TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN
TẠP CHÍ KHOA HỌC
ĐẠI HỌC SÀI GÒN
ISSN 1859 - 3208
Số 84 (08/2022)

SAIGON UNIVERSITY
SCIENTIFIC JOURNAL
OF SAIGON UNIVERSITY
No. 84 (08/2022)

Email: tcdhsg@sgu.edu.vn ; Website: http://sj.sgu.edu.vn/

HOẠT ĐỘNG CUNG CẤP SẢN PHẨM, DỊCH VỤ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP CỦA DOANH NGHIỆP VÀ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Providing agri-tourism products and services of the enterprises and local communities in the Mekong Delta

Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, Trần Tuyên
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQG TP.HCM

TÓM TẮT

Sự kết hợp giữa nông nghiệp và du lịch tạo nên loại hình du lịch nông nghiệp (DLNN), có thể đem lại nhiều lợi ích kinh tế - xã hội cho các bên. Với diện tích và điều kiện tự nhiên thuận lợi, Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) là nơi có nhiều lợi thế triển khai hoạt động DLNN. Tuy nhiên, sự phát triển của loại hình này hiện được đánh giá là còn mang tính tự phát, chưa được đầu tư đúng mức, chưa được tổ chức đồng bộ và chuyên nghiệp. Thông qua kết quả của cuộc khảo sát đối với 350 người trả lời là đại diện doanh nghiệp hoặc hộ gia đình có cung cấp dịch vụ/ sản phẩm du lịch tại 13 tỉnh ĐBSCL, bài viết này hướng đến việc nắm bắt hoạt động cung cấp sản phẩm, dịch vụ DLNN của các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương tham gia kinh doanh DLNN tại ĐBSCL. Kết quả nghiên cứu đã xác định được nội dung hoạt động DLNN, hình thức liên kết, các khó khăn và dự định phát triển trong tương lai của các đơn vị này.

Từ khóa: *cộng đồng địa phương, doanh nghiệp du lịch, du lịch nông nghiệp, Đồng bằng sông Cửu Long*

ABSTRACT

The combination of agriculture and tourism creates a type of agri-tourism, which can bring many socio-economic benefits to both parties. With favorable area and natural resources, the Mekong Delta is an ideal place for implementing agricultural tourism activities. However, the development of this type is currently assessed as still spontaneous, not properly invested, not organized synchronously and professionally. Based on the survey results of 350 respondents who are representatives of tourism enterprises or households providing tourism services or products in 13 provinces in the Mekong Delta, this article aims to investigate the activities of providing agri-tourism products and services of enterprises and local communities engaged in agricultural tourism business in the Delta. Research results have identified the content of agricultural tourism activities, forms of association, difficulties and future development tendency.

Keywords: *local community, Mekong Delta, agri-tourism, tourism enterprise*

Email: nguyenthivanhanh@hcmussh.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Du lịch có mối liên hệ rộng rãi với các ngành kinh tế khác. Một trong những ngành nghề cơ bản có liên quan tới du lịch là nông nghiệp (ILO, 2012). DLNN bao gồm các hoạt động chiêm ngưỡng, giải trí, nghỉ dưỡng và giáo dục của du khách diễn ra tại một trang trại hay một bối cảnh gắn với sản xuất nông nghiệp (Fleischer và Tchetchik 2005; Veeck, Che và Veeck 2006 trích theo Dương Trường Phúc, 2021; Arroyo, 2012). DLNN giúp đa dạng hóa nông nghiệp và du lịch, thúc đẩy các điều kiện kinh tế - xã hội khu vực nông thôn, tăng cường giá trị gia tăng cho nông sản, thúc đẩy an ninh sinh kế của nông dân, tạo sản phẩm du lịch mới đáp ứng nhu cầu thị trường (Dương Trường Phúc 2021; Võ Sáng Xuân Lan, 2021).

Với diện tích và điều kiện tự nhiên thuận lợi (nhiều sông ngòi, đồng ruộng, địa hình bằng phẳng, khí hậu ôn hòa quanh năm), ĐBSCL là nơi có nhiều lợi thế phát triển DLNN với những hoạt động phổ biến như tham quan làng nghề, vườn trái cây, trải nghiệm một ngày làm nông dân, lưu trú homestay, nghỉ dưỡng, tham gia lễ hội nông nghiệp (Võ Sáng Xuân Lan, 2021).

Mặc dù có nhiều tiềm năng, sự phát triển DLNN tại ĐBSCL hiện nay được đánh giá là còn mang tính tự phát, chưa được đầu tư đúng mức, chưa được tổ chức đồng bộ và chuyên nghiệp (Châu Phương Uyên, 2018). Để từng bước khắc phục những tồn tại này, một trong những việc cần làm là nghiên cứu, nắm bắt hoạt động cung cấp sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp của các doanh nghiệp du lịch và các hộ gia đình tham gia kinh doanh du lịch tại địa phương, trên cơ sở đó đề xuất những khuyến nghị và giải pháp để phát huy thế mạnh và hạn chế những điểm yếu trong vận hành hoạt động DLNN tại ĐBSCL. Mục tiêu này được bài viết cụ thể hóa thông qua việc tìm hiểu các hoạt động/ dịch vụ DLNN được cung cấp bởi các doanh nghiệp/ hộ gia đình tại các điểm DLNN của 13 tỉnh ĐBSCL, cách thức liên kết giữa các chủ thể này trong quá trình hoạt động, những khó khăn mà họ gặp phải và dự định phát triển kinh doanh DLNN trong thời gian tới.

2. Lý thuyết và phương pháp

Lý thuyết hay cách tiếp cận các bên liên quan (Stakeholders theory/ approach) ra đời từ năm 1984 trong lĩnh vực quản lý, sau đó được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có du lịch (Bui Duc Sinh et al, 2016). Từ cách tiếp cận này, mọi cá nhân, nhóm có khả năng gây ảnh hưởng hay chịu ảnh hưởng từ các hoạt động du lịch đều được xem là bên liên quan trong lĩnh vực du lịch, đều có vai trò nhất định cũng như cần được xem xét như một thành tố trong chuỗi vận hành hoạt động du lịch. Nhiều nghiên cứu về du lịch vận dụng cách tiếp cận này đã chỉ ra các chủ thể cơ bản của hoạt động du lịch bao gồm: cộng đồng địa phương, doanh nghiệp, chính quyền (Aas, 2005; Byrd, 2007 trích theo Bui Duc Sinh et al, 2016) và các cơ quan học thuật (Sassenberg 2009 trích theo Bui Duc Sinh et al, 2016). Trong tất cả các quan điểm và các vận dụng, nhóm chủ thể cộng đồng địa phương và doanh nghiệp luôn có mặt và được khẳng định vai trò quan trọng.

