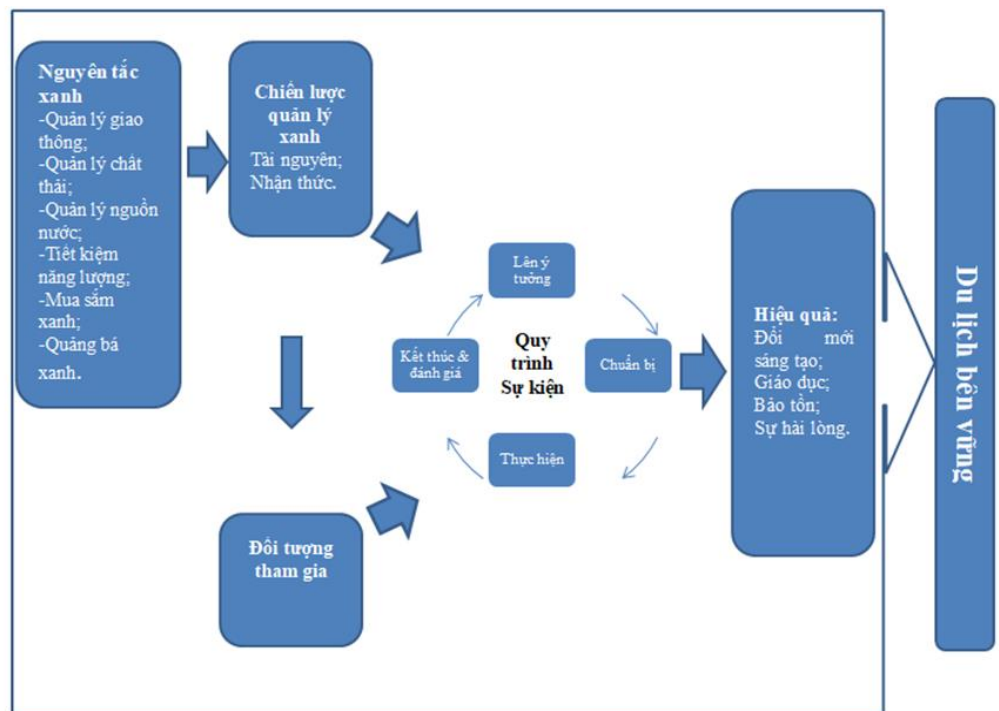
Quy mô và thời gian của từng loại sự kiện bị ảnh hưởng bởi cấp quản trị của sự kiện, bao gồm quản trị khu vực công, khu vực tư hay cấp cá nhân. Tuy nhiên sự kiện xanh cần dựa trên nguồn tài nguyên và nguồn lực sẵn có tại nơi tổ chức sự kiện (Hernandez-Mogollon và cộng sự, 2014); hoặc dựa trên bối cảnh kèm với địa điểm tổ chức (Getz và Page, 2016), phục vụ cho các mục đích các cuộc thi đấu, giải trí, kinh doanh hoặc giao tiếp xã hội, đáp ứng yêu cầu các phương tiện vật chất phù hợp và cả cách quản trị riêng đối với từng đối tượng của sự kiện.

Các sự kiện xanh ngoài đảm bảo các tiêu chí, thực hành xanh, thì kế hoạch tổ chức cần chú trọng: 1) quy mô, lãnh thổ, 2) thời gian-không gian, và 3) nội dung - hình thức của từng sự kiện (Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội, 2009). Tiêu chí quy mô, lãnh thổ, đề cập đến số lượng người tham gia, mức độ ảnh hưởng của sự kiện để chia thành các sự kiện lớn (phạm vi địa phương, quốc gia, quốc tế) và sự kiện nhỏ (giới hạn phạm vi trong tổ chức hoặc gia đình). Hình thức của các loại sự kiện này thường phụ thuộc vào mục đích sự kiện. Tiêu chí thời gian được căn cứ trên độ dài của sự kiện và tính mùa vụ của sự kiện có gắn kết với ngày hội văn hóa, nghệ thuật và giải trí, kinh doanh buôn bán, giáo dục và khoa học, thi đấu thể thao, ngày nghỉ lễ (Getz, 2008). Ví dụ, theo Getz (2008), một số sự kiện tập trung vào các ngày lễ cộng đồng thường có sự đa dạng lớn trong các chương trình và mục tiêu nhằm thúc đẩy lòng tự hào và gắn kết của cộng đồng, phát triển nhận thức, lối sống xanh trong sự kiện xanh.

Mô hình sự kiện xanh được tổ chức theo hướng tiếp cận du lịch tăng trưởng xanh, kết hợp các sự kiện xanh như: sự kiện lễ hội ẩm thực địa phương giới thiệu các món ăn chay, món ăn có thành phần, nguồn gốc được trồng, sản xuất theo canh tác hữu cơ, theo đặc điểm đặc thù sinh thái của vùng miền (Laing và Frost, 2010; The CSR Newswire, 2013). Các sáng tạo, ý tưởng đổi mới theo hướng “nguồn lực xanh” được phát triển đồng thời trong sự kiện ẩm thực xanh khi có sự tham gia của các bên liên quan trong quá trình lên kế hoạch, tổ chức (trước, trong và sau) sự kiện xanh nhấn mạnh về quản lý chất thải, cung cấp thùng tái chế và các phần thức ăn nhỏ tùy chọn tránh lãng phí; giảm sử dụng túi ni lông, bìa cứng và thùng xốp; sử dụng bát đĩa có thể phân hủy sinh học hoặc tái sử dụng; và khuyến khích người tham dự mang theo đồ dùng của riêng họ (Chancey, 2009; Laing và Frost, 2010; Wallace, 2005).

Đối tượng tham gia là cơ quan quản lý, tổ chức, doanh nghiệp, cộng đồng và du khách. Sự tham gia đồng thời của cơ quan nhà nước và các doanh nghiệp là một sự cần thiết cho một điểm đến du lịch thân thiện (Anuar và cộng sự, 2012). Theo đó, khu vực nhà nước sẽ đóng góp vào sự phát triển của hệ thống chính sách, hệ thống giao thông (đường bộ, đường thủy và hàng không), bản sắc của địa phương (như các lễ hội truyền thống và di tích lịch sử), và cơ sở hạ tầng (như hệ thống chiếu sáng và cảnh quan) tại điểm đến. Trong khi đó, khu vực tư nhân sẽ chịu trách nhiệm trong đầu tư du lịch như các tiện nghi, dịch vụ lưu trú và ẩm thực, các loại hình du lịch và cung cấp nhân lực. Các tổ chức, doanh nghiệp dù có phối hợp với các cơ quan quản lý hay không trong việc tổ chức sự kiện cũng phải có trách nhiệm đối với các tác động của sự kiện đến môi trường (Moise và Macovei, 2014). Vai trò của cộng đồng tại địa phương tổ chức sự kiện là rất quan trọng khi sự tham gia của họ làm gia tăng các giá trị đặc trưng tại địa phương (Hannam và Halewood, 2006). Trong khi đó, du khách là đối tượng được nhắm đến và thu hút chính của bất kỳ hoạt động du lịch nào.

