

PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG - GÓC NHÌN TỪ DOANH NGHIỆP VÀ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG

NGÔ THỊ PHƯƠNG LAN*
NGUYỄN THỊ VÂN HẠNH**
TRẦN TUYỀN***

Hoạt động du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long thời gian gần đây đã và đang diễn ra hết sức sôi động, các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương là những chủ thể quan trọng trong việc cung cấp các dịch vụ, sản phẩm du lịch nông nghiệp. Thông qua kết quả khảo sát 350 người là đại diện doanh nghiệp hoặc hộ gia đình có cung cấp dịch vụ/sản phẩm du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long, bài viết tìm hiểu quan điểm của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về sự phát triển của du lịch nông nghiệp cũng như ghi nhận những đề xuất từ nhóm chủ thể này nhằm tìm kiếm các giải pháp thúc đẩy và nâng cao chất lượng hoạt động du lịch nông nghiệp vùng.

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

Nhận bài ngày: 30/7/2021; *đưa vào biên tập:* 2/8/2021; *phản biện:* 19/8/2021; *duyet đăng:* 9/9/2021

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nông nghiệp và du lịch là hai ngành kinh tế có mối quan hệ qua lại mang tính bổ trợ và khả năng liên kết hiệu quả đem lại giá trị gia tăng lẫn nhau. Các giá trị từ nông nghiệp là yếu tố cốt lõi để xây dựng các sản phẩm, dịch vụ du lịch, còn du lịch là phương tiện để đẩy mạnh giá trị kinh tế cho nông nghiệp. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra vai trò của du lịch nông nghiệp với

tư cách là một sản phẩm, dịch vụ thay thế, bổ sung góp phần đem lại sinh kế bền vững cho người nông dân trong bối cảnh hoạt động nông nghiệp không thuận lợi (Arroyo, 2012).

Khoảng hơn hai thập kỷ trở lại đây, du lịch nông nghiệp (DLNN) trở thành một hiện tượng trên thế giới và được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm (dẫn theo Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh, 2021). Việt Nam là một quốc gia nông nghiệp, sở hữu nhiều tiềm năng để phát triển DLNN, đã bắt đầu phát triển loại hình này từ những năm đầu thế kỷ XXI với nhiều hình thức đa dạng,

*, **, *** Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

trải dài trên nhiều vùng, từ đồng bằng sông Hồng, sông Cửu Long, tới vùng nông thôn Tây Bắc, Tây Nguyên (Võ Sáng Xuân Lan, 2021), trong đó, hoạt động DLNN tại Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) đã và đang diễn ra hết sức sôi động trong thời gian gần đây. Điều này tạo ra bối cảnh thúc đẩy tính cấp thiết của việc thực hiện các nghiên cứu về DLNN, đem lại những đóng góp cần thiết cả về lý luận và thực tiễn (Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh, 2021).

Nhận thức rõ ràng được chia sẻ chung giữa các chủ thể tham gia hoạt động du lịch về lợi ích và các cách thức triển khai là cần thiết để xây dựng nền tảng cho việc thiết lập các chính sách vận hành phát triển du lịch cũng như tăng cường hợp tác hiệu quả giữa các bên vì mục tiêu phát triển du lịch bền vững (Arroyo, 2012). Các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương là những chủ thể quan trọng đóng vai trò trọng yếu trong việc cung cấp các dịch vụ, sản phẩm du lịch. Chính vì vậy, quan điểm, đánh giá, đề xuất của nhóm này – nhóm chủ thể chính cung cấp các sản phẩm/dịch vụ du lịch – cần phải được tìm hiểu, nắm bắt làm cơ sở cho những khuyến nghị, giải pháp nâng cao hiệu quả phát triển du lịch.

Bài viết này hướng đến tìm hiểu quan điểm của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về sự phát triển của DLNN tại ĐBSCL cũng như ghi nhận những đề xuất từ nhóm chủ thể này nhằm tìm kiếm các giải pháp thúc đẩy

và nâng cao chất lượng hoạt động DLNN vùng.

2. KHÁI NIỆM VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bắt đầu xuất hiện ở Châu Mỹ và Châu Âu từ đầu thế kỷ XX (Arroyo, 2012), DLNN dần trở nên phổ biến từ những năm 1980 và lan rộng ra nhiều châu lục, hiện nay loại hình này đang phát triển mạnh ở một số quốc gia Châu Á (Võ Sáng Xuân Lan, 2021; Nguyễn Thị Bé Ba và cộng sự, 2021), trong đó có Việt Nam.

Có nhiều quan điểm khác nhau về DLNN. R. Lobo (1999) định nghĩa DLNN là khái niệm chỉ hoạt động đến tham quan một nông trại hoặc một cơ sở hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nhằm mục đích thư giãn giải trí, nâng cao nhận thức, có thể chủ động tham gia vào hoạt động của nông trại hoặc cơ sở đó. Marcotte Pascale và cộng sự (2006) coi DLNN là du lịch gắn liền với ngành nông nghiệp, du lịch trang trại (dẫn theo Võ Sáng Xuân Lan, 2021). Sharpley và Sharpley (1997) thì coi DLNN là các sản phẩm du lịch có liên quan trực tiếp tới môi trường, sản phẩm và việc lưu trú nông nghiệp (dẫn theo Phillip, Hunter, Blackstock, 2010). Ở Việt Nam, DLNN được coi là loại hình du lịch kết hợp tham quan trang trại, mô hình sản xuất nông nghiệp, kinh doanh nông nghiệp, bao gồm cả tài nguyên tự nhiên và nhân văn (Phan Nguyễn Phong Luân, 2021); là loại hình du lịch có sự kết hợp giữa du lịch và nông nghiệp, thu hút du khách tham gia

hoạt động sản xuất nông nghiệp, mang lại nguồn thu cho người nông dân và sự giải trí, trải nghiệm, rèn luyện thể chất, tinh thần cho du khách (Dương Tấn Giàu, 2021); hoặc đơn giản là loại hình du lịch tạo ra sản phẩm phục vụ du khách chủ yếu dựa trên nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp (Nguyễn Thị Bé Ba và cộng sự, 2021; Dương Tấn Giàu, 2021).