Reddy (2019) đã chỉ ra những khía cạnh trực tiếp và gián tiếp mà DLNN có thể tạo ra lợi ích đối với nhóm cộng đồng địa phương (bao gồm cả các chủ hộ nông nghiệp) và doanh nghiệp du lịch:

Đối với người nông dân, DLNN có thể

giúp họ: Có cơ hội mở rộng quy mô sản xuất; Tăng nguồn kinh phí; Nhận thức về những sản vật nông nghiệp địa phương sẽ được gia tăng; Điều kiện sống tại vùng nông thôn sẽ được cải thiện; Kỹ năng quản lý và tinh thần doanh nghiệp của người nông dân sẽ được nâng cao; Việc kinh doanh của các hộ nông dân sẽ có cơ hội phát triển bền vững.

Đối với cộng đồng địa phương, DLNN có thể giúp: Cơ sở hạ tầng được nâng cấp; Đất nông nghiệp tại địa phương sẽ được bảo vệ; Ngành nghề thủ công và nông nghiệp truyền thống được bảo tồn và duy trì; Tăng cường các mối liên hệ liên vùng, giao thoa văn hóa; Các sản vật nông nghiệp và văn hóa của địa phương sẽ được thúc đẩy.

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, DLNN có thể giúp: Thêm các cơ hội mở rộng và kết hợp các loại hình dịch vụ và sản phẩm du lịch; Mở rộng địa bàn triển khai các hoạt động du lịch.

Từ những lợi ích này, việc tham gia cung cấp các sản phẩm, dịch vụ DLNN của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương đóng vai trò quan trọng đối với chính họ cũng như thể hiện ý nghĩa với hoạt động DLNN nói chung.

Hoạt động cung cấp sản phẩm, dịch vụ DLNN của các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương tại ĐBSCL được mô tả thông qua kết quả của cuộc khảo sát đối với 350 người trả lời là đại diện doanh nghiệp hoặc hộ gia đình có cung cấp dịch vụ/ sản phẩm du lịch tại 13 tỉnh ĐBSCL. Khảo sát được tiến hành từ tháng 5-8 năm 2020 và được xử lý bằng phần phần mềm thống kê cho khoa học xã hội SPSS.

Bảng hỏi phục vụ khảo sát được thiết kế để thu thập nhiều thông tin khác nhau liên quan đến hoạt động DLNN tại địa phương. Chỉ các nội dung liên quan đến việc cung cấp sản phẩm/ dịch vụ du lịch của doanh nghiệp và các hộ gia đình được khai thác để phân tích trong bài viết này.

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Một số đặc điểm của mẫu khảo sát

Những người tham gia khảo sát là đại diện của 350 doanh nghiệp, hộ gia đình có cung cấp sản phẩm/ dịch vụ DLNN. Những hộ gia đình này sinh sống tại cộng đồng, là một phần của cộng đồng địa phương, có tham gia cung cấp các sản phẩm, dịch vụ liên quan đến hoạt động du lịch và được gọi chung là cộng đồng địa phương (CĐĐP). Bảng hỏi tìm hiểu một số thông tin cơ bản về các doanh nghiệp, hộ gia đình này như số năm tham gia cung cấp sản phẩm/ dịch vụ du lịch, loại hình tham gia kinh doanh của đơn vị.

Về số năm tham gia hoạt động cung cấp sản phẩm/ dịch vụ khá đa dạng, thấp nhất là 1 năm và cao nhất là 30 năm, số năm trung bình là 6.87 năm. Nghiên cứu chia thành các nhóm thời gian để quan sát, kết quả cụ thể: từ 5 năm trở xuống chiếm tỉ lệ cao nhất 52.9% (185), từ 6 đến 10 năm chiếm 25.4% (89), trên 10 năm chiếm tỉ lệ thấp nhất 21.7% (76). Đa số các doanh nghiệp và hộ gia đình có thời gian hoạt động dưới 5 năm. Về loại hình đơn vị tham gia cao nhất là cơ sở kinh doanh 55.1% (193), có 34.9% (122) là công ty, thấp nhất là hộ gia đình 10.0% (35), cụ thể thể hiện ở bảng dưới:

Bảng 1: Một số đặc điểm của mẫu khảo sát

STT	Biến quan sát	Tần số	Tần suất (%)
Số năm tham gia			
1	Từ 5 năm trở xuống	185	52.9
2	Từ 6 đến 10 năm	89	25.4
3	Trên 10 năm	76	21.7
Loại hình tham gia			
4	Công ty	122	34.9
5	Doanh nghiệp tư nhân	193	55.1
6	Hộ gia đình	35	10.0

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

3.2. Hoạt động du lịch nông nghiệp được thực hiện bởi doanh nghiệp và cộng đồng địa phương

Doanh nghiệp và CĐĐP tham gia hoạt động DLNN chủ yếu dưới hình thức cung cấp sản phẩm/ dịch vụ cho du khách nhằm 2 mục đích chủ yếu là kinh tế, gia tăng thu nhập cho hoạt động nông nghiệp thuần túy (Meraner, M.; Heijman, W.; Kuhlman, T.; Finger, R., 2015) cũng như khai thác nguồn lợi du lịch hiện có (McGehee et al, 2002), mô hình này giúp khắc phục các biến động thu nhập trong hoạt động sản xuất nông nghiệp (Markantoni, M.; Strijker, D.; Koster, S., 2014). Các cơ sở này khai thác giá trị từ hệ sinh thái tự nhiên và sinh kế nông nghiệp để sáng tạo ra nhiều loại hình sản phẩm/ dịch vụ DLNN cung cấp đến du khách (Tiraietari, N.; Hamzah, A, 2012).

