

Kinh nghiệm phát triển du lịch xanh ở Nhật Bản và bài học cho Việt Nam

LÊ THỊ LIỄU*

Tóm tắt

Du lịch xanh đang trở thành xu hướng quan trọng trong phát triển du lịch của tất cả các quốc gia trên thế giới. Đây là loại hình du lịch dựa trên tài nguyên thiên nhiên và tập trung vào việc bảo tồn cảnh quan, bảo vệ môi trường, duy trì sự đa dạng sinh học và cân bằng sinh thái. Bài viết tập trung nghiên cứu quá trình phát triển, hiện trạng du lịch xanh và những thành công trong việc phát triển du lịch xanh tại Nhật Bản; đồng thời, nghiên cứu hiện trạng phát triển du lịch xanh ở Việt Nam, từ đó khuyến nghị một số giải pháp nhằm phát triển du lịch xanh ở Việt Nam.

Từ khóa: Du lịch xanh, du lịch bền vững, chính sách phát triển du lịch xanh

Summary

Green tourism is becoming a crucial trend in tourism development in all countries worldwide. It is based on natural resources and focuses on landscape conservation, environmental protection, biodiversity maintenance, and ecological balance. The article focuses on studying the development process, the current situation of green tourism, and successes in developing green tourism in Japan; at the same time, studying the current situation of green tourism development in Vietnam, thereby recommending some solutions to develop green tourism in Vietnam.

Keywords: Green tourism, sustainable tourism, green tourism development policy

GIỚI THIỆU

Tư duy của khách du lịch đang thay đổi và du lịch xanh, du lịch bền vững ngày càng trở nên phổ biến. Du lịch Việt Nam chủ yếu dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa nên việc đảm bảo phát triển xanh và có trách nhiệm với môi trường là con đường duy nhất để ngành phát triển và trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của quốc gia (EUROCHAM, 2024). Theo Báo cáo Du lịch Bền vững 2023 của Booking.com với 33.228 người trả lời trên 35 quốc gia và vùng lãnh thổ, Việt Nam nằm trong top 4 quốc gia khẳng định vai trò quan trọng của du lịch bền vững và 83% du khách Việt Nam muốn có cách tiếp cận du lịch tái tạo và tìm kiếm những kỳ nghỉ có tác động tích cực tối đa. Suy nghĩ này cũng tương tự đối với các du khách quốc tế. Khảo sát của Eurobarometer về Thái độ của công dân châu Âu đối với du lịch (European, 2021) cho thấy, phần lớn công dân EU (82%) sẵn sàng thay đổi một số thói quen của họ để hỗ trợ du lịch bền vững hơn, ví dụ, bằng cách tiêu thụ các sản phẩm địa phương (55%), lựa chọn các phương tiện sinh thái vận chuyển (36%) hoặc trả nhiều tiền hơn để bảo vệ môi trường tự nhiên (35%) hoặc mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương (33%).

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 nhấn mạnh: phát triển du lịch văn hóa gắn phát triển du lịch với bảo tồn,

phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc; xác định du lịch văn hóa là một trong những dòng sản phẩm quan trọng của du lịch Việt Nam; phân đầu đến năm 2030 du lịch văn hóa chiếm tỷ trọng khoảng 30% trong tổng số khoảng 130 tỷ USD tổng thu từ khách du lịch (Chính phủ, 2020). Tuy nhiên, nhiều giá trị di sản văn hóa hiện đang bị thương mại hóa quá mức, làm giảm giá trị văn hóa truyền thống.

Xu hướng phát triển du lịch bền vững, du lịch xanh ở Việt Nam hiện nay được chú trọng hơn, bằng chứng là các doanh nghiệp tổ chức phát triển du lịch theo nguyên tắc phải đi đôi với lợi ích cho cộng đồng, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, cân bằng giữa phát triển du lịch và bảo tồn thiên nhiên. Du lịch xanh giúp tăng trưởng kinh tế bằng cách cung cấp cho cộng đồng và chính quyền địa phương thu nhập ổn định và công bằng. Đơn giản chỉ cần tận dụng những nét đặc trưng về văn hóa của một địa điểm là một ví dụ về mô hình du lịch xanh ở Việt Nam. Người dân địa phương trong vùng có thêm thu nhập và cải thiện cuộc sống nhờ đưa khách du lịch đến tham quan, sử dụng dịch vụ du lịch, mua sắm các sản phẩm đặc trưng của vùng, miền.