Tổng hợp các lý thuyết về sự kiện xanh trên, có thể thấy các nghiên cứu tập trung theo hướng phát triển du lịch du lịch bền vững nhận định lý thuyết về các sự kiện xanh thúc đẩy phát triển ba giá trị cốt lõi: 1) sự đổi mới, 2) bảo tồn và 3) giáo dục; nó là kết quả của kết hợp phát triển các thành tố du lịch sinh thái, phát triển bền vững, công bằng trong thương mại công bằng, năng lượng tái tạo, doanh nghiệp trách nhiệm xã hội (CSR) và thực hành phủ xanh (Merli, R. và cộng sự; 2019; Goldblatt, 2010). Các nội hàm sự kiện xanh trên được sơ đồ hoá trong Hình 1.



Hình 1: Mô hình phát triển sự kiện xanh (Nguồn: Tổng hợp từ nhóm tác giả)

1. *Phát triển Đổi mới sáng tạo*: có nhiều ý tưởng về phát triển một sự kiện xanh mang tính đột phá, đề cập đến việc khai thác một cách sáng tạo các chiến lược và công nghệ xanh mới nổi để tăng hiệu quả sử dụng năng lượng và thể hiện năng lực bảo vệ môi trường (Chiu và cộng sự, 2020), hoặc thúc đẩy sáng tạo, sử dụng các công nghệ xanh (Hong và cộng sự, 2021);

2. *Giáo dục*: tạo nên ý thức và thúc đẩy hành vi của đối tượng tham gia đối với việc bảo vệ môi trường bằng cách tạo ra những trải nghiệm sự kiện đáng nhớ (Chiu và cộng sự, 2020; Wong và cộng sự, 2014). Wong và cộng sự (2014) đã tìm ra rằng việc tham gia sự kiện xanh ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức của mọi người về giá trị của các sự kiện thân thiện với môi trường, đặc biệt là nếu sự kiện càng có nhiều sáng kiến xanh thì giá trị càng gia tăng. Ngoài ra, sự kiện xanh được xem là một cơ hội để cung cấp kiến thức và các ứng dụng của các kiến thức này trong thực tế, nhất là cho những người quan tâm đến môi trường và có mong muốn thực hiện các hành vi mang tính bền vững (Mair và Laing, 2012);

3. *Bảo tồn*: là việc sử dụng có trách nhiệm các nguồn tài nguyên thiên nhiên của trái đất và giảm thiểu chất thải. Kết quả này chỉ về hiệu quả và hiệu suất của việc sử dụng năng lượng và các nguồn tài nguyên khác trong tổ chức sự kiện;

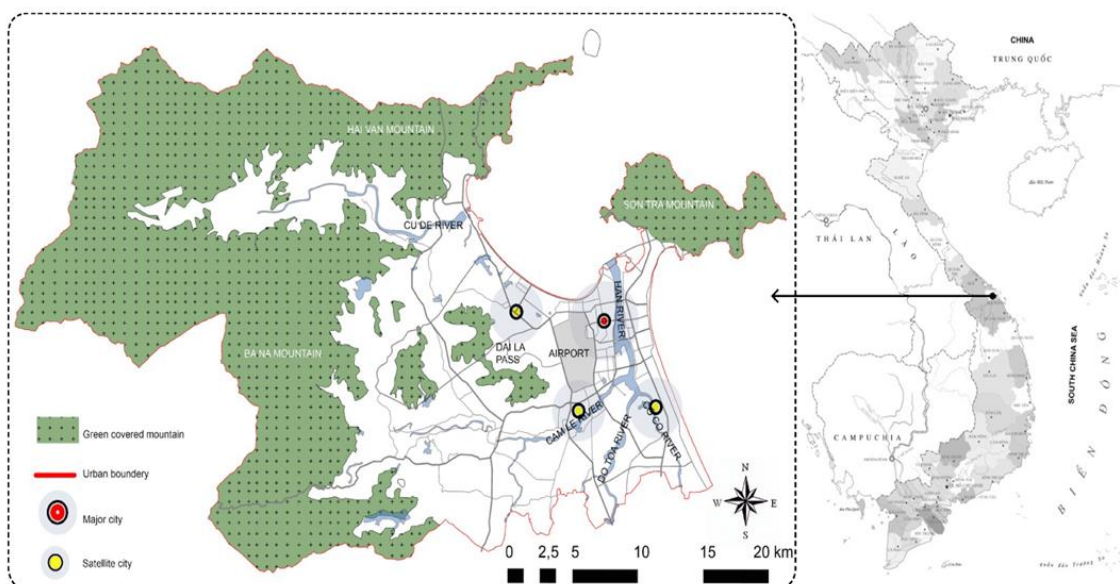
4. *Sự hài lòng của du khách*: theo Andereck (2009) ngày càng có nhiều du khách nhận thức được sự cần thiết của bảo vệ môi trường nên tham gia sự kiện xanh là một cách để thỏa mãn mong muốn của nhiều du khách (Chen và Mo, 2014). Việc đáp ứng được nhu cầu bảo vệ môi trường và thể hiện sự quan tâm đến tự nhiên tại địa điểm du lịch sẽ làm tăng sự hài lòng và hiệu quả đầu ra của du lịch. Sự hài lòng của du khách sẽ dẫn đến việc gia tăng chi tiêu các sản phẩm du lịch xanh (Wong và cộng sự, 2014), giới thiệu cho người quen và hơn hết là ý định quay trở lại của du khách (Smith và cộng sự, 2008).