Dựa theo thực tiễn tình hình tại ĐBSCL, nghiên cứu phân loại và tiến hành tìm hiểu các loại hình sản phẩm/ dịch vụ DLNN cũng như mức độ thường xuyên mà các đơn vị này cung cấp đến du khách, kết quả cho thấy hoạt động DLNN diễn ra khá đa dạng với nhiều tỉ lệ tham gia khác nhau ở các loại hình dịch vụ, kết quả cụ thể như sau:

Bảng 2: Thống kê loại hình sản phẩm/ dịch vụ tham gia cung cấp

STT	**Loại dịch vụ cung cấp**	**Tần số**	**Tần suất (%)**
1	Dịch vụ lữ hành	74	14.0%
2	Dịch vụ mua sắm đặc sản địa phương, hàng lưu niệm	73	13.9%
3	Kinh doanh lưu trú	95	18.0%
4	Sản xuất, trình diễn sản xuất đặc sản, sản phẩm địa phương	47	8.9%
5	Kinh doanh dịch vụ ăn uống	124	23.5%
6	Cung ứng dịch vụ vận chuyển	58	11.0%
7	Nông hộ hoặc khu điểm du lịch	56	10.6%

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

Về hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống, đây là loại hình có sự tham gia cao nhất 23.5% (124). Thực tế cho thấy loại hình sản phẩm/ dịch vụ DLNN phổ biến hiện nay tại ĐBSCL là ẩm thực và ẩm thực tại ĐBSCL cũng là nguồn tài nguyên du lịch quan trọng đối với hoạt động DLNN (Nguyễn Ngọc Trang, 2021). Nhiều cơ sở khai thác giá trị văn hóa ẩm thực đặc sắc của cộng đồng các dân tộc tại ĐBSCL cùng các sản phẩm nông sản tươi sạch để tạo nên các món ăn, thức uống cung cấp cho khách du lịch. Theo nghiên cứu của Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự năm 2015 thì có đến 60.0% khách du lịch tại ĐBSCL với mục đích thưởng thức đặc sản. Một khảo sát khác của nhóm nghiên cứu với 650 du khách DLNN tại ĐBSCL cùng thời điểm cho thấy họ đều hài lòng với các nội dung về hoạt động ẩm thực (Ngô Thị Phương Lan, 2021).

Về hoạt động kinh doanh lưu trú, đây cũng là một loại hình thu hút nhiều sự quan tâm của các cơ sở kinh doanh (18.0% (95) tham gia) và tiêu biểu trong hoạt động DLNN. Các hình thức lưu trú trong DLNN khá đặc sắc và mang đặc trưng riêng biệt, các nghiên cứu cũng đề cập khái niệm "lưu trú dựa vào nông dân (farmer-based accommodation)" thay vì "lưu trú dựa vào trang trại (farm-based accommodation) vì hoạt động lưu trú này giúp du khách trải nghiệm sinh kế nông nghiệp truyền thống của nông dân chứ không đơn thuần là sự tồn tại vật lý trên trang trại (Stotten R, Maurer M, Herrmann H, Schermer M., 2019). Hiện nay tại ĐBSCL, phổ biến nhất là homestay hoặc chỗ nghỉ trong các cơ sở hoạt động DLNN, các hình thức khác chưa phổ biến và đa phần các cơ sở lưu trú này vẫn chưa đạt các yêu cầu về tính "dựa vào nông dân".

Hoạt động kinh doanh lữ hành và vận chuyển lần lượt có tỉ lệ tham gia cung cấp là 14.0% (74) và 11.0% (56). Thời gian qua, một số đơn vị lữ hành đã được hình thành tại ĐBSCL để tham gia cung cấp thông tin, sản phẩm đến du khách và tổ chức các chương trình DLNN. Các đơn vị này thường liên kết với các doanh nghiệp lữ hành tại TP.HCM để nhận khách và tổ chức chuyến đi, một số mô hình DLNN/ du lịch cộng đồng cũng đã bắt đầu tự liên kết với các doanh nghiệp tương tự để nhận khách (Cồn Sơn, Cần Thơ). Hoạt động vận chuyển du lịch tại ĐBSCL đa phần được khai thác dựa trên hệ thống giao thông công cộng hiện có, ít có đơn vị đầu tư cách thức vận chuyển riêng biệt cho du khách tại địa điểm (ví dụ xe đạp, xe điện, xe ngựa kéo, …). Tuy vậy, hệ thống hạ tầng giao thông tại ĐBSCL còn nhiều khó khăn để phát triển DLNN nói riêng và du lịch nói chung, đến năm 2018, toàn vùng chỉ có 93% xã có đường ô tô dẫn đến trung tâm, thấp nhất trong các vùng kinh tế khác của cả nước. Giao thông nông thôn đường bộ chưa theo kịp tốc độ phát triển của vùng, phân bố chưa đều, … trong khi đó đường thủy chưa được khai thác tốt (Hiệp hội du lịch ĐBSCL, 2018).

Loại hình nông hộ hoặc khu điểm du lịch có tỉ lệ cung cấp khá khiêm tốn, 10.6% (56). Hiện nay, ĐBSCL có nhiều đơn vị hình thành dịch vụ điểm DLNN, đây là nơi để du khách sử dụng các phức hợp dịch vụ DLNN từ tham quan, trải nghiệm và mua sắm. Hoạt động tham quan gắn liền với các khung cảnh vườn, ruộng, sông nước, trải nghiệm lưu trú, ăn uống và hoạt động nông nghiệp, cuối cùng là mua sắm hàng hóa, đây là một tập hợp các dịch vụ DLNN tương đối hoàn chỉnh (Blacka et al, 2001), ví dụ như tại Làng du lịch Mỹ Khánh (Cần Thơ), Cù lao An Bình (Vĩnh Long), Cồn Chim (Trà Vinh), … Cách thức tổ chức các điểm này

khá đa dạng, nhiều cơ sở kinh doanh không đủ điều kiện để hình thành các điểm du lịch quy mô, tuy vậy vẫn kinh doanh một số dịch vụ trong hợp phần này, thường là ăn uống kết hợp tham quan, trải nghiệm (ví dụ trường hợp Cồn Sơn, Cần Thơ).