Mặc dù có những cách diễn đạt khác nhau, nhưng nội hàm của khái niệm DLNN có thể được hiểu là hình thức tham gia của du khách tại các không gian gắn liền với hoạt động sản xuất nông nghiệp nhằm thỏa mãn các nhu cầu ngắm cảnh, tìm hiểu và trải nghiệm các giá trị tự nhiên và nhân văn, đồng thời góp phần đem lại lợi ích kinh tế - xã hội cho chủ sở hữu của điểm đến.

Dữ liệu phục vụ phân tích trong bài viết được khai thác từ khảo sát 350 người là đại diện doanh nghiệp hoặc hộ gia đình có cung cấp dịch vụ/sản phẩm du lịch tại 13 tỉnh thành thuộc ĐBSCL. Thời gian thu thập dữ liệu từ tháng 5 đến tháng 8/2020 và được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS.

Bảng hỏi dành cho khảo sát được thiết kế để thu thập nhiều thông tin khác nhau liên quan đến việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ du lịch của doanh nghiệp và các hộ gia đình dựa trên mục tiêu nghiên cứu của đề tài nghiên cứu cấp nhà nước về chuỗi giá trị DLNN tại ĐBSCL nhằm hướng đến

việc đề xuất các giải pháp phát triển chuỗi giá trị DLNN tại đây⁽¹⁾. Các nội dung từ các câu hỏi liên quan đến đánh giá và đề xuất về hoạt động DLNN được khai thác để phân tích trong bài viết này nhằm tìm hiểu quan điểm của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về sự phát triển của DLNN tại ĐBSCL cũng như ghi nhận những đề xuất từ nhóm chủ thể này để hướng tới việc tìm kiếm các giải pháp thúc đẩy và nâng cao chất lượng hoạt động DLNN vùng. Các câu hỏi dạng thang đo sự đồng ý (Likert scale question) được sử dụng để ghi nhận ý kiến của người được hỏi. Các biến quan sát được đo bằng thang đo Likert với 5 mức độ từ 1 đến 5, tương ứng với hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý.

3. KẾT QUẢ VÀ BÀN LUẬN

3.1. 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 dịch vụ/sản phẩm du lịch. Các hộ gia đình trong mẫu khảo sát là hộ sinh sống tại địa phương, gần các điểm du lịch và có cung cấp các sản phẩm/dịch vụ liên quan hoạt động du lịch, đồng thời cũng là nhóm thuộc cộng đồng địa phương (phần phân tích dưới đây sẽ gọi chung là cộng đồng địa phương). Để làm rõ đặc điểm của mẫu khảo sát, bảng hỏi tìm hiểu số năm tham gia cung cấp sản phẩm/dịch vụ du lịch, loại hình tham gia kinh doanh, các sản phẩm/dịch vụ mà các doanh nghiệp, hộ kinh doanh cung cấp.

Về số năm tham gia hoạt động cung cấp sản phẩm/dịch vụ du lịch, 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 cụ thể để quan sát, bao gồm: từ 5 năm trở xuống chiếm 52,9% (185), từ 6 đến 10 năm chiếm 25,4% (89), trên 10 năm chỉ chiếm 21,7% (76). Đa số các doanh nghiệp và hộ gia đình có thời gian hoạt động dưới 10 năm.

Loại hình đơn vị tham gia: cao nhất là doanh nghiệp tư nhân chiếm 55,1% (193), công ty du lịch chiếm 34,9% (122), thấp nhất là hộ gia đình chiếm 10% (35).

Các đơn vị cung cấp một số loại sản phẩm/dịch vụ với tỷ lệ sau: cao nhất là kinh doanh dịch vụ ăn uống chiếm 23,5% (124), kinh doanh lưu trú chiếm 18% (95), dịch vụ lữ hành chiếm 14% (74), dịch vụ mua sắm đặc sản địa phương, hàng lưu niệm chiếm 13,9% (73), cung ứng dịch vụ vận chuyển chiếm 11% (56), nông hộ hoặc khu điểm du lịch chiếm 10,6% (56), thấp nhất là sản xuất, trình diễn sản xuất đặc sản, sản phẩm địa phương chiếm 8,9% (47).

3.2. Đánh giá về tiềm năng và hiện trạng DLNN tại ĐBSCL

3.2.1. Đánh giá về tiềm năng phát triển DLNN

Nhiều nghiên cứu chỉ ra, DLNN là yếu tố chính để thúc đẩy sự phát triển nông thôn và có tác động đến chính sách phát triển kinh tế - xã hội của các vùng nông thôn (Roman; Roman; Prus, 2020). Việc các đơn vị kinh doanh, hộ gia đình nhận thấy được tiềm năng phát triển DLNN tại địa phương thúc đẩy họ nhiều hơn trong việc khai thác, tham gia vào hoạt động này (Sznajder, Przezbórska, Scrimgeour, 2009).

Tiềm năng DLNN được khách thể đánh giá qua các nhận định: (1) Địa phương có nhiều tiềm năng phát triển DLNN (cảnh quan thiên nhiên, hoạt động sản xuất nông nghiệp); (2) DLNN phù hợp và nên được phát triển tại địa phương; (3) DLNN giúp nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống cho người nông dân tại địa phương. Kết quả chỉ ra, nhóm khách thể đồng ý với cả 3 nhận định được đưa ra, cụ thể ở Bảng 1.