3. Tình hình phát triển sự kiện xanh gắn với du lịch bền vững tại thành phố Đà Nẵng

3.1. Tình hình phát triển du lịch của thành phố Đà Nẵng

Đà Nẵng có nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, phong phú, mang giá trị cao với hệ thống biển, sông, hồ, đồi núi, suối, khe, thác, có không gian nông nghiệp làng quê rộng lớn, nhiều di tích văn hóa lịch sử, kiến trúc nghệ thuật giá trị...

Đến nay, trên địa bàn thành phố Đà Nẵng có 02 di tích quốc gia đặc biệt, 17 di tích cấp quốc gia, 65 di tích cấp thành phố. Đã có 06 di sản văn hóa phi vật thể của địa phương được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận và đưa vào Danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, 06 hiện vật đang lưu giữ tại Bảo tàng Điêu khắc Chăm được Thủ tướng chính phủ công nhận là bảo vật quốc gia. Trên cơ sở rà soát đánh giá, ước tính có 114 tài nguyên văn hóa và tự nhiên có khả năng khai thác phục vụ du lịch, trong đó, số lượng tài nguyên có tiềm năng khai thác (đang được khai thác hoặc đang được nghiên cứu đầu tư để đưa vào khai thác) tại các quận, huyện như sau: 49 tài nguyên tại huyện Hòa Vang, 11 tài nguyên tại quận Liên Chiểu, 11 tài nguyên tại quận Sơn Trà, 10 tài nguyên tại quận Ngũ Hành Sơn, 15 tài nguyên tại quận Hải Châu, 6 tài nguyên tại quận Thanh Khê, 10 tài nguyên tại quận Cẩm Lệ (ngoài ra còn có 02 tài nguyên văn hóa phi vật thể khác là Nghệ thuật Tuồng và Nghệ thuật Bài Chòi).



Hình 2. Diện tích phủ xanh tại thành phố Đà Nẵng

(Nguồn: Duy Thịnh Do và cộng sự, 2018)

Về không gian xanh, tính đến năm 2017, diện tích phủ xanh ở Đà Nẵng đạt 84,458,7ha, chiếm 65,73% diện tích của thành phố. Phần lớn không gian xanh chủ đạo của Đà Nẵng được tạo nên bởi rừng ở phía Tây thành phố và một khu vực Bán đảo Sơn Trà. Phần còn lại là khu vực đô thị và cơ sở hạ tầng của thành phố (Duy Thịnh Do và cộng sự, 2018).

Hoạt động kinh doanh lữ hành của Đà Nẵng phát triển khá ổn định, các đơn vị lữ hành đã khai thác và đưa vào hoạt động nhiều tour, tuyến du lịch hấp dẫn với nhiều loại hình từ đường

bộ, đường thủy, đường hàng không... Đồng thời, đã chủ động xây dựng, khai thác các sản phẩm du lịch mới nhằm thu hút khách du lịch; tổ chức các chương trình khai thác khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng đạt hiệu quả tốt, được du khách đánh giá cao. Tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế như hoạt động kinh doanh tour du lịch giá rẻ ảnh hưởng đến môi trường du lịch, gây ra sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp; chất lượng dịch vụ, phục vụ, hướng dẫn viên du lịch còn hạn chế; chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các đơn vị lữ hành, giữa đơn vị lữ hành với các cơ sở lưu trú du lịch, cơ sở ăn uống...

Tăng trưởng du lịch

Tốc độ tăng trưởng bình quân tổng thu du lịch thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2016-2019 đạt 24,6%, trong đó, năm 2016 là 23,72%, đến năm 2019 là 31,4% (trong đó đóng góp trực tiếp là 13,7%, đóng góp lan tỏa vào các ngành, lĩnh vực khác là 17,7%). Du lịch cũng tạo ra nhiều việc làm với 50.963 lao động trong năm 2019, tăng gấp 2,2 lần so với năm 2016 (Nhật Hạ, 2022). Ngành du lịch thành phố cũng đã được vinh danh, nhận được nhiều giải thưởng quốc tế như Diễm đến sự kiện Lễ hội hàng đầu châu Á (2016), đứng đầu Top 10 điểm đến toàn cầu năm 2020.

Năm 2020, sự bùng phát của dịch Covid-19 đã tác động mạnh đến sự phát triển du lịch của Việt Nam nói chung và của thành phố Đà Nẵng nói riêng. Tổng doanh thu dịch vụ lưu trú và lữ hành của thành phố Đà Nẵng năm 2020 ước đạt 3.705,3 tỷ đồng, giảm 57,8% so với cùng kỳ năm 2019 (Phòng Tổng hợp quy hoạch, 2020). Năm 2021, doanh thu dịch vụ lưu trú và lữ hành ước đạt 2.505 tỷ đồng, giảm 37,7% so với năm 2020 (Hong Quân, 2022).

Số lượng khách du lịch

Tốc độ tăng trưởng bình quân về khách du lịch đến Đà Nẵng trong giai đoạn 2016-2019 đạt 16,73%. Năm 2019, tổng lượt khách đến tham quan, du lịch tại Đà Nẵng đạt 8,6 triệu lượt, trong đó, khách quốc tế ước đạt 3,5 triệu lượt. Tổng thu du lịch ước đạt 30.973 tỷ đồng. Đà Nẵng có 35 đường bay quốc tế với tần suất 496 chuyến/tuần và 10 đường bay nội địa đến thành phố với tần suất 662 chuyến/tuần.

Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 và các biện pháp phòng chống dịch, tổng lượt khách cơ sở lưu trú phục vụ tháng 11/2020 ước đạt 221.209 lượt, giảm 67,6% so với cùng kỳ năm 2019, trong đó khách quốc tế ước đạt 12.207 lượt, giảm 95,3%, khách nội địa ước đạt 209.002 lượt, giảm 50,9%. Lũy kế 11 tháng đầu năm 2020, tổng lượt khách cơ sở lưu trú phục vụ ước đạt 2.434,3 nghìn lượt, giảm 63,9% so với cùng kỳ năm 2019; trong đó, khách quốc tế ước đạt 686,2 nghìn lượt, giảm 73,8%, khách nội địa ước đạt 1.748,1 nghìn lượt, giảm 57,6%.