Về hoạt động sản xuất, trình diễn sản xuất đặc sản, sản phẩm địa phương, đây là loại hình dịch vụ có tỉ lệ tham gia cung cấp thấp nhất với 8.9% (47). Việc tổ chức để du khách tham quan, trực tiếp trải nghiệm các công đoạn liên quan hoạt động nông nghiệp trong DLNN khá phổ biến trên thế giới (Dwi Suhartanto, David Dean, Brendan T. Chen & Lusianus Kusdibyo, 2020). Tại ĐBSCL, du khách có khả năng hóa thân để trải nghiệm một số khâu trong việc chế biến sản phẩm đặc sản địa phương (bánh tráng, cốm kẹo, hủ tiếu, …) và thưởng thức sản phẩm do mình tham gia tạo ra, điều này giúp họ hứng thú hơn và chi tiền mua sản phẩm nhiều hơn trong chuyến đi DLNN. Tuy vậy, hiện nay các đơn vị kinh doanh chưa có nhiều sáng tạo, đa phần thực hiện lặp lại dựa vào các hình mẫu có sẵn, vì thế sản phẩm DLNN dễ bị một màu, du khách dễ nhàm chán (Nguyễn Thành Hưng, 2021).

Dịch vụ mua sắm đặc sản địa phương, hàng lưu niệm ghi nhận 13.9% (73) các cơ sở kinh doanh tham gia cung cấp, thực tế, dịch vụ này đa phần đều có tại các điểm DLNN tại ĐBSCL và hoạt động khá hiệu quả. Các đặc sản được cơ sở kinh doanh bày bán tại cơ sở sản xuất (thông qua việc du khách trải nghiệm thực hiện và mua sản phẩm) hoặc tại các điểm dừng chân, điểm du lịch, nông hộ. Có thể kể đến một số sản phẩm quà tặng đặc sản nổi bật có liên quan đến hoạt động DLNN như: cốm dẹp, trà sen, kẹo sen, mứt hoa, mật ong, bánh gạo, bánh cốm, khô cá, ... Ngoài ra còn là những sản phẩm nhà cửa đời sống mà du khách có thể sử dụng trong cuộc sống hàng ngày như: tinh dầu, hoa ướp khô, dầu dừa, … (Phan Nguyễn Phong Luân, 2021).

Nhìn chung, hoạt động cung cấp sản phẩm/ dịch vụ DLNN tại ĐBSCL khá đa dạng về loại hình, cơ bản đáp ứng yêu cầu tham quan, trải nghiệm và mua sắm của du khách. Nghiên cứu tiếp tục đánh giá mức độ thường xuyên mà doanh nghiệp và CĐĐP thực hiện các hoạt động cung cấp sản phẩm/ dịch vụ này theo 5 cấp độ từ: 1. Chưa bao giờ; 2. Hiếm khi; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên, kết quả như sau:

Bảng 3: Mức độ thường xuyên thực hiện các hoạt động du lịch nông nghiệp

STT	Biến quan sát	Trung bình
1	Bán/ đưa du khách tới điểm bán các sản phẩm nông nghiệp địa phương	2.75
2	Trực tiếp đón du khách/ đưa du khách tới trang trại, vườn, nông hộ tham quan	2.83
3	Trực tiếp hướng dẫn du khách/ đưa du khách tới điểm có hướng dẫn tham gia quy trình sản xuất nông nghiệp (trồng, chăm sóc, thu hoạch)	2.72
4	Trực tiếp đón du khách lưu trú/ đưa du khách tới lưu trú tại các homestay nông hộ, nhà vườn	2.68

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

Kết quả trên cho thấy, 4/4 nội dung đều chỉ được nhóm khách thể thỉnh thoảng thực hiện, hoạt động thực hiện với tần suất nhiều nhất là trực tiếp đón du khách/ đưa du khách tới trang trại, vườn, nông hộ tham quan (mean = 2.83), và ít thường xuyên nhất là trực tiếp đón du khách lưu trú/ đưa du khách tới lưu trú tại các homestay nông hộ, nhà vườn (mean = 2.68). Cụ thể hơn, khoảng gần 20% các cơ sở trong mẫu khảo sát chưa bao giờ thực hiện các hoạt động trên và tần suất thực hiện rất thường xuyên những hoạt động này chỉ chiếm chưa tới 10% ở tất cả các loại hình. Có thể thấy, đa phần các hoạt động chỉ mới diễn ra ở mức độ thỉnh thoảng tại các cơ sở kinh doanh tham gia khảo sát và các hoạt động về lưu trú, tham gia trải nghiệm quy trình sản xuất nông nghiệp còn khá hạn chế, chủ yếu chỉ tập trung vào hoạt động tham quan hoặc mua sắm các sản phẩm đặc sản tại địa phương.

Đây cũng là một hạn chế tiêu biểu của du lịch nói chung và DLNN nói riêng tại ĐBSCL trong thời gian qua. Đa số các hoạt động trong DLNN là đến tham quan, trải nghiệm ẩm thực, nghệ thuật tại các điểm kinh doanh và mua sắm hàng lưu niệm. Chính vì thế, có một sự đơn điệu và thiếu hụt về hoạt động trải nghiệm cho du khách, trong khi đây là hợp phần quan trọng trong sản phẩm/ dịch vụ DLNN (Dwi Suhartanto, David Dean, Brendan T. Chen & Lusianus Kusdibyo, 2020). Việc chỉ tập trung khai thác lợi thế về cảnh quan mà không đầu tư thêm hoạt động để gia tăng tính trải nghiệm của sản phẩm/ dịch vụ DLNN dần khiến các sản phẩm này trở nên một màu, thiếu tính đột phá và thu hút du khách.

Thời gian qua cũng có một số mô hình sáng tạo trong việc tạo ra các hoạt động trải nghiệm cho du khách, bước đầu mang lại thương hiệu cho địa phương. Những nông hộ gia tăng giá trị cho sản phẩm thông qua sự sáng tạo riêng của họ, đa phần đều dựa trên kinh nghiệm cá nhân, sự gợi ý từ du khách và các đơn vị nghiên cứu. Một số ví dụ điển hình như mô hình "cá lóc bay", "cho cá ăn cơm", "mỗi nhà mỗi món", … tại Cồn Sơn (Cần Thơ) hay các hoạt động câu cua, dỡ lờ; xay bột, làm bánh hoặc chơi các trò chơi dân gian, họp chợ quê, … tại Cồn Chim (Trà Vinh). Các mô hình trải nghiệm này dần được hình thành, tuy vậy còn khá hạn chế và chưa được hướng dẫn triển khai để các địa phương khác có thể vận dụng và sáng tạo ra hoạt động của mình.