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH Ở NHẬT BẢN

“Du lịch xanh” có lẽ là thuật ngữ được sử dụng nhiều nhất ở Nhật Bản để chỉ hoạt động du lịch được

* ThS., Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải | Email: lieult@utt.edu.vn

Ngày nhận bài: 10/11/2024; Ngày phản biện: 30/11/2024; Ngày duyệt đăng: 11/12/2024

thực hiện ở các làng miền núi hoặc ven biển. Gần 70% địa hình của Nhật Bản được bao phủ bởi rừng, khiến nơi đây trở thành một trong những điểm đến xanh nhất thế giới và là thiên đường cho những nhà thám hiểm ngoài trời. Những người yêu thiên nhiên có nhiều lựa chọn những cánh rừng sinh học phong phú, những ngọn núi phủ tuyết, những dòng sông chảy xiết và 32.800 km bờ biển để khám phá. Du lịch xanh ở Nhật Bản khuyến khích cư dân thành thị ở lại một ngôi làng miền núi hoặc ven biển để tái tạo trong môi trường nông thôn và tham gia vào các hoạt động nông nghiệp. Cả nông dân và ngư dân, và cư dân thành thị đều tận hưởng sự tương tác tại nền tảng của cảnh quan nông thôn.

Sự phát triển của du lịch xanh trên khắp Nhật Bản đã chính thức bắt đầu dưới sự ủng hộ của Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản vào năm 1992 bằng việc phòng Cải thiện cơ cấu Nông nghiệp, Cục cải thiện Quản lý của Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản trình bày báo cáo tạm thời của Hội thảo Du lịch Xanh, đây được coi là lần đầu tiên sử dụng thuật ngữ du lịch xanh một cách chính thức. Năm 1994, Luật về thúc đẩy phát triển cơ sở hạ tầng cho hoạt động lưu trú giải trí tại các khu vực nông thôn ra đời. Năm 1995, Hiệp hội các hoạt động tham gia trong nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản khởi xướng hệ thống đăng ký nhà trọ nông trại tại các cộng đồng nông thôn. Năm 1999, Chính phủ Nhật Bản thực hiện biện pháp khuyến khích trao đổi giữa khu vực thành thị và nông thôn và thúc đẩy cải thiện các khu vườn phân bổ nhằm nâng cao hiểu biết và nhận thức của công chúng về nông nghiệp và khu vực nông thôn. Năm 2000, kế hoạch cơ bản về thực phẩm, nông nghiệp và khu vực nông thôn đã được ban hành. Để đạt được sự trao đổi giữa khu vực thành thị và nông thôn, du lịch xanh và trải nghiệm tham gia ở khu vực nông thôn nên được thúc đẩy. Năm 2002, Chính phủ áp dụng quy trình hoạch định chính sách từ trên xuống và du lịch xanh ở Nhật Bản đã được tiến hành ở các vùng nông thôn, tập trung vào việc thành lập nhà trọ nông trại và trải nghiệm làm nông (Yokoyama, 2002).

Năm 2004, vẻ đẹp của cảnh quan nông thôn ở Nhật đã được quảng bá như một điểm thu hút du khách nước ngoài và du khách nước ngoài được coi là tiềm năng mới cho phát triển du lịch xanh (Tsutsui và Sawabata, 2010). Nhiều biện pháp phát triển du lịch xanh bền vững ở Nhật được triển khai, bao gồm việc khuyến khích du khách tham gia các hoạt động thân thiện với môi trường, như: đi bộ đường dài, tắm rừng và tắm suối nước nóng. Ngoài ra, Nhật Bản cũng chú trọng bảo tồn văn hóa truyền thống thông qua việc duy trì các làng nghề thủ công, như làng dệt may ở tỉnh Gunma, nơi du khách có thể trải nghiệm và tìm hiểu về nghệ thuật dệt lụa truyền thống. Các khách sạn tại Tokyo, như: Imperial Hotel và Palace Hotel đã áp dụng mô hình bền vững trong dịch vụ và quản lý, đồng thời cung cấp trải nghiệm sang trọng cho du khách. Nhiều cơ sở lưu trú khác trên cả nước cũng