Từ tháng 5-2021, hoạt động du lịch tiếp tục bị ảnh hưởng do dịch Covid-19, lượng khách sụt giảm nghiêm trọng, ảnh hưởng nặng nề đến các doanh nghiệp du lịch đang nỗ lực khôi phục sau thời gian ngừng hoạt động. Tổng lượt khách cơ sở lưu trú phục vụ đạt 1,19 triệu lượt khách, giảm 55% so với năm 2020. Trong đó khách quốc tế đạt 105 ngàn lượt, giảm 85% so với cùng kỳ; khách nội địa đạt 1,085 triệu lượt, giảm 44,2% so với cùng kỳ; doanh thu dịch vụ lưu trú và lữ hành ước đạt 2.505 tỷ đồng, giảm 37,7% so với năm 2020 (Hong Quân, 2022).

Cơ sở lưu trú

Quy mô cơ sở lưu trú du lịch phát triển cùng với tốc độ tăng trưởng nhanh của ngành du lịch tại thành phố Đà Nẵng với các loại hình đa dạng để đáp ứng nhu cầu của du khách. Số liệu tổng

kết cho thấy, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 10 năm: 2011 - 2020 đạt 21,21% (cơ sở) và 22,06% (phòng). Trong đó tổng khối khách sạn 3-5 sao và tương đương là 215 khách sạn với 26.172 phòng, chiếm 58,6% tổng số phòng, tăng 178 khách sạn với 22.488 phòng so với cùng kỳ năm 2011. Khách sạn 1-2 sao với 14.884 phòng chiếm 33,3% và căn hộ biệt thự du lịch cao cấp và đạt chuẩn, nhà nghỉ du lịch, homestay: 315 cơ sở với 3.634 phòng, chiếm 8,1% tổng số phòng. Chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú trên địa bàn thành phố được đảm bảo theo các quy định của Luật Du lịch, đặc biệt chất lượng tại các cơ sở lưu trú 4-5 sao được đánh giá tương đối cao. Tuy vậy, vẫn còn tình trạng chất lượng dịch vụ du lịch chưa đồng đều giữa các khối khách sạn cùng hạng sao (từ 1 - 5 sao và tương đương) và các loại hình dịch vụ lưu trú du lịch khác như căn hộ, biệt thự du lịch, nhà nghỉ du lịch, homestay...

Bảng 1. Số lượng cơ sở lưu trú du lịch của thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2011 - 2019

Chỉ tiêu	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cơ sở lưu trú (Cơ sở)	278	326	391	435	490	575	693	785	943	959
Số buồng (Buồng)	8.663	10.570	13.634	15.625	18.233	21.324	28.780	35.615	40.074	5.961

(Nguồn: Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng)

Cơ sở hạ tầng:

Bãi đậu đỗ xe: Hiện nay, theo kết quả rà soát và khảo sát trên địa bàn 3 quận Hải Châu, Thanh Khê, và Sơn Trà có tổng cộng 56 bãi đỗ xe bao gồm 24 bãi đỗ xe công cộng hiện trạng, 18 bãi đỗ xe hiện trạng phục vụ cá nhân, doanh nghiệp và 14 bãi đỗ xe tự phát do tư nhân tự đầu tư. Từ năm 2016 đến nay, thành phố đã triển khai biện pháp cấm đậu xe trên đường theo ngày chẵn, ngày lẻ nhằm mục đích hạn chế việc đậu đỗ trên đường và giảm ùn tắc giao thông.

Hệ thống điện: Nguồn điện cấp cho các phụ tải khu vực thành phố được lấy từ lưới điện quốc gia. Hiện tại, lưới điện trung thế đã phủ kín trên toàn bộ khu vực và 100% hộ dân cư đã được nhận điện từ lưới điện quốc gia. Tất cả các tuyến đường đã được lắp đặt hệ thống chiếu sáng đáp ứng yêu cầu đi lại và sinh hoạt của người dân, ngoài ra còn có hệ thống chiếu sáng trang trí tại một số tuyến đường lớn, khu vực công cộng tập trung người dân, du khách, các cây cầu... Nguồn điện hiện có đang đáp ứng đủ cho nhu cầu sinh hoạt, sản xuất và kinh doanh.

Hệ thống cấp nước: Hiện nay, thành phố đang sử dụng các nguồn nước từ hệ thống sông Yên - Cầu Đỏ, sông Cu Đê, nguồn nước suối (suối Đá, suối Tình, suối Lương), nguồn nước hồ (hồ Hòa Trung). Hệ thống cấp nước bao phủ hầu khắp thành phố, cơ bản đảm bảo nhu cầu sinh hoạt, sản xuất, kinh doanh du lịch, dịch vụ.

Hệ thống thu gom và xử lý nước thải, chất thải: Tốc độ đô thị hóa tại thành phố đang diễn ra nhanh chóng, mật độ dân cư và số lượng du khách đến Đà Nẵng liên tục tăng cao (tính đến thời

điểm trước dịch COVID-19), kéo theo nhu cầu dùng nước và lưu lượng xả thải tăng đột biến, gây áp lực lớn lên hạ tầng thu gom và xử lý nước thải, thu gom rác thải; khu vực chịu ảnh hưởng nhiều nhất là khu vực ven biển phía Đông (thuộc lưu vực quận Sơn Trà và Ngũ Hành Sơn).

3.2. Sự kiện xanh tại thành phố Đà Nẵng

Là một thành phố du lịch, thành phố Đà Nẵng đã tận dụng tài nguyên tổ chức nhiều sự kiện du lịch nhằm quảng bá hình ảnh và thu hút khách du lịch đến với thành phố. Các sự kiện tại thành phố được quản lý và tổ chức bởi chính quyền địa phương và kêu gọi được nhiều doanh nghiệp du lịch đồng hành tổ chức (từ năm 2016 đến 2022).