Tóm lại, nghiên cứu cụ thể về hoạt động DLNN mà các doanh nghiệp, CĐĐP tham gia thực hiện tại ĐBSCL đã khái quát được các loại hình sản phẩm/ dịch vụ mà các cơ sở này tham gia cung cấp. Tỉ lệ tham gia giữa các nhóm sản phẩm/ dịch vụ khách nhau cho thấy hiện nay hoạt động DLNN diễn ra khá đa dạng, với nhiều hợp phần dịch vụ khác nhau để cung cấp đến du khách. Tuy vậy, kết quả phân tích cũng cho thấy mức độ thường xuyên thực hiện các hoạt động này chưa cao và đa phần chỉ dừng lại ở tham quan và mua sắm mà hạn chế đi các hoạt động trải nghiệm của du khách.

3.3. Liên kết giữa các chủ thể trong hoạt động du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long

Các bên liên quan trong các mô hình hoạt động du lịch luôn cần xác lập những hình thức liên kết để tổ chức, vận hành toàn bộ chương trình du lịch (McComb, E., Boyd, S., & Boluk, K., 2017) và có những căn cứ để giải quyết khi phát sinh các vấn đề, trong hoạt động DLNN tại ĐBSCL, các doanh nghiệp và CĐĐP nhìn chung cũng đã bắt đầu có những xác lập như thế.

Nghiên cứu tiến hành tìm hiểu việc thực hiện và cách thức thực hiện các liên kết giữa các bên liên quan trong hoạt động DLNN tại ĐBSCL. Có 3 hình thức được đưa ra khảo sát: (1) Ký hợp đồng chính thức; (2) Trao đổi không chính thức, thỏa thuận miệng; (3) Không có hoạt động liên kết. Kết quả cụ thể như sau:

Bảng 4: Sự liên kết và cách thức thực hiện các liên kết giữa doanh nghiệp/hộ với các bên liên quan trong hoạt động du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long

STT	Bên liên quan	Tần suất (%)		
		(1)	(2)	(3)
1	Cơ sở lưu trú (khách sạn, nhà nghỉ, homestay, …)	23.1	46.6	30.3
2	Công ty du lịch ngoài địa phương	22.6	36.3	41.1
3	Công ty du lịch tại địa phương	26.6	46.3	27.1
4	Hướng dẫn viên địa phương	13.1	59.7	27.1
5	Đơn vị vận chuyển khách (nhà xe)	21.4	47.7	30.9
6	Các lái đò, xe lôi, xe ôm cá nhân tại địa phương	10.9	57.4	31.7
7	Các nông hộ cung cấp sản phẩm nông nghiệp	11.4	52.0	36.6
8	Các cơ sở sản xuất thủ công, sản phẩm khác tại địa phương	12.9	50.6	36.6
9	Nhà hàng, quán ăn tại địa phương	15.4	58.0	26.6

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

Nhìn chung, các doanh nghiệp và CĐĐP tham gia cung cấp sản phẩm/ dịch vụ DLNN được khảo sát đều có những liên kết với các bên liên quan thông qua (1) Ký hợp đồng chính thức hoặc (2) Trao đổi không chính thức, thỏa thuận miệng. Cụ thể, hình thức trao đổi không chính thức hoặc thỏa thuận miệng chiếm tỉ lệ cao nhất trong các hình thức với tất cả các đối tác, chỉ trừ trường hợp với Công ty du lịch ngoài địa phương thì tỉ lệ không thực hiện liên kết là cao nhất (41.1%). Tỉ lệ ký hợp đồng chính thức với các đối tác thấp nhất trong các hình thức thực hiện liên kết và thấp nhất là đối với Các lái đò, xe lôi, xe ôm cá nhân tại địa phương (10.9%), tuy vậy trong đó cao nhất là với Công ty du lịch tại địa phương (26.6%).

Kết quả trên cho thấy, giữa các bên liên quan trong hoạt động DLNN tại ĐBSCL đã hình thành những sự liên kết ban đầu cho việc hợp tác cung cấp sản phẩm/ dịch vụ cho du khách, đây là những tín hiệu phấn khởi cho việc tổ chức, phối hợp chuyên nghiệp trong hoạt động DLNN. Tỉ lệ ký kết hợp đồng chính thức cao nhất đối với Công ty du lịch tại địa phương (26.6%), đây là nguồn cung khách chủ yếu cho các doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh. Tuy vậy, đa số các hình thức liên kết không chính thức, thỏa thuận miệng vẫn còn chiếm tỉ lệ cao nhất (cao nhất là đối với Hướng dẫn viên địa phương, 59.7%) ngược lại, tỉ lệ ký hợp

đồng chính thức lại còn rất thấp. Một điểm đáng chú ý, tỉ lệ không thực hiện liên kết với các Công ty du lịch ngoài địa phương là cao nhất (41.1%), điều này cho thấy các doanh nghiệp này chưa chủ động mở rộng thị trường khác ra khỏi phạm vi ĐBSCL, chưa có nhiều hoạt động để phát triển thị trường.

3.4 Khó khăn của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long

Việc triển khai hoạt động DLNN thường gặp một số khó khăn do đặc trưng về địa bàn thực hiện, chủ thể thực hiện và cách thức chuyển tải yếu tố nông nghiệp và sản phẩm/ dịch vụ du lịch (Michal Sznajder, Lucyna Przezbórska and Frank Scrimgeour, 2009). Các doanh nghiệp và CĐĐP tại ĐBSCL khi tham gia vào hoạt động DLNN gặp phải một số rào cản nhất định, nghiên cứu này tìm hiểu tỉ lệ các khó khăn mà các cơ sở này gặp phải theo 3 nhóm: du khách và sản phẩm; năng lực tham gia hoạt động DLNN; chính sách hỗ trợ, kết quả cụ thể như sau:

Bảng 5: Các khó khăn cơ sở gặp phải khi tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp

STT	Biến quan sát	Tần số	Tần suất (%)
Về du khách và sản phẩm			
1	Du khách chưa có nhiều nhu cầu đối với DLNN	153	44.0%
2	Cơ sở lưu trú đặc thù nông nghiệp còn thiếu	192	55.2%
3	Các sản phẩm nông nghiệp chưa đa dạng, độc đáo	219	62.9%
Về năng lực tham gia hoạt động DLNN			
4	Thông tin về DLNN còn ít	208	59.8%
5	Người nông dân chưa sẵn sàng tham gia hoạt động DLNN	157	45.1%
6	Kiến thức, kỹ năng về làm du lịch của các nông hộ còn yếu	229	65.8%
7	Chưa biết cách khai thác các giá trị nông nghiệp để làm du lịch	205	58.9%
Về chính sách hỗ trợ			
8	Địa phương chưa triển khai mạnh về DLNN	172	49.4%
9	Thiếu sự liên kết giữa các bên liên quan (chính quyền, doanh nghiệp, hộ dân…)	202	58.0%
10	Khó khăn khác	23	6.6%

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

Nhìn chung, kết quả trên cho thấy các nội dung khó khăn mà nghiên cứu khảo sát nhận được tỉ lệ dao động từ 44.0% đến 65.8% từ nhóm khách thể, cao nhất là vấn đề kiến thức, kỹ năng làm du lịch của các nông hộ còn yếu (65.8%) và thấp nhất là du khách chưa có nhiều nhu cầu đối với DLNN (44.0%). Một tỉ lệ nhỏ các khó khăn khác cũng được nhóm khách thể chỉ ra (6.6%).

Về du khách và sản phẩm, khó khăn lớn nhất với nhóm khách thể là các sản phẩm nông nghiệp chưa đa dạng, độc đáo (62.9%), tiếp đến là cơ sở lưu trú đặc thù nông nghiệp còn thiếu và du khách chưa có nhiều nhu cầu đối với DLNN. Thực tế cũng cho thấy, tour du lịch phổ biến tại ĐBSCL chủ yếu làm tham quan vườn cây ăn trái, cảnh quang sông nước, thưởng thức ẩm thực, văn nghệ, … và các hoạt động này khá tương đồng giữa các địa phương (Hồ Thị Đào & Nguyễn Quốc Bình, 2020). Vì vậy, bản thân các doanh nghiệp và CĐĐP cũng gặp sự lúng túng trong việc sáng tạo ra sản phẩm/ dịch vụ đặc trưng cho đơn vị mình và thường thực hiện theo kinh nghiệm, hình mẫu của các mô hình đi trước.

Bên cạnh đó, các hình thức lưu trú trong DLNN nói riêng và các loại hình du lịch dựa vào cộng đồng khác tại ĐBSCL đa số là homestay (Nguyễn Quốc Nghi, 2013), tuy vậy vẫn chưa phát triển đúng bản chất trải nghiệm văn hóa của hoạt động lưu trú, nên mất đi sức hấp dẫn của DLNN (Stotten R, Maurer M, Herrmann H, Schermer M., 2019). Các hình thức lưu trú này chưa chuyển tải được giá trị văn hóa, đời sống nông nghiệp cho du khách mà chỉ đơn thuần là cảm giác vật lý được lưu trú trong không gian nông thôn/ nông nghiệp. Do các hạn chế về sản phẩm này, du khách chưa thật sự thu hút bởi DLNN, đa số chỉ đi theo dạng khám phá, tour đoàn trong ngày hoặc du khách quốc tế và ít có nhu cầu quay lại (Đỗ Cẩm Thơ, 2019).

Về năng lực tham gia hoạt động DLNN, vấn đề có tỉ lệ cao nhất là kiến thức, kỹ năng về làm du lịch của các nông hộ còn yếu (65.8%), tiếp đến là thông tin về DLNN còn ít (59.8%), chưa biết cách khai thác các giá trị nông nghiệp để làm du lịch (58.9%), người nông dân chưa sẵn sàng tham gia hoạt động DLNN (45.1%). Một hiện trạng chung cho ngành du lịch ở ĐBSCL là vấn đề đào tạo nguồn nhân lực du lịch, có hơn 85% lao động trong ngành Du lịch chưa qua đào tạo, trong số đã qua đào tạo, chưa tới 1% có chứng chỉ, khoảng 1% có bằng nghề, hơn 2% có bằng trung cấp, gần 3% có bằng cao đẳng, đại học và sau đại học (Hà Quang Thanh, 2020). Đặc biệt với các cơ sở kinh doanh, nông hộ thì vấn đề đào tạo chuyên môn càng hạn chế, vì thế các cơ sở này còn khá yếu về kiến thức, kỹ năng để tham gia hoạt động DLNN.

Xuất phát từ vấn đề này nên khả năng các doanh nghiệp và CĐĐP khai thác tài nguyên du lịch để sáng tạo sản phẩm/dịch vụ cung cấp cho du khách cũng khá khó khăn, đặc biệt trong bối cảnh cả vùng đang lúng túng về sản phẩm đặc thù và khắc phục trình trạng sản phẩm tương đồng. Các mô hình hay, cách làm mới trong DLNN vẫn đã và đang xuất hiện, tuy vậy vẫn chiếm tỉ lệ nhỏ trong tổng thể hoạt động toàn vùng, có thể kể đến các mô hình cộng đồng cùng làm du lịch với nhiều sản phẩm sáng tạo tại cồn Sơn (Cần Thơ), cồn Chim (Trà Vinh).

Bên cạnh đó, các nguồn thông tin về DLNN để các cơ sở tiếp cận, tham khảo và áp dụng tại đơn vị mình hầu như chưa có vì

vậy không có căn cứ để sáng tạo, sản phẩm không có tính mới, đa số là làm theo kinh nghiệm nên sản phẩm bị trùng lắp, một hiện tượng phổ biến trong DLNN (McGehee, N.G., Kim, K., Kluenenberg, S. and Bratsch, T, 2002). Nhiều khó khăn, rào cản được chỉ ra trên đây cũng dẫn đến việc người nông dân chưa sẵn sàng tham gia hoạt động DLNN. Nếu người nông dân không nhận thấy các hiệu quả kinh tế để gia tăng thu nhập và khả năng khai thác tài nguyên thì họ mất đi động lực tham gia hoạt động DLNN (Meraner, M.; Heijman, W.; Kuhlman, T.; Finger, R., 2015; McGehee et al, 2002).