tích hợp các giải pháp xanh, từ sử dụng năng lượng tái tạo đến hỗ trợ các chương trình bù đắp carbon. Chính phủ Nhật Bản đã xây dựng thương hiệu cho các công viên quốc gia, tạo điều kiện để chúng trở thành điểm đến hấp dẫn toàn cầu. Các sáng kiến như “Enjoy National Parks Project” đã cải thiện cơ sở hạ tầng, cung cấp thông tin đa ngôn ngữ và quảng bá tài nguyên thiên nhiên đến du khách thế giới.

Chính phủ Nhật Bản thúc đẩy các chương trình du lịch xanh thông qua việc phát triển các địa điểm du lịch kết hợp với bảo tồn thiên nhiên và văn hóa. Nhiều khu vực như Kyoto, Okinawa và Niseko đã được công nhận trong danh sách “Top 100 Câu chuyện về sự bền vững” của Green Destinations. Các sáng kiến như: bảo tồn rừng, bảo vệ đa dạng sinh học và giảm thiểu phát thải carbon đang được triển khai tích cực. Các chương trình như: tạo “tranh trên cánh đồng lúa” bằng cách sử dụng giống cây đặc biệt, hay quảng bá ẩm thực truyền thống được UNESCO công nhận như Washoku, đã thu hút đông đảo khách quốc tế và tạo giá trị gia tăng cho cộng đồng địa phương.

Bên cạnh việc áp dụng nhiều biện pháp để cải tiến thủ tục (thủ tục visa), xây dựng hệ thống cửa hàng miễn thuế, tăng cường các chuyến bay và gia tăng các loại hình dịch vụ đặc sắc, Nhật Bản đã rất nỗ lực trong vấn đề marketing để phát triển du lịch. Nhiều chương trình xúc tiến du lịch liên tục được triển khai, các ứng dụng internet marketing không ngừng phát triển để tăng tính hiệu quả cho các hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch. Ví dụ: JNTO đã thiết lập 15 văn phòng đại diện của Nhật Bản ở nước ngoài để tiến hành hoạt động quảng bá du lịch và tham gia hầu hết các hội chợ quốc tế về du lịch, như: ITE Hồng Kông, ITE Đài Loan, KOTFA (Hàn Quốc), NASTAS Travel (Singapore), WTM (Anh),... Ngoài ra, người Nhật cũng đã khai thác triệt để yếu tố công nghệ thông tin - mạng internet để hỗ trợ quảng cáo du lịch Nhật Bản. Đặc biệt, từ năm 2015 đến năm 2017, Bộ Kinh tế - Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản đã công bố một website (<http://nipponquest.com>) để truyền tải những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể (ẩm thực, quà đặc sản, lễ hội, danh lam thắng cảnh...) phục vụ cho du lịch Nhật Bản đến cộng đồng thế giới.

Nhờ triển khai đồng bộ nhiều giải pháp phát triển du lịch xanh, năm 2021 Nhật Bản xếp hạng nhất trong Chỉ số phát triển du lịch và lữ hành của Diễn đàn Kinh tế Thế giới; trong đó, Tính bền vững là một tiêu chí đánh giá quan trọng (World Economic Forum, 2022). Nhật Bản trở thành địa điểm du lịch hấp dẫn của du khách toàn thế giới. Theo nguồn số liệu cơ quan du lịch Nhật Bản (JTA) biên soạn dựa trên dữ liệu do Tổ chức Du lịch Quốc gia Nhật Bản cung cấp (JTA, 2024) năm 2023, có khoảng 25,07 triệu khách du lịch quốc tế đến Nhật Bản, tăng 79% so với mức trước COVID 19 (tăng 102% khi không tính Trung Quốc). Xem xét sự phân chia theo quốc gia/khu vực cho năm 2023, tỷ lệ khách du lịch quốc tế lớn nhất đến từ Hàn Quốc (27,8%); tiếp theo là Đài Loan (16,8%), Trung