Nhận định địa phương có nhiều tiềm năng phát triển DLNN (cảnh quan

Bảng 1. Đánh giá về tiềm năng phát triển DLNN tại ĐBSCL

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình
1	Địa phương có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp (cảnh quan thiên nhiên, hoạt động sản xuất nông nghiệp...)	4.00
2	Du lịch nông nghiệp phù hợp và nên được phát triển tại địa phương	4.06
3	Du lịch nông nghiệp giúp nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống cho người nông dân tại địa phương	4.15

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

thiên nhiên, hoạt động sản xuất nông nghiệp...) ghi nhận sự đồng ý khá cao từ nhóm khách thể (mean=4.0). ĐBSCL thời gian qua được đánh giá có tiềm năng lớn để phát triển DLNN, các tiềm năng này gắn với hệ sinh thái nông nghiệp bản địa và văn hóa các dân tộc cộng sinh trên vùng đất này (Hồ Thị Đào, Nguyễn Quốc Bình, 2020; Thiều Quang Thịnh, 2021). Đặc trưng thổ nhưỡng và khí hậu đã tạo điều kiện để ĐBSCL hình thành nên các hệ sinh thái đặc trưng, gắn liền với sinh kế nông nghiệp lúa nước của người dân tại đây. Các giá trị tự nhiên tiếp tục được khắc họa lại trong văn hóa cộng cư của các dân tộc sinh sống trên vùng đồng bằng, tạo nên các giá trị văn hóa đặc sắc, có sức hút, là tiềm năng cho hoạt động DLNN nói riêng và du lịch nói chung.

Nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra sự thích hợp để khai thác DLNN tại vùng ĐBSCL và nhóm khách thể cũng đồng ý rằng DLNN phù hợp và nên được phát triển tại địa phương (mean=4.06), xem đó là một sinh kế mới trong giai đoạn du lịch phát triển gắn với đặc trưng tiềm năng các khu vực và DLNN được xác định là sản phẩm đặc thù của vùng. Một số nghiên cứu đề cập đến vấn đề này như: nghiên cứu của Ngô Thị Phương Lan (2021) đã xác định được tiềm năng và vị trí quan trọng của việc phát triển DLNN tại ĐBSCL; nghiên cứu của Hoàng Gia Bảo (2021) cũng chỉ ra các hiện trạng và tiếp tục khẳng định tiềm năng để phát triển DLNN tại ĐBSCL trong thời

gian tới; nghiên cứu của Đoàn Thị Mỹ Hạnh và Bùi Thị Quỳnh Ngọc (2021) cũng đồng ý rằng phát triển DLNN tại vùng đồng bằng giúp phát triển kinh tế nông thôn, là một hướng đi bền vững trong tương lai.

Những người tham gia khảo sát đồng ý cao nhất rằng DLNN giúp nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống cho người nông dân tại địa phương (mean=4.15). Thực tế cho thấy, phát triển DLNN là một trong các phương thức phát triển bền vững nguồn thu nhập tại nông thôn, đặc biệt cho người nông dân (Sznajder; Lucyna Przezbórska; Frank Scrimgeour, 2009). Cách thức DLNN giúp nông dân gia tăng thu nhập được thực hiện thông qua có nguồn thu tăng thêm ngoài hoạt động nông nghiệp từ trực tiếp hoặc gián tiếp cung cấp sản phẩm/dịch vụ DLNN cho du khách. Nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra các lợi ích kinh tế rõ rệt mà hoạt động DLNN mang đến cho cộng đồng địa phương không chỉ thông qua nguồn thu từ sản phẩm/dịch vụ mà còn thông qua sự phát triển chung của nền kinh tế và cơ sở hạ tầng nông thôn (Che, 2007; Sznajder, Lucyna Przezbórska, Frank Scrimgeour, 2009). Tại ĐBSCL, nhờ có hoạt động DLNN mà nhiều hộ nông dân đã cải thiện được cuộc sống của mình và góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của cả cộng đồng. Tại các khu vực nông thôn khó khăn và khó tiếp cận các cơ hội kinh tế đã có một số mô hình thành công như ở Cần Sơn (Cần Thơ), Cù lao An Bình

(Vĩnh Long), Cồn Thới Sơn (Tiền Giang), Cồn Chim, Cồn Hô (Trà Vinh)...

3.2.2. Đánh giá hiện trạng phát triển DLNN

DLNN tại ĐBSCL thời gian qua đã có những bước phát triển ban đầu, thương hiệu du lịch vùng đạt được một số vị trí nhất định trong và ngoài nước. Nghiên cứu tiến hành phân tích đánh giá của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về hiện trạng phát triển DLNN tại vùng đồng bằng này. Nội dung đánh giá được thực hiện dưới góc độ điểm mạnh: (1) Hiện nay DLNN đã phát triển tại địa phương; (2) Các sản phẩm nông nghiệp tại địa phương được du khách ưa chuộng; và điểm hạn chế: (3) DLNN tại địa phương còn chưa được khai thác tốt; (4) Các nông hộ/doanh nghiệp tư nhân DLNN tại địa phương còn hoạt động manh mún, tự phát. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy nhóm khách thể đồng ý với 4/4 nội dung được khảo sát ở mức độ khác nhau (Bảng 2).

Theo kết quả phân tích dữ liệu từ bảng trên, về sự phát triển sản phẩm,

nhóm khách thể đồng ý rằng sản phẩm DLNN được du khách ưa chuộng (mean=3.92). DLNN tại ĐBSCL đã trải qua thời gian dài định hướng và hình thành các sản phẩm/dịch vụ để cung cấp cho du khách trong và ngoài nước. Có thể nói hoạt động DLNN tại các vùng nông thôn là sản phẩm chính của vùng và mang lại sức hút cho du lịch toàn vùng. Mỗi địa phương ở vùng ĐBSCL sở hữu hệ sinh thái tự nhiên và văn hóa đặc thù, các giá trị này được tận dụng khai thác trong sản phẩm/dịch vụ DLNN của tỉnh để tạo ra sản phẩm có dấu ấn độc đáo (Phan Nguyễn Phong Luân, 2021). Nhiều chương trình DLNN đã và đang triển khai tại vùng đem lại những trải nghiệm thú vị, thu hút du khách, thể hiện rõ tính kết nối, liên kết các địa phương (Nguyễn Thị Diễm Hương, 2018).