Bảng 2. Một số sự kiện du lịch nổi bật tại Đà Nẵng

<i>Thời gian tổ chức</i>	<i>Tên sự kiện</i>	<i>Mục tiêu/thông điệp</i>
Sự kiện thường niên (27/4-01/5/2018) (26/4-01/5/2019)	Khai trương mùa du lịch biển	Nhằm khởi động mùa du lịch biển Đà Nẵng, giới thiệu các hoạt động, dịch vụ mới đến với người dân và du khách. Đồng thời góp phần làm phong phú các hoạt động vui chơi giải trí nhân dịp lễ 30/4-01/5 và là hoạt động phụ trợ lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng. Qua chương trình cũng sẽ tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường tại bán đảo Sơn Trà và các bãi biển du lịch.
Sự kiện thường niên (01/6-06/7/2019)	Lễ hội pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng 2019	Sự kiện văn hoá du lịch mang tầm cỡ quốc tế.
Sự kiện thường niên (14-19/6/2019)	Đà Nẵng - Điểm hẹn mùa hè	Nhiều hoạt động hấp dẫn về giải trí, văn hóa, thể thao, ẩm thực và hoạt động cộng đồng.
Sự kiện thường niên (19-20/3/2022)	Cuộc thi Marathon Quốc tế Đà Nẵng 2022	Thông điệp "Run it, Beat it", cuộc đua không chỉ là nơi mỗi cá nhân nỗ lực phá vỡ giới hạn của bản thân để khám phá một phiên bản tốt hơn của chính mình. Chạy là điểm xuất phát của hành trình và chinh phục cuộc đua chính là khởi đầu của sự khám phá.
24/9-03/10/2016	Đại hội thể thao bãi biển châu Á ABG5	Sự kết hợp giữa biển và cát phản ánh sức mạnh và ý chí của Việt Nam cũng như mang thông điệp thân thiện chào mừng đến tất cả các đoàn thể thao; đại diện cho sự đoàn kết và hữu nghị của gia đình châu Á với sự kỳ vọng của Đại hội Thể thao Bãi biển châu Á lần thứ 5 thành công.

08-09/5/2017	Đại hội du lịch Golf châu Á 2017	Đề các điểm đến về golf giới thiệu các sân golf mới, gặp gỡ các đối tác trong ngành công nghiệp golf, khách sạn hợp tác với nhau.
31/5-07/6/2019	Lễ hội ẩm thực quốc tế Đà Nẵng	Giới thiệu ẩm thực đặc trưng của Đà Nẵng đến người dân, du khách, xúc tiến, quảng bá du lịch tại chỗ, thu hút du khách.
09/5/2021 (đã hoãn) 08/5/2022	Cuộc thi VNG IRONMAN 70.3 Việt Nam	Thông điệp “Đón nhận thách thức” (Embracing Challenges) của mùa giải cũng chính là lời cổ vũ cho sức mạnh kiên cường của vận động viên trong nước nói riêng và toàn thể người Việt nói chung.

(Nguồn: tổng hợp từ các báo cáo du lịch của thành phố Đà Nẵng)

Trong những năm qua, ý thức được tầm quan trọng của tác động từ du lịch đến môi trường, cũng như sự phát triển bền vững và mục tiêu xây dựng thành phố môi trường, nhiều hoạt động du lịch và sự kiện hướng về thiên nhiên đã được thành phố triển khai. Các loại hình du lịch gắn với sự kiện nhằm nâng cao ý thức bảo vệ môi trường biển được tổ chức như chương trình “Clean up Sơn Trà” (Phối hợp với Trung tâm Bảo tồn đa dạng sinh học Nước Việt Xanh - Green Việt) đã tuyên truyền nâng cao nhận thức của cộng đồng về bảo vệ môi trường, từ đó bảo tồn đa dạng sinh học và bảo vệ động vật hoang dã tại bán đảo Sơn Trà, giảm thiểu tình trạng ô nhiễm môi trường do rác thải gây ra, đặc biệt là rác thải nhựa. Tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường tại bán đảo Sơn Trà và các bãi biển du lịch thông qua sự kiện “Khai trương mùa du lịch biển”. Các sự kiện gắn với hoạt động thể thao (môn chạy, golf, thể thao gắn liền tài nguyên biển) cũng đã được quan tâm và tổ chức: Sự kiện Marathon, Đại hội Thể thao Bãi biển châu Á, Đại hội du lịch Golf châu Á

4. Những thách thức, vấn đề đặt ra cho phát triển sự kiện xanh cho phát triển du lịch bền vững thành phố Đà Nẵng

Thứ nhất, nguy cơ suy giảm về môi trường sinh thái, giảm đa dạng sinh học, đánh mất chất lượng và giá trị cảnh quan đô thị, hệ thống quy hoạch không bắt kịp với sự chuyển đổi đô thị nhanh chóng và đặc biệt là thiếu sự tích hợp không gian xanh vào quy hoạch đô thị xanh... là những vấn đề bất cập trong quy hoạch đô thị xanh của Đà Nẵng. Theo Chương trình môi trường liên hợp quốc - UNEP, các tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên từ hoạt động sự kiện du lịch, bao gồm: hệ sinh thái, kết cấu đất trở nên yếu, có thể tác động đến môi trường tự nhiên, ô nhiễm tiếng ồn và ánh sáng; Tiêu thụ nguồn tài nguyên không tái tạo; Tiêu thụ tài nguyên thiên nhiên; Tăng thải khí nhà kính; Suy giảm tầng ôzôn; Ô nhiễm đất và nước do sử dụng thuốc trừ sâu; Xói mòn đất, tăng lượng chất thải từ trong quá trình xây dựng, tổ chức và từ số lượng khán giả tham gia sự kiện.

Thứ hai, đối với cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất thân thiện với môi trường, rác thải và tiêu thụ năng lượng và quản lý nguồn lực phục vụ sự kiện. Sự kiện xanh phải được tổ chức ở một nơi

phù hợp với tiêu chí xanh của sự kiện để hiện thực hóa các khái niệm xanh. Ví dụ: tổ chức một sự kiện tại một di tích lịch sử có thể giúp tạo ra khái niệm sự kiện. Tuy nhiên, hầu hết các di tích lịch sử không có cơ sở vật chất thích hợp cho một sự kiện xanh, như công nghệ xanh hoặc vật liệu sinh thái. Thực tế trong các nghiên cứu, đánh giá kết quả phân tích tác động từ các hoạt động dịch vụ sự kiện, các nguồn lực được sử dụng trong các sự kiện có thể gây ra tác động tiêu cực đến môi trường: Hệ thống, luồng giao thông quá đông đúc, tắc nghẽn (Park và Boo, 2010); chất thải thực phẩm nhiều, khói nấu nướng dày đặc, sử dụng quá nhiều túi nhựa, bìa cứng và xốp để đựng và trưng bày thực phẩm... những yếu tố này đều có thể gây hại cho môi trường (Laing và Frost, 2010; Wan và Chan, 2013).