Về chính sách hỗ trợ, vấn đề có tỉ lệ cao nhất từ nhóm khách thể là địa phương chưa triển khai mạnh về DLNN (58.0%) và thiếu sự liên kết giữa các bên liên quan (chính quyền, doanh nghiệp, hộ dân…) (49.4%). Việc tổ chức hoạt động DLNN tại các địa phương còn nhiều khó khăn do chưa phân định được cơ quan chủ quản là ngành du lịch hay ngành nông nghiệp vì thế chưa thể phát huy tiềm năng, tận dụng ưu thế, thúc đẩy DLNN phát triển. Công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực, sự phân cấp giữa các cấp, các đơn vị còn chồng chéo, thiếu sự phối hợp chặt chẽ, các cơ chế điều phối phát triển du lịch vùng ĐBSCL chưa phát huy tác dụng (Nguyễn Thành Hưng, 2021).

Hiện nay, vấn đề liên kết ở phạm vi rộng (liên kết vùng và liên kết ngành) hay ở phạm vi địa phương (giữa các bên liên quan) trong hoạt động DLNN tại ĐBSCL còn tồn tại nhiều yếu kém (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2021). Nguyên nhân hạn chế, yếu kém là do trình độ phát triển của lực lượng sản xuất phần lớn vẫn thấp, quy mô nhỏ, làm ăn riêng lẻ, chưa phát sinh nhu cầu liên kết sản xuất (Nguyễn Thành Hưng, 2021). Kết quả nghiên cứu được đề cập trước đó cũng cho thấy rằng giữa các đối tác trong hoạt động DLNN vẫn còn chưa có nhiều hình thức liên kết, thậm chí không thực hiện liên kết. Bên cạnh đó, sự hạn chế về thông tin DLNN, kiến thức, kỹ năng, khả năng khai thác DLNN của các cơ sở kinh doanh và CĐĐP cũng có thể dẫn đến hiện trạng thiếu liên kết này.

Tóm lại, phân tích các khó khăn mà nhóm khách thể đang gặp phải khi tham gia hoạt động DLNN tại ĐBSCL đã cho thấy nhiều rào cản đang hiện hữu. Các rào cản này xuất phát từ vấn đề chất lượng, tính đa dạng của sản phẩm, năng lực tham gia của các cơ sở, nông hộ cũng như các vấn đề về chính sách phát triển DLNN nói chung. Tuy đã dạt được những thành công bước đầu, DLNN tại ĐBSCL nếu không khắc phục các khó khăn này thì không thể phát triển tương xứng với tiềm năng.

3.5 Dự định phát triển kinh doanh du lịch nông nghiệp của của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương tại Đồng bằng sông Cửu Long

Xuất phát từ việc mong muốn nâng cao thu nhập, khắc phục những thời điểm không ổn định của hoạt động nông nghiệp, các chủ thể tham gia vào hoạt động DLNN, đây cũng là yếu tố quyết định đến xu hướng tiếp tục tham gia của họ trong tương lai (Meraner, M.; Heijman, W.; Kuhlman, T.; Finger, R., 2015). Nghiên cứu tiến hành tìm hiểu dự định phát triển kinh doanh DLNN của các doanh nghiệp và CĐĐP tại ĐBSCL trong thời gian tới, kết quả cụ thể như sau:

Bảng 6: Dự định phát triển hoạt động du lịch nông nghiệp trong tương lai

STT	Biến quan sát	Tần số	Tần suất (%)
1	Tiếp tục duy trì hoạt động du lịch nông nghiệp như hiện tại	186	53.1
2	Không tiếp tục khai thác du lịch nông nghiệp	12	3.4
3	Mở rộng kinh doanh du lịch nông nghiệp	152	43.4

Nguồn: Kết quả khảo sát 2020

Kết quả chỉ ra hơn một nửa nhóm khách thể được hỏi sẽ tiếp tục duy trì hoạt động DLNN như hiện tại (53.1%), tuy vậy cũng có một tỉ lệ khá lớn cho rằng họ sẽ mở rộng hoạt động kinh doanh DLNN (43.4%). Một tỉ lệ rất thấp sẽ ngừng tham gia khai thác DLNN (3.4%). Việc các cơ sở kinh doanh và hộ gia đình có tiếp tục duy trì hoạt động DLNN như hiện tại hay mở rộng, thậm chí ngừng kinh doanh phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nghiên cứu này chưa phân tích cụ thể để tìm ra nguyên nhân. Tuy vậy, một số nghiên cứu cho thấy chủ yếu do việc phát triển nhỏ lẻ, riêng biệt nên các mô hình này chưa đủ tiềm lực đáp ứng yêu cầu của du khách trong nước và quốc tế dẫn đến khó cạnh tranh nguồn khách, hoạt động không có hiệu quả (Đoàn Thị Mỹ Hạnh & Bùi Mỹ Tiên, 2020). Trong hoàn cảnh đó, các doanh nghiệp có thể lựa chọn các hướng đi như nghiên cứu đề xuất: tiếp tục duy trì, ngừng hoặc mở rộng phạm vi kinh doanh. Một tín hiệu tích cực là tỉ lệ ngừng kinh doanh rất thấp, trong khi tỉ lệ quyết định mở rộng kinh doanh khá cao.

4. Kết luận

Hoạt động DLNN được các doanh nghiệp và CĐĐP thực hiện khá đa dạng, bao gồm nhiều loại hình sản phẩm/ dịch vụ khác nhau để cung cấp cho du khách. Trong đó, chiếm phần lớn là các hoạt động tham quan, ẩm thực và mua sắm, các hoạt động mang tính trải nghiệm, tham gia của du khách còn hạn chế. Mức độ thường xuyên triển khai các hoạt động này cũng chưa cao. Hình thức liên kết giữa nhóm khách thể với các đối tác trong hoạt động DLNN đã bắt đầu hình thành, tuy vậy chủ yếu là không chính thức, thỏa thuận miệng, hình thức ký hợp đồng chính thức vẫn chưa được thực hiện nhiều, việc mở rộng thị trường với các doanh nghiệp ngoại vùng vẫn chưa được quan tâm xứng đáng.