Nhìn chung, nhóm khách thể cơ bản đồng ý rằng DLNN hiện nay đã phát triển tại ĐBSCL (mean=3.62). Hiện nay, chưa có một nghiên cứu cụ thể chỉ ra hiệu quả kinh tế của hoạt động DLNN tại ĐBSCL, đa số còn nhìn nhận DLNN ở góc độ tổng hòa với các loại hình sản phẩm/dịch vụ khác trong

Bảng 2. Đánh giá về hiện trạng phát triển DLNN tại ĐBSCL

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình
1	Hiện nay du lịch nông nghiệp đã phát triển tại địa phương	3.62
2	Các sản phẩm nông nghiệp tại địa phương được du khách ưa chuộng	3.92
3	Du lịch nông nghiệp tại địa phương hiện chưa được khai thác tốt	3.90
4	Các nông hộ/doanh nghiệp tư nhân du lịch nông nghiệp tại địa phương còn hoạt động manh mún, tự phát	4.04

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

tổng thể hiệu quả hoạt động du lịch. Tuy vậy, vẫn có thể đánh giá mức độ phát triển DLNN thông qua các chỉ số phát triển du lịch nói chung của vùng vì đây là nhóm sản phẩm chính của du lịch toàn vùng. Năm 2019, lượng du khách đến ĐBSCL đạt hơn 47 triệu lượt, khách lưu trú đạt 13,5 triệu lượt; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt 30 nghìn tỷ đồng (Dương Thành Trung, 2019). Một nghiên cứu liên quan của nhóm được thực hiện với 650 khách thể là du khách trải nghiệm hoạt động DLNN tại 13 tỉnh, thành ĐBSCL cho thấy đa phần du khách thể hiện sự hài lòng ở mức tương đối cao đối với hầu hết các khía cạnh của sản phẩm/dịch vụ DLNN (Ngô Thị Phương Lan, 2021).

Tuy vậy, nhìn nhận cụ thể hiện trạng DLNN tại vùng đồng bằng hiện nay, nhóm khách thể cho rằng loại hình này thời gian qua chưa được khai thác tốt (mean=3.90), cụ thể là trong vấn đề về hiệu quả khai thác và cách thức tổ chức cung cấp sản phẩm/dịch vụ DLNN cho du khách. Tính trùng lẫn, đơn điệu của sản phẩm du lịch là vấn đề chính trong khai thác DLNN tại ĐBSCL (Võ Sáng Xuân Lan, 2021). Các sản phẩm mà địa phương khai thác chủ yếu đều dựa trên nền tảng sinh thái miệt vườn, sông nước, và các mô hình thường bị 'sao chép nguyên bản' dẫn đến không có sự riêng biệt, đặc trưng. Bên cạnh đó, các địa phương vẫn loay hoay trong việc xác định đặc trưng tài nguyên du lịch để chuyển tải vào sản phẩm

DLNN, vì thế hầu hết các sản phẩm đều 'một màu', tương tự nhau trong cả vùng (Dương Tấn Giàu, 2021). Ví dụ các chương trình du lịch hiện nay đa số là ngắm cảnh làng quê, thưởng thức trái cây, nghe đờn ca tài tử, tham quan sông nước...

Về cách thức tổ chức hoạt động DLNN, những người tham gia khảo sát cho rằng các cơ sở cung cấp sản phẩm/dịch vụ này vẫn còn hoạt động manh mún, tự phát (mean=4.04). Vấn đề cốt lõi tại các địa phương chưa xác định được vai trò chủ đạo trong hoạt động DLNN là ngành du lịch hay ngành nông nghiệp, vì thế chưa triển khai được hoạt động DLNN bài bản, chuyên nghiệp (Hồ Thị Đào - Nguyễn Quốc Bình, 2020). Với phạm vi toàn vùng, đó là việc thiếu đi vai trò "nhạc trưởng" trong hoạt động DLNN toàn vùng, dẫn đến mỗi địa phương thực hiện một hình thức khác nhau, chính sách khác nhau và tự triển khai hoạt động truyền thông, xúc tiến, quản lý chất lượng. Đó là hạn chế ở phạm vi rộng, ở phạm vi hẹp, các doanh nghiệp và hộ gia đình cung cấp sản phẩm/dịch vụ DLNN cũng tồn tại nhiều rào cản: chưa thể kiểm soát do hoạt động tự phát, sao chép mô hình lẫn nhau, mỗi đơn vị thực hiện mỗi hình thức khác nhau, đôi khi dẫn đến tình trạng cạnh tranh nguồn khách, xung đột với cộng đồng dân cư, chất lượng sản phẩm/dịch vụ DLNN chưa đạt tiêu chuẩn. Các hạn chế này đang tồn tại trong hoạt động DLNN của toàn vùng và được doanh nghiệp bước đầu

nhận thức, tuy vậy các giải pháp vẫn chưa được quan tâm nghiên cứu và triển khai.

Tóm lại, đánh giá cụ thể nhận thức của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về tiềm năng phát triển và hiện trạng hoạt động DLNN tại ĐBSCL đã nêu ra một số gợi mở. Các nhóm khách thể đều nhận thấy tiềm năng phát triển cũng như các thành công bước đầu trong hoạt động DLNN tại ĐBSCL, đây là một mô hình kinh tế hiệu quả trong phát triển kinh tế nông thôn. Tuy vậy, nhiều hạn chế còn tồn tại trong hoạt động DLNN hiện nay là rào cản rõ nét để DLNN ở vùng phát triển xứng tầm, hiệu quả hơn trong thời gian tới.