Các vấn đề sử dụng các vật dụng, vật liệu bằng nhựa, ny lông, tái sử dụng banner và các vật dụng bằng nhựa, quản lý rác thải, lượng rác thải nhựa sau mỗi sự kiện là bao nhiêu và sẽ đi về đâu khi sản phẩm nhựa mất cả ngàn năm để có thể phân hủy tự nhiên. Cùng với đó, lượng khí thải, tiêu thụ điện cũng là một vấn đề cần phải lưu tâm. Trong đó, pin được coi là thành tố gây khí thải độc hại nhiều nhất và có rất nhiều vật dụng cần dùng đến pin như micro, đèn sân khấu và thiết bị liên lạc... Các vấn đề liên quan đến sự kiện xanh cũng bao gồm quản lý giao thông và quản lý chất thải. Giao thông thường tác động tiêu cực đến môi trường thông qua việc xả thải của các phương tiện giao thông, nhất là khi nhu cầu giao thông sẽ tăng lên đột biến trong các ngày tổ chức sự kiện. Trong khi đó, chất thải luôn là một phần của bất cứ sự kiện nào, nhất là các sự kiện thu hút một lượng lớn người đến tham dự như sự kiện thể thao. Vì vậy, các biện pháp quản lý giao thông và chất thải hiệu suất cao nhằm giảm thiểu trong quá trình vận hành cần được cân nhắc xây dựng từ trước để đảm bảo yếu tố xanh.

Thứ ba, văn hóa xanh trong tổ chức và quản lý sự kiện: Sự sáng tạo, đổi mới trong nguồn lực xanh: Rào cản này có thể kể đến việc kiến thức xanh và các hành vi xanh trong đội ngũ nhân viên còn hạn chế. Việc không hiểu đầy đủ về nguyên tắc xanh có thể dẫn đến thất bại trong tổ chức sự kiện xanh. Ngoài ra, việc không nuôi dưỡng văn hóa xanh, nhận thức tiêu dùng xanh, không khuyến khích nhân viên tham gia vào các thực hành xanh, đổi mới nguồn lực xanh có thể dẫn đến các hành vi chưa phù hợp trong thực hiện sự kiện xanh (Ramely và cộng sự, 2021).

Thứ tư, sự thống nhất của các bên liên quan: Không phải lúc nào các bên liên quan cũng ủng hộ việc tổ chức sự kiện xanh. Có thể nhiều đối tượng tham gia không biết sự quan trọng của yếu tố xanh và tại sao họ lại phải thực hiện hành vi xanh khi tham gia sự kiện. Do đó, để đảm bảo sự thành công của một sự kiện xanh, phải đảm bảo được sự thống nhất của các bên tham gia về mục đích của sự kiện, nhất là sự hỗ trợ của chính quyền địa phương để gia tăng sự quan tâm, chú ý của cộng đồng (Ramely và cộng sự, 2021).

Thứ năm, quảng bá thông điệp xanh: Thách thức về quảng bá thông điệp xanh có thể xảy ra khi các nhà tổ chức sự kiện không truyền tải thành công thông điệp xanh đến những người tham gia. Điều này có thể là sự đưa tin của phương tiện truyền thông không rõ ràng hoặc những người tham gia không nhận ra các thực hành xanh có trong sự kiện. Do đó, mục tiêu của sự kiện xanh không thể đạt được thành công.

Thứ sáu, chiến lược quản trị: Một sự kiện xanh thành công được thể hiện bởi hiệu quả và hiệu suất sử dụng các nguồn tài nguyên, kể cả nguồn lực tài chính và con người. Do đó, trong bối cảnh tổ chức sự kiện xanh, nhà tổ chức cần tìm được các nhân viên với trình độ và kỹ năng phù hợp với việc tổ chức sự kiện xanh. Thêm vào đó, nhà tổ chức cần tổ chức đào tạo, cập nhật

kiến thức xanh và duy trì số lượng nhân lực đã qua đào tạo có kinh nghiệm này. Ngoài ra, chiến lược tài chính cũng cần được quan tâm. Trong tổ chức sự kiện xanh, quản lý tài nguyên bền vững có thể đạt được thông qua việc điều chỉnh giá cả nhằm giảm thiểu sự ô nhiễm và sử dụng tài nguyên, như sử dụng phụ phí và thuế.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Phát triển sự kiện xanh là cơ hội phát triển bền vững ngành du lịch cần thực hiện đồng thời 3 trụ cột kinh tế - môi trường - văn hoá. Thông qua sự kiện xanh, quảng bá hình ảnh du lịch địa phương, quốc gia, hình ảnh du lịch của điểm đến, xây dựng thương hiệu, tạo nên đòn bẩy lớn cho phát triển du lịch, tăng trưởng kinh tế cả ngắn hạn và dài hạn. Với đặc điểm địa lý, nguồn lực, tài nguyên đa dạng, thành phố Đà Nẵng phù hợp với phát triển sự kiện du lịch xanh trong phát triển du lịch bền vững. Sự kiện này không những gắn với các hoạt động với sự tham gia cộng đồng địa phương mà các dịch vụ du lịch thân thiện môi trường, thực hành xanh được phát triển đồng thời. Để sự kiện xanh phát triển phù hợp với xu thế phát triển du lịch bền vững, nhằm thực hiện hiệu quả "mục tiêu kép", vừa phòng, chống dịch Covid-19 vừa phát triển kinh tế-xã hội, với phương châm "Chủ động - Thích ứng - Linh hoạt" trong tình hình mới tại thành phố Đà Nẵng, theo định hướng tăng trưởng xanh với 4 mục tiêu chính là: Giảm cường độ phát thải khí nhà kính trên GDP; xanh hóa các nguồn lực, ngành kinh tế; xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững; xanh hóa quá trình chuyển đổi trên nguyên tắc bình đẳng, bao trùm, nâng cao năng lực chống chịu, có khả năng thích ứng trước biến đổi khí hậu, thành phố Đà Nẵng cần tập trung một số giải pháp sau:

- Xây dựng và triển khai kế hoạch chương trình, tuyên truyền, quảng bá, marketing, thông điệp sự kiện xanh trước, trong và sau sự kiện. Đối với các sự kiện thể thao, cần có sự chuẩn bị chu đáo và phối hợp đồng bộ chặt chẽ giữa cơ quan quản lý du lịch điểm đến, ban tổ chức sự kiện thể thao; hợp tác công tư hiệu quả giữa cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp du lịch, cơ sở thể thao, trung tâm huấn luyện thể thao trước khi sự kiện chính thức diễn ra 1 - 2 năm. Nghiên cứu của Watt từ năm 1998 nhấn mạnh tầm quan trọng mang đến sự thành công trong mục tiêu sự kiện khi tất cả các bên liên quan khác nhau đạt được thống nhất về mục đích và lợi ích khi tham gia sự kiện. Để cạnh tranh trong phát triển thị trường du lịch, tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cộng đồng, các bên tham gia cần có một sự hiểu biết sâu sắc lợi ích và tác động của du lịch xanh, từ quá trình đấu thầu cho các sự kiện, thúc đẩy các cơ hội tài trợ của các tổ chức uy tín trong và ngoài nước để đảm bảo thành công trong kế hoạch, triển khai sự kiện đúng với mục tiêu sự kiện xanh.