Các khó khăn mà nhóm khách thể gặp phải khi tham gia hoạt động DLNN tập trung chủ yếu về sản phẩm, năng lực tham gia, tổ chức hoạt động DLNN và các vấn đề mang tính chính sách chung. Các khó khăn này cũng ảnh hưởng đến dự định phát triển trong tương lai của nhóm khách thể, đa số đều cho rằng sẽ tiếp tục duy trì hoạt động hiện tại trong khi một phần lớn cũng muốn mở rộng kinh doanh, ngược lại một tỉ lệ nhỏ sẽ ngừng hoạt động DLNN. Nhìn chung, nghiên cứu có hạn chế nhất định khi chưa đi vào chi tiết để tìm hiểu nguyên nhân, tính chất của một số vấn đề đã nêu ra, đây sẽ là gợi mở cho các nghiên cứu cùng chủ đề sau này. Kết quả nghiên cứu đã khái quát một góc nhìn tổng thể về hoạt động kinh doanh DLNN tại ĐBSCL để làm căn cứ cho các phát hiện cụ thể hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

Châu Phương Uyên (2018). Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô,* Số 04-2018.

Đỗ Cẩm Thơ (11/03/2019). *Định hướng thị trường và phát triển sản phẩm du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn 2030.* Truy xuất từ: http://itdr.org.vn/dinh-huong-thi-truong-va-phat-trien-san-pham-du-lich-vung-dong-bang-song-cuu-long-den-nam-2020-tam-nhin-2030/

Đoàn Thị Mỹ Hạnh & Bùi Mỹ Tiên (2020). Mô hình du lịch nông nghiệp ở Bến Tre - Hiện tại và tương lai. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; *4*(4):814-822.

Dương Trường Phúc (2021). Du lịch nông nghiệp và hình thái đặc trưng ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới.* Hồ Chí Minh: ĐHQG TP.HCM, tr.101-123.

Hà Quang Thanh (2020). Phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. *Tạp chí Công Thương* - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 19, tháng 8 năm 2020/

Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long (2018). Du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long. Kỷ yếu Hội thảo khoa học *Quản lý và phát triển du lịch ĐBSCL*, Cần Thơ, 2018.

Hồ Thị Đào & Nguyễn Quốc Bình (2020). Phát triển du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long, thời cơ và thách thức. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia: *Tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long*, An Giang, 2020.

Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh (2021). Thực trạng liên kết vùng trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long. *Phát triển DLNN ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới.* NXB ĐHQG TP.HCM, tr. 221-232, 2021.

Nguyễn Quốc Nghi (2013). Giải pháp phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ,* Phần D: Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật: 27 (2013): 11-16.

Nguyễn Thành Hưng (2021). Liên kết vùng để Đồng bằng sông Cửu Long phát triển bền vững và thịnh vượng (kỳ 1). *Tạp chí Cộng sản*, Truy cập tại: https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/821845/lien-ket-vung-de-dong-bang-song-cuu-long-phat-trien-ben-vung-va-thinh-vuong-%28ky-1%29.aspx

Phan Nguyễn Phong Luân (2021). Khai thác sản phẩm quà tặng trong du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long. *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới.* Hồ Chí Minh: ĐHQG TPHCM, tr.101-123.

Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) (2012). *Bộ công cụ hướng dẫn giảm nghèo thông qua du lịch.* Hà Nội.

Võ Sáng Xuân Lan (2021). Du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh biến đổi khí hậu và phương hướng phát triển. *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. Hồ Chí Minh: ĐHQG TPHCM, tr. 101-123.

Tiếng Anh

Blacka, A., Couture, P., Coale, C., Dooley, J., Hankins, A., Lastovica, A., et al. (2001). *AgriTourism*. Virginia Cooperative Extension

Bui Duc Sinh et al. (2016). Stakeholder model application in tourism development in Cat Tien, LamDong. *Journal of Advanced Research in Social Sciences and Humanities*, Volume 1, Issue (1): 73-95

Dwi Suhartanto, David Dean, Brendan T. Chen & Lusianus Kusdibyo. (2020). Tourist experience with agritourism attractions: what leads to loyalty?. *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2020.1736251

Gil Arroyo, C., Barbieri, C., & Rozier Rich, S. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39–47. doi: 10.1016/j.tourman.2012.12.007

Markantoni, M.; Strijker, D.; Koster, S. (2014). Motives for starting up a side activity in rural areas in the Netherlands. *Local Econ*, 2014, 29, 723–739.

McComb, E., Boyd, S., & Boluk, K. (2017). Stakeholder collaboration: A means to the success of rural tourism destinations? A critical evaluation of the existence of stakeholder collaboration within the Mournes, Northern Ireland. *Tourism and Hospitality Research*, 17(3), 286-297. Retrieved July 21, 2021, from https://www.jstor.org/stable/26366533

McGehee, N. G. (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111–124. doi: 10.2167/jost634.0

McGehee, N.G., Kim, K., Kluenenberg, S. and Bratsch, T. (2002). *Agri-tourism in Virginia: An empirical Study*. Blacksburg, VA: Virginia Polytechnic Institute and State University

Meraner, M.; Heijman, W.; Kuhlman, T.; Finger, R. (2015). Determinants of farm diversification in the Netherlands. *Land Use Policy 2015*, 42, 767–780.

Michal Sznajder, Lucyna Przezbórska and Frank Scrimgeour. (2009). *Agritourism*. Wallingford, CABI International, ISBN-13-978-1-84593-482-8

Morales-Zamorano et al. (2020). Value chain for agritourism products. *Open Agriculture*, vol. 5, no. 1, 2020, pp. 768-777. https://doi.org/10.1515/opag-2020-0069

Reddy J. (2019). *Agriculture Tourism in India*. Benefits of Agritourism. Agrifarming.

Stotten R, Maurer M, Herrmann H, Schermer M. (2019). Different Forms of Accommodation in Agritourism: The Role of Decoupled Farmer-Based Accommodation in the Ötztal Valley (Austria). *Sustainability*. 2019; 11(10):2841. https://doi.org/10.3390/su11102841

Tiraietari, N.; Hamzah, A. (2012). Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. *Afr. J. Agric. Res*, 2012, 6, 4357–4361.

Ngày nhận bài: 30/07/2021 Biên tập xong: 15/08/2022 Duyệt đăng: 20/08/2022