3.3. Đề xuất các giải pháp phát triển DLNN tại ĐBSCL

Nghiên cứu tiến hành đánh giá quan điểm của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương với các nhóm giải pháp được đề xuất để khắc phục cơ bản hạn chế hiện nay mà DLNN tại ĐBSCL đang gặp phải. Các đề xuất giải pháp thuộc về 3 nhóm chính: về tổ chức, chính sách; về sản phẩm/dịch

vụ DLNN; và về hỗ trợ nâng cao năng lực.

3.3.1. Các đề xuất về mặt tổ chức, chính sách

Chính sách và cách thức tổ chức hoạt động DLNN là một trong những nội dung quan trọng, mang tính định hướng và tạo điều kiện khai thác hiệu quả mô hình kinh tế này (Sznajder, Przebórska, Scrimgeour, 2009). Trường hợp ĐBSCL, các tổ chức và chính sách được đề xuất ở cả phạm vi toàn vùng và phạm vi địa phương. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy cả 4/4 đề xuất đều nhận được sự đồng thuận tương đối cao, trong đó có 2 đề xuất nhận được mức hoàn toàn đồng ý (Bảng 3).

Ở góc độ địa phương, nghiên cứu đưa ra 2 đề xuất về thành lập trung tâm DLNN cộng đồng và câu lạc bộ hướng dẫn viên DLNN để khắc phục cơ bản hiện tượng tự phát, manh mún và được nhóm khách thể đồng ý (mean lần lượt 4.03 và 4.00). Các doanh nghiệp tư nhân và hộ gia đình chiếm đa số trong các hình thức tổ chức kinh doanh DLNN, đây là các

Bảng 3. Các đề xuất về tổ chức, chính sách phát triển DLNN tại ĐBSCL

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình
1	Thành lập trung tâm du lịch nông nghiệp cộng đồng	4.03
2	Thành lập các câu lạc bộ hướng dẫn viên du lịch địa phương	4.00
3	Tăng cường liên kết giữa các bên liên quan (chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương) trong phát triển du lịch nông nghiệp	4.27
4	Tăng cường liên kết giữa các địa phương có nhiều điểm tương đồng để tạo ra các cụm du lịch nông nghiệp đặc thù, đặc sắc	4.26

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

đơn vị chủ yếu hoạt động độc lập và chưa được kiểm soát về sản phẩm. Do đó, việc thành lập một trung tâm quản lý DLNN cộng đồng tại các địa phương để kết nối và tạo ra môi trường quản lý, hỗ trợ các doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình này là cần thiết, đây cũng là hướng đi đúng đắn cho các mô hình DLNN thành công trên thế giới (Ngô Thị Phương Lan, Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu, 2020).

Các trung tâm dạng này thực hiện vai trò điều phối, kết nối, quản lý và hỗ trợ hoạt động DLNN dưới sự giám sát, tạo điều kiện từ chính quyền địa phương và các tổ chức hữu quan (Đoàn Thị Mỹ Hạnh, Bùi Mỹ Tiên, 2020). Các câu lạc bộ hướng dẫn viên địa phương là đơn vị phối hợp với trung tâm trong việc giới thiệu sản phẩm/dịch vụ DLNN đến du khách, nhóm này cũng có thể tham gia giám sát chất lượng và điều hành hoạt động mô hình DLNN do cộng đồng thực hiện. Việc hình thành đội ngũ hướng dẫn viên địa phương được kiểm soát sẽ giúp tăng giá trị cho sản phẩm/dịch vụ DLNN, một mô hình tương tự đã chứng minh sự thành công tại Cần Sơn, Cần Thơ (Ngo Thi Phuong Lan - Nguyen Thi Van Hanh, 2020).

Ở góc độ chính sách chung, nhóm khách thể hoàn toàn đồng ý rằng cần thực hiện liên kết giữa các bên liên quan trong hoạt động DLNN (mean=4.27) và giữa các địa phương trong vùng (mean=4.26). Để khai thác

hiệu quả hoạt động DLNN, sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan trong toàn bộ chuỗi hoạt động có vai trò quan trọng (Bhatta, Ohe, 2020). Nhờ có sự nối kết này mà quá trình cung ứng, trải nghiệm và xúc tiến sản phẩm/dịch vụ DLNN được thực hiện chuyên nghiệp hơn (Arroyo, Barbieri, Rich, 2013). Đối với hiện trạng ĐBSCL, việc liên kết trước hết cần được thực hiện giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng kinh doanh sản phẩm/dịch vụ DLNN. Đây là các bên có vai trò chủ yếu trong hoạt động khai thác DLNN. Cần có một mô hình xác định rõ vai trò của từng bên trong thực tiễn tổ chức hoạt động dựa trên sự phối hợp chặt chẽ, linh hoạt giữa họ. Tuy nhiên, hiện nay điều này gần như ít được quan tâm hoặc có quan tâm nhưng không được tổ chức hiệu quả trong thực tế.

Vấn đề liên kết giữa các địa phương có đặc điểm tương đồng để hình thành các sản phẩm DLNN đặc sắc cũng đã được đặt ra trong các chương trình hội nghị, tuy vậy, vẫn chưa có hiệu quả rõ rệt trong thực tế. Liên kết vùng và liên kết ngành là yếu tố quan trọng để phát huy tối đa tiềm lực, tận dụng các thời cơ và huy động sức mạnh chung trong phát triển DLNN, đây là hướng đi phù hợp cho ĐBSCL trong tình hình hiện nay (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2021). Các mô hình DLNN thành công cũng đã kiểm chứng vai trò của sự liên kết giữa các địa phương cũng như liên kết giữa các

bên liên quan để tạo ra các sản phẩm/dịch vụ chất lượng và tiêu biểu (McGehee, 2007).