- Liên kết, gắn kết chặt chẽ trong huy động các nguồn lực phát triển sự kiện xanh với các địa phương miền Trung, cả nước, khu vực và thế giới. Tăng cường mở rộng hợp tác, huy động nguồn lực với các doanh nghiệp, nhà cung ứng dịch vụ như hãng vận chuyển, lưu trú, lữ hành, tổ chức sự kiện... tạo thành chuỗi liên kết, sức mạnh tổng hợp thực hiện tính chuyên nghiệp, sức hút lan tỏa của sự kiện xanh. Đồng thời bằng cách huy động nguồn lực từ các tổ chức quốc tế và các Chương trình môi trường của Liên hợp quốc (UNEP), Hiệp hội du lịch châu Á - Thái Bình Dương (PATA), tham gia vào các sự kiện lớn để đảm bảo rằng môi trường đang được bảo vệ, đặc biệt UNEP thúc đẩy nhận thức của công chúng về tầm quan trọng của môi trường và cung cấp, hướng dẫn thực hành xanh như trong các Thế vận hội Olympic, FIFA World Cup.

- Tổ chức kiến trúc cảnh quan đô thị xanh, đảm bảo đồng bộ hoá các điều kiện hạ tầng, cơ sở vật chất du lịch, sự kiện thể thao, đảm bảo an ninh, an toàn. Chuẩn bị sẵn sàng hạ tầng phục vụ lượng lớn số lượng và nhu cầu của người tham gia sự kiện cũng như sự hài lòng của du khách trước, trong và sau khi diễn ra sự kiện xanh.

- Ngành du lịch cần triển khai các chương trình, thực hành xanh, hành động thiết thực trong triển khai bộ tiêu chí nhãn du lịch bền vững “Bông Sen xanh” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành. Bộ tiêu chí Nhãn Du lịch bền vững Bông sen xanh ghi nhận mức độ nỗ lực trong bảo vệ môi trường và phát triển bền vững gồm 81 tiêu chí với tổng số 154 điểm và 25 điểm thưởng, chia làm 3 cấp (Cấp cơ sở, Cấp khuyến khích, Cấp cao). Việc áp dụng đối với các đơn vị tham gia tổ chức sự kiện, đối với cơ sở lưu trú trên địa bàn thành phố về việc đạt tiêu chuẩn, được cấp Nhãn Bông sen xanh đảm bảo chất lượng dịch vụ, trong việc bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên, năng lượng, góp phần bảo vệ các di sản, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương và phát triển du lịch bền vững. Tương tự như việc đề xuất thêm bộ tiêu chí xếp hạng khách sạn xanh, làm tiêu chí xếp hạng sao, giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn thì việc tổ chức sự kiện theo tiêu chí xanh cũng cần nghiên cứu và thực hiện.

- Hỗ trợ hoạt động “thực hành xanh” trong các sự kiện thông qua tổ chức các lớp đào tạo nguồn nhân lực, tập huấn về bảo vệ môi trường cho cán bộ quản lý, điều hành doanh nghiệp, lái xe, hướng dẫn viên; tình nguyện viên; Thanh tra, kiểm tra việc chấp hành các quy định về bảo vệ môi trường, tuyên truyền nâng cao nhận thức xã hội về bảo vệ môi trường du lịch; khuyến khích khách du lịch sử dụng và mang túi chất liệu thân thiện với môi trường hoặc có thể tái chế sử dụng trong khi đi du lịch, đến các khu điểm du lịch tham quan; xả rác, phân loại rác đúng nơi quy định... nhằm tạo điểm đến văn minh, thân thiện, hài hòa với thiên nhiên.

- Xây dựng lộ trình đưa ra giải pháp quản lý rác thải tại nguồn, lồng ghép vấn đề này trong mọi hoạt động phát triển kinh tế - xã hội của thành phố. Các sở, ban, ngành nên có hướng tuyên truyền cho các doanh nghiệp tìm các sản phẩm thân thiện môi trường thay thế đồ nhựa và có chính sách khuyến khích doanh nghiệp đi theo hướng xây dựng doanh nghiệp xanh, tôn vinh những doanh nghiệp vì môi trường.

- Khuyến khích, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân trong các sáng kiến xanh, đổi mới sáng tạo sử dụng nguồn lực xanh trong các loại hình du lịch xanh kết hợp với các mô hình du lịch khác cũng bao gồm các hoạt động mang lại nhận thức về giảm thiểu ô nhiễm và sử dụng năng lượng hiệu quả. Các chính sách hỗ trợ, bao gồm chính sách giá hỗ trợ, khuyến khích và tạo điều kiện sử dụng công nghệ, vật liệu xanh để doanh nghiệp nhận thấy được lợi ích khi triển khai. Các biện pháp bao gồm khuyến khích các sản phẩm du lịch như du lịch thể thao sử dụng các phương tiện thân thiện với môi trường, như xe đạp, ô tô điện, xích lô; phố đi bộ, các tour du lịch hướng về thiên nhiên để bảo vệ môi trường, tạo sinh kế bền vững cho người dân địa phương... được định hướng và tạo cơ chế tận dụng tốt. Các hình thức du lịch xanh khác như hình thức du lịch học tập cộng đồng cho phép người tham dự đi xe đạp và sử dụng phương tiện giao thông công cộng cũng như hạn chế hút thuốc tại địa điểm (Merli, R.và cộng sự; 2019), để người tham gia từ du khách đến người bản địa chia sẻ lợi ích cùng nhau, tri thức bản địa, bảo vệ môi trường sinh thái được phát huy thông qua hoạt động tương tác này./.