Quốc (9,7%), Hồng Kông (8,4%) và Hoa Kỳ 8,2%). Năm 2023, mức tiêu thụ du lịch của khách du lịch quốc tế đến Nhật Bản cũng đạt mức cao kỷ lục là 5,3065 nghìn tỷ Yên (tăng 10,2% so với năm 2019). Xem xét sự phân chia theo quốc gia và khu vực cho năm 2023, thị phần tiêu thụ du lịch lớn nhất đến từ Đài Loan, tiếp theo là Trung Quốc, Hàn Quốc, Hoa Kỳ và Hồng Kông.

Các thành tựu này không chỉ củng cố vị trí của Nhật Bản như một điểm đến xanh mà còn cung cấp bài học quý giá cho các quốc gia khác trong việc phát triển du lịch xanh bền vững.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH Ở VIỆT NAM

Việt Nam có tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa - nhân văn rất phong phú, đa dạng. Đó là điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch xanh. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 nhấn mạnh: phát triển du lịch văn hóa gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc; xác định du lịch văn hóa là một trong những dòng sản phẩm quan trọng của du lịch Việt Nam; phân đầu đến năm 2030, du lịch văn hóa chiếm tỷ trọng khoảng 30% trong tổng số khoảng 130 tỷ USD tổng thu từ khách du lịch. Với chiến lược trên, thời gian qua, nhiều địa phương, công ty lữ hành, khách sạn ở Việt Nam đã chú trọng phát triển du lịch xanh như một số tỉnh Tây Bắc, Quảng Bình, Nghệ An... phát triển du lịch cộng đồng; Huế phát triển du lịch nhà vườn; Nha Trang đẩy mạnh du lịch biển đảo; một số tỉnh Nam Bộ tăng cường du lịch miệt vườn. Nhiều công ty lữ hành xây dựng các tour du lịch xanh; khách sạn đạt chứng chỉ xanh...; những sáng kiến như “Lễ hội Phở Việt Nam” được tổ chức tại Nhật Bản vào ngày 07/10/2023 đã giới thiệu nền văn hóa độc đáo của Việt Nam và thu hút khách du lịch nước ngoài.

Tuy nhiên, hoạt động du lịch còn tồn tại một số vấn đề khiến cho du lịch xanh ở Việt Nam chưa được phát triển, cụ thể: Phát triển du lịch chưa gắn với khai thác và sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên, hiệu suất sử dụng tài nguyên thấp; chưa gắn kết chặt chẽ với bảo vệ môi trường; chưa tính đến biến đổi khí hậu... Việc phát triển quá nhanh đã gây nhiều ảnh hưởng tiêu cực tới môi trường du lịch. Ngày càng có nhiều cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch xây dựng trên các đảo không theo quy hoạch, đã làm tăng nguy cơ xói mòn đường bờ biển, suy thoái hệ sinh thái biển đảo. Nước thải chưa qua xử lý từ các cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch xả trực tiếp vào môi trường làm tăng mức độ ô nhiễm nước biển ven bờ. Những tệ nạn xã hội, văn hóa ngoại lai và hạn chế trong nhận thức về bảo vệ môi trường đã làm giảm hiệu quả kinh tế do du lịch mang lại, gây ảnh hưởng xấu tới hình ảnh và sự phát triển bền vững của ngành Du lịch Việt Nam. Nhiều giá trị di sản văn hóa hiện đang bị thương mại hóa quá mức, làm giảm giá trị văn hóa truyền thống do phát triển quá mức và du lịch đại chúng.