3.3.2. Các đề xuất về sản phẩm/dịch vụ DLNN

Đối với doanh nghiệp và cộng đồng địa phương tham gia hoạt động DLNN thì các đề xuất về sản phẩm/dịch vụ này có vai trò quan trọng trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của họ. Đây là cơ sở để du khách đưa ra quyết định lựa chọn chuyến đi để thực hiện hành vi trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ (Morales-Zamorano et al., 2020). Nghiên cứu tiến hành đánh giá mức độ đồng ý của nhóm khách thể đối với một số đề xuất liên quan nội dung này, kết quả có đến 4/6 đề xuất nhận được mức độ hoàn toàn đồng ý, 2 đề xuất còn lại cũng nhận được mức độ đồng ý từ nhóm khách thể (Bảng 4).

Về sản phẩm DLNN, nhóm khách thể đồng ý cao nhất rằng nên tạo ra những sản phẩm, dịch vụ DLNN đặc

thù mang tính cạnh tranh mà chỉ địa phương đó mới có (mean=4.31). Các địa phương ở ĐBSCL đa số đều có ưu thế về sinh cảnh sông nước, miệt vườn và hệ sinh thái nông nghiệp (Thiều Quang Thịnh, 2021). Bên cạnh đó mỗi khu vực đều có đặc trưng riêng về văn hóa cộng đồng các dân tộc cũng như tài nguyên thiên nhiên. Vì thế, nhóm khách thể cũng đồng ý rằng các địa phương nên xây dựng tour, tuyến du lịch nông nghiệp kết hợp với tham quan các cảnh đẹp tự nhiên, di tích văn hóa, lịch sử riêng biệt của địa phương cũng như các hoạt động giải trí, trải nghiệm khác (mean=4.30). Đây là cơ sở giúp địa phương đặc trưng hóa sản phẩm/dịch vụ DLNN mà chỉ có thể trải nghiệm khi du khách đến đây (Qiu; Fan, 2016).

Hơn thế nữa, các cơ sở lưu trú đặc thù của DLNN nên được đầu tư phát triển (đồng ý, mean=4.08) cùng việc xây dựng tour, tuyến du lịch dài ngày với sự kết hợp nhiều hoạt động, kéo

Bảng 4. Các đề xuất về sản phẩm/dịch vụ DLNN tại ĐBSCL

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình
1	Tạo ra những sản phẩm, dịch vụ du lịch nông nghiệp đặc thù mang tính cạnh tranh mà chỉ địa phương đó mới có	4.31
2	Phát triển các cơ sở lưu trú, homestay đậm chất nông nghiệp	4.08
3	Khai thác các cơ sở chế biến nông sản, thủy sản để phát triển du lịch	4.09
4	Xây dựng tour, tuyến du lịch nông nghiệp kết hợp với tham quan các cảnh đẹp tự nhiên, di tích văn hóa, lịch sử của địa phương	4.30
5	Cung cấp thông tin, quảng bá du lịch nông nghiệp địa phương qua nhiều kênh khác nhau	4.31
6	Cải tạo môi trường tự nhiên, ý thức không gian du lịch nông thôn xanh, sạch, đẹp	4.31

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

dài thời gian lưu trú và mức chi tiêu của du khách. Giải pháp này giúp khắc phục thực tế hiện nay đa số là tour ngắn ngày, mỗi du khách đến ĐBSCL chi tiêu khoảng 22USD/ngày, thấp hơn so với mức bình quân của khách du lịch Việt Nam (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2020). Ngoài ra, nhóm khách thể cũng đồng ý rằng hoạt động DLNN không chỉ dừng lại ở ngắm cảnh đồng quê mà nên gắn liền với hoạt động chế biến nông sản (mean=4.09). Đây cũng là một xu hướng giúp đa dạng hóa, tăng tính trải nghiệm trong hoạt động DLNN, một cách thức thu hút du khách đến với các vùng nông thôn (Morales-Zamorano et al., 2020). Du khách khi trải nghiệm và tìm hiểu các quy trình sản xuất hàng hóa nông nghiệp sẽ chi tiêu nhiều hơn cho hoạt động mua sắm, hàng lưu niệm và thưởng thức trọn vẹn hơn nét ẩm thực của vùng (Nguyễn Ngọc Trang, 2021).

Hoạt động xúc tiến, quảng bá và truyền thông được nhóm doanh nghiệp và cộng đồng địa phương hoàn toàn đồng ý (mean=4.31). Hiện nay, do thiếu liên kết nên các địa phương, doanh nghiệp vẫn còn tiến hành độc lập vì thế không thể lan tỏa rộng rãi thương hiệu DLNN ĐBSCL. Do thực hiện riêng lẻ nên nhiều đơn vị, doanh nghiệp chưa có đủ tiềm lực để triển khai hoạt động truyền thông bài bản, chuyên nghiệp và có yếu tố ứng dụng công nghệ nên chưa thể thu hút du khách. Trong thời đại hiện nay, khi mà công nghệ thông tin và mạng xã

hội đã dần chi phối hoạt động truyền thông trong DLNN (Roman, Roman, Prus, 2020), việc liên kết để tạo ra sức ảnh hưởng lớn hơn trong truyền thông là một xu thế tất yếu. Các địa phương, doanh nghiệp nên quan tâm đến các xu hướng, công cụ truyền thông mới được áp dụng trong thời đại số, giúp việc tiếp cận du khách tiềm năng hiệu quả hơn, lan tỏa mạnh mẽ hơn thương hiệu DLNN của vùng và của địa phương (Hiệp hội Du lịch ĐBSCL, 2019).