T.T.T - Đ.T.T

Tài liệu tham khảo

- Ahmad, N. L., Rashid, W. E. W., Abd Razak, N., Yusof, A. N. M., và Shah, N. S. M. (2013). "Green event management and initiatives for sustainable business growth", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4 (5), 331.
- Andereck, K. L. (2009), "Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses", *Journal of sustainable tourism*, 17 (4), 489-499.
- Anuar, A. N. A., Ahmed, H., Jusoh, H., và Hussain, M. Y. (2012), "Understanding the role of stakeholder in the formation of tourist friendly destination concept", *J. Mgmt. và Sustainability*, 2, 69.
- Chen, Y. F., và Mo, H. E. (2014), "A survey of push and pull motivations of green event tourists", *International Journal of Information and Education Technology*, 4 (3), 260.
- Chiu, L. K., Ramely, A., và Abdul Wafi, A. (2020), "Make green growth a priority: issues and challenges in organising green sports tourism events", *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 7 (1), 53.
- Choe, K. H. và Yap, S. (2017), Exploring Malaysian Attendee Attitude towards Green Practices in Exhibitions. Conference: The International Conference on Hospitality, Tourism, and Sports Management. At: Tokyo, Japan. Volume: ISSN 2518-0797, Vol. 1, No. 1, https://www.researchgate.net/publication/326293031_Exploring_Malaysian_Attendee_Attitude_towards_Green_Practices_in_Exhibitions.
- Do, D. T., Huang, J., Cheng, Y., và Truong, T. C. T. (2018), "Da Nang green space system planning: An ecology landscape approach", *Sustainability*, 10 (10), 3506.
- Getz, D. (2008), "Event tourism: Definition, evolution, and research", *Tourism management*, 29 (3), 403-428.
- Getz, D., và Page, S. J. (2016), "Progress and prospects for event tourism research", *Tourism management*, 52, 593-631.
- Goldblatt, J. (2010), *Special events: A new generation and the next frontier*, (Vol. 13), John Wiley và Sons.
- Hannam, K., và Halewood, C. (2006), "European Viking themed festivals: An expression of identity", *Journal of Heritage Tourism*, 1 (1), 17-31.
- Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A., và Duarte, P. A. O. (2014), "Event tourism analysis and state of the art", *European journal of tourism, hospitality and recreation*, 5 (2), 83-102.
- Hong, M., Li, Z., và Drakeford, B. (2021), "Do the green credit guidelines affect corporate green technology innovation? Empirical research from China", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (4), 1682.
- Hồng Quân. (2022), *Tập trung triển khai các nhiệm vụ, giải pháp phục hồi ngành du lịch, thu hút du khách đến Đà Nẵng*, Cổng thông tin điện tử thành phố Đà Nẵng, https://danang.gov.vn/web/guest/chinh-quyen/chi-tiet?id=47372và_c=3.
- Jurowski, C. (2008), "A tool for improving the sustainability of tourism industries", *Proceedings of BEST EN Think Tank VIII*. Izmir, Turkey.
- Kruger, E. A. (2015), *Spectators' contribution to the environmental dimension of sustainable event sports tourism* (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., và Ali, F. (2019), "The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club", *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.
- Mair, J., và Laing, J. (2012), "The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model", *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (5), 683-700.

Maurer, M., Koulouris, P., và Bogner, F. X. (2020), “Green awareness in action-how energy conservation action forces on environmental knowledge, values and behaviour in adolescents’ school life”, *Sustainability*, 12 (3), 955.

Meler, M., và Ham, M. (2012), “Green marketing for green tourism”, In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism và Hospitality Industry* (p. 130). University of Rijeka, Faculty of Tourism và Hospitality Management.

Moise, D., và Macovei, O. I. (2014), “Green Events-The New Responsibility of the Organizations”, *Romanian Journal of Marketing*, (3).

Nawarathna, D. B., và Arachchi, R. S. S. W. (2021), “A study on sustainable event management practices in Sri Lanka; event managers’ perspective”, *Tourism and Sustainable Development Review*, 2 (1), 49-64.

Nhật Hạ (2022). “Sức bật mạnh mẽ của du lịch Đà Nẵng”, Báo Đà Nẵng. <https://baodanang.vn/channel/5404/202201/suc-bat-manh-me-cua-du-lich-da-nang-3899755/#:~:text=C%C3%A1c%20ch%C3%AD%20ti%C3%A4u%20t%C4%83ng%20tr%C6%B0%E1%BB%9Fng,v%C3%A0%20chi%E1%BA%BFm%20t%E1%BB%B7%20tr%E1%BB%8Dng%20l%E1%BB%9Bn>.

Phòng Tổng hợp quy hoạch (2020), *Tình hình kinh tế thành phố Đà Nẵng tháng 11/2020*. Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Đà Nẵng. https://dpi.danang.gov.vn/web/guest/chi-tiet?id=3730và_c=30,34,35,37,38,39,40,41,42,43,44,50,51,52,53,54,55,56,57,58,59,60,61,62,63,64,65.

Ramely, A., Talib, M. F. A., Radha, J. Z. R. R. R., và Mokhtar, M. F. (2021), “Green Event Practices: Understanding the Adaptation of Event Organisers Through a Systematic Review”, *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 9 (1), 119-140.

Smith, S., Costello, C., và Muenchen, R. A. (2010), “Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event”, *Journal of quality assurance in hospitality và tourism*, 11 (1), 17-35.

Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội. (2009), *Bài giảng tổ chức sự kiện*, <https://www.slideshare.net/hoangmaihoangmai/to-chuc-sukiennop3003-31428235>.

Türkmenbaş, T., và Türkmenbaş, Z. (2022), “Technology Use and Innovation Strategies in Event Tourism”, In *ICT as Innovator Between Tourism and Culture* (pp. 104-121). IGI Global.

Wong, I. A., Wan, Y. K. P., và Qi, S. (2015), “Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance”, *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (2), 294-315.

Trịnh Thị Thu - Đinh Thế Toàn: Green events development associated with sustainable tourism in Đà Nẵng city

Green events are playing an important role in the sustainable tourism development in Đà Nẵng city. They have contributed to the effective economic transformation, solving of resource and environmental problems caused by tourism rapid development, and climate change adaptation. Based on the green events perspective, the paper emphasized that green the awareness raising, preservation and promotion of cultural identity, sustainable tourism development, green growth have revealed the role and contribution of the green events, attention and active participation of the local community, social responsibility of engaged stakeholders, innovation and green resources.

The paper widened the conception of green events, proposed models and solutions for tourism development in Đà Nẵng city, a destination of green events in the direction of sustainable tourism and a harmony between economic development and socio- cultural development and environmental protection.

Key word: Green events, sustainable tourism, Đà Nẵng.