Thêm vào đó, các tỉnh/thành ở Việt Nam đều quảng bá các điểm du lịch của địa phương mình một cách độc lập và ít có sự hợp tác. Cách tiếp cận rời rạc này dẫn đến nhu cầu phải có một thông điệp hoặc chiến lược thống nhất để tiếp thị Việt Nam với khách du lịch nước ngoài. Dữ liệu của cơ quan du lịch cho thấy Việt Nam có tỷ lệ khách quay trở lại du lịch chỉ 5%, so với 50% của Thái Lan. Một số du khách nước ngoài cho biết họ bị tính phí quá cao và bị người dân địa phương đối xử tệ khi đi du lịch ở Việt Nam (Vietnam News, 2022). Để cải thiện tỷ lệ du khách quay trở lại này, Việt Nam cần đảm bảo khách du lịch có trải nghiệm tích cực trong chuyến đi, từ đó khuyến khích họ chia sẻ kinh nghiệm với bạn bè, gia đình và lưu giữ những kỷ niệm đẹp về hành trình. Sự hiếu khách và nồng nhiệt của người dân địa phương đóng vai trò quan trọng trong vấn đề này. Tỷ lệ khách du lịch quay lại lần thứ hai hoặc lần tiếp theo thấp cho thấy cần phải tăng cường tương tác tích cực giữa khách du lịch và người dân địa phương.

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH Ở VIỆT NAM

Từ kinh nghiệm phát triển du lịch xanh của Nhật Bản cùng với chính sách phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước ta, một số khuyến nghị nhằm phát triển du lịch xanh ở Việt Nam như sau:

Thứ nhất, Chính phủ cần đưa ra kế hoạch hành động phối hợp cấp quốc gia để quảng bá các điểm du lịch địa phương và đảm bảo giữ vệ sinh cho các bãi biển, thành phố và điểm di sản văn hóa; thiết lập các chiến dịch tái chế hiệu quả để giảm lượng nhựa thải ra môi trường và nhất quán trong việc xử phạt các hoạt động xả thải không tuân thủ luật pháp.

Thứ hai, xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển du lịch tại các vùng nông thôn dựa trên tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa và làng nghề truyền thống bằng cách hỗ trợ vốn, ưu đãi về thuế, xây dựng các mô hình du lịch xanh cho người dân.

Thứ ba, xây dựng các điểm đến xanh và thiết lập hệ thống đăng ký nhà trọ nông trại tại các cộng đồng nông thôn, tập trung vào phát triển mô hình nhà trọ nông trại và trải nghiệm làm nông ở các khu du lịch.

Thứ tư, áp dụng nhiều biện pháp để cải thiện thủ tục visa cho du khách nước ngoài, xây dựng hệ thống cửa hàng miễn thuế, tăng cường các chuyến bay và gia tăng các loại hình dịch vụ đặc sắc. Xây dựng chiến lược marketing để phát triển du lịch xanh tại các địa phương, như: tổ chức các lễ hội, thiết kế các kênh truyền thông, biên soạn các ấn phẩm giới thiệu về các điểm đến ở vùng nông thôn, các đặc sản và sản phẩm truyền thống, xây dựng website du lịch để lan tỏa thông điệp về du lịch xanh, khuyến khích du khách về các vùng nông thôn để trải nghiệm nét độc đáo và cảnh sắc thiên nhiên nơi vùng quê thôn dã.

Thứ năm, tăng cường giáo dục nhận thức cho cộng đồng và du khách về du lịch xanh thông qua các

chiến dịch truyền thông. Thiết lập các chương trình đào tạo kỹ năng giao tiếp với du khách nước ngoài cho người dân địa phương. Nâng cao nhận thức của cộng đồng về tầm quan trọng của bảo vệ môi trường, tài nguyên và du lịch nông thôn.

Thứ sáu, xây dựng mạng lưới du lịch xanh, kết nối các doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân có cùng cam kết và mục tiêu về du lịch xanh. Mạng lưới này giúp chia sẻ cơ hội về thông tin, kinh nghiệm và tài nguyên, đồng thời tạo ra một nền tảng để phát triển và thúc đẩy du lịch xanh trong cả nước.