Về cảnh quan DLNN, nhóm khách thể cũng hoàn toàn đồng ý rằng nên cải tạo môi trường tự nhiên, ý thức không gian du lịch nông thôn xanh, sạch, đẹp (mean=4.31). Hoạt động DLNN của các bên liên quan nên được diễn ra song hành cùng hoạt động cải tạo môi trường tự nhiên, xây dựng không gian du lịch nông thôn xanh, sạch, đẹp, hướng tới bền vững về môi trường (Hieu Minh Vu, Trung Minh Lam, Sudesh Prabhakaran, 2021). Do nguồn tài nguyên chính để khai thác DLNN gắn liền với sinh cảnh nông thôn và cảnh quan nông nghiệp, vì thế nếu để giảm hoặc mất đi các giá trị này thì sản phẩm/dịch vụ DLNN sẽ không thể hình thành. Trách nhiệm bảo vệ, nâng cao các giá trị này không chỉ của chính quyền địa phương, doanh nghiệp, doanh nghiệp tư nhân mà còn của khách DLNN.

3.3.3. Các đề xuất hỗ trợ nâng cao năng lực tham gia

Nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương đặc

Bảng 5. Các đề xuất về hỗ trợ nâng cao năng lực tham gia trong phát triển DLNN tại ĐBSCL

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình
1	Hộ nông dân/các cơ sở kinh doanh du lịch nông nghiệp tại địa phương cần được tập huấn các khóa đào tạo về du lịch	4.26
2	Nâng cao nhận thức và tập huấn kỹ năng cho người nông dân về cung cấp các sản phẩm, dịch vụ du lịch nông nghiệp	4.31

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

biệt là hộ gia đình có vai trò quan trọng, vì phần lớn nguồn nhân lực trong các đơn vị này xuất thân từ nông dân (Sznajder, Lucyna Przezbórska, Frank Scrimgeour, 2009) nên có nhiều rào cản về kiến thức, kỹ năng tham gia cung cấp sản phẩm/dịch vụ du lịch (Vụ Đào tạo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2016). Nghiên cứu phân tích sự đồng ý của nhóm khách thể với 2 đề xuất, kết quả cho thấy nhóm khách thể hoàn toàn đồng ý với cả 2 đề xuất (Bảng 5).

Hộ nông dân/các cơ sở kinh doanh DLNN tại địa phương cần được tập huấn các khóa đào tạo về du lịch (mean=4.26). Các chương trình đào tạo này giúp họ nâng cao năng lực trong việc tạo ra sản phẩm/dịch vụ chất lượng hơn, không ngừng đáp ứng nhu cầu của du khách và thu về hiệu quả kinh doanh tốt hơn (Qiu, Fan, 2016). Bên cạnh đó, nhóm khách thể hoàn toàn đồng ý rằng người nông dân tham gia gián tiếp hoặc có tiềm năng tham gia hoạt động DLNN cũng nên được tập huấn kỹ năng về cung cấp sản phẩm/dịch vụ DLNN (mean=4.31), bởi đây là lực lượng tiếp xúc khá nhiều với du khách thông qua tham gia bán hàng, vận chuyển

du khách và tạo ra sinh cảnh nông nghiệp nói chung (Tiraietari, Hamzah, 2012).

Kết quả khảo sát về nhóm giải pháp đề xuất cho thấy, nhóm khách thể đồng tình cao với các nhóm giải pháp mà nghiên cứu đề xuất để khắc phục các hạn chế hiện nay của DLNN tại ĐBSCL. Các nhóm giải pháp tập trung giải quyết các vấn đề chung về cách thức tổ chức hoạt động DLNN, các hình thức liên kết phát triển DLNN. Bên cạnh đó, nhóm giải pháp trọng tâm về sản phẩm/dịch vụ DLNN và các hoạt động hỗ trợ nâng cao năng lực cũng được nhóm khách thể chú ý đến và đồng tình cao.

4. KẾT LUẬN

Qua phân tích, đánh giá quan điểm của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương về tiềm năng và hiện trạng phát triển DLNN tại ĐBSCL cho thấy có nhiều tiềm năng để phát triển loại hình DLNN ở vùng ĐBSCL. Phát triển DLNN góp phần nâng cao thu nhập và phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Những thành công ban đầu của loại hình DLNN này đã được ghi nhận, song nhiều hạn chế còn tồn tại, nhất là việc khai thác chưa hiệu quả, các

doanh nghiệp tư nhân còn hoạt động tự phát, nhỏ lẻ.

Những đề xuất của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương cũng đã được nghiên cứu ghi nhận. Các đề xuất tập trung ở 3 nhóm chính: về mặt tổ chức, chính sách, về sản phẩm/dịch vụ DLNN và về hỗ trợ nâng cao năng lực. Cụ thể, về mặt tổ chức và chính sách, nhóm khách thể đồng tình rằng nên có các trung tâm quản lý hoạt động DLNN và hướng dẫn viên địa phương cũng như tăng cường liên kết vùng, địa phương và liên kết giữa các bên liên quan. Về sản phẩm/dịch vụ DLNN, các địa phương nên quan tâm trong

việc xác định tính đặc thù của sản phẩm, xây dựng các chương trình du lịch, tuyển điểm kết hợp các tài nguyên du lịch khác. Hoạt động thông tin, quảng bá DLNN cũng cần được nghiên cứu thực hiện thông qua các kênh khác nhau, song song với đó là hoạt động bảo vệ, nâng cao môi trường cảnh quan. Về hỗ trợ nâng cao năng lực, nhóm khách thể đồng ý rằng nên tăng cường đào tạo về du lịch, kiến thức, kỹ năng cung cấp sản phẩm dịch vụ cho các doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình và cả những người nông dân có liên quan. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Đề tài cấp Nhà nước “Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tại ĐBSCL trong bối cảnh mới”, mã số KX.01.52/16-20. Chủ nhiệm đề tài PGS.TS Ngô Thị Phương Lan.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Arroyo, C. 2012. “What is Agritourism? Reconciling Farmers, Residents and Extension Faculty Perspectives”. *Master of Sciences Thesis*, University of Missouri.
2. Arroyo, C. Gil; Barbieri, C.; Rich S. Rozier. 2013. Defining Agritourism: A Comparative Study of Stakeholders’ Perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, pp. 39-47. doi: 10.1016/j.tourman. 2012.12.007.
3. Bhatta, K, Ohe Y. 2020. “A Review of Quantitative Studies in Agritourism: The Implications for Developing Countries”. *Tourism and Hospitality*. 1(1), pp. 23-40. <https://doi.org/10.3390/tourhosp1010003>.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. 2020. *Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long trong Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) kết quả và định hướng giai đoạn sau năm 2020*.
5. Che, D. 2007. “Agritourism and its Potential Contribution to the Agricultural Economy”. *CAB Reviews: Perspectives in Agriculture, Veterinary Science, Nutrition and Natural Resources* 2007 Vol.2 No.063 pp.7, pp. ref.71.
6. 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), tr. 814-822.

7. Đoàn Thị Mỹ Hạnh; Bùi Thị Quỳnh Ngọc. 2021. “Phát triển du lịch nông thôn ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long: Đường đến cơ cấu kinh tế dịch vụ - nông - công nghiệp”. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, [S.l.], v. 28, n. 4, dec. 2012. ISSN 2588-1108.
8. Dương Tấn Giàu. 2021. “Thực trạng và giải pháp khai thác du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long đảm bảo sự phát triển bền vững”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 146-158.
9. Dương Thành Trung. 2019. “Phát biểu đề dẫn”. *Hội nghị giữa lãnh đạo TPHCM và lãnh đạo 13 tỉnh, thành phố khu vực Đồng bằng sông Cửu Long về liên kết hợp tác phát triển du lịch lần thứ II năm 2019*. Bạc Liêu.
10. Hiệp hội Du lịch Đồng bằng sông Cửu Long. 2019. “Phát biểu đề dẫn”. *Hội nghị xúc tiến quảng bá du lịch Đồng bằng sông Cửu Long*. Hà Nội.
11. Hieu Minh Vu, Trung Minh Lam, Sudesh Prabhakaran. 2021. “Perceptions of Key Stakeholders Towards Sustainable Tourism Development: A Case Study in Mekong Delta, Vietnam”. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 8 No 4, pp. 717-726.
12. Hồ Thị Đào - Nguyễn Quốc Bình. 2020. “Phát triển du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long, thời cơ và thách thức”, in trong 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.
13. Lobo, R. 1999. Agritourism Benefits Agriculture in San Diego County. *California Agriculture*, 53(6), pp. 20-24.
14. McGehee, N. G. 2007. An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), pp. 111-124. doi:10.2167/jost634.0.
15. 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>.
16. Ngô Thị Phương Lan - Nguyễn Thị Vân Hạnh. 2020. The Impact of Agrotourism on The Local Community (A Case Study of Sơn Islet, Cần Thơ City, Vietnam). *European Journal of Molecular & Clinical Medicine* ISSN 2515-8260 Volume07, Issue03, 2020.
17. 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”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 221-232.
18. Ngô Thị Phương Lan, Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu. 2020. “Du lịch nông nghiệp – Từ kinh nghiệm ở một số quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới đến sự phát triển tại huyện Yeongdong, tỉnh Chungcheong-buk, Hàn Quốc”. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 4(2), tr. 365-375.
19. Ngô Thị Phương Lan. 2021. *Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. Đề tài cấp Nhà nước KX.01.52/16-20.
20. Nguyễn Ngọc Trang. 2021. “Du lịch ẩm thực – Tiềm năng và cơ hội trong liên kết phát triển du lịch và nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long”, in trong *Phát triển du*

lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM.

21. Nguyễn Thị Bé Ba và cộng sự. 2021. “Xây dựng mô hình du lịch nông nghiệp dựa vào cộng đồng ở Cồn Bình Thạnh, huyện Châu Thành, tỉnh An Giang”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 22-48.

22. Nguyễn Thị Diễm Hương. 2018. “Phát triển du lịch nông thôn ở Tây Nam Bộ, Tiềm năng và thách thức”, in trong *Kỷ yếu Hội thảo Giảng dạy, nghiên cứu Việt Nam học và tiếng Việt*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM.

23. Phan Nguyễn Phong Luân. 2021. “Khai thác sản phẩm quà tặng trong du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 78-100.

24. Philip S., Hunter C., Blackstock K. 2010. “A Typology for Defining Agritourism”. *Tourism Management*, Vol 31(6), pp. 754-758.

25. Qiu, S.; Fan, S. 2016. “Recreational Value Estimation of Suburban Leisure Agriculture: A Case study of the Qianjiangyue Agritourism Farm”. *J. Mt. Sci.* 2016, 13, pp. 183-192.

26. Roman, M.; Roman, M.; Prus, P. 2020. “Innovations in Agritourism: Evidence from a Region in Poland”. *Sustainability* 2020, 12, 4858. <https://doi.org/10.3390/su12124858>.

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

28. Thiều Quang Thịnh. 2021. “Khai thác các giá trị văn hóa sông nước trong phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long”. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 5(1), pp. 908-918.

29. Tiraletari, N.; Hamzah, A. 2012. Agri-tourism: Potential Opportunities for Farmers and Local Communities in Malaysia. *Afr. J. Agric. Res.* 2012, 6, pp. 4357-4361.

30. Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu. 2021. “Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 3-21.

31. 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”, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 101-123, 2020.

32. Vụ Đào tạo, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch. 2016. “Phát triển nguồn nhân lực, yếu tố then chốt để phát triển du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long”, in trong *Kỷ yếu Hội thảo: Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long*, Tổng cục Du lịch, Hà Nội, 2016.