KẾT LUẬN

Phát triển du lịch xanh đang trở thành xu hướng chung của các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Qua việc xây dựng các tour du lịch xanh, chúng ta không chỉ tạo ra trải nghiệm du lịch bền vững cho khách hàng, nâng cao thu nhập cho người dân địa phương, mà còn bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên của quốc gia. Chính phủ đã xác định rõ nhiệm vụ của ngành du lịch trong các

năm tới là đảm bảo phát triển du lịch xanh, bền vững. Điều này đòi hỏi sự cam kết, hợp tác từ các doanh nghiệp du lịch, Chính phủ, cộng đồng địa phương và du khách. Cần tạo ra mạng lưới du lịch xanh trên cả nước, khuyến khích hợp tác phát triển và quảng bá du lịch các vùng miền đặc biệt là các vùng nông thôn hoặc các làng nghề truyền thống ở Việt Nam. Để đạt được mục tiêu này, ngành du lịch Việt Nam cần đổi mới và vượt qua nhiều thách thức, như: cải thiện môi trường sống, cải thiện cơ sở hạ tầng, tối giản thủ tục cho du khách quốc tế, nâng cao ý thức của cộng đồng về bảo vệ môi trường sống...

Nếu thành công trong việc phát triển du lịch xanh không những mang lại lợi ích kinh tế cho người dân địa phương, mà còn góp phần vào bảo vệ môi trường, tài nguyên, tăng cường tình yêu thiên nhiên, ý thức bảo vệ môi trường của du khách. Việt Nam có tiềm năng rất lớn để trở thành điểm đến xanh hàng đầu thu hút du khách quốc tế và góp phần vào phát triển bền vững của ngành du lịch và đất nước nếu có sự hợp tác và nỗ lực chung từ các bên liên quan. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Booking.com (2023), *Sustainable travel report 2023*, s.l.: Global Sustainable Tourism Council.

2. Chính phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg, ngày 20/01/2020 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.

3. EUROCHAM (2024), *Sách trắng 2024, Thúc đẩy đầu tư hướng tới nền kinh tế xanh và bền vững*.

4. European, C. (2021), *Attitudes of Europeans towards tourism*, EU Institution, retrieved from <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283>.

5. Hara, N. (2005), *Green tourism in Japan*, *Annals of Economic Studies*, Kagawa University, 45 (in Japanese), 93-132.

6. ITDR (2019), *Nghiên cứu trao đổi về Du lịch xanh tại Việt Nam hiện nay: Bài học kinh nghiệm của Thái Lan và triển vọng trong tương lai*, truy cập từ https://itdr.org.vn/ngnien_cuu/ngnien-cuu-trao-doi-ve-du-lich-xanh-tai-viet-nam-hien-nay-bai-hoc-kinh-nghiem-cua-thai-lan-va-trien-vong-trong-tuong-lai/.

7. JTA, T. J. T. A. (2024), *White Paper on Tourism in Japan 2024*, Tokyo: UN Tourism.

8. Lagodiienko, V. et al. (2022), *Green Tourism as a Component of Sustainable Development of the Region*, *Sciendo*, 44(3), 254-262.

9. MAFF, B. R. D. (2011), *Regarding green tourism*, retrieved from <http://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-cotourism/env/review/>.

10. TTG Asia (2023), *Vietnam's free visa extension a boon for inbound recovery*, retrieved from <https://www.ttgasia.com/2023/10/06/vietnams-free-visa-extension-a-boon-for-inbound-recovery/>.

11. UNWTO (2005), *Making Tourism More Sustainable-A Guide for Policy Makers*, New York, USA: UN Tourism.

12. Vietnam News (2022), *Viet Nam urged to improve services to lure foreign tourists*, retrieved from <https://vietnamnews.vn/society/1443458/viet-nam-urged-to-improve-services-to-lure-foreign-tourists.html>.

13. vietnamtourism (2019), *Du lịch xanh - hướng phát triển bền vững của du lịch Việt Nam*, retrieved from <https://vietnamtourism.gov.vn/>

14. vietnamtourism (2019), *Du lịch xanh - hướng phát triển bền vững của du lịch Việt Nam*, retrieved from <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30843>

15. VnExpress (2023), *Government eyes raising tourist arrival target to 13 million*, retrieved from <https://e.vnexpress.net/news/travel/government-eyes-raising-tourist-arrival-target-to-13-million-4660166.html>.

16. World Economic Forum (2022), *Travel & Tourism Development Index 2021*, Geneva: World Economic Forum.

17. Yokoyama, S. (2002), *Green Tourism and Ecotourism in Europe (Ecotourism: Problems of Compatibility between Regional Development and Nature Conservation)*, *GEOGRAPHICAL SCIENCES*, 57(3), 168-175.